

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი

ტელეკომუნიკაციებისა და საზოგადოების
საინფორმაციო პრიორიტეტების
შესაბამისობის ევლევა



სამოქალაქო
განვითარების
ინსტიტუტი



CIVIC
DEVELOPMENT
INSTITUTE

თბილისი 2012

პროექტი „ტელევიზიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა“ მხარდაჭერილია ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მიერ.

პუბლიკაციაში გამოთქმული მოსაზრებები შეიძლება არ ემთხვეოდეს ფონდ „ღია საზოგადოება საქართველოს“ მოსაზრებებს.

Project „The Information Priority Compliance Research of the TV Newscast and Society in Pre Election period” was made possible by the support of Open Society Georgia Foundation.

The contents of this publication do not necessarily reflect the views of Open Society Georgia Foundation.

კვლევაში მონაწილეობდნენ:

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტიდან

ია ანთაძე

ნანი ბენდელიანი

თამთა ყუბანიშვილი

გიორგი ჯოლოგუა

სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტიდან

იაგო კაჭკაჭიშვილი

ბელა რეხვიაშვილი

დაიბეჭდა შპს „მნიგნობარში“

თბილისი, 2012

© სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, 2012

ISBN 978-9941-

სარჩევი

შესავალი	5
ანგარიში	8
დანართი №1	42
დანართი №2	50
დანართი №3	57
დანართი №4	65
დანართი №5	74
დანართი №6	83
დანართი №7	92
დანართი №8	100
დანართი №9	109
დანართი №10	118
დანართი №11	125
დანართი №12	133
დანართი №13	141
დანართი №14	147
დანართი №15	153

შესავალი

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტმა, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, აგრეთვე, სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტთან (ISSA) პარტნიორობით, განახორციელა კვლევითი პროექტი, რომლის მიზანი იყო, გამოეყვინა საზოგადოების საარჩევნო ინტერესებსა და სხვადასხვა ტელეკომპანიის საინფორმაციო პოლიტიკას შორის შესაბამისობა; აგრეთვე, თავისი ნვლილი შეეტანა როგორც პროპაგანდის ეფექტის შემცირებაში, ისე - მოქალაქების მიერ ინფორმირებული არჩევანის გაკეთებაში.

პროექტის შინაარსი გულისხმობდა სამი კომპონენტის ერთიანობას:

ა) აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით, 7 ტელეკომპანიის მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს ორკვირიანი პერიოდების განმავლობაში. მონიტორინგის მიზანი იყო, გამოვლენილიყო თითოეული ტელეკომპანიის დღის მთავარ საინფორმაციო პროგრამაში (ორი კვირის განმავლობაში) ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემები.

ბ) მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლენილი ინტენსიურად გაშუქებული (პრიორიტეტული) თემები მიენოდებოდა თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეულ 400 რესპონდენტს. რესპონდენტები ახდენდნენ პრიორიტეტული თემების რანგირებას პირადად მათთვის ამ თემების მნიშვნელობის მიხედვით. ამგვარი გამოკითხვა საშუალებას გვაძლევდა, დაგვეჩინა, ტელეკომპანიების მიერ ინტენსიურად შეთავაზებული თემებიდან რომელს ანიჭებდა უპირატესობას თბილისის მოსახლეობა.

გ) თემების ჩამონათვალის გარდა, რესპონდენტებს ვთავაზობდით, ეპასუხათ ერთ ღია შეკითხვაზე: „2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგვემილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?“ ამ კითხვაზე პასუხების ანალიზი საშუალებას გვაძლევდა, გაგვეგო, როგორი იყო საზოგადოებრივი და-

კვეთა ტელევიზიების მიმართ წინასაარჩევნო პერიოდში.

მონიტორინგი უტარდებოდა შემდეგ ტელევიზიებს:

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი
- „რუსთავი 2“
- „მაესტრო“
- „კავკასია“
- „მეცხრე არხი“ (მონიტორინგში ჩაერთო 11 მაისიდან - IV საანგარიშო პერიოდიდან)
- „იმედი“ (მონიტორინგში მონაწილეობდა 11 ოქტომბრის ჩათვლით, XV საანგარიშო პერიოდამდე)
- „რეალ ტვ“ (მონიტორინგში მონაწილეობდა 11 ოქტომბრის ჩათვლით, XV საანგარიშო პერიოდამდე)

თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდებოდა:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების რაოდენობა).

თემის ინტენსივობა (სიმკვრივე) გამოითვლებოდა შემდეგი ფორმულით: $S = (T1 \times N1/შენწონილი) + (T2 \times N2/შენწონილი) + (T3 \times N3/შენწონილი)...$ და ასე შემდეგ. ფორმულაში S - არის სიმკვრივე; T — არის სიუჟეტისთვის გამოყოფილი დრო; N - არის სიუჟეტის ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა). ნებისმიერ ტელევიზიაში პირველ სიუჟეტს ენიჭებოდა 10 ქულა, მეორეს - 9, მესამე - 8 და ასე შემდეგ... თუ პირველ ორ ბლოკში სიუჟეტების რაოდენობა გადააჭაბებდა 10-ს, მეცხრე სიუჟეტის შემდეგ ყველა სიუჟეტს ენიჭებოდა 1 ქულა.

ტელევიზიების მონიტორინგი ხორციელდებოდა 2012 წლის აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით. მონიტორინგის განმავლობაში გამოქვეყნდა 15 ანგარიში, რომელთაგან თითოეული მოიცავდა ორკვირიან პერიოდს.

- I პერიოდი: 2 – 12 აპრილი
- II პერიოდი: 13 – 26 აპრილი
- III პერიოდი: 27 აპრილი - 10 მაისი
- IV პერიოდი: 11 – 24 მაისი
- V პერიოდი: 25 მაისი - 7 ივნისი
- VI პერიოდი: 8 – 21 ივნისი
- VII პერიოდი: 22 ივნისი - 5 ივლისი
- VIII პერიოდი: 6 – 19 ივლისი
- IX პერიოდი: 20 ივლისი - 2 აგვისტო
- X პერიოდი: 3 – 16 აგვისტო
- XI პერიოდი: 17 – 30 აგვისტო
- XII პერიოდი: 31 აგვისტო - 13 სექტემბერი
- XIII პერიოდი: 14 – 27 სექტემბერი
- XIV პერიოდი: 28 სექტემბერი - 11 ოქტომბერი
- XV პერიოდი: 12 – 25 ოქტომბერი

აღსანიშნავია, რომ პირველი ცხრა საანგარიშო პერიოდის შემდეგ (აგვისტოდან) ამოქმედდა “Must Carry, Must Offer” პრინციპი - საკაბელო მაუწყებლები კანონმა დაავალდებულა, რომ მათ თავის ქსელში გადაეცათ საინფორმაციო პროგრამების მქონე დამოუკიდებელი ტელევიზიების მაუწყებლობა. შესაბამისად, რიგ შემთხვევაში, ჩვენი ანგარიში იყოფა ორ ნაწილად - მდგომარეობის აღწერა “Must Carry, Must Offer” პრინციპის ამოქმედებამდე (აპრილი - ივლისი) და მისი ამოქმედების შემდეგ (აგვისტო - ოქტომბერი).

კვლევის შედეგები ორ კვირაში ერთხელ სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის ვებგვერდზე ქვეყნდებოდა (www.cdi.org.ge).

ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა

ანგარიში

ტელეკომპანიების დღის მთავარი საინფორმაციო პროგრამების მონიტორინგი

პროექტის შინაარსის თანახმად, ტელეკომპანიების დღის მთავარი საინფორმაციო პროგრამების მონიტორინგისას ჩვენი მიზანი იყო ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენა და, მათ საფუძველზე, ტელეკომპანიების საინფორმაციო პრიორიტეტების დადგენა.

ტელევიზიების მიერ პრიორიტეტული თემების გაშუქებაში რამდენიმე ტენდენცია გამოვლინდა:

1. არსებობს ტელევიზიების ერთი ჯგუფი, რომელთა მიერ ინტენსიურად გაშუქებული თემები ძალიან ხშირად ერთმანეთს ემთხვევა როგორც შინაარსით, ისე - თანმიმდევრობით და ინტენსივობის ხარისხით. ცხრილი №1 წარმოგიდგენთ შედეგებს, თუ რომელი ტელევიზიების ინტენსიურად გაშუქებული თემები რამდენჯერ დაემთხვა ერთმანეთს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით.

ცხრილი 1. პირველი სამი პრიორიტეტული თემის თანხვედრა შვიდ ტელევიზიას შორის საანგარიშო პერიოდის მანძილზე

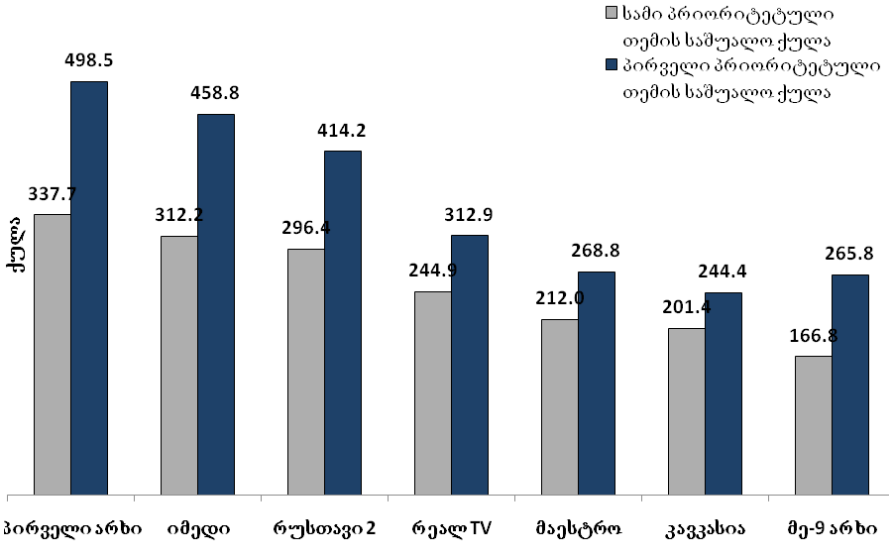
	პირველი არხი	იმედი	რუსთავი 2	რეალ TV	მე-9 არხი	მაესტრო
პირველი არხი						
იმედი	17					
რუსთავი 2	20	24				
რეალ TV	12	19	19			
მე-9 არხი	11	8	10	8		
მაესტრო	11	12	13	14	23	
კავკასია	12	10	12	11	18	27

როგორც ცხრილიდან ჩანს, ყველაზე ხშირად ერთმანეთს ემთხვე-
ოდა „მაესტროსა“ და „კავკასიის“ (27), „რუსთავი 2“-სა და „იმედის“
(24), „მაესტროსა“ და „მეცხრე არხის“ (23) პრიორიტეტული თემები.
ყველაზე იშვიათად დაემთხვა „რეალ ტვ“-სა და „მეცხრე არხის“ (8),
აგრეთვე, „იმედისა“ და „მეცხრე არხის“ (8) პრიორიტეტული თემები.

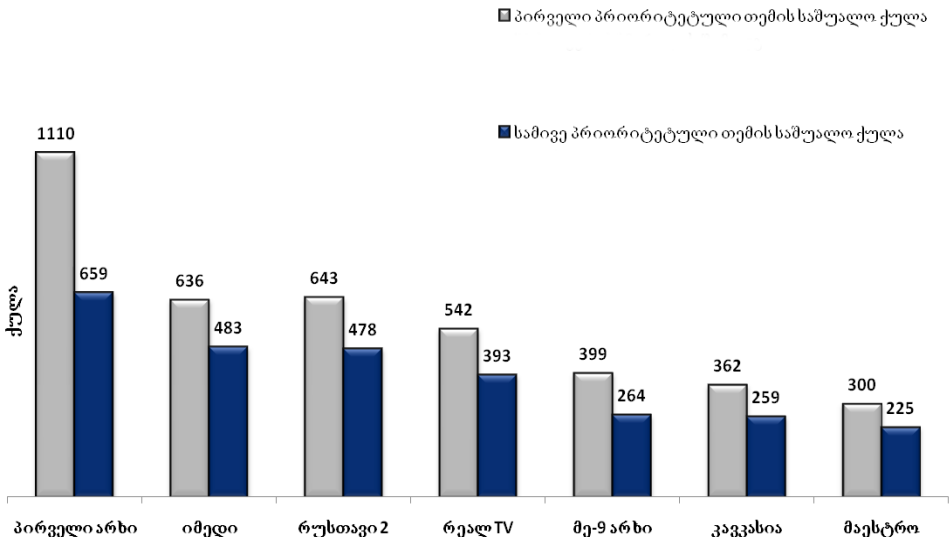
2. ზოგადად, ტელეკომპანიები ერთმანეთისგან განსხვავდება იმის
მიხედვით, თუ რამდენად ინტენსიურად ამუშეებს ესა თუ ის არხი
მისთვის საინტერესო თემებს. ზოგიერთი ტელევიზია სისტე-
მატურად დიდ ყურადღებას აქცევს პრიორიტეტულ თემებს
- რაც იწვევს ასეთი თემების მიწოდებას განსაკუთრებულად
მაღალი ინტენსივობით და, შესაბამისად, ამ თემებით საინ-
ფორმაციო იერიშს საზოგადოების ცნობიერებაზე. დანარჩენ
თემებს ასეთ ტელევიზიებში ნაკლები ყურადღება ექცევა და
მათი მნიშვნელობა კნინდება.

მეორე მხრივ, არის ტელევიზიები, რომლებიც მათთვის პრი-
ორიტეტულ თემებსაც კი მაყურებელს აწოდებს საშუალო ინ-
ტენსივობით და უფრო მრავალფეროვან თემატურ გაშუქებას
ანიჭებს უპირატესობას. გრაფიკი №1 და №2 აჩვენებს, თუ
რომელი ტელევიზია როგორი ინტენსივობით ამუშეებს მისთვის
პრიორიტეტულ სამ თემას. ამავე გრაფიკში მოცემულია მხ-
ოლოდ პირველი პრიორიტეტული თემების საშუალო ქულებიც
ტელევიზიების მიხედვით.

გრაფიკი 1. შვიდი ტელევიზიის პრიორიტეტული თემების საშუალო ქულები (აპრილი – ივლისი)



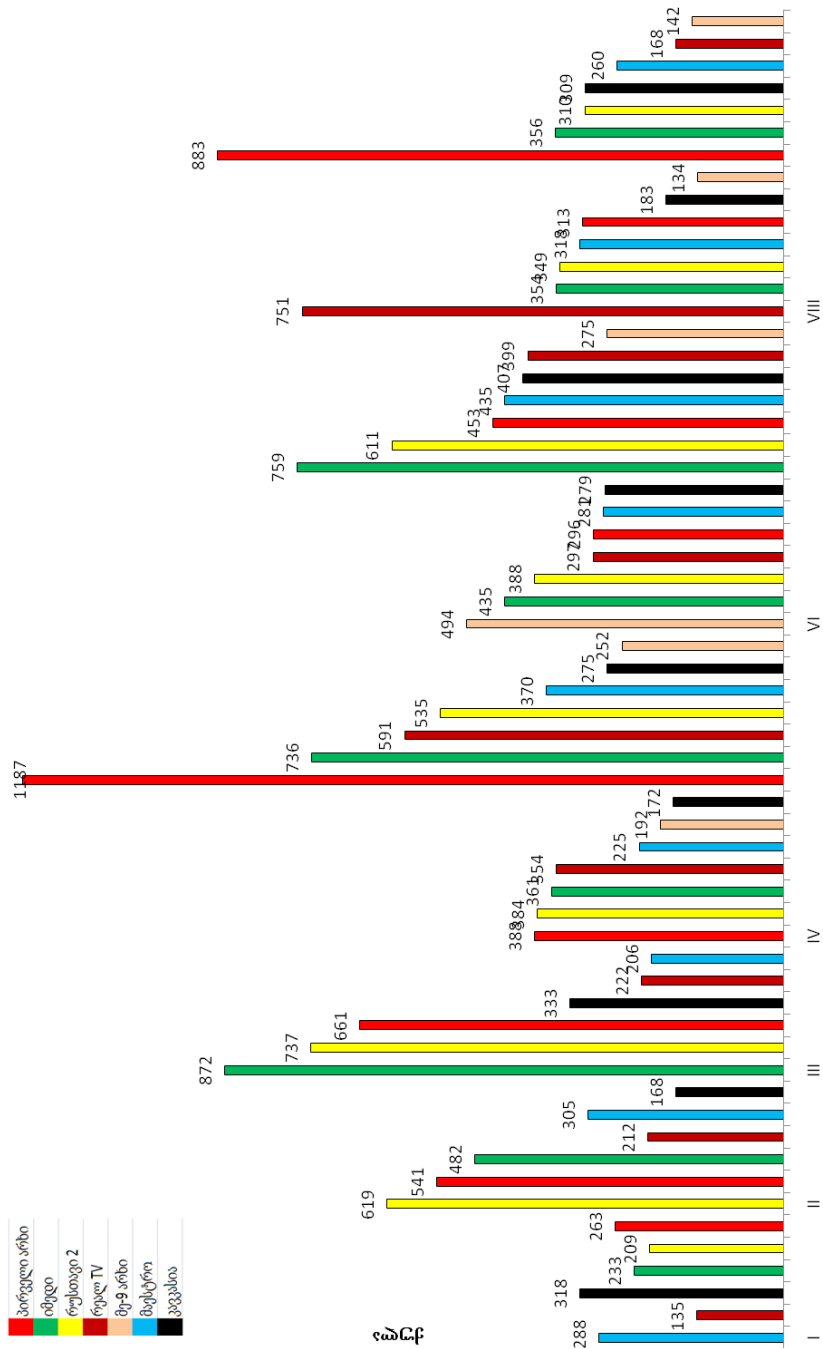
გრაფიკი 2. შვიდი ტელევიზიის პრიორიტეტული თემების საშუალო ქულები (აგვისტო – ოქტომბერი)



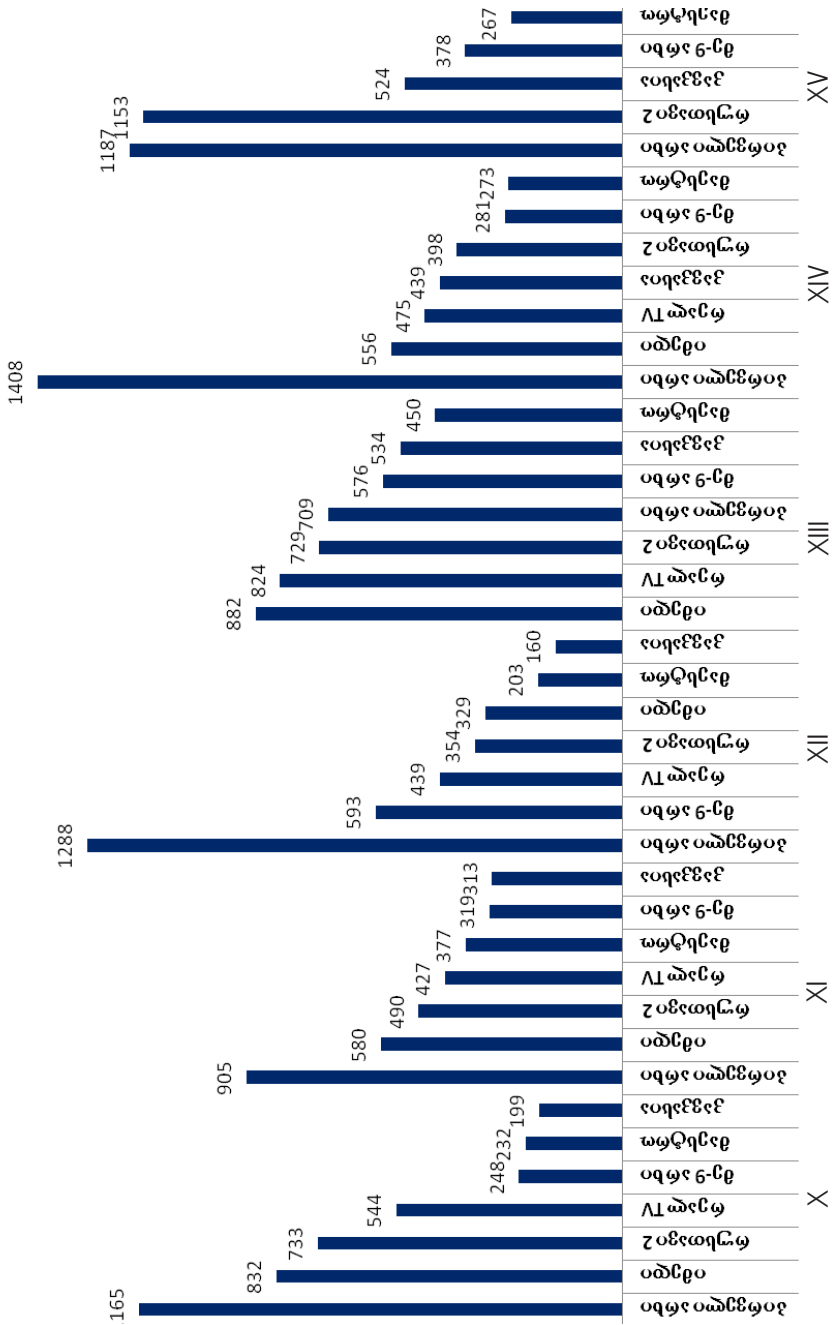
აღნიშნული გრაფიკები თვალნათლივ მიუთითებს, რომელი ტელევიზია რა ინტენსივობით ზემოქმედებს მაყურებლის ცნობიერებაზე პრიორიტეტული თემების მეშვეობით. ადვილი შესამჩნევია, რომ როგორც პირველი პრიორიტეტული თემის საშუალო ქულით, ისე სამი პრიორიტეტული თემის საშუალო ქულით მაღალი მაჩვენებლები აქვთ პირველ არხს, „იმედს“ და „რუსთავი 2“-ს; ხოლო დაბალი - „კავკასიას“, „მეცხრე არხს“ და „მანესტროს“. ეს ნიშნავს, რომ პირველი არხის, „იმედისა“ და „რუსთავი 2“-ის საინფორმაციო პოლიტიკა ორიენტირებული იყო პრიორიტეტული ინფორმაციის „აგრესიულ“ მიწოდებაზე, ხოლო „კავკასიის“, „მეცხრე არხისა“ და „მანესტროს“ საინფორმაციო პოლიტიკა ორიენტირებული იყო უფრო მრავალფეროვან თემატურ გაშუქებაზე. აღსანიშნავია, რომ არჩევნების მოახლოებასთან ერთად, პრიორიტეტული თემების გაშუქების ინტენსივობა ყველა ტელევიზიაში გაიზარდა, ყველაზე მკვეთრად კი - პირველ არხზე.

გრაფიკი №3 და №4 მეტი თვალსაჩინოებისთვის ასახავს პირველი პრიორიტეტული თემების ქულებს შვიდივე ტელევიზიისთვის. გრაფიკი აჩვენებს, რომ 15 საანგარიშო პერიოდიდან 8 პერიოდში ყველაზე მაღალი ქულა პირველი არხის პრიორიტეტულმა თემებმა მოაგროვა. ეს მაღალი მაჩვენებელი ადასტურებს, რომ პირველი არხი უფრო „აგრესიული“ ფორმატით აწოდებდა ინფორმაციას მაყურებელს, ვიდრე ნებისმიერი სხვა ტელევიზია.

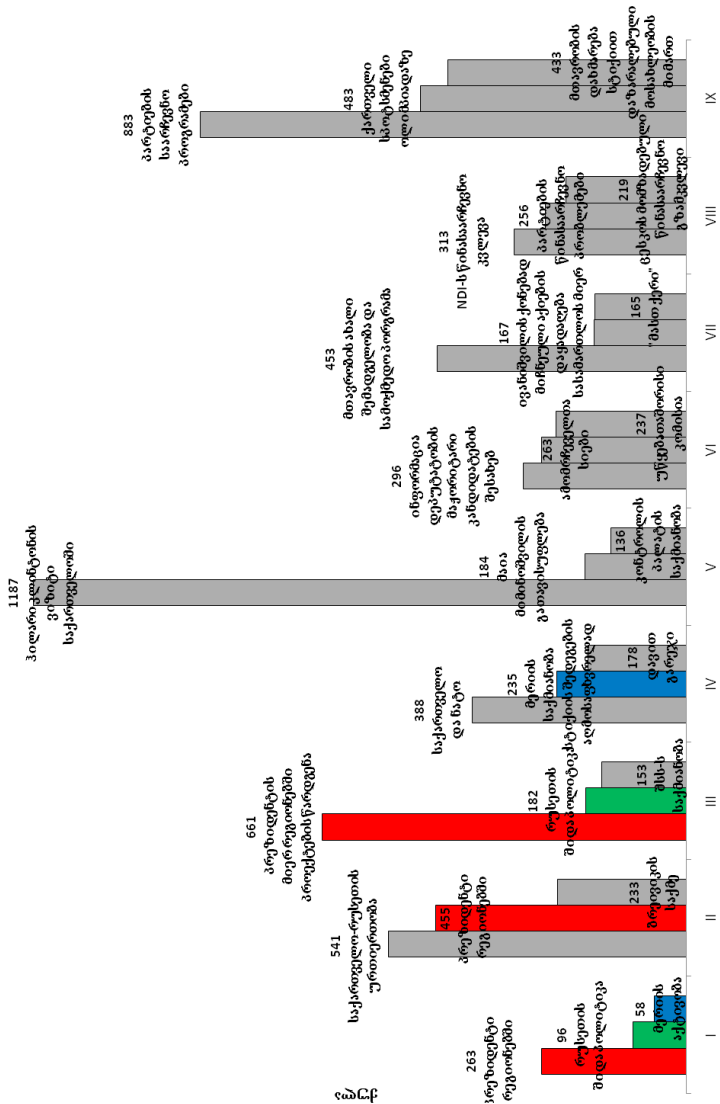
გრაფიკი 3. შვიდი ტელევიზიის პირველი პრიორიტეტული თემების ქულები (სპრილი – ივლისი)



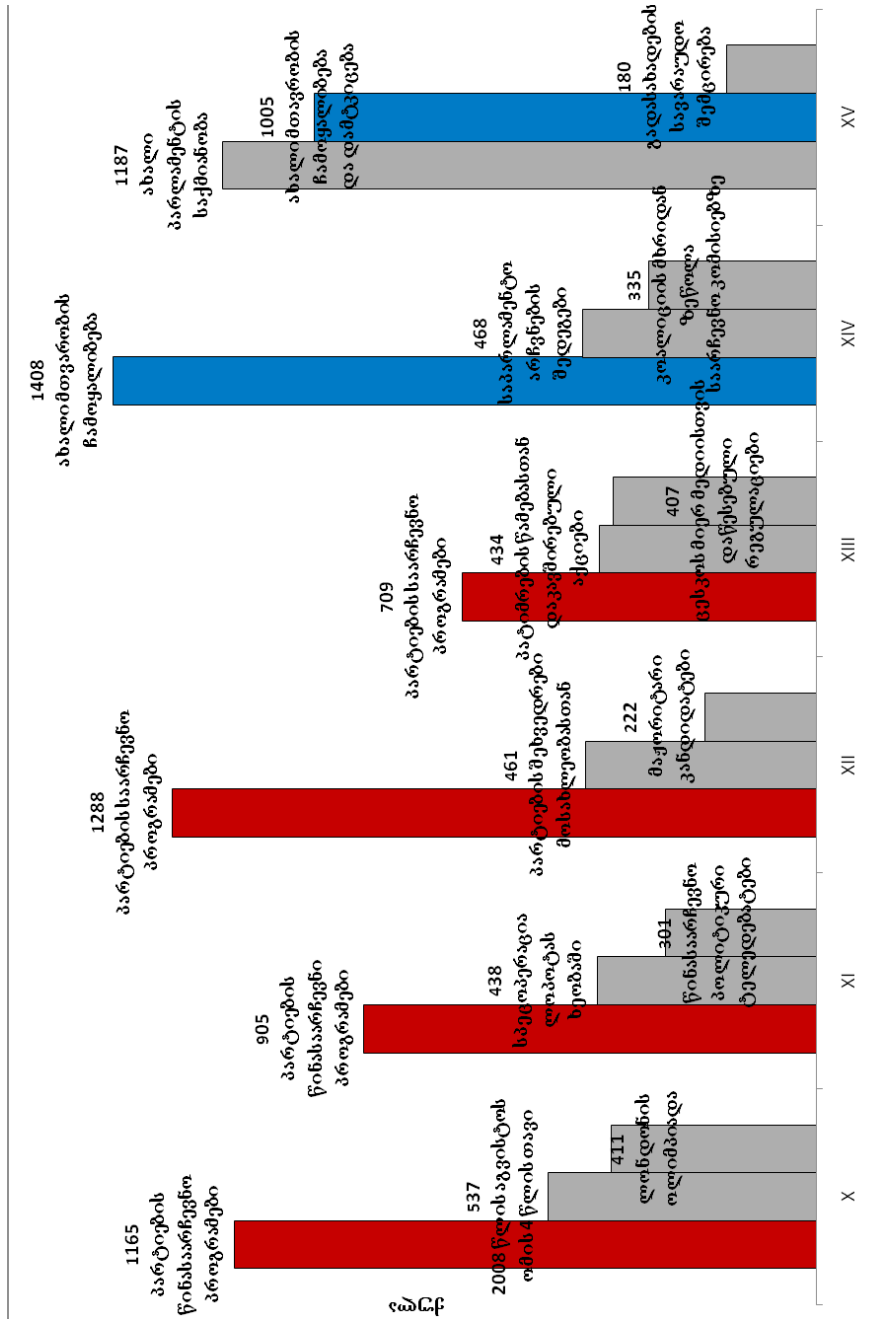
გრაფიკი 4. შვიდი ტელევიზიის პირველი პრიორიტეტული თემების ქულები (აგვისტო – ოქტომბერი)



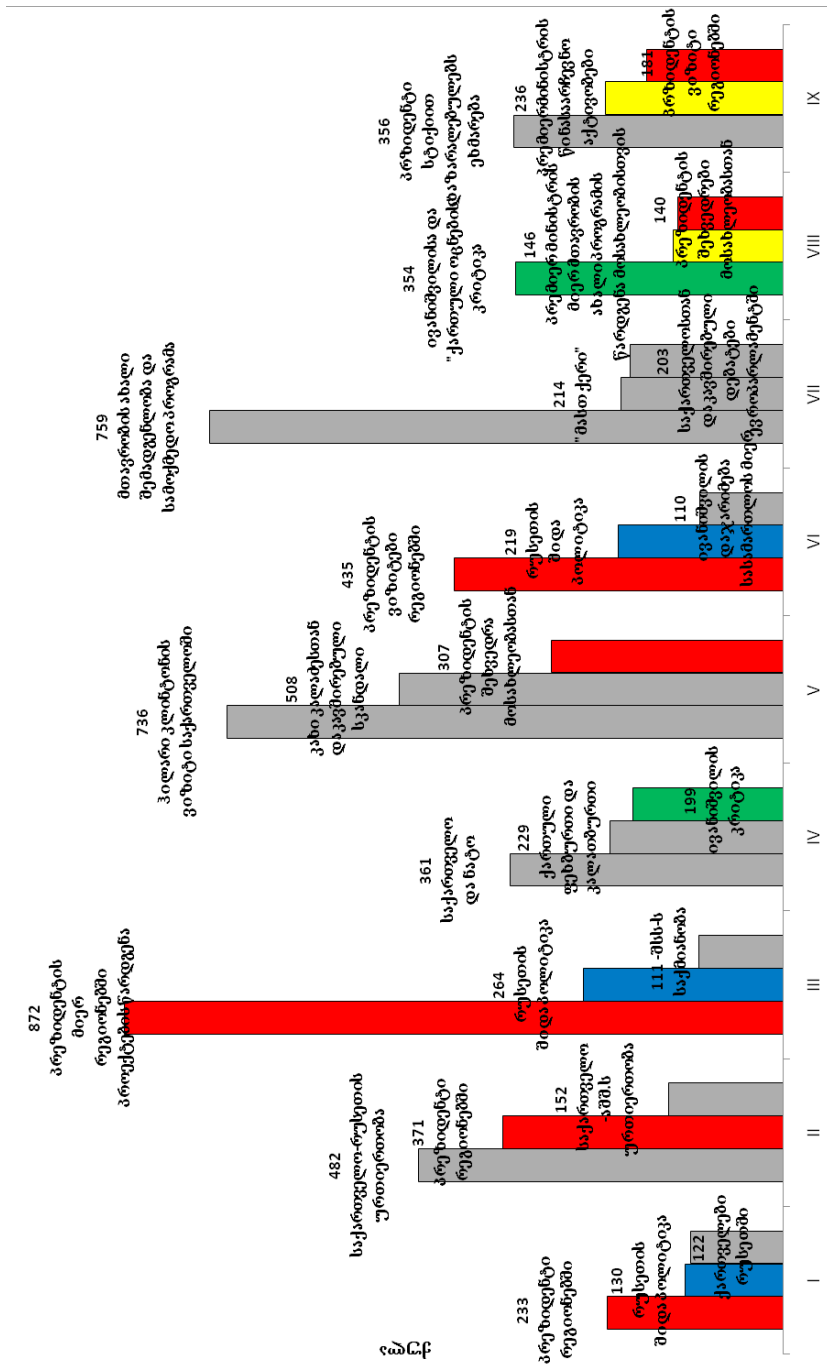
გრაფიკი 5. პირველი არხი, პრიორიტეტული თემები (აპრილი – ივლისი, ცხრა საანგარიშო პერიოდი). ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



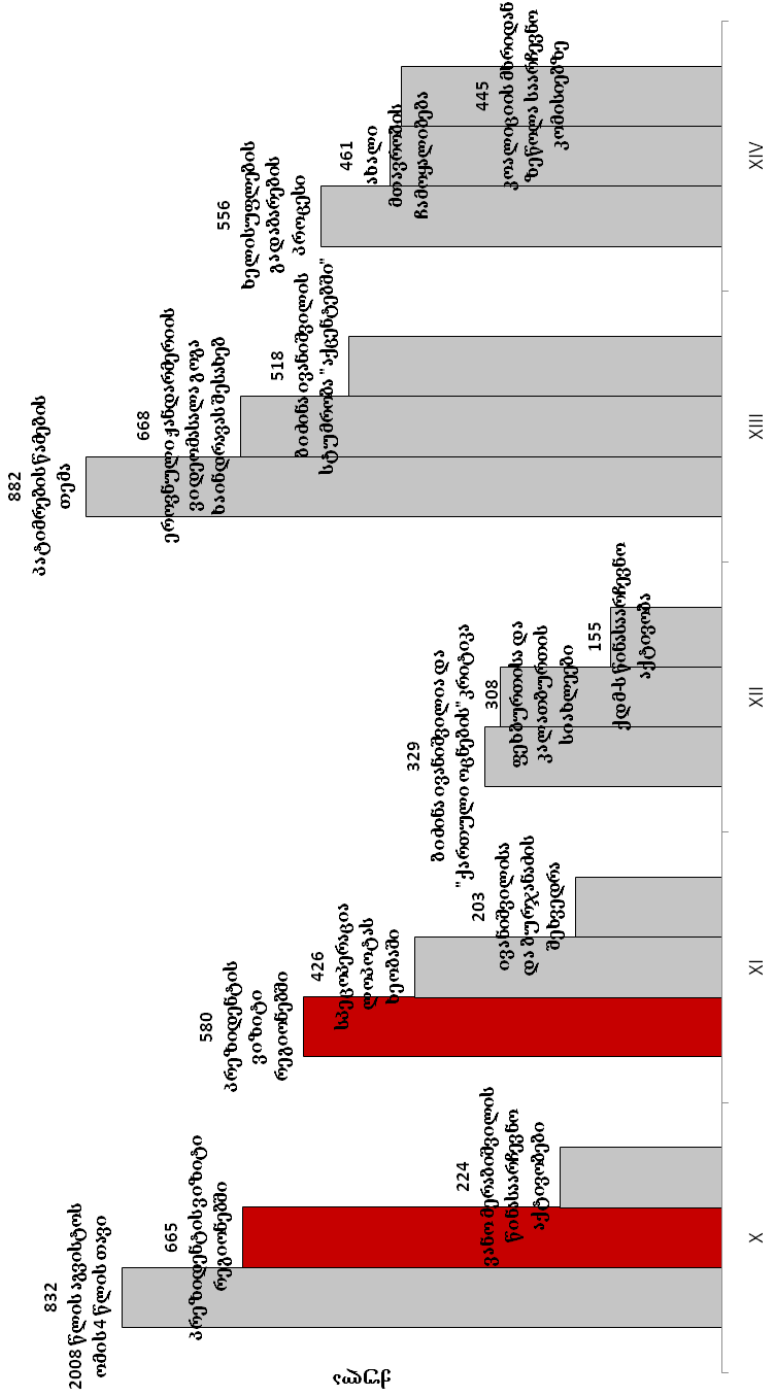
გრაფიკი ნ. პირველი არხი, პრიორიტეტული თემები (ავვისტო – ოქტომბერი, ექვსი საანგარიშო პერიოდი).
 ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



გრაფიკი 7. „იმედი“, პრიორიტეტული თემები (აპრილი – ივლისი, ცხრა საანგარიშო პერიოდი). ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.

