



## ჯანმრთელობის საკითხების გაშუქება ქართულ მედიაში

კვლევის ავტორი: თიკო ცომაია

პერიოდი: ივნისი-ივლისი, 2011

მედიის განვითარების ფონდი წარმოგიდგენთ მონიტორინგის შედეგებს თემაზე: **ჯანმრთელობის საკითხების გაშუქება ქართულ მედიაში.** \_მოცემული ნაშრომი წარმოადგენს 2011 წლის ივნისი-ივლისის პერიოდში გამოქვეყნებული სტატიებისა და სიუჟეტების ანალიზს ჯანმრთელობის თემაზე. ანგარიში მომზადებულია პროექტის „მედია-მონიტორინგი \_ პროფესიონალური მედიის განვითარებისთვის“ ფარგლებში. (ფონდ „ღია საზოგადოება \_ საქართველოს“ მხარდაჭერით).

ნაშრომში გაანალიზებულია გაზეთების - „ქრონიკა“, „რეზონანსი“, „ალია“, „კვირის პალიტრა“ და „ასავალ-დასავალში“ გამოქვეყნებული პუბლიკაციები. ასევე ტელევიზიების - რუსთავი 2, იმედი, პირველი არხი, მანეთრო და კავკასიაზე გასული სიუჟეტები.

გამოქვეყნებული მასალების გასაანალიზებლად გამოყენებული იყო შემდეგი კრიტერიუმები: საკითხის მნიშვნელოვნება; სიზუსტე, ბალანსი, წყაროების რაოდენობა და სპეციფიკაცია, წერის სტილი, მასალის სტრუქტურა, ციტატები, ლიდი, ვიზუალური მასალის შესაბამისობა.

გარდა ზემოთ ჩამოთვლილი ზოგადი შეფასების კრიტერიუმებისა, ცალკე ბეჭდვითი და ცალკე სატელევიზიო მასალებისათვის შევადგინეთ კოდირების სისტემა, რის მიხედვითაც შევაჯამეთ და გავაანალიზეთ შედეგები. (იხილეთ თანდართული კოდირების ანკეტა)

ანგარიში ეფუძნება 241 გამოქვეყნებულ პუბლიკაციას და 411 სატელევიზიო სიუჟეტის ანალიზს.

კვლევის ავტორია თიკო ცომაია, საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის ჟურნალისტიკისა და მედია მენეჯმენტის კავკასიური სკოლის ასისტენტ პროფესორი. კვლევის თანაავტორები არიან საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის ჟურნალისტიკისა და მედია მენეჯმენტის

კავკასიური სკოლის სტუდენტები და კურსდამთავრებულები: ქეთი გიგაშვილი, ნინო გელაშვილი, ლიკა ზაკაშვილი. სოფო მაგალობლიშვილი, თამარ მშვენიერაძე, თაკო მერაბიშვილი, ლიკა მოშიაშვილი, მარიამ ჯაჭვამე.

## 1. ჯანდაცვის საკითხების გაშუქება ქართულ ბექდურ მედიაში

ქართული ბექდური მედია, ერთის მხრივ, ჯანმრთელობის საკითხებისადმი დიდ ინტერესს ავლენს, თუმცა, საკითხების სპექტრის, მრავალფეროვნების და ჟურნალისტიკის დასავლური სტანდარტებთან შესაბამისობის თვალსაზრისით მრავალ ხარვეზს შეიცავს.

### რა ტიპის სტატიებია

ანალიზის საფუძველზე აღმოჩნდა, რომ ჯანდაცვის საკითხებზე გაზეთის ერთ ნომერში ხშირად რამდენიმე მასალა გვხვდება. მაგალითად, გაზეთ „ალიას“ 2011 წლის ნომერში ჯანმრთელობის თემაზე 9 პუბლიკაცია გამოქვეყნდა. აქედან 5 მოკლე, 4 კი დიდი მოცულობის სტატია. მათში განხილული საკითხები ჯანმრთელობის სფეროში მიმდინარე პროცესების ანალიზსა და სამომხმარებლო ხასიათის ინფორმაციას შეეხებოდა. აღსანიშნავია, რომ გაზეთ „კვირის პალიტრას“ პერიოდულ გამოცემას თან ერთვის გვერდი „მედიცინა“, რომელიც მკითხველს ჯანმრთელობასთან დაკავშირებულ სამომხმარებლო ხასიათის ინფორმაციას აწვდის. მაგალითები: „გულმმარვისგან თავის დასაღწევად“ რა წესები უნდა დაიცვა, „როგორ დაივიწყო ცისტაიტი“, „სტაფილო –ჯანმრთელობის ელექსირი“, „სილამაზის მტრები“, „რა მოქმედებს უარყოფითად ქალის სილამაზეზე“. ტენდენცია, რომ გაზეთის ერთ ნომერში ჯანმრთელობის საკითხზე რამდენიმე მასალა გვხვდება, მისასალმებელია, თუმცა ამ ინფორმაციის სარწმუნოება დიდი კითხვის ნიშნის ქვეშ დგას და შესაბამისად, მისი გაცნობის შედეგად, მკითხველისთვის ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღება უმეტესწილად, შეუძლებელი ხდება.

სამომხმარებლო ხასიათის ინფორმაცია მოკლე ნიუსების ფორმით გადმოიცემა, რომელთა წყაროც, როგორც წესი სააგენტოა, ან ქართული ან უცხოური ვებსაიტი, ან წყარო საერთოდ არ არის მითითებული. ზოგჯერ მკითხველი იმასაც ვერ იგებს, რომელ უცხოურ მედია საშუალებას ეყრდნობა ჟურნალისტი. მაგალითად: „უცხოურ საიტზე გავრცელებული ინფორმაციის თანახმად“, „იქაური მედიის ცნობით“, „უცხოური მედიის თანახმად“.

