

არასამთავრობო ორგანიზაცია
„მედია პორტალი“

პროექტი დაფინანსებულია
ფონდ „ღია საზოგადოება-
საქართველოს“ მიერ

ფარული და პოლიტიკური რეკლამის მონიტორინგი 2013 წლის (საპრეზიდენტო) წინასაარჩევნო პერიოდში

1-30 სექტემბრის მონიტორინგის შედეგები

არასამთავრობო ორგანიზაცია „მედია პორტალი“ ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ ფინანსური მხარდაჭერით 2013 წლის პირველი სექტემბრიდან ახორციელებს პროექტს - „ფარული და პოლიტიკური რეკლამის მონიტორინგი 2013 წლის (საპრეზიდენტო) წინასაარჩევნო პერიოდში“.

„მედია პორტალის“ პროექტი „ფარული და პოლიტიკური რეკლამის მონიტორინგი 2013 წლის (საპრეზიდენტო) წინასაარჩევნო პერიოდში“ ეყრდნობა საერთაშორისო გამოცდილებას და იყენებს მედიამონიტორინგის საერთაშორისოდ აპრობირებულ მეთოდოლოგიას.

პროექტის ფარგლებში „მედია პორტალი“ პრაიმ-თაიში (19:00 სთ - 24:00 სთ) ხუთ სატელევიზიო არხზე გასული პოლიტიკური და ფარული რეკლამების რაოდენობრივ და თვისობრივ მედიამონიტორინგს ახორციელებს:

- * საზოგადოებრივი მაუწყებელი
- * იმედი
- * რუსთავი 2
- * მაესტრო
- * კავკასია

მედიამონიტორინგი 2013 წლის პირველ სექტემბერს დაიწყო და 2013 წლის პირველ ნოემბრამდე გაგრძელდება.

წარმოდგენილი ანგარიში მოიცავს 2013 წლის 1 სექტემბრიდან 30 სექტემბრის ჩათვლით პერიოდს.

„საარჩევნო კოდექსის“ თანახმად, საერთო მაუწყებლობის მქონე ტელეკომპანიის (პირველი არხი, რუსთავი 2, იმედი, მაესტრო, კავკასია და სხვა) ეთერში უფასო პოლიტიკური რეკლამის განთავსების უფლება აქვს მხოლოდ კვალიფიციურ კანდიდატს. საერთო მაუწყებლობის მქონე ტელეკომპანიის ეთერში უფასო პოლიტიკური რეკლამისთვის გამოყოფილი დრო ყოველ 3 საათში 90 წამით, ხოლო საზოგადოებრივი მაუწყებლისათვის ყოველ საათში 60 წამით განისაზღვრება.

კვალიფიციურად ითვლება კანდიდატი იმ შემთხვევაში, თუ ის: გაერთიანებული იყო საარჩევნო ბლოკში, რომელმაც ბოლო საპარლამენტო არჩევნებში მიიღო ამომრჩეველთა ხმების არანაკლებ 4% და იყო ამ ბლოკის პირველი ნომერი, ან მიეკუთვნებოდა საარჩევნო ბლოკს, რომელმაც ბოლო ადგილობრივი თვითმმართველობის პროპორციული წესით ჩატარებულ არჩევნებში ამომრჩეველთა ხმების არანაკლებ 3% მიიღო.

2013 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებზე დარეგისტრირებულია 7 კვალიფიციური კანდიდატი: გიორგი მარგველაშვილი, დავით ბაქრაძე, კობა დავითაშვილი, გიორგი თარგამაძე, თეიმურაზ მჭავია, სერგო ჯავახიძე და ზურაბ ხარატიშვილი.

უფასო პოლიტიკური რეკლამისთვის განკუთვნილი დროის გამოყენება კვალიფიციურმა კანდიდატებმა სხვადასხვა დროს დაიწყეს. შესაბამისად, მათ რეკლამებს მაუწყებლების ეთერში სხვადასხვა დრო დაეთმოთ. სატელევიზიო სარეკლამო სივრცის გამოყენება ყველაზე ადრე „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატმა, დავით ბაქრაძემ დაიწყო. მისი საიმიჯო რეკლამები „რუსთავი 2“-ის ეთერში 1 სექტემბრიდან გადის. „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, დავით ბაქრაძის სარეკლამო კამპანიის მნიშვნელოვანი ნაწილი ოპონენტი პოლიტიკური ძალის - „ქართული ოცნების“ და მისი პრეზიდენტობის კანდიდატის, გიორგი მარგველაშვილის კრიტიკაზეა აგებული. 1-30 სექტემბრის ჩათვლით პერიოდში „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატმა საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „იმედის“, „რუსთავი 2“-ის, „მაესტროს“ და „კავკასიის“ ეთერში პოლიტიკური რეკლამისთვის სულ 272 წთ (4,5 სთ) გამოიყენა. აქედან, თვითონ დავით ბაქრაძის საიმიჯო რგოლებს 148 წთ (54,5%), ხოლო „ქართული ოცნების“ ანტირეკლამებს 124 წთ (45,5%) დაეთმო. მისთვის დათმობილი უფასო პოლიტიკური რეკლამის დრო 28 სექტემბრამდე არ გამოიყენა „ქართული ოცნების“ პრეზიდენტობის კანდიდატმა გიორგი მარგველაშვილმა. 2013 წლის სექტემბერში მისთვის განკუთვნილი უფასო პოლიტიკური რეკლამის დრო საერთოდ არ გამოუყენებია „სახალხო პარტიის“ პრეზიდენტობის კანდიდატს კობა დავითაშვილს. ფასიანი პოლიტიკური რეკლამით კი ამავე პერიოდში მხოლოდ „დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველოს“ პრეზიდენტობის კანდიდატმა, ნინო ბურჯანაძემ ისარგებლა.

პრეზიდენტობის კანდიდატები ყველა ტელევიზიის ეთერით არ სარგებლობენ. ასე მაგალითად, მონიტორინგის პერიოდში თეიმურაზ მჭავიას უფასო პოლიტიკური რეკლამები მხოლოდ „კავკასიის“ და „მაესტროს“ ეთერში გადიოდა. ამავე დროს

„კავკასიის“ ეთერში არ გასულა ზურაბ ხარატიშვილის რეკლამები. 1-30 სექტემბრის ჩათვლით

პერიოდში ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერში მისთვის დათმობილი უფასო პოლიტიკური რეკლამის დროით არ უსარგებლია არც გიორგი მარგველაშვილს.



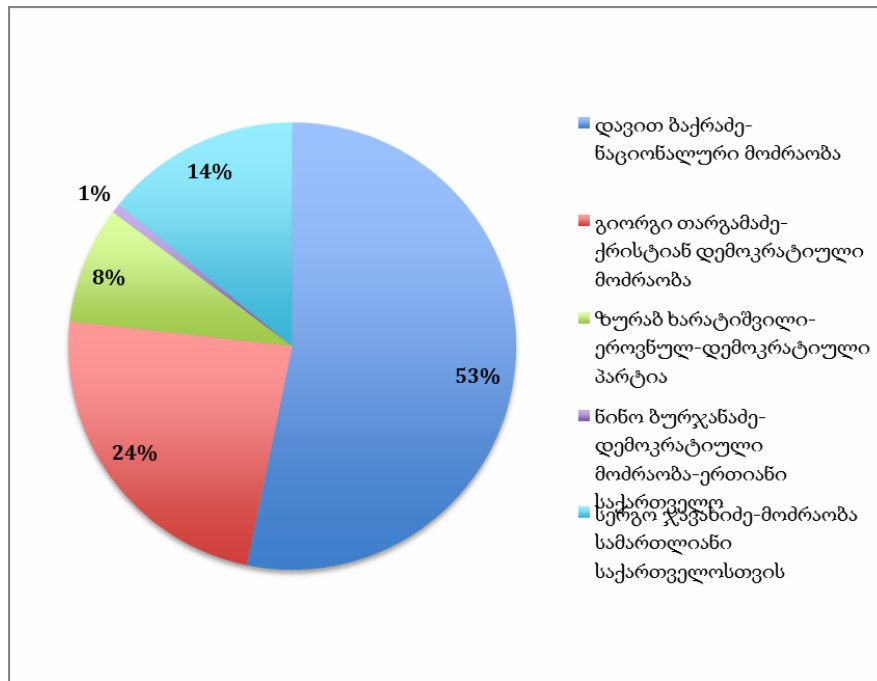
ტელეკომპანია „იმედი“

1-30 სექტემბერი

მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „იმედის“ პრაიმთაიმში სარეკლამო დრომ შეადგინა 2465 წთ (41 სთ), აქედან პოლიტიკურ რეკლამას დაეთმო 64 წუთი (1.06 სთ), ხოლო სოციალურ (სავარაუდოდ) რეკლამებს - 33 წთ (0,55 სთ).

მედია მონიტორინგის ამ მონაკვეთში, ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერში პრეზიდენტობის 5 კანდიდატის პოლიტიკური რეკლამა გავიდა:

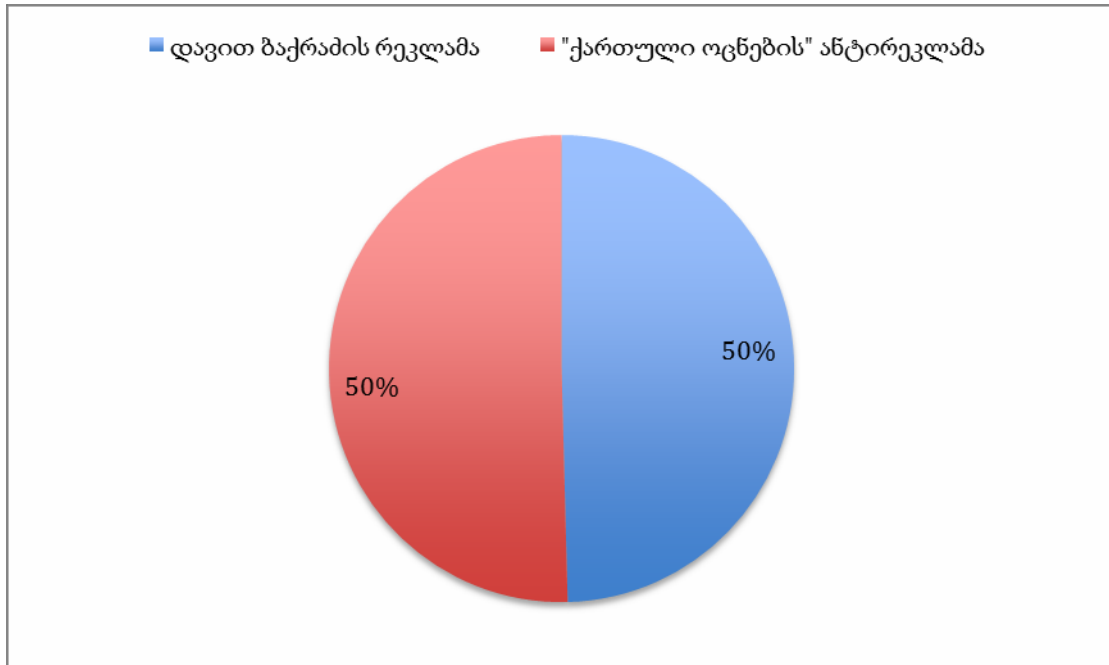
1. დავით ბაქრაძე - „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ – 34 წთ
2. გიორგი თარგამაძე - „ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობა“ -15 წთ
3. სერგო ჯავახიძე - „მოძრაობა სამართლიანი საქართველოსთვის“ - 9 წთ
4. ზურაბ ხარატიშვილი - „ევროპელი დემოკრატები“ – 5,4 წთ
5. ნინო ბურჯანაძე - „დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველო“ – 0,4 წთ კანდიდატების მიერ გამოყენებული სარეკლამო დრო (საერთო დრო 64 წთ)



ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერში „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, დავით ბაქრაძის პოლიტიკური რეკლამები პირველად 10

სექტემბერს გამოჩნდა.