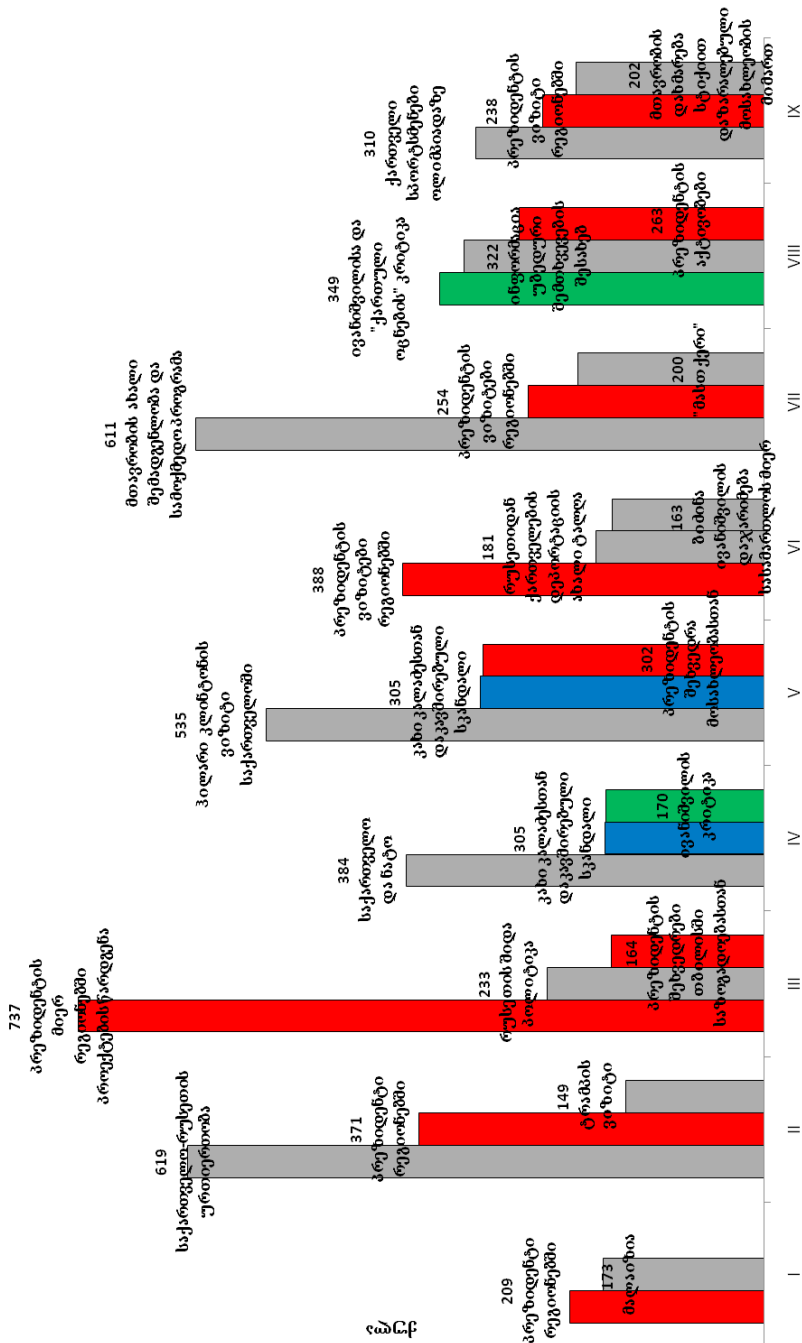


გრაფიკი 8. „იმედი“, პრიორიტეტული თემები (აგვისტო – ოქტომბერი, ექვსი საანგარიშო პერიოდი). ნაცრის-ფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.

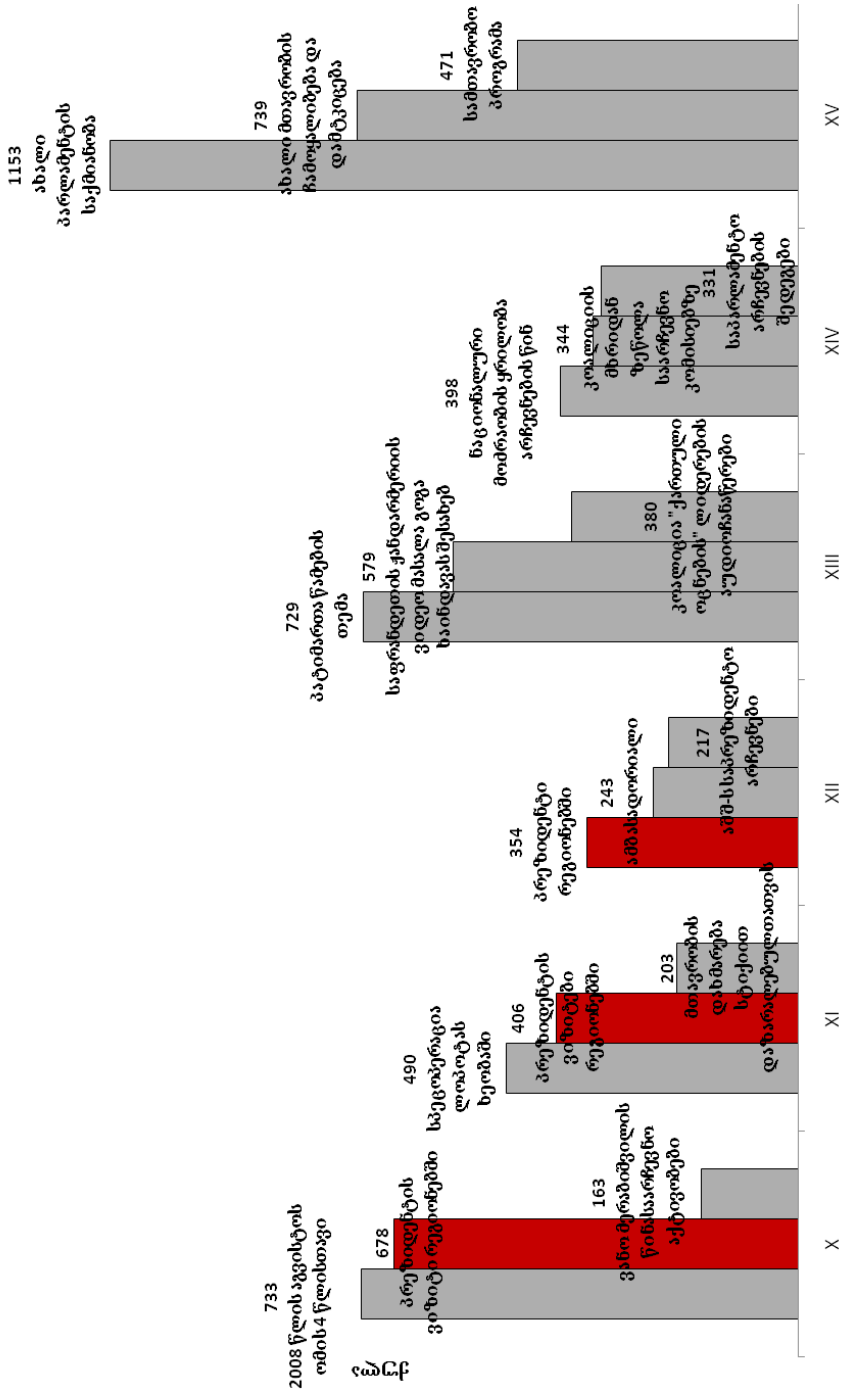


წყარო: „იმედი“

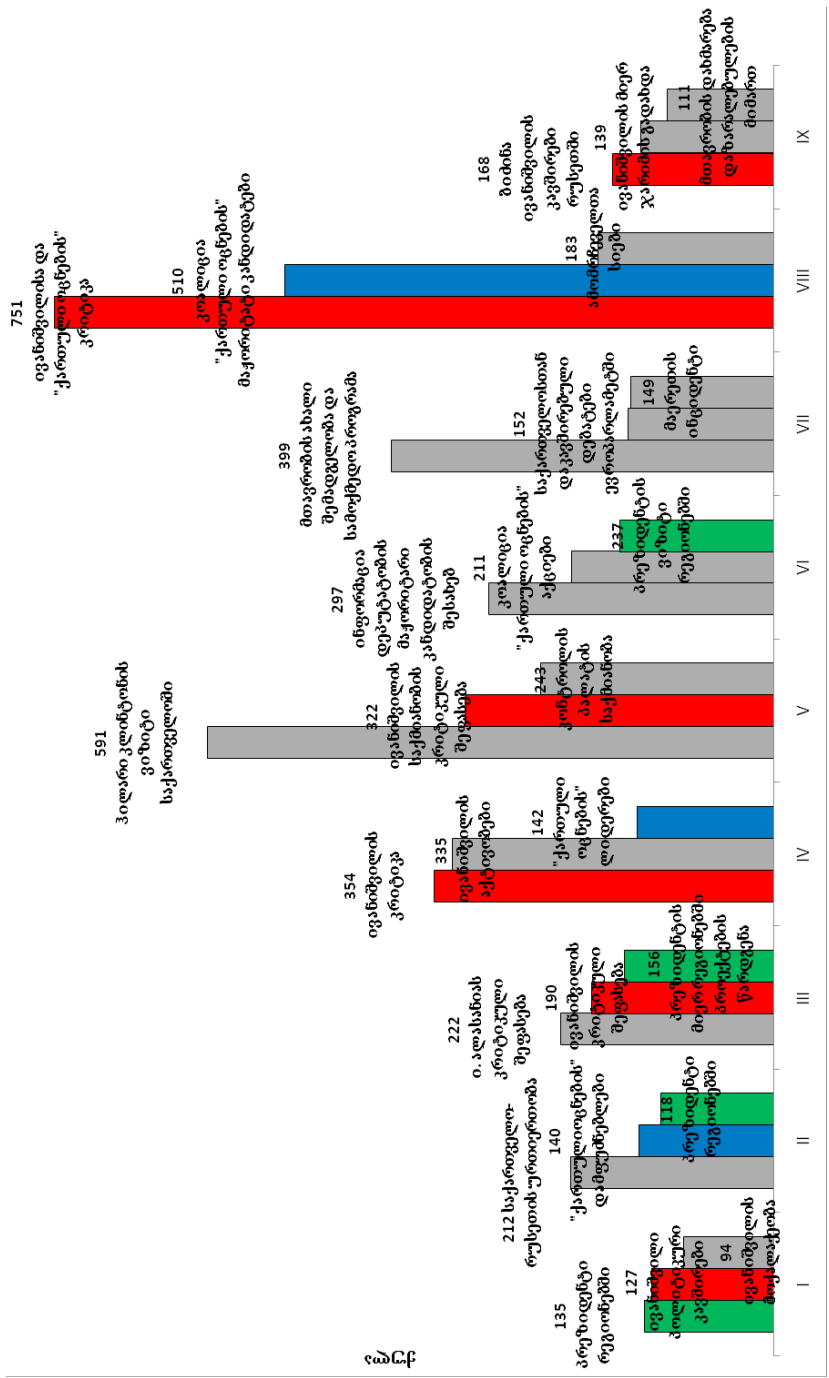
გრაფიკი 9. „რუსთავი 2“, პრიორიტეტული თემები (აპრილი – ივლისი, ცხრა საანგარიშო პერიოდი).
ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



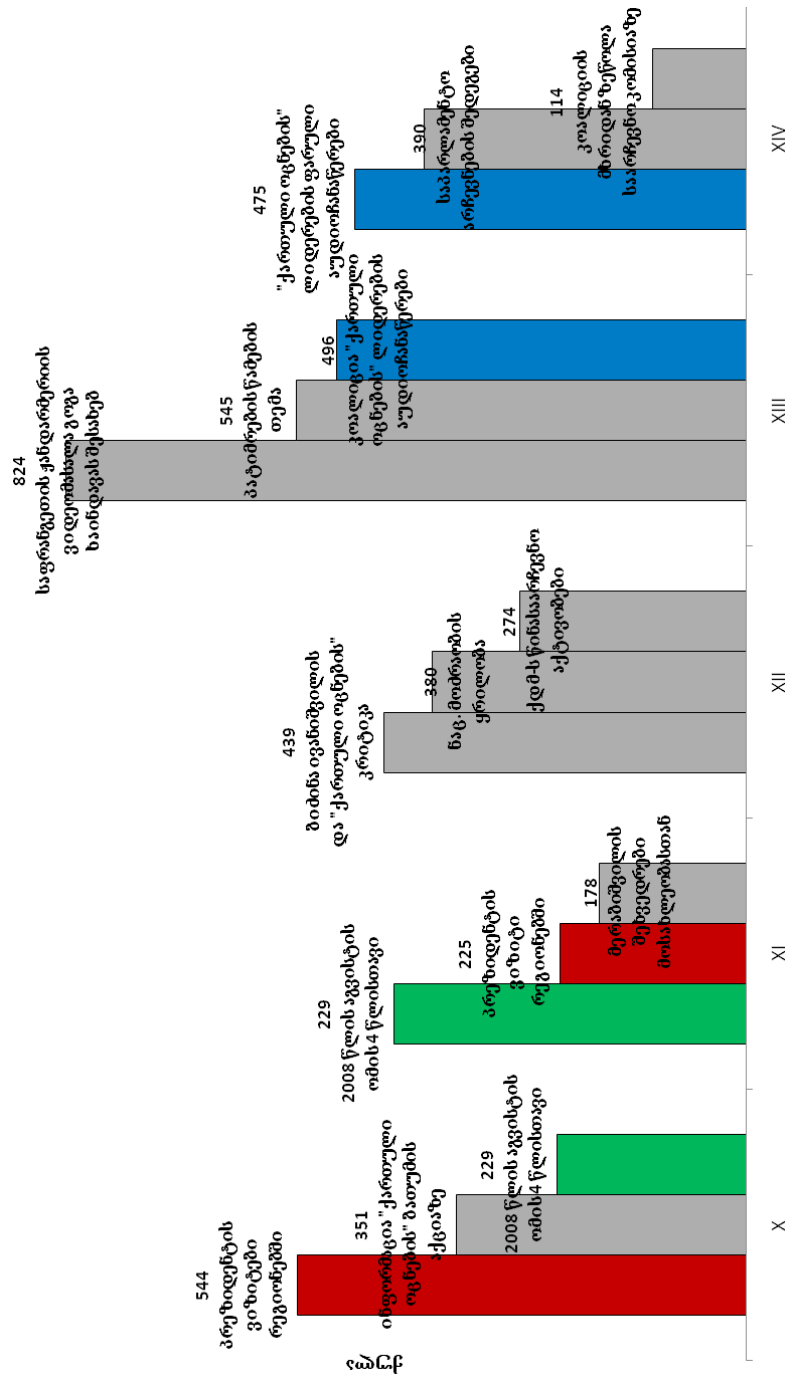
გრაფიკი 10. „რუსთავი 2“-ის პრიორიტეტული თემები (ავიისტი - ოქტომბერი, ექვსი საანგარიშო პერიოდი).
 ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამორჩეულ თემებს, ექსკლუზიურ თემებს.



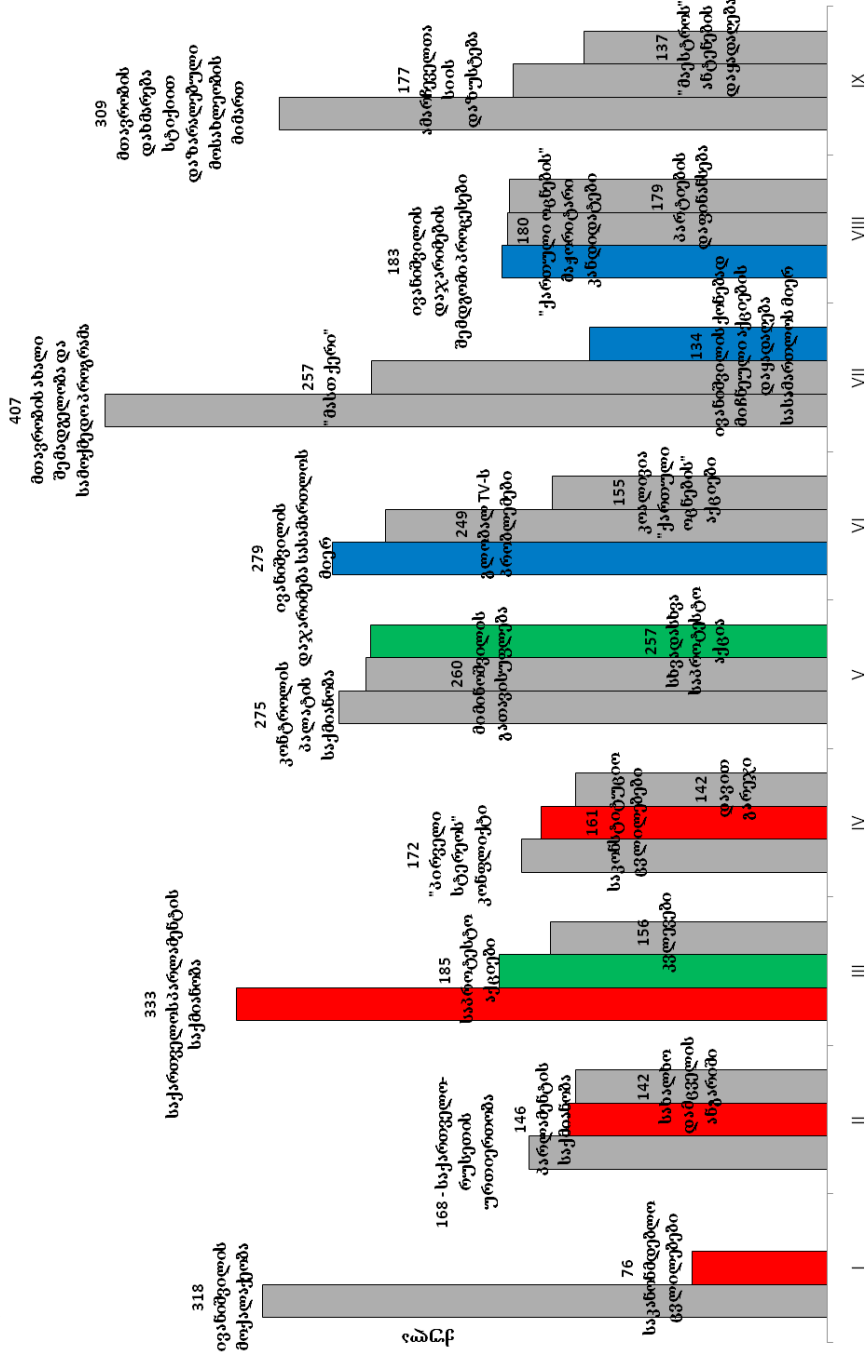
გრაფიკი 11. „რეალ TV“, პრიორიტეტული თემები (აპრილი – ივლისი, ცხრა საანგარიშო პერიოდი).
ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



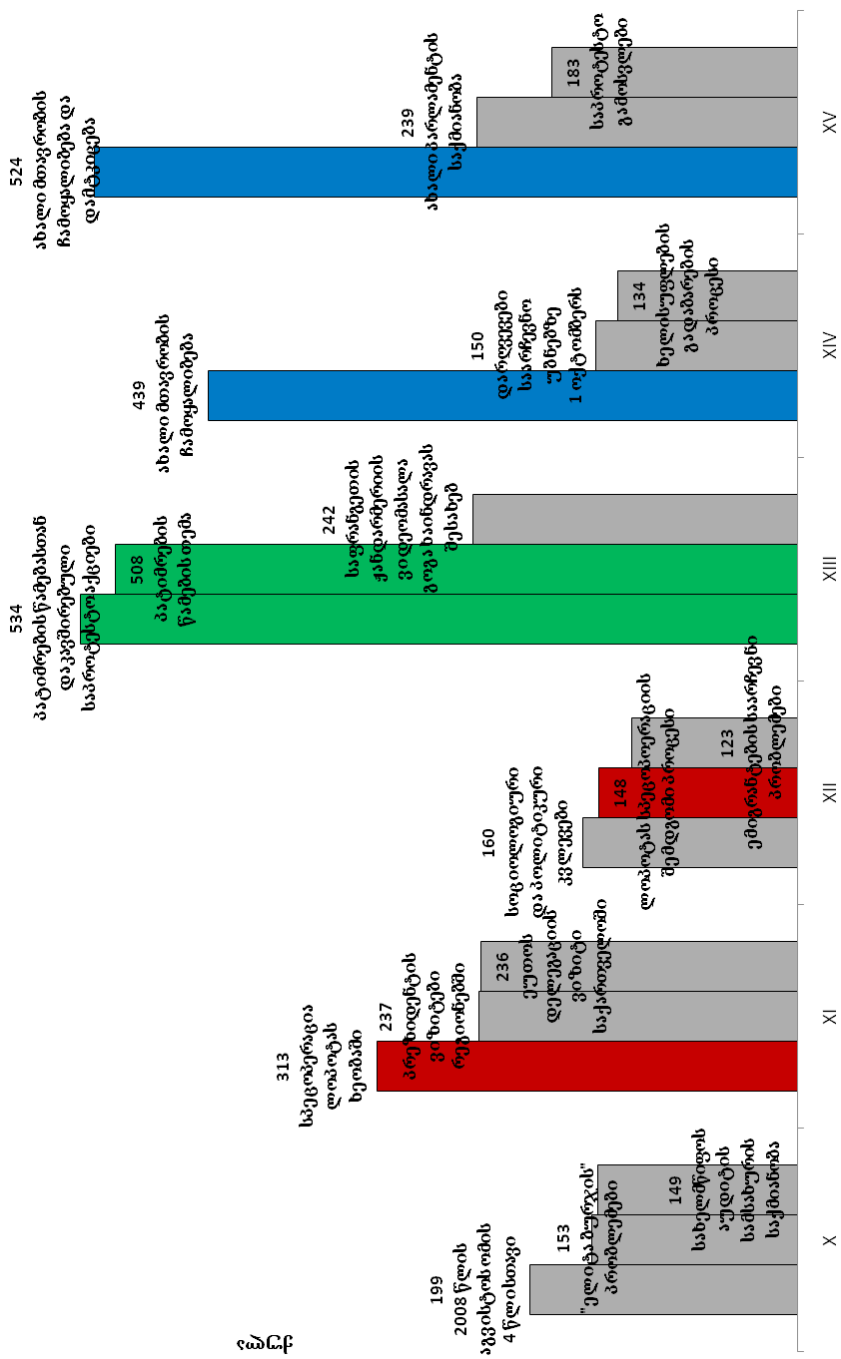
გრაფიკი 12. „რეალ TV“, პროორიტეტული თემები (აგვისტო – ოქტომბერი, ექვსი საანგარიშო პერიოდი).
 ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



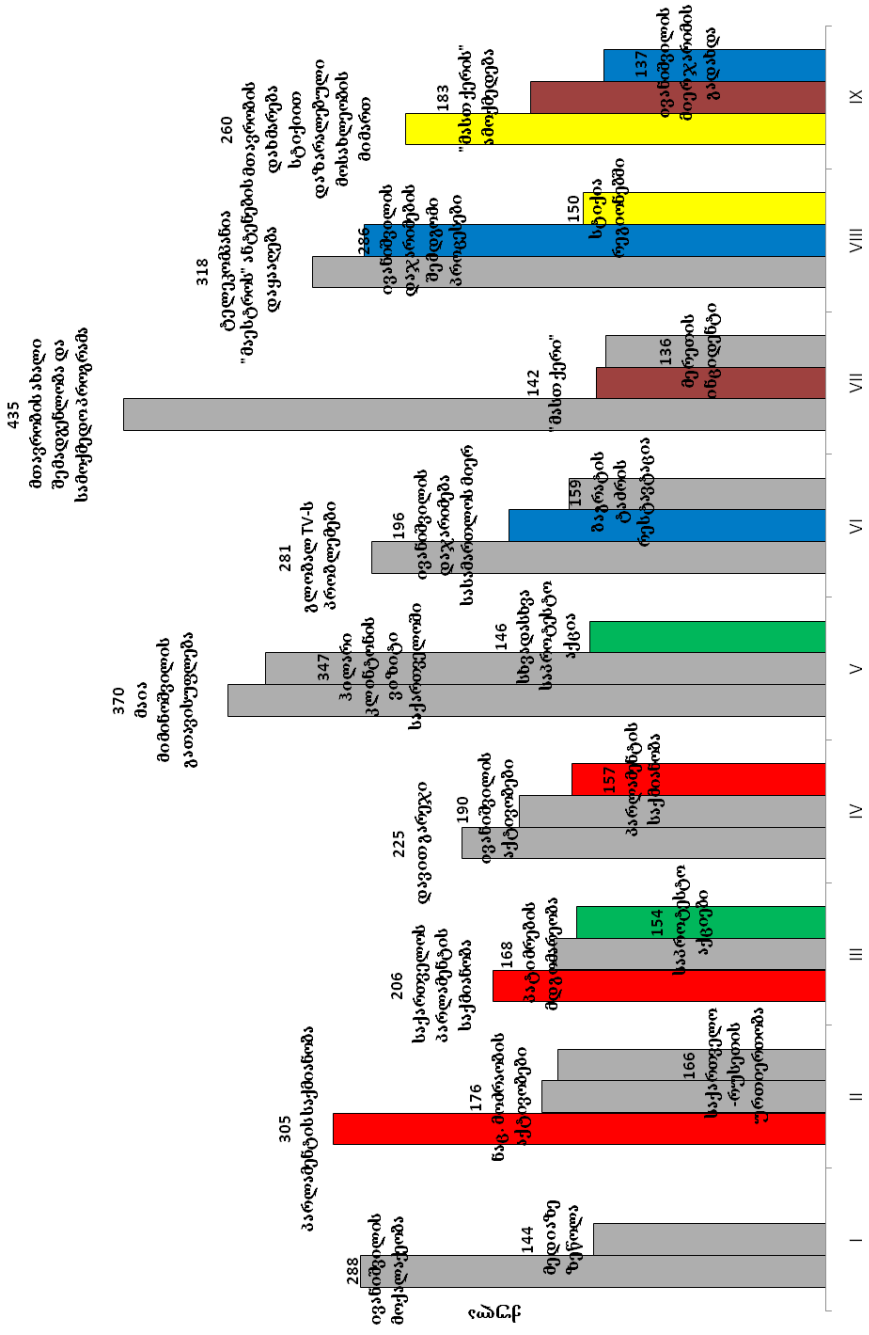
გრაფიკი 13. „კავკასია“, პრიორიტეტული თემები (აპრილი – ივლისი, ცხრა საანგარიშო პერიოდი). ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



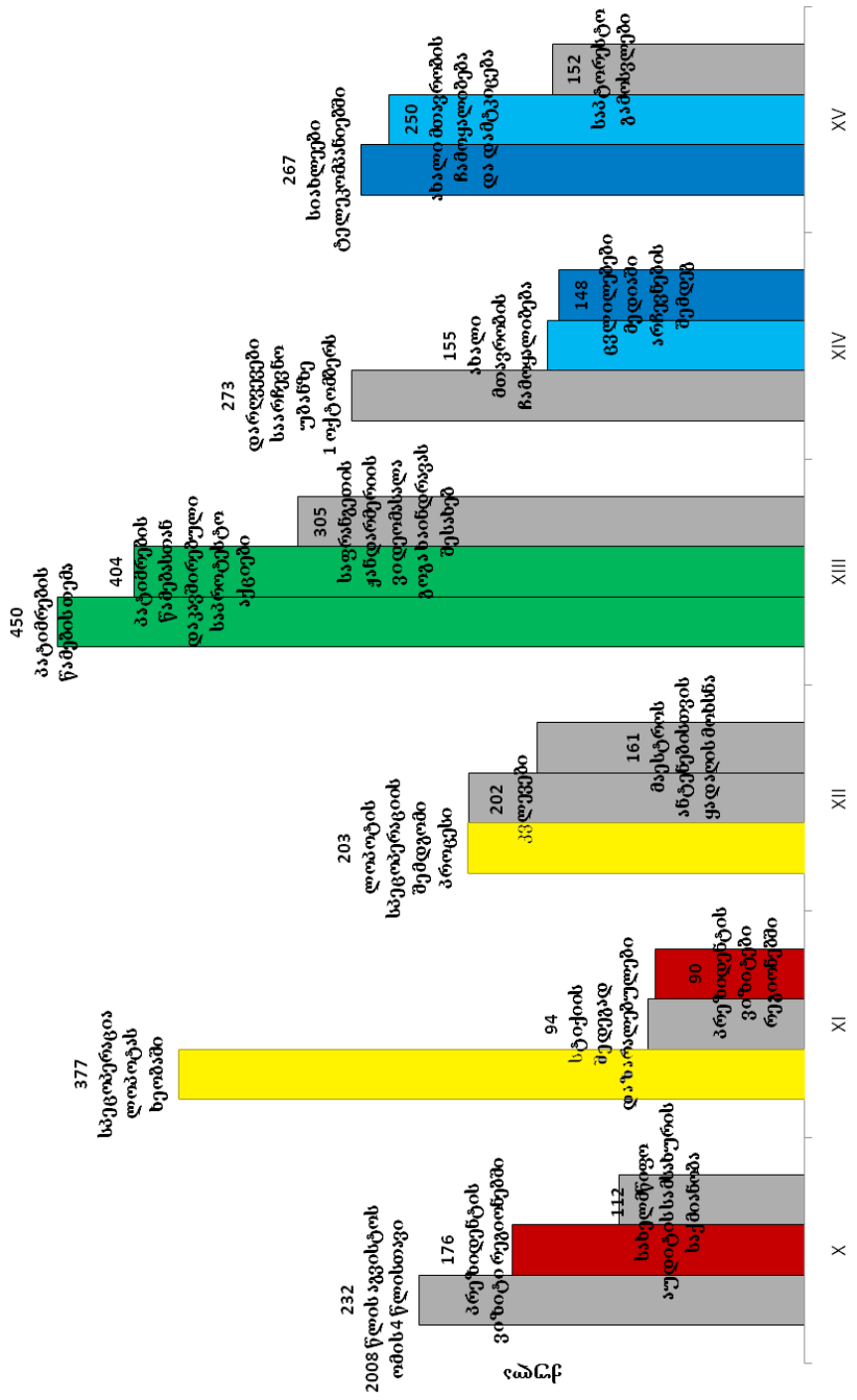
გრაფიკი 14. „კავკასია“, პრიორიტეტული თემები (სგვისტო – ოქტომბერი, ექვსი საანგარიშო პერიოდი). ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებდა; ექსკლუზიურ თემებს.



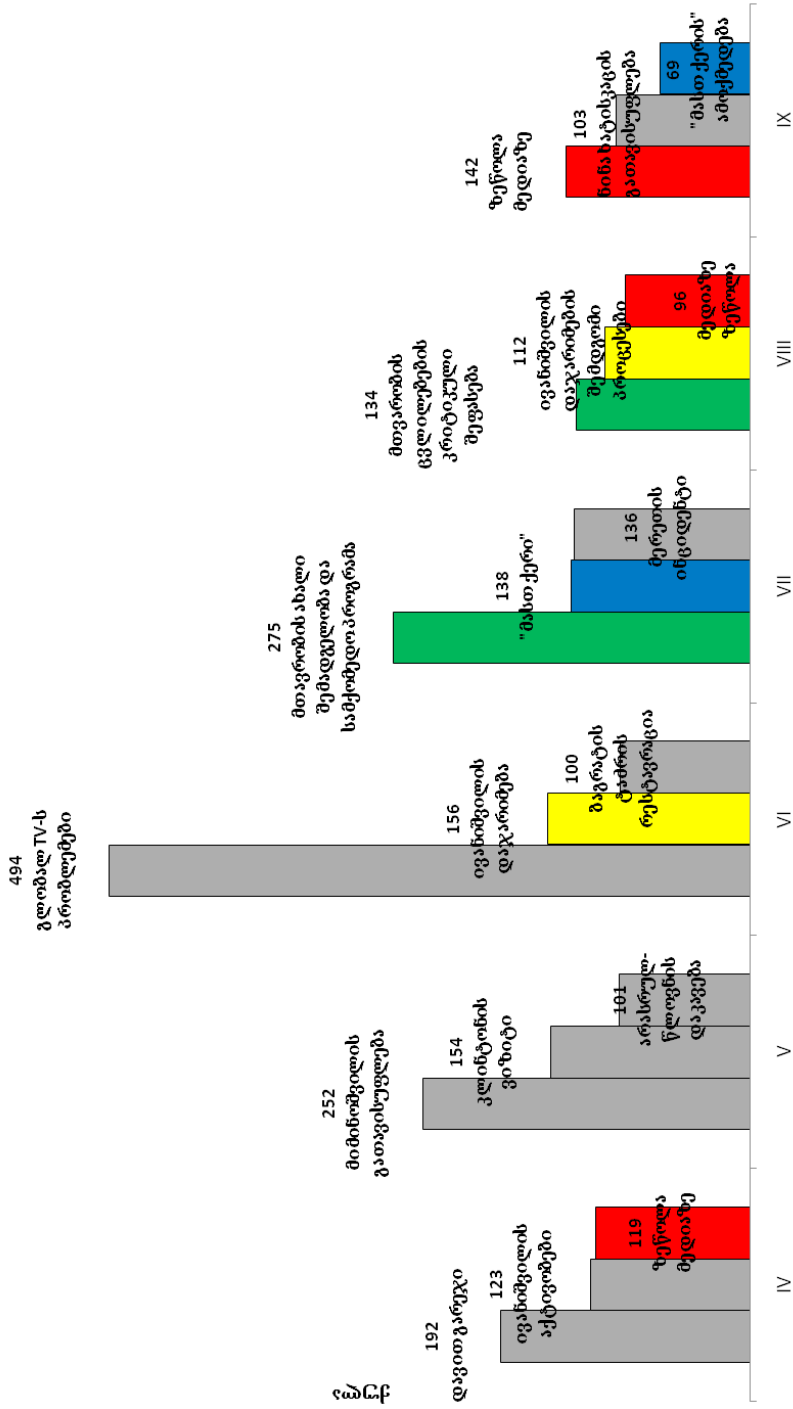
გრაფიკი 15. „მესეტრო“, პრიორიტეტული თემები (პრიორი – ივლისი, ცხრა საანგარიშო პერიოდში).
ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



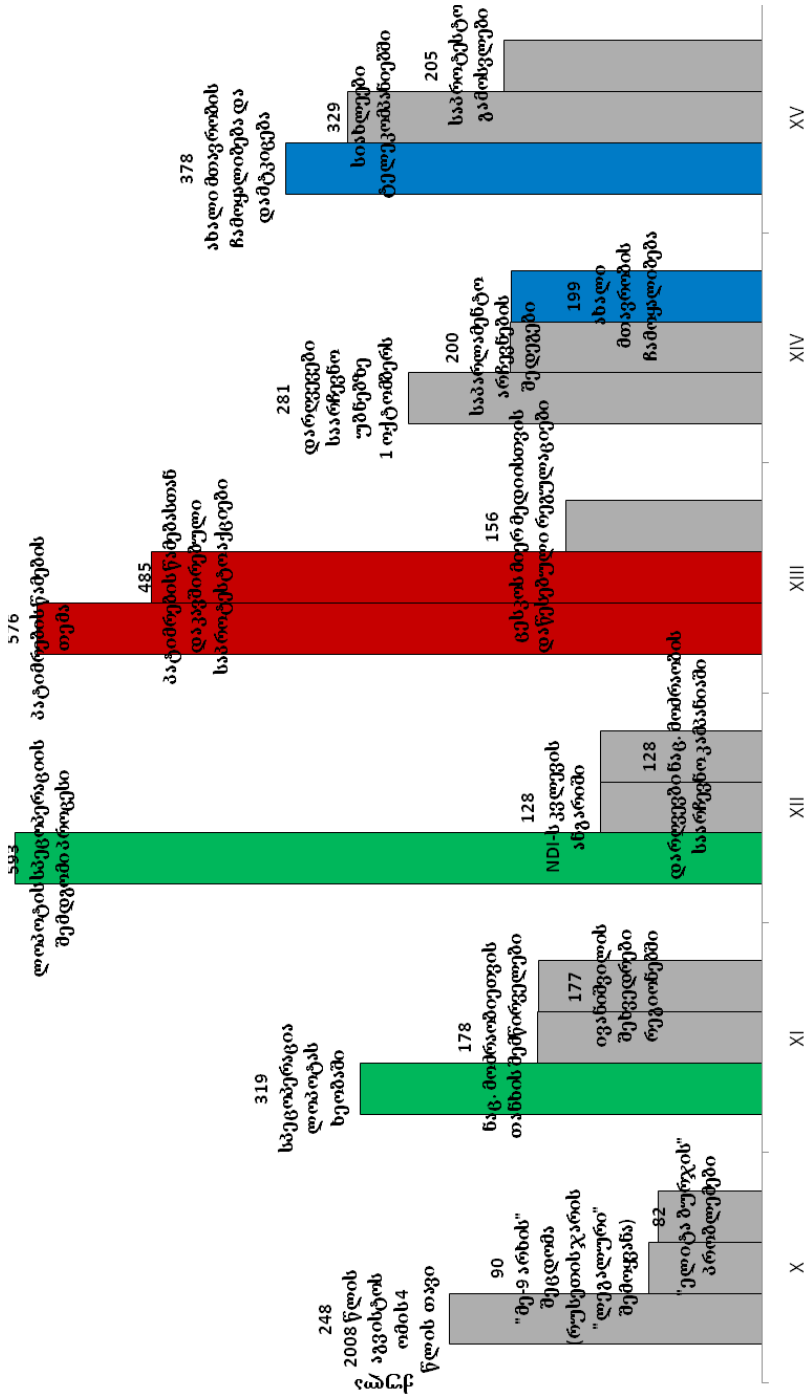
გრაფიკი 16. „მეკსტრო“, პრიორიტეტული თემები (ავვისტო – ოქტომბერი, ექვსი საანგარიშო პერიოდი). ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



გრაფიკი 17. „მეცხრე არხი“, პრიორიტეტული თემები (აპრილი – ივლისი, ცხრა საანგარიშო პერიოდი). ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



გრაფიკი 18. „მეცხრე არხი“, პრიორიტეტული თემები (სვისტო – ოქტომბერი, ექვსი საანგარიშო პერიოდით). ნაცრისფერი სვეტები ასახავს არაგამეორებად, ექსკლუზიურ თემებს.



ცხრილების შესაბამისად, ტელევიზიების თემატური პრიორიტეტები შვიდი თვის განმავლობაში ასე გამოიყურება:

პირველი არხი

- პარტიების წინასაარჩევნო პროგრამები (4-ჯერ მოხვდა ინტენსიურად გაშუქებული თემების სამეულში);
- პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში (3);
- რუსეთის შიდა პოლიტიკა (2);
- მერიის აქტივობები (2);
- ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება არჩევნების შემდეგ (2).

„იმედი“

- პრეზიდენტის წინასაარჩევნო შეხვედრები (9);
- რუსეთის შიდა პოლიტიკა (3);
- ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქართული ოცნების კრიტიკა“ (2);
- პრემიერმინისტრ ვანო მერაბიშვილის აქტივობები (2).

„რუსთავი 2“

- პრეზიდენტის წინასაარჩევნო შეხვედრები (12);
- კახი კალაძესთან დაკავშირებული სკანდალი (2);
- ბიძინა ივანიშვილისა და „ქართული ოცნების“ კრიტიკა (2).

