



MDF-ის მედიის საბრძანო გზამკვლევი

# ერჩევნების გაგუების სახელმძღვანელო ჟურნალისტებისთვის

ავტორი: შან მარი კოუტი, *Free Press Unlimited (FPU)*-ის ექსპერტი



Kingdom of the Netherlands



## წინასიტყვაობა

---

წინამდებარე სახელმძღვანელო Free Press Unlimited-ის (FPU) ექსპერტმა ჟან მარი კოუტმა მედიის განვითარების ფონდისთვის პროექტის „გამჭვირვალე და ანგარიშვალდებული მედია არჩევნებზე დემოკრატიული პრაქტიკის განმტკიცებისთვის“ ფარგლებში მოამზადა.

სახელმძღვანელო, რომლის გამოცემაც საქართველოში ნიდერლანდების საელჩოს მხარდაჭერით გახდა შესაძლებელი, დაეხმარება ჟურნალისტებს არჩევნების კვალიფიციურ გაშუქებაში, ასევე მედია სკოლების სტუდენტებს, საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაყრდნობით გაიმდიდრონ თავიანთი ცოდნა არჩევნების გაშუქების საკითხებზე.

შესავალი	4
I. მზადება არჩევნების გასაშუქებლად	5
1.1 ზოგადი ორგანიზება	6
1.2. სარედაქციო „საბრძოლო გეგმა“	6
1.3. სარედაქციო სამზადისი	7
II. როგორ მიაპყრო პოლიტიკოსების ყურადღება	8
საჯარო ინტერესის საკითხებზე	8
III. როგორ მოვიქცეთ კანდიდატებთან	9
3.1. იცოდეთ თამაშის წესები	9
3.2. ინტერვიუ	11
3.3. დებატები	12
IV. უპირატესობა, რომელიც ხელისუფლებას აქვს	13
4.1. პრეზიდენტის ზუსტი სტატუსი	13
4.2. მინისტრებისთვის	13
4.3. „ორმაგი როლები“	14
4.4. ცნობილი პირების საჯარო გამოსვლა და განცხადებები	15
4.5. პარადოქსული სიტუაციები	15
V. ჟურნალისტის როლი, რომელიც პოლიტიკური პარტიის წევრია	16
და ინტერესთა კონფლიქტის სხვა შემთხვევები	16
5.1. პროფესიული ვალდებულებები	16
5.2. ვალდებულებები საზოგადოების წინაშე	17
5.3. პატიოსნება და შეთქმულება	17
5.4. ტრანსპორტირება	18
5.5. ფასიანი რეკლამა	19
5.6. საჯარო და პირადი ცხოვრება	19
VI. ძირითადი პრინციპები, რომლებიც დაკავშირებულია	
სოციალური მედიის პროფესიული მიზნით, ინფორმაციის	
წყაროდ გამოყენებასთან და მანიპულირების თავიდან	
აცილებასთან	21
დანართები	23

არჩევნების პროცესში ჟურნალისტები საკვანძო ფუნქციას ასრულებენ. დემოკრატიულ პროცესში ისინი მთავარი მოთამაშეები არიან. მათი მისიაა, საზოგადოებას მიაწოდონ ინფორმაცია საარჩევნო პროცესთან დაკავშირებით; იმის შეახებ თუ რა დევს სასწორზე იმ კონტექსტში, რომლის ფარგლებშიც ტარდება არჩევნები; ასევე ინფორმაცია იმ კანდიდატებისა და პარტიების შესახებ, ვინც არჩევნებში მონაწილეობს.

ჟურნალისტებმა უნდა აჩვენონ პასუხისმგებლობის მაღალი გრძნობა. მათ თავი უნდა შეიკავონ საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირებისგან, ასევე თავად არ უნდა გახდნენ მანიპულირებადი. ამისათვის, მათ უნდა უზრუნველყონ ინფორმაციის ზედმიწევნით გადამოწმება. სხვადასხვა პარტიებსა და კანდიდატებს აზრის გამოთქმის საშუალება სამართლიანად და მიუკერძოებლად უნდა მისცენ, დასვან კითხვები პროგრამების, ძველი დაპირებებისა და განცხადებების შესახებ, იმის თაობაზე, თუ როგორ აპირებენ იმ საკითხების გადაჭრას, რომლებიც მოქალაქეთა ყოველდღიური წუხილის საგანია და ასევე მათ ძირითად სოციალურ არჩევანზე. მედიამ კანდიდატების სპიკერის როლი კი არ უნდა შეასრულოს, არამედ აღწეროს მათი პროგრამები, გაშიფროს მათი განცხადებები და ამომრჩეველს პროგრამის კონტექსტი შესთავაზოს, რათა მათ არჩევანის გაკეთება თავისუფლად, იმ ინფორმაციაზე დაყრდნობით შესძლონ, რომელიც მაქსიმალურად ობიექტური იქნება.

ეს სახელმძღვანელო არ არის ამომწურავი. ასეთ ვითარებაში პირადი გამოცდილება ფასდაუდებელია. თითოეულ ჟურნალისტს უნდა ესმოდეს პროფესიის ეთიკური და დეონტოლოგიური ვალდებულებები. თუმცა, სახელმძღვანელო მიზნად ისახავს მიმოიხილოს რამდენიმე წესი, რომელთაც საარჩევნო პერიოდში უნდა მივსდეთ. ის გთავა-

ზობთ კონკრეტულ გადაწყვეტას ცალკეული ვითარებისა, რომელშიც შესაძლოა ჟურნალისტი აღმოჩნდეს; როგორ შეიძლება ნებისმიერმა ჟურნალისტმა, რომლის მისია ინფორმირებაა, თავი აარიდოს ხაფანგს ამ უაღრესად მგრძნობიარე, თუმცა ამასთანავე მეტისმეტად საინტერესო პერიოდში.

## 1. მკადეზა არჩვენების გაცაშუქებლად

არჩევნების გაშუქება დელიკატური და კომპლექსური საქმეა. ამ საქმეში ჩაბმამდე მედია საშუალებებმა რეალურად უნდა შეაფასონ, აქვთ თუ არა შესაბამისი ადამიანური, ტექნიკური და ფინანსური რესურსები დასახული ამოცანის შესასრულებლად.

მედია საშუალებები მთლიანად არ უნდა იყვნენ დამოკიდებული პოლიტიკური პარტიების სარეკლამო მიზნით გაწეულ დაფინანსებაზე, არამედ უნდა გააჩნდეთ საკმარისი ფინანსები იმისათვის, რომ უზრუნველყონ პროცესის დამოუკიდებელი, ნეიტრალური და პლურალისტური გაშუქება.

მედია, რომელიც გადაწყვეტს არჩევნების გაშუქებას, საჭიროა დარეგისტრირდეს და დაეთანხმოს არსებულ წესებსა და კანონებს, რომლებიც მათ უფლება-მოვალეობებს არეგულირებს.