მსოფლიოში ჯანმრთელობის საკითხების გაშუქების შესახებ დისკუსია უარყოფს ჯანმრთელობის საკითხებზე მოკლე, არასრული ინფორმაციის გავრცელებას, რადგან დადასტურებულია, რომ ასეთ ინფორმაციას მეტი ზიანის მოტანა შეუძლია ვიდრე სარგებლის. მნიშვნელოვანია, რომ ჯანმრთელობის თემაზე მკითხველმა შეძლოს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღება, რაც მისი ჯანმრთელობისთვისაც სასარგებლო იქნება.

ქართულ ბეჭდური მედიაში გავრცელებული ინფორმაციაში ხშირად ვხვდებით ძალადობის, (ოჯახური ძალადობა, გაუპატიურება, წამება, ძალოვანი სტრუქტურების მიერ მოქალაქეების ფიზიკური შეურაცხყოფა), ჯანმრთელი ცხოვრების წესის, ბუნებრივი სტიქიებისაგან დაზარალებული ოჯახების, სამედიცინო დაზღვევის მნიშვნელობის შესახებ. გვხვდება სტატიები საექიმო შეცდომებზე. მაგალითად, ერთი ასეთი სტატია შეიცავდა ინფორმაციას ჯანდაცვის მინისტრის, ანდრია ურუშაძის სამთავრობო გამოსვლიდან, სადაც ის ახალ კანონპროექტზე საუბრობს, რომლის თანახმადაც, არაპროფესიონალი ექიმის გამო პაციენტის დაზარალების ან გარდაცვალების შემთხვევაში, სამედიცინო დაწესებულების ხელმძღვანელობა დაჯარიმდება, ხოლო ექიმს ლიცენზია ჩამოერთმევა.

აღსანიშნავია, რომ გაზეთებში სარეკლამო ტიპის სტატიებსაც ვხვდებით. სარეკლამო სტატიები გამოირჩევიან იმით, რომ ინფორმაცია წყაროებზე დაყრდნობით არის წარმოდგენილი: კომპანიის წარმომადგენლები და კომპანიის პროდუქტის მომხმარებლები საუბრობენ კომპანიის დადებით მხარეებზე. ძირითადი სარეკლამო სტატიები ეთმობა ჯანმრთელობის დაზღვევის თემას. მაგალითად, ამბავი იმაზე, თუ როგორ გამოიყენა ამა თუ იმ პიროვნებამ მძიმე ჯანმრთელობის მდგომარეობის დროს დაზღვევა და როგორ დაფარა სადაზღვევო კომპანიამ სამკურნალო ხარჯები. გვხვდება სარეკლამო სტატიები ფარმაცევტულ კომპანიაზე და გამაჯანსაღებელ ცენტრებზე. ასევე, აღსანიშნავია, რომ საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის თემებზე, დაზღვევაზე ძირითადად საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ დაფინანსებული მასალები გვხვდება. საკუთარი ინიციატივით მედია საშუალებები მსგავს საკითხებს იშვიათად აშუქებენ.

შეინიშნება ჯანმრთელობის თემების პოლიტიზაციის ტენდენცია, თუმცა, ეს კავშირი უმეტეს შემთხვევებში, ხელოვნურია, არ არის ფაქტებზე დაფუძნებული და მხოლოდ ვარაუდებსა და ჭორებს ეყრდნობა. კერძოდ, ბეჭდურ მედიაში, ივნისის პუბლიკაციებში ხშირად შევხვდით 26 მაისის საპროტესტო გამოსვლების თემას.

გაზეთ „ქრონიკაში“ დაბეჭდილ სტატიაში, ჟურნალისტი, ერთ წყაროზე დაყრდნობით ცდილობს დაარწმუნოს მკითხველი, რომ მტკვარში თავი ერთდროულად ბევრმა ადამიანმა დაიხრჩო და ამ ფაქტს 26 მაისის ღამით განვითარებულ მოვლენებს უკავშირებს. საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის უმნიშვნელოვანესი თემა, ფსიქიკური ჯანმრთელობა( სუიციდი),- სტატიაში პოლიტიკურ მოვლენასთან არის დაკავშირებული. ზოგადად, ჯანმრთელობის საკითხების გაშუქებისას რეკომენდებულია მათთვის პოლიტიკური, სოციალური, ეკონომიკური ფოკუსის მიცემა, მაგრამ ჩვენი კვლევის შედეგების მიხედვით, მსგავსი კავშირი სახიფათოა. პოლიტიზაცია საკითხს მეტ სიმძაფრეს სძენს, ხოლო იმის გამო, რომ არ ეფუძნება ფაქტებს, ორმაგად საზიანო ხდება. აქვე აღსანიშნავია სამაუწყებლო მედიის დიდი ინტერესი სუიციდის გაშუქების მიმართ. ამ საკითხის

გარშემო მედია ისედაც სცოდავს, რადგან ძალიან ხშირად სენსაციური ტონით თითქმის ყოველდღე საზოგადოებას ამცნობს მორიგი მტკვარში დახრჩობის ფაქტის შესახებ( უმეტესწილად ასეთი სიუჟეტები დილის ახალი ამბების პროგრამაში გადის) . სუიციდის გაშუქებისას მკაცრად უნდა იყოს დაცული დეტალების გაუმჟღავნებლობის პრინციპი. კვლევებით დადასტურებულია, რომ სუიციდის გაშუქება( განსაკუთრებით დეტალების აღწერა, ( რა მოტივით, როგორი ფორმით მოხდა თვითმკვლელობა) ზრდის სუიციდის რიცხვს.