„რეალ ტვ“

- ბიძინა ივანიშვილისა და ქართული ოცნების კრიტიკა (6);
- პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში (6);
- კოალიცია „ქართული ოცნების“ ლიდერები და მაჟორიტარი კანდიდატები (3);
- 2008 წლის აგვისტოს ომის ოთხი წლისთავი (2);
- კოალიცია „ქართული ოცნების“ ლიდერების ფარული აუდიოჩანაწერები (2).

„კავკასია“

- საქართველოს პარლამენტის საქმიანობა (4);
- ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება (3);
- საპროტესტო აქციები (2);
- სპეცოპერაცია ლოპოტაში (2);
- პატიმრების წამება და ამ ფაქტებთან დაკავშირებული საპროტესტო აქციები (2);
- ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება არჩევნების შემდეგ (2).

„მაესტრო“

- საქართველოს პარლამენტის საქმიანობა (3);
- ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება (3);
- საპროტესტო აქციები (2);
- “Must Carry, Must Offer”-ის თემა (2);
- სტიქია კახეთში (2);
- სპეცოპერაცია ლოპოტაში (2)
- პრეზიდენტის ვიზიტი რეგიონებში (2);
- პატიმრების წამება და ამ ფაქტებთან დაკავშირებული საპროტესტო აქციები (2);
- სიახლეები ტელეკომპანიებში არჩევნების შემდეგ (2);
- ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება არჩევნების შემდეგ (2).

„მეცხრე არხი“

- ზენოლა მედიაზე (3);
- სამთავრობო ცვლილებები არჩევნების წინ (2);
- ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება (2);
- “Must Carry, Must Offer”-ის თემა (2)
- პატიმრების წამება და ამ ფაქტებთან დაკავშირებული საპროტესტო აქციები (2);
- სპეცოპერაცია ლოპოტაში (2);
- ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება არჩევნების შემდეგ (2).

ზოგიერთი მიგნება ტელევიზიების მონიტორინგის კუთხით:

- ყველაზე ხშირად ერთმანეთს დაემთხვა „მაესტროსა“ და „კავკასიის“ პრიორიტეტული თემები; ყველაზე იშვიათი იყო „მეცხრე არხის“ პრიორიტეტული თემების თანხვედრა „იმედისა“ და „რეალ TV“-ს მთავარ თემებთან.
- ყველაზე ინტენსიურად მაყურებელს თავის პრიორიტეტულ თემებს აწვდიდა პირველი არხი.
- ყველაზე ხშირად გაშუქებული თემა იყო პრეზიდენტის წინასაარჩევნო შეხვედრები (მთავარი აქცენტი - ვიზიტები რეგიონებში). ეს თემა 15 საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში 12-ჯერ მოხვდა „რუსთავი 2“-ის პრიორიტეტულ სამეულში და 9-ჯერ - „იმედის“ პრიორიტეტულ სამეულში.
- მკვეთრად გამოხატულია პირველი არხის, „იმედისა“ და „რუსთავი 2“-ის მიერ პრიორიტეტული თემების შეთანხმებული გაშუქება პირველი ხუთი პერიოდის განმავლობაში (2 აპრილიდან - 8 ივნისამდე). ამ პერიოდში სამი ტელევიზიის პირველი პრიორიტეტული თემა ზუსტად ემთხვეოდა ერთმანეთს. ეს თემები იყო:

I პერიოდი: პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში.

II პერიოდი: საქართველო-რუსეთის ურთიერთობა.

III პერიოდი: პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში.

IV პერიოდი საქართველო და ნატო.

V პერიოდი: შილარი კლინტონის ვიზიტი.

ივნისიდან პირველი არხი ცვლის მთავარი საინფორმაციო პროგრამის აქცენტებს და ძირითადად კონცენტრირდება საარჩევნო თემატიკაზე. ხოლო „იმედსა“ და „რუსთავი 2“-ზე გრძელდება პრიორიტეტული თემების კოორდინირებული გაშუქება.

VI პერიოდი: პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში.

VII პერიოდი: მთავრობის ახალი შემადგენლობა და სამოქმედო გეგმა.

VIII პერიოდი: ბიძინა ივანიშვილის და „ქართული ოცნების“ კრიტიკა.

IX პერიოდში (20 ივლისი - 2 აგვისტო) „იმედისა“ და „რუსთავი 2“-ის საინფორმაციო პრიორიტეტები ერთმანეთს აღარ ემთხვევა (რაც პირველი შემთხვევაა, 2 აპრილიდან მოყოლებული) .

X პერიოდში (3 — 17 აგვისტო) ისევ საერთო პრიორიტეტი ჩნდება: 2008 წლის აგვისტოს ომის ოთხი წლისთავი.

XI პერიოდში (17 — 30 აგვისტო) პრიორიტეტები ისევ არ ემთხვევა;

XII პერიოდში (31 აგვისტო - 13 სექტემბერი) პრიორიტეტულ თემებს შორის ყველაზე დიდი განსვლაა პირველ არხს, „რუსთავი 2“-სა და „იმედს“ შორის - მათი პრიორიტეტული სამეულებიდან არც ერთი თემა ერთმანეთს აღარ ემთხვევა.

XIII პერიოდში (14 — 27 სექტემბერი) „იმედის“ და „რუსთავი 2“-ის მთავარი თემა ხდება პატიმრების წამება.

სწორედ ამგვარი დაქსაქსული და ნაციონალური მოძრაობისთვის არასასურველი საინფორმაციო აქცენტების ფონზე იმართება საპარლამენტო არჩევნები.

მონიტორინგი ადასტურებს, რომ ივლისის მეორე ნახევრიდან საერთო ეროვნულ ტელევიზიებში იწყება ერთიანი საინფორმაციო პრიორიტეტის სისტემის რღვევა, რაც განსაკუთრებით გამომხატვრულ ფორმას იძენს სექტემბრის პირველი ორი კვირის განმავლობაში. მონიტორინგის შედეგების მიხედვით, დადასტურებულად შეიძლება ჩაითვალოს მანამდე მწყობრად მომუშავე პროპაგანდისტული მანქანის მოშლა არჩევნებამდე ორთვენახევრით ადრე.

- არჩევნებამდე გამოქვეყნებული 13 პერიოდის ანგარიში აჩვენებს „მაესტროს“, „მეცხრე არხისა“ და „კავკასიის“ პირველი საინფორმაციო პრიორიტეტის ხშირ თანხვედრას, კერძოდ: „მაესტრო“ და „მეცხრე არხი“ - 5 თანხვედრა; „მაესტრო“ და „კავკასია“ - 3 თანხვედრა; „მაესტრო“, „კავკასია“ და „მეცხრე არხი“ - 3 თანხვედრა. ცამეტი პერიოდის განმავლობაში გამონაკლისი იყო სულ ორი პერიოდი (II და VIII), როცა ერთმანეთს არ დაემთხვა ამ სამი ტელევიზიიდან არც ერთის პირველი პრიორიტეტული თემა. თანხვედრილი თემები წარმოაჩენდა ქვეყანაში არსებულ პრობლემებს და არ გულისხმობდა რომელიმე საარჩევნო სუბიექტის პოზიტიური იმიჯის შექმნას.
- ივლისიდან სექტემბრის ჩათვლით, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანი პერიოდი იყო არჩევნების საინფორმაციო უზრუნველყოფის თვალსაზრისით, 7 სხვადასხვა ტელევიზიის მიერ მეტ-ნაკლებად პრიორიტეტულად გაშუქდა სულ ოთხი თემა: „მთავრობის დახმარება სტიქიით დაზარალებულების მიმართ“, „2008 წლის აგვისტოს ომის 4 წლისთავი“, „სპეცოპერაცია ლოპოტაში“ და „პატიმართა წამების თემა“. საბოლოოდ, სწორედ ამ თემებმა მოამზადა მაყურებელი 1 ოქტომბერს პოლიტიკური არჩევანის გასაკეთებლად.

თბილისის მოსახლეობისა და ტელევიზიების საინფორმაციო პრიორიტეტების თანხვედრა

სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა საანგარიშო პერიოდში თხუთმეტჯერ გამოკითხა თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტი და სთხოვა მათ, ტელევიზიების მიერ პრიორიტეტულად გაშუქებული თემების რანგირება მოეხდინათ მათი მნიშვნელობის მიხედვით. ქვემოთ გთავაზობთ თითოეული საანგარიშო პერიოდის შესაბამისად რესპონდენტების უმეტესი ნაწილის მიერ პრიორიტეტულად აღიარებულ თემას და იქვე მივუთითებთ, რომელი ტელევიზიები აშუქებდა ამ თემას, როგორც პირველ პრიორიტეტს (ანუ რომელი ტელევიზიის მთავარი საინფორმაციო აქცენტი დაემთხვა გამოკითხულთა პოლიტიკურ გემოვნებას).

პირველი პერიოდი: „ბიძინა ივანიშვილის საქართველოს მოქალაქეობასთან დაკავშირებული საკითხები“ (42%) - „კავკასია“ (318 ქულა), „მაესტრო“.

მეორე პერიოდი: „საქართველო-რუსეთის ურთიერთობები“ (66%) - „რუსთავი2“ (619 ქულა), პირველი არხი, „იმედი“, „რეალ ტვ“, „კავკასია“.

მესამე პერიოდი: „მიხეილ სააკაშვილის მიერ რეგიონებში ახალი პროექტების წარდგენა“ (53.8%) - „იმედი“ (872 ქულა), პირველი არხი, „რუსთავი 2“.

მეოთხე პერიოდი: „დავით გარეჯის პრობლემა“ (65%) - „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“.

მეხუთე პერიოდი: „ჰილარი კლინტონის ვიზიტი საქართველოში“ (46%) - პირველი არხი (1187 ქულა), „იმედი“, „რუსთავი 2“, „რეალ TV“.

მექვსე პერიოდი: „ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება სასამართლოს მიერ“ (35.1%) - „კავკასია“.

მეშვიდე პერიოდი: „მთავრობის ახალი შემადგენლობა და პროგრამა“ (39.3%) - შვიდივე ტელევიზია (იმედი - 759 ქულა).

მერვე პერიოდი: „ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქართული ოცნების“ კრიტიკა“ (26.6%) - რეალ ტვ (751 ქულა), „იმედი“, „რუსთავი 2“.

მეცხრე პერიოდი: „ქართველი სპორტსმენები ლონდონის ოლიმპიკებში“ (26.6%) - „რუსთავი 2“.

პიადაზე“ (29.6%) - „რუსთავი 2“.

მეათე პერიოდი: „2008 წლის აგვისტოს ომის 4 წლისთავი“ (47.2%)
- „იმედი“, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“.

მეთერთმეტე პერიოდი: „პარტიების საარჩევნო პროგრამები“ (56.5%) - პირველი არხი (905).

მეთორმეტე პერიოდი: „პარტიების საარჩევნო პროგრამები“ (37%)
- პირველი არხი (1288).

მეცამეტე პერიოდი: „პატიმრების წამების თემა“ (56.4%) - „იმედი“ (882), „რუსთავი 2“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“.

მეთოთხმეტე პერიოდი: „ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება“ (53.8%)
- პირველი არხი (1408), „კავკასია“.

მეთხუთმეტე პერიოდი: „ახალი პარლამენტის საქმიანობა“ (46.9%)
- პირველი არხი (1187), „რუსთავი 2“.

თუ სრულ საანგარიშო პერიოდს გავყოფთ ორ ნაწილად, - “Must Carry, Must Offer” პრინციპის ამოქმედებამდე, თბილისში გამოკითხული მოსახლეობის პრიორიტეტი „მეცხრე არხის“ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებულ თემას დაემთხვა ორჯერ; „მაესტროს“ - სამჯერ; „რეალ TV“-ს - სამჯერ; „კავკასიას“ - ოთხჯერ; „პირველ არხს“ - ოთხჯერ; „იმედს“ - ხუთჯერ; „რუსთავი 2“-ს - ექვსჯერ. ხოლო “Must Carry, Must Offer” პრინციპის ამოქმედების შემდეგ თბილისში გამოკითხული მოსახლეობის პრიორიტეტი - „კავკასიის“ მთავარ თემას დაემთხვა ორჯერ, „მაესტროს“ - ორჯერ, „მეცხრე არხს“ - ორჯერ, „იმედს“ - ორჯერ, „რუსთავი 2“-ს - სამჯერ, „პირველ არხს“ - ოთხჯერ.

თუ შევაჯამებთ აპრილი-ოქტომბრის შვიდთვიან პერიოდს, თბილისში გამოკითხული მოსახლეობის პირველი პრიორიტეტისა და ტელევიზიების პირველი პრიორიტეტის დამთხვევა შემდეგ სურათს გვიჩვენებს:

„რეალ TV” - 3 დამთხვევა;

„მეცხრე არხი“ - 4 დამთხვევა;

„მაესტრო“ - 5 დამთხვევა;

„კავკასია“ - 6 დამთხვევა;

„იმედი“ - 7 დამთხვევა;

პირველი არხი - 8 დამთხვევა;

„რუსთავი 2“ - 9 დამთხვევა.

ზოგიერთი მიგნება პრიორიტეტების თანხვედრის კუთხით:

- ტელევიზიების პრიორიტეტულად გაშუქებული თემებისა და თბილისის მოსახლეობის მიერ პრიორიტეტულად აღიარებული თემების თანხვედრით მიღებული სურათი ადასტურებს, რომ თბილისის მოსახლეობის პოლიტიკური გემოვნება საანგარიშო პერიოდში ემთხვეოდა „რუსთავი 2“-ის, პირველი არხისა და „იმედის“ პოლიტიკურ აქცენტებს.
- როგორც ჯამურად, ისე “Must Carry, Must Offer” პრინციპის ამოქმედებამდე პერიოდშიც (აპრილი - ივლისი) თბილისის მოსახლეობის პოლიტიკური გემოვნება ყველაზე ხშირად თანხვდებოდა „რუსთავი 2“-ის საინფორმაციო პრიორიტეტებს.
- 15 პერიოდიდან 11-ში მოქალაქეებმა აირჩიეს სწორედ ის თემა, რომელიც მოცემულ პერიოდში ყველაზე ინტენსიურად გაშუქდა რომელიმე ტელევიზიით (ზემოთ სწორედ ეს ყველაზე ინტენსიური გაშუქების ქულაა მინიშნებული ფრჩხილში). მხოლოდ ოთხ შემთხვევაში (მეოთხე, მეექვსე, მეცხრე, მეთაე პერიოდი) გამოკითხულებმა უპირატესობა მიანიჭეს თემას, რომელიც არ იყო ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული რომელიმე ტელევიზიის მიერ.
- აშკარაა ტენდენცია, რომ გამოკითხული მოქალაქეები უპირატესობას ანიჭებენ იმ თემებს და იმ ტელევიზიებს, რომლებიც მაყურებელს სხვა ტელევიზიებზე მეტად ინტენსიურ რეჟიმში აწოდებენ პრიორიტეტულ თემებს. კვლევამ აჩვენა, რომ ტელევიზიები დიდწილად კარნახობენ მაყურებელს საინფორმაციო პრიორიტეტებს.

სამაგალითოდ მოვიყვანთ საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში ყველაზე ხშირად გაშუქებულ თემას. მესამე საანგარიშო პერიოდში (27 აპრილი - 10 მაისი) პირველი არხის, „მეტროს“ და „რუსთავი 2“-ის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქდა თემა „პრეზიდენტის მიერ რეგიონებში ახალი პროექტების წარდგენა“. გამოკითხული რესპონდენტების 53.8%-მაც სწორედ ეს თემა მიიჩნია პირველ რიგში მნიშვნელოვან თემად. როდესაც პრეზიდენტის რეგიონული ვიზიტების გაშუქებამ ინტენსივობის მხრივ მეორე ადგილზე გადაინაცვლა, მოსახლეობის პრიორიტეტებშიც ეს თემა გახდა მეორე (8-21 ივნისი);

ხოლო როდესაც პრეზიდენტის რეგიონული ვიზიტების თემა მეტ-ნაკლებად პრიორიტეტულად მხოლოდ „რუსთავი 2“-მა გააშუქა, მოსახლეობამ ამ თემას მეოთხე ადგილი მიანიჭა ხუთ თემას შორის (22 ივნისი - 5 ივლისი). რამდენად ინტენსიურადაც შუქდებოდა პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში, ზუსტად იმდენსავე ინტერესს იჩენდა ამ თემის მიმართ თბილისის მოსახლეობა. ეს მაგალითი ადასტურებს, რომ, იმ პირობებშიც კი, როდესაც რესპონდენტებს არ გააჩნდათ ინფორმაცია ამა თუ იმ თემის გაშუქების ინტენსივობის შესახებ, ისინი უპირატესობას სწორედ იმ თემებს ანიჭებდნენ, რომლებიც შესაბამის პერიოდში ყველაზე ინტენსიურად გაშუქდა რომელიმე ტელეარხის მიერ.

რომელი თემების შესახებ სურს ინფორმაციის მიღება მაყურებელს

ყოველ ორ კვირაში ერთხელ, ჩვენ მიერ მიწოდებული თემების რანგირებასთან ერთად, რესპონდენტები პასუხობდნენ ერთ ღია შეკითხვას: „2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელთა. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?“

ქვემოთ გთავაზობთ რესპონდენტების მიერ დასახელებულ პირველ სამ თემას (საანგარიშო პერიოდების მიხედვით) და მათ პროცენტულ გადანაწილებას.

პირველი პერიოდი:

1. საარჩევნო პროგრამები, მათი გაშუქება - 13%
2. წინასაარჩევნო პროცესის და არჩევნების დღის ობიექტური გაშუქება - 10%
3. სოციალური საკითხები, ჯანდაცვა, დაზღვევა - 9%

მეორე პერიოდი:

1. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 19%
2. დასაქმების პრობლემა, უმუშევრობის მოგვარება - 15%
3. არჩევნებში მონაწილე პარტიების, კანდიდატების საქმიანობის შესახებ ობიექტური ინფორმაციის მიღება - 8%

მესამე პერიოდი:

1. პარტიების საარჩევნო პროგრამები - 14.5%
2. დასაქმების პრობლემის მოგვარება - 11%
3. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 10%

მეოთხე პერიოდი:

1. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 11%
2. პარტიების საარჩევნო პროგრამები - 9%
3. სოციალური კეთილდღეობის, ეკონომიკის გაძლიერების გზები - 8%

მეხუთე პერიოდი:

1. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 15%
2. სოციალური კეთილდღეობის გაძლიერების გზები - 11%
3. დასაქმების პრობლემის მოგვარება, უმუშევრობასთან ბრძოლა - 7%

მექვსე პერიოდი:

1. პარტიების სამოქმედო გეგმები - 19%
2. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 12%
3. დასაქმების პრობლემის მოგვარება, უმუშევრობასთან ბრძოლა - 7.5%

მეშვიდე პერიოდი:

1. ინფორმაცია არჩევნებში მონაწილე პარტიებისა და კანდიდატების შესახებ - 17.5%
2. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 15%
3. დასაქმების პრობლემის მოგვარება, უმუშევრობასთან ბრძოლა - 11%

მერვე პერიოდი:

1. ინფორმაცია საარჩევნო პროგრამების (დაპირებების) შესახებ - 19.5%
2. კანდიდატების საქმიანობა - 14.5%
3. დასაქმების პრობლემის მოგვარება, უმუშევრობასთან ბრძოლა - 10%

მეცხრე პერიოდი:

1. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 28%
2. უცხოელი დამკვირვებლების ვინაობა, რაოდენობა და მოქმედების გეგმები - 12%
3. არანაირი ინფორმაციის მიღება არ მსურს - 9.5%

მეათე პერიოდი:

1. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 38.7%
2. დასაქმების პრობლემების მოგვარება - 11.7%
3. ჯანდაცვის პრობლემების მოგვარება - 7.8%

მეთერთმეტე პერიოდი:

1. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 17.6%

2. პარტიების საარჩევნო პროგრამები - 12%
3. უცხოელი დამკვირვებლების ვინაობა, რაოდენობა და მოქმედების გეგმები - 8.7%

მეთორმეტე პერიოდი:

1. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 17.9%
2. საარჩევნო სიების სიზუსტე - 14.8%
3. პარტიების საარჩევნო პროგრამები - 11.1%

ზოგიერთი მიგნება მოსახლეობისთვის სასურველი ინფორმაციის კუთხით:

- თბილისის მოსახლეობის ჩვენ მიერ გამოკითხულ ნაწილს წინასაარჩევნო პერიოდში უფრო მეტად აინტერესებდა პოლიტიკური თემები, ვიდრე - ეკონომიკური და სოციალური.
- მოსახლეობის დაკვეთას საარჩევნო თემატიკის გაშუქების შესახებ ყველაზე ადეკვატურად პასუხობდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, რომელიც ყველა სხვა ტელევიზიასთან შედარებით, პრიორიტეტულად აშუქებდა საარჩევნო თემატიკას.

ქვემოთ თემები დალაგებულია იმის მიხედვით, თუ რამდენად დიდი იყო ინტერესი მათ მიმართ.

1. არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა;
2. დასაქმების პრობლემის მოგვარება, უმუშევრობასთან ბრძოლა;
3. არჩევნებში მონაწილე პარტიების, კანდიდატების საქმიანობის შესახებ ობიექტური ინფორმაციის მიღება;
4. საარჩევნო პროგრამები, მათი გაშუქება.

მთავარი მიგნებები

1. მთელ საანგარიშო პერიოდში (აპრილი - ოქტომბერი) ყველაზე ხშირად ერთმანეთს დაემთხვა „მაესტროსა“ და „კავკასიის“ პრიორიტეტული თემები; ყველაზე იშვიათი იყო „მეცხრე არხის“ პრიორიტეტული თემების თანხვედრა „იმედისა“ და „რეალ TV“-ს მთავარ თემებთან.
2. ყველაზე ინტენსიურად (ესე იგი, ყველაზე „აგრესიულად“) მაყურებელს თავის პრიორიტეტულ თემებს აწვდიდა პირველი არხი.
3. საანგარიშო პერიოდში შვიდივე ტელევიზიის მონაცემების მიხედვით, ყველაზე პრიორიტეტულად გაშუქებული თემა იყო პრეზიდენტის წინასაარჩევნო შეხვედრები (მთავარი აქცენტი - ვიზიტები რეგიონებში).
4. პროექტის ფარგლებში გამოკითხული მოქალაქეები უპირატესობას ანიჭებდნენ იმ თემებს და იმ ტელევიზიებს, რომლებიც მაყურებელს სხვა ტელევიზიებზე მეტად ინტენსიურ რეჟიმში აწოდებდნენ თავის პრიორიტეტულ თემებს.
5. რესპონდენტების უმრავლესობის მიერ მნიშვნელოვნად მიჩნეული თემა ყველაზე ხშირად დაემთხვა „რუსთავი 2“-ის მიერ პრიორიტეტულად გაშუქებულ თემას. ზოგადად, თბილისის მოსახლეობის პოლიტიკურ გემოვნებას საანგარიშო პერიოდში (აპრილი - ოქტომბერი) ქმნიდა „რუსთავი 2“-ის, საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და „იმედის“ საინფორმაციო პრიორიტეტები.
6. წინასაარჩევნო პერიოდში თბილისის მოსახლეობაში არსებობდა მაღალი მოთხოვნა ინფორმაციაზე არჩევნების სამართლიანობის, გამჭვირვალობისა და დემოკრატიულობის შესახებ. სოციალური თემებიდან პრიორიტეტული იყო ინფორმაცია უმუშევრობის აღმოფხვრის გზების შესახებ.
7. მოსახლეობის დაკვეთას საარჩევნო თემატიკის გაშუქების შესახებ ყველაზე ადეკვატურად პასუხობდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, რომელიც ყველა სხვა ტელევიზიასთან შედარებით, პრიორიტეტულად აშუქებდა საარჩევნო თემატიკას.

8. 2012 წლის 1 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნების ოფიციალური მონაცემების თანახმად (<http://results.cec.gov.ge/>), თბილისის მოსახლეობის უმრავლესობამ ხმა მისცა კოალიციას „ბიძინა ივანიშვილი - ქართული ოცნება“. თუმცა, ტელევიზიებისა და თბილისის მოსახლეობის პრიორიტეტული თემების შესაბამისობის კვლევა თვეების განმავლობაში ადასტურებდა, რომ თბილისის მოსახლეობა უპირატესობას არა „ქართულ ოცნებას“, არამედ „ერთიან ნაციონალურ მოძრაობასთან“ დაკავშირებულ პოზიტიურ ინფორმაციას ანიჭებდა. ეს ინფორმაცია აპრილიდან ივნისის ჩათვლით მწყობრად მიენოდებოდა პირველი არხის, „იმედისა“ და „რუსთავი 2“-ის მაყურებელს. „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ საინფორმაციო პოლიტიკის სისუსტის გამოვლენა დაიწყო ივლისის მეორე ნახევრიდან, როცა მოიშალა ერთიანი საინფორმაციო პრიორიტეტის სისტემა: „რუსთავი 2“-მა და „იმედმა“ სხვადასხვა თემის გაშუქება დაიწყეს ინტენსიურ რეჟიმში. სექტემბრის პირველმა ორმა კვირამ საბოლოოდ დაადასტურა პროპაგანდის მანქანის ქმედუუნარობა, როცა პირველი არხის, „იმედისა“ და „რუსთავი 2“-ის პრიორიტეტული სამეულების ცხრა თემიდან ერთი დამთხვევაც არ დაფიქსირდა. ნაციონალური მოძრაობის საინფორმაციო პოლიტიკის რღვევა დროში პირდაპირ დაემთხვა მთავრობაში საკადრო ცვლილებებს და ვანო მერაბიშვილის გაპრემიერებას (30 ივნისს).
9. აპრილიდან სექტემბრის ჩათვლით, „მაესტრო“, „მეხრე არხი“ და „კავკასია“ ხშირად აშუქებდა ერთსა და იმავე თემებს ინტენსიურ რეჟიმში და ეს თემები სისტემატურად წარმოაჩენდა ქვეყანაში არსებულ პრობლემებს.
10. საინფორმაციო პოლიტიკაში გარდატეხის საბოლოო მომენტად შეიძლება მივიჩნიოთ მე-13 საანგარიშო პერიოდი, როდესაც მონიტორინგში ჩართულმა ყველა ტელევიზიამ, გარდა პირველი არხისა, პრიორიტეტულად გააშუქა პატიმრების წამების თემა. ამ პერიოდისთვის ყველა საკაბელო მაუწყებელი უჩვენებდა „მეცხრე არხს“, „მაესტროსა“ და „კავკასიას“ და თბილისის მოსახლეობა უზრუნველყოფილი იყო მრავალმხრივი ინფორმაციით. გაშუქების ჯამური ქულით (3690) პატიმრების წამების თემამ ყველა სხვა თემას გადაასწრო, რომელიც კი ინტენსიურად გაშუქდა, ივლისის თვიდან მოყოლებული. გამოკითხულთა

56.4%-მაც ყველაზე მნიშვნელოვან თემად „პატიმრების წამება“ დაასახელა. ამასთან, პირველმა არხმა, „მაესტრომ“, „კავკასიამ“ და „მეცხრე არხმა“ პრიორიტეტულად გააშუქეს პატიმართა წამებასთან დაკავშირებული საპროტესტო აქციებიც.

11. ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევამ დაადასტურა, რომ ზოგადად, ტელევიზიები გაცილებით მეტ გავლენას ახდენდნენ თბილისის საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტებზე, ვიდრე - საზოგადოების დაკვეთა ზემოქმედებდა ტელევიზიების დღის წესრიგზე.

**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(პირველი პერიოდი: 2 აპრილი - 12 აპრილი)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტმა, ფონდ „ღია საზოგადოება-საქართველოს“ მხარდაჭერით, დაიწყო კვლევითი პროექტის განხორციელება, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, „რუსთავი 2“, „იმედი“, „კავკასია“, „რეალ TV“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მიწოდებული (ანუ „მკვრივი“) თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა დგინდება სამი პარამეტრის საფუძველზე:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე მოხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები გამოქვეყნდება ყოველ ორ კვირაში ერთხელ.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის პირველი ორკვირიანი ეტაპის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2 აპრილიდან 12 აპრილის ჩათვლით, 6 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას.

აღსანიშნავია, რომ ანგარიშში მოცემულია მხოლოდ მიღებული შედეგების აღწერა. შედეგების ანალიზი გამოქვეყნდება მონაცემების უფრო ხანგრძლივი პერიოდით დაგროვების შემდეგ.

2 აპრილიდან 12 აპრილის ჩათვლით, საქართველოს სატელევიზო არხებმა ყველაზე ინტენსიურად ორი თემა გააშუქეს:

1. საქართველოს პრეზიდენტის - მიხეილ სააკაშვილის ვიზიტები რეგიონებში;

2. ბიძინა ივანიშვილის საქართველოს მოქალაქეობასთან დაკავშირებული საკითხები (დიაგრამა №1).

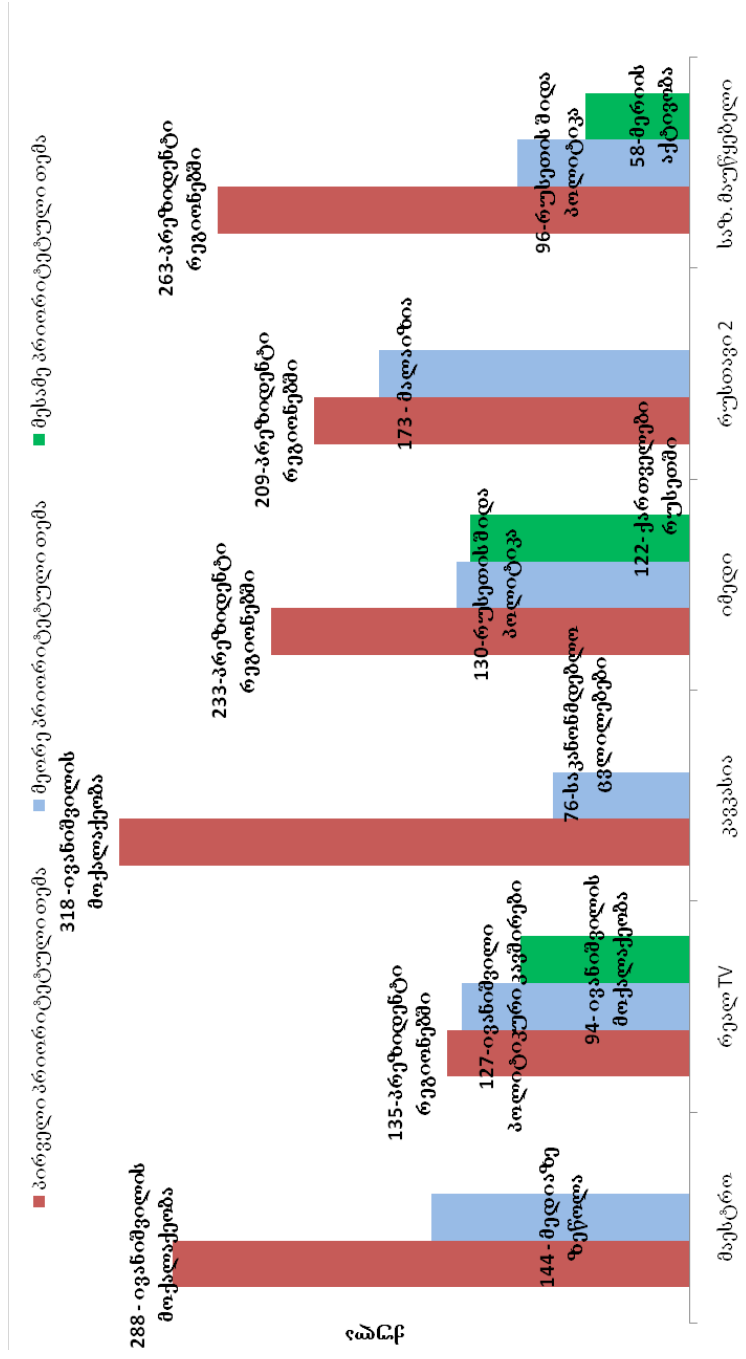
ყველა თემას შორის, რაც მოცემულ პერიოდში გაშუქდა ოთხი ტელეკომპანიის - საზოგადოებრივი მუწყებლის, „რუსთავი 2“-ის, „იმედისა“ და „რეალ TV“-ის - მთავარ საინფორმაციო პროგრამებში, პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემა აღმოჩნდა. ხოლო ყველა თემას შორის, რაც მოცემულ პერიოდში გაშუქდა „მაესტროსა“ და „კავკასიის“ ეთერში, ბიძინა ივანიშვილის საქართველოს მოქალაქეობასთან დაკავშირებული საკითხები აღმოჩნდა ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემა.

გაშუქების ინტენსივობის მხრივ, მეორე და მესამე თემები ტელევიზიების მიხედვით განსხვავდება: „მაესტროსთვის“ გაშუქების ინტენსივობის მხრივ მეორე თემა მედიაზე ზენოლა. „რეალ თV“-სთვის მეორე და მესამე თემა ივანიშვილის პოლიტიკური კავშირები რუსეთთან და ივანიშვილის მოქალაქეობა. ასევე, აღსანიშნავია, რომ „რეალ TV“ სამ ყველაზე მნიშვნელოვან თემას დაახლოებით თანაბარი ინტენსივობით აშუქებს - ინდექსის ქულები მცირედით განსხვავდება ერთმანეთისგან. ტელარხ „კავკასიისთვის“ მეორე მნიშვნელოვანი თემა საკანონმდებლო ცვლილებები, თუმცა, თავისი „სიმკვრივით“ ეს თემა მკვეთრად ჩამორჩება „კავკასიის“ მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებულ საკითხს - ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეობას. „იმედმა“ თანაბარი ინტენსივობით გააშუქა მეორე და მესამე მნიშვნელოვანი თემა - რუსეთის შიდა პოლიტიკა და ქართველები რუსეთში. „რუსთავი 2“-ის მეორე ყველაზე მნიშვნელოვანი თემა მალაიზიაში დაპატიმრებული ქართველები, ხოლო საზოგადოებრივი მაუწყებელი რუსეთის შიდა პოლიტიკას და მერიის აქტივობას აშუქებდა, როგორც მეორე და მესამე მნიშვნელოვან თემას.

აღსანიშნავია, რომ გაშუქების ინტენსივობის მიხედვით, პირველი თემები ერთნაირი აღმოჩნდა, ერთი მხრივ, საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „იმედის“, „რუსთავი 2“-სა და „რეალ TV“-ს საინფორმაციო პროგრამებისთვის, მეორე მხრივ კი - „მაესტროსთვის“ და „კავკასიისთვის“. თუმცა, გაშუქების ინტენსივობის მხრივ მეორე თემები მხოლოდ „იმედისა“ და საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო პროგრამებში დაემთხვა (რუსეთის შიდა პოლიტიკა).

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების მნიშვნელოვანი თემები 2

აპრილიდან 12 აპრილის ჩათვლით.



კვლევის მეორე ეტაპზე, 2011 წლის 18-21 აპრილს, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კომისის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით.

გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ საქართველოს სატელევიზიო არხების მიერ გაშუქებული ორი ყველაზე მნიშვნელოვანი თემიდან გამოკითხულთა 39.2% პრეზიდენტ სააკაშვილის რეგიონებში ვიზიტებს მიიჩნევს უფრო მნიშვნელოვნად, ხოლო 42% - ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეობის საკითხს. ასევე, პრეზიდენტის ვიზიტებს რეგიონებში მეორე რიგში მნიშვნელოვნად მიიჩნევს 43.3%, ხოლო ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეობის საკითხს 38.7% (დიაგრამა №2 და №3).