პრაქტიკული თვალსაზრისით, არჩევნების გაშუქება საარჩევნო კამპანიის დაწყებამდე რამდენიმე კვირით ადრე (მინიმუმ) მომზადებას გულისხმობს. ქვემოთ ჩამოთვლილია ის მთავარი ამოცანები, რომლებიც ძირითადი სამუშაოს მომზადებაში დაგეხმარებათ და საქმეს გაგიმართივებთ:

### 1.1. ზოგადი ორგანიზება:

- შეაფასეთ თქვენი ადამიანური, ტექნიკური და ფინანსური რესურსები;
- განიხილეთ საარჩევნო კანონმდებლობა და მედიის სამართლებრივი ვალდებულებები ჟურნალისტებთან ერთად;
- თქვენს გუნდთან ერთად განიხილეთ საარჩევნო პროცესი და განრიგი;
- გამოყავით ინდივიდუალური ჟურნალისტები თითოეული პარტიის გასაშუქებლად;
- გაგზავნეთ ან დაიქირავეთ კორესპონდენტები ძირითადი რეგიონების და ქალაქების გასაშუქებლად.
- თქვენი აქტივობები საარჩევნო პროცესის შესაბამისად დაგეგმეთ;
- დარეგისტრირდით, გაიარეთ აკრედიტაცია.

### 1.2. სარედაქციო „საბრძოლო გეგმა“

- მოახდინეთ თქვენი პროგრამების რეორგანიზება, შექმენით ახალი და არსებულის ადაპტირება მოახდინეთ;
- არჩევნებისთვის ახალი ანონსი და მუსიკალური ქუდი ჩაწერეთ;
- სოციალურ მედიაში თქვენი ვებ-გვერდის და ხილვადობის პოპულარიზაცია მოახდინეთ;
- ორგანიზება გაუკეთეთ თანამშრომლებთან, ჟურნალისტებთან და ტექნიკურ პერსონალთან რეგულარულ შეხვედრებს (მიმოიხილეთ პოლიტიკური აქტივობების დღის წესრიგი, თქვენი ადამიანური რესურსი და ტექნიკური საჭიროებები, თემები, რომლებიც უნდა გაშუქდეს, ახალი ამბები და პროგრამები, ფორმატი, ჟანრი და სხვ.)
- გამოყავით ჟურნალისტები, რომელიც გაზომავს პარტიებისთვის, კანდიდატებისა და მათი მხარდამჭერებისთვის ახალი ამბების პროგრამებსა და ჟურნალებში გამოყოფილ საეთერო დროს (სივრცეს).
- ჩაწერეთ ყველა გადაცემა, რომელიც საარჩევნო პერიოდში გავა და მათი ასლები შეინახეთ (არჩევნებიდან ერთი თვის განმავლობაში).

- განაახლეთ თქვენი საკონტაქტო ბაზა, მათ შორის: პოლიტიკოსების, პოლიტიკური პარტიების, ანალიტიკოსების, ეროვნული და საერთაშორისო დამკვირვებლების, ადმინისტრაციების, მთავრობის, მარეგულირებელი ორგანოების, არასამთავრობო ორგანიზაციების და ა.შ.
- დაამყარეთ სარედაქციო ურთიერთობები სხვა მედია საშუალებებთან.

### 1.3. სარედაქციო სამზადისი

წინასაარჩევნო კამპანიის პერიოდში წინასწარ შეგიძლიათ მოამზადოთ ნარკვევები, ჩაწეროთ ინტერვიუები ანალიტიკოსებთან, სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლებთან, შეაგროვოთ ინფორმაცია მოსახლეობის სხვადასხვა წარმომადგენლისგან, აჩვენოთ მათი საცხოვრებელი პირობები, მოლოდინები, მოსაზრებები.

- არჩევნები გააშუქეთ ისე, რომ მორგებული იყოს თქვენს აუდიტორიასა და მათ მოთხოვნებს (ახალგაზრდა მაცურებლისთვის: განათლება, დასაქმება, სტიპენდიები, გრანტები, თავისუფლება, კულტურა და ა.შ.).
- განმარტეთ ხმის მიცემის პროცესი და პროცედურები.
- განმარტეთ, რა დევს სასწორობე (მაგალითად, პარლამენტის როლი).
- დაწერეთ და გააშუქეთ არჩევნების ძირითადი პრობლემური საკითხები როგორც ქვეყნისთვის, ასევე მოქალაქეებისთვის, ადგილობრივ, რეგიონულ, ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე.
- შეახსენეთ საზოგადოებას წინა არჩევნების შედეგები და ამომრჩეველთა აქტივობის მაჩვენებელი.
- მიმოიხილეთ წამყვანი პარტიის საქმიანობა.
- მოამზადეთ პორტრეტები წამყვან კანდიდატებზე, გამოკვეთეთ მათი პოლიტიკური პლათფორმები, შეადარეთ პროგრამები სპეციფიური და კონკრეტული თემების მიხედვით და სხვა.
- გამოაქვეყნეთ მასალები უმცირესობების, ადამიანის უფლებების,

გენდერული თანასწორობის, გამოხატვის თავისუფლებისა და პრესის თავისუფლების შესახებ.

- მიეცით მოქალაქეებს შესაძლებლობა, დააფიქსირონ საკუთარი ხმა სამაუწყებლო ინტერაქტიული პროგრამების მეშვეობით.
- პოლიტიკური შეხვედრები ნეიტრალურად გააშუქეთ, განუმარტეთ ჟურნალისტს წესები, რომლებიც უნდა დაიცვან და ეთიკის ქარტი-აში და კოდექსებშია ასახული.
- გააშუქეთ, რა ხდება კამპანიის დროს სცენის მიღმა („ამბავი ამბავში“, კორუფციის, ამომრჩევლებზე ზეწოლის, მანიპულაციის შემთხვევები).
- მოიწვიეთ ყველა კანდიდატი ან მათი მხარდამჭერი, რომლებიც ინტერვიუების დროს განსხვავებულ მოსაზრებებს გამოხატავენ.
- უარი თქვით კომენტარის გარეშე გააშუქოთ სიძულვილის ენის, ძალადობისკენ მოწოდების, ცილისმწამებლური განცხადების ნებისმიერი შემთხვევა.
- პატივი ეცით სხვის პირად ცხოვრებას.
- დაიცავით თქვენი ინფორმაციის წყაროები და არ შეუქმნათ მათ საფრთხე.
- როდესაც საფრთხე პრესის თავისუფლებას ემუქრება, სხვა მედია საშუალებებთან და ჟურნალისტურ გაერთიანებებთან ერთად ერთობლივი პოზიცია შეიმუშავეთ.

## 2. როგორ მივაყრო პოლიტიკოსების ყურადღება საჯარო ინტერესის საკითხებზე

ჟურნალისტებმა თავი უნდა აარიდონ უსაგნო პოლიტიკურ კინკლაობას, რაც ხშირად მხოლოდ გავლენის თამაშების ხასიათს ატარებს. მათ არ უნდა დაივიწყონ, რომ ჟურნალისტები მოქალაქეების ხმა არიან და მათ პრობლემებს არ უნდა დასცილდნენ. ამდენად, სწორედ ჟურნალისტებს ძალუძთ პოლიტიკოსების ყურადღება კონკრეტულ



თემებზე მიაპყრონ, როგორცაა დასაქმების, სოციალური და ჯანმრთელობის დაცვის, განათლების, უფლებების, უმცირესობების პატივისცემის, უსაფრთხოების და სხვა საკითხები.