„რა თქმა უნდა არის ასეთი ინფორმაცია, რომ იმ ღამეს დაღუპულები რაიონის პოლიციის უფროსებს და პროკურორებს გაატანეს და უთხრეს, რომ გვამებს მიხედვით, ყოველგვარი ხმაურის გარეშეო. არის ინფორმაცია, რომ ასეთი დავალება მიიღეს გარდაცვლილებზე. როგორც ჩანს, მათაც გადაყარეს მტკვარში და ამიტომაც არის, რომ დღე არ გავა, მტკვარმა გვამი არ გამორიყოს“.

მეორე მაგალითი: ”26-ში ღამე ორი პიკაპი მოიყვანეს ძეგვში მკვდრებით სავსე და მდინარეში გადაყარეს”.

### სად ვითარდება მოქმედება

მასალაში განხილული ამბების უმეტესობა საქართველოში ვითარდება. არის უცხოეთიდან მიღებული ინფორმაციაც, როგორც უკვე აღინიშნა, მოკლე, სამომხმარებლო ნიუსების სახით და ასევე გლობალურ საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის თემებზე,- როგორცაა, მაგალითად ნაწლავის ჩხირით გამოწვეული ეპიდემია( ე.წ. ი-კოლის ინფექცია). აღსანიშნავია, რომ ეს თემა აქტიურად აიტაცა, როგორც ბეჭდურმა ისე სამაუწყებლო მედიამ. გაშუქების დროს შეიმჩნეოდა შემდეგი ფოკუსი: სკანდალურობა, საფრთხის გავრცელების საშიშროება, პრობლემის ლოკალურ ჭრილში წარმოდგენა. სკანდალური გაშუქების მაგალითებია: ”მომაკვდინებელი ბაქტერია”, ”გერმანიაში ეკოლით გარდაცვლილთა რაოდენობამ 55 ს მიაღწია”, ”გლობალური” 39 სატელევიზიო სიუჟეტიდან ორი ემდგნებოდა იაპონიის რადიაციის თემას, ერთი შიდსის ეპიდემიას, ერთი ლიტვურ ღორის ჭირს, დანარჩენი კი ”ი კოლის” თემაზე იყო, მათ შორის ცალკე იყო ლოკალური ფოკუსი -”ი-კოლი და საქართველო”, ”ეკოლის გავრცელება საქართველოში მინიმალურია”, და ასევე, ფოკუსი რუსეთთან მიმართებით:”რუსეთის ემბარგო ევროპულ ბოსტნეულს“.

### წყაროს შესახებ ინფორმაცია

წყაროების გამოყენებასთან დაკავშირებით რამდენიმე ტენდენცია გამოიკვეთა: ჟურნალისტს ან საერთოდ არ ჰყავს წყარო გამოყენებული, ან წყარო არასრულია, რაც ნიშნავს რომ ჟურნალისტი მასალაში არ იყენებს სამ წყაროს ან სამ წყაროზე მეტს, რაც პროფესიული სტანდარტების თანახმად, აუცილებელია. შეიმჩნევა გენერალიზებული, კრებითი, მრავლობით რიცხვში წყაროს მოხსენიება. მაგალითად: „სპეციალისტები აღნიშნავენ“, „კლინიკების წარმომადგენლები“, „ბევრი კვლევა

ჩატარებული“, „სპეციალისტები ვინც ამ მოსაზრებას ავრცელებს“, „ფსიქოლოგები ამბობენ“, „ბოლოდროინდელმა კვლევამ აჩვენა“, „ყველა ფრანგი სპეციალისტი“, „ამერიკელი ექსპერტები“, „სპეციალისტები“, „მეცნიერების საერთაშორისო ჯგუფი“. გენერალიზაციის შემთხვევაში, ინფორმაციის სანდოობა კითხვის ნიშნის ქვეშ დგება. რჩება შთაბეჭდილება, რომ აღნიშნული ხერხით, ჟურნალისტი ცდილობდა დაეფარა, ის, რომ არ ყავდა წყარო.

სტატიებში ჟურნალისტები ხშირად რამდენიმე კომპლექსურ საკითხს ერთდროულად ეხებიან და ცდილობენ განაზოგადონ პრობლემა, მიუხედავად იმისა, რომ მასალა არ იძლევა განზოგადების საშუალებას. მაგალითად, ერთ სკოლაში აღმოჩენილი ნარკოტიკის მიხედვით, რომლითაც მოსწავლეები გაბრუებულები იყვნენ ( თუმცა ესეც არ დასტურდება ფაქტებით და მხოლოდ მასწავლებლის ეჭვად რჩება) ჟურნალისტი ამტკიცებს, რომ ყველა სკოლაში თბილისის მასშტაბით, საგანგაშო ტენდენციაა. ამავე სტატიაში დასმულია პრობლემა აფთიაქებში ურეცეპტოდ გაცემულ პრეპარატებზე. ორივე საკითხზე პასუხის გაცემას ჟურნალისტი სტატიაში მხოლოდ ერთ, ისიც ნაკლებად კონკრეტულ წყაროზე (მასწავლებელზე) დაყრდნობით ცდილობს.