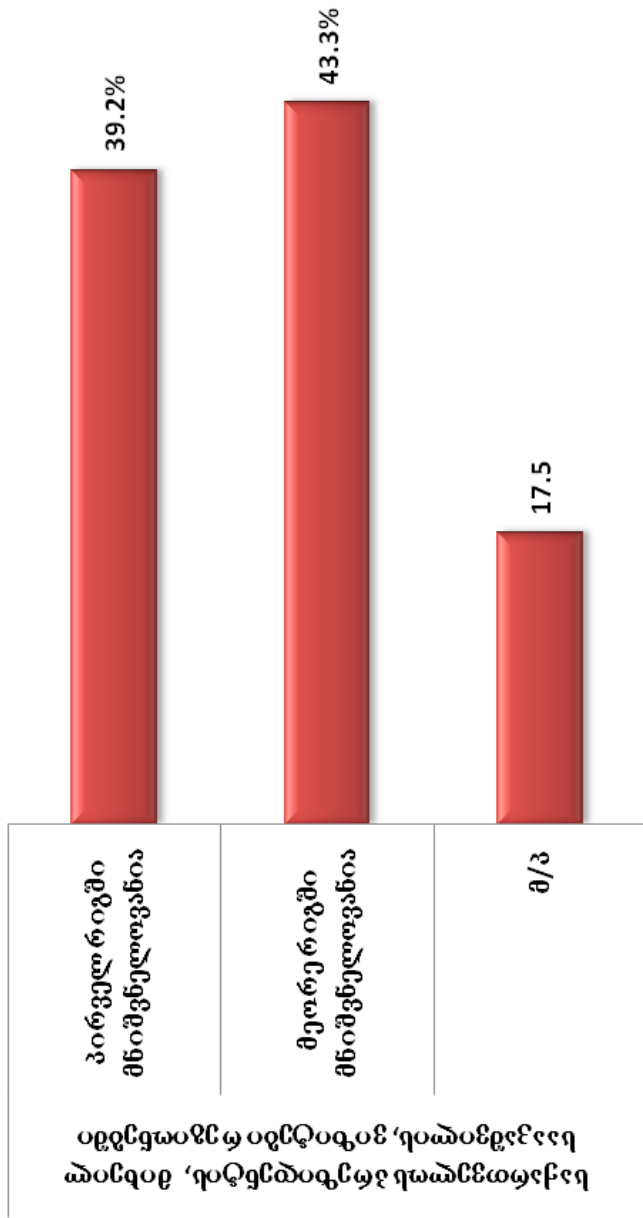
კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**2 აპრილიდან 12 აპრილის ჩათვლით, საქართველოს სატელევიზო არხებმა ძირითადად ორი თემა გააშუქეს: 1. საქართველოს პრეზიდენტის - მიხეილ სააკაშვილის ვიზიტები რეგიონებში და 2. ბიძინა ივანიშვილის საქართველოს მოქალაქეობასთან დაკავშირებული საკითხები. გთხოვთ, დააღაგოთ აღნიშნული თემები იმის მიხედვით, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ისინი თქვენთვის. პირველ რიგში მნიშვნელოვან თემას მიანიჭეთ ქულა 1, ხოლო მეორე რიგში მნიშვნელოვანს - ქულა 2.**“

ამავდროულად, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ არსებობს ოთხი მნიშვნელოვანი საკითხი, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას (დიაგრამა №4):

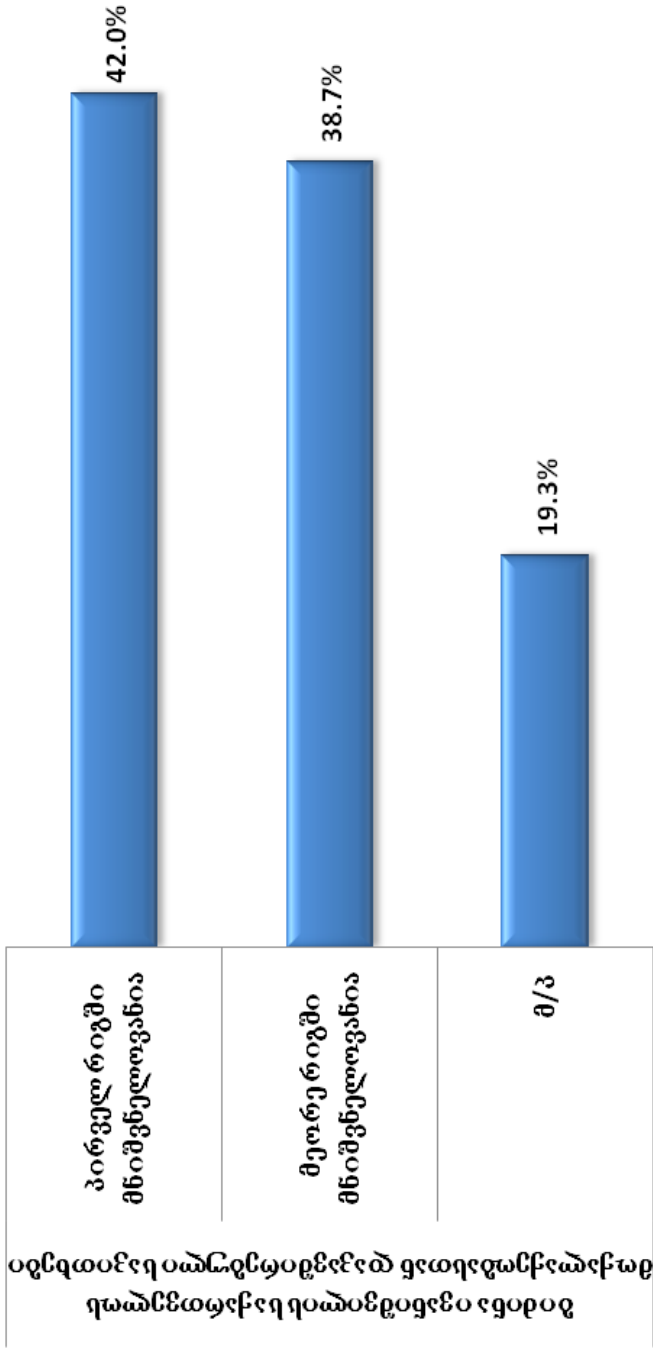
1. საარჩევნო პროგრამები, მათი გაშუქება (13.2%);
2. წინასაარჩევნო პროცესის და თვით საარჩევნო პროცესის ობიექტური გაშუქება, რათა არჩევნები გამჭვირვალედ მიმდინარეობდეს (10.3%);
3. სოციალური საკითხები, ჯანდაცვა, დაზღვევა (8.6%);
4. დასაქმება (7.5%).

კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**2012 წელი სპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?**“

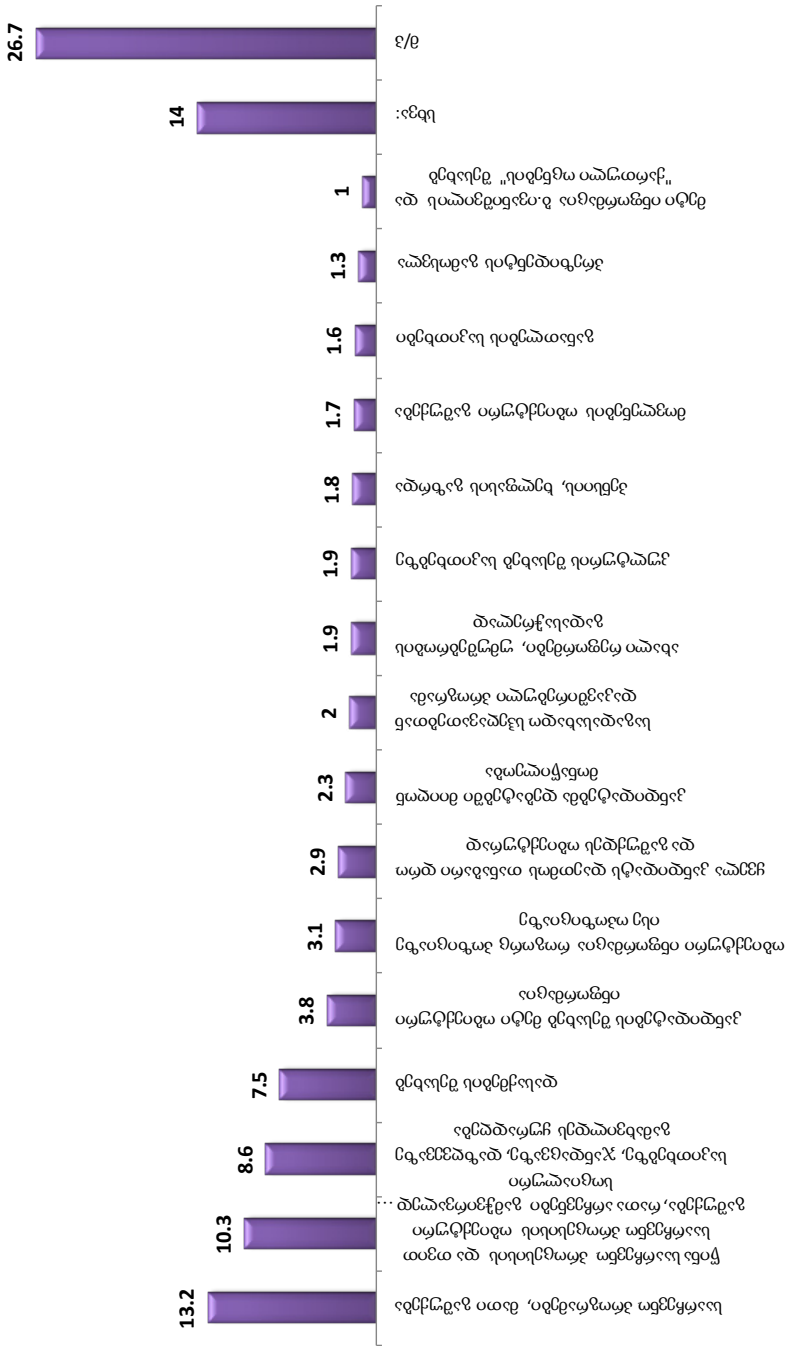
დიაგრამა №2. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რამდენად მნიშვნელოვანია პრეზიდენტის სააკაშვილის ვიზიტები რეგიონებში.



დიაგრამა №3. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რამდენად მნიშვნელოვანია ბიძინა ივანიშვილის მოქალაქეების საკითხი.



დიაგრამა № 4. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედი-ისგან ინფორმაციის მიღება.



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მეორე პერიოდი: 13 - 26 აპრილი)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტმა, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, დაიწყო კვლევითი პროექტის განხორციელება, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „რეალ TV“, „კავკასია“, „მაესტრო“ და „მეცხრე არხი“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე პრიორიტეტულად, ინტენსიურად მიწოდებული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა დგინდება სამი პარამეტრის საფუძველზე:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე მოხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ გამოქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეორე ორკვირიანი ეტაპის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 13 აპრილიდან 26 აპრილის ჩათვლით 6 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას. აღსანიშნავია, რომ ანგარიშში მოცემულია მხოლოდ მიღებული შედეგების აღწერა. შედეგების ანალიზი გამოქვეყნდება მონაცემების უფრო ხანგრძლივი პერიოდით დაგროვების შემდეგ.

2012 წლის 13 აპრილიდან 26 აპრილის ჩათვლით, საქართველოს სატელევიზიო არხებმა ყველაზე ინტენსიურად ორი თემა გააშუქა:

1. საქართველო-რუსეთის ურთიერთობა;
2. საქართველოს პარლამენტის საქმიანობა (დიაგრამა №1).

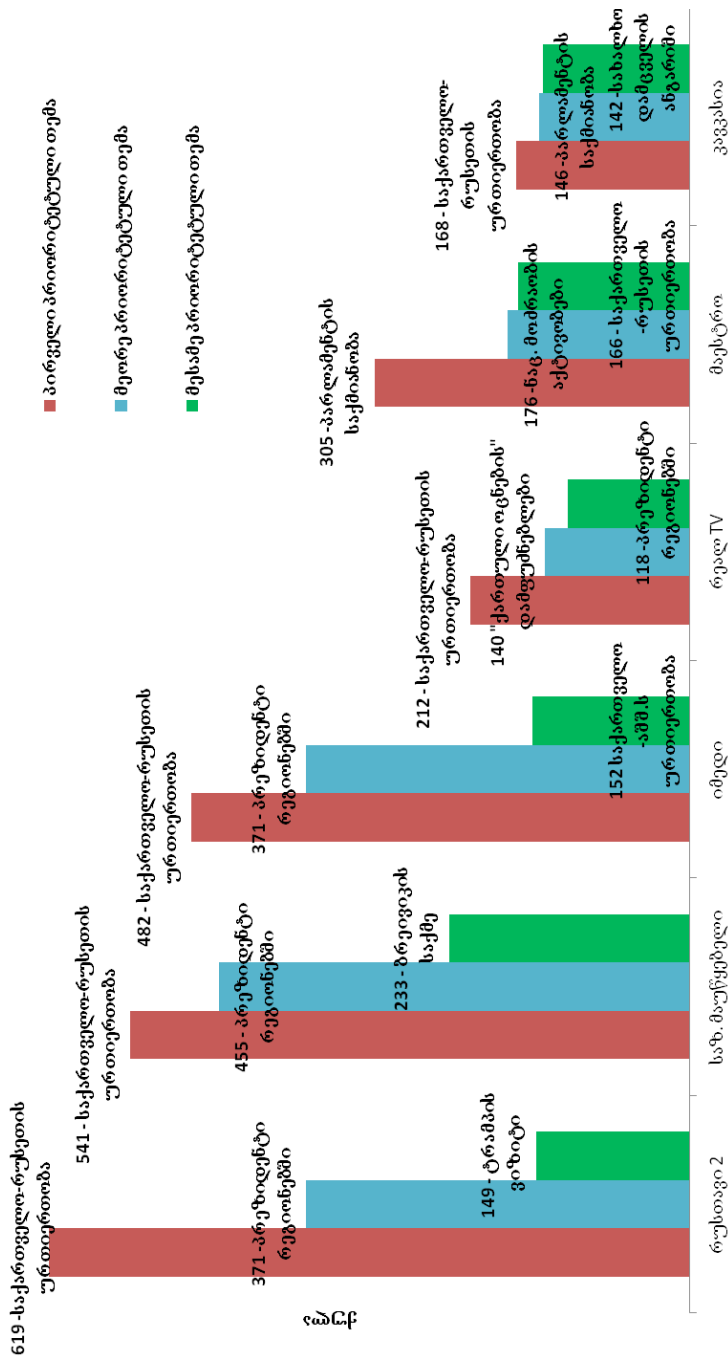
საქართველო-რუსეთის ურთიერთობა არის ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემა იმ თემებს შორის, რომლებიც მოცემულ პერიოდში ტელეკომპანიების მთავარ საინფორმაციო პროგრამებში გაშუქდა. ექვსიდან ხუთმა ტელევიზიამ - საზოგადოებრივმა მუწყებელმა, „რუსთავი 2“-მა, „იმედი“, „რეალ TV“-მ და „კავკასიამ“ - საქართველო-რუსეთის ურთიერთობა პირველ პრიორიტეტულ თემად მიიჩნია. იგივე თემა მესამე პრიორიტეტული თემაა „მანესტროსთვის“. ამავდროულად, „მანესტროს“ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში პირველ პრიორიტეტულ თემად განისაზღვრა პარლამენტის საქმიანობა (აღნიშნულ პერიოდში). პარლამენტის საქმიანობა მეორე პრიორიტეტული თემაა „კავკასიისთვის“ და არ ხვდება სხვა ტელევიზების პრიორიტეტული თემების ჩამონათვალში.

ასევე, მიშვნელოვანი თანხვედრაა ტელევიზიების მთავარი საინფორმაციო გამოშვებების მეორე პრიორიტეტულ თემებს შორის: სამი ტელევიზია - საზოგადოებრივი მუწყებლი, „რუსთავი 2“ და „იმედი“ - პრეზიდენტის ვიზიტებს რეგიონებში აშუქებდა, როგორც მეორე პრიორიტეტულ თემას. იგივე თემა „რეალ TV“-სთვის მესამე პრიორიტეტული თემაა. აღსანიშნავია, რომ პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში, მონიტორინგის პირველი 2 კვირის ანგარიშის (2-12 აპრილი, 2012 წ.) მიხედვით, ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემა იყო ოთხივე ჩამოთვლილი ტელევიზიისთვის.

„რეალ TV“-ს და „მანესტროს“ მეორე პრიორიტეტული თემები არ ხვდება სხვა ტელევიზიების პრიორიტეტული თემების ჩამონათვალში - „რეალ TV“ მეორე თემად პარტია „ქართული ოცნების“ დაფუძნებას და მის დამფუძნებლებს აშუქებს, ხოლო „მანესტრო“ - ნაციონალური მოძრაობის აქტივობებს. მესამე პრიორიტეტული თემები კი ტელევიზიების უმრავლესობას ერთმანეთისგან განსხვავებული აქვს: „რუსთავი 2“ აშუქებს დონალდ ტრამპის ვიზიტს, საზოგადოებრივი მაუწყებელი - ანდერს ბრევიკის საქმეს, „იმედი“ - საქართველო-აშშ-ს ურთიერთობას, ხოლო „კავკასია“ - სახალხო დამცველის ანგარიშს („მანესტრომ“, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მესამე პრიორიტეტი საქართველო-რუსეთის ურთიერთობას მიანიჭა).

ანგარიშში მოცემულ პერიოდში საზოგადოებრივი მაუწყებელი, „რუსთავი 2“ და „იმედი“ უფრო ინტენსიურად აშუქებდნენ პრიორიტეტულ თემებს, ვიდრე „რეალ TV“, „მანესტრო“ და „კავკასია“. ეს კარგად ჩანს დიაგრამა №1-ზე. იგივე დიაგრამა ცხადყოფს, რომ პირველი სამი ტელევიზია - საზოგადოებრივი მაუწყებელი, „რუსთავი 2“ და „იმედი“ - მეორე და მესამე თემებსაც უფრო ინტენსიურად აშუქებს, ვიდრე დანარჩენები.

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების მნიშვნელოვანი თემები 2012 წლის 13 აპრილიდან 26 აპრილის ჩათვლით.



კვლევის მეორე ეტაპზე, 2012 წლის 28 აპრილს - 1 მაისს, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კომისის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი).

მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ საქართველოს სატელევიზიო არხების მიერ გამოუქვებული ორი ყველაზე მნიშვნელოვანი თემიდან გამოკითხულთა 34% პარლამენტის საქმიანობას მიიჩნევს უფრო მნიშვნელოვნად, ხოლო 66% - საქართველო-რუსეთის ურთიერთობას (დიაგრამა №2).

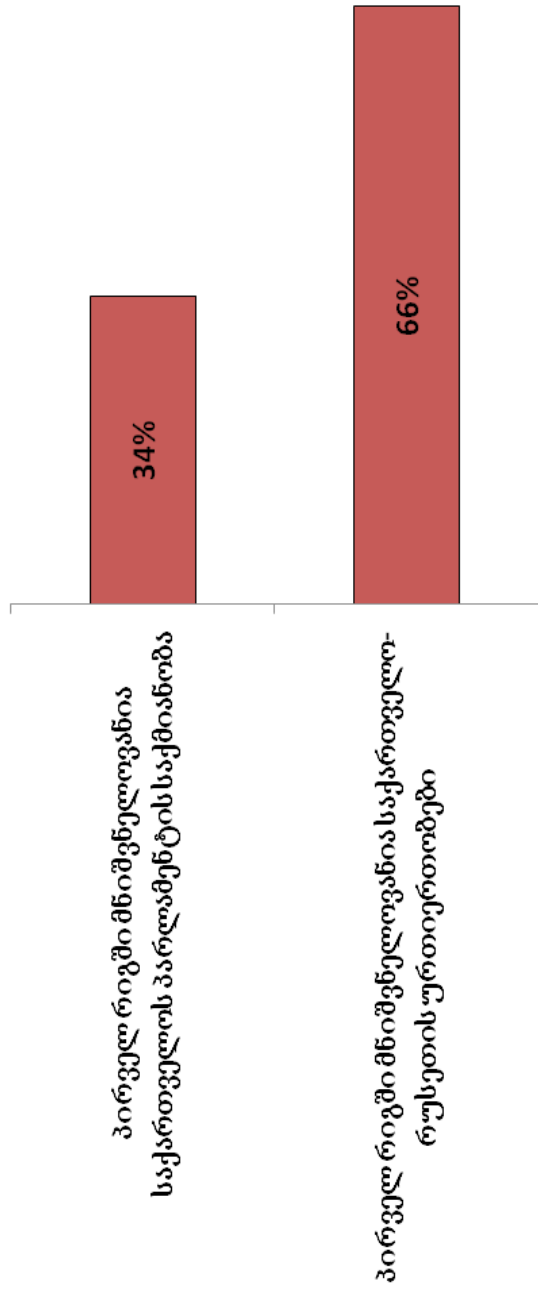
კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**13 აპრილიდან 26 აპრილის ჩათვლით, საქართველოს სატელევიზო არხებმა, ძირითადად, ორი თემა გააშუქეს: 1. საქართველო-რუსეთის ურთიერთობები და 2. საქართველოს პარლამენტის საქმიანობა. გთხოვთ, დააღაგოთ აღნიშნული თემები იმის მიხედვით, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ისინი თქვენთვის.**“

ამავდროულად, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ არსებობს ორი ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხი,

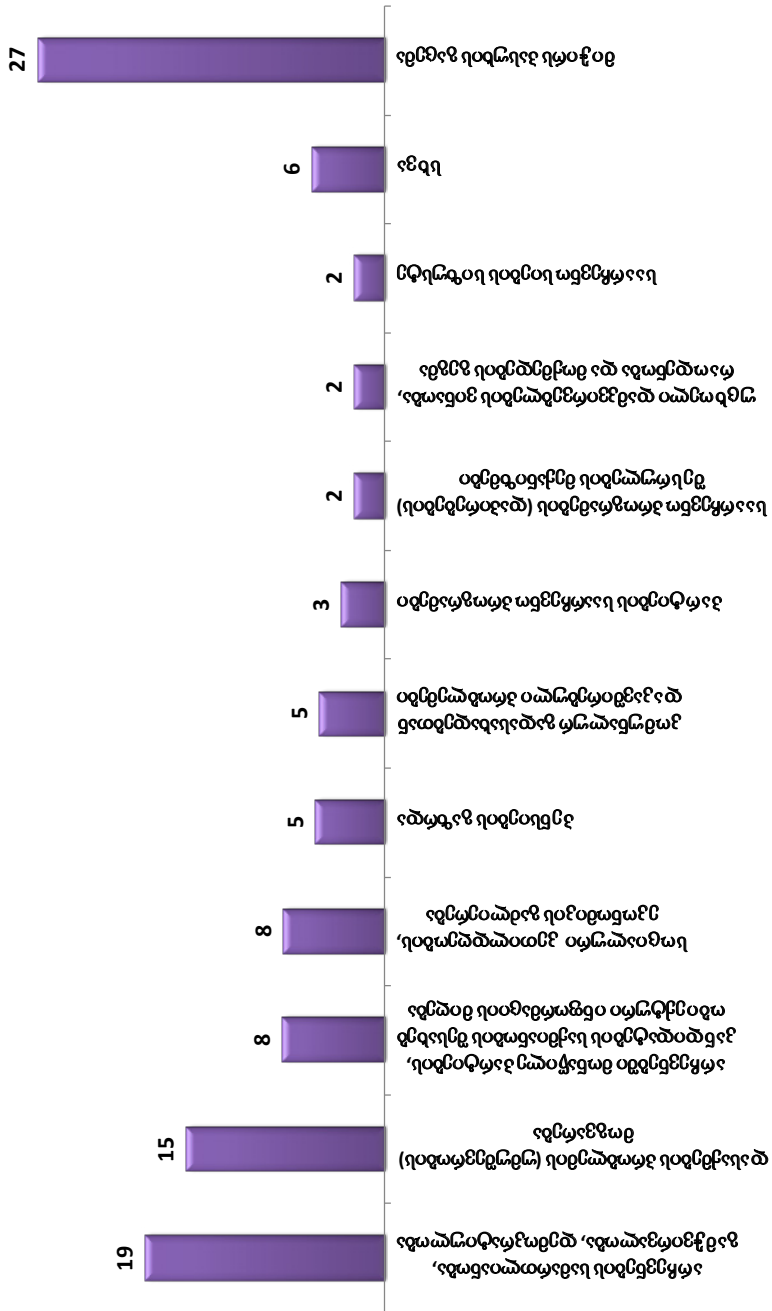
რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას. ეს საკითხებია: არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა (18.6%) და დასაქმების პრობლემის (უმუშევრობის) მოგვარება (15.4%). დიაგრამა №3 აჩვენებს, ასევე, სხვა საკითხებს, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას.

კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: **„2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ევყენისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?“**

დიაგრამა №2. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში. კითხვა: 13 აპრილიდან 26 აპრილის ჩათვლით, საქართველოს სატელევიზო არხებში, ძირითადად, ორი თემა გააშუქეს: 1. საქართველო-რუსეთის ურთიერთობები და 2. საქართველოს პარლამენტის საქმიანობა. გთხოვთ, დააღაგოთ აღნიშნული თემები იმის მიხედვით, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ისინი თქვენთვის.



დღაგრამა №3. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედი- ისგან ინფორმაციის მიღება (2012 წლის 28 აპრილი - 1 მაისი).



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მესამე პერიოდი: 27 აპრილი - 10 მაისი)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „რეალ TV“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მიწოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მესამე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 27 აპრილიდან 10 მაისის ჩათვლით 6 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას. აღსანიშნავია, რომ ანგარიშში მოცემულია მხოლოდ მიღებული შედეგების აღწერა. შედეგების ანალიზი გამოქვეყნდება მონაცემების უფრო ხანგრძლივი პერიოდით დაგროვების შემდეგ.

მომავალი ანგარიშიდან მონიტორინგში „მეცხრე არხის“ მთავარი საინფორმაციო პროგრამაც ჩაერთვება.

2012 წლის 27 აპრილიდან 10 მაისის ჩათვლით, საქართველოს სატელევიზო არხებმა ყველაზე ინტენსიურად სამი თემა გააშუქეს:

1. მიხეილ სააკაშვილის მიერ რეგიონებში ახალი პროექტების წარდგენა;
2. საქართველოს პარლამენტის საქმიანობა;
3. ირაკლი ალასანიას პოლიტიკური ფიგურის კრიტიკული შეფასება (დიაგრამა №1).

მოცემული პროექტის ფარგლებში, მედიის მონიტორინგის მესამე ორკვირიან პერიოდში პირველად გამოიკვეთა სამი პრიორიტეტული თემა (წინა პერიოდებში იყო მხოლოდ ორი). ისევე, როგორც გასული კვირების ანგარიშებში, ამჯერადაც თანხვედრილია ტელევიზიების პირველი პრიორიტეტული თემები: საზოგადოებრივი მაუწყებელი, „იმედი“ და „რუსთავი 2“ ყველაზე ინტენსიურად ერთსა და იმავე თემას - პრეზიდენტის რეგიონებში ვიზიტებს აშუქებს, „კავკასია“ და „მაესტრო“ კი - პარლამენტის საქმიანობას.

პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში საინფორმაციო სივრცის ლიდერი თემაა და ეს თემა აქტუალური იყო მედიის მონიტორინგის როგორც პირველ, ასევე - მეორე ორკვირიან პერიოდში. მიხეილ სააკაშვილის აქტივობები თბილისში ექვსკვირიანი მონიტორინგის მანძილზე ამჯერად პირველად მოხვდა პრიორიტეტული თემების ჩამონათვალში: „რუსთავი 2“-მა მიხეილ სააკაშვილის აქტივობები თბილისში მესამე პრიორიტეტულ თემად გააშუქა.

აღსანიშნავია პარლამენტის საქმიანობა, რომლითაც უკვე მთელი თვეა, „კავკასია“ და „მაესტრო“ ინტენსიურად ინტერესდებიან. თუმცა, ეს თემა ვერ ხვდება საერთო ეროვნული მაუწყებლების პრიორიტეტულ თემებს შორის (ისევე, როგორც გამოკითხული საზოგადოების უმრავლესობა პარლამენტის საქმიანობას არ აღიარებს პირველ პრიორიტეტულ თემად).

ამჯერად, სხვა ტელევიზიებისგან განსხვავებული მთავარი თემა აქვს „რეალ TV“-ს, რომელიც ყველაზე მეტად ირაკლი ალასანიას პოლიტიკური ფიგურის კრიტიკული შეფასებით ინტერესდება.

მონიტორინგის შედეგების მიხედვით, ემთხვევა სამი ტელევიზიის - საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „იმედის“ და „რუსთავი 2“-ის არა მხოლოდ პირველი, არამედ მეორე პრიორიტეტული თემაც - რუსე-

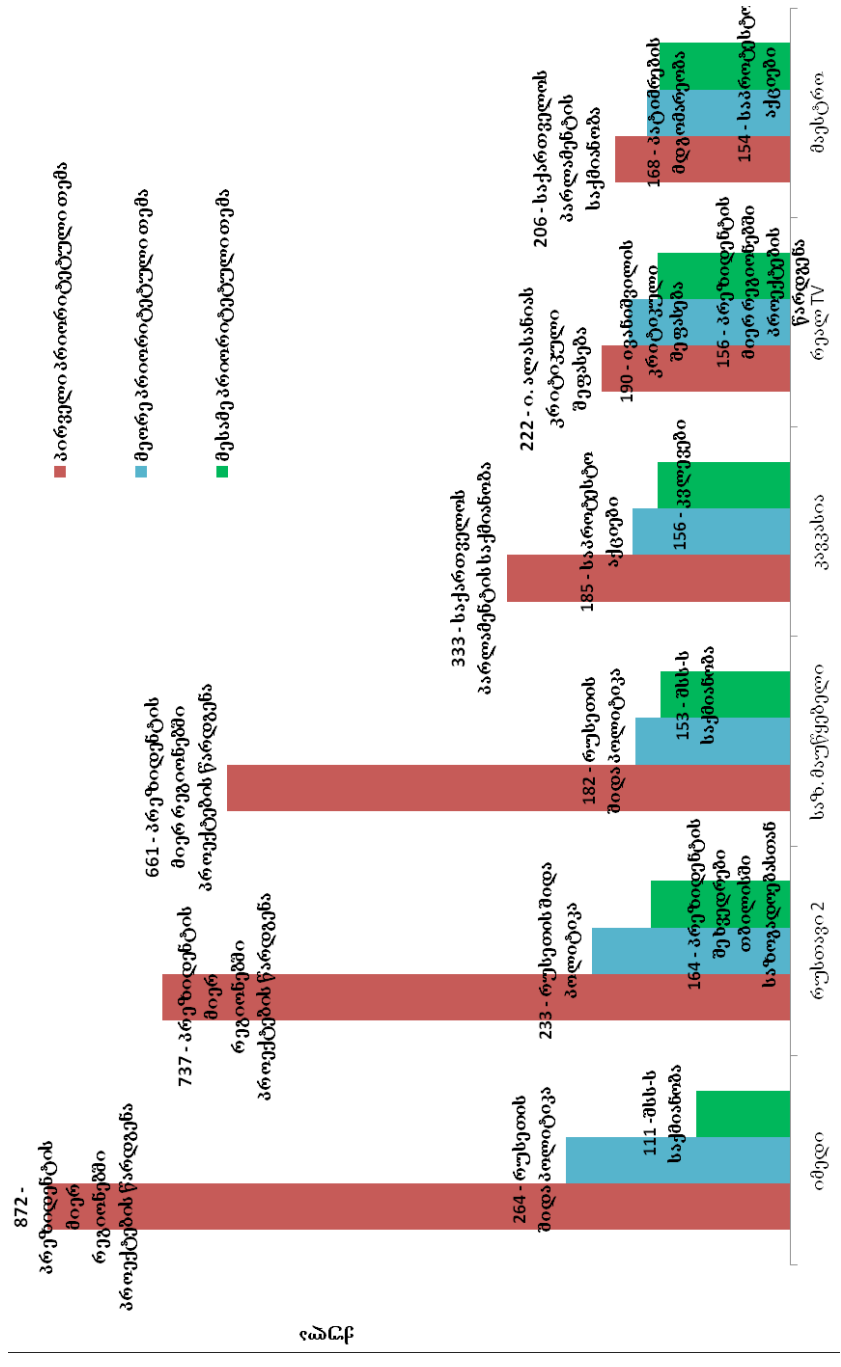
თის შიდა პოლიტიკა. პირველი და მეორე თემების სრული დამთხვევა იყო ამ სამ ტელევიზიას შორის წინა საკვლევ პერიოდშიც.

შინაგან საქმეთა სამინისტროს საქმიანობა და საპროტესტო აქციები კი პირველად აღმოჩნდა პრიორიტეტულ თემებს შორის. შინაგან საქმეთა სამინისტროს საქმიანობა ორმა ტელევიზიამ - საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა და „იმედი“ - გააშუქეს, როგორც მესამე პრიორიტეტული თემა; საპროტესტო აქციები კი „კავკასიამ“ და „მაესტრომ“ გააშუქეს, როგორც (შესაბამისად) მეორე და მესამე პრიორიტეტული თემა. „რეალ TV“ მეორე პრიორიტეტულ თემას, ისევე, როგორც პირველს, ოპოზიციონერი პოლიტიკოსის კრიტიკულ შეფასებას უძღვნის - ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკური ფიგურის და საქმიანობის კრიტიკას. ამავდროულად, ამ ტელევიზიის მესამე პრიორიტეტული თემა - პრეზიდენტი რეგიონებში - საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „იმედის“ და „რუსთავი 2“-ის პირველ მნიშვნელოვან თემას ემთხვევა.

დარჩენილი თემებიდან, „მაესტრო“ პატიმრების მდგომარეობას აშუქებს, როგორც მეორე მნიშვნელოვან თემას; ხოლო „კავკასია“ მესამე რიგის ინტენსივობით საზოგადოებას სხვადასხვა კვლევის შედეგებს აცნობს.

აღსანიშნავია, რომ ტენდენცია, რომელიც მეორე პერიოდის მედიის მონიტორინგის შედეგად გამოიკვეთა (2012 წლის 13 - 26 აპრილი), მოცემულ პერიოდშიც შეიმჩნევა: სამი ტელევიზია - საზოგადოებრივი მაუწყებელი, „რუსთავი 2“ და „იმედი“ - უფრო ინტენსიურად (შეიძლება ითქვას, მზარდი ინტენსივობით) აშუქებდნენ პირველ პრიორიტეტულ თემებს, ვიდრე „რეალ TV“, „მაესტრო“ და „კავკასია“. დიაგრამა №1-ზე ტელევიზიები დალაგებულია პირველი პრიორიტეტული თემის ქულის მიხედვით. პირველი სამი ტელევიზიის („იმედი“, „რუსთავი 2“ და საზოგადოებრივი მაუწყებელი) პრიორიტეტული თემების ქულა მერყეობს 872-დან 661-მდე, ხოლო დანარჩენი სამი ტელევიზიისა - 333-დან 206-მდე. ეს ნიშნავს, რომ „იმედი“, „რუსთავი 2“ და საზოგადოებრივი მაუწყებელი განსაკუთრებული ინტენსივობით აწოდებენ მოსახლეობას მათთვის მთავარ თემას (მოცემულ პერიოდში - პრეზიდენტის მიერ რეგიონებში ახალი პროექტების წარდგენას).

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზიო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 27 აპრილიდან 10 მაისის ჩათვლით



კვლევის მეორე ეტაპზე, 2012 წლის 14-17 მაისს, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კომისის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ საქართველოს სატელევიზიო არხების მიერ გაშუქებული სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი თემიდან გამოკითხულთა 53.8% პრეზიდენტის რეგიონებში ვიზიტებს მიიჩნევს უფრო მნიშვნელოვნად, ვიდრე პარლამენტის საქმიანობას (პირველ რიგში მნიშვნელოვნად მიიჩნევს 33.0%). ასევე, 58.0% ფიქრობს, რომ პარლამენტის საქმიანობა მოცემული თემებიდან მეორე რიგში მნიშვნელოვანია. ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი (74.3%) აქვს გამოკითხული მოქალაქეების მოსაზრებას, რომ ირაკლი ალასანიას პოლიტიკური ფიგურის კრიტიკა ჩამოთვლილ თემებს შორის ყველზე ნაკლებად (მესამე რიგში) მნიშვნელოვანია.

კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**27 აპრილიდან 10 მაისის ჩათვლით საქართველოს სატელევიზო არხებმა ძირითადად სამი თემა გააშუქეს: 1. მიხეილ სააკაშვილის მიერ რეგიონებში ახალი პროექტების წარდგენა; 2. საქართველოს პარლამენტის საქმიანობა; 3. ირაკლი ალასანიას პოლიტიკური ფიგურის კრიტიკული შეფასება.**

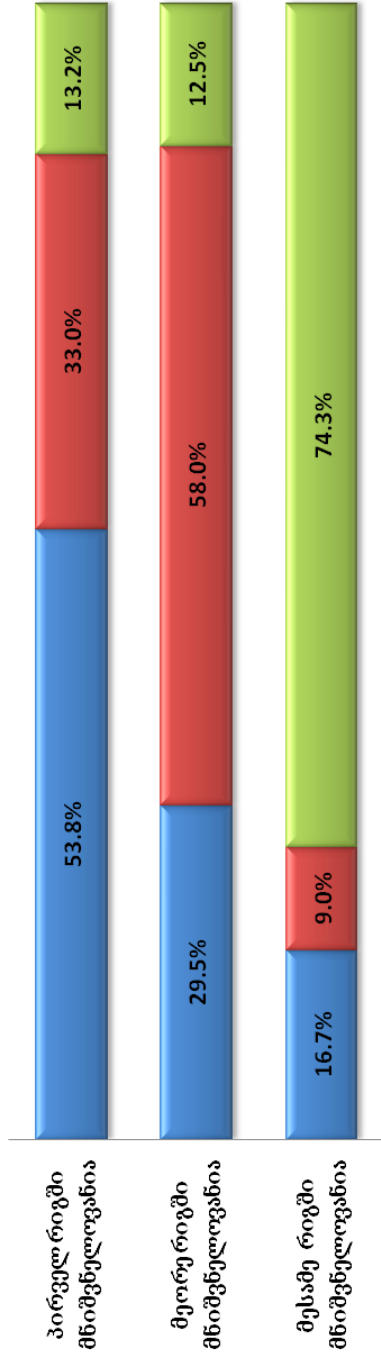
გთხოვთ, დააღაგოთ აღნიშნული თემები იმის მიხედვით, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ისინი თქვენთვის.“

ამავდროულად, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ არსებობს რამდენიმე მნიშვნელოვანი საკითხი, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას - პარტიების საარჩევნო პროგრამები (მნიშვნელოვანია გამოკითხულთა 14.5%-სთვის); დასაქმების პრობლემის მოგვარება (მნიშვნელოვანია გამოკითხულთა 11.1%-სთვის); არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა (მნიშვნელოვანია გამოკითხულთა 9.8%-სთვის). დიაგრამა №3 აჩვენებს ასევე სხვა საკითხებს, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას.

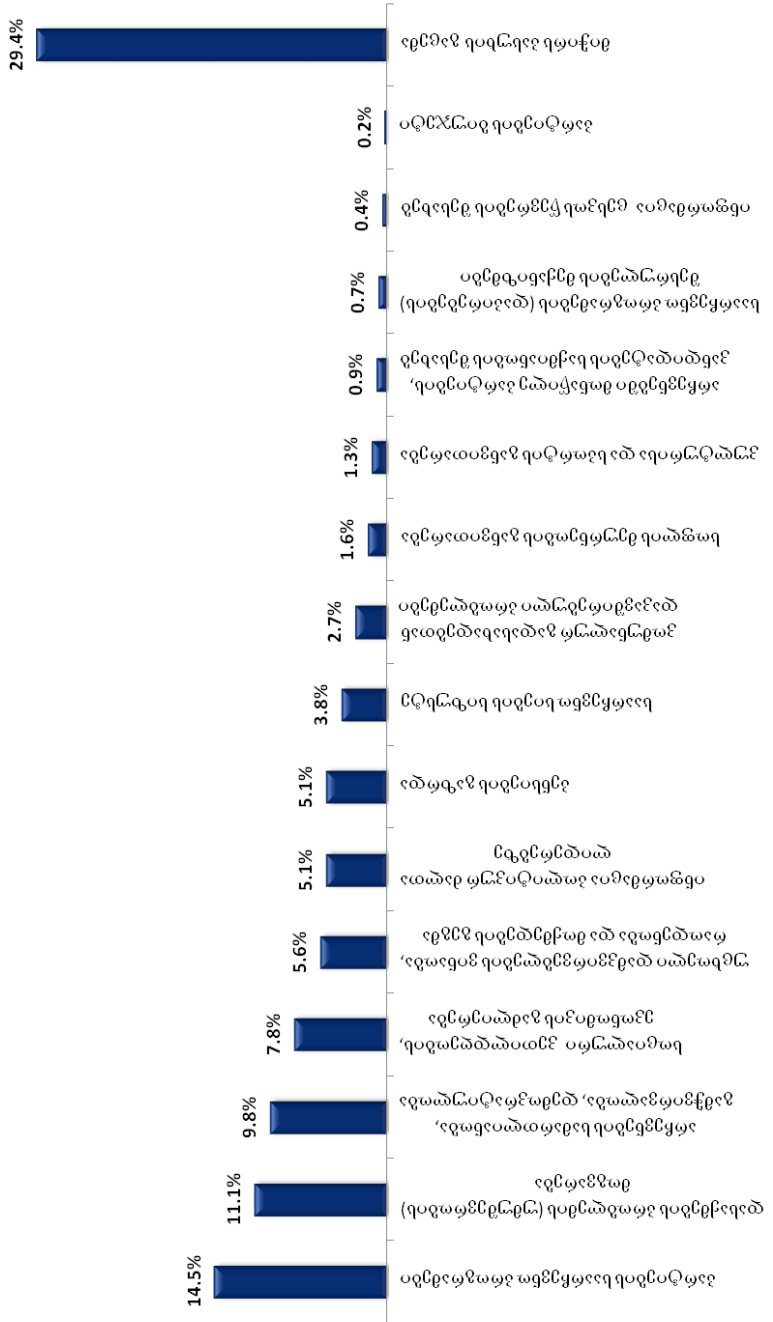
კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?“**

დიაგრამა №2. თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პრიორიტეტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.