მონიტორინგის პერიოდში დავით ბაქრაძის რეკლამებს ჯამში 34 წთ დაეთმო. აქედან, უშუალოდ „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის რეკლამებს 16.9 წთ, ხოლო „ქართული ოცნების“ ანტირეკლამას 17,1 წთ დაეთმო.



10 სექტემბრიდან ეთერში გადის „ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის დავით ბაქრაძის რეკლამები ციკლიდან - „არ შესრულდა! ოცნება არ მუშაობს“. მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერში ამ ციკლის 10 სხვადასხვა რეკლამა გავიდა. ყველა მათგანი მოსახლეობას „ქართული ოცნების“ შეუსრულებელ წინასაარჩევნო დაპირებებს ახსენებს. ერთ-ერთ ასეთ ვიდეორგოლში (დაპირება არ შესრულდა N5: გამარჯვებისთანავე საარჩევნო ბლოკი „ბიძინა ივანიშვილი ქართული ოცნება“ აამუშავებს ათასზე მეტ ახალ საწარმოს) - გამოყენებულია კადრები „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო რგოლიდან, სადაც ბიძინა ივანიშვილი მოსახლეობას დასაქმებას ჰპირდება და 1000-ზე მეტი საწარმოს გახსნას აპირებს. რეკლამის ბოლოს კადრში ჩნდება წარწერა - „არ შესრულდა, ოცნება არ მუშაობს“. ჩანს გრაფიკული მონაცემები: 83 დაპირებიდან 76 შეუსრულებელია, შესრულდა - 1, ხოლო ექვსი მიმდინარეობის პროცესშია.

რეკლამას ძალიან მცირე ზომის შრიფტით აწერია „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“. ვიდეორგოლი გადის უფასო პოლიტიკური რეკლამის სტატუსით, თუმცა წარწერა არის ძალიან რთულად გასარჩევი. რეკლამის ხანგრძლივობაა 15 წამი.

„ნაციონალური მოძრაობის“ საპრეზიდენტო კანდიდატის დავით ბაქრაძის კიდევ ერთი რეკლამა „ქართული ოცნების“ ანტიპიარის პარალელურად თავისი დაპირებების შესახებ გვიყვება: „მე - დავით ბაქრაძე გთავაზობთ გადასახადების შემცირებას, რაც გაზრდის თითოეული ოჯახის შემოსავალს. უარს ახალ რეგულაციებზე, რაც მოიზიდავს ინვესტიციებს... თავის მართლების და სხვებზე გადაბრალების ნაცვლად, მთავრობამ უნდა შეასრულოს დანაპირები. ერთად ვაკონტროლოთ მთავრობა“ - ამბობს ბაქრაძე.

„ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის - გიორგი თარგამაძის

რეკლამა ეთერში 21 სექტემბერს გავიდა. თარგამადის რეკლამა 90-წამიანია და მონიტორინგის პერიოდში ჯამში მას 15 წთ დაეთმო. რეკლამა უფასოა. თარგამაძე ამომრჩეველს უყვება, რომ ის არ აპირებს მდიდრული საარჩევნო კამპანიის ჩატარებას, „მთელი საქართველოს დასაქმების“ და „ქართულ ოცნების“ ახდენის დაპირების გაცემას და აპირებს, რომ გვითხრას „უბრალოდ სიმართლე“ იმის შესახებ, რომ ბიძინა ივანიშვილმა ვერ შეძლო ქვეყნის განვითარება. „სიმართლე არის ის, რომ დღეს საქართველო ჩიხშია შესული: მოუგვარებელია ჯანდაცვა, გადატაკებულია სოფელი, დაუსაქმებელია ხალხი. გაურკვეველია ჩვენი საგარეო კურსი“. შემდეგ ყვება, როგორ ახერხებდა სიმართლის თქმას სამოქალაქო ომის დროს, ტელევიზიაში და როცა პარლამენტის ტრიბუნლიდან სააკაშვილს ამხელდა. „ჩემთვის მთავარი ღირებულება ოჯახია“, - ამბობს პრეზიდენტობის კანდიდატი და კადრში არაოფიციალურ გარემოში გადაღებული საოჯახო ფოტოები ჩანს. ვიდეორგოლის ბოლოს ჩნდება სლოგანი - „ტრადიციებით ევროპისკენ“ და შემოხაზულია 10-იანი, ხოლო თარგამაძე კი გვეუბნება, რომ მას აქვს „რეალური გეგმები რეალური ადამიანებისთვის“.

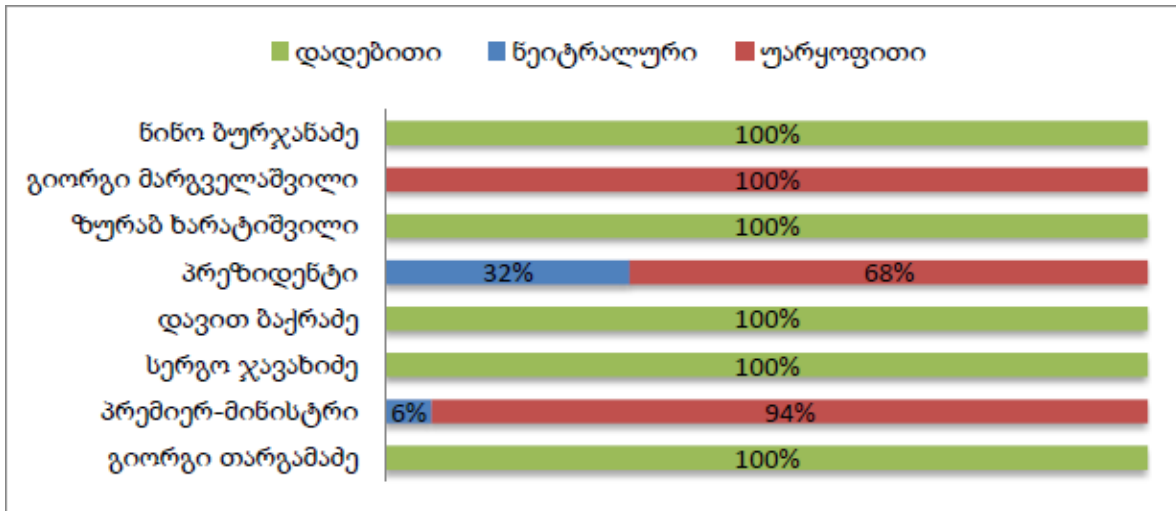
„დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველოს“ პრეზიდენტობის კანდიდატის ნინო ბურჯანაძის რეკლამა 23 სექტემბრიდან გადის. რეკლამა ფასიანია. ვიდეორგოლი 5-წამიანია და სამონიტორინგო პერიოდში ის სულ 5 ჯერ გავიდა. რეკლამის დროს ლურჯ ფონზე დიდი ასოებით ეწერება: „სამართლიანობა ყველგან და ყველასთვის“, ხოლო ტექსტში ისმის: „ჩვენ აღვადგენთ სამართლიანობას ყველგან და ყველასთვის“. ძალიან ცუდად იკითხება, ვის ეკუთვნის ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა.

25 სექტემბრიდან გადის ეთერში „სამართლიანი საქართველოსთვის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, სერგო ჯავახიძის ორი უფასო პოლიტიკური რეკლამა. მონიტორინგის პერიოდში ჯავახიძეს ჯამში 9 წუთი დაეთმო. „სამართლიანი საქართველოსთვის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის მთავარი გზავნილი არის: „ჩვენი სახელმწიფო ჩვენი ოჯახია“.

1-30 სექტემბრის შუალედში ეთერში გავიდა „საქართველოს ევროპელი დემოკრატების“ პრეზიდენტობის კანდიდატის ზურაბ ხარატიშვილის 2 სხვადასხვა რეკლამა. ხარატიშვილის რეკლამებს ჯამში 5 წუთი და 24 წამი დაეთმო.

პირველ ვიდეორგოლში პრეზიდენტობის კანდიდატი შეგვახსენებს, რომ საქართველო შედგება რეგიონებისა და სხვადასხვა უმცირესობებისგან, სოფლისა და ქალაქის მოსახლეობისგან და „ეს განსხვავებულობები ჩვენი სიძლიერეა“. კადრში ჩნდება სლოგანი: „პასუხისმგებლობით ძლიერი საქართველოსთვის“. მეორე რეკლამაში კი ხარატიშვილი ამბობს, რომ „საზოგადოების ერთობა და მოყვასის სიყვარული ქვეყნის გაერთიანების აუცილებელი პირობაა“.

პოლიტიკურ რეკლამებში უარყოფითი ტონით ძირითადად „ქართული ოცნების“ პრეზიდენტობის კანდიდატი გიორგი მარგველაშვილი, პრემიერ-მინისტრი ბიძინა ივანიშვილი და პრეზიდენტი მიხეილ სააკაშვილი გაშუქდნენ. გიორგი მარგველაშვილი და ბიძინა ივანიშვილი უარყოფითად დავით ბაქრაძის პოლიტიკურ რეკლამებში გაშუქდნენ, პრეზიდენტი სააკაშვილი კი ნეგატიური ტონით გიორგი თარგამაძის რეკლამებში გაშუქდა.



მონიტორთა ჯგუფს მიაჩნია, რომ ფარული პოლიტიკური რეკლამის ნიშნებს შეიცავს პრემიერ-მინისტრ ბიძინა ივანიშვილის შვილის - ბერას კონცერტის რეკლამა (მონიტორთა ჯგუფისთვის არ არის ცნობილი, რა სტატუსით გადის ეს რეკლამა ეთერში).



ბერა ივანიშვილის რეკლამა მონიტორინგის პერიოდში სულ 30 ჯერ გავიდა. რეკლამის საერთო ხანგრძლივობა 36 წამია. აქედან 4 წამის განმავლობაში ჩანს ბერა, რომლის მაისურზეც „ქართული ოცნების“ ლოგოა გამოსახული. რეკლამის მეშვეობით ბერა ივანიშვილი მოსახლეობას თავის კონცერტზე - „ჩვენ ვართ საქართველო“ ეპატიჟება. რეკლამის ნაწილს ფონად გასდევს მუსიკა ტექსტით: „საქართველო ჩვენ ვართ, საქართველო ჩვენ ვართ“.

მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერში გასულ კიდევ ერთ სოციალურ რეკლამაზე გავამახვილეთ ყურადღება. 11 სექტემბრიდან ეთერში გავიდა საყოველთაო ჯანდაცვის შესახებ სარეკლამო რგოლი. რეკლამა თავისი შინაარსით განეკუთვნება სოციალურ რეკლამას. რეკლამის შინაარსი ასეთია: საყოველთაო ჯანდაცვა გაფართოვდა - „2013 წლის პირველი ივლისიდან დაზღვევის არმქონე მოქალაქეებს სახელმწიფო უნაზღაურებს: ამბულატორია -

ოჯახის ექიმისა და ექიმ- სპეციალისტების მომსახურებას, ექოსკოპია და რეტგენი, ლაბორატორიული კვლევები... პროგრამით მოსარგებლეს უფლება აქვს თავად აირჩიოს სამკურნალო დაწესებულება საქართველოს მასშტაბით. დეტალური ინფორმაციისთვის დარეკეთ 1505 ან მიაკითხეთ სოციალური მომსახურების სააგენტოს სერვისცენტრებს“.