საკითხები, რომლებიც მოქალაქეებს აწუხებთ, ყურადღებით უნდა მომზადდეს და კარგად დასაბუთებული და დოკუმენტირებული იყოს. ჟურნალისტმა უნდა შექმნას თემატური ბარათები იმ საკითხებზე, რომელთა განხილვა სურთ, თავისი საკვანძო სტატისტიკით, ანგარიშების ან/კვლევების მთავარი მიგნებებით, განცხადებებით ან მაგალითებით რეალური ცხოვრებიდან.

ტელევიზიასა და რადიოში ჟურნალისტს შეუძლია დაეყრდნოს ანგარიშებს, ინტერვიუებს, საარქივო განცხადებებს, რათა პოლიტიკოსის მყისიერ რეაგირებას მიაღწიოს. პოლიტიკოსის პირდაპირ რეაქციას კი შემდგომ შესაძლოა მოჰყვეს შეკითხვები: როგორ უპასუხებთ ამ ადამიანს? როგორ მივედით ამ თვალსაზრისამდე? რა გამოსავალს გვთავაზობთ? რატომ არ გაკეთდა ეს ადრე?

## 3. როგორ მოვიქცეთ კანდიდატებთან

ინტერვიუები და დებატები ამომრჩეველს შესაძლებლობას აძლევს კანდიდატების, პარტიებისა და მათი პროგრამების შესახებ უფრო მეტი შეიტყოს; დაისვას აქტუალური შეკითხვები მათი არჩევანის შესაბამისობაზე, კანდიდატის გუნდის შესახებ და პიროვნების უკეთ გასაცნობად.

### 3.1. იცოდეთ თამაშის წესები

იმ მომენტიდან, როდესაც პოლიტიკური ფიგურა თანხმობას აცხადებს ინტერვიუზე, ის უნდა დათანხმდეს ძირითად წესებსაც. დემოკრატიის

პირობებში ჟურნალისტს აქვს უფლება, დასვას ნებისმიერი შეკითხვა, რომელსაც ის საჭიროდ მიიჩნევს. ეს არის მისი საქმე და მოვალეობა, თუმცა ამავდროულად კორექტულობის დაცვაც საჭიროა.

თანამოსაუბრესაც აქვს უფლება ჟურნალისტს უპასუხოს ან არ უპასუხოს. არცერთ შემთხვევაში რესპონდენტს წინასწარ არ უნდა მიეცეს კონკრეტული შეკითხვების სია. ამავდროულად, ჟურნალისტი, როგორც წესი, წინასწარ მიუთითებს რესპონდენტს, თუ რა თემაზე აპირებს საუბარს.

რატომ არ უნდა გაამჟღავნოთ კითხვები წინასწარ? იმიტომ, რომ იმ შემთხვევაში, თუ კითხვები წინასწარ არის გადაგზავნილი, ჟურნალისტი ვერ შეძლებს რესპონდენტთან დებატირებას, პასუხზე რეაგირების მოხდენას, სხვა შეკითხვაზე გადასვლას, ის შეიზღუდება წინასწარი კითხვარის ჩარჩოებით და იმედგაცრუებულად იგრძნობს თავს.

კითხვებზე წინასწარ შეთანხმება იწვევს ასევე გარკვეული გეწოლის რისკს, როგორიცაა რესპონდენტის წინაპირობა – „თუ შენ ამ კითხვას დამისვამ, საერთოდ არ დავთანხმდები ინტერვიუს“.

ასეთ შემთხვევაში ჟურნალისტის პასუხი შესაძლოა იყოს „თქვენ თავისუფლად შეგიძლიათ უარი თქვათ პასუხის გაცემაზე, მაგრამ ხალხი ვერ გაიგებს, რატომ არ დავისვით მე ეს შეკითხვა და ეს იქნება ჩემი პროფესიული შეცდომა.“

მოასმენინო რესპონდენტს ინტერვიუ ეთერში გასვლამდე, ეს წარსულის ან სხვა ეპოქის გამოცდილებაა. რესპონდენტმა შეიძლება მოსთხოვოს რეპორტიორს ამა თუ იმ ფრაგმენტის წაშლა, თუ ის არ ჯდება მისთვის სასურველ ფორმასა და კონტექსტში. ის, რაც რესპონდენტმა თქვა, ინტერვიუს დროს ითქვა და ორივე მხარემ უნდა აიღოს პასუხისმგებლობა. ცხადია, ჟურნალისტს შეუძლია, შეასწოროს სტატისტიკური

შეცდომები ინტერვიუს ბოლოს. ესეც წესების შემადგენელია. ნებისმიერ შემთხვევაში, თუ ინტერვიუ ან სტატია რესპონდენტმა შეასწორა, საზოგადოება ამის შესახებაც უნდა იცოს ინფორმირებული.

მონტაჟიც დელიკატური სამუშაოა. ის უნდა განხორციელდეს იმ ჟურნალისტის მიერ ან მისი თანდასწრებით, ვინც წარმართა ინტერვიუ. მონტაჟის დროს უზრუნველყოფილი უნდა იყოს რესპონდენტის ციტატის დამახინჯების გარეშე გადმოცემა. ცალკეული ფრაგმენტები კონტექსტიდან ამოვარდნილად არ უნდა იყოს მოყვანილი.

პასუხს წინ უნდა უძღოდეს კითხვა. მაგალითად: „კითხვაზე იმის შესახებ ..., X-მა უპასუხა, რომ ...“

### 3.2. ინტერვიუ

როდესაც ინტერვიუს დროს საქმე გაქვთ პოლიტიკოსთან, ჟურნალისტმა უნდა იცოდეს მოსმენა, შეჯამება, პერეფრაზირება, ამასთანავე, საჭირო მომენტში საუბრის შეწყვეტა. ჟურნალისტმა რესპონდენტი თავისი პოლიტიკური ამოცანის მიღმა უნდა ალაპარაკოს, აიძულოს განმარტოს ბუნდოვანი განცხადებები; ჰკითხოს დეტალები, კონკრეტული მაგალითები, წყაროები. პოლიტიკური ლიდერები, რომლებიც ხელისუფლებას წარმოადგენენ, პასუხისმგებელნი არიან თავიანთ ქმედებებზე და უნდა აღიარონ ანგარიშვალდებულება მათ წინაშე, ვინც ისინი აირჩია. ისინი, ვინც ხელისუფლებაში მოსვლისა და პასუხისმგებლობის აღებისკენ ისწრაფვის, უნდა წარმოადგინოს მტკიცებულება, რომ მათ საამისო უნარი და ნდობა აქვთ.

ჟურნალისტმა პოლიტიკოსს ფაქტებსა და ციფრებს შორის არსებულ შეუსაბამობებზე უნდა მიუთითოს, წარმოადგინოს კონტექსტი, განსხვავებული მოსაზრებები, შეახსენოს შეუსრულებელი დაპირებები.