- მიხედვით საკავშირის მიერ რეგიონებში ახალი პროექტების წარდგენა
- საქართველოს პარლამენტის საქმიანობა
- ირაკლი ალასანიას პოლიტიკური ფიგურის კრიტიკული შეფასება



დღივრამა №3. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედი-
ისგან ინფორმაციის მიღება (2012 წლის 14-17 მაისი).



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მეოთხე პერიოდი: 11-24 მაისი, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „რეალ TV“, „მაესტრო“, „კავკასია“, „მეცხრე არხი“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მინოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეოთხე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 11 მაისიდან 24 მაისის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას. მიმდინარე ანგარიშში უკვე „მეცხრე არხის“ მონაცემებიც არის წარმოდგენილი. აღსანიშნავია, რომ ანგარიშში მოცემულია მხოლოდ მიღებული შედეგების აღწერა. შედეგების ანალიზი გამოქვეყნდება მონაცემების უფრო ხანგრძლივი პერიოდით დაგროვების

შემდეგ.

2012 წლის 11 მაისიდან 24 მაისის ჩათვლით, საქართველოს ტელევიზიებმა ყველაზე ინტენსიურად ოთხი თემა გააშუქეს:

1. საქართველოს ურთიერთობა ნატოსთან;
2. დავით გარეჯის პრობლემა;
3. ბიძინა ივანიშვილის საქმიანობის კრიტიკული შეფასება;
4. კონფლიქტი ტელეკომპანია “პირველი სტერეოს” მფლობელებს შორის (დიაგრამა №1, №2).

მოცემული პროექტის ფარგლებში, მედიის მონიტორინგის მე-ოთხე ორკვირიან პერიოდში პირველად გამოიკვეთა ოთხი პრიორიტეტული თემა (წინა პერიოდებში იყო მხოლოდ ორი ან სამი). ისევე, როგორც გასული კვირების ანგარიშებში, ამჯერადაც თანხვედრილია სამი ტელევიზიის პირველი პრიორიტეტული თემა: საზოგადოებრივი მაუწყებელი, „იმედი“ და „რუსთავი 2“ ყველაზე ინტენსიურად, ამჯერად, აშუქებს საქართველოს ურთიერთობას ნატოსთან. დაემთხვა ორი ტელევიზიის - „მაესტროსა“ და „მე-9 არხის“ მთავარი თემაც - დავით გარეჯის პრობლემა. განსხვავებული პრიორიტეტული თემები აქვთ „რეალ TV“-ს და „კავკასიას“ - „რეალ TV“ ბიძინა ივანიშვილის საქმიანობის კრიტიკულ შეფასებას უთმობს ყველაზე მეტ ყურადღებას, ხოლო „კავკასია“ - ტელეკომპანია „პირველი სტერეოს“ მფლობელებს შორის კონფლიქტს.

გარდა პირველი პრიორიტეტული თემების თანხვედრისა, გამოჩნდა კიდევ ორი თემა, რომელიც ერთბაშად რამდენიმე ტელევიზიამ გააშუქა ინტენსიურად - ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკური საქმიანობის კრიტიკული შეფასება და ბიძინა ივანიშვილის საქმიანობა. ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკური ფიგურის კრიტიკული შეფასება მოხვდა „რუსთავი 2“-ის, „იმედისა“ და „რეალ TV“-ს სამ მნიშვნელოვან თემას შორის. ბიძინა ივანიშვილის საქმიანობა კი „მაესტრომ“, „მე-9 არხმა“ და „რეალ TV“-მ გააშუქეს, როგორც მეორე პრიორიტეტული თემა. შესაბამისად, ყველა ტელევიზიამ პრიორიტეტულად გააშუქა ბიძინა ივანიშვილთან დაკავშირებული საკითხები - მისი საქმიანობა ან ამ საქმიანობის კრიტიკული შეფასება. საანგარიშო პერიოდში ბიძინა ივანიშვილის მიმართ ყველაზე ნაკლები ინტერესი საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა გამოიჩინა. ასევე, აღსანიშნავია, რომ „მაესტროსა“ და „მე-9 არხის“ ყველაზე მნიშვნელოვანი თემა - დავით გარეჯის პრობლემა - მოხვდა ყველა ტელევიზიის პირველ სამ პრი-

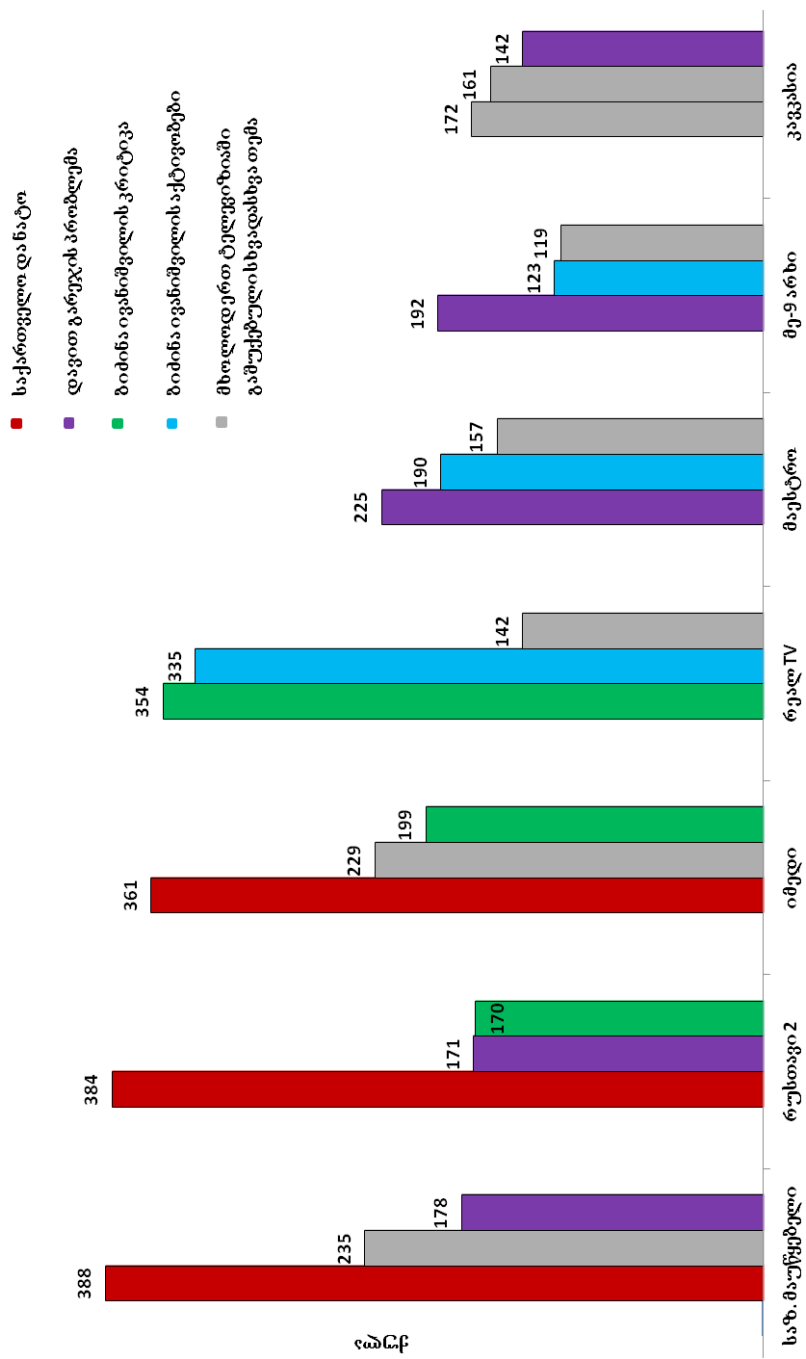
ორიტიტულ თემას შორის, გარდა „იმედისა“ (რომლისთვისაც მეოთხე პრიორიტეტული თემა იყო 160 ქულით) და „რეალ TV“-სა. ტელევიზიების მსგავსი თემების შეჯამებისას, უნდა აღინიშნოს, რომ მთლიანად დაემთხვა „მაესტროსა“ და „მე-9 არხის“ პირველი და მეორე მნიშვნელოვანი თემა (დიაგრამა №2). საანგარიშო პერიოდში, „მაესტრომ“ და „კავკასიამ“, სხვა ტელევიზიებისგან განსხვავებით, კვლავ შეინარჩუნეს ინტერესი პარლამენტის მიმართ. ოღონდ, ამჯერად, „კავკასიამ“ აქცენტი საკონსტიტუციო ცვლილებებზე გააკეთა, „მაესტრომ“ კი პარლამენტის საქმიანობის უფრო მრავალმხრივი გაშუქება შესთავაზა მაცურებელს.

მხოლოდ ერთი ტელევიზია აშუქებდა ინტენსიურად შემდეგ თემებს: მერიის საქმიანობა სტიქიის შედეგების აღმოსაფხვრელად (საზოგადოებრივი მაუნყებელი), ქართული ფეხბურთი და კალათბურთი („იმედი“), „ქართული ოცნების“ ლიდერები („რეალ TV“), პარლამენტის საქმიანობა („მაესტრო“), მედიაზე ზენოლა („მე-9 არხი“), „პირველი სტერეოს“ კონფლიქტი და საკონსტიტუციო ცვლილებები („კავკასია“).

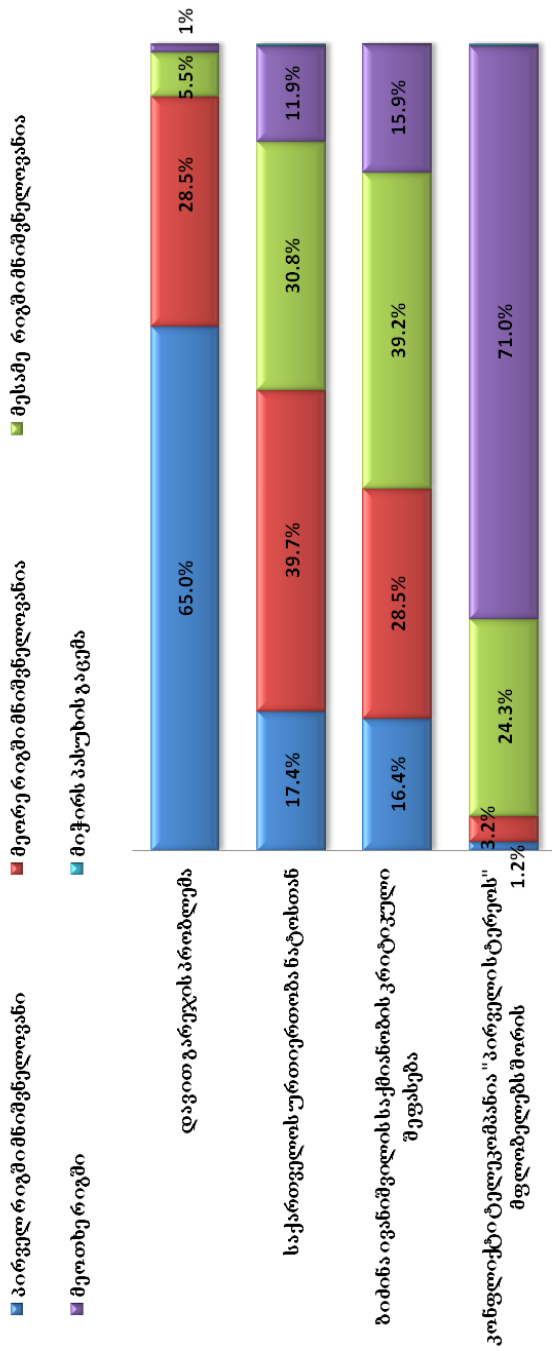
აღსანიშნავია „რეალ TV“-ს დაინტერესება „ქართული ოცნებით“ მოცემულ საანგარიშო პერიოდში - „რეალ TV“-ს სამივე პრიორიტეტული თემა მთლიანად შეავსო კოალიცია „ქართულმა ოცნებამ“. ასევე, მთავარი საინფორმაციო გამოშვების დანარჩენი სიუჟეტებიც ეთმობოდა ამავე კოალიციის ლიდერების, „სახეების“, მათი საქმიანობის გაშუქებას. სხვა თემები ამ ტელევიზიის საინფორმაციო პროგრამის ეთერში გაცილებით უმნიშვნელოდ იყო წარმოდგენილი.

რაც შეეხება პრიორიტეტული თემების გაშუქების ინტენსივობას, „კავკასიის“, „მაესტროსა“ და „მეცხრე არხის“ ინტენსიური გაშუქება გაცილებით ჩამორჩება საერთო ეროვნული ტელევიზიებისა და „რეალ TV“-ს ინტენსიურ გაშუქებას. თუმცა, მონიტორინგის მიმდინარე ეტაპზე, ამ ტელევიზიების პრიორიტეტული თემები გაცილებით ნაკლებ ინტენსიურად გაშუქდა, ვიდრე გასულ კვირებში შუქდებოდა პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში - ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებულმა თემამ ამჯერად მოაგროვა 388 ქულა (საქართველოს ურთიერთობა ნატოსთან საზოგადოებრივი მაუნყებლის ეთერში), მაშინ, როცა გასულ საანგარიშო პერიოდში საერთო ეროვნული ტელევიზიების პირველი პრიორიტეტული თემის (პრეზიდენტი რეგიონებში) ქულა 661-დან 872-მდე მერყეობდა.

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების სადამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები 2012 წლის 11-24 მაისი.



ლიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზო არხების სალამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები 2012 წლის 11-24 მასი.



კვლევის მეორე ეტაპზე, 2012 წლის 27-30 მაისს, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კისის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშვების მიერ გაშუქებული ოთხივე პრიორიტეტული თემის მნიშვნელოვნება (პირადად მათთვის) და მოეხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე რიგში, მესამე რიგში და მეოთხე რიგში მნიშვნელოვნების მიხედვით.

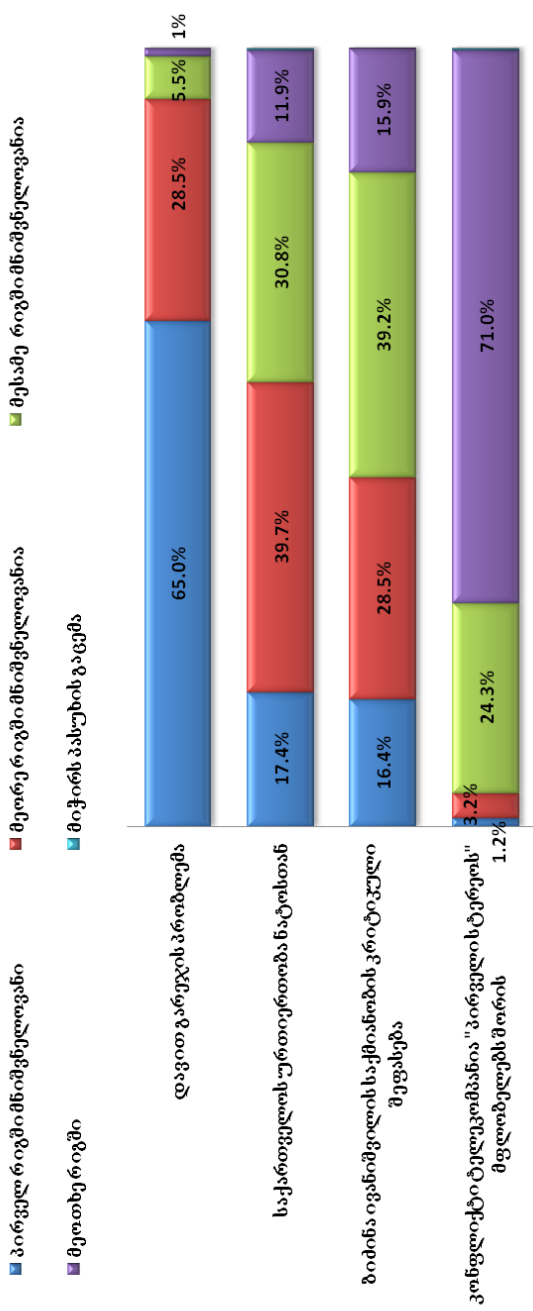
თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ საქართველოს სატელევიზიო არხების მიერ გაშუქებული ოთხი ყველაზე მნიშვნელოვანი თემიდან გამოკითხულთა 65% დავით გარეჯის პრობლემას მიიჩნევს უფრო მნიშვნელოვნად. გამოკითხულთა მხოლოდ 17.4% მიიჩნევს, რომ საქართველოს ურთიერთობა ნატოსთან არის პირველ რიგში მნიშვნელოვანი. გამოკითხულთა 16.4% ფიქრობს, რომ ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკური ფიგურის კრიტიკული შეფასებაა მათთვის პირადად ყველაზე მნიშვნელოვანი, ხოლო „პირველი სტერეოს“ მფლობელთა კონფლიქტი მხოლოდ გამოკითხულთა 1.2%-ისთვისაა დასახელებულ ოთხ თემას შორის ყველაზე მნიშვნელოვანი. გამოკითხულთა 28.5% დავით გარეჯს მათთვის ჩამოთვლილი საკითხებიდან მეორე რიგის მნიშვნელობის თემად მიიჩნევს, ხოლო გამოკითხულთა 39.7% და 28.5% იმავეს ფიქრობს

საქართველოს ნატოსთან ურთიერთობაზე და ბიძინა ივანიშვილის კრიტიკულ შეფასებაზე (დიაგრამა №3).

ასევე, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ იმ საკითხებიდან, რომელთა შესახებაც მოქალაქეები ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას, არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა და დემოკრატიულობა ყველაზე მნიშვნელოვანია - ასე ფიქრობს გამოკითხულთა 11.3%; მეორე ადგილზეა პარტიების საარჩევნო პროგრამები - 9.2%; მესამეზე კი სოციალური კეთილდღეობა და ეკონომიკის გაძლიერება - 7.9%. დიაგრამა №3 აჩვენებს ასევე სხვა საკითხებს, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას.

კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: **„2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?“**

დიაგრამა №3; თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 11 მაისიდან 24 მაისის ჩათვლით ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პრიორიტეტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მეხუთე პერიოდი: 25 მაისი-7 ივნისი, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „რეალ TV“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მინოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთებისა და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეხუთე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 25 მაისიდან 7 ივნისის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას. აღსანიშნავია, რომ ანგარიშში მოცემულია მხოლოდ

მიღებული შედეგების აღწერა. შედეგების ანალიზი გამოქვეყნდება მონაცემების უფრო ხანგრძლივი პერიოდით დაგროვების შემდეგ.

2012 წლის 25 მაისიდან 7 ივნისის ჩათვლით, საქართველოს ტელევიზიებმა ყველაზე ინტენსიურად სამი თემა გააშუქეს:

1. ჰილარი კლინტონის ვიზიტი საქართველოში;
2. მაია მიმინოშვილის გათავისუფლება გამოცდების ეროვნული ცენტრის დირექტორის თანამდებობიდან;
3. კონტროლის პალატის საქმიანობა (დიაგრამა №1, №2).

მოცემული პროექტის ფარგლებში, მედიის მონიტორინგის მეხუთე ორკვირიან პერიოდში, ისევე, როგორც გასული კვირების ანგარიშებში, ამჯერადაც თანხვედრილია სამი ტელევიზიის - საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „იმედისა“ და „რუსთავი 2“-ის პირველი პრიორიტეტული თემა. ამასთანავე, დამატებით კიდევ ერთი ტელევიზია - „რეალ TV“ აშუქებს ჰილარი კლინტონის ვიზიტს საქართველოში, როგორც ყველაზე პრიორიტეტულ საკითხს.

მონიტორინგის მეოთხე ორკვირიანი პერიოდის მსგავსად, დაემთხვა ორი ტელევიზიის - „მაესტროსა“ და „მე-9 არხის“ - მთავარი თემაც, ამჯერად, მაია მიმინოშვილის გათავისუფლება გამოცდების ეროვნული ცენტრის დირექტორის თანამდებობიდან. განსხვავებული პრიორიტეტული თემა აქვს მხოლოდ „კავკასიას“ – კონტროლის პალატის საქმიანობა.

ჰილარი კლინტონის ვიზიტი მეორე პრიორიტეტულ თემად გააშუქეს „მაესტრომ“ და „მე-9 არხმა“ - ამგვარად, დაემთხვა ამ ორი ტელევიზიის როგორც პირველი, ასევე, მეორე პრიორიტეტული თემა.

„იმედის“, „რუსთავი 2“-ისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტული თემების სამეული ამჯერად შინაარსობრივად სრულიად იდენტურია, განსხვავდება მხოლოდ მეორე და მესამე პრიორიტეტული თემების რიგითობა. მეორე/მესამე თემად აღნიშნული ტელევიზიები კახი კალაძესთან დაკავშირებულ სკანდალს და პრეზიდენტის მოსახლეობასთან შეხვედრებს აშუქებდნენ.

დაემთხვა, ასევე, „მაესტროსა“ და „კავკასიის“ მესამე თემა - სხვადასხვა საპროტესტო აქცია. ამ ორ ტელევიზიას კიდევ ერთი თემა ჰქონდა საერთო - მაია მიმინოშვილის გათავისუფლება, რომელიც „მაესტროსთვის“ და „მე-9 არხისთვის“ პირველი პრიორიტეტული

თემა იყო, ხოლო „კავკასიისთვის“ - მეორე. თუმცა ეს თემა საერთოდ არ მოხვდა პირველი არხის, „იმედის“, „რუსთავი 2“-ისა და „რეალ TV“-ს პრიორიტეტულ თემებს შორის. „კავკასიის“ პირველი პრიორიტეტული თემა - კონტროლის პალატის საქმიანობა - მესამე პრიორიტეტულ თემად გააშუქა „რეალ TV“-მ.

მოცემული პერიოდის მონიტორინგის შედეგების მიხედვით, ტელევიზიების პრიორიტეტული თემების უმეტესობა ემთხვევა სხვა ტელევიზიის ერთ თემას მაინც. ორად ორი პრიორიტეტული თემა გამოიკვეთა, რომელიც გააშუქა მხოლოდ ერთმა ტელევიზიამ:

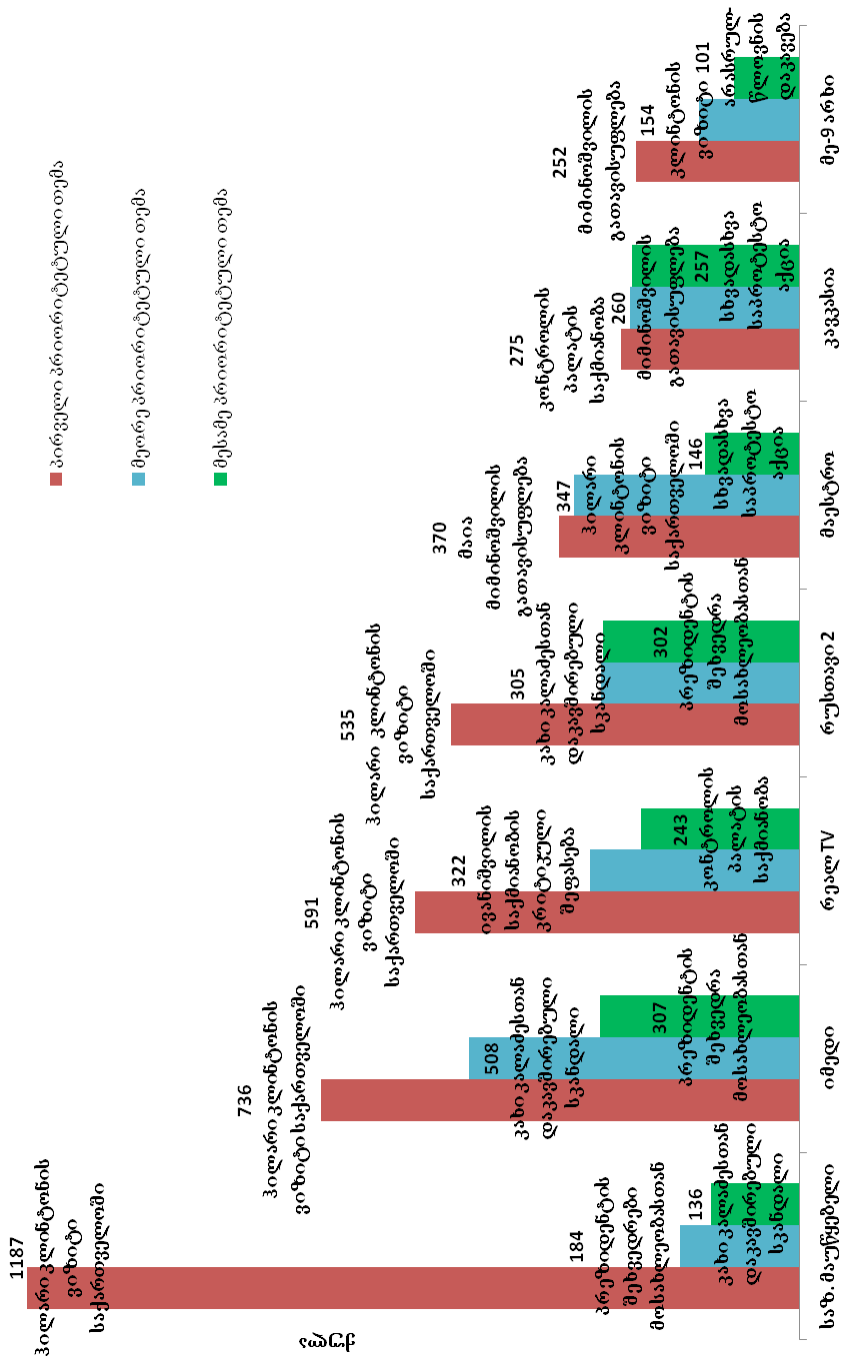
ა) „რეალ TV“-მ: ბიძინა ივანიშვილის კრიტიკა;

ბ) „მე-9 არხმა“: შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე არასრულწლოვნის დაკავება და გათავისუფლება.

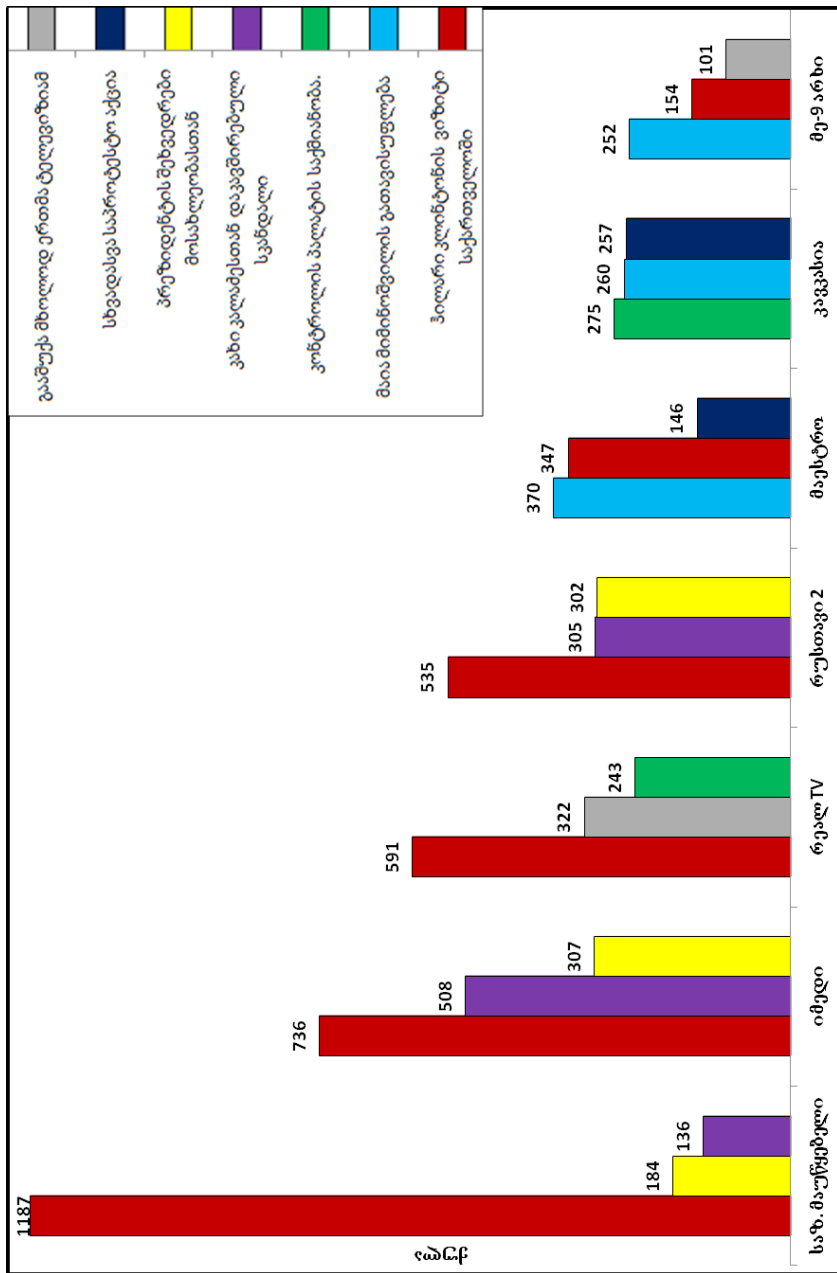
„კავკასია“ იყო ერთადერთი ტელეკომპანია, რომლის სამ პრიორიტეტულ თემას შორის არ მოხვდა ჰილარი კლინტონის ვიზიტი საქართველოში. აგრეთვე, ამ ტელეკომპანიას ჰქონდა ყველა სხვა ტელევიზიისგან განსხვავებული პირველი პრიორიტეტული თემა.

რაც შეეხება გაშუქების ინტენსივობას, ჰილარი კლინტონის ვიზიტი საქართველოში იყო თემა, რომელიც ყველაზე ინტენსიურად გაშუქდა 2 აპრილიდან (საანგარიშო პერიოდის დაწყებიდან) მოყოლებული, ყველა თემას შორის. პირველი არხის მიერ ამ თემის გაშუქებამ, ჯერჯერობით, უპრეცედენტოდ მაღალი ქულა - 1187 - მოაგროვა. თუ პირველ არხს არ ჩავთვლით, ამჯერად, ყველა ტელევიზიაში პრიორიტეტული თემები მეტ-ნაკლებად თანაბარი ინტენსივობით გაშუქდა და არ იგრძნობოდა რომელიმე თემის განსაკუთრებით ინტენსიური გაშუქება. ორი აპრილიდან მოყოლებული, ყველაზე დიდი დისბალანსი პირველი პრიორიტეტული თემის გაშუქებასა და დანარჩენი თემების გაშუქებას შორის იყო სწორედ 25 მაისი - 7 ივნისის პერიოდში, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში.

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 25 მაისი - 7 ივნისი.



დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 25 მაისი - 7 ივნისი.



კვლევის მეორე ეტაპზე, 2012 წლის 10-13 ივნისს, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კომისის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშვების მიერ გაშუქებული სამივე პრიორიტეტული თემის მნიშვნელოვნება (პირადად მათთვის) და მოეხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე და მესამე რიგში მნიშვნელოვნების მიხედვით.

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ საქართველოს სატელევიზიო არხების მიერ გაშუქებული სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი თემიდან გამოკითხულთა 46% ჰილარი კლინტონის ვიზიტს მიიჩნევს ყველაზე მნიშვნელოვნად, ხოლო 33.9% - მეორე რიგში მნიშვნელოვნად. გამოკითხულთა 40.6% მიიჩნევს, რომ გამოცდების ეროვნული ცენტრის დირექტორის თანამდებობებიდან მაია მიმინოშვილის გათავისუფლება პირველ რიგში მნიშვნელოვანია. იგივე საკითხი რესპონდენტთა 37.6% მიაჩნია ჩამოთვლილი საკითხებიდან მეორე რიგში მნიშვნელოვნად. გამოკითხულთა მხოლოდ 13.4% ფიქრობს, რომ კონტროლის პალატის საქმიანობა დასახელებულ სამ თემას შორის ყველაზე მნიშვნელოვანი. გამოკ-

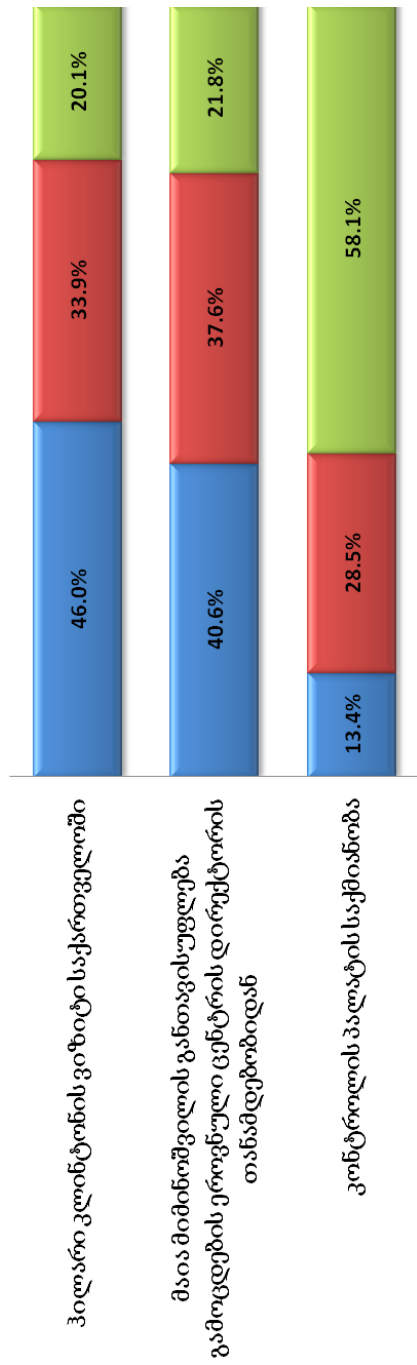
ითხულთა 28.5% კონტროლის პალატის საქმიანობას ჩამოთვლილი საკითხებიდან მეორე რიგის მნიშვნელობის თემად მიიჩნევს (დიაგრამა №3).

ასევე, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ იმ საკითხებიდან, რომელთა შესახებაც მოქალაქეები ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას, არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა და დემოკრატიულობა ყველაზე მნიშვნელოვანია - ასე ფიქრობს გამოკითხულთა 15%; მეორე ადგილზეა სოციალური კეთილდღეობა - 10.9%; მესამეზე კი დასაქმების/უმუშევრობის პრობლემები მოგვარება - 6.7%. დიაგრამა №3 აჩვენებს ასევე სხვა საკითხებს, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას.

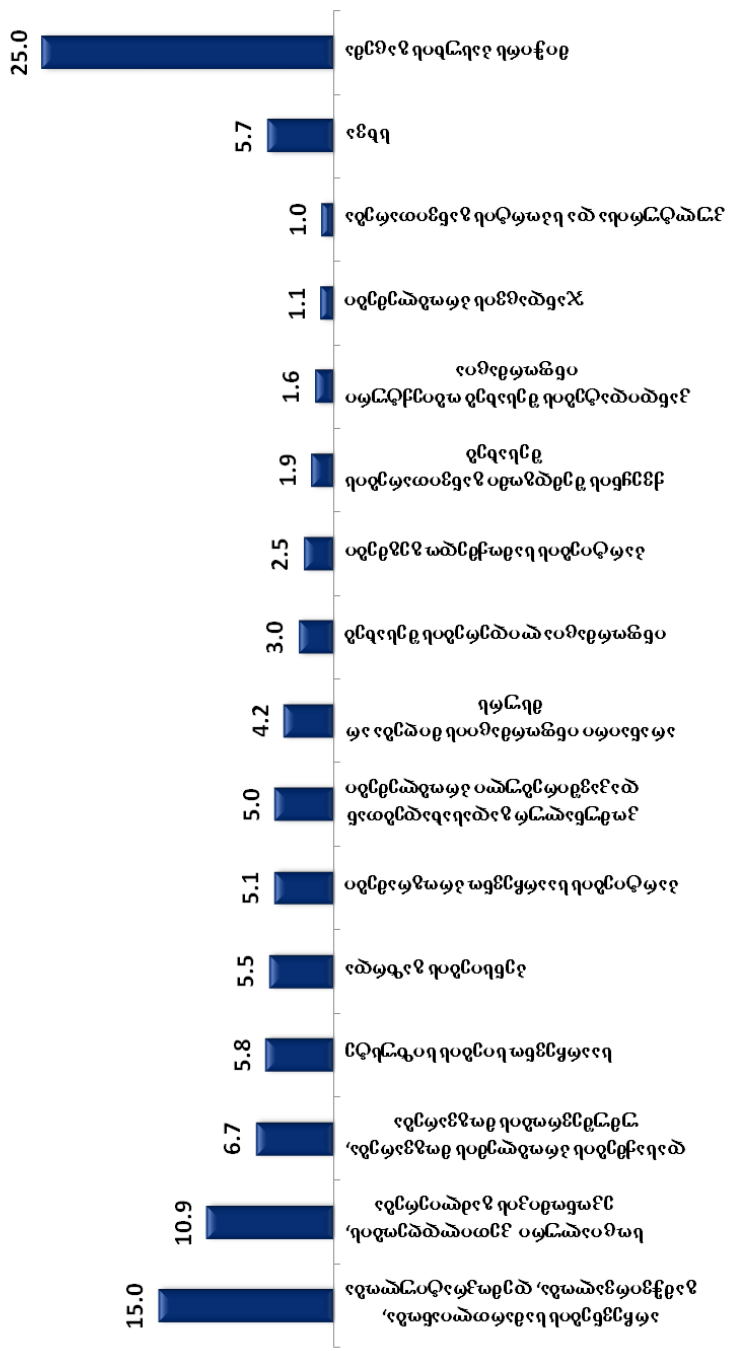
კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?**“

დიაგრამა №3. თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 25 მაისიდან 7 ივნისის ჩათვლით ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პრიორიტეტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.