ჩვენი ყურადღება მიიპყრო სიტყვებმა „სახელმწიფო უნაზღაურებს“. იმის გამო, რომ საქართველოში მმართველ პარტიასა და სახელმწიფოს შორის ზღვარი თითქმის არ არსებობს, შესაძლოა, ვიდეორგოლი აღქმული იყოს როგორც „ქართული ოცნების“ რეკლამა.

ტელეკომპანია „რუსთავი 2“

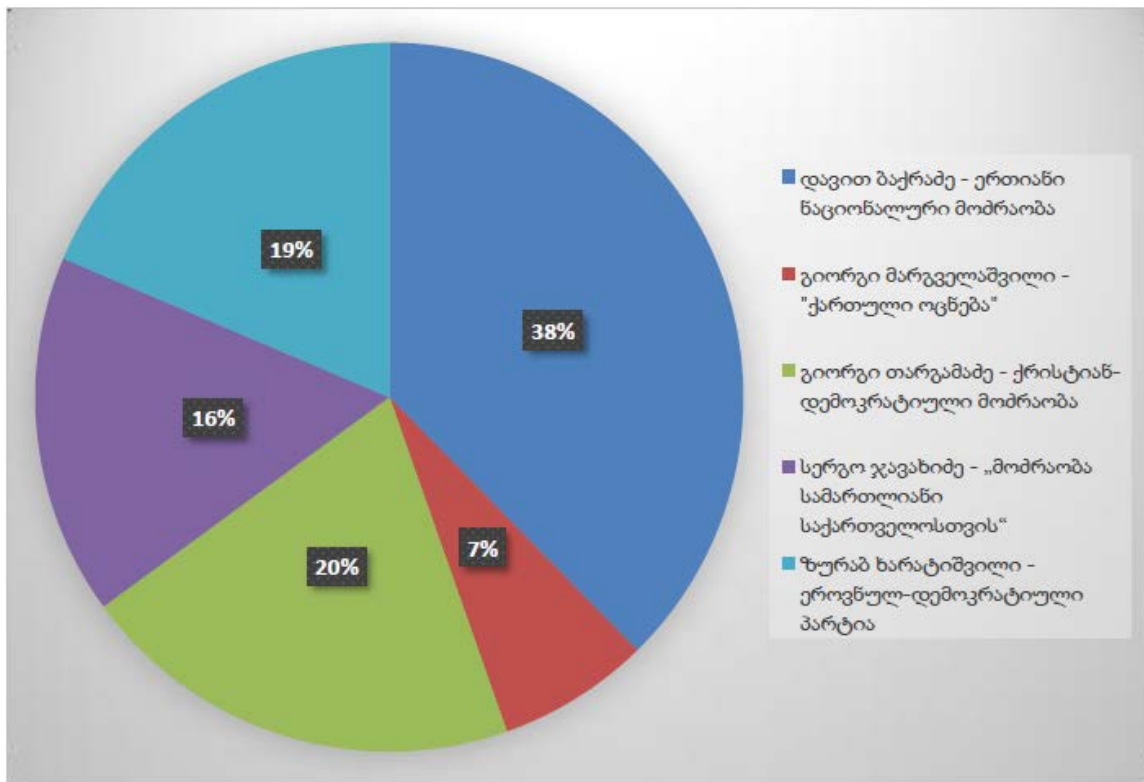
1-30 სექტემბერი

მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის ეთერში სარეკლამო დროის საერთო ხანგრძლივობა იყო 38 სთ და 31 წთ, აქედან პოლიტიკურ რეკლამებს 2 სთ და 6 წთ დაეთმო, ხოლო სავარაუდოდ სოციალურ რეკლამებს 14 წთ და 30 წმ.

მედია მონიტორინგის ამ მონაკვეთში, ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის ეთერში პრეზიდენტობის 5 კანდიდატის პოლიტიკური რეკლამა გავიდა:

1. დავით ბაქრაძე - „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ – 69 წთ
2. გიორგი თარგამაძე - „ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობა“ -21 წთ
3. სერგო ჯავახიძე - „მოძრაობა სამართლიანი საქართველოსთვის“ – 15,5 წთ
4. ზურაბ ხარატიშვილი - „ევროპელი დემოკრატები“ – 15 წთ
5. გიორგი მარგველაშვილი - „ქართული ოცნება“ – 5 წთ

კანდიდატების მიერ გამოყენებული სარეკლამო დრო (საერთო დრო 2 სთ და 6 წთ)



სატელევიზიო სარეკლამო სივრცის გამოყენება ყველაზე ადრე „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატმა, დავით ბაქრაძემ დაიწყო. მონიტორინგის პერიოდში ეთერში ბაქრაძის საიმიჯო ორი სხვადასხვა პოლიტიკური რეკლამა გავიდა. ერთ-ერთ ვიდეორგოლში „ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატი საკუთარ გეგმებზე საუბრობს. გარდა იმისა, რომ რგოლი დადებითად წარმოაჩენს დავით ბაქრაძეს, 10 წამის განმავლობაში ნეგატიურად ახასიათებს „ქართულ ოცნებას“.

დავით ბაქრაძე ჯერჯერობით ერთადერთი კანდიდატია, რომელმაც საკუთარი წინასაარჩევნო კამპანია კონკურენტის ანტირეკლამაზე ააგო. რეკლამათა ციკლში „არ შესრულდა. ოცნება არ მუშაობს“ ნაჩვენებია ბიძინა ივანიშვილის და კოალიცია „ქართული ოცნების“ სხვა ლიდერთა ის წინასაარჩევნო დაპირებები, რომელთა შესრულებაც მმართველმა გუნდმა ვერ შეძლო. ყველა რეკლამის დასასრულს კადრში ჩნდება წარწერა: „არ შესრულდა, ოცნება არ მუშაობს“. ამ ციკლის რეკლამების ავტორების იდენტიფიკაცია შესაძლებელია რეკლამაზე არსებული მინაწერით, სადაც იკითხება: „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“.

მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის პრაიმთაიმში „არ შესრულდა, ოცნება არ მუშაობს“ ციკლის 10 სხვადასხვა რეკლამა გადიოდა. ერთ-ერთ ვიდეორგოლში, სადაც გამოყენებულია „ქართული ოცნების“ პრეზიდენტობის კანდიდატის - გიორგი მარგველაშვილის და მოსახლეობის შეხვედრის ამსახველი კადრი, კარგად ჩანს მისი ზერელე დამოკიდებულება ამომრჩევლებისადმი. გიორგი მარგველაშვილი, რომელიც მობილურ ტელეფონზე შეტყობინების წერითაა გართული, არ უსმენს მასთან შეხვედრაზე მისულ ქალბატონს. აღნიშნული რეკლამა 25-წამიანია და ის ეთერში 12 ჯერ გავიდა.



ანტირეკლამასთან ერთად, ბოლო კვირაში გამოჩნდა გიორგი მარგველაშვილის საიმიჯო პოლიტიკური რგოლებიც. მონიტორინგის პერიოდში ეთერში მარგველაშვილის სულ 3 საიმიჯო რეკლამა გავიდა. „ქართული ოცნების“ პრეზიდენტობის კანდიდატის რეკლამებში ნაჩვენებია მისი შეხვედრები ხალხთან. ერთ-ერთ ვიდეორგოლში კი მას პრემიერ-მინისტრი ბიძინა ივანიშვილი

წარადგენს. გიორგი მარგველაშვილი თითქმის ყველა რეკლამაში ბიძინა ივანიშვილთან ერთად ჩნდება. „ქართული ოცნების“ პრეზიდენტობის კანდიდატის მთავარი პოლიტიკური მესიჯია: „მინდა იგრძნოს საზოგადოებამ, რომ ხალხი და მთავრობა ერთადაა“.

უფასო სარეკლამო დროს იყენებს „საქართველოს ევროპელი დემოკრატების“ პრეზიდენტობის კანდიდატი ზურაბ ხარატიშვილიც, რომელიც 2 განსხვავებულ სარეკლამო რგოლს სთავაზობს მაცურებელს. მისი მთავარი დევიზია: „პასუხისმგებლობით ძლიერი საქართველოსთვის“ და „განსხვავებები ჩვენი სიძლიერეა“. ხარატიშვილი აქცენტს ქვეყნის ეთნიკურ-რელიგიურ განსხვავებებზე და ამ განსხვავებით ძლიერებაზე აკეთებს.

„ტრადიციებით ევროპისაკენ“ - ამ პოლიტიკური ლოზუნგს სთავაზობს ამომრჩეველს „ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატი გიორგი თარგამაძე. თარგამაძეს 2 პოლიტიკური რეკლამა აქვს. ერთ-ერთ ვიდეორგოლში, რომელიც 55-წამიანია, ის მოსახლეობას მის მიერ განვლილი პოლიტიკური გზის შესახებ უყვება და „ოცნების ახდენას“ პირდება.

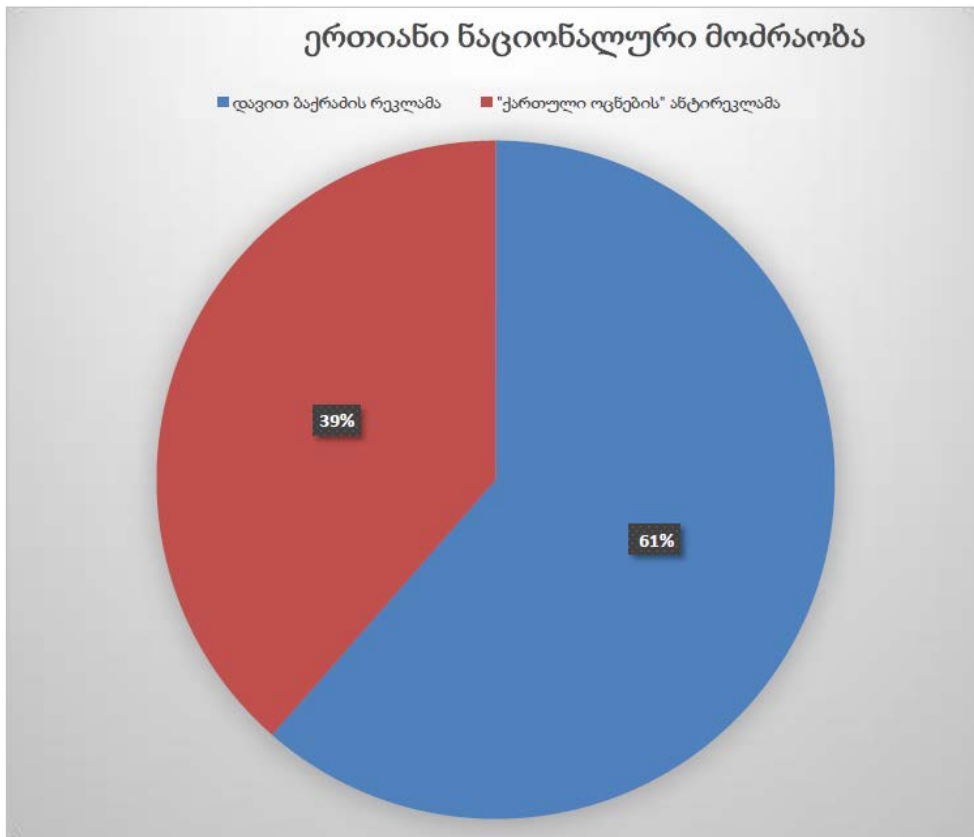
მეორე რეკლამის საშუალებით, კი მოსახლეობას მოუწოდებს ტრადიციული ქართული ღირებულებებით შეუერთდეს ევროპას. თარგამაძისა და „ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობის“ უმთავრესი დაპირება მაინც საარსებო მინიმუმის გაზრდა და ერთსქესიანთა ქორწინების აკრძალვაა. „ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის უფასო პოლიტიკური რეკლამა „რუსთავი 2“-ის ეთერში 11-ჯერ გავიდა.