### წყაროს სპეციფიკაცია

მასალაში წყაროების სახით ვხვდებით ექიმებს, ექთნებს, ჯანდაცვის ექსპერტებს, ჯანდაცვის სამინისტროსა და საერთაშორისო ორგანიზაციის წარმომადგენლებს, სამედიცინო დაწესებულების დირექტორებს, პაციენტებს, პაციენტის მშობლებსა და ახლობლებს, ადვოკატებს, ადამიანებს, რომლებიც ძალადობის მსხვერპლი შეიქმნენ. თუმცა, მიუხედავად ამისა წარმოდგენილ წყაროთა მრავალფეროვნება მაინც შეზღუდულია, რადგან სტატიებში არ არის წარმოდგენილი ან ძირითადი წყარო, ან სწორედ ის დამატებითი წყარო, რომელიც შედარებით ნათელს მოჰყენდა პრობლემას. (ანუ პრობლემაა, როგორც ბალანსის დაცვა, ისე ინფორმაციის გადამოწმება). მაგალითად, როდესაც ჟურნალისტი სტატიას სამედიცინო დაწესებულების უკანონოდ გასხვისებაზე წერს, როგორც წესი, მხოლოდ ცალი მხარის პოზიციას წარმოადგენს, ანუ, უკეთეს შემთხვევაში, მხოლოდ ორ დაპირისპირებულ პოზიციას ასახავს და არ ცდილობს ინფორმაციის გადამოწმების გზით მიაკვლიოს ფაქტსა და სიმართლეს.

განხილულ სტატიების უმრავლესობაში წყაროები კაცები (75-80%) არიან ,თუმცა, არიან ქალებიც( 15-20%) ბავშვებიც და მოზარდებიც.

### სტილი

განხილული მასალის უმრავლესობა ახალი ამბის სტილშია დაწერილი. გვხვდება, ფიჩქრსი, არის ისეთი მასალებიც, რომლის სტილის გარჩევაც შეუძლებელია. რაც

შეეხება ფორმას, ჭარბობს მოკლე ნიუსები. გვხვდება ასევე ინფორმატიული ტიპის მასალები, კითხვა-პასუხი, ანალიზი.

აღსანიშნავია, რომ ჟურნალისტი ნებისმიერი ფორმის სტატიის დაწერის დროს, საკუთარ მოსაზრებებს ამჟღავნებს მაგალითად შესაძლებელია კითხვა-პასუხის რეჟიმში შეგხვდეს ასეთი კითხვა „სოსო ჯაჭვლიანია მოდლატე, ბატონო ირაკლი? - ვეკითხები ირონიულად, “ ხშირია ფრაზები, „როგორც ამბობენ “ „ხმები დადის “, „ჩვენი ერთგული წყაროს თქმით “ „როგორც ცნობილია “, „ამბობენ “ , „გავრცელებული ინფორმაციით “ ეს ის ტერმინებია, რომლებსაც ჟურნალისტები ყველაზე ხშირად იყენებენ, თუმცა, არსად არ ასახელებენ, რომელი „გავრცელებული ინფორმაციით“, ან რა არის „ყველასთვის ცნობილი“.

ხშირად ჟურნალისტები პირად მოსაზრების ფაქტებად წარმოადგენენ, მაგალითად, გაზეთ “ასავალ-დასავალის” სტატიაში სახელწოდებით “შერონ სტოუნის მასაჟი ირაკლი ბათიაშვილის ოჯახს 1300 ლარი დაუჯდა!” გაუგებარია რატომ იუწყება, ავტორი, რომ მათი ჯარიმით შერონ სტოუნის მასაჟი დაფინანსდა, როცა ამას წყაროთი ვერ ადასტურებს.

არის სტატიები, სადაც ჟურნალისტები პირდაპირ ლანძღავენ საქართველოს ხელისუფლებასა და ემუქრებიან, ეს ყველაფერი კი წარმოდგენილია როგორც სტატია და არა როგორც ბლოგი, სვეტი, ან ედიტორიალი.

სხვა მოსაზრების მაგალითები: “ ამ აფთიაქებმა ოღონდ ფული იშოვონ და მომავალი თაობა , ბოდში და ფეხებზე კიდიათ. შეიძლება ასე გადაგვარება”?

ჟურნალისტი: „ ერთი მხრივ, სახელმწიფო ორგანო სურსათის უვნებლობის სამსახურის სახით და მეორე მხრივ, არასამთავრობო ორგანიზაციები „ე-კოლის“ ჩხირთან მიმართებით ბარიკადების სხვადასხვა მხარეს აღმოჩნდნენ. ერთ მხარეს არც არასოდეს ყოფილან, მაგრამ მაინც...“

„გამოვიდა ჯანდაცვის მსოფლიო ორგანიზაციის კვლევითი ცენტრის დირექტორი ფლემინგ შოლცი, რომელსაც ჭკუიდან გადასვლას ცოტადა აკლდა და განაცხადა“. “აქციაზე ქალებზე მეტი კაცი მოვიდა. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ ჯერ კიდევ, პირი ქვისკენ მიქნია, შორს ვართ ფემინიზაციისგან.”

## სიზუსტე და ნეიტრალური ენა

განხილული მასალების უმეტესობაში ჟურნალისტი არ იყენებდა ნეიტრალურ ენას. ცხადად ჩანდა რესპონდენტისადმი ან თემისადმი მისი დამოკიდებულება და პირად განწყობილებაზე დამყარებული შეფასებითი ტონი. მაგალითები: „ის ცრუობს და ინფორმაციას თანამდებობის შენარჩუნების მიზნით მალავს“, „ხელისუფლების

სტილი ასეთია, როდესაც რომელიმე ობიექტის პრივატიზებას ჩაიფიქრებენ, შეგნებულად მიჰყავთ ყველაფერი იქით, რომ მისი დეგრადაცია მოახდინონ– გააპარტახონ და მერე იაფად ჩაიგდონ ხელში“.