■ პირველ რიგში მნიშვნელოვანია ■ მეორე რიგში მნიშვნელოვანია ■ მესამე რიგში მნიშვნელოვანია



დიაგრამა №4. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედი-ისგან ინფორმაციის მიღება (2012 წლის 10-13 ივნისი).



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მეექვსე პერიოდი: 8-21 ივნისი, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „რეალ TV“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მინოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეექვსე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 8 - 21 ივნისის 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას. აღსანიშნავია, რომ ანგარიშში მოცემულია მხოლოდ მიღებული შედეგების

აღწერა. შედეგების ანალიზი გამოქვეყნდება მონაცემების უფრო ხანგრძლივი პერიოდით დაგროვების შემდეგ.

2012 წლის 8 – 21 ივნისს საქართველოს ტელევიზიებმა ყველაზე ინტენსიურად ოთხი თემა გააშუქეს:

1. ინფორმაცია დეპუტატობის მაჟორიტარი კანდიდატების შესახებ.
2. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში.
3. გლობალ TV--ს პრობლემები.
4. ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება სასამართლოს მიერ (დიაგრამა №1, №2).

მოცემული საანგარიშო პერიოდისთვის პირველი პრიორიტეტული თემა დაემთხვა შემდეგ ტელევიზიებში:

- ა) პირველი არხი და „რეალ TV“ - ინფორმაცია დეპუტატობის მაჟორიტარი კანდიდატების შესახებ;
- ბ) „იმედი“ და „რუსთავი 2“ - პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში;
- გ) „მაესტრო“ და „მეცხრე არხი“ - გლობალ TV-ს პრობლემები;

„კავკასიის“ პირველი პრიორიტეტული თემა ყველა ტელევიზიისგან განსხვავებულია - ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება სასამართლოს მიერ.

პირველი არხი წინა პერიოდებში ყველა ტელევიზიაზე მაღალი ინტენსივობით აშუქებდა პრეზიდენტის ვიზიტებს რეგიონებში; ამჯერად კი ეს თემა ვერ მოხვდა პირველი არხის მიერ პრიორიტეტულად გაშუქებულ სამ თემას შორის (მაშინ, როცა პირველი პრიორიტეტული თემა იყო „იმედისთვის“ და „რუსთავი 2“-სთვის).

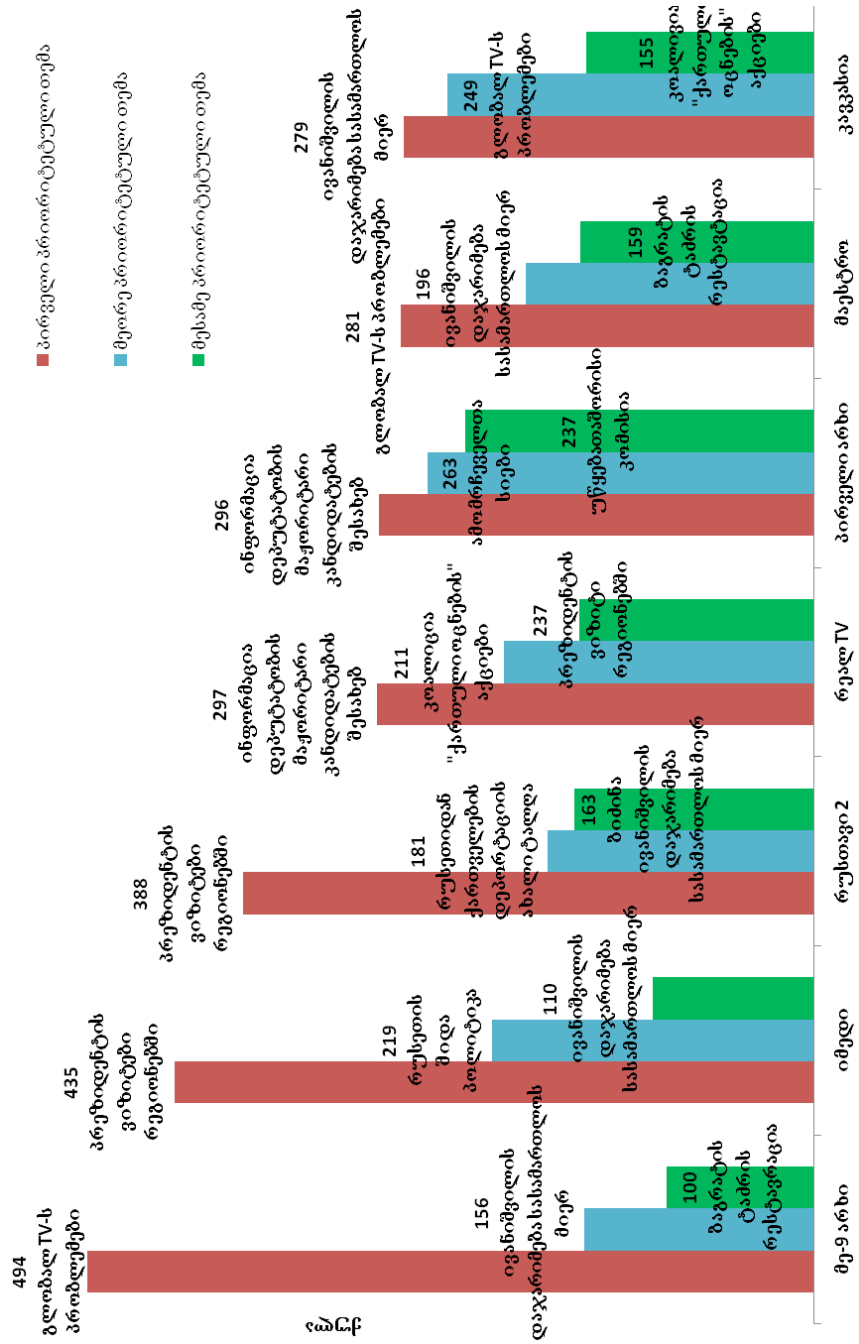
ასევე, პირველი არხის მეორე და მესამე პრიორიტეტული თემები (ამორმჩვევლთა სიები და უწყებათაშორისი კომისია) სხვა ტელევიზიებს პრიორიტეტულად არ გაუშუქებიათ. შეიძლება ითქვას, რომ 8-21 ივნისის პერიოდში პირველი არხი სხვა ტელევიზიებისგან განსხვავებული პრიორიტეტებით მუშაობდა.

მოცემულ საანგარიშო პერიოდში ზუსტად დაემთხვა „მაესტროსა“ და „მეცხრე არხის“ სამივე პრიორიტეტული თემა და გაშუქების ინტენსივობა - გლობალ TV-ს პრობლემები, ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება სასამართლოს მიერ და ბაგრატიის ტაძრის რესტავრაცია. თუმცა, გლობალ TV-ს პრობლემები „მეცხრე არხმა“ უფრო ინტენსიურად გააშუქა, ვიდრე „მაესტრომ“. გლობალ TV-ს პრობლემა და ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება ასევე მოხვდა „კავკასიის“ პრიორიტეტული თემების ჩამონათვალში. ამ ტელევიზიის მესამე პრიორიტეტული თემა იყო კოალიცია „ქართული ოცნების“ აქციები.

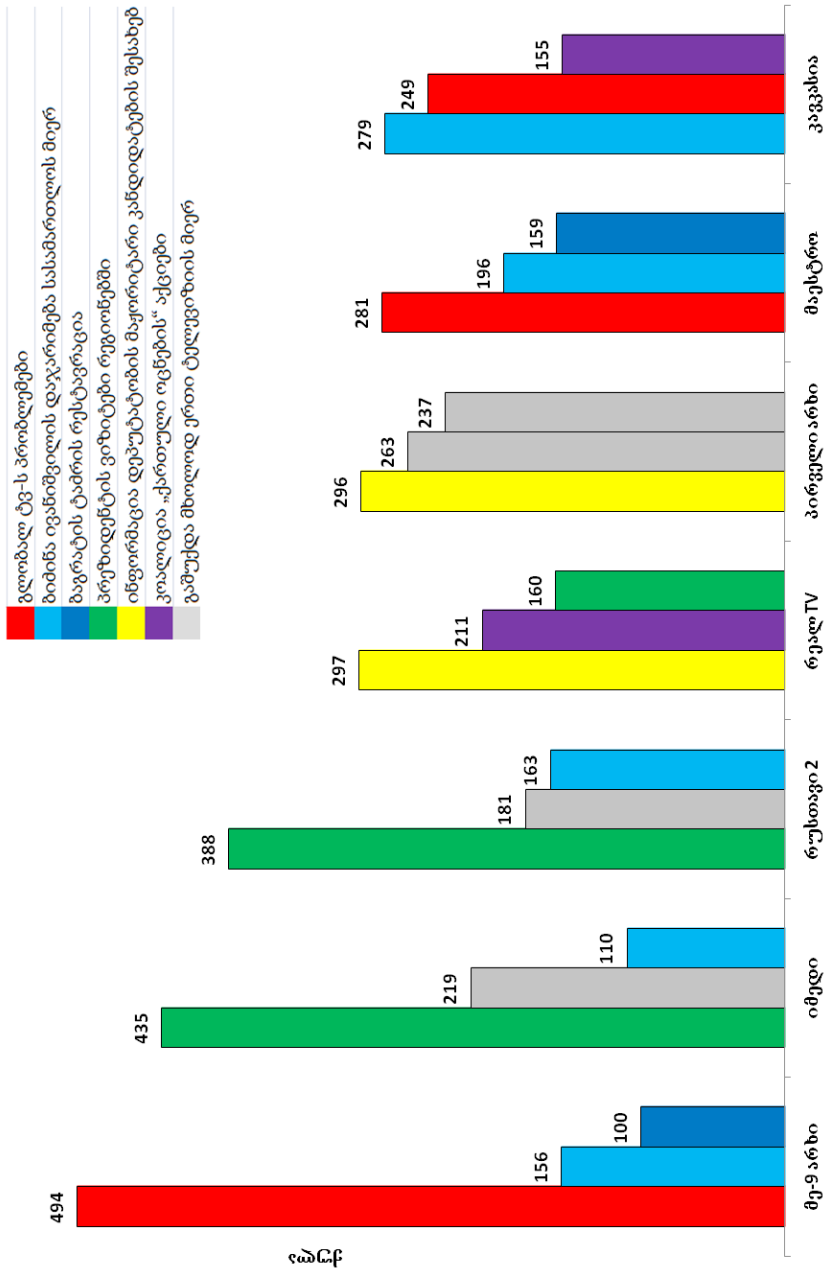
უნდა აღინიშნოს, რომ, ძალიან ჰგავს ერთმანეთს „იმედისა“ და „რუსთავი 2“-ის სამივე პრიორიტეტული თემა. ორი მათგანი - პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში და ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება სასამართლოს მიერ ზუსტად ემთხვევა, მესამე თემა კი რუსეთთანა დაკავშირებული, თუმცა, განსხვავებული რაკურსით. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში ასევე წარმოადგენს „რეალ TV“-ს მესამე პრიორიტეტულ თემას. ამ ტელევიზიის მეორე პრიორიტეტული თემა კოალიცია „ქართული ოცნების“ აქციებია.

წინა პერიოდებისგან განსხვავებით, ამჯერად პრიორიტეტული თემების ქულების გადანაწილებაში მკვეთრი დისბალანსი არც ერთ ტელევიზიაში არ შეინიშნება. ჯამურად, 8 – 21 ივნისის პერიოდში, ყველა ტელევიზიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქდა ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმება სასამართლოს მიერ (ინტენსიურად გააშუქა ხუთმა ტელევიზიამ). აღნიშნული პერიოდის განმავლობაში, შვიდი ტელევიზიის მიერ ინტენსიურად გაშუქებულ თემებს შორის ყველაზე მაღალი ქულა მიიღო „მეცხრე არხის“ მიერ გლობალ ტვ-ს პრობლემების გაშუქებამ (494).

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 8-21 ივნისი.



დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზიო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 8-21 ივნისი.



კვლევის მეორე ეტაპზე, 2012 წლის 24-27 ივნისს, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კიშის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშვების მიერ გაშუქებული ოთხივე პრიორიტეტული თემის მნიშვნელოვნება (პირადად მათთვის) და მოეხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე რიგში, მესამე და მეოთხე რიგში მნიშვნელობის მიხედვით.

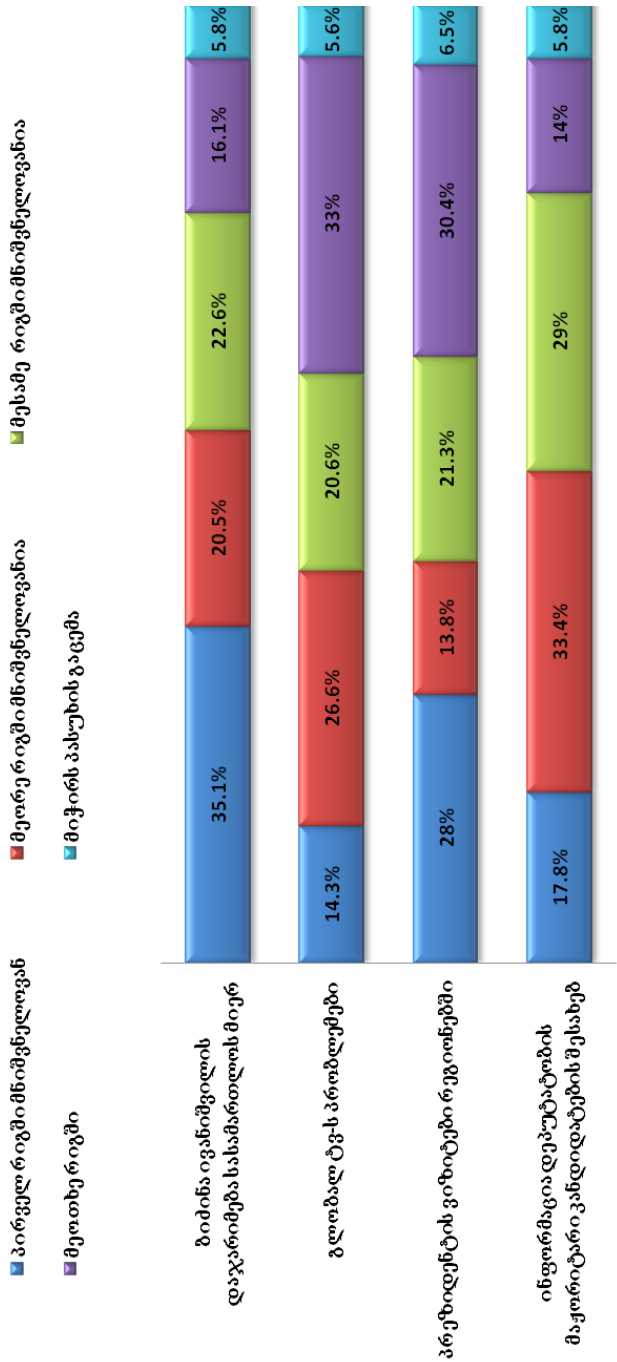
თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ საქართველოს სატელევიზიო არხების მიერ გაშუქებული ოთხი პრიორიტეტული თემიდან გამოკითხულთა 35.1% ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმებას მიიჩნევს ჩამოთვლილთაგან ყველაზე მნიშვნელოვან საკითხად, ხოლო 20.5% - მეორე რიგში მნიშვნელოვნად. გამოკითხულთა 28% მიიჩნევს, რომ პრეზიდენტის რეგიონებში ვიზიტებია პირველ რიგში მნიშვნელოვანი. იგივე საკითხი რესპონდენტთა 13.8%-ს მიაჩნია ჩამოთვლილი საკითხებიდან მეორე რიგის მნიშვნელოვან თემად. გამოკითხულთა 17.8% ფიქრობს, რომ ინფორმაცია მაყორიტარი დეპუტატების შესახებ არის დასახელებულ საკითხებს შორის ყველაზე მნიშვნელოვანი. გამოკითხულთა მხოლოდ 14.3% გლობალ TV-ს

პრობლემებს პირველი რიგის მნიშვნელობის თემად მიიჩნევს (დიაგრამა №3).

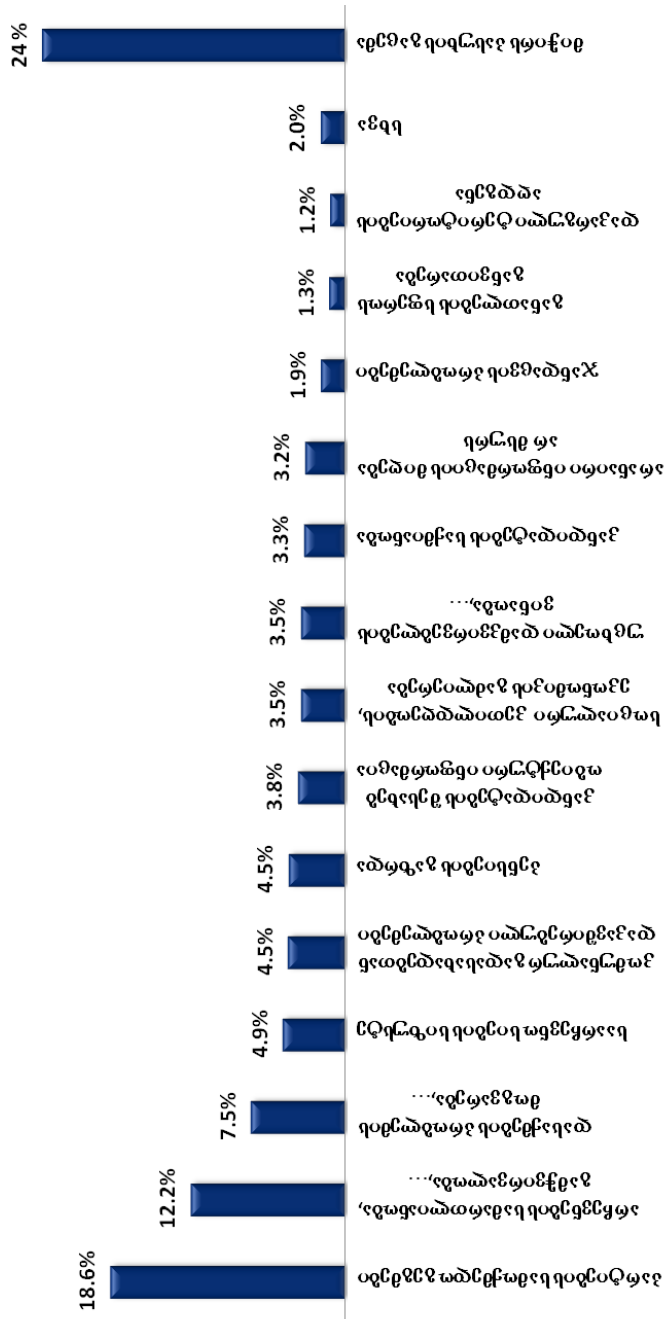
ასევე, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ იმ საკითხებიდან, რომელთა შესახებაც მოქალაქეები ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას, პარტიების სამოქმედო გეგმები ყველაზე მნიშვნელოვანია - ასე ფიქრობს გამოკითხულთა 18.6%; მეორე ადგილზეა არჩევნების გამჭვირვალობა, სამართლიანობა და კეთილდღეობა - 12.2%; მესამეზე კი დასაქმების/უმუშევრობის პრობლემების მოგვარება - 7.5%. დიაგრამა №3 აჩვენებს ასევე სხვა საკითხებს, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას.

კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?**“

დიაგრამა №3; თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 8 - 21 ივნისს ტელევიზიის საღამოს საინფორმაციო გადაცემაში გაშუქებულ პრიორიტეტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.



დიაგრამა №4: საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედი-
ისგან ინფორმაციის მიღება (2012 წლის 24-27 ივნისი).



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მეშვიდე პერიოდი: 22 ივნისი - 5 ივლისი, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „რეალ TV“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მიწოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეშვიდე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 22 ივნისიდან 5 ივლისის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას.

2012 წლის 22 ივნისიდან 5 ივლისის პერიოდი განსაკუთრებული აღმოჩნდა იმ თვალსაზრისით, რომ მონიტორინგის სუბიექტ შვიდივე ტელეკომპანიაში ყველაზე ინტენსიურად გაშუქდა ერთი და იგივე თემა - მთავრობის ახალი შემადგენლობა და პროგრამა (დიაგრამა №1, დიაგრამა №2).

მოცემული საანგარიშო პერიოდის მანძილზე, რამდენიმე ტელ-

ევიზიის მიერ გაშუქებული პრიორიტეტული თემების შინაარსი და თანამიმდევრობა დემთხვა ერთმანეთს.

„მაესტროსა“ და „მეცხრე არხის“ მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული სამი თემის შინაარსიც და თანამიმდევრობაც სრულიად იდენტურია - ორივე ტელევიზიამ, გარდა საერთო პირველი თემისა, „მასთ ქერი“ და მერეთის ინციდენტი გააშუქა მეორე და მესამე პრიორიტეტულ თემად.

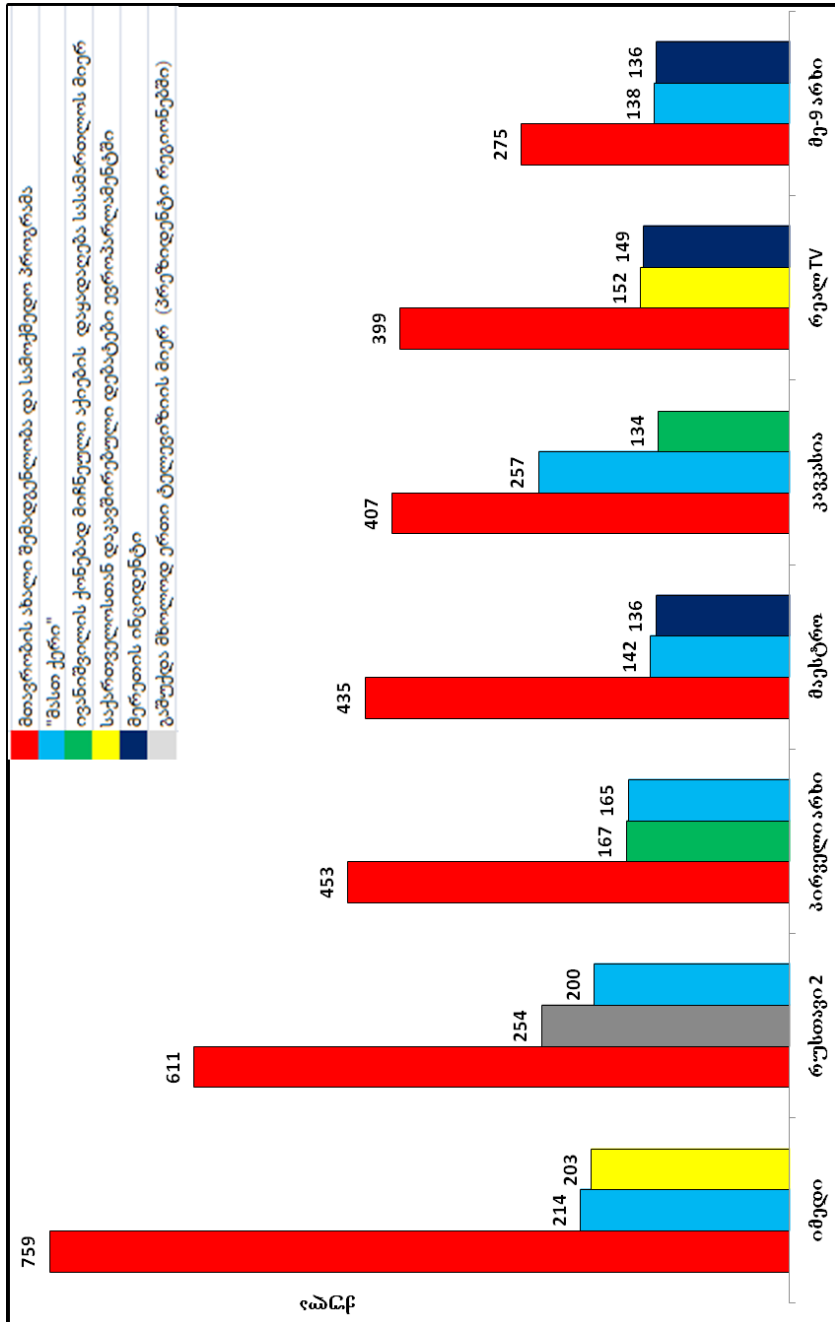
აგრეთვე, ერთმანეთს დაემთხვა პირველი არხისა და „კავკასიის“ სამივე პრიორიტეტული თემის შინაარსი - ბიძინა ივანიშვილის ქონებად მიჩნეული აქციების დაყადარება და „მასთ ქერი“ ორივე ტელევიზიის ყურადღების ცენტრში მოექცა. დანარჩენ ტელეკომპანიებში თემების სრული დამთხვევა არ მომხდარა.

22 ივნისი - 5 ივლისის საანგარიში პერიოდის შემდეგი თავისებურებაა დიაგრამა №2-ზე მოცემული „ნაცრისფერი თემების“ გაუჩინარება - ეს ფერი გამოსახავს თემებს, რომლებიც მხოლოდ ერთმა ტელევიზიამ გააშუქა. ერთადერთი თემა, რომელიც მხოლოდ ერთ ტელევიზიაში გაშუქდა, არის პრეზიდენტის ვიზიტი რეგიონებში. ეს თემა, რომელიც გასული თვეების განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად შუქდებოდა ნაციონალურ არხებზე, ამჯერად მხოლოდ „რუსთავი 2“-ის პრიორიტეტული თემების სამეულში მოხვდა. სხვა ტელეკომპანიების ეთერში პრეზიდენტის ვიზიტი რეგიონებში პრიორიტეტულად არ გაშუქებულა.

შესაბამისად, მხოლოდ ერთი ტელევიზიის მიერ გაშუქებული თემების გაუჩინარების ხარჯზე, გაიზარდა საერთო თემების თანხვედრა. განსახილველი პერიოდის მეორე პრიორიტეტული საკითხი - რომელიც ინტენსიურად გააშუქა შვიდიდან ექვსმა ტელევიზიამ - იყო ე.წ. „მასთ ქერის“ თემა. „მასთ ქერი“ მხოლოდ „რეალ TV“-ს პრიორიტეტულ თემებს შორის ვერ მოხვდა.

პრიორიტეტული თემების გაშუქების ინტენსივობის მიხედვით, კვლავ „იმედი“ და „რუსთავი 2“ ლიდერობს. სამთავრობო ცვლილებების თემა ყველაზე ინტენსიურად გააშუქა ტელეკომპანია „იმედი“ (759 ქულა), ყველაზე ნაკლებად ინტენსიურად - ტელეკომპანია „მეცხრე არხმა“ (275 ქულა). ასევე, აღსანიშნავია, რომ პრიორიტეტულ თემებს შორის ყველაზე თანაბარი გადანაწილება მაყურებელს „მეცხრე არხმა“ შესთავაზა (275, 138, 136), რაც მიუთითებს, რომ არხზე სხვადასხვა თემას დაახლოებით თანაბარი ყურადღება ექცევა.

დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები 2012 წლის 22 ივნისი - 5 ივლისი.



კვლევის მეორე ეტაპზე, 2012 წლის 24-27 ივნისს, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კომისის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშვების მიერ გაშუქებული პრიორიტეტული თემების მნიშვნელოვნება (პირადად მათთვის) და მოეხდინათ მათი რანგირება. რადგან მოცემულ საანგარიშო პერიოდში მხოლოდ ერთი თემა იყო ყველა ტელევიზიისთვის პრიორიტეტული, ამიტომ რესპონდენტებს პირველი და მეორე პრიორიტეტული თემების რანგირება შესთავაზეს. თემების ჩამონათვალი ასეთი სახით იქნა შედგენილი:

1. მთავრობის ახალი შემადგენლობა და პროგრამა;
2. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში;
3. ბიძინა ივანიშვილის ქონებად მიჩნეული აქციების დაყადაღება სასამართლოს მიერ;
4. საქართველოსთან დაკავშირებული დებატები ევროპარლამენტში;
5. ყველა ტელევიზიის სავალდებულო ჩვენება ყველა საკაბელო ოპერატორის მიერ („მასთ ქერი“);

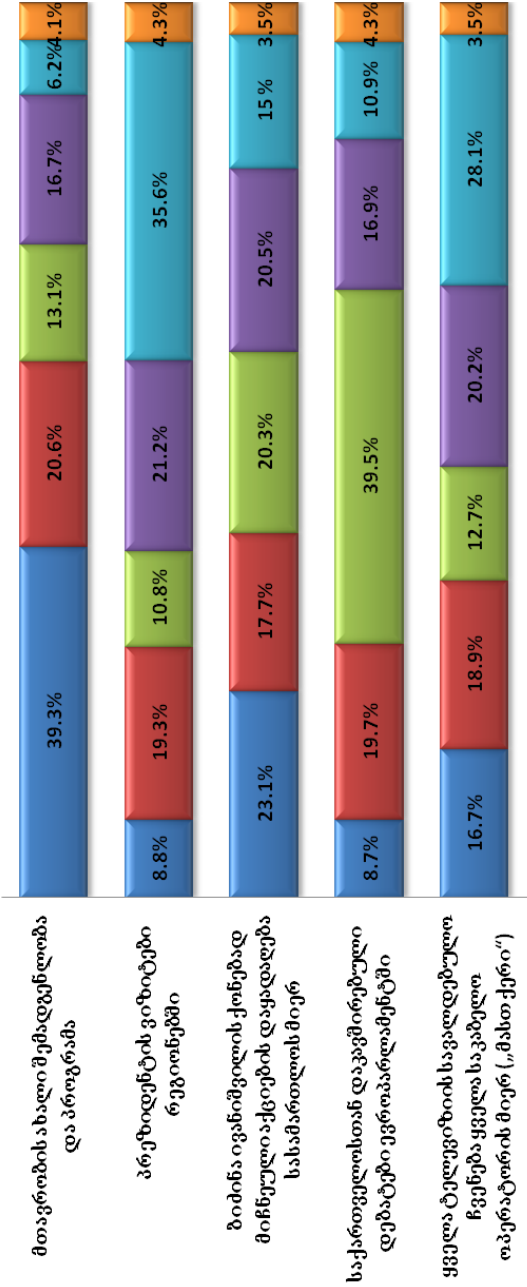
თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ ანგარიშში ჩართული ყველა სატელევიზიო არხის მიერ გაშუქებული პირველი პრიორიტეტული თემა თბილისის მოსახლეობის უმრავლესობისთვისაც მნიშვნელოვანია - მთავრობის ახალი შემადგელობა და პროგრამა გამოკითხულთა 39.3%-ისთვის არის პირველ რიგში მნიშვნელოვანი, ხოლო 20.6%-ისთვის მეორე რიგში მნიშვნელოვანი (დიაგრამა №3). სხვა ჩამოთვლილი თემებიდან, გამოკითხულთა ყველაზე დიდმა ნაწილმა (23.1%) სასამართლოს მიერ ბიძინა ივანიშვილის ქონებად მიჩნეული აქციების დაყადაღება მიიჩნია პირველ რიგში მნიშვნელოვანად. გამოკითხულთა 16.7% ექვსი ტელევიზიის მიერ ინტენსიურად გაშუქებულ „მასთ ქერის“ მიიჩნევს პირველ რიგში მნიშვნელოვანად. პრეზიდენტის რეგიონებში ვიზიტი და საქართველოსთან დაკავშირებული დებატები ევროპარლამენტში გამოკითხულთა თითქმის ერთნაირმა ნაწილმა მიიჩნია ყველაზე მნიშვნელოვანად - 8.8% და 8.7%-მა. გამოკითხვის დეტალური შედეგები მოცემულია დიაგრამაზე №3.

ასევე, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ იმ საკითხებიდან, რომელთა შესახებაც მოქალაქეები ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას, უმთავრესია არჩევნებში მონაწილე პარტიების, კანდიდატების საქმიანობის შესახებ ობიექტური ინფორმაცია - ასე ფიქრობს გამოკითხულთა 17.5%; მეორე ადგილზეა არჩევნების გამჭვირვალობა, სამართლიანობა და დემოკრატიულობა - 15.1%; მესამეზე კი დასაქმების/უმუშევრობის პრობლემების მოგვარება - 11.2%. დიაგრამა №4 აჩვენებს ასევე სხვა საკითხებს, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას.

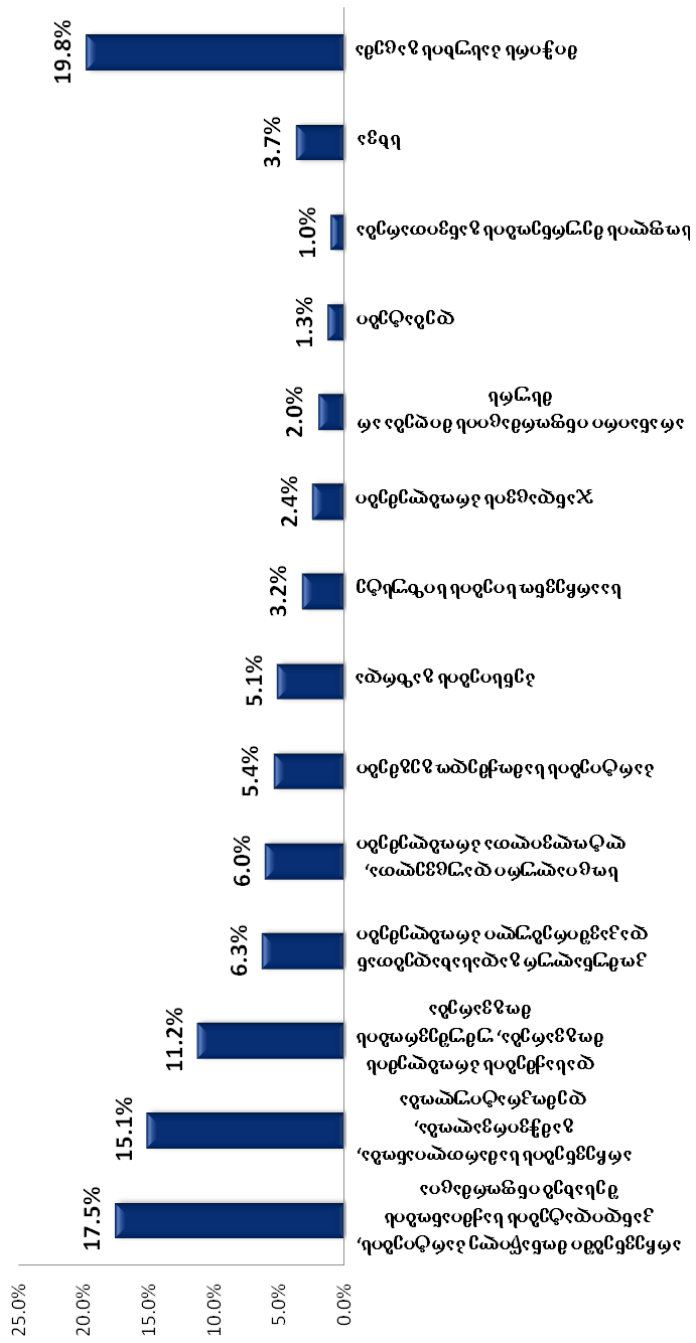
კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?**“

დიაგრამა №3. თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 22 ივნისიდან 5 ივლისის ჩათვლით ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პრიორიტეტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.

- პირველ რიგში მნიშვნელოვანია
- მეორე რიგში მნიშვნელოვანია
- მესამე რიგში მნიშვნელოვანია
- მეოთხე რიგში
- მ/პ



დიაგრამა №4. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედი-ისგან ინფორმაციის მიღება (2012 წლის 24-27 ივნისი).



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მერვე პერიოდი: 6-19 ივლისი, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასასარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“, „რეალ TV“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მიწოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მერვე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 6-19 ივლისის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას.

მოცემულ პერიოდი გამოირჩევა პრიორიტეტული თემების მრავალფეროვნებით. თუ წინა პერიოდებში სხვადასხვა ტელევიზიის მიერ ინტენსიურად გაშუქებული თემები ერთმანეთს ხშირად ემთხვეოდა, ამჯერად, დამთხვევის რაოდენობამ მკვეთრად იკლო და ორიგინალური თემების რაოდენობამ იმატა.

მონიტორინგში ჩართული ტელევიზიების სალამოს საინფორმაციო გამოშვებებში 5 სხვადასხვა თემა გაშუქდა ყველაზე ინტენსიურად. ამჯერად, ტელევიზიების პირველი პრიორიტეტული თემები უფრო ნაკლებად დაემთხვა ერთმანეთს, ვიდრე ოდესმე მონიტორინგის პერიოდში 2012 წლის 2 აპრილიდან მოყოლებული (დიაგრამა №1, დიაგრამა №2). პირველ პრიორიტეტულ თემად გაშუქდა შემდეგი თემები:

1. ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქართული ოცნების“ კრიტიკა („რეალ ტვ“, „იმედი“, „რუსთავი 2“);
2. ეროვნულ დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI) წინასაარჩევნო კვლევა (პირველი არხი);
3. ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმების შემდგომი პროცესი - „ქართუ ჯგუფის“, „ციცინათელას“ და „ელიტა ბურჯის“ პრობლემები („კავკასია“);
4. ტელეკომპანია „მაესტროს“ ანტენების დაყადაღება („მაესტრო“);
5. სამთავრობო ცვლილებების კრიტიკული შეფასება („მეცხრე არხი“).