მონიტორინგის ბოლო პერიოდში „რუსთავი 2“-ის ეთერში გავიდა „სამართლიანი საქართველოსთვის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, სერგო ჯავახიძის 2 პოლიტიკური რეკლამა. რეკლამაში, რომლის ხანგრძლივობა 30 წამია, პრეზიდენტობის კანდიდატი ინტერვიუს აძლევს ჟურნალისტს და განმარტავს, რომ მთავარი აქცენტი ოჯახურ ღირებულებებზე უნდა გაკეთდეს. „ჩვენი სახელმწიფო ჩვენი ოჯახია“ - ეს არის პოლიტიკური რეკლამის მთავარი მესიჯი.

მეორე რეკლამაში კი ჯავახიძე ქვეყნის აღორძინებისათვის საჭირო კრიტერიუმებზე ამახვილებს ყურადღებას. რეკლამის ხანგრძლივობა 60 წამია. სერგო ჯავახიძის რეკლამები ეთერში 22-ჯერ გავიდა.

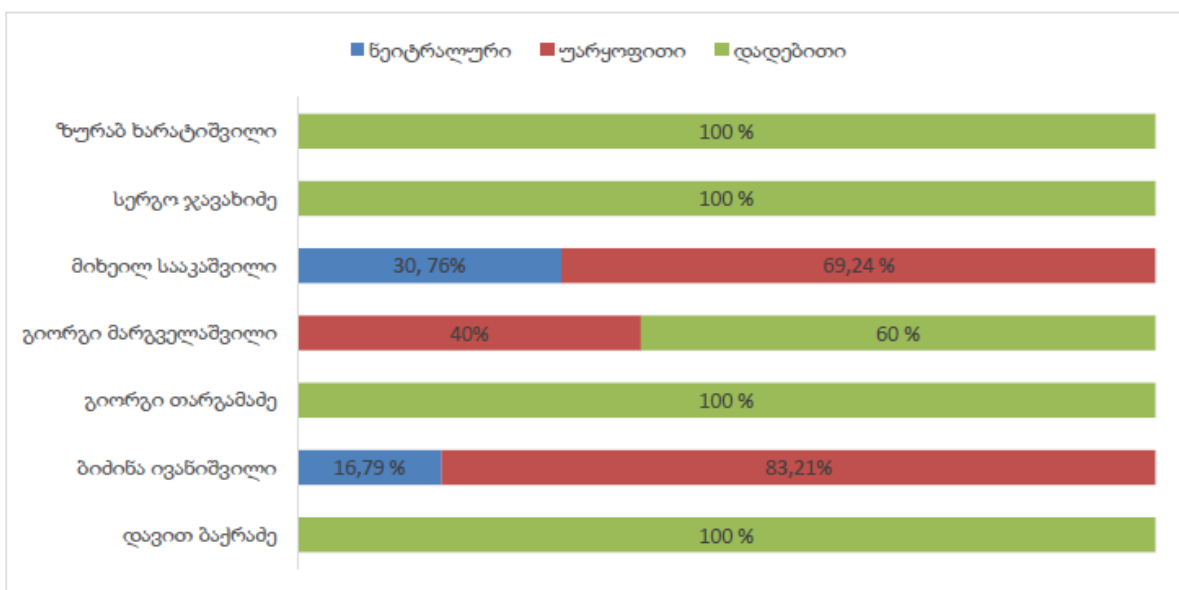
მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის ეთერში ყველაზე დიდი დრო დავით ბაქრაძის რეკლამებს დაეთმო. მონაცემებში შესულია ის რეკლამები, რომლებიც უშუალოდ დავით ბაქრაძის რეკლამირებას ემსახურებოდა და ასევე „ქართული ოცნების“ ის ანტირეკლამები, რომლის დამკვეთიც „ნაციონალური მოძრაობა“ იყო.

„ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, დავით ბაქრაძის რეკლამებს ჯამში 69 წთ დაეთმო. აქედან, თვითონ ბაქრაძის საიმიჯო რგოლებს 42 წთ, ხოლო „ქართული ოცნების“ ანტირეკლამას 27 წთ დაეთმო.



უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ დავით ბაქრაძის რეკლამებში გარკვევით არ იკითხება წარწერა: ფასიანი/უფასო პოლიტიკური რეკლამა. მინაწერი იმდენად მცირე ზომის შრიფტითაა შესრულებული, რომ ჭირს იმის გარკვევა, რეკლამა ფასიანია თუ უფასო.

მონიტორინგის სუბიექტებიდან უარყოფითი ტონი გიორგი მარგველაშვილს და პრეზიდენტს დაეთმო. მარგველაშვილისთვის ეს ტონი „ნაციონალური მოძრაობის“ ანტირეკლამებმა, ხოლო პრეზიდენტისთვის გიორგი თარგამაძის რეკლამებმა განაპირობა.



მონიტორინგის პერიოდში ჩვენი ყურადღება მიიპყრო რამდენიმე სოციალურმა რეკლამამ.

ფარული და პოლიტიკური რეკლამის მონიტორინგი 2013 წლის (საპრეზიდენტო)

წინასაარჩევნო პერიოდში - 1 – 30 სექტემბრის მონიტორინგის შედეგები

„პრეცედენტები ქმნის ტრადიციას“ - პირობითად ასე დავარქვით ცესკოს 44-წამიან რეკლამას. რეკლამაში მოთხრობილია საქართველოს საარჩევნო ტრადიცია, ხაზგასმულია ცესკოს მუშაობის მაღალი ხარისხი. მიგვაჩნია, რომ ეს რეკლამა არ ჯდება სოციალური რეკლამის კანონით დადგენილ განსაზღვრებაში და ემსახურება არა მოსახლეობისთვის სოციალური სიკეთეების შესახებ ინფორმაციის მიწოდებას, არამედ „ცესკოს“ რეკლამირებას.

კიდევ ერთი საინტერესო რეკლამა, რომელიც სავარაუდოდ სოციალური სტატუსით გადის, რთველის დაწყების შესახებ იუწყება. რეკლამა, „რთველი 2013 იწყება“, რომელიც სავარაუდოდ სოციალური სტატუსით დაწყების შესახებ იუწყება. რეკლამის შინაარსი ასეთია: ახალგაზრდა მამაკაცს, სავარაუდოდ სახელმწიფოს წარმომადგენელს, გლეხთან ახალი ამბავი მიაქვს. ის გლეხს ვენახში სტუმრობს. სტუმარი მასპინძელს სოფლის მეურნეობის სფეროში განხორციელებულ რეფორმებს აცნობს: „წელს აღარ დაგჭირდება ვაუჩერი და ბანკის რიგში დგომა. ყველაფერი მარტივია - სახელმწიფო პირდაპირ აფინანსებს ქარხნებს, იმ შემთხვევაში, თუ ისინი ერთ ლარად ან მეტად იზარებენ თქვენგან ხარისხიან ყურძენს. ერთი სიტყვით, წლებადელი რთველი მაქსიმალურად ორგანიზებული იქნება და რაც მთავარია, გლეხს ჩაუბარებელი ყურძენი აღარ დარჩება“. რეკლამა ქეიფის კადრებით მთავრდება და მასპინძელი „კარგი ამბის ჩამომტანს, კარგი ღვინით უმასპინძლდება“.

<http://www.youtube.com/watch?v=xXJIKleFj34>

მსგავსი შინაარსის ვიდეორგოლი, როგორც წესი, სოციალური რეკლამის სტატუსით გადის და მისი განთავსებისთვის დამკვეთი ორგანიზაცია რეკლამის საფასურს არ იხდის. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-12 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, სოციალური რეკლამა „საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობისა და საქველმოქმედო მიზნების მიღწევისაკენ მიმართული რეკლამაა, რომელიც არ არის არც კომერციული და არც წინასაარჩევნო რეკლამა და არ შეიცავს კერძო სამართლის იურიდიული პირის ან სამთავრობო დაწესებულების, აგრეთვე, მათ მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას.“ ვიდეორგოლი - „რთველი 2013 იწყება“ კი მთავრობის და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს გაწეული მომსახურების რეკლამას წარმოადგენს.

მედია მონიტორთა ჯგუფს მიაჩნია, რომ წინასაარჩევნო პერიოდში ტელეკომპანიების ეთერში ამგვარი რეკლამების გასვლა, მით უფრო იმ ფონზე, როცა „ქართული ოცნების“ მთავარი დაპირება საპარლამენტო არჩევნების დროს სწორედ სოფლის მეურნეობის გაძლიერება და დასაქმების ხელშეწყობა იყო, შესაძლოა აღქმული იყოს როგორც ფარული რეკლამა, რადგან, ეს რეკლამები ერთგვარი მტკიცებაა იმის, რომ „ქართულმა ოცნებამ“ თავისი დაპირებები შეასრულა.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი

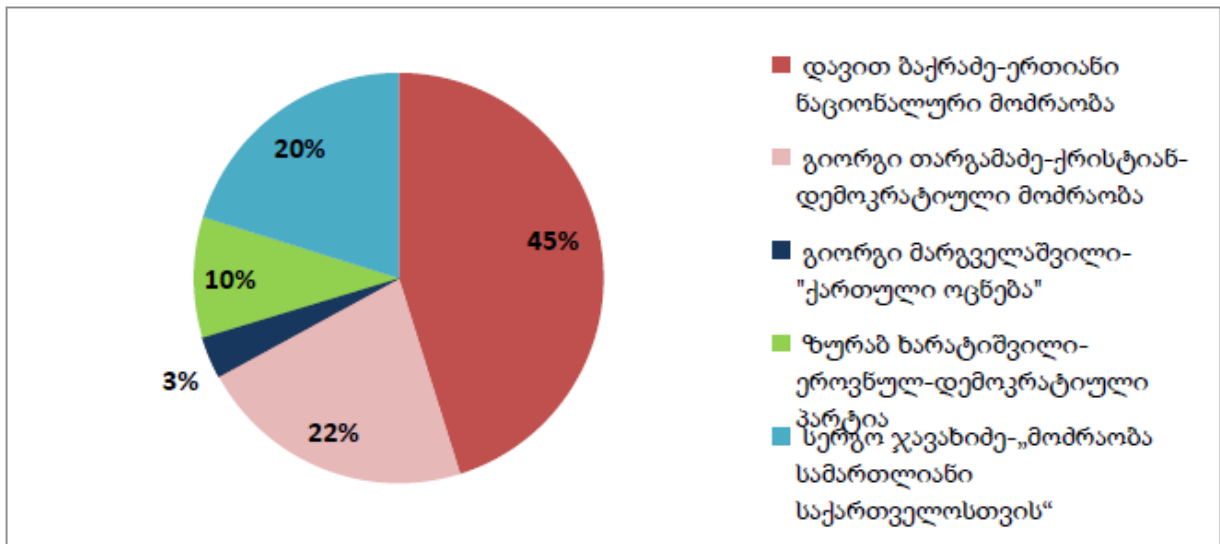
1-30 სექტემბერი

მონიტორინგის პერიოდში საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში სარეკლამო ჭრების საერთო რაოდენობამ 937 წთ (15,6 სთ) შეადგინა, აქედან პოლიტიკურ რეკლამას 173 წუთი (2,8 სთ) დაეთმო, ხოლო სოციალურ რეკლამებს - 12 წთ.