მიკერძოებულობის გამო არ ხდება, ნათელი სურათის დანახვა. საბოლოოდ მკითხველი ნამდვილ, ფაქტებით გამყარებულ, ზუსტ ინფორმაციას ვერ იღებს. მაგალითად, „ალიაში“ დაიბეჭდა სტატია, რომელშიც ჟურნალისტმა არ დაიცვა არც სიზუსტე და არც ნეიტრალური ენა. სტატიის მიხედვით, პოლიკლინიკის თანამშრომლები აცხადებდნენ, რომ დირექტორმა ოთხი თვის ხელფასი დაუკავათ, ხოლო დირექტორი ინფორმაციას უარყოფდა და ამბობდა, რომ მხოლოდ ერთი თვის ხელფასის დავალიანება აქვს და იმასაც მალე გასცემს. ჟურნალისტმა არფერი გააკეთა სიმართლის დასადგენად, არ შეეცადა დამატებითი ინფორმაციის( დოკუმენტაციის თანხის გაცემის თაობაზე) მოძიებას და მთლიანად დაეყრდნო დაპირისპირებულ წყაროებს. მკითხველმა ვერ გაიგო რომელი მხარე ცრუობდა, ჟურნალისტმა არ გაითვალისწინა დაპირისპირებულთა ინტერესები და სათაურში გამოიტანა, რომ „პოლიკლინიკის თანამშრომლებს ოთხი თვის ხელფასები არ აუღიათ“. გამოდის, რომ მან დაუჯერა თანამშრომლებს და უგულვებელყო საპირისპირო განცხადება. ავტორი მთლიანად პოლიკლინიკის თანამშრომლების გავლენის ქვეშ მოექცა, რაც მიუთითებს იმაზე, რომ აღნიშნული თემის გაშუქებისას ჟურნალისტი ნეიტრალური არ არის და რეალურად მკითხველმა მომხდარის შესახებ ზუსტი და სანდო ინფორმაცია ვერ მიიღო.

სტატიებში გვხვდება შეურაცხმყოფელი შინაარსის შემცველი ტერმინოლოგია (სიძულვილის ენა). მაგალითად: „თქვენი ბოზი დედა მოგ...“, „სილიკონის დედოფალმა ხათუნა კალმახელიძემ“, „ადამიანები ცხოველებად გარდაიქმნენ“, „სააკაშვილის ქართველთელაპია რეჟიმი“, „ტვინგაცხელებულო “ნაციონალებო“, რაც თავისთავად ჟურნალისტიკის პროფესიული პრინციპების უხეში დარღვევაა. შეურაცხმყოფელ ენას როგორც კორესპონდენტის, ასე რესპონდენტის მხრიდან ვხვდებით მაგ: ( „შენ თუ ჩემზე ადრე დაიბადე და სირი ხარ?“ ამბობს რესპონდენტი).

ამ შემთხვევაშიც, როცა ჟურნალისტი რესპონდენტის მიერ გამოთქმულ უხეშ სიტყვებს ავრცელებს, მთელი პასუხისმგებლობა მასვე ეკისრება, რადგან რესპონდენტის მიერ დაშვებულ შეცდომებზე და მიუღებელ გამონათქვამებზე სწორედ ჟურნალისტმა უნდა მოახდინოს ადეკვატური რეაგირება და განსაზღვროს თუ რა ინფორმაციაა საინტერესო და რა ზიანის მომტანი.

სიძულვილის ენის სხვა მაგალითები: „ ჯანდაცვის სამინისტროში ტუპერკულიოზს ჩოხებითა და რესტორან „კოპალაში“ სადილებით ებრძვიან“ „ საზღვარგარეთ

ვიზიტებს არ იკლებენ“ „ მგონი ჩვენც გვიცავენ, ემანდ მშვიერი ჯაჭვლიანი არ გამოვარდეს და ხალხი არ დაგლიჯოსო,“ „დაჩეხილების“ ციფრი დღემდე უცნობია“.

## ჟარგონი

ჯანმრთელობის საკითხების გაშუქებისას, სასურველია, რომ მკითხველს განემარტოს სპეციფიკური სიტყვების მნიშვნელობა და უფრო გასაგები ენით მიეწოდოს ინფორმაცია. მარტივი ენით წერა თავად ჟურნალისტის ინტერესებში შედის, რადგან, როდესაც მკითხველს სიტყვის მნიშვნელობა არ ესმის, ის მოწოდებულ ინფორმაციას ან არასწორად გაიგებს, ან საერთოდ არ გაეცნობა მასალას. მაშინ, რა აზრი ექნება ჟურნალისტის მიერ გაწეულ შრომას? სამეცნიერო ჟარგონის მაგალითები: „პროტუზია“, „დისკოზური რადიკულიტი“, „პათოგენური ჩხირი“, „სეროტიპი“, „შტირი“, „პატიმრები „კრიტში“ ჰყავთ“, „რესპირატორული ტრაქტის ინფექცია“; „მექანიკური ლიზატები“, „ე-კოლის ჩხირი“, თრომბო ემბოლია, მსხვილი ნაწლავის პერფორაცია, პერიტონიტი, გვხვდება ჟარგონის შემცველი ფრაზებიც: მაგალითად: “პოლიტიკური სიფილისი უკვე გუმოზურ სტადიაში გადავიდა”.

