ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia

UNDP

საქართველოს 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა

ონლაინ მედიის მონიტორინგის საბოლოო ანგარიში

15 ივნისი - 21 ნოემბერი, 2020

საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია

წინამდებარე ანგარიში მომზადებული და გამოცემულია საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის მიერ ევროკავშირისა (EU) და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) ხელშეწყობით. ანგარიშის შინაარსზე პასუხისმგებელია მხოლოდ საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია და მისი შინაარსის აღქმა ევროკავშირისა (EU) და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) პოზიციად დაუშვებელია.

სარჩევი

პროექტის შესახებ 3

კვლევის მეთოდოლოგია 3

მონიტორინგისთვის შერჩეული ონლაინ მედიასაშუალებების ანალიზი 5

ambebi.ge 5

interpressnews.ge 7

kvira.ge 8

mpn.ge 10

netgazeti.ge 12

news.on.ge 13

primetime.ge 15

publika.ge 16

radiotavisupleba.ge 17

reginfo.ge 19

sknews.ge 20

sputnik-georgia.com 21

tabula.ge 23

გენდერული სტერეოტიპები ონლაინ მედიაში 24

დასკვნა 28

პროექტის შესახებ

„საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია“ გაეროს განვითარების პროექტის „საქართველოს 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა“ ფარგლებში, ევროკავშირის ფინანსური დახმარებით დააკვირდა ქართული ონლაინ მედიის მიერ 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების გაშუქებას. მონიტორინგი დაიწყო 2020 წლის 15 ივნისს და დასრულდა 2020 წლის 21 ნოემბერს. დაკვირვება განხორციელდა შემდეგ 13 ონლაინ მედიასაშუალებაზე: ambebi.ge, interpressnews. ge, kvira.ge, mpn.ge, netgazeti.ge, news. on.ge, primetime.ge, publika.ge, radiotavisupleba.ge, reginfo. ge, sknews.ge, sputnik-georgia.com, tabula.ge.

კვლევის მეთოდოლოგია

მედიამონიტორინგის ფარგლებში შერჩეულ მედიასაშუალებებზე დაკვირვება ხდებოდა როგორც რაოდენობრივი, ასევე, თვისებრივი კომპონენტების გათვალისწინებით. რაოდენობრივი კვლევისას ყურადღება გამახვილებული იყო იმაზე, თუ რა სიხშირითა და ტონით შუქდებოდა ესა თუ ის სუბიექტი შერჩეულ მედიასაშუალებაში. თვისებრივი დაკვირვებისას ყურადღება გამახვილებული იყო იმაზე, თუ რამდენად იცავდა შერჩეული მედიასაშუალება ჟურნალისტური ეთიკის სტანდარტებს, როგორიცაა: ფაქტის სიზუსტე, წყაროების მრავალფეროვნება, დაბალანსებული გაშუქება, ნებისმიერი ნიშნით დისკრიმინაციის წახალისება, გენდერული სტერეოტიპების ტირაჟირება, რაიმე სახის მანიპულაცია და ა.შ.

მონიტორინგის სუბიექტებს წარმოადგენენ კვალიფიციური და არაკვალიფიციური საარჩევნო სუბიექტები, პარტიები და პოლიტიკოსები, რომლებიც 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნებში მონაწილეობენ. მონიტორინგის სუბიექტები ასევე არიან: მთავრობა (ცენტრალური, ადგილობრივი, აჭარის), პრემიერ-მინისტრი და პრეზიდენტი.

კვლევისას ყურადღება გამახვილებულია იმაზე, თუ რა სიხშირითა და ტონით შუქდება ესა თუ ის სუბიექტი წარმოდგენილ მედიაპროდუქტში. გაშუქებას დადებითი ან უარყოფითი ტონი ენიჭება თუ: 1) არის სუბიექტის მიმართ დადებითი ან უარყოფითი შეფასებები ჟურნალისტის ან რესპონდენტის მხრიდან; 2) თუ თავად საკითხი ქმნის დადებით ან უარყოფით განწყობას გაშუქებული სუბიექტის მიმართ.

მონიტორინგი არ ხორციელდებოდა სარეკლამო სტატიებზე, რომლებიცსათანადოდ იყო გამიჯნული სარედაქციო მასალებისგან.

მასალების რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზის შედეგად გამოვლინდა შემდეგი ძირითადი მიგნებები:

- სარეკლამო და სარედაქციო მასალების გამიჯვნა უმწვავესი გამოწვევააონლაინ მედიისთვის. რეიტინგული ვებგვერდების ნაწილი მკითხველს არ აძლევს საშუალებას, რომ ნათლად გაარჩიოს გამოქვეყნებული სტატიებიდან რომელია სარეკლამო და რომელი რედაქციის მიერ მომზადებული ჟურნალისტური ნამუშევარი;
- ყველაზე ხშირად ონლაინ მედიაში ჟურნალისტური სტანდარტების დარღვევის ისეთი შემთხვევები გვხვდება, როგორიცაა ფაქტების სიზუსტე და მძიმე ბრალდებების ცალმხრივი, დაუბალანსებელი გაშუქება. მონიტორინგისთვის შერჩეულ ვებგვერდთა დიდ ნაწილში არ ჩანდა მცდელობები, რომ ჟურნალისტებს გადაემოწმებინათ მასალებში წარმოდგენილი კონკრეტული ბრალდებები კონკრეტულ პირთა მიმართ ან მოეძიებინათ ბრალდებულ მხარეთა კომენტარები;
- ონლაინ მედიაში პოლარიზაცია ნაკლებად შეინიშნება, თუმცა მონიტორინგისთვის შერჩეული 13 ვებგვერდიდან 4-ის შემთხვევაში ცალსახად გამოიკვეთა, ერთი მხრივ, ხელისუფლების მუდმივად დადებითად წარმოჩენის, მეორე მხრივ კი, ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა დისკრედიტაციის მცდელობა. ამასთან,მონიტორინგისთვის შერჩეულ არც ერთ ონლაინ მედიასაშუალებაში არ შეინიშნებოდა განსაკუთრებულად დადებითი განწყობა რომელიმე ოპოზიციური პარტიის მიმართ;
- გასულ წლებში განხორციელებულ მონიტორინგთან შედარებით, შეინიშნება მცირე გაუმჯობესება პოლიტიკური სპექტრის პლურალისტული გაშუქების კუთხით. მართალია, ვებგვერდებზე ჭარბობდა მმართველი პარტიის გაშუქება, თუმცა ყურადღება ეთმობოდა ასევე სხვადასხვა პარტიის წარმომადგენელთა საქმიანობისა და განცხადებების გაშუქებასაც;
- წინასაარჩევნო პერიოდში COVID 19-ის პანდემიით გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისის აღმოფხვრის სამთავრობო გეგმის გაშუქება აისახა იმაში, რომ მონიტორინგისთვის შერჩეულ ყველა ვებგვერდზე ჭარბობდა დადებითი ტონის პროცენტული მაჩვენებლები პრემიერ-მინისტრის გაშუქებისას; ისეთ ვებგვერდებზეც კი, რომლებიც გამოირჩეოდნენ განსაკუთრებულად კრიტიკული დამოკიდებულებით სახელისუფლებო გუნდის მიმართ. ეს გარემოება განაპირობა იმან, რომ სამთავრობო ფინანსური დახმარებების შესახებ საზოგადოებას ინფორმაცია ეწოდებოდა პრემიერ-მინისტრის მხრიდან, რაც შესაბამისად აისახა მედიაში მის დადებით გაშუქებაზე.
- თითქმის არ გვხვდებოდა ჟურნალისტთა ტექსტებში სიძულვილის ენისა და დისკიმინაციული ტერმინოლოგიის გამოყენების შემთხვევები. თუმცა, პრობლემურია ის, რომ ონლაინ მედიასაშუალებების ნაწილი უცვლელად და უკომენტაროდ აშუქებს პოლიტიკოსთა თუ საზოგადოებისთვის ცნობილ სხვა პირთა განცხადებებს, რომლებიც შეიცავს ასეთი სახის ტერმინოლოგიასა და შინაარსს;
- ონლაინ მედიაში პრობლემად რჩება საკითხების ზედაპირული გაშუქება. მონიტორინგისთვის შერჩეულ ვებგვერდთა უმრავლესობა მკითხველს არ სთავაზობდა ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების სიღრმისეულ და კრიტიკულ ანალიზს;

- მონიტორინგის პერიოდში ონლაინ მედიაში გამოვლინდა არაერთი შემთხვევა, როდესაც უცვლელად დაუკომენტაროდ შუქდებოდა გენდერული სტერეოტიპებისადა გენდერული ნიშნით დისკრიმინაციის შემცველი განცხადებები, რომლებიც მიზანმიმართულად აკნინებდა ქალის როლს პოლიტიკაში. აღსანიშნავია, რომ მონიტორინგის პირველი ანგარიშის გამოქვეყნების შემდეგ ონლაინ მედიაში საგრძნობლად იკლო ასეთი განცხადებების უკომენტაროდ გამოქვეყნების შემთხვევებმა;

მონიტორინგისთვის შერჩეული ონლაინ მედიასაშუალებების ანალიზი:

ambebi.ge

მონიტორინგის პერიოდში ambebi.ge-ზე უმწვავეს გამოწვევას წარმოადგენდა კონკრეტულ პირთა მიმართ კონკრეტული ბრალდებების ცალმხრივად, დაუბალანსებლად გაშუქება.

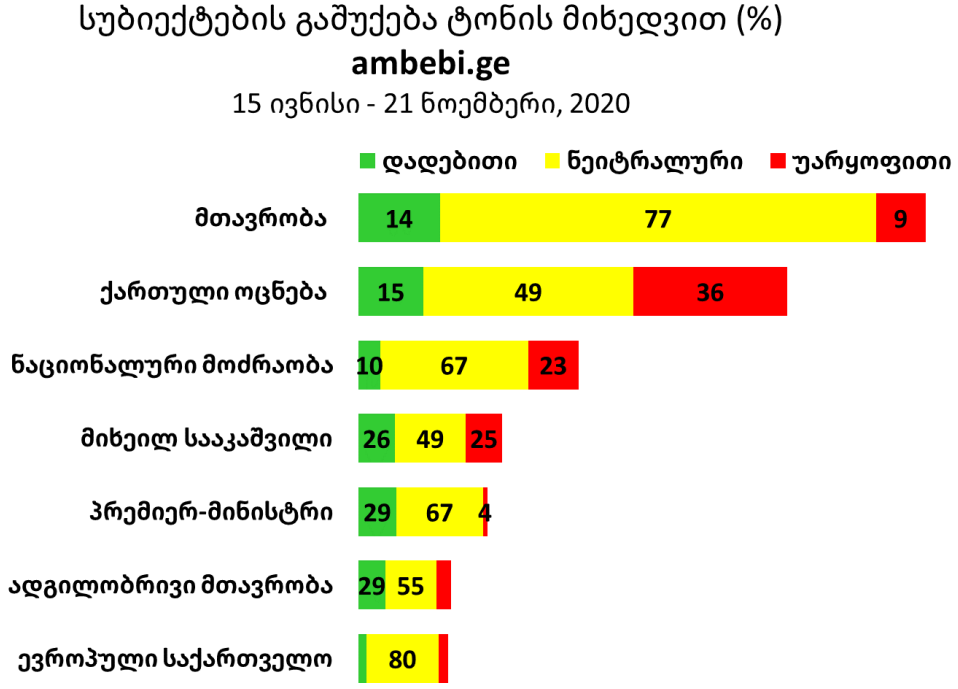
ambebi.ge-ზე ხშირად ქვეყნდებოდა დაუბალანსებელი სტატიები, რომლებშიც წარმოდგენილი იყო კონკრეტული ბრალდებები კონკრეტულ პირთა მიმართ და არ ჩანდა რედაქციის მხრიდან რაიმე მცდელობა ამ ბრალდებების გადამოწმებისა. განსაკუთრებით საყურადღებოა, რომ არჩევნების წინა დღეებში ambebi.ge-ზე ქვეყნდებოდა ვრცელი სტატიები ე.წ. „კარტოგრაფების საქმის“ შესახებ, რომლებშიც მკითხველს მხოლოდ ბრალდების მხარის მოსაზრებები მიეწოდებოდა; მაგალითად, სტატიებში: „კომისიაში მოღალატეები არიანო, პირველი ივერი მელაშვილიაო“ – „კარტოგრაფების საქმეზე“ შესაძლოა, ირაკლი ალასანია გამოკითხონ“ (20 ოქტომბერი); „როგორ ქრებოდა მნიშვნელოვანი რუკები და დოკუმენტები არქივებიდან - რა ჩვენებები მოიპოვა ambebi.ge-მ ე.წ. საზღვრის დადგენის სკანდალური საქმიდან“ (23 ოქტომბერი); „ითქვა, ამ რუკით სომხეთთან ვაგებთო, მაგრამ ეს ტყუილია. ვიგებთ როგორც აზერბაიჯანთან, ასევე სომხეთთან!“ - რას ამბობს კარტოგრაფი ე.წ. საზღვრის დადგენის საქმეზე“ (28 ოქტომბერი).