ტელევიზიების მიერ სამი ყველაზე უფრო ინტენსიურად გაშუქებული თემიდან, მოცემულ საანაგრიშო პერიოდში, პირველი პრიორიტეტული თემების გარდა, მეორე და მესამე თემებს შორისაც არ შეინიშნება თანხვედრა. დიაგრამა № 2 მიუთითებს, რომ გაშუქებული მნიშვნელოვანი თემების უმეტესობა ექსკლუზიურია.

გამოიკვეთა მხოლოდ სამი თემა, რომლებიც ორმა ან მეტმა ტელევიზიამ გააშუქა: ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქართული ოცნების“ კრიტიკა, რომელიც პირველ პრიორიტეტულ თემად გაშუქდა „რეალ TV“-ს, „იმედისა“, „რუსთავი 2-ის“ მიერ; ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმების შემდგომი პროცესი - „ქართუ ჯგუფის“, „ციცინათელას“ და „ელიტა ბურჯის“ პრობლემები - ეს თემა გაშუქდა როგორც

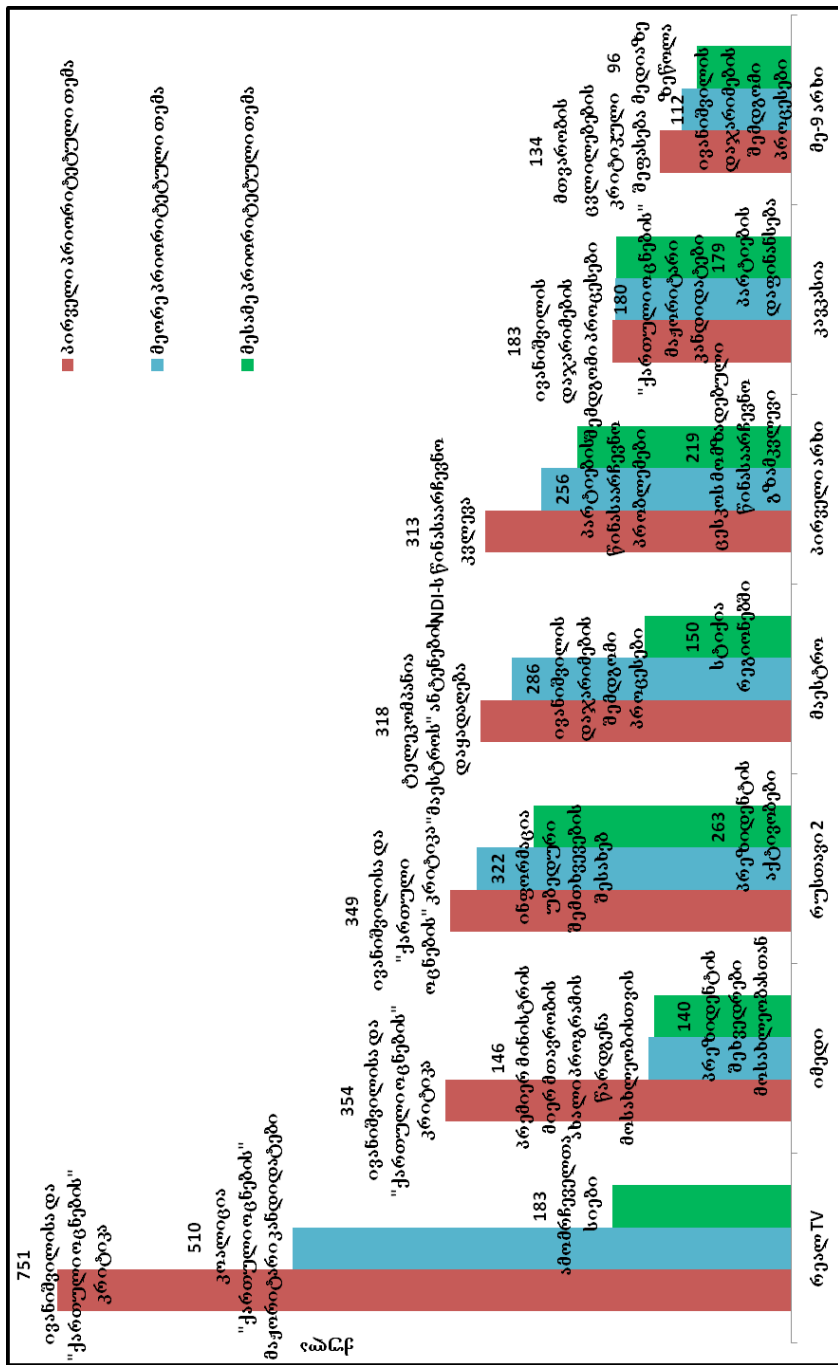
„კავკასიის“ ყველაზე მნიშვნელოვანი თემა და „მაესტროსა“ და „მე-9 არხის“ მეორე პრიორიტეტული თემა; ასევე, კოალიცია „ქართული ოცნების“ მაჟორიტარი კანდიდატები გაშუქდა, როგორც მეორე მნიშვნელოვანი თემა „რეალ TV“-სთვის და „კავკასიისთვის“.

მოცემულ საანგარიშო პერიოდში საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი იყო ერთადერთი ტელევიზია, რომლის პრიორიტეტული თემები მთლიანად კონცენტრირებული აღმოჩნდა საარჩევნო პროცესზე. ამავდროულად, განხვავება ამ ტელევიზიის სხვადასხვა თემის გაშუქების ინტენსივობას შორის არ ყოფილა მაღალი. ეს ნიშნავს, რომ (ნინა პერიოდებისგან განსხვავებით) პრიორიტეტულად გაშუქებულ თემებს შორის, ამჯერად, ბალანსი დაცული იყო. „მაესტროსა“ და „მეცხრე არხის“ პრიორიტეტულ თემებს შორის მოხდა მხოლოდ ერთი თანხვედრა (ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმების შემდგომი პროცესი), რითიც აღნიშნული პერიოდი განსხვავდება ნინა პერიოდებისგან, სადაც ამ ორი ტელევიზიის პრიორიტეტებს შორის გაცილებით მეტი თანხვედრა აღინიშნებოდა.

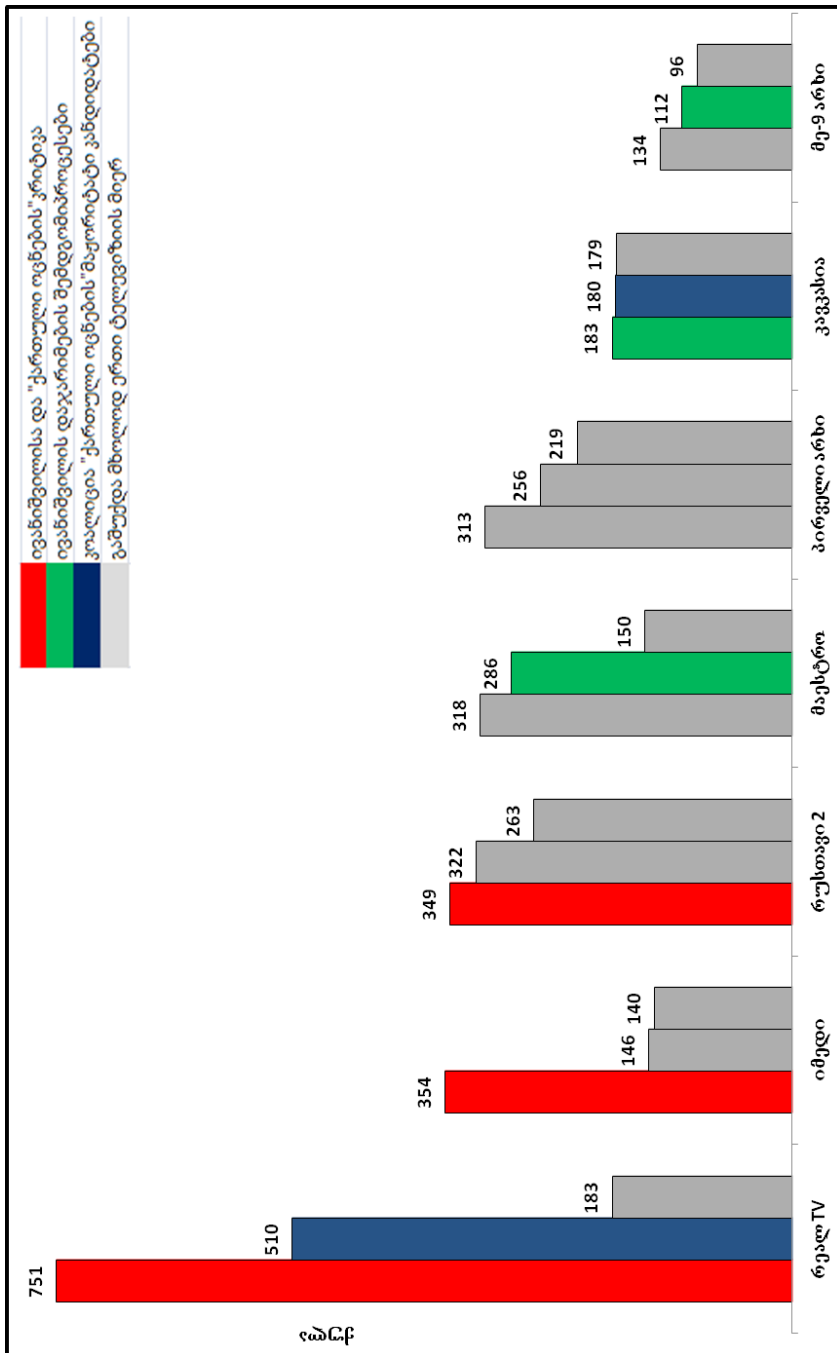
ორკვირიანი პერიოდის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად გაშუქდა ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქართული ოცნების“ კრიტიკა „რეალ TV“-ს ეთერში (751 ქულა). სხვა ტელევიზიების მიერ პრიორიტეტული თემების გაშუქების ინტენსივობა არ ყოფილა მაღალი.

შეიძლება ითქვას, რომ ყველა ტელევიზიის მიერ ფართოდ გაშუქებული სამთავრობო ცვლილებების შემდეგ (იხ. ნინა პერიოდის ანგარიში), პრეზიდენტისა და პრემიერმინისტრის საქმიანობა პრიორიტეტულად ამჯერად მხოლოდ ორმა ტელევიზიამ შესთავაზა საზოგადოებას - „რუსთავი 2“-მა და „იმედმა“. მათ შორის, „რუსთავი 2“-მა უფრო ფართო სპექტრით წარმოადგინა პრეზიდენტის აქტივობები, ხოლო „იმედმა“ მეტი ყურადღება მიაქცია პრემიერმინისტრის საქმიანობას.

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 6-19 ივლისი.



დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 6-19 ივლისი.



კვლევის მეორე ეტაპზე, 2012 წლის 22-25 ივლისს, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კისის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშვების მიერ გაშუქებული პრიორიტეტული თემების მნიშვნელოვნება (პირადად მათთვის) და მოეხდინათ მათი რანგირება. თემების ჩამონათვალი ასეთი სახით იქნა შედგენილი:

1. ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქართული ოცნების“ კრიტიკა;
2. ეროვნულ დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI) წინასაარჩევნო კვლევა;
3. ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმების შემდგომი პროცესი („ქართუ ჯგუფის“, „ცივინათელას“ და „ელიტა ბურჯის“ პრობლემები);
4. ტელეკომპანია “მაესტროს” ანტენების დაყადაღება;
5. სამთავრობო ცვლილებების კრიტიკული შეფასება.

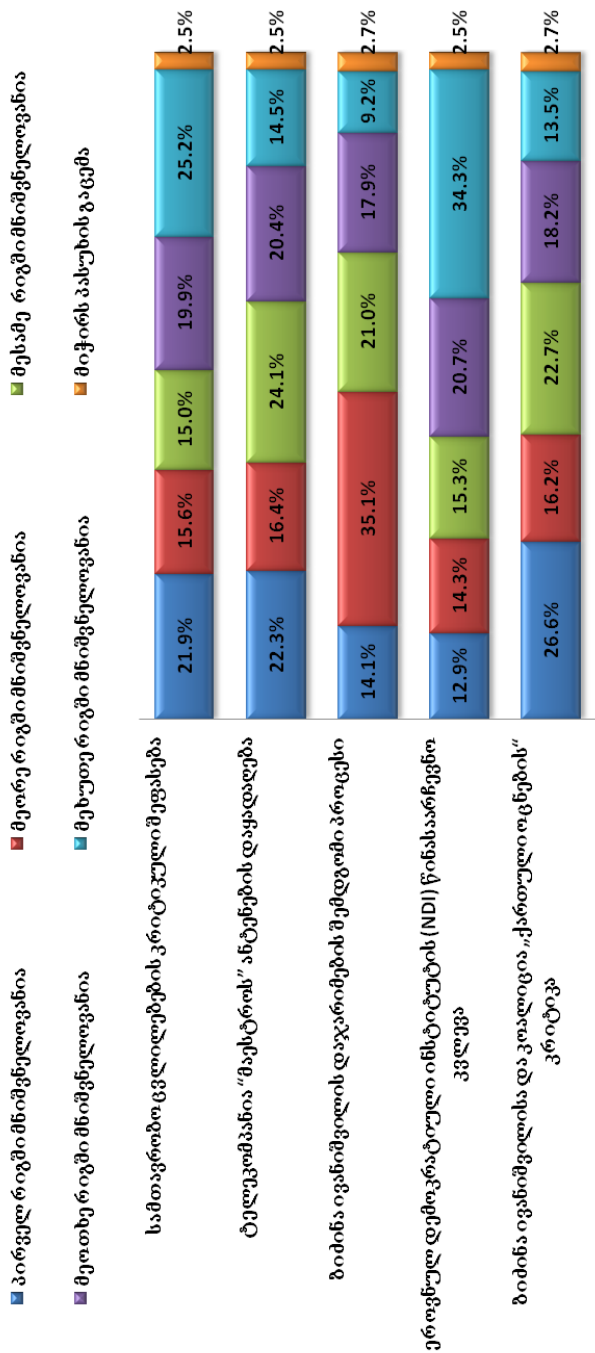
თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ „რეალ TV-ს“, „რუსთავი 2“-ისა და „იმედის“ მიერ გაშუქებული პირველი პრიორიტეტული თემა (ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქარ-

თული ოცნების“ კრიტიკა) გამოკითხული მოსახლეობის ყველაზე დიდი ნაწილისთვის - 26.6%-სთვისაა - მნიშვნელოვანი (დიაგრამა №3). ამ თემას მცირედით ჩამორჩება „მაესტროს“ (ტელეკომპანია „მაესტროს“ ანტენების დაყადაღება) და „მე-9 არხის“ (სამთავრობო ცვლილებების კრიტიკული შეფასება) თემები - ისინი, შესაბამისად, გამოკითხული მოსახლეობის 22.3% და 21.9%-სთვის არის მნიშვნელოვანი. ტელეკომპანია „კავკასიის“ პირველი პრორიტეტული თემა (ბიძინა ივანიშვილის დაჯარიმების შემდგომი პროცესი) თბილისის მოსახლეობის მხოლოდ 14.1%-ისთვისაა მნიშვნელოვანი. თუმცა, ეს თემა მეორე რიგში მნიშვნელოვან თემებს შორის ყველაზე მაღალი მაჩვენებლითაა წარმოდგენილი - იგი მეორე რიგში მნიშვნელოვანია გამოკითხული მოსახლეობის 35.1%-სთვის. „პირველი არხის“ პირველი პრორიტეტული თემა - ეროვნულ დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI) წინასაარჩევნო კვლევა - გამოკითხულთა მხოლოდ 12.9%-სთვის აღმოჩნდა ყველაზე მნიშვნელოვანი.

ასევე, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ იმ საკითხებიდან, რომელთა შესახებაც მოქალაქეები ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას, პირველ და მეორე ადგილს კვლავ პოლიტიკური თემები იკავებს: საარჩევნო პროგრამების (დაპირებების) შესრულების მექანიზმები - 19.5% და კანდიდატების საქმიანობა - 14.5%. მესამე პრორიტეტი, წინა პერიოდების მსგავსად, ამჯერადაც დასაქმების/უმუშევრობის პრობლემების მოგვარებას მიენიჭა - 10%. დიაგრამა №3 აჩვენებს ასევე სხვა საკითხებს, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას.

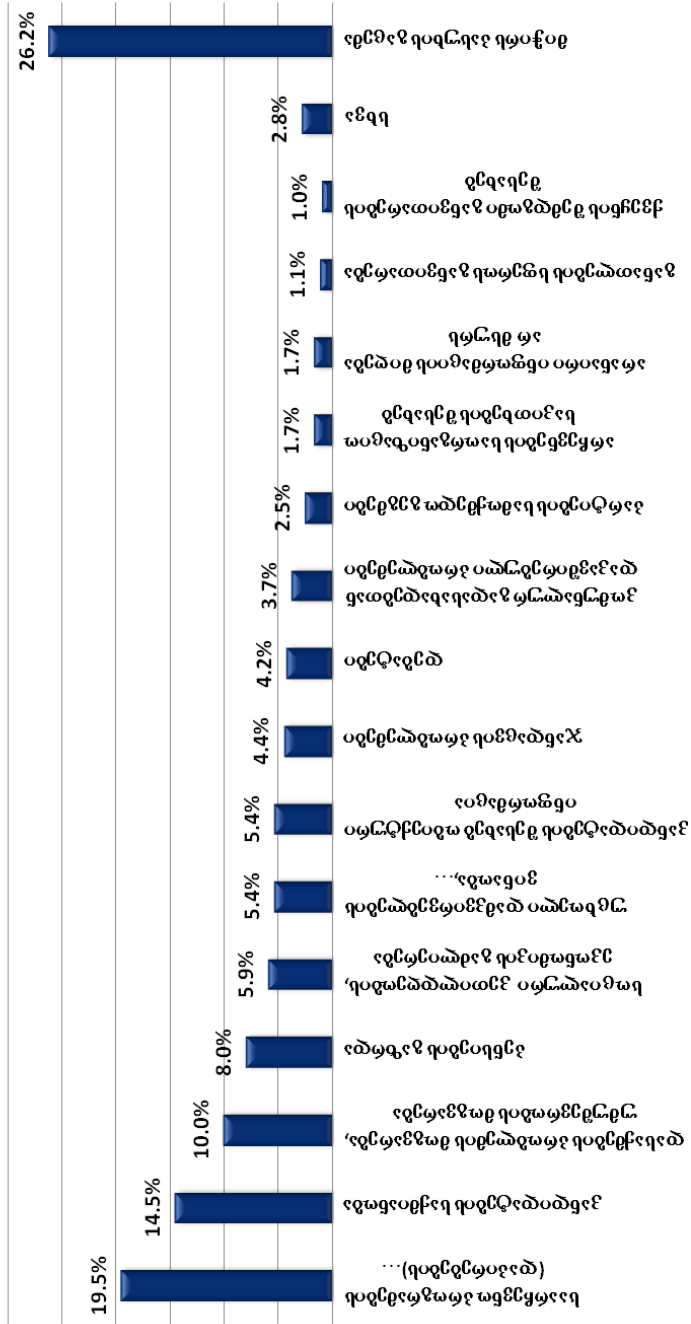
კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?**“

დიაგრამა №3. თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 6 — 19 ივლისის ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პრიორიტეტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.



დიაგრამა №4. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედი-ისგან ინფორმაციის მიღება, 2012 წლის 22-25 ივლისი.

არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გასურთ ინფორმაციის მიღება?



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მეცხრე პერიოდი: 20 ივლისი - 2 აგვისტო, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „რეალ TV“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მინოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეცხრე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 20 ივლისიდან 2 აგვისტოს ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას.

2012 წლის 20 ივლისიდან 2 აგვისტოს ჩათვლით, მოცემულ ანგარიშში ჩართული ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამომავლებების მიერ 6 სხვადასხვა თემა გაშუქდა ყველაზე ინტენსიურად. ამჯერად, ტელევიზიების პირველი პრიორიტეტული თემები კიდევ უფრო ნაკლებად დაემთხვა ერთმანეთს, ვიდრე ოდესმე მონიტორინგის პერიოდში, 2012 წლის 2 აპრილიდან მოყოლებული (დიაგრამა №1, დიაგრამა №2). პირველ პრიორიტეტულ თემად გაშუქებულ იქნა შემდეგი თემები:

1. პარტიების საარჩევნო პროგრამები (პირველი არხი);
2. პრეზიდენტი სტიქიით დაზარალებულებს ეხმარება („იმედი“);
3. ქართველი სპორტსმენები ოლიმპიადაზე („რუსთავი 2“);
4. ბიძინა ივანიშვილის კავშირები რუსეთში (რეალ TV);
5. მთავრობის დახმარება სტიქიით დაზარალებული მოსახლეობის მიმართ („კავკასია“, „მაესტრო“);
6. ზენოლა მედიაზე („მეცხრე არხი“).

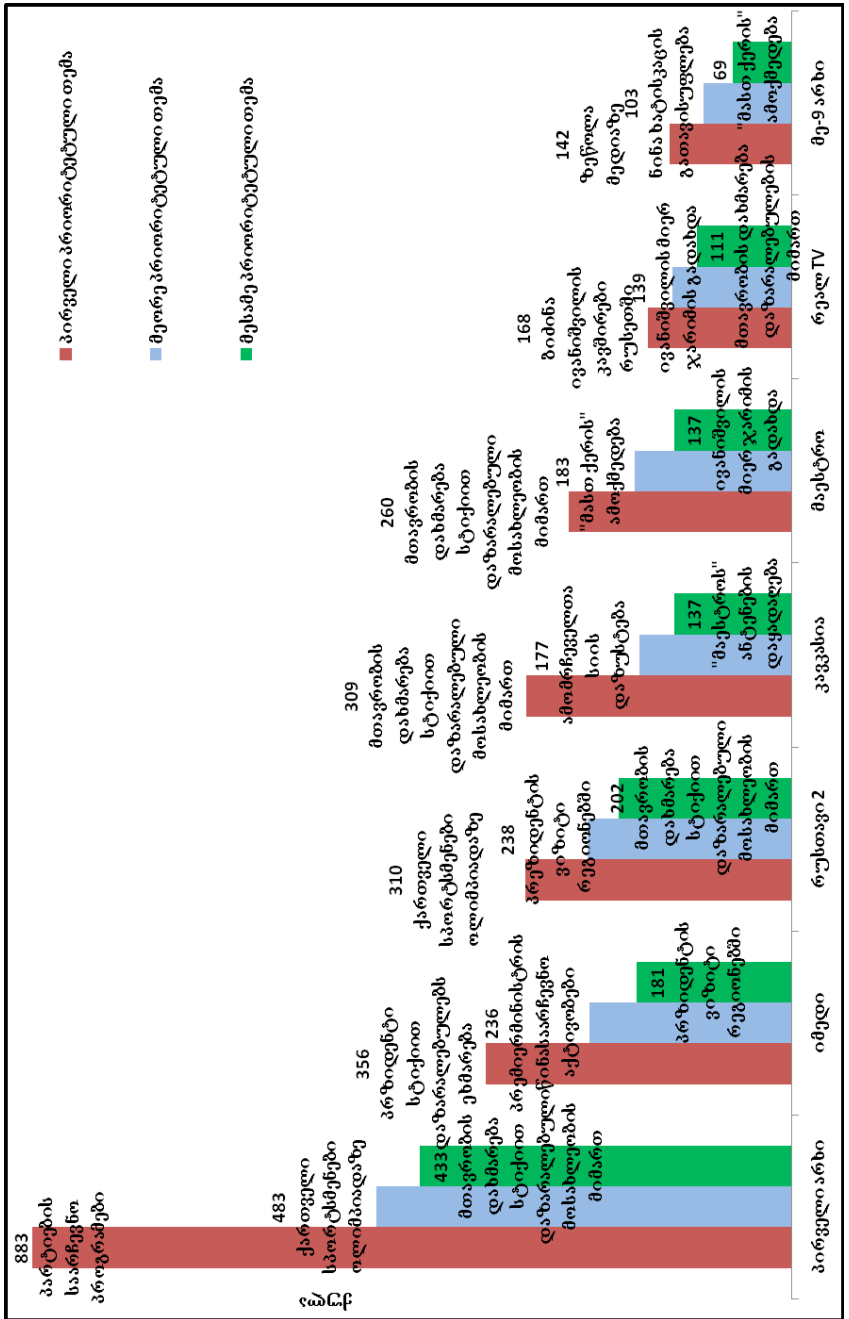
როგორც ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების ჩამონათვალი გვიჩვენებს, ამჯერად დაემთხვა მხოლოდ ორი ტელევიზიის - „მაესტროსა“ და „კავკასიის“ მთავარი თემა („მთავრობის დახმარება სტიქიით დაზარალებული მოსახლეობის მიმართ“). „იმედისა“ და „რუსთავი 2“-ის ეთერში პრიორიტეტული თემები, ძირითადად, ეხება პრეზიდენტს, პრემიერმინისტრსა და მთავრობას. „რეალ ტვ“ ბიძინა ივანიშვილზე ამახვილებს ყურადღებას; „მეცხრე არხი“ კი - მედიის პრობლემებსა და ინფორმაციის ხელმისაწვდომობაზე. დანარჩენი ტელეკომპანიების საინფორმაციო პრიორიტეტები უფრო მრავალფეროვანია და სხვადასხვა საკითხს ეხება.

მოცემულ საანგარიშო პერიოდში ყველაზე ხშირად გაშუქებული თემა იყო მთავრობის დახმარება სტიქიით დაზარალებული მოსახლეობის მიმართ. აღსანიშნავია, რომ ტელევიზიები თავისი საინფორმაციო აქცენტებით ერთმანეთისგან მიჯნავენ პრეზიდენტის, პრემიერმინისტრისა და მთავრობის ქმედებებს სტიქიით დაზარალებულთა დახმარების კუთხით.

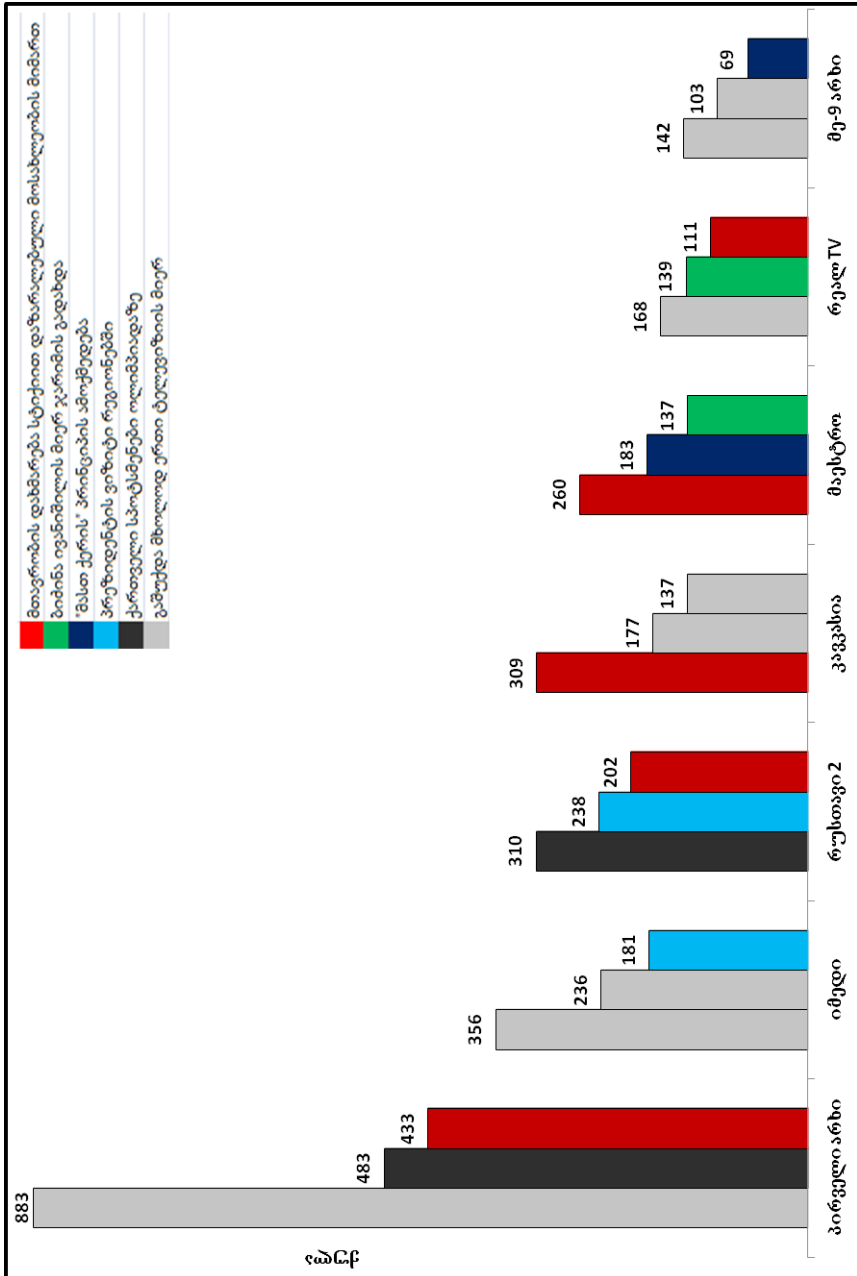
მოცემულ საანგარიშო პერიოდში, მხოლოდ სამ ტელევიზიას - „იმედს“, „მეცხრე არხს“ და „კავკასიას“ - აქვს ორ-ორი ექსკლუზიური თემა, რომელიც პრიორიტეტულად შუქდება მხოლოდ ამ ტელევიზიების მიერ. „იმედის“ ექსკლუზიურ თემებს შორისაა პრეზიდენტის სტიქიით დაზარალებულებისთვის დახმარება და პრემიერ-მინისტრის სტიქიით დაზარალებულებისთვის დახმარება. „კავკასია“ ექსკლუზიურ ინტენსიურ თემებად ამომრჩეველთა სიის დაზუსტებას და „მაესტროს“ ანტენების დაყადაღებას აშუქებს, ხოლო „მე-9“ არხი - მედიაზე ზენოლას და ნანა ხატისკაცის სამსახურიდან გათავისუფლებას. პრიორიტეტულად გაშუქებული ექსკლუზიური თემები, სავარაუდოდ, ამ ტელეკომპანიების საინფორმაციო პოლიტიკის აქცენტებზე მიაანიშნებს. საინტერესოა, რომ „მაესტროს“ ანტენების დაყადაღების თემა მოხვდა „კავკასიის“ პრიორიტეტულ თემებს შორის და არ მოხვდა თავად ტელეკომპანია „მაესტროს“ სამ პრიორიტეტულ თემას შორის.

ზოგადად, საანგარიშო პერიოდში პრიორიტეტულ თემებს ყველაზე ინტენსიურად პირველი არხი აშუქებდა, ყველაზე ნაკლებად ინტენსიურად - მეცხრე არხი. ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად გაშუქდა თემა „პარტიების საარჩევნო პროგრამები“ (პირველი არხი, 883 ქულა).

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 20 ივლისი - 2 აგვისტო.



დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხედრა - საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 20 ივლისი - 2 აგვისტო.



კვლევის მეორე ეტაპზე, 2012 წლის 5-8 აგვისტოს, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კომისის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ თითოეული ამ თემის მნიშვნელოვნება პირადად მათთვის და მოეხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე რიგში, მესამე, მეოთხე, მეხუთე და მეექვსე რიგში მნიშვნელოვნების მიხედვით. თემების ჩამონათვალი ასეთი სახით იქნა შედგენილი:

1. პარტიების საარჩევნო პროგრამები;
2. პრეზიდენტი სტიქიით დაზარალებულებს ეხმარება;
3. ქართველი სპორტსმენები ოლიმპიადაზე;
4. ბიძინა ივანიშვილის კავშირები რუსეთში;
5. მთავრობის დახმარება სტიქიით დაზარალებული მოსახლეობის მიმართ;
6. ზენოლა მედიაზე.

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ „რუსთავი 2-ის“ მიერ გაშუქებული პირველი პრიორიტეტული თემა (ქართველი სპორტსმენები ოლიმპიადაზე) თბილისის მოსახლეობის 29.6%-ისთვისაა მნიშვნელოვანი (დიაგრამა №3), ხოლო „რეალ TV“-

ს მიერ გაშქებული პირველი ინტენსიური თემა (ბიძინა ივანიშვილის კავშირები რუსეთში) ყველაზე ნაკლები პროცენტით აღმოჩნდა პირველ რიგში მნიშვნელოვანი - 5.2%. დანარჩენი თემები შემდეგი რიგითობით აღმოჩნდა ყველაზე მნიშვნელოვანი გამოკითხულთათვის: პარტიების საარჩევნო პროგრამები (19.5%), პრეზიდენტი სტიქიით დაზარალებულებს ეხმარება (19.2%), მთავრობის დახმარება სტიქიით დაზარალებული მოსახლეობის მიმართ (14.1%) და ზენოლა მედიაზე (12.8%). აღსანიშნავია, რომ სტიქიით დაზარალებულთა დახმარებასთან დაკავშირებული ორივე თემა გამოკითხულთა მეოთხედზე მეტისთვის მეორე რიგში მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა.

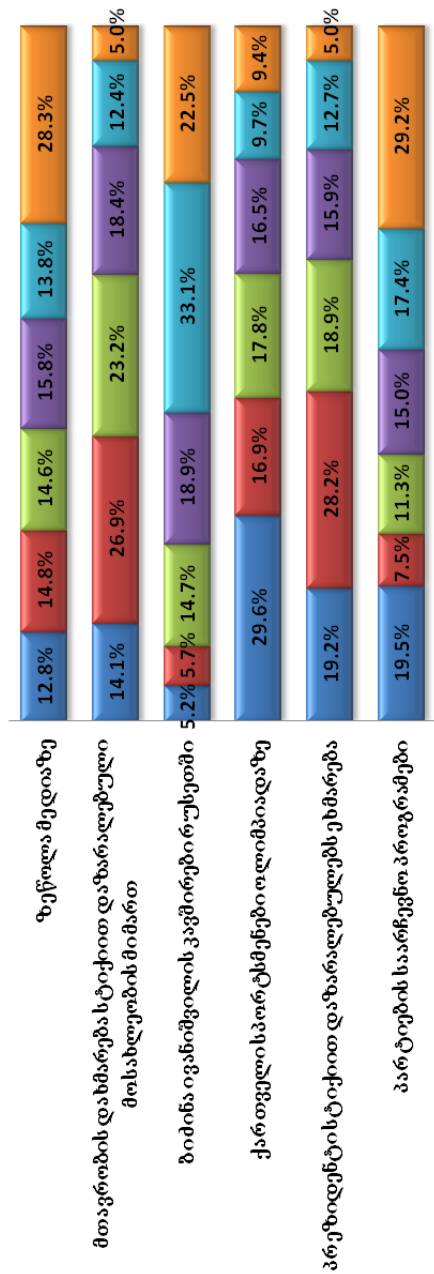
ასევე, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ იმ საკითხებიდან, რომელთა შესახებაც მოქალაქეები ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას, პირველ ადგილს იკავებს არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 28.4%; მეორე ადგილზე გამოჩნდა ახალი თემა: უცხოელი დამკვირვებლების ვინაობა, რაოდენობა და მოქმედების გეგმები - 12.4%, ხოლო გამოკითხულთა 9.5%-ს არანაირი ინფორმაციის მიღება არ სურს. დიაგრამა №4 აჩვენებს ასევე სხვა საკითხებს, რომელთა შესახებაც ისურვებდნენ გამოკითხულები მედიისგან ინფორმაციის მიღებას.

კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?**“

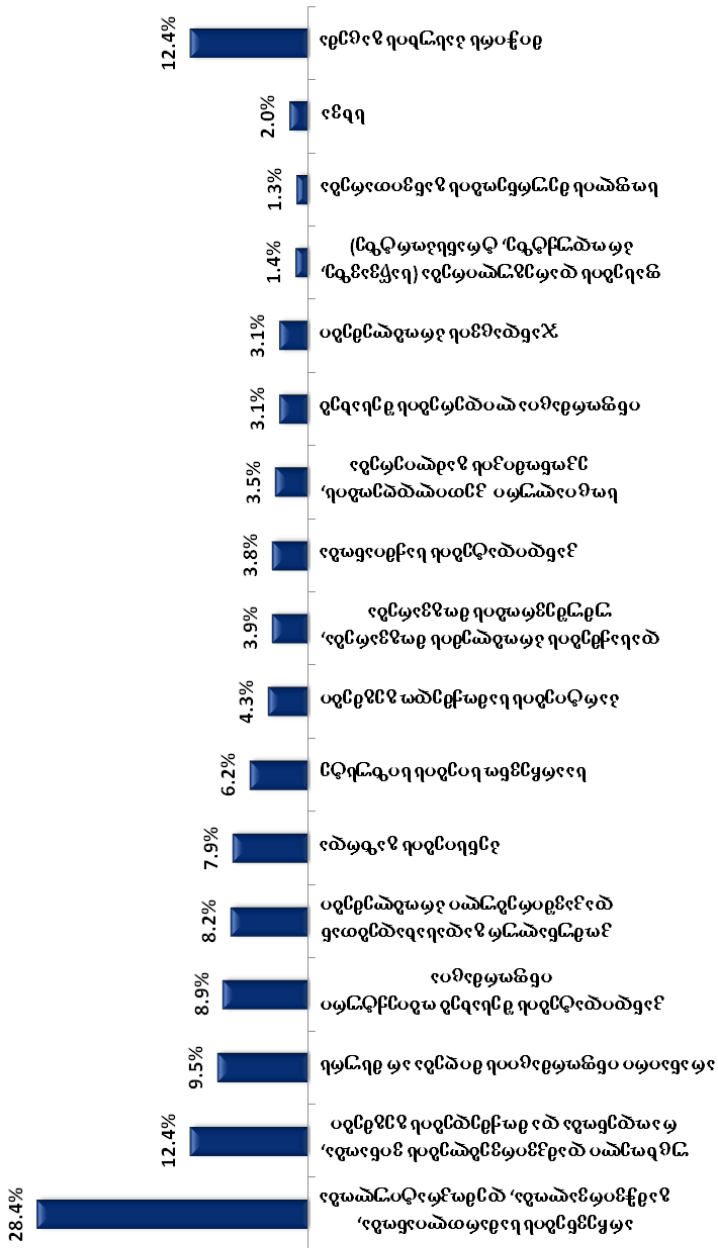
დიაგრამა №: თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 20 ივლისიდან 2 აგვისტოს ჩათვლით, ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებულ პრიორიტეტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.