## მესიჯები

კვლევის თანახმად გამოიკვეთა, რომ ძირითადი გზავნილები, რაც ქართულ მედიაში ჯანმრთელობის თემების გაშუქებისას ჭარბობს შემდეგია: საზოგადოებრივი საფრთხე, ძალადობა, ფინანსური მაქინაციები, კრიმინალი, საგანგაშო მდგომარეობა, უსამართლობა, სკანდალური და შემზარავი, შემაშფოთებელი ინფორმაცია.

მესიჯების ტონი ხშირ შემთხვევაში უარყოფითია, მასალა მიზნად ისახავს მკითხველის ადელვებასა და შეშფოთებას. მაგალითად, ის, რომ საქართველოში არსად ხორცი არ უნდა იყიდო, იმიტომ რომ შეიძლება ემსხვერპლო. თეთრ პურზე საერთოდ უარი უნდა თქვა. ქართულ პროდუქტებში შეიძლება ე-კოლის ჩხირი შეგხვდეს, ჯანმრთელობის დაცვის სისტემა საქართველოში გაუარესებისკენ მიდის,

“შიდსით ინფიცირებული კიდეც ორი ადამიანი გარდაიცვალა”, „ექიმების სამსახურიდან ტოტალური გათავისუფლების მიზნით დოკუმენტი შეიქმნა“, „ცხელი ხაზით შემოსული ინფორმაცია ციხეებში პატიმრების წამების, არაადამიანური მოპყრობის, მათი საჭმელისა და საკვების გარეშე ყოფნას იუწყება“.

პოზიტიური მესიჯები უფრო ხშირად სარეკლამო სტატიებში გვხვდება: მაგალითად, როგორი უნიკალური მნიშვნელობა აქვს ჩვენი ჯანმრთელობისთვის საირმის წყლებს და როგორ მივანდოთ მას ჩვენი ჯანმრთელობა. ან, თუ როგორი წარმატებულია საქართველოს ფარმაცევტული ბაზარი.

ხშირად ჟურნალისტები სტატიაში ქვეტექსტებით წერენ, რომ ყველაფერი ძალიან ცუდად არის, რომ არაფრის იმედი არ უნდა ქონდეს 21-ე საუკუნის საქართველოში



მცხოვრებ ადამიანს, ყველაფერი, რაც ყოველდღიური მოხმარების საგანია აჩენს კიბოს( კომპიუტერი, საკაბელო ინტერნეტი, ელექტრო ღუმელი). საქართველოს ხელისუფლება ცემს ბავშვებს და მოზარდებს, მოკლულ გვამებს ყრის მტკვარში. ყოველ სტატიაში მთავარ მესიჯად გამოტანილია რესპოდენტის ის სიტყვები, რომელიც ყველაზე უფრო მეტად მოახდენს მკითხველზე უარყოფით გავლენას.

თითქმის ყველა სტატიაში საუბარია პრობლემებზე, მაგრამ არც ერთ მათგანში არ არის ნაჩვენები პრობლემის გადაჭრის გზები. გაზეთ „ქრონიკაში“ გამოქვეყნებულ მოკლე ნიუსში სათაურით „ უბედური შემთხვევის შედეგად ორი ბავშვი დაიღუპა“. მოთხრობილია ორი უბედური შემთხვევის შესახებ რაც სკოლის მოსწავლეებს შეემთხვათ: ერთ–ერთი მათგანი სკოლის ექსკურსიაზე, მდინარეში ჩასვლიდან რამდენიმე წუთში დაიკარგა და ვეღარ მოძებნეს. სტატიაში, ჟურნალისტს არ აქვს ნაკვლევი რამდენად დაცულია საერთოდ უსაფრთხოების ზომები სკოლის ექსკურსიებზე ან რამდენად ოპერატიულად და ეფექტურად მუშაობენ ასეთ დროს სამედიცინო და სამაშველო სამსახურები. სტატიას აკლია სწორედ ის ინფორმაცია, რომელიც მკითხველის ინფორმირებას უნდა ემსახურებოდეს, რომ მომავალში მსგავსი უბედური შემთხვევები თავიდან იყოს აცილებული.

## სათაურები

ხშირად სტატიის სათაურად გამოყენებულია რესპოდენტის ციტატა, რომლებიც საშუალოდ 20 სიტყვაა. მაგალითად, ”არ უნდოდათ, პირველი ლედის სახელს ჩირქი მოსცხებოდა, მას ხომ კეთილი, ქველმოქმედი და ჯანდაცვის საკითხების ელჩის იმიჯი აქვს მორგებული, თუმცა ფაქტია, რომ ბავშვები სანდრა რულოვსმა სიკვდილისთვის გაიმეტა!”, ან ”ჩავალ და ვანო მერაბიშვილის დედას, ჩემს მასწავლებელს, ვნახავ... ვანოს ძმისშვილი ჩემი კლასელია, ვანოს ბიძაშვილი კი ჩემი რძალი... ყველას ცალ-ცალკე მოვუყვები...”

უმრავლეს შემთხვევებში სტატიიდან ვერ ვიგებთ სათაურში გამოტანილ შეკითხვაზე პასუხს: არის თუ არა საქართველო სასიკვდილო ვირუსის საფრთხის წინაშე? ან როგორი წყალია სასარგებლო?