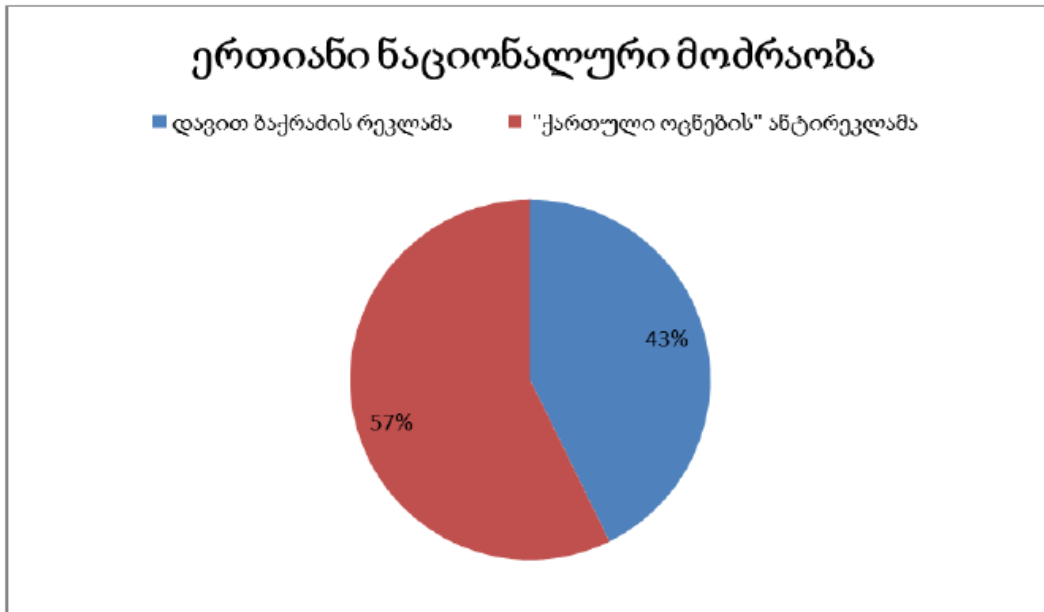
მედია მონიტორინგის ამ მონაკვეთში, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში პრეზიდენტობის ხუთი კანდიდატის პოლიტიკური რეკლამა გავიდა.

1. დავით ბაქრაძე - „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ - 1, 3 სთ
2. გიორგი თარგამაძე - „ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობა“ - 38 წთ
3. გიორგი მარგველაშვილი - „ქართული ოცნება“ - 5, 6 წთ
4. ზურაბ ხარატიშვილი - „ევროპელი დემოკრატები“ - 16, 5 წთ
5. სერგო ჯავახიძე - „მოძრაობა სამართლიანი საქართველოსთვის“ - 35 წთ

კანდიდატების მიერ გამოყენებული სარეკლამო დრო პროცენტებში (საერთო დრო 2.8 სთ)



ყველაზე დიდი დრო - 1, 3 სთ დავით ბაქრაძის რეკლამებს დაეთმო. მონაცემებში შესულია ის რეკლამები, რომლებიც უშუალოდ დავით ბაქრაძის რეკლამირებას ემსახურებოდა და ასევე „ქართული ოცნების“ ის ანტირეკლამებიც, რომელთა დამკვეთიც პარტია „ნაციონალური მოძრაობა“ იყო. უშუალოდ დავით ბაქრაძის საიმიჯო რეკლამებს 44 წთ, ხოლო „ქართული ოცნების“ ანტირეკლამებს 33 წთ დაეთმო.



საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში პოლიტიკური რეკლამები 10 სექტემბერს გამოჩნდა. 10 სექტემბრიდან ეთერში გადის „ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, დავით ბაქრაძის რეკლამა „არშემდგარი სახელმწიფო ვიყავით“. რეკლამა ვარდების რევოლუციამდელ პერიოდს, უშუქობას, უგზოობას, კორუფციასა და განუკითხაობას გვახსენებს და იმ პროგრესზე საუბრობს, რასაც ნაციონალურმა მოძრაობამ მიაღწია ქვეყანაში, რომელსაც „კორუფცია და კრიმინალი მართავდა“.

რეკლამაში 11 წამი „ქართული ოცნების“ ნეგატიურად წარმოჩენას ეთმობა, ხოლო 19 და 12 წამი შესაბამისად „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ და მისი პრეზიდენტობის კანდიდატის - დავით ბაქრაძის დადებითად წარმოჩენას.

როგორც გაირკვა, საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა უარი თქვა ეთერში „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ მიერ წარდგენილი იმ პოლიტიკური რეკლამების გაშვებაზე, სადაც საუბარი იყო „ქართული ოცნების“ შეუსრულებელ დაპირებებზე.

„ეს რეკლამა სხვისი ანტირეკლამა კი არ უნდა იყოს, თავის თავზე თქვან, რა ვაჟკაცები არიან, რა გააკეთეს და ოცნებამ რა არ გააკეთა, ამას ეთერში არ მივცემ“, – ასეთი განცხადება გააკეთა ამ საკითხზე საზოგადოებრივი მაუწყებლის დირექტორის მოვალეობის შემსრულებელმა თამაზ ტყემალაძემ.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ რეკლამების დაბლოკვა 11 სექტემბერს დარღვევად შეაფასა კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ

http://www.gncc.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=110&info_id=114468

GNCC-ის დასკვნიდან 2 დღეში, 13 სექტემბერს საზოგადოებრივ მაუწყებელზე „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ კიდევ 6 სხვადასხვა სახის რეკლამა გაჩნდა. ამ რეკლამების მთავარი მიზანი ელექტორატისთვის „ქართული ოცნების“ შეუსრულებელი წინასაარჩევნო დაპირებების შეხსენებაა.

ეს ვიდეორგოლები პრემიერ-მინისტრ ბიძინა ივანიშვილის და „ქართული ოცნების“ სხვა წევრების საარჩევნო დაპირებებიდან (წინასაარჩევნო გამოსვლებიდან) ამოკრებილი კადრების კოლაჟს

წარმოადგენს: „უნდა შეიქმნას რეალური სამუშაო ადგილები. ასეთი სამუშაო ადგილების რაოდენობა ათეულობით ათასი იქნება“, „პროფესიის მიხედვით უნდა მოვახერხოთ და დავასაქმოთ ყველა საქართველოს მოქალაქე“, „წლის ბოლომდე მე ვფიქრობ, რომ 60-ის ნაცვლად 100 ზე მეტი ახალი საწარმოს დაფინანსება მოხერხდება“. „ღირსეული დასაქმება ყველას, რაც გულისხმობს, ყველა რეგიონში 1000-ზე მეტი საწარმოს გახსნას“. ამ ფრაზების დასასრულს კი ისმის ხმა - „არ შესრულდა, ოცნება არ მუშაობს“.

„ქართული ოცნების“ ყველა ანტირეკლამას გასდევს მსხვილი შრიფტით შესრულებული გრაფიკული მონაცემი: „სულ დაპირება 83, შესრულდა 1, პროცესშია 6, არ შესრულდა 76“, ხოლო ვიდეორგოლის ბოლოს გვახსენებენ, რომ „არ შესრულდა. ოცნება არ მუშაობს“.

ყველა ვიდეორგოლს ქვედა მარჯვენა კუთხეში მინაწერი აქვს: „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“, რაც იმის დასტურია, რომ ეს რეკლამები „ნაციონალური მოძრაობის“ დაკვეთით მომზადდა და სწორედ მათ ეთვლებათ უფასო სარეკლამო დროში. უნდა აღინიშნოს, რომ წარწერა ძალიან მცირე ზომის შრიფტითაა შესრულებული და მისი წაკითხვა ჭირს.

დავით ბაქრაძის სხვა რეკლამებშიც გარკვევით არ იკითხება წარწერა: ფასიანი/უფასო პოლიტიკური რეკლამა. მინაწერი იმდენად წვრილი და ბუნდოვანია, რომ ჭირს გარჩევა, რეკლამა ფასიანია თუ უფასო. მედიამონიტორთა ჯგუფს ეს ფაქტი მნიშვნელოვან ხარვეზად მიაჩნია: კანონი მკაცრად ადგენს ყველა პოლიტიკური სუბიექტის უფასო პოლიტიკური რეკლამისთვის განკუთვნილ დროს. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, რომ მედიამონიტორებს და ასევე, რიგით მაყურებლებსაც ნათლად შეეძლოთ წარწერის საშუალებით იმის გარჩევა, ფასიანია თუ უფასო ესა თუ ის პოლიტიკური რეკლამა.

აღსანიშნავია ისიც, რომ იმ ვიდეორგოლებს, რომლებიც დავით ბაქრაძის რეკლამირებას ემსახურება, უფრო ნაკლები დრო ეთმობა, ვიდრე იმ რეკლამებს, რომლებიც „ქართული ოცნების“ ანტირეკლამებს წარმოადგენს.

„ქართული ოცნების“ პრეზიდენტობის კანდიდატის გიორგი მარგველაშვილის რეკლამები საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში 28 სექტემბრიდან გამოჩნდა. რატომღაც, საარჩევნო სუბიექტმა მისთვის განკუთვნილი უფასო სარეკლამო დრო 28 სექტემბრამდე არ გამოიყენა.

ეთერში გავიდა მარგველაშვილის რამდენიმე უხმო რეკლამა, რომლებიც მუსიკითაა გაფორმებული. რგოლებში ისეთი კადრები ენაცვლება ერთმანეთს, რომელშიც მარგველაშვილი მოსახლეობას ხვდება და ხალხს ხელს ართმევს. ასეთი სარეკლამო რგოლები, ბუნებრივია, მკვეთრად პოზიტიურ განწყობას ქმნის საარჩევნო სუბიექტისადმი. „მინდა იგრძნოს საზოგადოებამ, რომ ხალხი და მთავრობა ერთადაა,“ - ეს არის მარგველაშვილის მთავარი მესიჯი. მონიტორინგის ამ მონაკვეთში საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში 40-ჯერ გავიდა „ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, გიორგი თარგამაძის 2 რეკლამა. ერთ-ერთი მათგანი 55-წამიანია და ასახავს იმ პოლიტიკურ-საზოგადოებრივ გზას, რაც თარგამაძემ გუნდთან ერთად გაიარა.

თარგამაძის მეორე რეკლამაში კი, აქცენტი ტრადიციების დაცვასა და ქვეყნის განვითარებაზე კეთდება. ამ რეკლამის მიხედვით, სუბიექტი მოსახლეობას სოფელში საოჯახო მეურნეობებს, ქალაქში კი მცირე საოჯახო საწარმოებს ჰპირდება. გარდა ამისა, თარგამაძის ერთ-ერთი მთავარი დაპირება საარსებო მინიმუმის გაზრდაა. რეკლამა 60-წამიანია და ის ეთერში ჯერ მხოლოდ ოთხჯერ მოხვდა.