დაუბალანდებელი გაშუქების გამო, ambebi.ge-ის მკითხველი ხშირად ვერ იღებდა ზუსტ ინფორმაციას კონკრეტულ საკითხზე.ზე გვხვდებოდა ინფორმაციის საეჭვო წყაროებზე დაყრდნობით მომზადებული სტატიების გამოქვეყნების შემთხვევებიც. მაგალითად, 20 ივლისს გამოქვეყნებულ სტატიაში „თუ წელს ბავშვებმა წიგნები ვერ მიიღეს, ეს იქნება პირველი და უპრეცენდენტო შემთხვევა... მოსწავლეები შესაძლოა სახელმძღვანელოების გარეშე დარჩნენ!“. სათაურში წარმოდგენილი დასკვნა, რომ სკოლის მოსწავლეები შესაძლოა სახელმძღვანელოების გარეშე დარჩნენ, ეფუძნება ანონიმური წყაროების მიერ მიწოდებულ ცნობებს, რომლის მიხედვით, კომპანია, რომელთანაც სახელმწიფომ გააფორმა კონტრაქტი სახელმძღვანელოების ბეჭდვაზე, ვერ შეძლებს კონტრაქტის პირობების შესრულებას,

რადგან არარეალურად დაბალი ფასი შესთავაზა და მის სტამბებს არ გააჩნია შესაბამისი ტექნიკური შესაძლებლობები. ამ ინფორმაციის გადამოწმების მცდელობა არ ჩანს სტატიაში: ჟურნალისტი არ დაკავშირებია არც გამარჯვებულ კომპანიას, არც ხელისუფლების წარმომადგენლებს, არც კონკრეტულ სტამბებს. შესაბამისად, მკითხველმა ვერ მიიღო გავრცელებულ ბრალდებაზე რაიმე დადასტურებული ცნობა, ან ზუსტი ინფორმაცია.

საარჩევნო პერიოდში პოლიტიკური პარტიების გაშუქებისას არ შეინიშნებოდა ცალსახად დადებითი ან უარყოფითი განწყობები. თუმცა ambebi.ge-ზე განსაკუთრებული სიხშირით ქვეყნდებოდა სტატიები „ქართული ოცნების“ ერთ-ერთი ლიდერისა და თბილისის მერის, კახა კალაძის, შესახებ, რომლებიც არა მის პროფესიულ საქმიანობას, არამედ პირად ცხოვრებას ეხებოდა და უაღრესად პოზიტიურად წარმოაჩენდა მას; მაგალითად, სტატიები: „დაბადების დღეს გილოცავ, ჩემო სამყაროვ“ - კახა კალაძის უფროსი ვაჟი 2 წლის გახდა (ფოტოკოლაჟი)“ (4 სექტემბერი); „ჩემი ქმარი არ აკეთებს არაფერს? კახას ერთი თვის ხელფასი არ აუღია“ - როგორ უპასუხა ანუკი არეშიძემ „ინსტაგრამზე“ მწვავე კრიტიკას“ (21 სექტემბერი); „როგორ ცეკვავს კახა კალაძე შვილებთან ერთად - რა ვიდეოს აქვეყნებს ანუკი არეშიძე“ (5 ოქტომბერი); „სიყვარული ფერადია და ფოტოებიც ფერადი უნდა იყოს - ანუკი არეშიძისა და კახი კალაძის რომანტიკული ფოტოები „პარიზული დღეებიდან“ (30 ოქტომბერი) (აღსანიშნავია, რომ ეს უკანასკნელი სტატია არჩევნების წინა დღეს გამოქვეყნდა ambebi.ge-ზე).

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საარჩევნო პერიოდში ambebi.ge-ს მკითხველს არ მიეწოდებოდა სანდო და გადამოწმებული ინფორმაცია ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების შესახებ. ხშირი იყო დაუბალანსებელი სტატიებისა და დაუდასტურებელი ბრალდებების გავრცელების შემთხვევები. განსაკუთრებით საყურადღებოა ambebi.ge-ს მიერ არჩევნების წინა დღეებში ე.წ. „კარტოგრაფების საქმის“ ინტენსიურად გაშუქება მხოლოდ იმ კუთხით, რა კუთხითაც ამ საკითხს წარმოაჩენდა ბრალდების მხარე. ambebi.ge-ზე არასათანადოდ არის ერთმანეთისგან გამიჯნული სარეკლამო და სარედაქციო მასალები.



interpressnews.ge

კომერციული ხელშეკრულების ფარგლებში მომზადებული სტატიების სარედაქციო მასალებისგან არასათანადო გამიჯვნა უმწვავესი გამოწვევაა interpressnews.ge-სთვის. მონიტორინგის პერიოდში სახელმწიფო უწყებებისა და პოლიტიკოსების შესახებ მომზადებული მასალების თითქმის ერთი მესამედი გამოქვეყნდა კომერციული ხელშეკრულების ფარგლებში. ეს მასალები ნათლად არ იყო იყო გამიჯნული სარედაქციო მასალებისგან.

interpressnews.ge-ზე კომერციული ხელშეკრულების ფარგლებში მომზადებულ სტატიებს უმეტეს შემთხვევებში ერთვის წრეში მოთავსებული ლათინური სიმბოლოები NS, რაც მკითხველისთვის დამაბნეველია, ვინაიდან ცხადად არ არის მითითებული, რომ მასალა დაფინანსებული და სარეკლამოა.

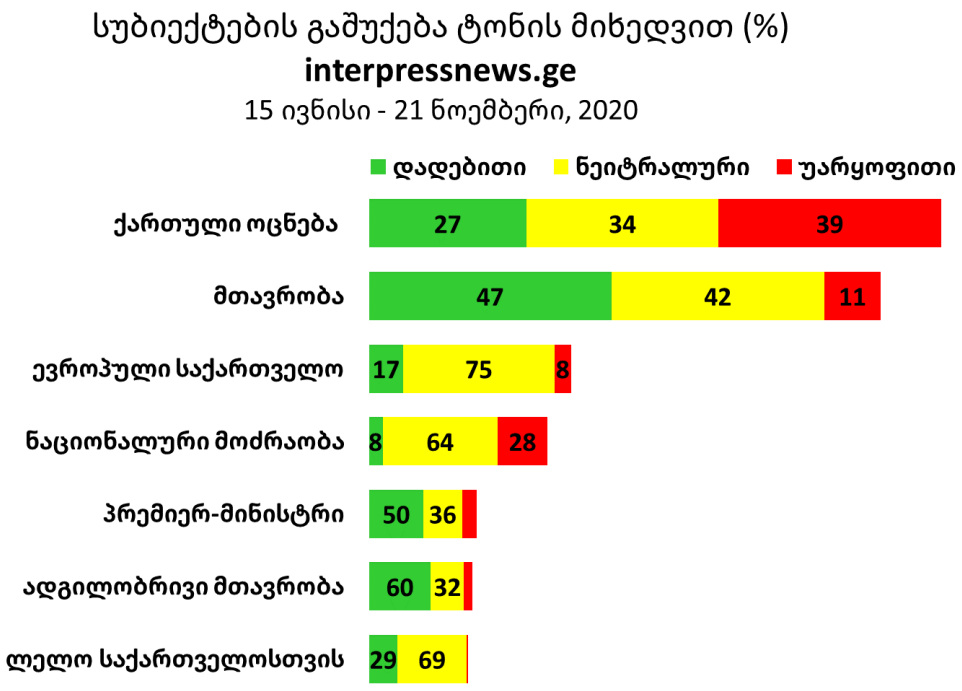
სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ დაფინანსებული მასალების, სათანადო მითითების გარეშე, დიდი რაოდენობით გამოქვეყნების შედეგად interpressnews.ge-ზე ჭარბობდა დადებითი ტონის მაჩვენებლები მმართველი გუნდის გაშუქებისას. მაგალითად, ადგილობრივი მთავრობების გაშუქებას დადებითი ტონის 60% ერგო, პრემიერ-მინისტრს 50%, ცენტრალური მთავრობას კი 47%.

ამასთან, NS ნიშნით ქვეყნდებოდა მასალები, რომლებშიც ხდებოდა კონკრეტული პირების ან კომპანიების დადანაშაულება ან ბრალდება და არ ხდებოდა ბრალდებულ მხარეთა პოზიციების წარმოჩენა. მაგალითად, გამოცემამ NS ნიშნით გამოაქვეყნა სტატიები „დავით ჭიჭინაძე - გიორგი ვაშაძე „ნაციონალებს“ ფულის სანაცვლოდ კვოტებს სთხოვდა, თუმცა მათ გონიერება ეყოთ და ამ უწესო წინადადებაზე არ დათანხმდნენ“ (30 ივლისი); „ლევან თარხნიშვილი - ადამიანების იგნორირება, გამდიდრებული ბიუროკრატები, ზეწოლა და ორმაგი სტანდარტი - ესაა „ქართული ოცნების“ სახე“ (19 სექტემბერი).

საარჩევნო პერიოდში, შესაბამისი მითითების გარეშე, მხოლოდ NS ნიშნით, სისტემატურად ქვეყნდებოდა ისეთი სტატიები, რომლებიც მმართველი პარტიის პიარ კამპანიას უფრო ჰგავდა, ვიდრე ჟურნალისტურ ნამუშევარს. მაგალითად, 21 აგვისტოს NS ნიშნით გამოქვეყნდა სტატიები: „ქართული ოცნების“ ლიდერები მარნეულში, წყალმომარაგების სისტემის მშენებლობის პროცესს გაეცნენ“; „ქართული ოცნების“ ლიდერებმა სოფელ საღრაშენის ახლად აშენებული საჯარო სკოლა დაათვალიერეს“; „ქართული ოცნების“ ლიდერებმა გარდაბნის პარკის სარეაბილიტაციო სამუშაოები დაათვალიერეს“.

აღსანიშნავია, რომ interpressnews.ge-ზე NS ნიშნით მასალები ქვეყნდებოდა უშუალოდ არჩევნების დღესაც. მაგალითად, „დავით გაბაიძემ არჩევანი ბათუმის 49-ე უბანზე გააკეთა“; „დავით შერაზადიშვილმა საპარლამენტო არჩევნებში საკუთარი არჩევანი დააფიქსირა“.

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ interpressnews.ge-ს მკითხველს არ ეძლევა საშუალება, რომ ნათლად გაარჩიოს, თუ რომელი სტატიებია მომზადებული რედაქციის მიერ და რომელი ქვეყნდება რეკლამის სახით. ასეთი სარეკლამო მასალების სიმრავლე კი ბუნდოვანს ხდის საინფორმაციო სააგენტოს, როგორც ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების მიუკერძოებელი გამშუქებლის როლს, ქართულ ონლაინ მედიაში.



kvira.ge

საარჩევნო პერიოდში kvira.ge ძირითადად დაკავებული იყო, ერთი მხრივ, სახელისუფლებო გუნდის დადებითად წარმოჩენის, ხოლო, მეორე მხრივ, ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა დისკრედიტაციის მცდელობით. ვებგვერდზე ხშირად გვხვდებოდა ისეთი ჟურნალისტური სტანდარტების დარღვევის შემთხვევები, როგორებიც არის, მოვლენების ცალმხრივი გაშუქება, კონკრეტულ პირთა მიმართ დაუდასტურებელი ბრალდებების ხშირი გაშუქება, სიძულვილის ენისა და დისკრიმინაციული ტერმინოლოგიის უცვლელად გამოქვეყნება და ა.შ.

მმართველი გუნდის გაშუქებისას ვლინდებოდა დადებითი ტონის უკიდურესად მაღალი პროცენტული მაჩვენებლები; მაგალითად, ადგილობრივ მთავრობებს დადებითი გაშუქების 74% ერგო, აჭარის მთავრობას - 64%, პრემიერ-მინისტრს - 61%, მთავრობას - 52%, „ქართულ ოცნებას“ კი - 50%. მეორე მხრივ, უარყოფითი ტონის უპრეცენდენტოდ მაღალი მაჩვენებლები გამოვლინდა ექს-პრეზიდენტ მიხეილ სააკაშვილის (78%), „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა“ (75%) და „ევროპული საქართველოს“ (61%) გაშუქებისას.

მონიტორინგის პერიოდში kvira.ge-ზე ყველა საკითხი შუქდებოდა ხელისუფლების მიმართ დადებით ტონში. გამოქვეყნებული სტატიების დიდი ნაწილი სახელისუფლებო უწყებების პიარ-სამსახურების მიერ მომზადებულ პრეს-რელიზებს წარმოადგენდა, თუმცა ვებგვერდი ასეთ სტატიებს შესაბამის მითითებებს არ ურთავდა.