## 2. ჯანდაცვის საკითხების გაშუქება ტელე–მედიაში

*(2011 წლის ივნის- ივლისის პერიოდში სატელევიზიო არხების- რუსთვი 2, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, იმედი, მაესტროსა და კავკასიის მაგალითზე).*

სულ ერთი თვის განმავლობაში ჯანმრთელობის თემებზე მომზადებული იყო 211 სიუჟეტი. ყველაზე მეტ ყურადღებას ტელევიზიები საზოგადოებრივი ჯანდაცვის თემებს უთმობენ. ამავე პერიოდში მედია აქტიურად აშუქებდა ნაწლავის ჩხირით გამოწვეულ ეპიდემიას და იმ მოვლენებს, რომლებიც საქართველოში მომხდარ სტიქიურ უბედურებას ახლდა თან. ტელემედიუმების კიდევ ერთი პოპულარული თემა აღმოჩნდა ძალადობა. მედიის

ყურადღების ცენტრში აღმოჩნდა სამედიცინო შეცდომები. 211 სიუჟეტიდან დაზღვევის თემაზე მხოლოდ სამი სიუჟეტი გაკეთდა. სარეკლამო სიუჟეტები სულ რვა იყო, სადაც ფიგურირებდნენ: ქვეყნის პრეზიდენტი, პირველი ლედი, განათლების მინისტრი, ფარმაცევტული კომპანია.

ძალადობის თემაზე 36 სიუჟეტი შეეხებოდა მკვლევლობებს, სუიციდს, გაუპატიურებას, ოჯახურ ძალადობას სქესობრივ ძალადობას. აღსანიშნავია, რომ იმედისა და რუსთავის სიუჟეტების თემები ხშირად ერთნაირი იყო. მაგალითად: სკინჰედის სასამართლო; მოხუცი ქალბატონი საკუთარ აბაზანაში აღმოაჩინეს მკვდარი; ან ფეხმძიმე შეყვარებულის მკვლელის განაჩენი.

ასეთივე დამთხვევა იყო სამომხმარებლო ამბებთან დაკავშირებით. ასეთი ამბები იმედსა და რუსთავზე ერთ დღეს გადიოდა. თემების სათაურები ასე ჟღერდა: გაზრდილი მოთხოვნა ქართულ პროდუქტზე; ენერგეტიკული სასმელების საშიშროება;

გასართობი ტიპის ნიუსები სულ სამი შეგვხვდა. მაგალითები: "მშობიარობა მინსკის აეროპორტში", "იაპონელებმა პელკალიებისაგან ხორცი გამოიგონეს"; "სლოვაკეთში ახალშობილებს მუსიკას ასმენინებენ";

სამედიცინო თემებზე გაშვებული სიუჟეტები, ძირითადად, გველების კბენასა და კიბოზე იყო და შემაშფოთებელი, საგანგაშო ელფერი ჰქონდა. საერთოდ, უნდა აღინიშნოს, რომ ჯანმრთელობის თემებზე ნიუსები სწორედ საგანგაშო, სკანდალური, უარყოფითი, საშიში ტონის მატარებელი იყო.

ერთი სიუჟეტი შეეხებოდა სამედიცინო ეთიკის თემას და ისიც სიკვდილის ახსნაზე იყო.

დანარჩენი ნიუსები სამედიცინო შეცდომებზე, და ამ შეცდომებით გამოწვეულ სიკვდილზე, ექიმების გათავისუფლებაზე, ჩივილსა და პაციენტების უკმაყოფილებაზე და აგრესიულ დამოკიდებულებაზე იყო.

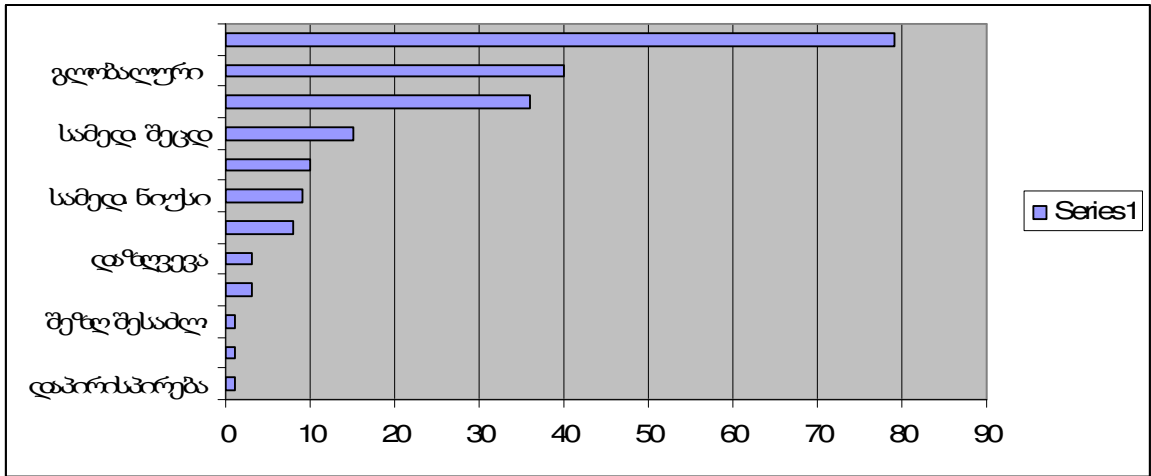
მხოლოდ სამი თემა შეგვხვდა დაზღვევაზე, აქედან ერთი ერთ-ერთი კომპანიის "არქიმედე ჯორჯიას" მიღწევების შესახებ სიუჟეტი იყო.

ერთი თემა ჟურნალისტებისა და სამედიცინო მუშაკების დაპირისპირებაზე იყო, რაც ასევე უარყოფით კონტექსტში იყო წარმოდგენილი.