### 3.3. დებატები

ისევე, როგორც ინტერვიუს დროს, დებატების წესები წინასწარ უნდა იყოს ცნობილი, როგორც სტუმრებისთვის, ასევე საზოგადოებისთვის. პირველ რიგში:

- საჭიროა შესაბამისი ქცევის წესების დაცვა და ურთიერთპატივისცემა.
- განსახილველი თემები წინასწარ უნდა იყოს წარმოდგენილი (უპირატესობა საერთო ინტერესის თემებს უნდა მიეცეს).
- თანმიმდევრობა დებატების მიმდინარეობის დროს, პროგრამის ხანგრძლივობა, თითოეული მონაწილისთვის გამოყოფილი დრო განსაზღვრული უნდა იყოს.
- შეწყვეტილების, ჟურნალისტის მხრიდან კონტრარგუმენტების წარმოდგენის, ყველას სიტყვის თავისუფლების აღებათობა არსებობს. ჟურნალისტის მოვალეობაა, განსხვავებული მოსაზრებების გამოთქმა შესაძლებელი გახადოს.
- მნიშვნელოვანია, რომ წესები საჯაროდ შეჯამდეს დებატების დაწყებამდე. პირი, რომელიც შეთანხმებულ წესებს არ იცავს, რისკავს, რადგან ამით შესაძლოა, დაკარგოს ხალხის ნდობა.

რაც შეეხება ჟურნალისტს, მან უნდა:

- დრო ყველა პარტიის წარმომადგენელს დაუთმოს.
- პატივი სცეს გამოყოფილ დროს.
- უზრუნველყოს სრული ნეიტრალიტეტი.
- არ გადააჭარბოს, არ გაუშვას სადავეები და „აკონტროლოს თამაში“, როგორც ფორმის, ასევე შინაარსის მხრივ.
- საჭიროების შემთხვევაში ფოკუსი შეუცვალოს დისკუსიას, დებატები წაიყვანოს იმ თემატიკის მიმართულებით, რაც დაგეგმილია.

ორგანიზება გაუკეთოს სამომავლო დისკუსიას იმ პოლიტიკურ პარტიებთან, რომელთაც საუბრის შესაძლებლობა არ მისცემიათ და დაანონსოს თარიღი.

## 4. უპირატესობა, რომელიც ხელისუფლებას აქვს

როდესაც კამპანიის მსვლელობისას მთავრობის წევრი, მისი წარმომადგენელი ან თანამდებობის პირი საუბრობს, ჟურნალისტმა უნდა იცოდეს, როგორ განასხვავოს განცხადებები, რომლებიც მათი ოფიციალური ფუნქციების შესრულებას უკავშირდება საარჩევნო პროპაგანდისგან. გამყოფი ხაზი ხშირად ბუნდოვანია, მაგრამ ჟურნალისტმა უნდა დაიცვას გარკვეული წესები, რათა თავიდან აიცილოს მანიპულირება.

### 4.1. პრეზიდენტის ზუსტი სტატუსი

საფრანგეთში მმართველობის სისტემა საპრეზიდენტოა. საინტერესოა ვნახოთ წესები, რომლებიც უმაღლესი აუდიო-ვიზუალური საბჭოს მიერაა დადგენილი. იმის გამო, რომ მთავრობის კონსტიტუციურ მოწყობაში პრეზიდენტს სახელმწიფოს მეთაურის სტატუსი აქვს, მოლოდინი არის, რომ რესპუბლიკის პრეზიდენტმა თავიდან აიცილოს პარტიის ან პოლიტიკური ჯგუფის სახელით საუბარი. მისი როლი „ზეპარტიულად“ არის აღქმული. მიუხედავად ამისა, საარჩევნო კამპანიის დროს მის სიტყვებსა და ქმედებებს გულდასმით აკვირდება უმაღლესი აუდიო-ვიზუალური საბჭო. თუ მთავრობის მეთაური გაეროს მიმართავს და ავლანეთში სამხედრო ძალების როლზე საუბრობს, ის მისი ოფიციალური ფუნქციიდან გამომდინარე მოქმედებს და მისი სიტყვები კამპანიის ნაწილად არ ითვლება. მეორე მხრივ, თუ ის შრომის მინისტრის რეფორმების მხარდაჭერაზე საუბრობს ან სამომავლო პროგრამის დეტალებს ამჟღავნებს, ასეთი განცხადებები პოლიტიკური დებატების ჩარჩოში ექცევა და მონიტორინგში მმართველი პარტიის სასარგებლოდ ითვლება.

### 4.2. მინისტრებისთვის

მინისტრების საუბრის დრო მონიტორინგის პროცესში ავტომატურად უმრავლესობის სასარგებლოდ ითვლება. ადგილობრივი არჩეული

პირები, უმრავლესობის წევრები და ოპოზიცია ყველა ექვემდებარება ერთსა და იმავე წესებს. ჟურნალისტის მოვალეობაა, დაადგინოს მათი განცხადებები პოლიტიკურ დღის წესრიგს ეხება, თუ საზოგადოებრივი ინტერესის საგანია.

მაგალითად, სტიქიური უბედურების, ომის, საფონდო ბაზრის ან სხვა ტიპის კრიზისების დროს მინისტრი ლეგიტიმურად გააკეთებს განცხადებას. თუმცა, თუ ჯანდაცვის მინისტრი სტუმრობს საპენსიო ასაკის მექონე ან მოხუცებულთა თავშესაფრებს და იწვევს პრესას ან პომპებურად ახდენს ახალი ინფრასტრუქტურის გახსნას, ეს აღქმული იქნება როგორც მინისტრის თანამდებობის საარჩევნო კამპანიის მიზნებისთვის გამოყენება. საარჩევნო პროცესის დროს, მთავრობა „ნაკლებად ხილვადი“ უნდა იყოს და შეზღუდოს თავისი ყოველდღიური საქმიანობა.

მინისტრების, მთავრობის წარმომადგენლების და არჩეული პირების მონაწილეობა გასართობ სატელევიზიო პროგრამებში, როგორიცაა თოქ-შოუები, სპორტული და კულინარიული შოუები და სხვა, საარჩევნო კამპანიის ნაწილად განიხილება.

#### 4.3. „ორმაგი როლები“

გარკვეული პირების „ორმაგმა როლმა“ შესაძლოა დამკვირვებლებსა და ჟურნალისტებს საქმე გაურთულოს:

**მაგალითები:** როდესაც პრემიერდენტ ნიკოლა სარკოზის მიერ სპორტის მინისტრად დანიშნული (2011), ძიუდოს ყოფილი მსოფლიო ჩემპიონი (1996-2000), დევიდ დუიე ტელევიზიით ძიუდოს შესახებ კომენტარს აკეთებს, ვინ საუბრობს? ის ყოფილი სპორტსმენია თუ მთავრობის წარმომადგენელი? აუდიო-ვიზუალურ საბჭოს სწამს, რომ

„სალი აზრით“ მისი გამოსვლები უმრავლესობას უნდა ჩაეთვალოს. „დევიდ დუიემ მედლები დიდი ხნის წინ მოიგო, დღეს მედიის ინტერესი მის მიმართ და მისი ხილვადობა საჯარო სივრცეში განპირობებულია მისი მინისტრობით“.