წინასაარჩევნო პერიოდში kvira.ge აქტიურად აშუქებდა მხოლოდ მმართველი პარტიის წინასაარჩევნო საქმიანობას და ასეთ სტატიებში მმართველი გუნდის წარმომადგენლები

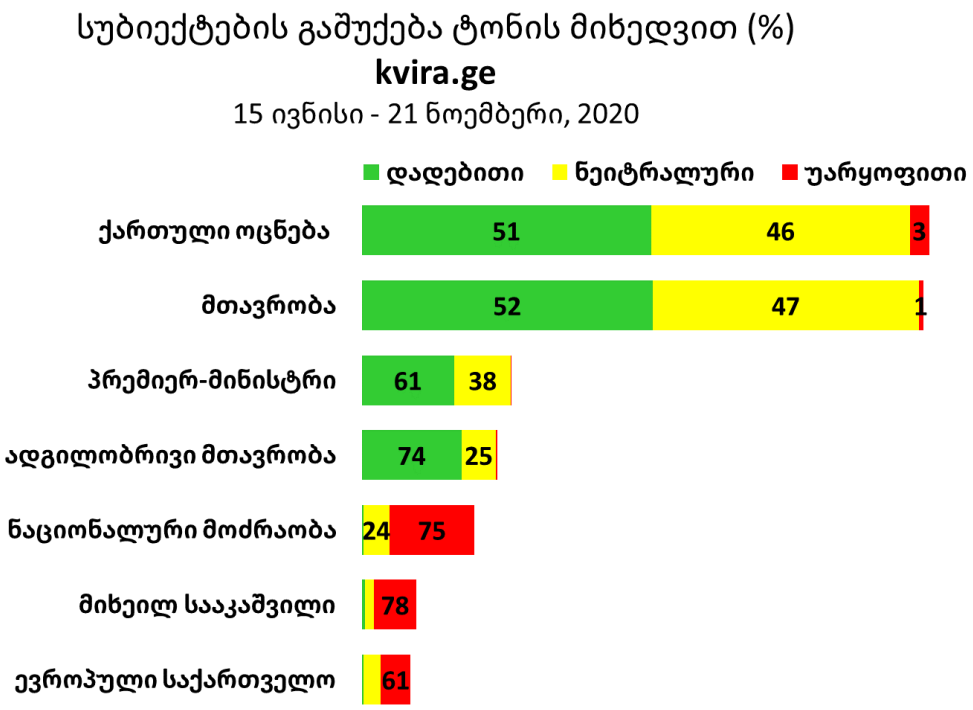
უმეტესად დადებითად იყვნენ წარმოდგენილნი. ვებგვერდზე არ შუქდებოდა ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა წინასაარჩევნო საქმიანობა, მათი საარჩევნო პროგრამები და დაპირებები. ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა საქმიანობა წინასაარჩევნო პერიოდში შუქდებოდა უკიდურესად უარყოფითი ტონით. არჩევნების წინა დღეებში განსაკუთრებულად აქტიურად შუქდებოდა დავით-გარეჯთან დაკავშირებული საკითხები, რომლებშიც მხოლოდ მმართველი გუნდის მოსაზრებები იყო წარმოდგენილი.

kvira.ge-ზე სისტემატურად გვხვდებოდა საკითხების ცალმხრივი გაშუქება, მათ შორის, ხშირად უმძიმესი ბრალდებები კონკრეტულ პირთა მიმართ შუქდებოდა რაიმე სახის გადამოწმების მცდელობის გარეშე. ასეთი სტატიები კი ჩვეულებრივ ოპოზიციონერ პოლიტიკოსებს ეხებოდა და მიზნად ისახავდა მათ დისკრედიტაციას (მაგალითად, სტატიებში „პრიორიტეტული მიმართულებების განვითარების ცენტრი: გიორგი ვაშაძის პარტია არასრულწლოვანებს არალეგალურად ამუშავებს“, 12 აგვისტო; „ცეზარ ჩოჩელი მემუქრება, რომ ხელუსფლებაში მოსვლის შემდეგ უფრო მეტს დამიშავებს, ვიდრე დღეს მიშავებს“ - ჩოჩელს ბიზნესის წართმევის მცდელობაში ადანაშაულებენ“, 19 ოქტომბერი). kvira.ge-ზე ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა მიმართ კონკრეტული ბრალდებები შუქდებოდა სისტემატურად და რედაქციის მხრიდან არასოდეს ჩანდა მცდელობა, რომ გადაემოწმებინათ ამ ბრალდებათა დასაბუთება.

მონიტორინგის პერიოდში kvira.ge-ზე გვხვდებოდა სიძულვილის ენის შემცველი, უკიდურესად შეურაცხმყოფელი და დისკრიმინაციული ტერმინოლოგიის უცვლელად გამოქვეყნების შემთხვევები. მაგალითად, 30 ივლისს kvira.ge-მ მისი პრესკლუბი დაუთმო ულტრამემარჯვენე პარტიის „ქართული მარშის“ ლიდერებს, რომელთა ჰომოფობიური, სიძულვილის ენის შემცველი განცხადებები უცვლელად გამოაქვეყნა ისე, რომ რედაქცია არ გამიჯვნია დისკრიმინაციის წამახალისებელ განცხადებებს.

მონიტორინგის პერიოდში გამოიკვეთა, რომ არჩევნების დღის შემდეგ kvira.ge-ზე გაიზარდა ინტერვიუების რაოდენობა. ინტერვიუებში რესპონდენტები უმეტესად აკრიტიკებდნენ ოპოზიციას (მაგალითად, „ლელა რაზიკაშვილი: დრო მათზე არ მუშაობს, რაც უფრო დიდ ხანს იდგებიან ქუჩაში, მით მეტ თანამებრძოლს დაკარგავს ოპოზიციური ერთობა“, 3 ნოემბერი; „რატომ ჩქარობენ თემურ ალასანია და პატრუშევი საქართველოში აჯანყების მოწყობას“, 9 ნოემბერი).

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ არჩევნების პერიოდში kvira.ge-ს მიზანი იყო არა საზოგადოების ინფორმირება, არამედ საზოგადოებრივი აზრის ფორმირება მმართველი პარტიის მხარდასაჭერად და ოპოზიციის საწინააღმდეგოდ.



mpn.ge

საარჩევნო პერიოდში mpn.ge ძირითადად დაკავებული იყო, ერთი მხრივ, ხელისუფლებისა და მმართველი პარტიის დადებითად წარმოჩენის, ხოლო, მეორე მხრივ, ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა დისკრედიტაციის მცდელობით. ვებგვერდზე სისტემატურად გვხვდებოდა ჟურნალისტური სტანდარტების დარღვევის შემთხვევები. ქვეყანაში მიმდინარე ყველა მოვლენა შუქდებოდა მმართველი პარტიის მიმართ დადებით ტონში.

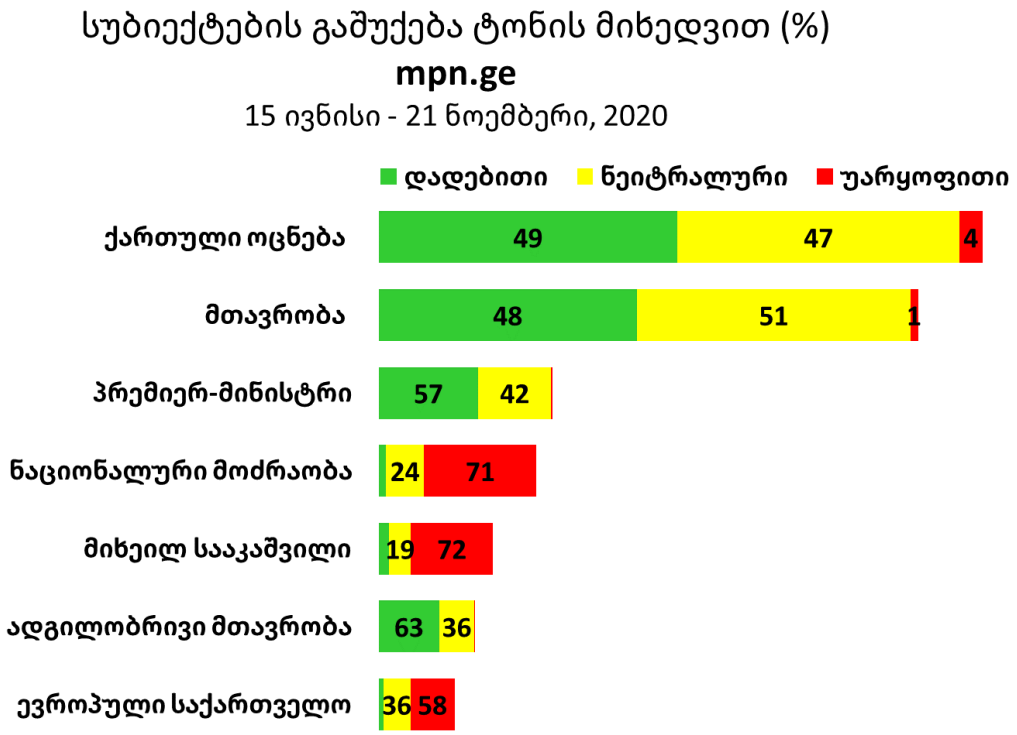
სახელისუფლებო გუნდის მიმართ უაღრესად დადებითი განწყობა ნათლად გამოჩნდა მონიტორინგის რაოდენობრივ მონაცემებშიც; მაგალითად, ადგილობრივი მთავრობების გაშუქებისას დადებითი ტონის 63%, პრემიერ-მინისტრის გაშუქებისას 57%, „ქართული ოცნების“ გაშუქებისას 49%, მთავრობის გაშუქებისას კი 48% გამოვლინდა. მეორე მხრივ, ოპოზიციური პარტიების გაშუქებისას ვლინდებოდა უარყოფითი ტონის უკიდურესად მაღალი პროცენტული მაჩვენებლები; მაგალითად, „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ უარყოფითი ტონის 71%, „ევროპულ საქართველოს“ 58%, „ლეიბორისტულ პარტიას“ კი 50% ერგო.

წინასაარჩევნო პერიოდში აქტიურად და მხოლოდ დადებით კონტექსტში შუქდებოდა მმართველი პარტიის წინასაარჩევნო საქმიანობა და დაპირებები. ოპოზიციონერ კანდიდატთა გაშუქებისას კი წარმოდგენილი იყო მათი კრიტიკა და მადისკრედიტებელი განცხადებები. ცალმხრივად და მსგავსი ტენდენციებით შუქდებოდა არჩევნების დღის შემდეგ, მეორე ტურის პერიოდში განვითარებული მოვლენები.

მონიტორინგის პერიოდში mpn.ge სისტემატურად აქვეყნებდა საზოგადოებისთვის ცნობილ პირთა Facebook სტატუსებს, რომლებიც შეიცავდა ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა მიმართ დაუდასტურებელ ბრალდებებს, ასევე, უკიდურესად შეურაცხმყოფელ, უხამს გამონათქვამებს. მაგალითად, სტატიებში: „შენ დაახტი წამოწოლილ გუბაზ სანიკიძეს და დააფრინდი მეგია გოცირიძეს - რეზო ამაშუკელი“ (7 აგვისტო); „ვინაა, თქვე ბო*ებო, თქვენი მათხოვარი?! ეს მოსყიდვაა! - ამათი მეორადი დედები გაბურღა შაქროს ვირმა!“ - გელა ზედელაშვილი „ნაცმოძრაობაზე“ (5 ოქტომბერი); „ეს ნაძირალა სააკაშვილი საცოცხლებელი არ არის! - ბონდო მძინარიშვილი“ (16 ოქტომბერი); „ეეეე... ბუბა პაპავ! შეხვალ, მიაფსამ, ამაიქაქანებ... - გელა ზედელაშვილი“ (31 ოქტომბერი).

mpn.ge უცვლელად და უკომენტაროდ აქვეყნებდა „პატრიოტთა ალიანსის“ ლიდერთა ჰომოფობიურ და ქსენოფობიურ განცხადებებს, მაგალითად, სტატიაში: „მაგ ბორშჩს რა მიმართულებით მოგახმართ, საკუთარ მაგალითზე ნახავთ - ირმა ინაშვილი“, 14 სექტემბერი - გამოცემამ უცვლელად გამოაქვეყნა ირმა ინაშვილის ჰომოფობიური განცხადება, რომელშიც “პატრიოტთა ალიანსის” ლიდერი “გეირევოლუციონერებად”, “კურდღლებად” და “ფრინველებად” მოიხსენიებდა აქტივისტებს, რომლებმაც მათ წინააღმდეგ აქცია გამართეს

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საარჩევნო პერიოდში mpn.ge-ს მიზანი იყო არა ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების შესახებ საზოგადოების ინფორმირება, არამედ საზოგადოებრივი აზრის ფორმირება მმართველი პარტიის მხარდასაჭერად და ოპოზიციის საწინააღმდეგოდ. ვებგვერდი ხელს უწყობდა უკიდურესად შეურაცხმყოფელი, ჰომოფობიური, ქსენოფობიური და სიძულვილის ენის შემცველი განცხადებების გავრცელებას.



netgazeti.ge

netgazeti.ge გამოირჩეოდა ჟურნალისტური სტანდარტების მაღალ დონეზე დაცვითა და ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების სიღრმისეული და მიუკერძოებელი გაშუქებით.