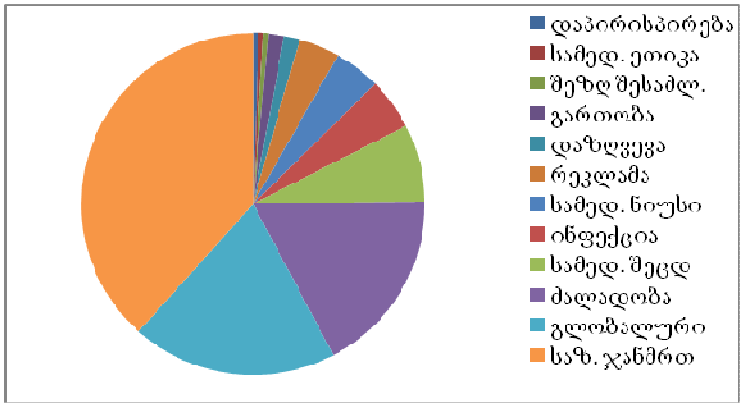
მედია აქტიურად აშუქებდა გლობალურ საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის თემებს, - როგორცაა, მაგალითად ნაწლავის ჩხირით გამოწვეული ინფექციის ეპიდემია ( ე.წ. ი-კოლის ინფექცია). გაშუქებული თემების ფოკუსი ასეთი იყო: სკანდალურობა, საფრთხის გავრცელების საშიშროება, პრობლემის ლოკალურ ჭრილში წარმოდგენა. სკანდალური გაშუქების მაგალითებია: "მომაკვდინებელი ბაქტერია", "გერმანიაში ეკოლით გარდაცვლილთა რაოდენობამ 55 ს მიაღწია", "გლობალური" 39 სატელევიზიო სიუჟეტიდან ორი ეძღვნებოდა იაპონიის რადიაციის თემას, ერთი შიდსის ეპიდემიას, ერთი ლიტვურ ღორის ჭირს, დანარჩენი კი "ი კოლის" თემაზე იყო, მათ შორის ცალკე იყო ლოკალური ფოკუსი -"ი -კოლი და საქართველო", "ეკოლის გავრცელება საქართველოში მინიმალურია", და ასევე, ფოკუსი რუსეთთან მიმართებით:"რუსეთის ემბარგო ევროპულ ბოსტნეულს".

ჯანმრთელობის თემების პოლიტიზაცია ე.წ. ოპოზიციურ ტელევიზიებში გვხვდება და დაკავშირებულია 26 მაისის მთავრობის საწინააღმდეგო გამოსვლებთან.

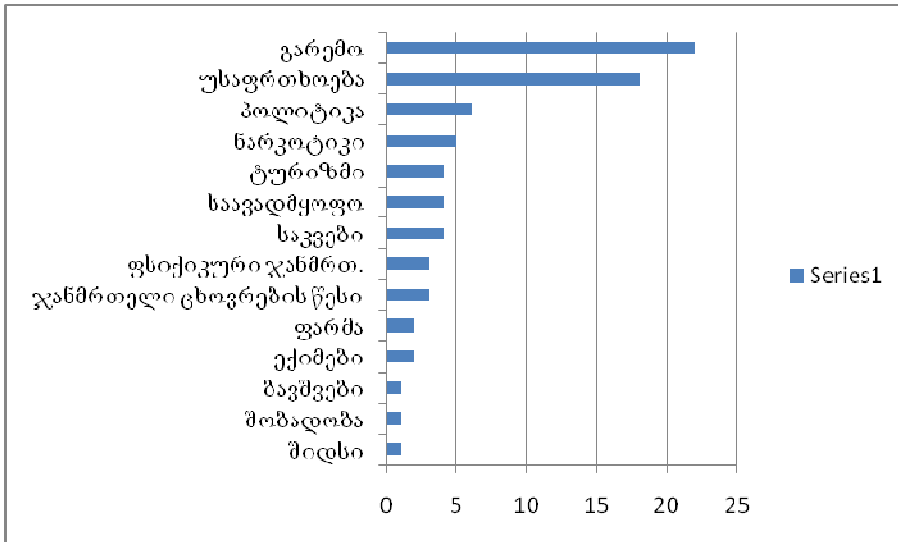
სატელევიზიო სიუჟეტები სგაზეთო პუბლიკაციებთან შედარებით მეტად პროფესიულია წყაროების რაოდენობისა და სანდოობის გამო. აქ ნაკლებად გვხვდება ისეთი ფენომენი, როგორცაა გენერალიზებული წყარო. თუმცა უარყოფითი და სკანდალური ტონი, საკითხისადმი ზერელე დამოკიდებულება აქაც სახეზეა.



დაპირისპირება	1
სამედ. ეთიკა	1
შეზღუდვები	1
გართობა	3
დაზღვევა	3
რეკლამა	8
სამედ. ნიუსი	9
ინფექცია	10
სამედ. შეცდ	15
ძალადობა	36
გლობალური	40
საზ. ჯანმრთ	79



საზოგადოებრივ ჯანდაცვის თემებზე გაკეთებული სიუჟეტებში დომინირებდა სტიქიის და უსაფრთხოების თემები( ავტო ავარიები, წყალში დახრჩობა) , შემდეგ ნარკოტიკისა და პოლიტიკის თემები. ასევე შეგვხვდა თითო- ოროლა სიუჟეტი ტურიზმის, საავადმყოფოების, საკვების, ექიმების, ფსიქიკური ჯანმრთელობის, ბავშვების ჯანმრთელობის, შიდსის, შობადობის საკითხებზე.



მედიის განვითარების ფონდი