მეორე შემთხვევაში, როდესაც ჟილბერ მონტანი, მომღერალი და ასევე პოპულარული მოძრაობის გაერთიანების (UMP) (ყოფილი უმრავლესობის) ეროვნული მდივანი სხვადასხვა შოუში სიმღერისთვის მიიწვიეს და არა პოლიტიკაზე სასაუბროდ, მან არტისტის როლი მოირგო. იგივე შეეხება ფრანგ მსახიობ ფილიპ ტორეტონს, რომელიც პარიზის საბჭოში სოციალისტური პარტიიდან აირჩიეს. როდესაც მან მოლიერი სცენაზე პარიზის თეატრში ან ტელევიზიით ითამაშა, ეს ქმედება აგიტაციის ნაწილად არ ჩაითვალა.

#### 4.4. ცნობილი პირების საჯარო გამოსვლები და განცხადებები

ცნობილი პირების საჯარო გამოსვლები და განცხადებები იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ისინი მხარს უჭერენ კანდიდატს, მმართველი პარტიის სასარგებლოდ მონიტორინგის დროს არ ითვლება მანამ, სანამ ისინი პოლიტიკურ შეხედულებებსა და პრეფერენციებს არ გამოხატავენ.

#### 4.5. პარადოქსული ვითარება:

როდესაც ერთი და იგივე პოლიტიკური პარტიის ორი წარმომადგენელი მედიაში ერთმანეთს უპირისპირდება, დრო ამ პარტიას ეთვლება.

საზოგადოების წარმომადგენლების მიერ გაკეთებული განცხადებები ან თუნდაც ქუჩის ინტერვიუ რომელიმე პარტიის ან კანდიდატის მხარდასაჭერად, ამ კონკრეტულ პარტიას ეთვლება.

კომედი შოუ მონიტორინგში არ ითვლება, რაც იმას აჩვენებს, რომ აუდიო-ვიზუალური საბჭოს წევრებსაც აქვთ უიმორის გრძნობა.

რამდენიმე რჩევა:

- ყოველთვის ჰკითხეთ თქვენ თავს, ხელისუფლების ან უმრავლესობის წარმომადგენლების ქმედებები ან განცხადებები მათი მოვალეობების ნაწილია თუ წინასაარჩევნო კამპანიის შემადგენელი.
- თუ მინისტრი თავის პოლიტიკურ პოზიციას იცავს ან სამომავლო პროგრამას წარმოადგენს, იმავე თემაზე დრო ოპოზიციასაც დაუთმეთ, რათა ამავე თემაზე მათი მოსაზრებაც გახდეს ცნობილი.
- ყოველთვის მიუთითეთ წყარო: როდესაც ჩანაწერი, ანგარიში ან ოფიციალური ცნობა წარმოდგენილია მთავრობის ან პარტიის სახელით, სავალდებულოა მუდმივად მოხდეს საზოგადოების ინფორმირება.
- როდესაც მსახიობი, სპორტსმენი, ექსპერტი ან აქტივისტი ამავედროულად პოლიტიკური პარტიის წევრია და საკუთარ პოლიტიკურ შეხედულებას რომელიმე საინფორმაციო ან გასართობ გადაცემაში გამოხატავს, ჟურნალისტმა სტუმრის ორმაგი როლი აუდიტორიისთვის ცხადი უნდა გახადოს, რათა ბუნდოვანება გამოირიცხოს.

## 5. ჟურნალისტის როლი, რომელიც პოლიტიკური პარტიის წევრია და ინტერესთა კონფლიქტის სხვა შემთხვევები

### 5.1. პროფესიული ვალდებულებები

ჟურნალისტმა, რომელიც არჩევნებში მონაწილეობს, თავიდან უნდა აიცილოს ნებისმიერი ინტერესთა კონფლიქტი ან ეჭვი ინტერესთა კონფლიქტის შესახებ მის პროფესიულ საქმიანობასა და პოლიტიკურ ვალდებულებებს შორის. როგორც ყველა მოქალაქეს, ჟურნალისტსაც აქვს საკუთარი მოსაზრების ქონის უფლება, მაგრამ ეს არის



მათი პირადი თვალსაზრისი და არჩევნებში ხმის მიცემისას უნდა გამოიხატოს.

თუ ჟურნალისტი ჩართულია პარტიის წინასაარჩევნო კამპანიაში, ეთიკური და მორალური წესები მოითხოვს, რომ მან შეწყვიტოს პოლიტიკური თემების გაშუქება საარჩევნო პერიოდის დასრულებამდე. თუ ის ამას არ გააკეთებს, მაშინ მედია ორგანიზაცია ვალდებულია მიიღოს საჭირო ზომები, რათა თავიდან იქნას აცილებული მსგავსი სიტუაციები (იხილეთ მაგალითი ქვემოთ).

## 5.2. ვალდებულებები საზოგადოების წინაშე

საარჩევნო პერიოდში ჟურნალისტები ბევრი გარე ზეგავლენის წინაშე არიან. საზოგადოება მათგან მოელოდა, რომ ისინი პოლიტიკურ დაპირისპირებებზე მაღლა დადგებიან და რამდენადაც შესაძლებელია, იმდენად ობიექტურობა იქნებიან. თუ ჟურნალისტები პოლიტიკურ საქმიანობას ეწევიან და ამავდროულად პოლიტიკურ საკითხებს აშუქებენ, საზოგადოება მათი პოლიტიკური მიდრეკილებების შესახებ ინფორმირებული უნდა იყოს.

## 5.3. პატიოსნება და შეთქმულება

ინფორმაციის მოპოვებისა და პერსონებისა და პროგრამების უკეთ გაცნობის მიზნით, ჟურნალისტებს პოლიტიკოსთან და პარტიებთან ურთიერთობის დამყარება უწევთ, რაც მორალური დამოკიდებულების კლიმატის მხრივ სირთულეებს ქმნის. პოლიტიკოსები ადამიანების მოხიბვლის ოსტატებიც არიან, ჟურნალისტებს მეგობრულად ექცევიან, რათა მათზე გავლენა მოახდინონ. ამდენად მნიშვნელოვანია დისტანციის დაჭერა, ქრონიზმის თავიდან აცილება, პირადი თუ კერძო ხასიათის მიწვევებზე უარის თქმა.

ამავე მიზეზის გამო, ჟურნალისტმა არასდროს არ უნდა მიიღოს ფული, ძვირადღირებული საჩუქრები ან პრივილეგიები, რამაც შესაძლოა ზეგავლენა მოახდინოს მის შეფასებებზე და გამოიწვიოს ინტერესთა კონფლიქტი.

ჟურნალისტის მოვალეობაა ასევე განაცხადოს ზეწოლის ან ქრთამის შეთავაზების ნებისმიერი მცდელობის შესახებ პოლიტიკური პარტიებისა და კანდიდატების მხრიდან.

#### 5.4. ტრანსპორტირება

ხშირია, როცა პოლიტიკური პარტიები ჟურნალისტებს მათ შეხვედრებზე ტრანსპორტირებას (საკვებით უზრუნველყოფას) სთავაზობენ. ასეთი პრაქტიკა სანქცირებული უნდა იყოს საარჩევნო კომისიის მიერ, ვიდრე ჟურნალისტი განაცხადებს ამის შესახებ. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ყველა პოლიტიკურ პარტიას უნდა მიეცეს იგივეს გაკეთების უფლება. თუ მხოლოდ ერთი პარტია შესთავაზებს ჟურნალისტს ტრანსპორტირების ხარჯების გადახდას, ჟურნალისტმა უარი უნდა თქვას შეთავაზებაზე.