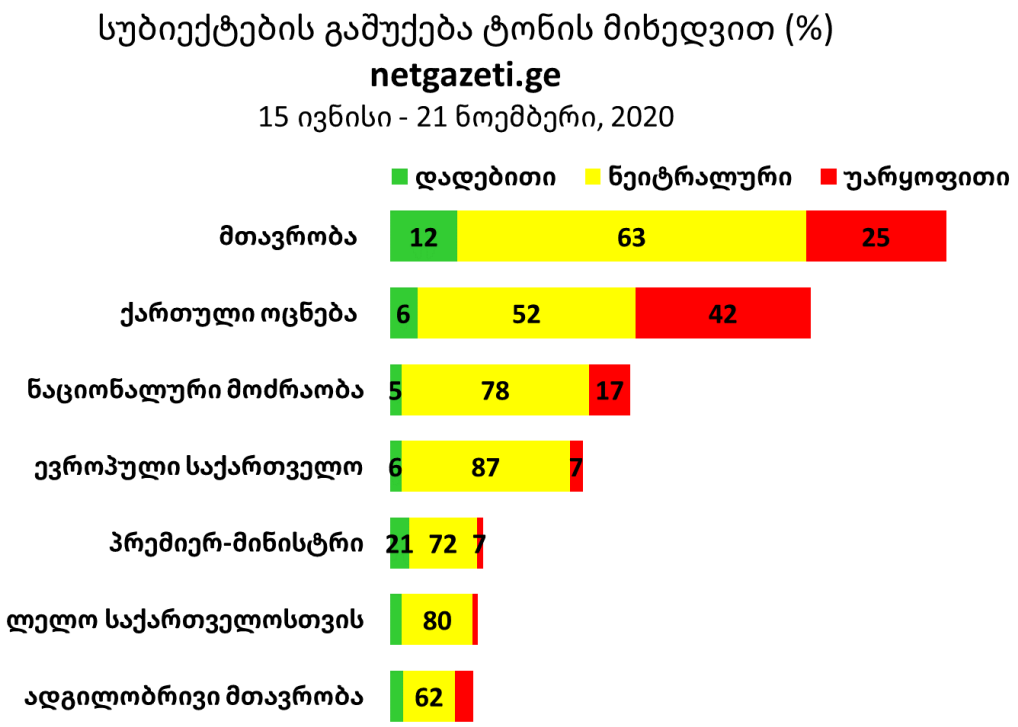
netgazeti.ge-ზე არ შეინიშნებოდა განსაკუთრებულად დადებითი ან უარყოფითი განწყობა რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ. უარყოფითი ტონის ყველაზე მაღალი მაჩვენებლები „ქართული ოცნების“ (42%), „პატრიოტთა ალიანსისა“ (41%) და ექს-პრეზიდენტ მიხეილ სააკაშვილის (26%) გაშუქებისას გამოვლინდა.

წინასაარჩევნო პერიოდში netgazeti.ge აქტიურად აშუქებდა სხვადასხვა პარტიის საარჩევნო პროგრამებსა და ხედვებს ცალკეულ საკითხებთან დაკავშირებით. გამოცემის ჟურნალისტები უშუალოდ უკავშირდებოდნენ პოლიტიკურ პარტიებს და მოიპოვებდნენ ქვეყანაში არსებულ აქტუალურ საკითხებზე მათ განმარტებებსა და ხედვებს. რედაქციამ მკითხველს შესთავაზა სიღრმისეული ინტერვიუები პოლიტიკურ ლიდერებთან მათ საარჩევნო დაპირებებზე. ვებგვერდზე მიუკერძოებლად გაშუქდა როგორც პოლიტიკურ პარტიათა წინასაარჩევნო საქმიანობა, ასევე არჩევნების პროცესი და ხმების დათვლის შემდეგ განვითარებული მოვლენები.

აღსანიშნავია, რომ netgazeti.ge, სარეკლამო მასალების გამიჯვნის სტანდარტების შესაბამისად, ნებისმიერი მკითხველისთვის მარტივად გასაგებად უთითებდა კომერციული ხელშეკრულების ფარგლებში მომზადებულ სტატიებს.

მონიტორინგის პერიოდში შეგვხვდა უზუსტობის ჩასწორების სტანდარტის ჯეროვნად დაცვის შემთხვევაც; სტატიას „დროებით გააუქმებს თუ არა Wizz Air ქუთაისში არსებულ ბაზას, ახლო მომავალში გახდება ცნობილი“ (1 ივლისი) დასასრულს ერთვის სპეციალურად გადიდებული და გამუქებული შრიფტით მინაწერი, რომ სტატიის თავდაპირველ ვერსიაში წარმოდგენილი იყო უზუსტობა.

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ netgazeti.ge-მ ობიექტურად და მიუკერძოებლად გააშუქა როგორც წინასაარჩევნო პერიოდი, ასევე არჩევნების პროცესი და მეორე ტურის პერიოდში განვითარებული მოვლენები. მონიტორინგის პერიოდში netgazeti.ge მკითხველს სისტემატურად აწვდიდა სიღრმისეულ ინფორმაციას ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების შესახებ.



news.on.ge

მონიტორინგის პერიოდში news.on.ge აქტიურად და მიუკერძოებლად აშუქებდა საპარლამენტო არჩევნებთან დაკავშირებულ საკითხებს. ვებგვერდზე დაცული იყო ჟურნალისტური სტანდარტები.

news.on.ge-ზე არ შეინიშნებოდა განსაკუთრებულად დადებითი ან უარყოფითი განწყობები რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ. უარყოფითი ტონის შედარებით მაღალი პროცენტული მაჩვენებლები გამოვლინდა „პატრიოტთა ალიანსის“ (33%), ექს-პრეზიდენტ მიხეილ სააკაშვილის (33%), „ქართული ოცნებისა“ (32%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ (21%) გაშუქებისას. დადებითი ტონის მაღალი მაჩვენებლები არც ერთი პოლიტიკური პარტიის გაშუქებისას არ გამოვლენილა.

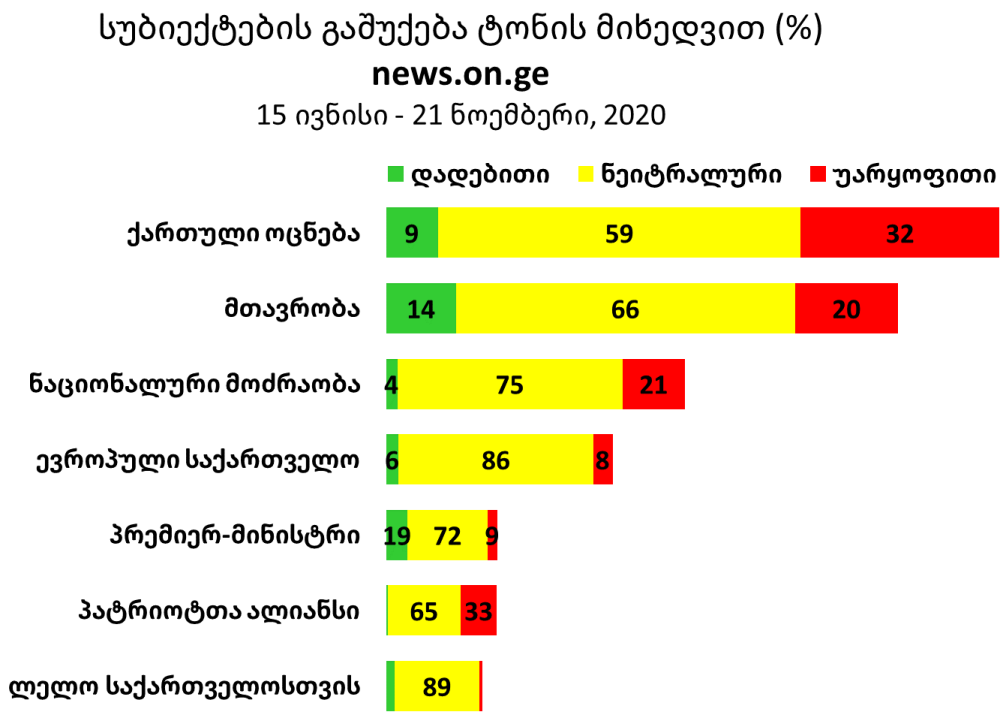
წინასაარჩევნო პერიოდში news.on.ge აქტიურად აშუქებდა სხვადასხვა პარტიის საარჩევნო პროგრამებსა და ხედვებს ცალკეულ საკითხებთან დაკავშირებით. არჩევნების წინა დღეებში news.on.ge მკითხველს სთავაზობდა ვრცელ ინტერვიუებს პოლიტიკოსებთან, რომლებშიც წარმოდგენილი იყო მათი ხედვევები და პროგრამები. ვებგვერდზე მიუკერძოებლად გაშუქდა როგორც პოლიტიკურ პარტიათა წინასაარჩევნო საქმიანობა, ასევე არჩევნების პროცესი და ხმების დათვლის შემდეგ განვითარებული მოვლენები.

მიუხედავად ჟურნალისტური სტანდარტების მაღალ დონეზე დაცვისა, news.on.ge-ზე გამოვლინდა რამდენიმე შემთხვევა, როდესაც მინისტრ თეა წულუკიანის განცხადებების შესახებ მომზადებულ მასალებს შეუსაბამო ფოტო ერთვოდა. მაგალითად, სტატიებში „წულუკიანმა დავით ბაქრაძეს „მოლაპარაკე დათუნია“ უწოდა“ (17 აგვისტო); „წულუკიანი - ჯაჭვლიანი, რომელსაც იბიარდს ეძახდით და ღიად დასცინოდით ახლა უცებ შეგიყვარდათ“ (27 ოქტომბერი) ერთვოდა მინისტრის შეუსაბამოდ გაცინებული ფოტოები და გაუგებარია, თუ რატომ შეარჩია რედაქციამ სწორედ ასეთი ფოტოები მინისტრის განცხადებების გაშუქებისას.

news.on.ge-ზე გვხვდებოდა სამი სახის სარეკლამო მითითება სტატიებზე და მათ შორის ერთი - „პარტნიორის კონტენტი“ - ვერ მიიჩნევა სარედაქციო და სარეკლამო მასალების ნათლად გამიჯვნად.

მონიტორინგის პერიოდში შეგვხვდა უზუსტობის ჩასწორების სტანდარტის ჯეროვნად დაცვის შემთხვევაც; მაგალითად, 9 ნოემბერს გამოქვეყნებულ სტატიას „აქციის დაშლისას მოქალაქეს თვალი დაუზიანდა, მას გადაუდებელი დახმარება უტარდება“, ერთვოდა რედაქციის განმარტება, რომ სტატიის თავდაპირველ ვერსიაში წარმოდგენილი იყო უზუსტობა, რომელიც მოგვიანებით ჩასწორდა.

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ news.on.ge-მ აქტიურად და მიუკერძოებლად გააშუქა საარჩევნო პერიოდში ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენები. როგორც წინასაარჩევნო პერიოდში, ასევე არჩევნების მეორე ტურის პერიოდში news.on.ge მკითხველს ოპერატიულად აწვდიდა ინფორმაციას არჩევნებთან დაკავშირებული პრაქტიკულად ყველა მნიშვნელოვანი მოვლენის შესახებ.



primetime.ge

primetime.ge-ს მონიტორინგი განხორციელდა 15 ივნისიდან 30 სექტემბრის ჩათვლით[1].

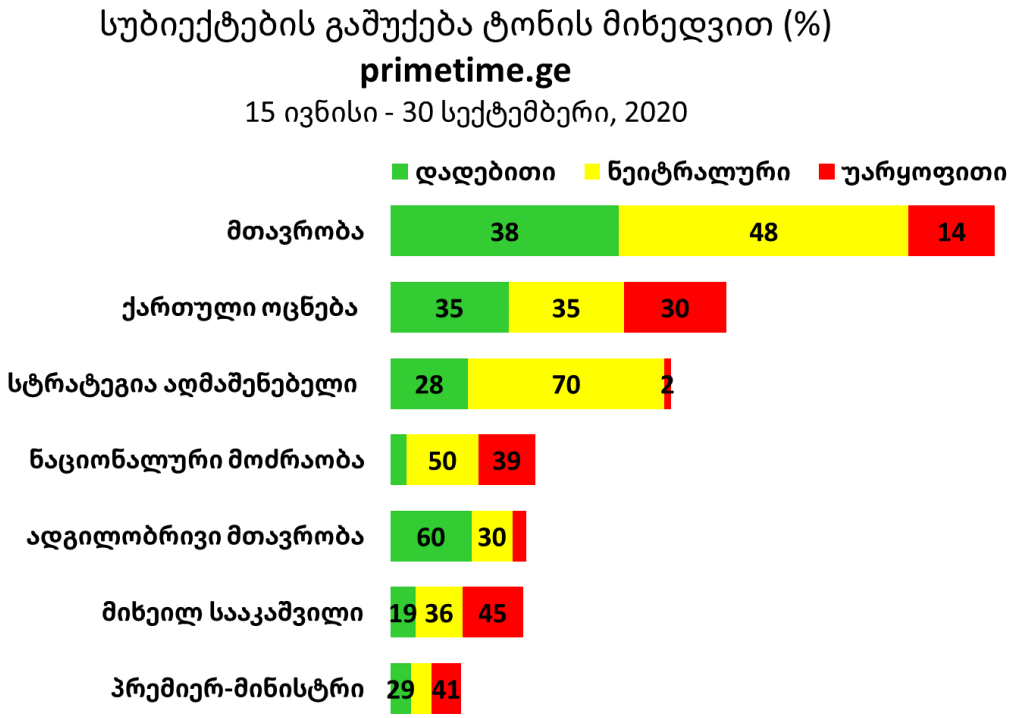
საარჩევნო პერიოდში primetime.ge-ზე ცხადად შეინიშნებოდა, ერთი მხრივ, მმართველი გუნდის დადებითად წარმოჩენის, ხოლო, მეორე მხრივ, ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა დისკრედიტაციის მცდელობა. ვებგვერდზე უმწვავეს გამოწვევას წარმოადგენდა სარეკლამო სტატიების არასათანადო გამიჯვნა სარედაქციო მასალებისგან. primetime.ge-ზე ხშირად გვხვდებოდა ჟურნალისტური სტანდარტების დარღვევის შემთხვევები, როგორებიც არის კონკრეტულ პირთა მიმართ კონკრეტული ბრალდებებისა და გადაუმოწმებელი, დაუდასტურებელი ინფორმაციის გავრცელება.