„საქართველოს ევროპელი დემოკრატების“ პრეზიდენტობის კანდიდატი ზურაბ ხარატიშვილი

ერთადერთი საარჩევნო სუბიექტია, რომელიც თავის სარეკლამო ვიდეორგოლში აქცენტს ქვეყნის ეთნიკურ-რელიგიურ მრავალფეროვნებაზე აკეთებს. „ეს განსხვავებები ჩვენი სიძლიერეა. ჩვენს ქვეყანაში აღმშენებლობის პერიოდები ყოველთვის ემთხვეოდა საერთო კონსოლიდაციას. განსხვავებულთა თანხმობა - ეს არის გზა კეთილდღეობისკენ,“ - ნათქვამია რეკლამაში.

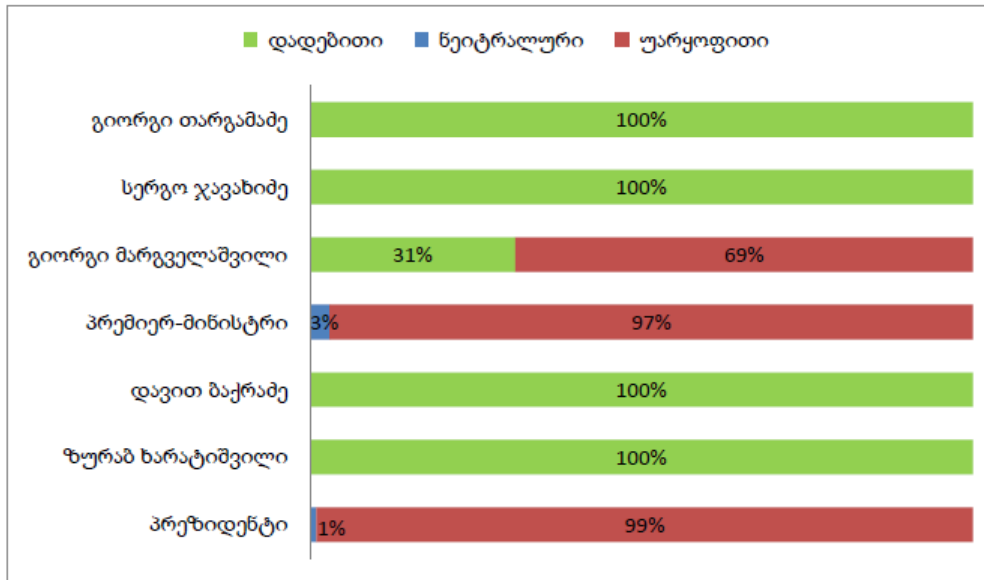


რეკლამა 27 წამიანია და ის ეთერში 24-ჯერ გავიდა. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ „ნაციონალური მოძრაობის“ რეკლამების მსგავსად, ამ რეკლამასაც ძალიან ბუნდოვანი მინაწერი აქვს და პრაქტიკულად, შეუძლებელია იმის გარჩევა, რეკლამა ფასიანია თუ უფასო. მედიამონიტორთა ჯგუფის აზრით, აუცილებელია, რომ ეს წარწერა გარკვევით იკითხებოდეს.

მეორე რეკლამა კი 54-წამიანია და ის ეთერში რვაჯერ გავიდა. შინაარსი ასეთია: „ქვეყნის გაერთიანება თითოეული ჩვენგანის გულსა და გონებაში იწყება. მოყვასის სიყვარული და საზოგადოების ერთობა ქვეყნის შენების აუცილებელი პირობაა,“ - ამბობს საარჩევნო სუბიექტი.

მონიტორინგის ამ პერიოდში „სამართლიანი საქართველოსთვის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, სერგო ჯავახიძის ერთი რეკლამა შეგვხდა. რეკლამა 60-წამიანია და ის ეთერში 12-ჯერ გავიდა. „ჩვენი სახელმწიფო ჩვენი ოჯახია“ - ეს არის რეკლამის მთავარი მესიჯი. ის რეკლამაში შიდაკონფლიქტებსაც ეხება და ამბობს, რომ კონფლიქტები არის ყველა ოჯახში, მაგრამ ერთიანი ძალებით მოახერხებს მათ დარეგულირებას, მეზობლებთან ურთიერთობისთვის კი, მოლაპარაკების გზას არჩევს.

პოლიტიკურ რეკლამებში უარყოფითად მხოლოდ ორი სუბიექტი - გიორგი მარგველაშვილი და პრეზიდენტი გაშუქდა. გიორგი მარგველაშვილის უარყოფითი გაშუქება მოხდა „ნაციონალური მოძრაობის“ დაკვეთით მომზადებულ „ქართული ოცნების“ ანტირეკლამებში. პრეზიდენტი კი უარყოფითი ტონით გიორგი თარგამაძის რეკლამებში გაშუქდა.



უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ საარჩევნო კოდექსის მიხედვით, საზოგადოებრივ მაუწყებელზე თითოეულ სუბიექტს უნდა დაეთმოს საათში არაუმეტეს 60 წამისა. ჩვენი რაოდენობრივი კვლევის მიხედვით, მაუწყებელს ეს მოთხოვნა არ დაურღვევია.

მონიტორინგის პერიოდში საზოგადოებრივ მაუწყებელზე გადიოდა რამდენიმე სოციალური (სავარაუდოდ) რეკლამა, ამ რეკლამებს საერთო ჯამში 12 წთ დაეთმო.

საზოგადოებრივ მაუწყებელზე ყველაზე აქტიურად გადიოდა რთველის შესახებ რეკლამა, რომელსაც ჩვენ პირობითად „რთველი 2013 იწყება“ დავარქვით. საკვლევი დროის განმავლობაში რეკლამა ეთერში 8 ჯერ გავიდა. ვიდეორგოლი სულ 29 წამიანი იყო, აქედან 28 წამის განმავლობაში გასდევდა სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ლოგო. რეკლამაში გვხვდება ისეთი ფრაზები, როგორებიცაა: „2013 წლის რთველი ქართული მეღვინეობა-მევენახეობის ინდუსტრიაში გარდამტეხი ეტაპია“, „ქვეყნის წარმატება სოფლის გამლიერებით იწყება“. მონიტორინგის ჯგუფს მიაჩნია, რომ ეს ვიდეორგოლი არ შეესაბამება კანონით დადგენილი სოციალური რეკლამის განმარტებას და მიზნად ისახავს არა საზოგადოებრივი სიკეთეების შესახებ საზოგადოების ინფორმირებას, არამედ სოფლის მეურნეობის სამინისტროს რეკლამირებას.

ვებგვერდ www.myvideo.ge -ს ტექნიკური პრობლემების გამო ვერ მოხერხდა 11 სექტემბრის 23:01:13-24:00 დროის მონაკვეთის მონიტორინგი.

ტელეკომპანია „კავკასია“

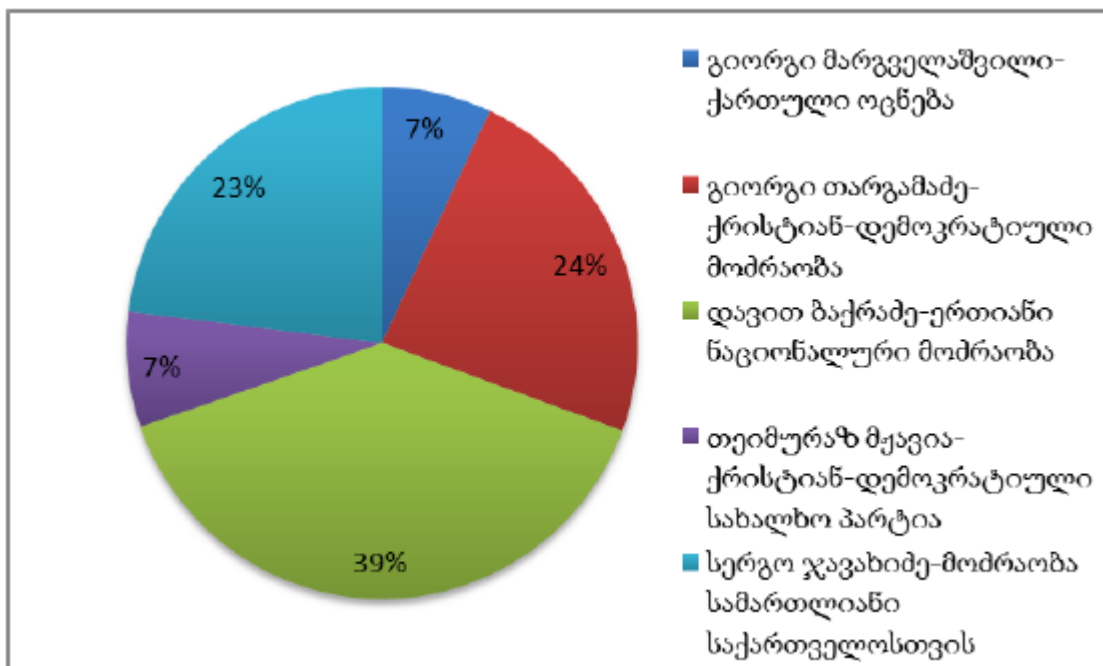
1-30 სექტემბერი

მედია მონიტორინგის ამ პერიოდში ტელეკომპანია „კავკასიის“ პრაიმ-თაიმში სარეკლამო დროის საერთო ხანგრძლივობამ 424 წთ (7.06 სთ) შეადგინა. აქედან პოლიტიკურ რეკლამებს 85 წთ (1.41 სთ), ხოლო სოციალურ (სავარაუდოდ) რეკლამებს 13 წთ დაეთმო.

მონიტორინგის ამ მონაკვეთში, ტელეკომპანია „კავკასიის“ ეთერში პრეზიდენტობის 6 კანდიდატის პოლიტიკური რეკლამა გავიდა:

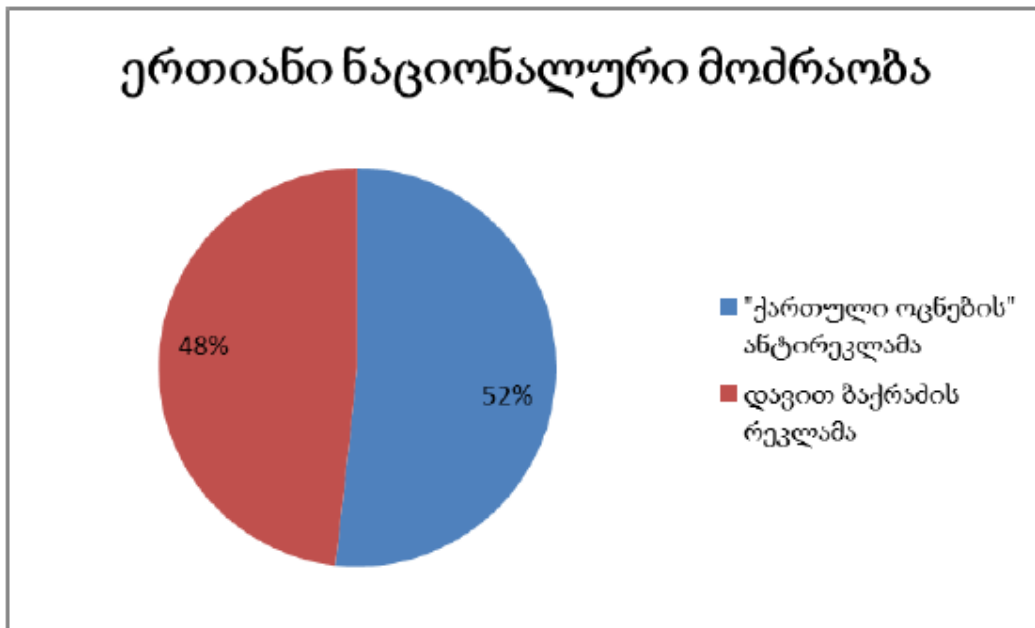
1. დავით ბაქრაძე - „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ – 32,26 წთ
2. გიორგი თარგამაძე - „ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობა“ – 19,5 წთ
3. გიორგი მარგველაშვილი - „ქართული ოცნება“ - 5, 7 წთ
4. თეიმურაზ მჟავია - „ქრისტიან-დემოკრატიული სახალხო პარტია“ – 6 წთ
5. ნინო ბურჯანაძე - „დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველო“ – 3,4წთ
6. სერგო ჯავახიძე - „მოძრაობა სამართლიანი საქართველოსთვის“- 24 წთ

კანდიდატების მიერ გამოყენებული სარეკლამო დრო პროცენტებში (საერთო დრო 85 წთ)



ფასიანი და უფასო პოლიტიკური რეკლამები ტელეკომპანია „კავკასიის“ ეთერში 11 სექტემბრიდან გადის. მონიტორინგის პერიოდში სარეკლამო ჭრებში პირველად „ერთიანი ნაციონალური

მოდრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, დავით ბაქრაძის სარეკლამო რგოლები გამოჩნდა. ბაქრაძის რეკლამების საერთო ხანგრძლივობა 32,26 წთ იყო. აქედან თავად დავით ბაქრაძის საიმიჯო ვიდეორგოლებს 15,56 წთ დაეთმო, ხოლო მისი ოპონენტი პოლიტიკური ძალის - „ქართული ოცნების“ ანტირეკლამას 15 წთ.



მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „კავკასიის“ ეთერში „ქართული ოცნების“ ცხრა სხვადასხვა სახის ანტირეკლამა გავიდა. ვიდეორგოლებში გამოყენებულია „ქართული ოცნების“ წარმომადგენლების მიერ წინასაარჩევნოდ გაცემული დაპირებები და მათი საჯარო გამოსვლებიდან ამოჭრილი კადრები. მაგალითად: „დაპირება არ შესრულდა N7 (გადასახადების განახევრება)“ - „ქართული ოცნების“ ანტირეკლამა, რომელიც ეთერში უფასო პოლიტიკური რეკლამის სტატუსით გადის.

ბიძინა ივანიშვილი პრესკონფერენციაზე საუბრობს გადასახადების შემცირებაზე. ამბობს, რომ გადასახადების განახევრება ხვალიდანვე შეიძლება: „ელექტროენერგია საქართველოს აქვს ძალიან იაფი, რადგან გვაქვს ძალიან ბევრი ელექტროსადგური. გაზის დიდი ნაწილი გვეკუთვნის უფასოდ, რადგან საქართველოში გადის ეს ტრუბა.... ეს ყველაფერი, ალბათ, მესამედი გამოვა ახლანდელი გადასახადების“. ვიდეორგოლის ბოლოს კადრში ჩნდება წარწერა: „არ შესრულდა. ოცნება არ მუშაობს“. ვიდეორგოლს მუდმივად გასდევს გრაფიკული მონაცემი: 83 დაპირებიდან 76 შესრულებულია. შესრულდა 1, ხოლო ექვსი მიმდინარეობის პროცესშია.

„ქართული ოცნების“ ანტირეკლამებს მოჰყვება „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, დავით ბაქრაძის რეკლამა. ვიდეორგოლი, რომლის ხანგრძლივობაც 29 წამია, 90-იანი წლების საქართველოს კადრებით იწყება. კადრში ჩანს რიგები მალაზიებთან, ქუჩის აქციები და სამხედრო ფორმაში გამოწყობილი ადამიანები. შემდეგ კადრებში ჩანს პოლიციის ახალი შენობები და პატრულთა მანქანები, ახლად დაგებული გზები და გარემონტებული შენობები, ბავშვები ბედნიერი სახეებით. სარეკლამო რგოლში ნათქვამია, რომ „ერთი წლის წინ საქართველოში ახალი მთავრობა მოვიდა, რომელმაც ბევრი დაპირების მიუხედავად, ვერაფერი გააკეთა“. კადრში ორი წამის განმავლობაში, პარტიის ლოგოს და დროშის ფონზე ჩანან პოლიტიკური პარტია „ქართული ოცნების“ წევრები. ამის შემდეგ სარეკლამო რგოლში ჩნდება აქციების, გაჩერებული სამშენებლო ტექნიკის და ნიღბიანი კრიმინალების ამსახველი კადრები. რეკლამა გვამცნობს, რომ „ქვეყანაში კრიმინალმა იმატა, გაჩერებულია

ინვესტიციები“. კადრში ჩანს „ნაციონალური მოძრაობის“ საპრეზიდენტო კანდიდატი დავით ბაქრაძე (14 წამის განმავლობაში), რომელიც პირდაპირ ელექტორატს მიმართავს.

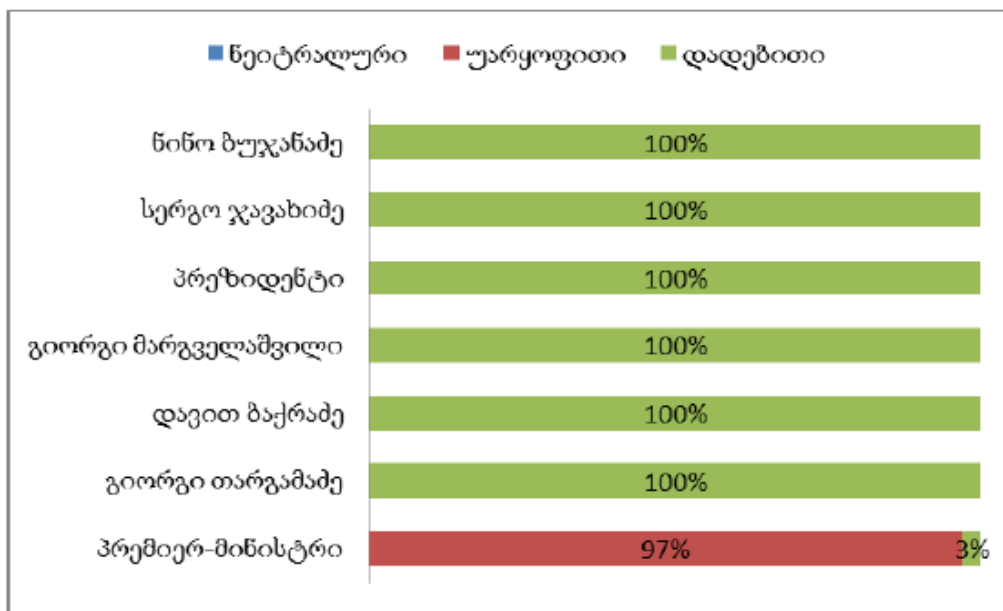
23 სექტემბრიდან ეთერში გადის „დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველოს“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, ნინო ბურჯანაძის რეკლამა „სამართლიანობა ყველგან და ყოველთვის“. რეკლამა არის ხუთწამიანი. ვიდეორგოლში ისმის ნინო ბურჯანაძის ხმა: „ჩვენ აღვადგენთ სამართლიანობას ყველგან და ყოველთვის“. მონიტორინგის პერიოდში ეს რეკლამა 41-ჯერ გავიდა და ჯამში მას 3 წუთი დაეთმო. ვიდეორგოლი გადის უფასო პოლიტიკური რეკლამის სტატუსით. კადრში ჩანს წარწერა - ნინო ბურჯანაძე. თუმცა, წარწერის შრიფტი იმდენად მცირე ზომისაა, რომ მისი გარჩევა ჭირს.

საანგარიშო პერიოდში ტელეკომპანია „კავკასიის“ ეთერში გავიდა ასევე „სამართლიანი საქართველოსთვის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის - სერგო ჯავახიძის ორი რეკლამა. ერთი მათგანის ხანგრძლივობა ერთი წუთია. ვიდეორგოლში პრეზიდენტობის კანდიდატი აცხადებს, რომ „ჩვენი სამშობლო ჩვენი ოჯახია“. მონიტორინგის პერიოდში ეს რეკლამა გავიდა 16-ჯერ. მისი საერთო ხანგრძლივობა იყო 16 წუთი.

სერგო ჯავახიძის მეორე რეკლამა 30-წამიანია. რეკლამაში სერგო ჯავახიძე კითხვებზე პასუხობს. კითხვები მის ოჯახურ მდგომარეობას შეეხება. ის ოჯახის წევრების რაოდენობად საქართველოს მოსახლეობის რაოდენობას ასახელებს. კანდიდატი სინანულით ამბობს, რომ მისი ოჯახის წევრების დიდი ნაწილი საზღვარგარეთაა და სურს, რომ მალე დაბრუნდნენ ოჯახში და დაიმკვიდრონ ადგილი. რეკლამა გავიდა 16-ჯერ, საერთო ხანგრძლივობით 8 წუთი.

საანგარიშო პერიოდში ეთერში გავიდა „ქრისტიან-დემოკრატიული სახალხო პარტიის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის თეიმურაზ მჟავიას უფასო პოლიტიკური რეკლამა - „საქართველო განუყოფელია“. ვიდეორგოლში საუბარია თეიმურაზ მჟავიას საპრეზიდენტო დაპირებებზე და მის გეგმებზე. რეკლამა გავიდა სულ 4-ჯერ და ჯამში მას 6 წუთი დაეთმო.

პრეზიდენტობის კანდიდატების გაშუქების ტონი იყო:



ამავე პერიოდში გადიოდა რამდენიმე სოციალური რეკლამა (რთველი 2013 და შეღავათიანი

აგროკრედიტის პროექტის რეკლამა). სოციალურ რეკლამებს სულ 13 წუთი დაეთმო. სოციალური რეკლამების დამკვეთები სხვადასხვა სამინისტროები არიან. სოციალური სტატუსის მქონე რეკლამები, ძირითადად, პოზიტიური ხასიათისაა და ამა თუ იმ სახელისუფლებო უწყების საქმიანობას დადებითად წარმოაჩენს. (ვაკანსიების გამოცხადება, ახალი პროფესიული სასწავლებლები და ა.შ.)

1-30 სექტემბრის პერიოდში ტელეკომპანია „კავკასიის“ ეთერში ფარული რეკლამა არ დაფიქსირებულა.

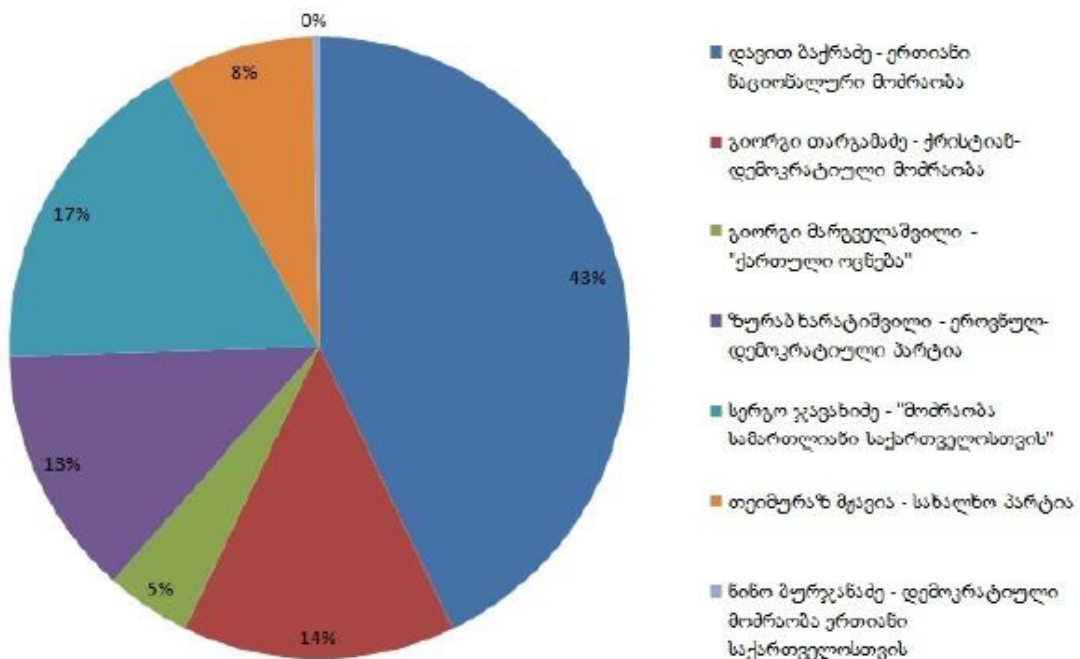
მაესტრო

1-30 სექტემბერი

მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „მაესტრო“-ს ეთერში სარეკლამო დროის საერთო ხანგრძლივობა იყო 20.05 სთ, აქედან უფასო პოლიტიკურ რეკლამებს დაეთმო 2.3 სთ, ხოლო სოციალურ რეკლამებს - 8,1 წთ.