ასეთი შეთავაზება მხოლოდ მაშინ შეიძლება იყოს მისაღები, თუ ის სხვა ჟურნალისტების მიმართაც კეთდება, მიუხედავად მათი პოლიტიკური მიდრეკილებებისა. თუმცა, გაუგებრობების თავიდან ასაცილებლად, უმჯობესია, მედიამ თავად გადაიხადოს ტრანსპორტირების, საკვებისა და საცხოვრებლის ხარჯები (სხვადასხვა მედია საშუალებებს შეუძლიათ ერთმანეთში გაინაწილონ ტრანსპორტირების ხარჯები).

ნებისმიერ შემთხვევაში, პარტიამ და კანდიდატებმა ჟურნალისტს რაიმე უპირატესობის მინიჭება არ უნდა მოსთხოვოს. ჟურნალისტი თავისუფალია მოვლენის თავისებურად გაშუქების მხრივ.

## 5.5. ფასიანი რეკლამა

მედიაში ფასიანი რეკლამის განთავსების წესები მკაცრად არის განსაზღვრული საარჩევნო კანონითა და მედიის მარეგულირებელი ორგანოების მიერ.

ძირითადი პრინციპია – ყველა პარტიას ერთნაირი პირობები (იდენტური ფასები ერთსა და იმავე საეთერო დროს) განესაზღვროს.

ფასიანი პროგრამები (პოლიტიკური რეკლამა) ყოველთვის მკაფიოდ უნდა იყოს გამიჯნული ახალი ამბების პროგრამებისგან, რათა საზოგადოების შეცდომაში შეყვანა არ მოხდეს.

როდესაც მედიას შეხვედრის ამსახველ ვიზუალსა და ინტერვიუებს პარტიის წარმომადგენლები აწვდიან, საზოგადოება ამის შესახებაც უნდა იყოს ინფორმირებული.

ფინანსურმა და პოლიტიკურმა ინტერესებმა არასდროს უნდა მოახდინოს გავლენა ინფორმაციის შინაარსზე ან ჟურნალისტის თავისუფალ ნებაზე, გააშუქოს თუ არა ესა თუ ის თემა. პროფესიული დეონტოლოგიიდან გამომდინარე, ჟურნალისტს აქვს უფლება და მოვალეობა, შეინარჩუნოს დამოუკიდებლობა და თავიდან აიცილოს ნებისმიერი პოლიტიკური ან ფინანსური ბეწოლა.

ჟურნალისტმა არასდროს უნდა მიიღოს მონაწილეობა სარეკლამო კამპანიაში.

## 5.6. საჯარო და პირადი ცხოვრება

სენტიმენტალური ურთიერთობები პირადი ცხოვრების ნაწილია, როდესაც პირი ამ ურთიერთობებს, რომელთაც კანდიდატის ფუნქციებზე არავითარი გავლენა არ აქვთ, არ ასაჯაროვებს. იმ შემთხვევაში, თუ

პირი პირად ცხოვრებას გაასაჯაროებს, ეს ავტომატურად არ ნიშნავს, რომ ჟურნალისტმა პირადი ცხოვრების სხვა დეტალებიც აუცილებლად უნდა გაამჟღავნოს, მით უფრო იმ შემთხვევაში, თუ ეს მის გარშემო მყოფ ადამიანებს ეხება. საჯარო ინტერესი საჯარო ცნობისმოყვარეობას აღემატება.

### ინტერესთა კონფლიქტის მაგალითები:



*ვალერი ტრიერვეილერი, 3 მაისი 2012 ფოტო ლიონელ ბონავანტურ/AFP*

ვალერი ტრიერვეილერი ჟურნალ „Paris-Match“-ის ჟურნალისტი 1989 წლიდან იყო. ის პოლიტიკურ ახალ ამბებს, განსაკუთრებით კი სოციალისტური პარტიის წარმომადგენლებს აშუქებდა.

ის ასევე უძღვებოდა პოლიტიკურ პროგრამას კერძო ტელეარხ Direct 8-ზე.

ვალერი ფრანსუა ოლანდის პარტნიორი იყო 2005 წლიდან. პრეზიდენტად ოლანდი 2012 წელს აირჩიეს. (პრეზიდენტმა მათი ურთიერთობა

2010 წლის ოქტომბერში გაასაჯაროვა). საპრეზიდენტო კამპანიის განმავლობაში, ვალერი ტრიერვეილერს ოფისი პრეზიდენტის კამპანიის შტაბში ჰქონდა.

2005 წელს, როდესაც ჟურნალისტის და ფრანსუა ოლანდის ურთიერთობა დაიწყო, ჟურნალმა ჩათვალა, რომ ეს გარემოება ვალერის ინტერესთა კონფლიქტს უქმნიდა და მას ჟურნალის პოლიტიკური რედაქციის დატოვება და ლიტერატურისა და კულტურის კრიტიკოსად მუშაობა ურჩია.

## 6. ძირითადი პრინციპები, რომლებიც დაკავშირებულია სოციალური მედიის პროფესიული მიზნით, ინფორმაციის წყაროდ გამოყენებასთან და მანიპულირების თავიდან ასილვებასთან

სოციალური და ონლაინ მედია ინფორმაციის ძირითადი წყარო ხდება, როგორც ჟურნალისტებისთვის, ასევე საზოგადოებისთვის, განსაკუთრებით არჩევნების დროს. ახალი მედია ასევე საარჩევნო კამპანიის არხია პარტიებისთვის, კანდიდატებისა და მათი მხარდამჭერებისთვის კამპანიის საწარმოებლად.

ზოგიერთი ონლაინ მედია პროფესიონალურად მოქმედებს, ისინი იცავენ ჟურნალისტიკის დეონტოლოგიურ წესებს და აპრიორი სანდო წყაროებად განიხილებიან.

სოციალური მედია შეიძლება იყოს სასარგებლო, ერთგვარი “მალვი-ძარა” იმ თემების გასაშუქებლად, რომლებიც ტრადიციულ მედიას ჯერ არ გამოუაშკარავებია.

თუმცა, როდესაც საქმე ინფორმაციას ეხება, სოციალურ მედიაში ხშირად რთულია იმის გარკვევა, ვინ ვინ არის. მართალია, სოციალური მე-

დია სადისკუსიოდ კარგი სივრცეა, თუმცა ისიც უნდა გვახსოვდეს, რომ ადამიანმა შეიძლება თავისი რეალური იდენტობა ამ სივრცეში დამალოს. პარტიებმა ან აქტივისტებმა შეიძლება გამოაქვეყნონ ცრუ ბრალდებები ან გაავრცელონ ჭორები ფეისბუქ გვერდზე ან ბლოგზე და ამისათვის ანონიმური იდენტობა გამოიყენონ. გარდა ამისა, ინფორმაციის დიდ ნაკადში რთულია ინფორმაციის დახარისხება. სოციალურ მედიაში სტატუსების უმრავლესობა ინდივიდუალური მოსაზრება ან განცხადებებია, რომლებიც არ შეიძლება ჩაითვალოს საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვად, რომელიც საკითხის ყველა ასპექტს ასახავს. ფოკუსში ხშირად ისეთი ინფორმაციაა, რომელიც საბოლოოდ რეალური ინტერესის საგანს არ წარმოადგენს და არ არის გადამოწმებული.