primetime.ge-ზე შესაბამისი მითითების გარეშე გამოქვეყნებული სარეკლამო მასალების სიმრავლე იმდენად პრობლემური იყო, რომ რიგ შემთხვევებში სუბიექტთა გაშუქების ტონი იცვლებოდა სარეკლამო, შეკვეთილი სტატიების ხარჯზე. მაგალითად, მონიტორინგის მეორე პერიოდში მკვეთრად გაიზარდა უარყოფითი ტონის მაჩვენებლები პრემიერ-მინისტრის გაშუქებისას (მონიტორინგის პირველ პერიოდში უარყოფითი ტონის 14 პროცენტი, მეორე პერიოდში კი უარყოფითი ტონის 59 პროცენტი). აღნიშნული ცვლილება განაპირობა არა სარედაქციო სტატიებში წარმოდგენილმა კრიტიკამ, არამედ „სტრატეგია აღმაშენებლის“ მიერ დაფინანსებული სტატიების სიმრავლემ, რომლებშიც სისტემატურად ისმოდა პრემიერ-მინისტრის კრიტიკა (მაგალითად, სტატიებში: „სამწუხაროდ, ჯერ კიდევ პრემიერი გახარია ძალიან დაბნეული ჩანდა დღეს, საკმარისზე მეტი დრო იყო მომზადებისთვის - გიორგი ვაშაძე“, 11 სექტემბერი; „კუზიანს სამარე გაასწორებს“ - გიორგი ვაშაძე „ქართული ოცნების“ საარჩევნო სიის წარდგენაზე“, 9 ოქტომბერი). უნდა აღინიშნოს, რომ, მეორე მხრივ, primetime.ge-ს რედაქციის მიერ მომზადებულ მასალებში სისტემატურად გვხვდებოდა მმართველი გუნდის უაღრესად დადებითად, ხოლო ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა უკიდურესად უარყოფითად წარმოჩენის მცდელობა. პრემიერ-მინისტრის გაშუქება კი კარგი მაგალითია იმის ილუსტრაციისთვის, თუ რა სიმწვავის პრობლემას წარმოადგენს primetime.ge-ზე სარეკლამო მასალების შესაბამისი მითითების გარეშე ხშირი გამოქვეყნება. სარეკლამო მასალებს გამოცემა ბოლოში ურთავდა ლათინურ „რ“-ს (R), რაც აუდიტორიისთვის არ არის ნათლად აღქმადი მითითება.

primetime.ge-ზე მწვავე პრობლემას წარმოადგენდა კონკრეტულ პირთა მიმართ მძიმე ბრალდებების გაშუქება. მაგალითად, სტატიებში „რა სატელეფონო ჩანაწერი გაუხსენეს ნათელაშვილს - ფულის ნაცვლად „ჰარი პოტერის“ წიგნები“ (17 ივლისი), „წინა ხელისუფლების დროს „თიბისი ბანკი“ პროკურატურის კრიმინალური ქმედების გამტარი იყო - ჩხარტიშვილი“ (16 ივლისი) წარმოდგენილი იყო მძიმე ბრალდებები ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა მიმართ, თუმცა სტატიებში არ ჩანდა რედაქციის მხრიდან რაიმე სახის მცდელობა, რომ აღნიშნულ ბრალდებებთან დაკავშირებით წარმოედგინა თავად ბრალდებულ პოლიტიკოსთა კომენტარებიც.

1 primetime.ge-ს მონიტორინგი შეწყდა 30 სექტემბერს, ვინაიდან მონიტორინგის პერიოდში რედაქციამ მეტად გააქტიურა მეორე ვებგვერდი - ptn.ge. ხოლო primetime.ge-ზე მნიშვნელოვნად იკლო პოლიტიკასთან და არჩევნებთან დაკავშირებული სტატიების გამოქვეყნების სიხშირემ. შესაბამისად, 2020 წლის საარჩევნო მედიამონიტორინგის ფარგლებში primetime.ge-ს მონიტორინგი დასრულდა 30 სექტემბერს.

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავსკვნათ, რომ primetime.ge-ზე სისტემატურად ირღვეოდა ჟურნალისტური სტანდარტები. ვეებგვერდზე ხშირად ვრცელდებოდა დაუდასტურებელი ინფორმაცია და ბრალდებები. განსაკუთრებულ პრობლემას წარმოადგენდა სარეკლამო სტატიების შესაბამისი მითითების გარეშე ხშირი გამოქვეყნება.



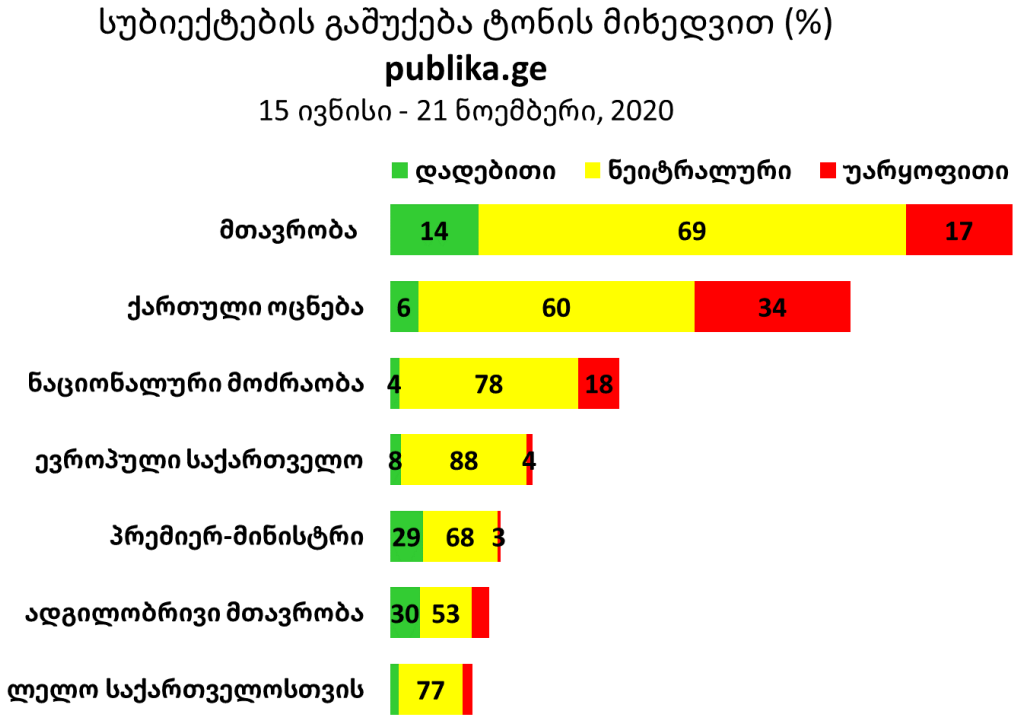
publika.ge

საარჩევნო პერიოდში publika.ge მიუკერძოებლად და ჟურნალისტური სტანდარტების დაცვით აშუქებდა ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებს.

publika.ge-ზე არ შეინიშნებოდა განსაკუთრებულად დადებითი ან უარყოფითი განწყობები რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ. უარყოფითი ტონის ყველაზე მაღალი პროცენტული მაჩვენებლები „ქართული ოცნების“ (34%), „პატრიოტთა ალიანსისა“ (33%) და ექს-პრეზიენდტ მიხეილ სააკაშვილის (22%) გაშუქებისას გამოვლინდა.

წინასაარჩევნო პერიოდში publika.ge-ზე აქტიურად და მიუკერძოებლად შუქდებოდა სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენელთა წინასაარჩევნო შეხვედრები, სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებული ხედვები და საარჩევნო პროგრამები. გამოცემამ მკითხველს შესთავაზა სიღრმისეული ინტერვიუები პოლიტიკური პარტიების წარმომადგენლებთან. publika.ge-ზე აქტიურად და მიუკერძოებლად გაშუქდა არჩევნების პროცესი და არჩევნების მეორე ტურის პერიოდში განვითარებული მოვლენები.

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საარჩევნო პერიოდში publika.ge აქტიურად და მიუკერძოებლად აშუქებდა ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენებს. აღსანიშნავია, რომ publika.ge სარეკლამო მასალების გამიჯვნის სტანდარტების შესაბამისად, ნებისმიერი მკითხველისთვის მარტივად და გასაგებად უთითებდა კომერციული ხელშეკრულების ფარგლებში მომზადებულ სტატიებს.



radiotavisupleba.ge

მონიტორინგის პერიოდში radiotavisupleba.ge გამოირჩეოდა საკითხების კრიტიკული და სიღრმისეული ანალიზით. ვებგვერდზე მაღალ დონეზე იყო დაცული ჟურნალისტური სტანდარტები.

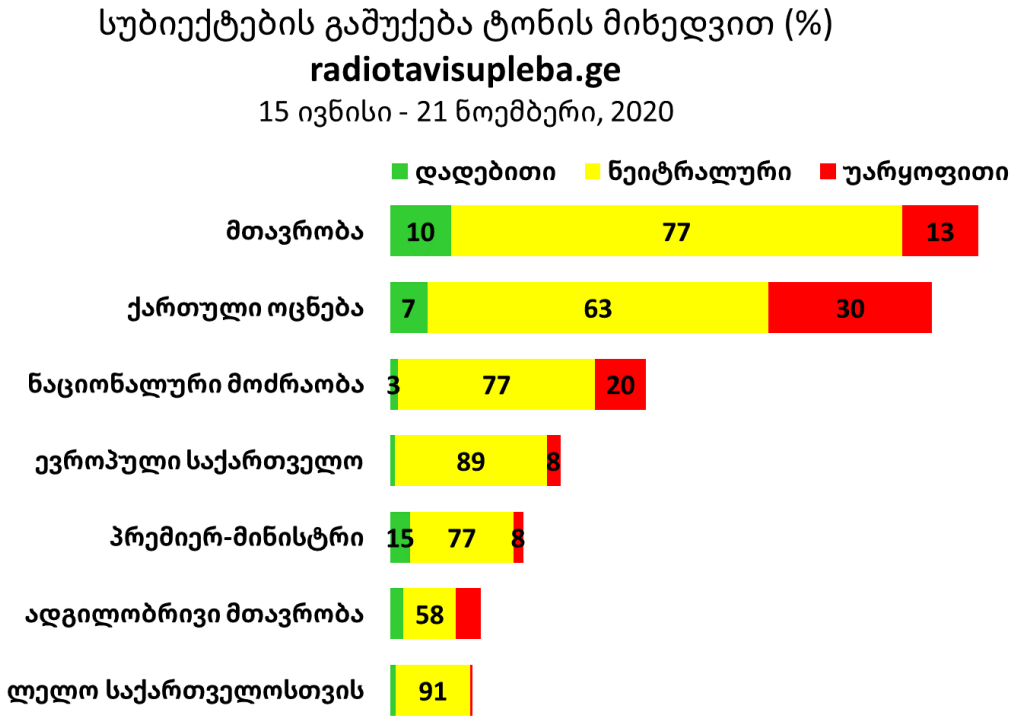
radiotavisupleba.ge-ზე არ შეინიშნებოდა განსაკუთრებულად დადებითი ან უარყოფითი განწყობები რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ. უარყოფითი ტონის ყველაზე მაღალი პროცენტული მაჩვენებლები „ქართული ოცნების“ (30%), „პატიოტთა ალიანსის“ (27%), ექს-პრეზიდენტ მიხეილ სააკაშვილისა (22%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ (20%) გაშუქებისას გამოვლინდა.

წინასაარჩევნო პერიოდში radiotavisupleba.ge აქტიურად აშუქებდა სხვადასხვა პარტიის საარჩევნო პროგრამებსა და ხედვებს ცალკეულ საკითხებთან დაკავშირებით. ვებგვერდზე მიუკერძოებლად გაშუქდა როგორც პოლიტიკურ პარტიათა წინასაარჩევნო საქმიანობა,

ასევე არჩევნების პროცესი და ხმების დათვლის შემდეგ განვითარებული მოვლენები. radiotavisupleba.ge-მ არაერთი ვრცელი სტატია მიუძღვნა არჩევნების შემაჯამებელ ოქმებში არსებულ ხარვეზებს, რომლებშიც თავმოყრილი იყო სხვადასხვა მხარის მოსაზრებები აღნიშნულ ხარვეზებთან დაკავშირებით.

მონიტორინგის პერიოდში შეგვხვდა უზუსტობის ჩასწორების სტანდარტის ჯეროვნად დაცვის შემთხვევაც; სტატიებს „ავტობუსები ჭავჭავაძეზე 3 ღამის განმავლობაში სატესტო რეჟიმში იმოძრავებენ“ (29 ივლისი) და „ქობულეთში „საქართველოს ბანკის“ კონტრაქტორი კომპანიის წარმომადგენელი გაძარცვეს“ ერთვოდა რედაქციის განმარტებები, რომ ფაქტების გადამოწმების შედეგად სტატიებში შეტანილი იქნა ცვლილებები.