მონიტორინგის ამ მონაკვეთში, ტელეკომპანია „მაესტროს“ ეთერში პრეზიდენტობის 7 კანდიდატის პოლიტიკური რეკლამა გავიდა:

1. დავით ბაქრაძე - ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა 58,7 წთ
2. გიორგი მარგველაშვილი - ქართული ოცნება 6,06 წთ
3. გიორგი თარგამაძე - ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა 19,48 წთ
4. ნინო ბურჯანაძე - დემოკრატიული მოძრაობა ერთიანი საქართველოსთვის 0.5 წთ
5. სერგო ჯავახიძე - მოძრაობა სამართლიანი საქართველოსთვის 23,73 წთ
6. ზურაბ ხარატიშვილი - ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია 17,7 წთ
7. თეიმურაზ მყავია - სახალხო პარტია 10,6 წთ



ტელეკომპანია „მაესტრო“-ს ეთერში 10 სექტემბრამდე არ გადიოდა არც ერთი პოლიტიკური რეკლამა. 10 სექტემბრიდან ეთერში გამოჩნდა დავით ბაქრაძის უფასო პოლიტიკური რეკლამა. მონიტორინგის პერიოდში „მაესტრო“-ს პრაიმთაიმში გვხვდებოდა „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის ორი უფასო პოლიტიკური რეკლამა. ერთ-ერთ ვიდეორგოლში ვხედავთ, რა ხდებოდა 90-იან წლებში შევარდნაძის პრეზიდენტობის დროს, შემდეგ რა შეიცვალა მიხეილ სააკაშვილის მმართველობის პერიოდში და როგორ შეჩერდა დაწყებული მთელი რიგი პროექტები „ქართული ოცნების“ ხელისუფლებაში მოსვლის შემდეგ. კადრში ჩანს აქციები და შეჩერებული მშენებლობები.

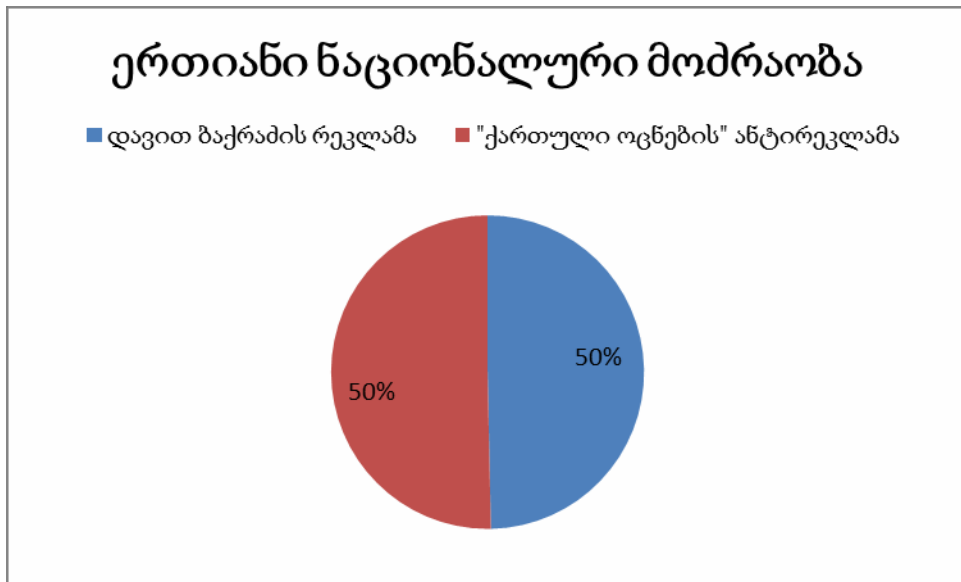
„მაესტრო“ ასევე სარეკლამო დროს უთმობს „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ რეკლამებს, რომლებშიც კოალიცია „ქართული ოცნებისა“ და ბიძინა ივანიშვილის შეუსრულებელ საარჩევნო დაპირებებზეა საუბარი. ამგვარი რეკლამებია „არ შესრულდა. ოცნება არ მუშაობს“ (60-ის ნაცვლად 100-ზე მეტი საწარმოს დაფინანსება).

ვიდეორგოლში გამოყენებულია ბიძინა ივანიშვილის ტელეკომპანია „კავკასიაში“, დავით აქუბარდიას გადაცემაში სტუმრობის ამსახველი კადრები, სადაც პრემიერი აცხადებს, რომ გაიხსნება მინიმუმ 60 ქარხანა, რაც შესრულებული არ არის.

მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „მაესტროს“ ეთერში „არ შესრულდა. ოცნება არ მუშაობს“ ციკლის 11 სხვადასხვა რეკლამა გავიდა. ამ ციკლის ყველა ვიდეორგოლის ბოლოს კადრში ჩნდება წარწერა: „არ შესრულდა. ოცნება არ მუშაობს“. ვიდეორგოლს მუდმივად გასდევს გრაფიკული მონაცემი: 83 დაპირებიდან 76 შეუსრულებელია. შესრულდა 1, ხოლო 6 მიმდინარეობის პროცესშია.



ბაქრაძის რეკლამების საერთო ხანგრძლივობა 58,7 წთ იყო. აქედან თვითონ დავით ბაქრაძის საიმიჯო ვიდეორგოლებს 29,1 წთ დაეთმო, ხოლო მისი ოპონენტი პოლიტიკური ძალის, „ქართული ოცნების“ ანტირეკლამას - 29,5 წთ.



გარდა ამისა, მონიტორინგის პერიოდში „მაესტროს“ ეთერში გავიდა „დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველოსთვის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის ნინო ბურჯანაძის 5-წამიანი ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა. კადრში მხოლოდ გრაფიკული გამოსახულება ჩანს და ისმის სლოგანი - „ჩვენ აღვადგენთ სამართლიანობას ყველგან და ყოველთვის“, რომელსაც ნინო ბურჯანაძე კითხულობს. ეს რეკლამა ერთადერთი ფასიანი პოლიტიკური რეკლამაა, რომელიც მონიტორინგის პერიოდში ტელეკომპანია „მაესტროს“ ეთერში შეგვხვდა.

საანგარიშო პერიოდში გავიდა ასევე „ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის გიორგი თარგამაძის ორი უფასო პოლიტიკური რეკლამა: ერთი 90წმ-იანი, მეორე - 89 წმ-იანი. ერთ-ერთში უფრო მეტადაა აქცენტი გასმული მის წარსულზე და გაკეთებულ საქმეებზე, ხოლო მეორე ვიდეორგოლში პრეზიდენტობის კანდიდატი მხოლოდ გეგმებზე საუბრობს.

მონიტორინგის პერიოდში გავიდა „სამართლიანი საქართველოსთვის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის სერგო ჯავახიძის 2 უფასო პოლიტიკური რეკლამა. რეკლამებში პრეზიდენტობის კანდიდატი სახელმწიფოს განვითარების გზებზე საუბრობს და აქცენტს აკეთებს იმაზე, რომ „ჩვენი სახელმწიფო ჩვენი ოჯახია“.

„ქართული ოცნების“ პრეზიდენტობის კანდიდატის პოლიტიკური რეკლამა ეთერში პირველად 28 სექტემბერს გავიდა - 20 წამიანი, უხმო ვიდეორგოლში გამოყენებულია კოალიცია „ქართული ოცნების“ მიერ სხვადასხვა დროს ჩატარებული აქციების კადრები, სადაც ჩანან დღევანდელი მთავრობის წევრები და პრემიერ-მინისტრი. კიდევ ერთ ვიდეორგოლში გიორგი მარგველაშვილი აქციაზე შეკრებილ ხალხს მოუწოდებს, რომ 27 ოქტომბრის არჩევნებზე მივიდნენ და კოჰაბიტაცია „დაამთავრონ“. მესამე რეკლამაში კი საპრეზიდენტო კანდიდატს პრემიერ-მინისტრი აქციაზე წარადგენს შემდეგი სიტყვებით: „საქართველოს ღირსეული პრეზიდენტი ეყოლება“.

28 სექტემბრიდან დაიწყო „ქრისტიან-დემოკრატიული სახალხო პარტიის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, თეიმურაზ მჟავიას უფასო პოლიტიკური რეკლამაც. ის 90 წამიანია. კადრში ჩანან ტრიბუნასთან შეკრებილი „სახალხო პარტიის“ წევრები. „სახალხო პარტიის“ წევრები მამუკა გიორგაძე და ნოდარ ნათაძე თეიმურაზ მჟავიას წარადგენენ, როგორც აფხაზეთის

მთავრობის ლეგიტიმურ წარმომადგენელს.

მონიტორინგის პერიოდში გავიდა „საქართველოს ევროპელი დემოკრატების“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, ზურაბ ხარატიშვილის უფასო პოლიტიკური რეკლამები. რეკლამებში პრეზიდენტობის კანდიდატი აქცენტს ეთნიკურ და რელიგიურ განსხვავებულობაზე აკეთებს და აცხადებს, რომ „განსხვავებულთა თანხმობა - ეს არის გზა კეთილდღეობისაკენ“. მეორე ვიდეორგოლში ის ქვეყნის გაერთიანებაზე საუბრობს და აცხადებს, რომ „საზოგადოების ერთობა და მოყვასის სიყვარული ქვეყნის შენების აუცილებელი პირობაა“. ხარატიშვილის მთავარი დევიზი არის „პასუხისმგებლობით ძლიერი საქართველოსკენ“.

„ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პრეზიდენტობის კანდიდატის, დავით ბაქრაძის პოლიტიკურ რეკლამებში უარყოფითად გაშუქდნენ „ქართული ოცნების“ პრეზიდენტობის კანდიდატი გიორგი მარგველაშვილი(13%)და პრემიერ-მინისტრი ბიძინა ივანიშვილი (96%).

1-30 სექტემბრის პერიოდში „მაესტროს“ ეთერში ფარული რეკლამა არ დაფიქსირებულა.

მედია მონიტორები: სალომე აჩბა
 ნინო გელაშვილი
 სალომე ცეცხლაძე
 ნინო თოფურიძე
 ირინა ალიაშვილი



არასამთავრობო ორგანიზაცია
„მედია პორტალი“



პროექტი დაფინანსებულია
ფონდ „ღია საზოგადოება-
საქართველოს“ მიერ