ამდენად, ჟურნალისტის უპირველესი ამოცანაა, ორმაგად გადაამოწმოს:

- საიტის სანდოობა, რომელიც ინფორმაციას ავრცელებს (არის თუ არა პროფესიონალი მედია საშუალება? რა რეპუტაცია აქვს? როგორ აშუქებს ძირითადად ახალ ამბებს – მიკერძოებულია თუ ნეიტრალური? ვინ ფლობს მას ?).
- შინაარსის ტონი (ნეიტრალურია თუ მიკერძოებული?).
- ინფორმაციის წყარო (ექვემდებარება თუ არა გადამოწმებას და მისი სანდოობა?).
- ხდება თუ არა ფორუმსა და პოსტებში დისკუსიის მოდერირება?
- გამოქვეყნებული ფოტო და ვიდეო ორიგინალია თუ საარქივო მასალა? თუ საარქივოა, უკავშირდება თუ არა აღწერილ მოვლენას თუ მანიპულირების მიზნით გამოიყენება? გადამოწმეთ საკუთარი მოკვლევის ჩატარების გზით.

ასევე:

- მოიძიეთ იგივე თემა სხვა მედია საშუალებებში (ვებ-გვერდზე ან ბეჭდურ მედიაში).

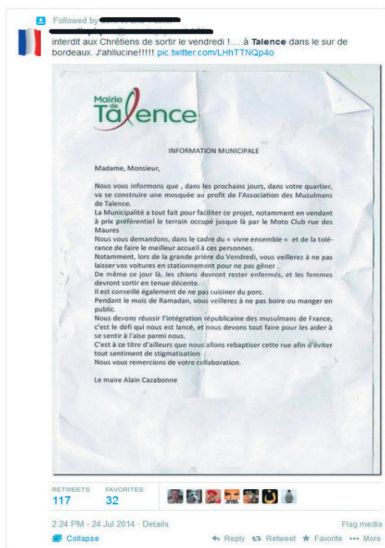
- დადასტურეთ ინფორმაცია წყაროსთან გადამოწმებით, სადაც ეს შესაძლებელია (პირდაპირი კონტაქტით ან ტელეფონით).
- გადაამოწმეთ და შეაჯერეთ ყველა ინფორმაცია, რათა საკუთარი აზრი ჩამოგიყალიბდეთ.

ქვემოთ მოცემულია სოციალური მედიის პუბლიკაციებით მანიპულირების რამდენიმე მაგალითი.

## საფრანგეთი

### ქრისტიანებს პარასკეობით გარეთ გასვლა ეკრძალებათ !!!

იმისათვის, რომ დათესო შიში, ყველაზე მარტივია, სოციალურ ქსელში რასისტული, ანტისემიტური, ქსენოფობიური ან ისლამოფობიური იდეები გავრცელო. სურათზე წარმოდგენილია ფსევდო ოფიციალური წერილის ასლი, რომელიც ქალაქ ტალანსის (ბორდოსთან ახლოს, საფრანგეთი) ბლანკზე იყო განთავსებული და ფეისბუქსა და ტვიტერზე გამოქვეყნდა. რა წერია წერილში? ქალაქის მერია მოსახლეობას სთხოვს, არ მოამზადოს ღორის ხორცის კერძი რამდენის დღესასწაულის დროს, არ ჭამოს და დალიოს საჯარო ადგილებზე, ქალები კი მარხვის დროს მოკრძალებულად შეიმოსონ. სოციალურ მედიაში გამოქვეყნებული ეს წერილი ყალბია. მერმა აღნიშნული ინფორმაცია უარყო და საჩივარი შეადგინა. აღნიშნული ინ-



ფორმაცია პერიოდულად ისევ ჩნდება ინტერნეტში, თუმცა ავტორების იდენტიფიცირება ვერ მოხერხდა.

### საფრანგეთი: შექმნა თუ არა მთავრობამ გეი ქორწინების საწინააღმდეგო აქციის ყალბი ფოტო?

2013 წლის 24 მარტს გეი ქორწინების მოწინააღმდეგეებმა პარიზში საპროტესტო აქცია გამართეს. მოძრაობის წარმომადგენელმა ფრიჯიდ ბალჟომ მთავრობა ფოტოშოპის გამოყენებით ფოტოს გაყალბებაში დაადანაშაულა, რაც აქციაში მონაწილეთა რაოდენობის შემცირებაში გამოიხატა (ორგანიზატორთა მტკიცებით, აქციაში 1.4 მილიონი ადამიანი მონაწილეობდა, პოლიციის თქმით – 300,000). ფრიჯიდ ბალჟომ სახელმწიფოს სიცრუეში დასდო ბრალი და პარიზის პოლიციის კომისრის, ასევე თვით შინაგან საქმეთა მინისტრის დასჯა მოითხოვა. მათი პრეტენზია ეფუძნებოდა ვიდეოს, რომელიც გამომძიებელმა ჟურნალისტმა მოამზადა. თუმცა, სხვა ჟურნალისტის ალტერნატიული გამოძიებით გაირკვა, რომ ვიდეო დამონტაჟებული იყო. საქმე თანდათანობით მივიწყებას მიეცა, თუმცა კვირაზე მეტი ხნის განმავლობაში მან საზოგადოებაში ხმაური გამოიწვია.

## ისრაელი

### ტვიტერის პოსტები ომზე ღაზას სექტორში სპეც-ეფექტებით

ის, ვინც იყენებს სოციალურ მედიას, ღაზას სექტორში დაღუპული ან დაშავებული მშვიდობიანი მოქალაქეების შემადრწუნებელ სურათებს ნახავდა. ცხადია, ისრაელს ამ ომში მსხვერპლი ჰქონდა, მაგრამ ისლამური ვებგვერდის მტკიცებით, ქვემოთ წარმოდგენილ ერთ-ერთ სურათზე ებრაელი დაზარალებულები რეალურები არ არიან. რეალურად იმიჯები



აღებულია ჟურნალ Warpaint-დან, რომელიც პროფესიული გრიმისად-  
მი მიძღვნილი გამოცემაა. კონკრეტულად ეს სურათები 2010 წელს არის  
გადაღებული ლონისძიებაზე, რომელიც ფილმის სპეცეფექტებს ეძღვნე-  
ბოდა.