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ radiotavisupleba.ge-მ მიუკერძოებლად და სიღრმისეულად გააშუქა ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენები საარჩევნო პერიოდში. radiotavisupleba.ge მკითხველს სთავაზობდა სანდო და ამომწურავ ინფორმაციას როგორც მიმდინარე წინასაარჩევნო პერიოდის, ასევე არჩევნების პროცესისა და მეორე ტურის პერიოდში განვითარებული მოვლენების შესახებ.



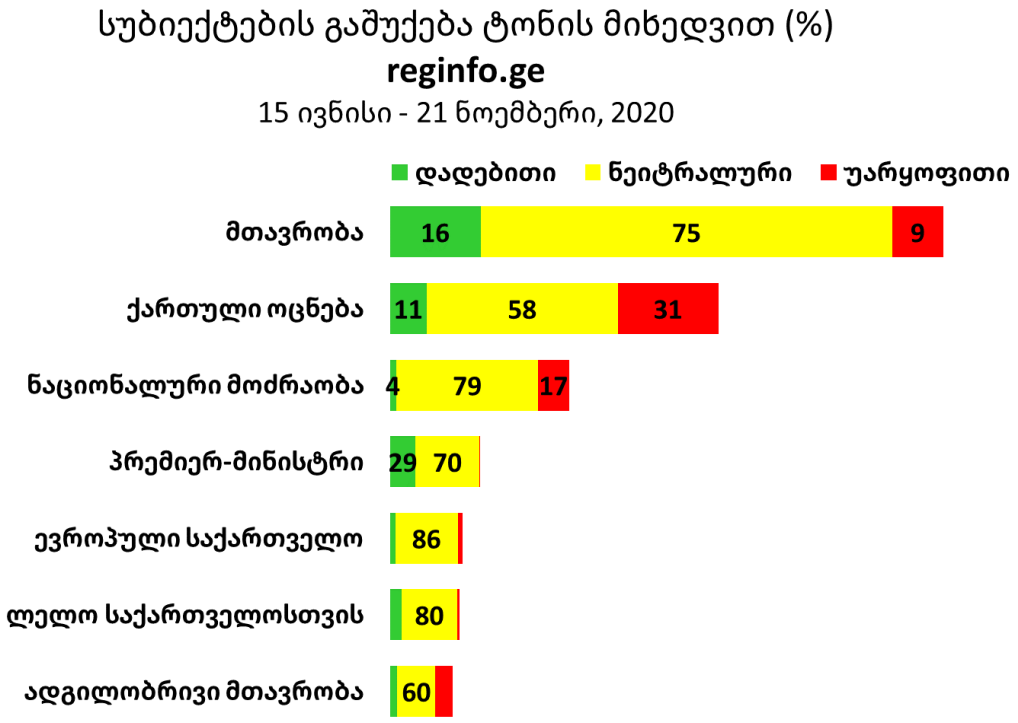
reginfo.ge

reginfo.ge, როგორც რეგიონებზე ფოკუსირებული მედია, საარჩევნო პერიოდში მეტ ყურადღებას უთმობდა საქართველოს რეგიონებში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებს. ვებგვერდზე დაცული იყო ჟურნალისტური სტანდარტები.

reginfo.ge-ზე არ შეინიშნებოდა განსაკუთრებულად დადებითი ან უარყოფითი განწყობები რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ. უარყოფითი ტონის მაღალი მაჩვენებლები გამოვლინდა „ქართული ოცნების“ (31%), „პატრიოტთა ალიანსისა“ (26%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ (17%) გაშუქებისას.

წინასაარჩევნო პერიოდში პოლიტიკოსთა და პოლიტიკურ პარტიათა აქტივობები შუქდებოდა ობიექტურად და მიუკერძოებლად. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ reginfo.ge-ზე ნაკლები სიხშირით შუქდებოდა პარტიათა საარჩევნო პროგრამები და მეტი ყურადღება ეთმობოდა რეგიონებში მაჟორიტარი კანდიდატების სამეწარმეო თუ პოლიტიკური საქმიანობის ან მათი დაპირებების შესახებ ცნობების გამოქვეყნებას.

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ reginfo.ge საარჩევნო პერიოდში მიუკერძოებლად აშუქებდა ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენებს.



sknews.ge

sknews.ge უმეტესად აშუქებდა სამცხე-ჯავახეთის რეგიონში მიმდინარე მოვლენებს. ვებგვერდზე მაღალ დონეზე იყო დაცული ჟურნალისტური სტანდარტები.

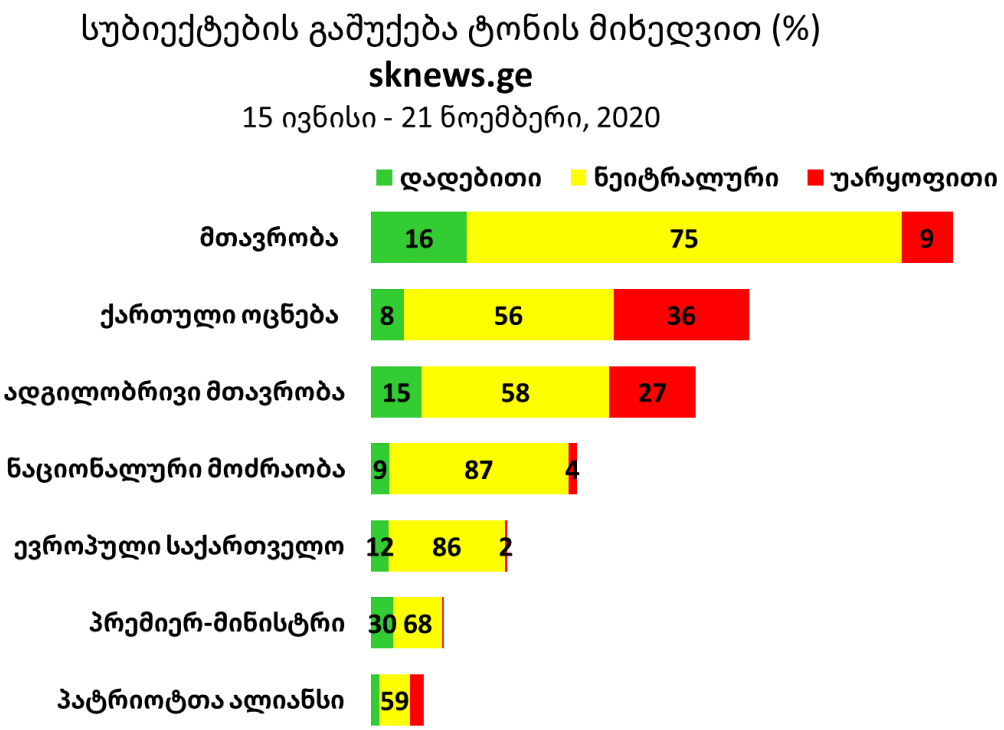
sknews.ge-ზე არ შეინიშნებოდა განსაკუთრებულად დადებითი ან უარყოფით განწყობები რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ. უარყოფითი ტონის მაღალი მაჩვენებლები გამოვლინდა „ქართული ოცნების“ (36%), ადგილობრივი მთავრობისა (27%) და „პატრიოტთა ალიანსის“ (26%) გაშუქებისას.

მონიტორინგის პერიოდში sknews.ge გამოირჩეოდა საკითხების სიღრმისეული და მრავალმხრივი გაშუქებით. სტატიებში უმეტესად სათანადოდ იყო დაცული ინფორმაციის წყაროთა ბალანსი. ვებგვერდი აქტიურად აშუქებდა ადგილობრივი მოსახლეობის პრობლემებს და ამ ტიპის სტატიებში წარმოდგენილი იყო როგორც ადგილობრივი მოსახლეობის, ასევე პასუხისმგებელ პირთა პოზიციები.

წინასაარჩევნო პერიოდში sknews.ge-ზე ობიექტურად და მიუკერძოებლად შუქდებოდა სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიის წინასაარჩევნო შეხვედრები, სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებული ხედვები და საარჩევნო პროგრამები,მასალები ხმების დათვლის, არჩევნების შედეგებსა და მეორე ტურის პერიოდში განვითარებულ მოვლენებთან დაკავშირებით.

მონიტორინგისთვის შერჩეული ვებგვერდების უმრავლესობისგან განსხვავებით, sknews.ge მაღალ დონეზე იცავდა კვლევების გაშუქების სტანდარტს. მაგალითად, „საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს“ მიერ მომზადებულ კვლევას ახალციხის დეპუტატების მიერ არასრულად შევსებული დეკლარაციების შესახებ sknews.ge-მ ცალკე სტატია დაუთმო თავად კვლევაში ნახსენები დეპუტატების განმარტებებს („რა პასუხი აქვთ ახალციხელ დეპუტატებს არასრულად შევსებულ დეკლარაციებზე“, 20 ივლისი).

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საარჩევნო პერიოდში sknews.ge მიუკერძოებლად აშუქებდა ქვეყანაში, განსაკუთრებით სამცხე-ჯავახეთის რეგიონში, მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებს. აღსანიშნავია, რომ sknews.ge სარეკლამო მასალების გამიჯვნის სტანდარტების შესაბამისად, ნებისმიერი მკითხველისთვის გასაგებად უთითებდა კომერციული ხელშეკრულების ფარგლებში მომზადებულ სტატიებს.



sputnik-georgia.com

საარჩევნო პერიოდში sputnik-georgia.com ძირითადად დაკავებული იყო მმართველი გუნდის დადებითად წარმოჩენის მცდელობით. პრაქტიკულად ყველა საკითხი შუქდებოდა ხელისუფლების მიმართ დადებით ტონში.

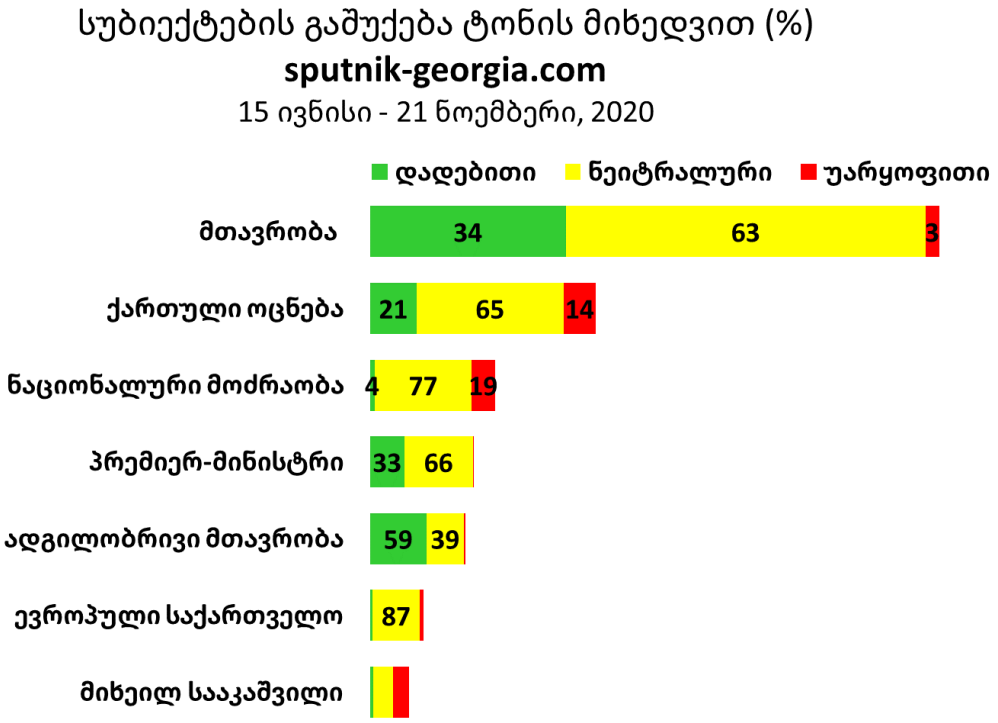
sputnik-georgia.com-ზე დადებითი ტონის ყველაზე მაღალი მაჩვნებლები ადგილობრივი მთავრობების (59%), ცენტრალური მთავრობისა (34%) და პრემიერ-მინისტრის (33%) გაშუქებისას გამოვლინდა. უარყოფითი ტონის ყველაზე მაღალი მაჩვენებლები კი ექს-პრეზიენდტ მიხეილ სააკაშვილსა (41%) და „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას“ (19%) ერგოთ.

sputnik-georgia.com-ზე ხშირად გვხვდებოდა სტატიები, რომლებშიც მთავრობის წარმომადგენელთა თუ სხვადასხვა სახელმწიფო სტრუქტურათა განცხადებები წარმოდგენილი იყო როგორც დადასტურებული ფაქტები და არჩანდა ჟურნალისტთა მხრიდან დამატებითი ინფორმაციის მოძიებისა და საკითხების თუნდაც ოდნავ სიღრმისეულად გაშუქების რაიმე მცდელობა (მაგალითად, სტატიებში „მეტი კრედიტი, მეტი დახმარება: საქართველოში ბიზნესის კეთება მარტივდება“, 25 ივნისი, 2020; „მიმზიდველი პირობები: რას სთავაზობენ უცხოურ კომპანიებს საქართველოში“, 24 ივნისი, 2020; „ქართული ატამი და ვაშლატამა ექსპორტზე: სად და რამდენი გაიტანეს“, 3 აგვისტო, 2020).

წინასაარჩევნო პერიოდში მმართველი პარტიის მიმართ ცალსახად დადებითი განწყობა გამოიხატებოდა საზოგადოებრივი აზრის კვლევების გაშუქებაში. ასეთი სტატიები ქვეყნდებოდა შემდეგი სათაურებით: „Survation: "ქართული ოცნება" წინასაარჩევნო რეიტინგის ლიდერია" (10 სექტემბერი); „Gorbi: გამოკითხულთა ნახევარი ფსონს „ქართულ ოცნებაზე" აკეთებს" (13 სექტემბერი); „ახალი გამოკითხვა: „ქართული ოცნება" კიდევ ექვს მაჟორიტარულ ოლქში იმაჯვებს" (1 ოქტომბერი).

sputnik-georgia.com არ აშუქებდა ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა საარჩევნო პროგრამებსა და ხედვებს სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებით და უშუალოდ არჩევნების წინა დღეებშიც განსაკუთრებულად აქტიურად აქვეყნებდა მხოლოდ ხელისუფლების საქმიანობის დადებითად წარმომჩენ სტატიებს (მაგალითად, არჩევნების წინა დღეებში გამოქვეყნდა სტატიები „ბაკურიანში სამი ახალი საბაგირო რეკორდულ დროში აიგო", 21 ოქტომბერი; „რას ვსუნთქავთ: ჰაერი რუსთავში ორ წელიწადში უფრო სუფთა გახდება", 22 ოქტომბერი; „მალე თბილისი-საგარეჯოს ჩქაროსნული მაგისტრალის მშენებლობა დაიწყება", 23 ოქტომბერი; „საქართველოს სოფლების გაზიფიკაცია გაგრძელდება", 27 ოქტომბერი).

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საარჩევნო პერიოდში sputnik-georgia.com-ის მიზანი იყო არა საზოგადოების ინფორმირება ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების შესახებ, არამედ მმართველი პარტიის მიმართ დადებითი განწყობების შექმნა-გაძლიერება.



tabula.ge

მონიტორინგის პერიოდში tabula.ge გამოირჩეოდა ხელისუფლების მიმართ კრიტიკული დამოკიდებულებით. ვებგვერდზე გამოქვეყნებულ სტატიებში დაცული იყო ჟურნალისტური სტანდარტები, თუმცა ხშირად გვხვდებოდა ფოტომანიპულაციის შემთხვევები.

tabula.ge-ზე უარყოფითი ტონის მაღალი მაჩვენებლები გამოვლინდა „ქართული ოცნების“ (43%), „პატრიოტთა ალიანსის“ (43%), ექს-პრეზიდენტ მიხეილ სააკაშვილისა (27%) და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ (19%) გაშუქებისას.

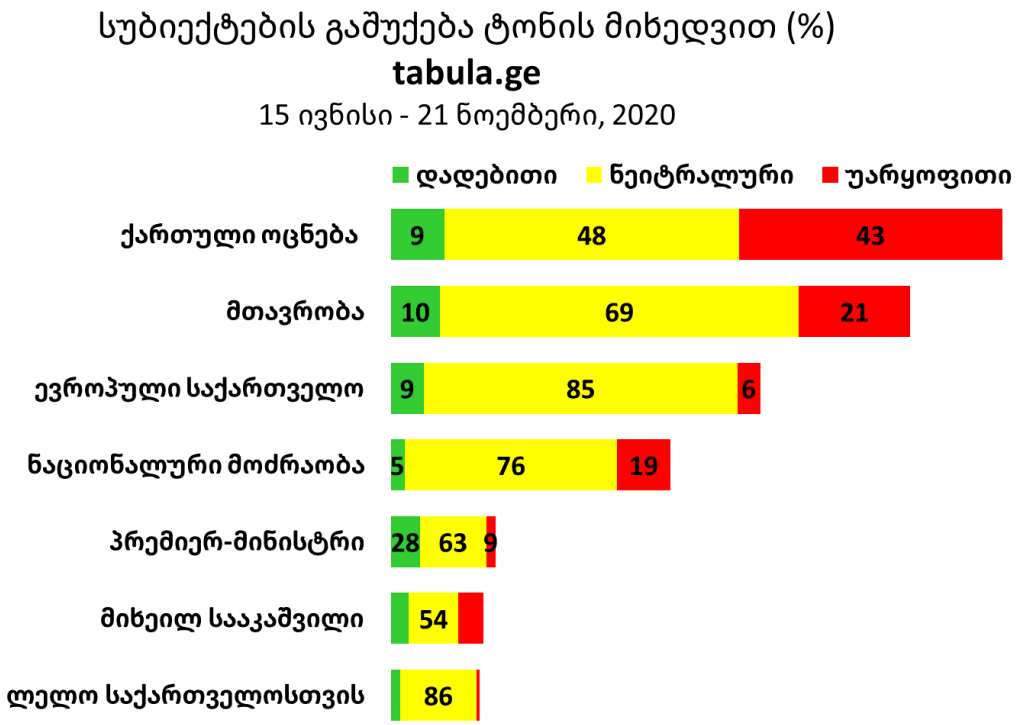
საგულისხმოა ის ფაქტი, რომ მონიტორინგის პერიოდში tabula.ge-ს დამფუძნებელი და მთავარი რედაქტორი, მისი განცხადების მიხედვით, სამი თვით გამოეთიშა სარედაქციო საქმიანობას, რათა ჩართულიყო „ევროპული საქართველოს“ წინასაარჩევნო კამპანიაში. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ამ ფაქტს საგრძნობი გავლენა არ მოუხდენია tabula.ge-ს სარედაქციო პოლიტიკაზე და მონიტორინგის შედეგად არ გამოვლენილა დადებითი ტონის მაღალი მაჩვენებლები ამ პარტიის გაშუქებისას.

წინასაარჩევნო პერიოდში tabula.ge აქტიურად და მიუკერძოებლად აშუქებდა პოლიტიკური პარტიის საარჩევნო პროგრამებსა და ხედვებს სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებით. თუმცა, აღსანიშნავია, რომ „ქართული ოცნების“ ლიდერთა განცხადებების შესახებ მომზადებულ სტატიებს ძალიან ხშირად ერთვოდა ისეთი რაკურსით გადაღებული ფოტოსურათები, რომლებზეც ისინი არაადეკვატურად, სასაცილოდ ან დაკნინებულად გამოიყურებოდნენ.

tabula.ge აქტიურად აშუქებდა არჩევნების პროცესს, ხმების დათვლის პროცედურებთან დაკავშირებულ საკითხებსა და არჩევნების მეორე ტურის პერიოდში განვითარებულ მოვლენებს. ოპოზიციის ბოიკოტთან და არჩევნების შედეგების სანდოობასთან დაკავშირებით რედაქციის გამოკვეთილი პოზიცია გამოვლინდა იმ გარემოებაში, რომ tabula.ge-მ არ გააშუქა არჩევნების მეორე ტური და ამ დღეს გამოქვეყნებულ, არჩევნების თემასთან დაკავშირებულ, სტატიებს დასასრულს ურთავდა რედაქციის განმარტებას - „ტაბულა მეორე ტურს ფარსად მიიჩნევს და არ აშუქებს“.

მონიტორინგის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საარჩევნო პერიოდში tabula.ge, ერთი მხრივ, ცდილობდა ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების მიუკერძოებლად, ჟურნალისტური სტანდარტების დაცვით გაშუქებას, ხოლო, მეორე მხრივ, ვებგვერდზე შეინიშნებოდა გამოკვეთილად უარყოფითი პოზიცია მმართველი გუნდის მიმართ, რაც, ხშირ შემთხვევებში, გამოიხატებოდა ფოტომანიპულაციებშიც.

აღსანიშნავია, რომ tabula.ge სარეკლამო მასალების გამიჯვნის სტანდარტების შესაბამისად, ნებისმიერი მკითხველისთვის მარტივად გასაგებად უთითებდა კომერციული ხელშეკრულების ფარგლებში მომზადებულ სტატიებს.



გენდერული სტერეოტიპები ონლაინ მედიაში

2020 წლის საარჩევნო მონიტორინგის პერიოდში განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო იმაზე დაკვირვებას, თუ რამდენად იცავენ ქართული ონლაინ მედიასაშუალებები პოლიტიკოსთა თუ საზოგადოებისთვის ცნობილ სხვა პირთა მიერ გენდერული ნიშნით დისკრიმინაციისა თუ გენდერული სტერეოტიპების შემცველი განცხადებების გაშუქებას.

მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა, რომ ონლაინ მედიაში პრობლემას წარმოადგენს გენდერული სტერეოტიპების შემცველი თუ სექსისტური განცხადებების გაშუქების სტანდარტის ხშირი უგულებელყოფა, რაც გამოიხატება იმაში, რომ ვებგვერდების უმრავლესობა ასეთ განცხადებებს აქვეყნებს უცვლელად, შესაბამისი სარედაქციო კომენტარებისა თუ სხვა შეფასებების გარეშე, რაც ახალისებს გენდერული ნიშნით დისკრიმინაციას მედიის მხრიდან.

მაგალითები:

- ალექსანდრე ელისაშვილის ოპონენტისადმი მიმართვა, რომელიც გაჯერებული იყო გენდერული სტერეოტიპებით, ambebi.ge-მ არა მხოლოდ გააშუქა, არამედ სტატიის სათაურადაც გამოიტანა -„რაო გიგა, ყველა შენ დაკრულზე ვერ აცეკვე და ორღობის დედაკაცივით წყევლაზე გადახვედი ამხელა „პოლიტიკოსი კაცი“?! - ელისაშვილი ბოკერიას პასუხობს“ (24 ივნისი, 2020). ასევე, სათაურად გამოიტანა ambebi.ge-მ ირაკლი კობახიძის განცხადება „ნიკანორ მელიამ განაცხადა, თითქოს დავუკავშირდით ოპოზიციას - ეს არის სიცრუე, მან თქვა ტყული, რაც არ არის კაცისთვის შესაქები საქციელი“ (8 ნოემბერი).

- ოპოზიციონერი დეპუტატი ქალების გენდერული ნიშნით დისკრიმინაციას ემსახურებოდა kvira.ge-ის მიერ გამოქვეყნებული კომენტარები, რომლებშიც უმრავლესობის დეპუტატი მიხეილ ყაველაშვილი აცხადებდა: “ოჯახის ქალი ბრძანდებით და შვილები გყავთ, არ გრცხვენიათ, რაც გააკეთეთ?” დეპუტატმა ადა მარშანიამ კი დეპუტატ სალომე სამადაშვილისადმი მიმართვაში მის გარეგნობაზე გააკეთა აქცენტი: “ძალიან ლამაზი ვარცხნილობა გაქვს დღეს დაყენებული, ეტყობა, გამოსასვლელად ემზადებოდით ამ მგზნებარე სიტყვის სათქმელად. ტელევიზიები დაგესეოდნენ და ამიტომ განსაკუთრებულად მოემზადეთ. გულწრფელ კომპლიმენტს გეუბნებით, მაღალი სტანდარტის ვარცხნილობა გაქვთ, მაგრამ არავითარი მორალური და ზნეობრივი უფლება არ გაქვთ ადამიანის უფლებებზე ისაუბროთ და პლიტპატიმრებზე საერთოდ ხმა არ გაქვთ ამოსაღები“.

- მიხეილ სააკაშვილის მხრიდან მინისტრ თეა წულუკიანზე გენდერული ნიშნით თავდასხმა უაპელაციოდ გამოაქვეყნა tabula.ge-მ არა მხოლოდ სათაურში, არამედ ნიუსის ტექსტშიც: მიხეილ სააკაშვილმა თეა წულუკიანს “მახინჯი” უწოდა.

- შალვა ნათელაშვილის სექსისტური, მიზოგინური და გენდერული ნიშნით მადისკრიმინირებელი განცხადება უცვლელად გამოაქვეყნა primetime.ge-მ. შალვა ნათელაშვილი, „დედალ ქოცებად“ მოიხსენიებდა ახალგაზრდა სამოქალაქო აქტივისტებს, რომლებმაც მას სახალხო დამცველთან უჩივლეს ქალთა მიმართ დისკრიმინაციის ფაქტის დასადგენად. ნათელაშვილი “გაურკვეველი წარმოშობის, ე.წ სახალხო დამცველად” მოიხსენიებს ნინო ლომჯარიას და მის (ქალის) კარიერულ წინსვლას მამის (კაცის) გავლენებს უკავშირებს. გარდა ამისა, ნათელაშვილი აკრიტიკებს კანონპროექტს, რომლითაც სისხლის სამართლის კოდექსში გაუპატიურების მუხლს პარტნიორის თანხმობის გარეშე სქესობრივი კავშირის დამყარება დაემატება და ის შეეხება ქორწინებით დაკავშირებულ პარტნიორებსაც. ნათელაშვილის თქმით, ეს ნორმა ქალებს გაუპატიურების დანაშაულის “შეთხზვის” შესაძლებლობას მისცემს, რომ კაცები ქორწინებაზე აიძულონ, რაც არის მიზოგინური მსჯელობა და ემსახურება არასწორი სტერეოტიპების გამყარებას.