## ჩინეთი და რუსეთი

თუ რუსეთში ვლადიმერ პუტინი ინტერნეტში ტროლების მასიურ არ-  
მიას პოლიტიკური ოპონენტებისა და მისი კრიტიკოსების წინააღმდეგ  
იყენებს, ჩინეთში მთავრობის ტაქტიკა მნიშვნელოვნად განსხვავებუ-  
ლია. ჰარვარდის ახალი კვლევის მიხედვით, ჩინეთის მთავრობა ყო-  
ველწლიურად სოციალურ მედიაში 488 მილიონ ყალბ კომენტარს აქ-  
ვეყნებს, რაც დაახლოებით ტვიტერის დღიური საერთო გლობალური  
მოცულობის ტოლია. ჩინეთში ამ პროპაგანდისტებს „50 ცენტიან პარ-  
ტიას“ უწოდებენ, რადგან გავრცელებული ინფორმაციით, სოციალური

მედიის თითოეულ პოსტში მათ 50 ჩინურ ცენტს უხდიან. თუ რუსეთის ონლაინ პროპაგანდის ძალისხმევა კრიტიკოსთა მიმართ პერსონალურ თავდასხმებზეა მიმართული, ჩინური პროპაგანდა მნიშვნელოვნად განსხვავებულ მეთოდს იყენებს – აქცენტი უფრო ნაციონალიზმზე და კომუნისტური პარტიის რევოლუციურ წარსულზე კეთდება. კვლევის თანახმად, ჩინეთის ყველაზე დიდ საფრთხედ არა ქვეყნის გარედან მომდინარე პროცესი, არამედ საკუთარი მოსახლეობაა წარმოდგენილი – საფრთხის თავიდან აცილება კი არა პირდაპირი კონფორტაციით, არამედ ყურადღების გადატანით ხდება.

## ამერიკა

2013 წელს ბოსტონის მარათონის ტერაქტის შემდეგ სოციალურ მედიაში „კუდიანებზე ნადირობა“ დაიწყო, როცა „ექვმიტანილის“ ყალბი სახელები და ფოტოები გამოქვეყნდა.

## თურქეთი 2013

2013 წლის მაისში სტამბოლში ურბანული განვითარების გეგმისა და გეზის პარკის დანგრევის წინააღმდეგ მიმართულ საპროტესტო აქციებს მედიაში მასობრივი ცენზურა და მეინსტრიმული მედიის მიერ დებინფორმაციის გავრცელება მოჰყვა, განსაკუთრებით იმ გამოცემების მხრიდან, რომლებიც პრემიერ-მინისტრ რეჯიპ ტაიპ ერდოღანის სამართლიანობისა და განვითარების პარტიას (AKP) უჭერდნენ მხარს.

„Beyaz TV“-ის ეთერში, რომლის მფლობელიც ანკარის მერის შვილია, გავიდა პროგრამა, სადაც ნაჩვენები იყო 13 წლის ბიჭი, რომელიც აცხადებდა, რომ გეზის პარკის საწინააღმდეგო აქციის მონაწილეებმა მას ფული გადაუხადეს, რათა პოლიციისთვის ქვები დაეშინა. ბავშვმა აგრეთვე განაცხადა, რომ: „აქციის მონაწილეებმა შესაძლოა, გეზის პარკში კატის სისხლი დალიეს“.

სამართლიანობისა და განვითარების პარტიის მხარდამჭერი ჟურნალისტები ამტკიცებდნენ, რომ გეზის საპროტესტო აქციის მონაწილეები თავსაბურჩან ქალებს ესხმოდნენ თავს. სავარაუდო ინციდენტი, რომელიც ყურადღების ეზიკენტრში მოექცა და სტამბოლის კაბატას რაიონში ჰქონდა ადგილი, ხელისუფლების მხარდამჭერი მედიის მტკიცებით, უსაფრთხოების კამერაზე იყო ასახული. თუმცა სტამბოლის გუბერნატორის განცხადებით, მსგავსი თავდასხმის ვიდეო არ არსებობდა. 2014 წლის 14 თებერვალს, რვა თვის შემდეგ, გავრცელდა ვიდეო, რომელიც ამტკიცებდა, რომ თავსაბურჩან ქალზე თავდასხმის ფაქტს ადგილი არ ჰქონია, რაც მედიის და AKP-ს ბრალდებებს აბათილებდა.

2020 წლის ზაფხულის ოლიმპიადის გამართვის ერთ-ერთი პრეტენდენტი ქალაქი სტამბოლი იყო, თუმცა ეს ადგილი ტოკიომ მოიპოვა. ამის გამო AKP-ს მხარდამჭერმა მედიამ და ხელისუფლების წარმომადგენლებმა გეზის აქციის მონაწილეები საერთაშორისო შეთქმულებაში და ოლიმპიადის ჩატარების უფლების დაკარგვაში დაადანაშაულეს.

#### წყაროები

- Reporters without borders: [http://www.ku.ac.ke/actil/wp-content/uploads/2015/07/handbook\\_for\\_journalists\\_during\\_elections\\_.pdf](http://www.ku.ac.ke/actil/wp-content/uploads/2015/07/handbook_for_journalists_during_elections_.pdf)
- OSCE Elections Guidelines -<http://www.osce.org/odihr/elections/119893>
- General Election 2015 explained: Broadcasting  
<http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/generalelection/general-election-2015-explained-broadcasting-10174310.html>
- BBC Elections Guidelines 2016 <http://downloads.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/pdfs/2016ElectionGuidelines.pdf>
- Detecting misinformation in online social networks:
  - (1) [http://www.erenumerique.fr/\\_propagande\\_et\\_ra\\_seaux\\_sociaux\\_arme\\_de\\_da\\_sinformation\\_massive\\_-article-9757-26.html](http://www.erenumerique.fr/_propagande_et_ra_seaux_sociaux_arme_de_da_sinformation_massive_-article-9757-26.html)
  - (2) <http://rue89.nouvelobs.com/le-demonte-rumeur>
  - (3) [http://www.erenumerique.fr/\\_propagande\\_et\\_ra\\_seaux\\_sociaux\\_arme\\_de\\_da\\_sinformation\\_massive](http://www.erenumerique.fr/_propagande_et_ra_seaux_sociaux_arme_de_da_sinformation_massive)
  - (4) <https://www.techdirt.com/articles/20160523/11301634528/study-one-out-every-178-posts-to-chinese-social-media-is-government-propaganda.shtml>
  - (5) [https://en.wikipedia.org/wiki/Media\\_censorship\\_and\\_disinformation\\_during\\_the\\_Gezi\\_Park\\_protests](https://en.wikipedia.org/wiki/Media_censorship_and_disinformation_during_the_Gezi_Park_protests)



ჟან მარი კოუტი ძირითადად ევროკავშირის მედია პროექტებზე მუშაობს. ის საქმიანობს უკრაინაში, მოლდოვაში, საქართველოსა და სომხეთში როგორც ტრენერი, მედია მონიტორინგის ექსპერტი და გუნდის ხელმძღვანელი პროგრამებზე, რომელთა მიზანია ევროპული სტანდარტებისა და მედიის მხარდაჭერა. ის არის უკრაინაში არჩევნების გაშუქების სახელმძღვანელოს ავტორი.

ჟან მარი კოუტს ჟურნალისტური საქმიანობის 20 წელზე მეტი გამოცდილება აქვს. ის რადიო ფრანს ინტერნაციონალისთვის პოლიტიკურ და ფინანსურ თემებს აშუქებდა, სადაც მთავარ რედაქტორად მუშაობდა, ხოლო შუა აღმოსავლეთის რადიო მონტე კარლოსთვის წამყვანად და რეპორტიორად. ჟან მარი კოუტი აკადემიურ საქმიანობას პარიზის სორბონის უნივერსიტეტში ეწევა, სადაც ჟურნალისტიკას ასწავლის.