- mpn.ge-მ 26 ივლისს გამოაქვეყნა სტატია „მე პოლიტიკიდან საერთოდ გამოვიყვანდი ყველა ქართველ ქალს - საქართველო ჩემთვის გახდა უზრდელობის პარადი“, რომელშიც წარმოდგენილი იყო რეჟისორ რობერტ სტურუას სექსისტური და მიზოგინური

განცხადება: „მე ყველაზე ძალიან მიშლის ნერვებს ქართველი ქალი. მე პოლიტიკიდან საერთოდ გამოვიყვანდი ყველა ქართველ ქალს. მერე იგინებიან, მერე ილანძღებიან, რაღაც უმსგავსოებასთან გვაქვს საქმე“.

- ambebi.ge-მ „ქართული ოცნების“ მიერ მაჟორიტარობის ქალი კანდიდატის წარდგენის შესახებ მომზადებული სტატიისთვის შეარჩია სათაური „4 შვილი და საჯარო მოხელეობის გამოცდილება - ვინ არის ერთადერთი ქალი „ქართული ოცნების“ მაჟორიტართა სიაში?“ (20 ივლისი, 2020).

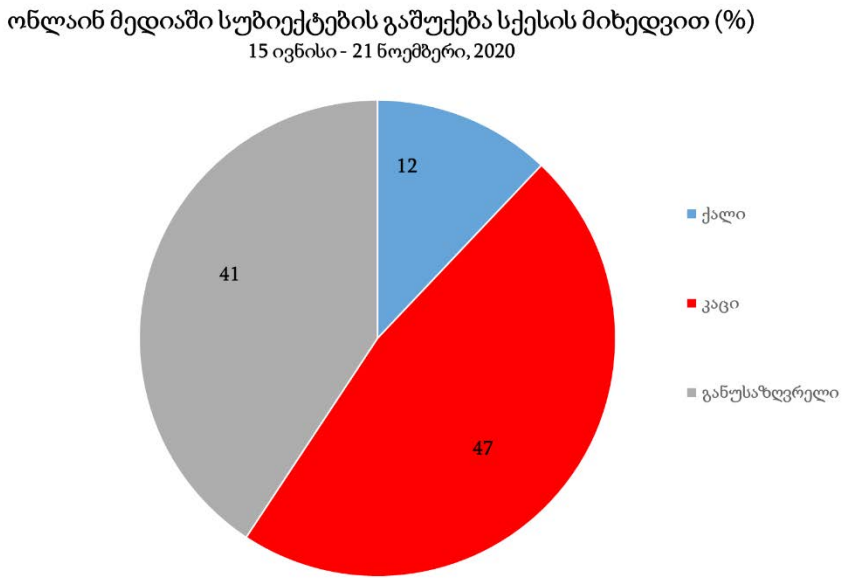
- მმართველი პარტიის კონსულტანტის ლაშა ნაცვლიშვილის სექსისტური და გენდერული სტერეოტიპებით გაჯერებული განცხადებები უცვლელად და უკომენტაროდ გამოაქვეყნეს გამოცემებმა: kvira.ge, mpn.ge, primetime.ge. აღნიშნული გამოცემების მიერ გავრცელებულ ციტატებში ლაშა ნაცვლიშვილი ოპოზიციის ერთ-ერთ წარმომადგენელს “მიტოვებული ქალებისთვის დამახასიათებელი შურისძიების დაუძლეველი ვნებით აღსავსეს” უწოდებს, რაც აღვივებს გენდერულ სტერეოტიპს, რომ შურისძიება “მიტოვებული ქალების” დამახასიათებელი შტრიხია, მაშინ როცა ქალთა მიმართ ჩადენილი დანაშაულების სტატისტიკა ცხადყოფს, რომ სწორედ კაცების შურისძიების შედეგია ფემიციდის გახშირებული შემთხვევები საქართველოში. ნაცვლიშვილის შეფასებით, “ძალაუფლება სასურველ, მაგრამ ჭირვეულ ქალს ჰგავს, რომელსაც პირადად, უშუალოდ, ფიზიკურად უნდა დაეუფლო. უნდა მიხვიდე და აიღო”. ამ განცხადებით ხდება ქალის სექსუალიზება, ობიექტივიზაცია, რომელსაც უნდა დაუფლოს ამ შემთხვევაში მამაკაცი პოლიტიკოსი (მიხეილ სააკაშვილი). ნაცვლიშვილი ოპონენტების ლანძღვისთვის იყენებს ეპითეტებს, რომლებითაც ქალებს აკავშირებს სექსთან და სექსმომსაურებასთან: “ჩვენი პროგრესისტი ინტელექტუალების სახელოვანი კოჰორტა. თან ურცხვად იმეორებენ, „წითელი ინტელიგენცია” სერვილური იყოო, ეს მართლა მიშას „აბსლუგა” და ათშაურიანი „ესკორტის გოგონები”.

  მეორე მხრივ, გვხვდებოდა შემთხვევები, როდესაც ონლაინ გამოცემები ცდილობდნენ და ახერხებდნენ, ჟურნალისტური სტანდარტების შესაბამისად გაეშუქებინათ პოლიტიკოსთა მიერ გენდერული სტერეოტიპებისა და დისკრიმინაციის შემცველი განცხადებების გაჟღერება.

მაგალითად:

- netgazeti.ge-მ, new.on.ge-მ, ambebi.ge-მ ცალკე სტატიები დაუთმეს ექს-პრეზიდენტ მიხეილ სააკაშვილის მიერ მინისტრ თეა წულუკიანის შეურაცხყოფას. სტატიებში „სააკაშვილმა წულუკიანს მახინჯი უწოდა, რაც გენდერული ნიშნით დავდასხმად შეაფასეს“ (net-gazeti.ge, 18 აგვისტო, 2020), მიხეილ სააკაშვილმა თეა წულუკიანი შეურაცხმყოფლად მოიხსენია (news.on.ge, 18 აგვისტო, 2020) და „მიხეილ სააკაშვილმა თეა წულუკიანს „მახინჯი“ უწოდა - ექსპრეზიდენტს სოციალურ ქსელში მწვავედ აკრიტიკებენ“ (ambebi.ge, 18 აგვისტო, 2020) წარმოდგენილი იყო შეფასებები იმის შესახებ თუ რატომ აღმოჩნდა ექსპრეზიდენტის განცხადება დისკრიმინაციული და მიუღებელი.

- news.on.ge-მ სტატიაში - პოლიტიკა ქალებს ნაკლებად აინტერესებთ, ამ საქმიანობას მეტი გამბედაობა სჭირდება — ხვიჩია დასაწყისშივე მიუთითა, რომ "გირჩის" ერთ-ერთმა ლიდერმა იაგო ხვიჩიამ სექსისტური განცხადება გააკეთა.
- tabula.ge-მ გამოაქვეყნა სტატია „შალვა ნათელაშვილმა ქალი კანდიდატები „გემრიელ ლუკმად "წარადგინა"(26 სექტემბერი), რომელშიც რედაქციამ აღნიშნა, რომ „ლეიბორისტული პარტიის" ლიდერის მიერ ქალი კანდიდატების „გემრიელ ლუკმად" და „ულამაზეს ლუკმად" წარდგენა კრიტიკოსებმა სექსიზმად შეაფასეს.
- netgazeti.ge-მ, reginfo.ge-მ და publika.ge-მ ირაკლი კობახიძის მხრიდან ნიკა გვარამიას მიმართ ნათქვამი „ქალაჩუნა" სექსისტურ განცხადებად მოიხსენიეს.



დასკვნა

მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა, რომ ონლაინ მედიაში უმწვავეს პრობლემას წარმოადგენს სარეკლამო და სარედაქციო მასალების არასათანადო გამიჯვნა. ვებგვერდების დიდი ნაწილის მკითხველს არ ეძლევა საშუალება, რომ გაარჩიოს რომელი სტატიები წარმოადგენს დამოუკიდებელ ჟურნალისტურ ნამუშევარს, ხოლო რომლები სახელმწიფო სტრუქტურებისა თუ პოლიტიკური პარტიების PR კამპანიას. სარეკლამო მასალების შესაბამისი მინიშნების გარეშე სისტემატური გამოქვეყნება ახალი ამბების კატეგორიაში კი ეჭვქვეშ აყენებს თავად ამ მედიასაშუალებების როლს, ვინაიდან, ხშირ შემთხვევებში, ბუნდოვანი ხდება ზღვარი ჟურნალისტიკასა და PR მომსახურებას შორის.

ონლაინ მედიაში მწვავე გამოწვევად რჩება ასევე საკითხების ზედაპირული გაშუქება. მართალია, მონიტორინგისთვის შერჩეული რამდენიმე მედიასაშუალება ცდილობდა და ახერხებდა საკითხების სიღრმისეულ და მრავალმხრივ ანალიზს, მაგრამ რეიტინგული ვებგვერდების დიდი ნაწილი მხოლოდ ზედაპირული გაშუქებით შემოიფარგლებოდა. ამ გარემოების გამო კი ხშირად გვხვდება ინფორმაციის წყაროთა გონივრული ბალანსის დაცვით გაშუქების პრობლემა. ხშირად გვხვდება პოლიტიკოსთა თუ საზოგადოებისთვის ცნობილ სხვა პირთა მხრიდან კონკრეტულ პირთა მიმართ კონკრეტული ბრალდებების გაჟღერება და ასეთ სტატიებში არ ჩანს ჟურნალისტთა მცდელობა, რომ მოიძიონ დამატებითი მტკიცებულებები ამ ბრალდებებთან დაკავშირებით ან მკითხველს გააცნონ თავად ბრალდებულ მხარეთა მოსაზრებები. შედეგად, მკითხველი ხშირ შემთხვევებში ასეთ ბრალდებებს ეცნობა ცალმხრივად და რაიმე სახის გადამოწმების გარეშე.

ონლაინ მედიაში მონიტორინგის პერიოდში არ შეინიშნებოდა მწვავე პოლიტიკური პოლარიზაცია. მართალია რამდენიმე ვებგვერდზე ცალსახად შეინიშნებოდა მმართველი გუნდის მხარდაჭერა და ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა დისკრედიტაციის მცდელობა, თუმცა, მეორე მხრივ, მონიტორინგისთვის შერჩეულ არც ერთ ვებგვერდზე არ გამოვლენილა ცალსახად დადებითი განწყობა რომელიმე ოპოზიციური პოლიტიკური პარტიის მიმართ.

წინასაარჩევნო პერიოდში პოლიტიკოსთა წინასაარჩევნო საქმიანობა, საარჩევნო პროგრამები და ხედვები კონრეტულ საკითხებთან დაკავშირებით საკმაოდ აქტიურად და მიუკერძოებლად შუქდებოდა ვებგვერდების დიდ ნაწილში. შერჩეულ მედიასაშუალებათა მცირე ნაწილი კი, კერძოდ, 13-დან 4 ვებგვერდი, კვლავ უმეტესად მმართველი გუნდის დადებითად წარმოჩენის მცდელობით იყო დაკავებული.

წინასაარჩევნო პერიოდში COVID 19-ის პანდემიით გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისის აღმოფხვრის სამთავრობო გეგმის გაშუქება აისახა იმაში, რომ მონიტორინგისთვის შერჩეულ ყველა ვებგვერდზე ჭარბობდა დადებითი ტონის პროცენტული მაჩვენებლები პრემიერ-მინისტრის გაშუქებისას; ისეთ ვებგვერდებზეც კი, რომლებიც გამოირჩეოდნენ განსაკუთრებულად კრიტიკული დამოკიდებულებით სახელისუფლებო გუნდის მიმართ. ეს გარემოება განაპირობა იმან, რომ სამთავრობო ფინანსური დახმარებების შესახებ საზოგადოებას ინფორმაცია ეწოდებოდა პრემიერ-მინისტრის მხრიდან, რაც შესაბამისად აისახა მედიაში მის დადებით გაშუქებაზე.

მონიტორინგის პირველ პერიოდთან შედარებით, მომდევნო პერიოდებში შეინიშნებოდა ჟურნალისტური სტანდარტების დარღვევის შემთხვევების კლება ისეთ ვებგვერდებზე, რომლებიც ჩვეულებრივ ცდილობენ მაღალი ჟურნალისტური სტანდარტებით მუშაობას. ასეთ ვებგვერდებზე მონიტორინგის პირველ პერიოდში, გამონაკლისის სახით, გამოვლინდა რამდენიმე დარღვევა, თუმცა, მონიტორინგის მეორე პერიოდში ასეთი დარღვევების რაოდენობა საგრძნობლად შემცირდა. შემცირდა გენდერული სტერეოტიპებისა და სექ სისტური განცხადებების გავრცელების შემთხვევებიც.

იმედის მომცემია ის გარემოება, რომ გასულ წლებში ჩატარებული მონიტორინგის შედეგებთან შედარებით, 2020 წლის მედიამონიტორინგის პერიოდში აღმოჩნდა მეტი ვებგვერდი, რომელიც მიზნად ისახავს მაღალი ჟურნალისტური სტანდარტებით მუშაობას და საკითხების როგორც მიუკერძოებელ, ასევე სიღრმისეულ გაშუქებას. შესაბამისად, მრავალი პრობლემის მიუხედავად, 2020 წლის საარჩევნო პერიოდში საქართველოს მოსახლეობას ჰქონდა მეტი შესაძლებლობა, რომ ონლაინ მედიის მეშვეობით გაცნობოდა სანდო ინფორმაციას ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების შესახებ.