■ პირველი რიგში მნიშვნელოვანია ■ მეორე რიგში მნიშვნელოვანია ■ მესამე რიგში მნიშვნელოვანია

■ მეოთხე რიგში მნიშვნელოვანია ■ მეხუთე რიგში მნიშვნელოვანია ■ მეექვსე რიგში მნიშვნელოვანია



დიაგრამა №4. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედი-ისგან ინფორმაციის მიღება, 2012 წლის 5-8 აგვისტო.



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მეათე პერიოდი: 3-17 აგვისტო, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (საზოგადოებრივი მაუნცებლის პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“, „რეალ TV“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მიწოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეათე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 3-17 აგვისტოს ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას.

2012 წლის 3-დან 17 აგვისტოს ჩათვლით, მოცემულ ანგარიშში ჩართული ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშვებების მიერ 3 თემა გაშუქდა ყველაზე ინტენსიურად (დიაგრამა №1, დიაგრამა №2):

1. პარტიების წინასაარჩევნო პროგრამები (პირველი არხი);
2. 2008 წლის აგვისტოს ომის 4 წლისთავი („იმედი“, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“);
3. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში („რეალ ტვ“);

მოცემულ საანგარიშო პერიოდში თემა „2008 წლის აგვისტოს ომის 4 წლისთავი“ - შვიდივე ტელევიზიამ პრიორიტეტულად გააშუქა, მათ შორის, ყველაზე ინტენსიურად ეს თემა გააშუქდა „იმედზე“ (832 ქულა), ხოლო ყველაზე ნაკლები ინტენსივობით - „კავკასიაზე“ (199 ქულა).

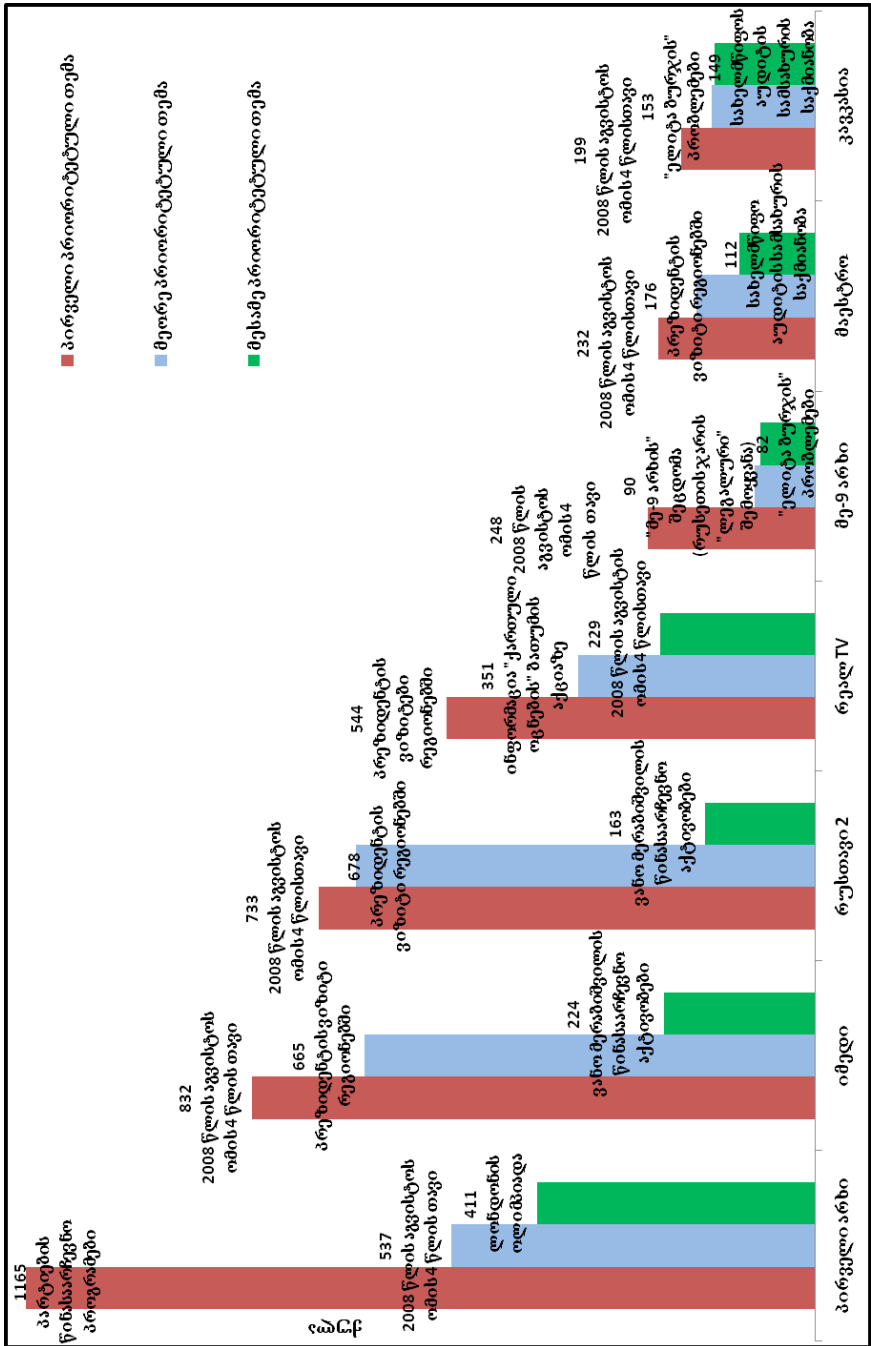
ამჯერად ისევ დაემთხვა „იმედისა“ და „რუსთავი 2“-ის სამი პრიორიტეტული თემის არა მხოლოდ შინაარსი, არამედ - ინტენსიურად გააშუქების თანმიმდევრობაც. აღნიშნულმა ტელევიზიებმა შემდეგი თემები გააშუქეს ყველაზე ინტენსიურად: 1. „2008 წლის აგვისტოს ომის 4 წლისთავი“; 2. „პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში“; 3. „ვანო მერაბიშვილის წინასაარჩევნო აქტივობები“. გასული კვირების მსგავსად, ნაციონალური არხები - „იმედი“ და „რუსთავი 2“ - კვლავ პრიორიტეტულად აშუქებენ პრეზიდენტისა და პრემიერმინისტრის საქმიანობას, ოლონდ, პრეზიდენტის ვიზიტები გაცილებით უფრო ინტენსიურად შუქდებოდა, ვიდრე - პრემიერმინისტრის აქტივობები.

პირველი არხის პრიორიტეტული თემების სამეულიდან ორი თემა საერთოდ არ გვხვდება სხვა ტელევიზიების პრიორიტეტულ სამეულებში - რაც ნიშნავს, რომ პირველი არხი აგრძელებს სხვა ტელევიზიებისგან განსხვავებულ საინფორმაციო პოლიტიკას. ზოგადად, მათე საანგარიშო პერიოდი გამოირჩეოდა ექსკლუზივების ნაკლებობით პრიორიტეტულად გააშუქებულ თემებს შორის. სულ ოთხი განსხვავებული თემა გააშუქდა ინტენსიურად და მათ შორის ორი - პირველ არხზე.

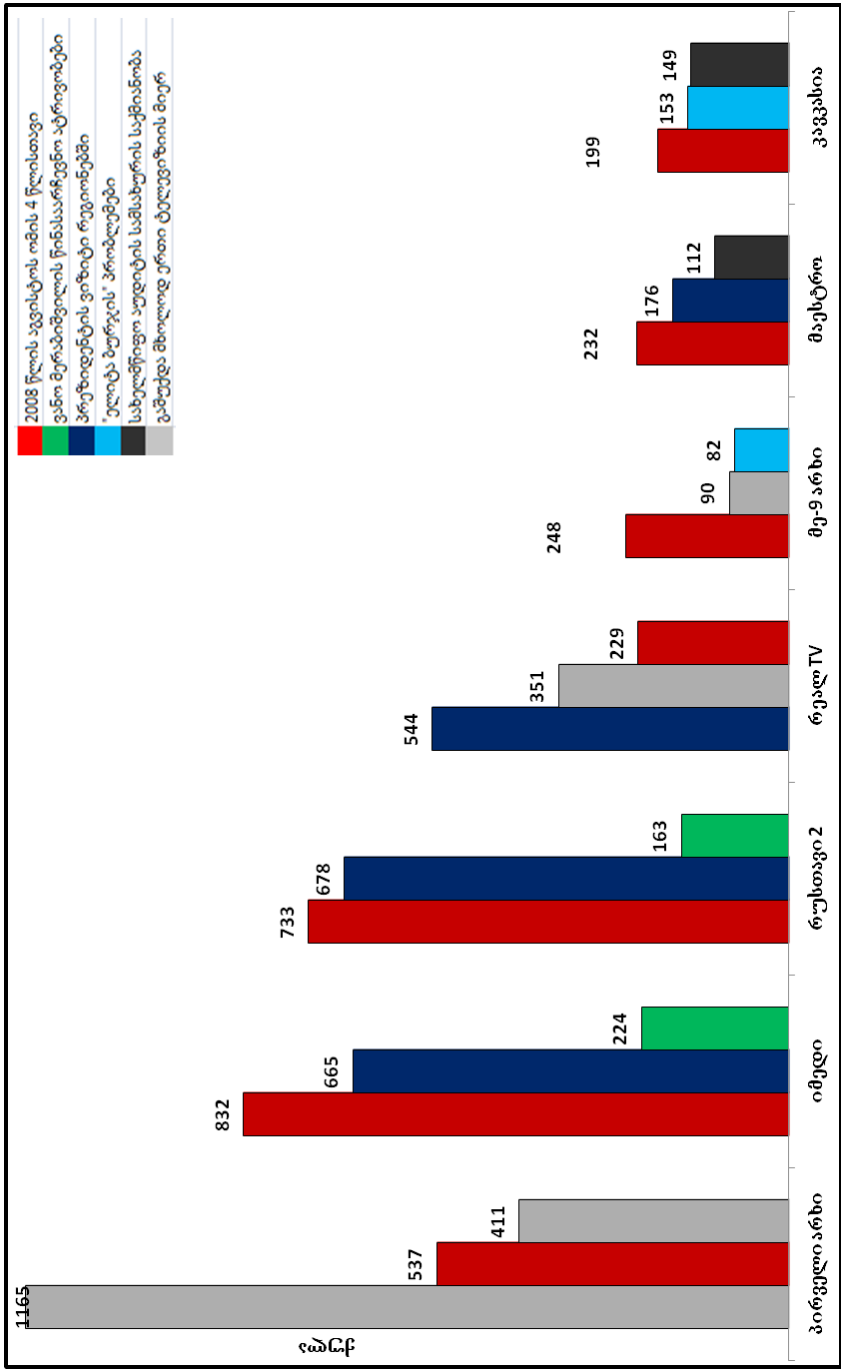
საანგარიშო პერიოდში „კავკასიის“, „მაესტროსა“ და „მეცხრე არხის“ ეთერში გამოჩნდა ინტერესი ორი თემის მიმართ, რაც სხვა არხების პრიორიტეტულ სამეულებში არ გვხვდება: „კომპანია „ელიტა ბურჯის“ პრობლემები“ და „სახელმწიფო აუდიტის სამსახურის საქმიანობა“.

3-17 აგვისტოს პერიოდში, პრიორიტეტული თემების გააშუქების ყველაზე მაღალი ჯამური ინტენსივობა ისევ პირველ არხს ჰქონდა, ხოლო ყველაზე დაბალი ინტენსივობა - „მეცხრე არხს“. ასევე, პირველ არხის, „რუსთავი 2“-ის, „იმედისა“ და „რეალ TV“-ის პირველი პრიორიტეტული თემის ქულა 544-დან („რეალ TV“) 1665-მდე (პირველი არხი) მერყეობდა, ხოლო „მეცხრე არხი“, „მაესტრო“ და „კავკასია“ გაცილებით უფრო დაბალი ინტენსივობით აშუქებდნენ პრიორიტეტულ სამეულს - მათი ქულები არ აღემატებოდა 248-ს („მეცხრე არხი“). ეს მონაცემები მიუთითებს, რომ „მეცხრე არხის“, „მაესტროსა“ და „კავკასიის“ ეთერით მაყურებელს უფრო მოკლე და მრავალფეროვანი სიუჟეტები მიეწოდებოდა, ვიდრე პირველი არხის, „რუსთავი 2“-ის, „იმედისა“ და „რეალ ტვ“-ს ეთერით.

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 3-17 აგვისტო.



დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 3-17 აგვისტო.



კვლევის მეორე ეტაპზე, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის ნევრთა სი-იდან კიშის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ თითოეული ამ თემის მნიშვნელობა პირადად მათთვის და მოხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე და მესამე რიგში მნიშვნელოვნების მიხედვით. თემების ჩამონათვალი ასეთი სახით იქნა შედგენილი:

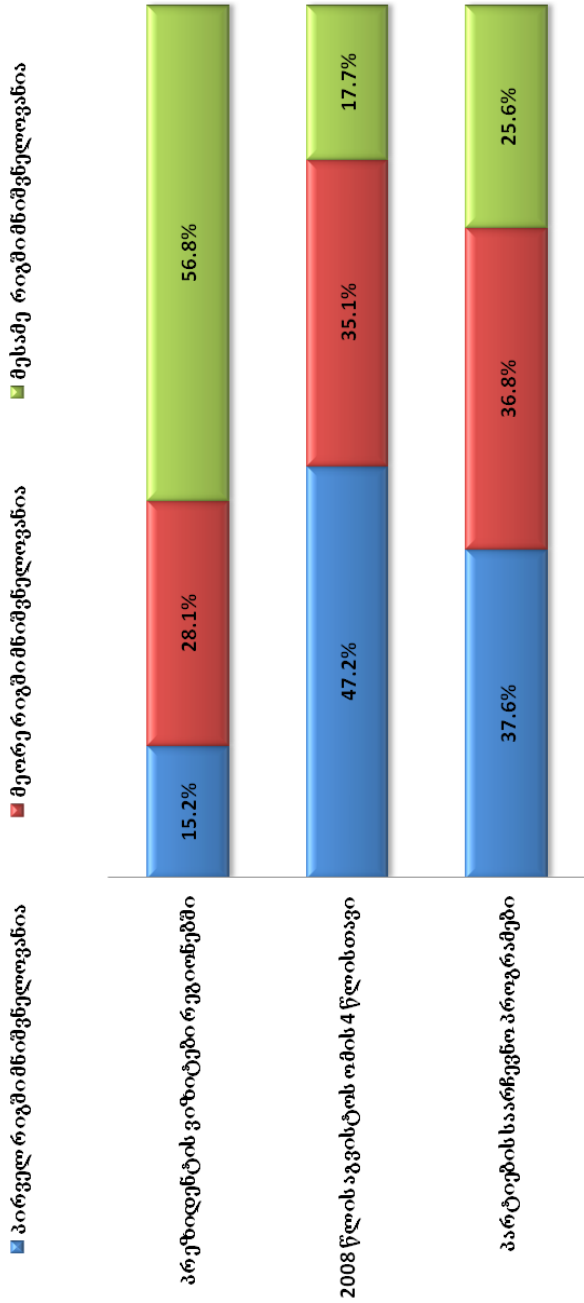
1. პარტიების წინასაარჩევნო პროგრამები;
2. 2008 წლის აგვისტოს ომის 4 წლისთავი;
3. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში;

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ 2008 წლის აგვისტოს ომის 4 წლისთავი თბილისის მოსახლეობის 47.2%-სთვისაა პირველ რიგში მნიშვნელოვანი (დიაგრამა №3), ხოლო პარტიების წინასაარჩევნო პროგრამები - 37.6%-ისთვის. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში გამოკითხულთა მხოლოდ 15.2%-ისთვის აღმოჩნდა პირველ რიგში მნიშვნელოვანი. აღნიშნული თემა მეორე რიგში მნიშვნელოვნების მიხედვითაც ჩამორჩება დანარჩენ ორს და, შესაბამისად, გამოკითხულთა ნახევარზე მეტისთვის (56.8%-ისთვის) სამი თემიდან ყველაზე ნაკლებად მნიშვნელოვანია.

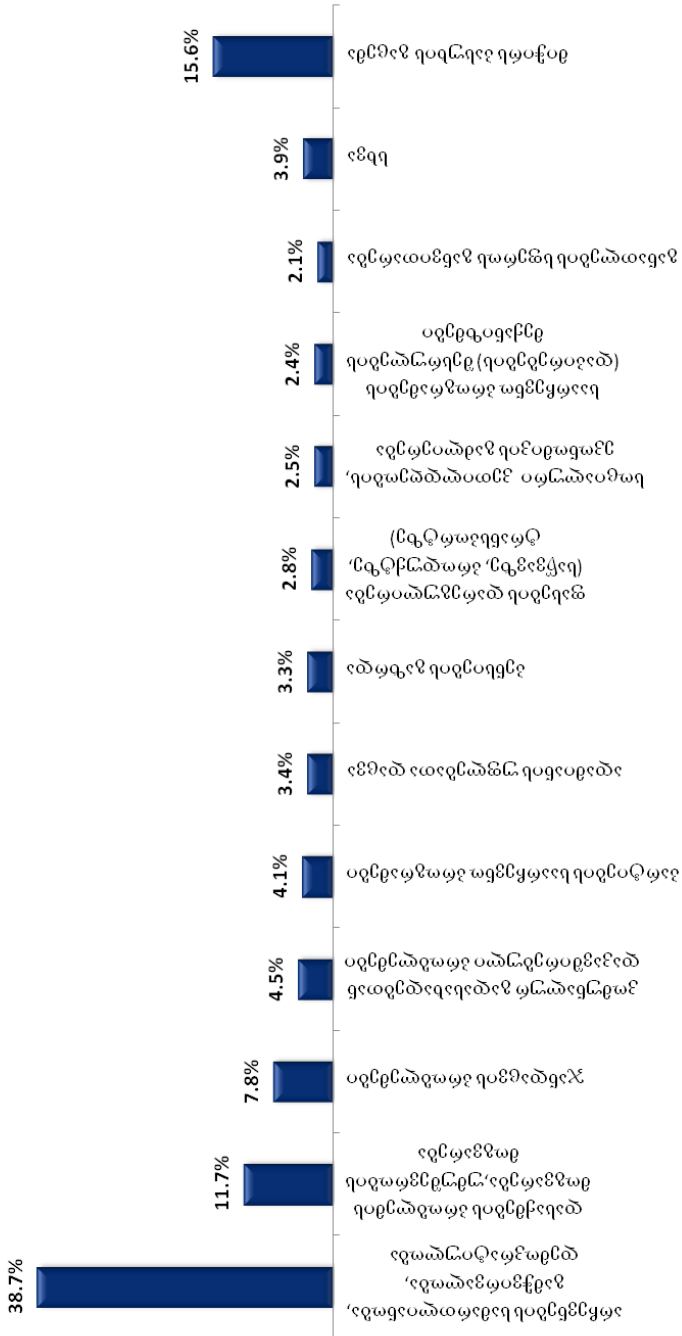
ასევე, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ იმ საკითხებიდან, რომელთა შესახებაც მოქალაქეები ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას, პირველ ადგილს იკავებს არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 38.7%; მეორე ადგილზეა დასაქმების პრობლემისა და უმუშევრობის მოგვარება - 11.7%, ხოლო მესამეზე - ჯანაცვის პრობლემები - 7.8%.

კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?“

დიაგრამა №3. თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 3-დან 17 აგვისტოს ჩათვლით ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებულ პრიორიტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.



დიაგრამა №4. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედი-ისგან ინფორმაციის მიღება, 2012 წლის 24-27 ივნისი.



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მე-11 პერიოდი: 17-30 აგვისტო, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“, „რეალ TV“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მინოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება. ასევე, პირველი ცხრა პერიოდის შემდეგ, გამოქვეყნდა მონიტორინგის შუალედური ანგარიში.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეთერთმეტე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 17-30 აგვისტოს 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას.

2012 წლის 17-30 აგვისტოს ჩათვლით, მოცემულ ანგარიშში ჩართული ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშვებების მიერ 3 თემა გაშუქდა ყველაზე ინტენსიურად (დიაგრამა №1, დიაგრამა №2).

1. პარტიების საარჩევნო პროგრამები (პირველი არხი);
2. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში („იმედი“);
3. სპეცოპერაცია ლოპოტის ხეობაში („რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“, „რეალ TV“).

მოცემულ საანგარიშო პერიოდში თემა - „სპეცოპერაცია ლოპოტის ხეობაში“ - შვიდივე ტელევიზიამ პრიორიტეტულად გააშუქა, ოღონდ, მეტ-ნაკლებად თანაბარი ინტენსივობით - გაშუქების ქულა მერყეობდა 490-დან („რუსთავი 2“) 313-მდე („კავკასია“).

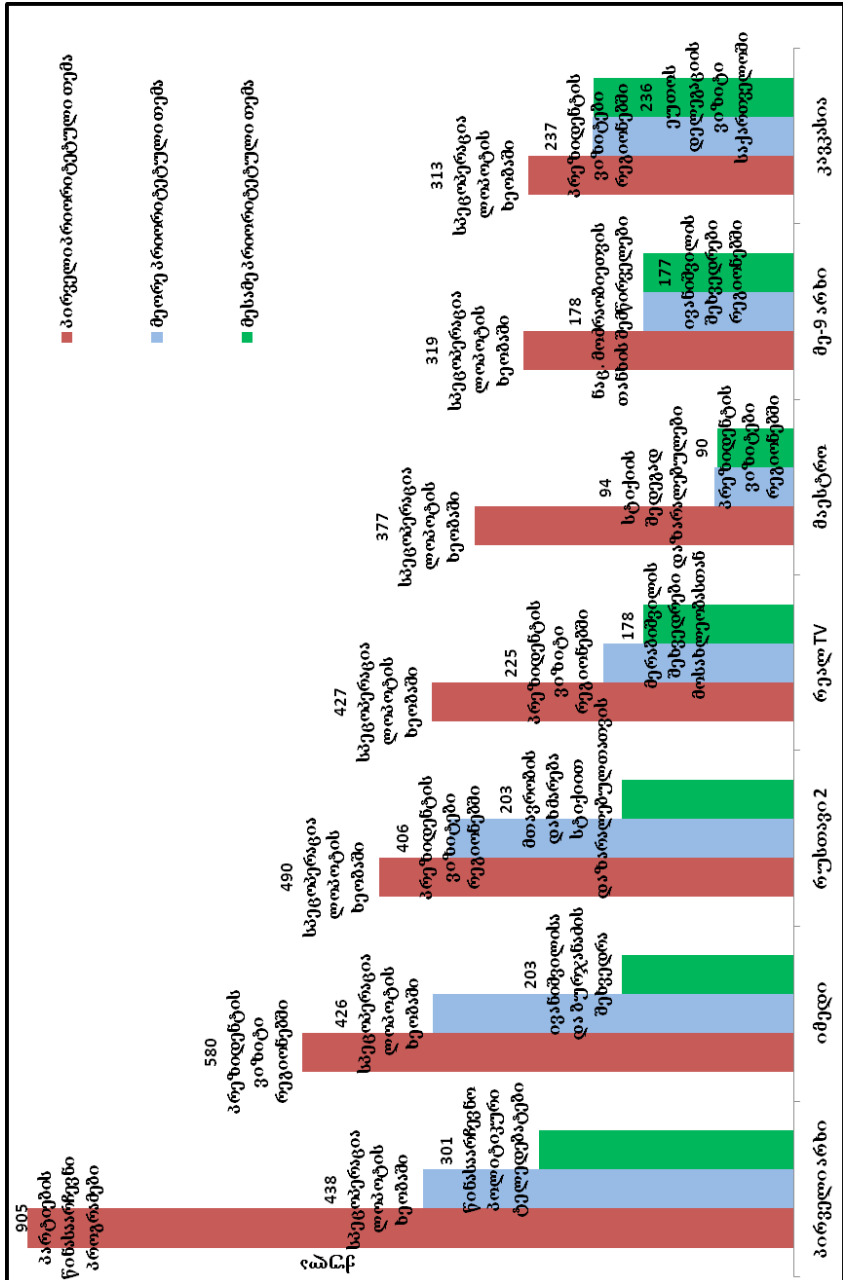
პრიორიტეტი შეინარჩუნა თემამ - „პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში“ - რომელიც ინტენსიურად გააშუქა ხუთმა ტელეკომპანიამ: „იმედმა“, „რუსთავი 2“-მა, „რეალ TV“-მ, „მაესტრომ“ და „კავკასიამ“. მათ შორის, „იმედმა“ და „რუსთავი 2“-მა ეს თემა გააშუქა შედარებით მაღალი ინტენსივობით - 580 და 406 ქულა, შესაბამისი თანმიმდევრობით. პირველი არხის და „მეცხრე არხის“ პრიორიტეტებში პრეზიდენტის რეგიონული ვიზიტების თემა საერთოდ ვერ მოხვდა.

მხოლოდ ერთი ტელევიზიის მიერ გაშუქებული პრიორიტეტული თემებიდან პირველი არხის ინტერესების სფეროში მოექცა პარტიების წინასაარჩევნო პროგრამები და წინასაარჩევნო პოლიტიკური ტელედებატები, „იმედმა“ გააშუქა ბიძინა ივანიშვილისა და ნინო ბურჯანაძის შეხვედრა, „რუსთავი 2“-მა მთავრობის დახმარება სტიქიით დაზარალებულთა მიმართ, „რეალ TV“-მ ვანო მერაბიშვილის შეხვედრები მოსახლეობასთან, „მაესტრომ“ - სტიქიის შედეგად დაზარალებულთა პრობლემები, „მე-9 არხმა“ - ნაციონალური მოძრაობისთვის თანხის შემწირველები და ბიძინა ივანიშვილის შეხვედრები რეგიონებში, „კავკასიამ“ კი - ეუთოს დელეგაციის ვიზიტი საქართველოში. ეს ჩამონათვალი მკაფიოდ აჩვენებს, თუ როგორ ნაწილდება საინფორმაციო აქცენტები ტელევიზიების მიხედვით.

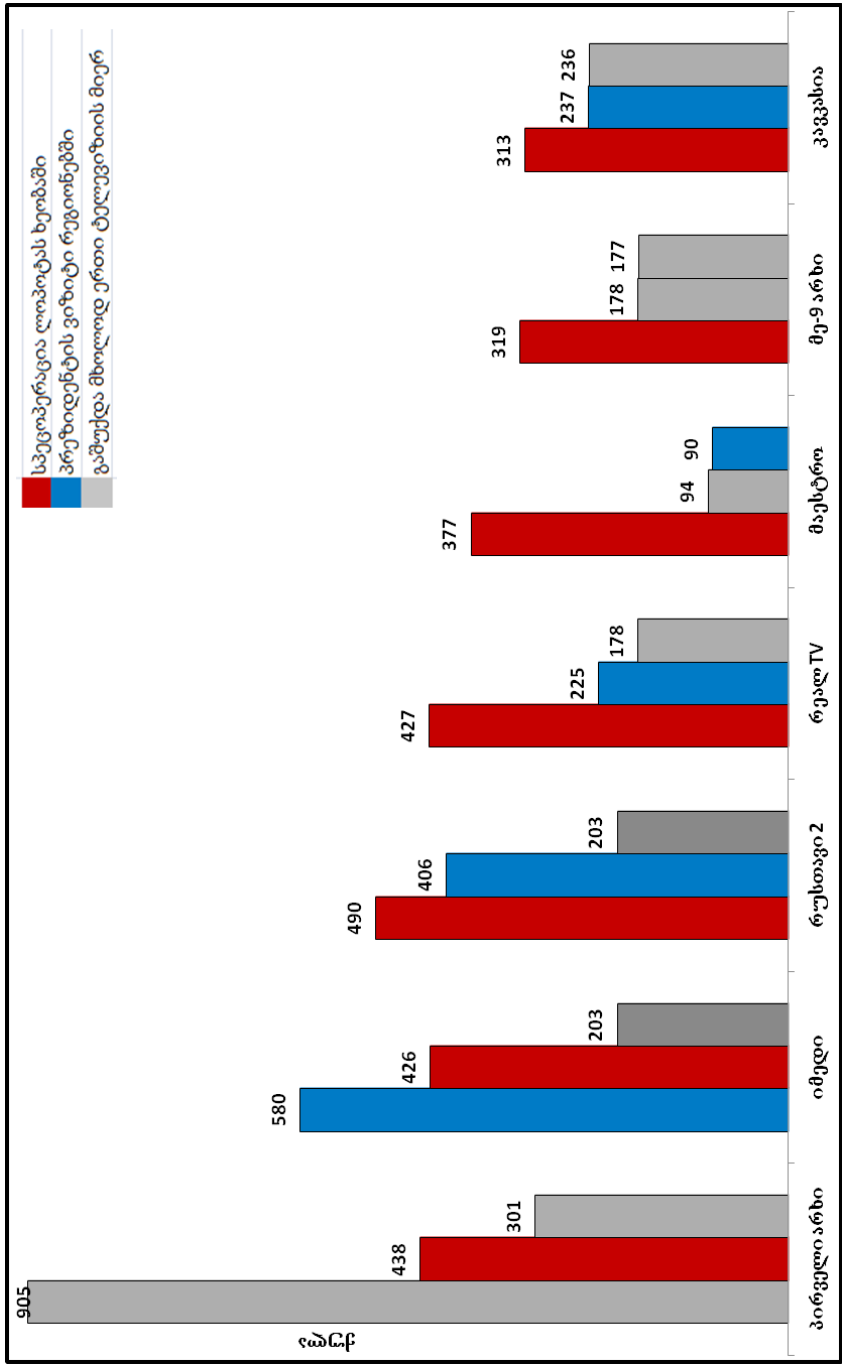
საანგარიშო პერიოდში, ხუთ ტელეკომპანიაში დაემთხვა ორი პრიორიტეტული თემა (სპეცოპერაცია ლოპოტის ხეობაში და პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში), რაც არ არის დამახასიათებელი ქართული სატელევიზიო სივრცისთვის.

17-30 აგვისტოს პერიოდში, პრიორიტეტული თემების გაშუქების ყველაზე მაღალი ინტენსივობა ისევ პირველ არხს ჰქონდა, ხოლო ყველაზე დაბალი ინტენსივობა - „მაესტროს“. პირველი არხის პირველი პრიორიტეტული თემის ქულა (905) მნიშვნელოვნად აღემატება რიგით მეორე ტელევიზიის პირველი პრიორიტეტული თემის ქულას (580).

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 17 - 30 აგვისტო.



დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 17 - 30 აგვისტო.



კვლევის მეორე ეტაპზე, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კიშის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ თითოეული ამ თემის მნიშვნელობა პირადად მათთვის და მოეხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე რიგში და მესამე რიგში მნიშვნელოვნების მიხედვით. თემების ჩამონათვალი ამგვარად ჩამოყალიბდა:

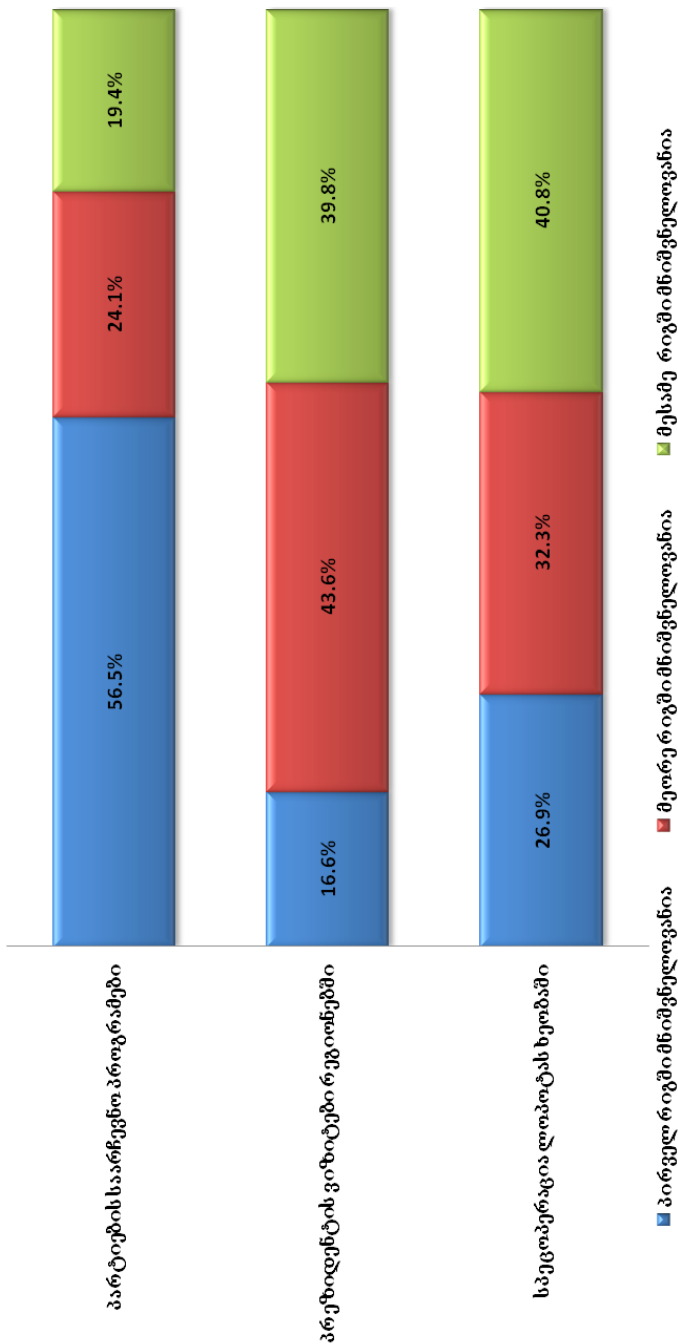
1. პარტიების საარჩევნო პროგრამები;
2. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში;
3. სპეცოპერაცია ლოპოტის ხეობაში.

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ პარტიების საარჩევნო პროგრამები თბილისის მოსახლეობის 56.5%-ისთვისაა პირველ რიგში მნიშვნელოვანი (დიაგრამა №3), ხოლო სპეცოპერაცია ლოპოტის ხეობაში 26.9%-ისთვის. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში გამოკითხულთა მხოლოდ 16.6%-ისთვის აღმოჩნდა პირველ რიგში მნიშვნელოვანი.

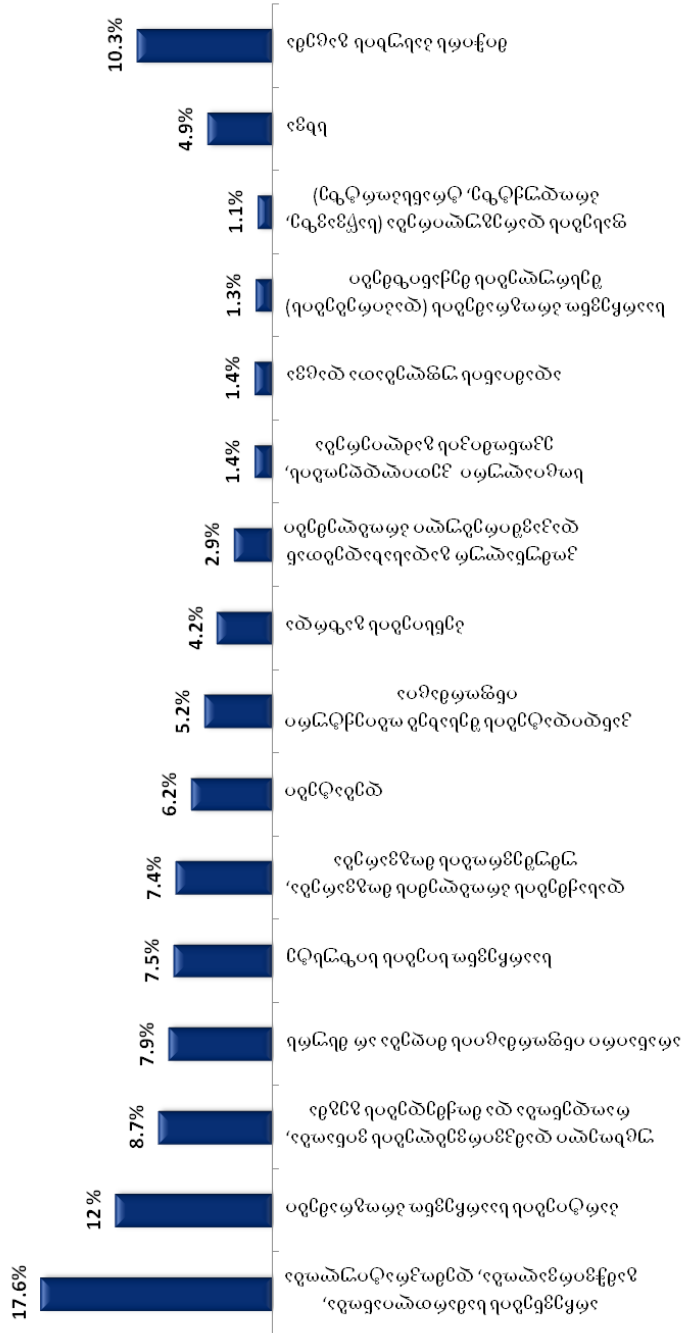
ასევე, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ იმ საკითხებიდან, რომელთა შესახებაც მოქალაქეები ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას, პირველ ადგილს იკავებს არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 17.6%; მეორე ადგილზეა პარტიების საარჩევნო პროგრამები 12%, ხოლო მესამეზე - უცხოელი დამკვირვებლების ვინაობა, რაოდენობა და სამოქმედო გეგმა - 8.7%.

კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „2012 წელი სა-პარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასამუალებებით?“

დიაგრამა №3. თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 17-30 აგვისტოს ჩათვლით ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პრიორიტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.



დიაგრამა №4. საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მედიისგან ინფორმაციის მიღება.



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მე-12 პერიოდი: 31 აგვისტო -13 სექტემბერი, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა ნინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“, „რეალ TV“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მინოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეთორმეტე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 31 აგვისტოდან 13 სექტემბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას. საანგარიშო პერიოდში ანგარიშში ჩართული ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშვებების მიერ შემდეგი 5 თემა გაშუქდა ყველაზე ინტენსიურად (დიაგრამა №1, დიაგრამა №2):

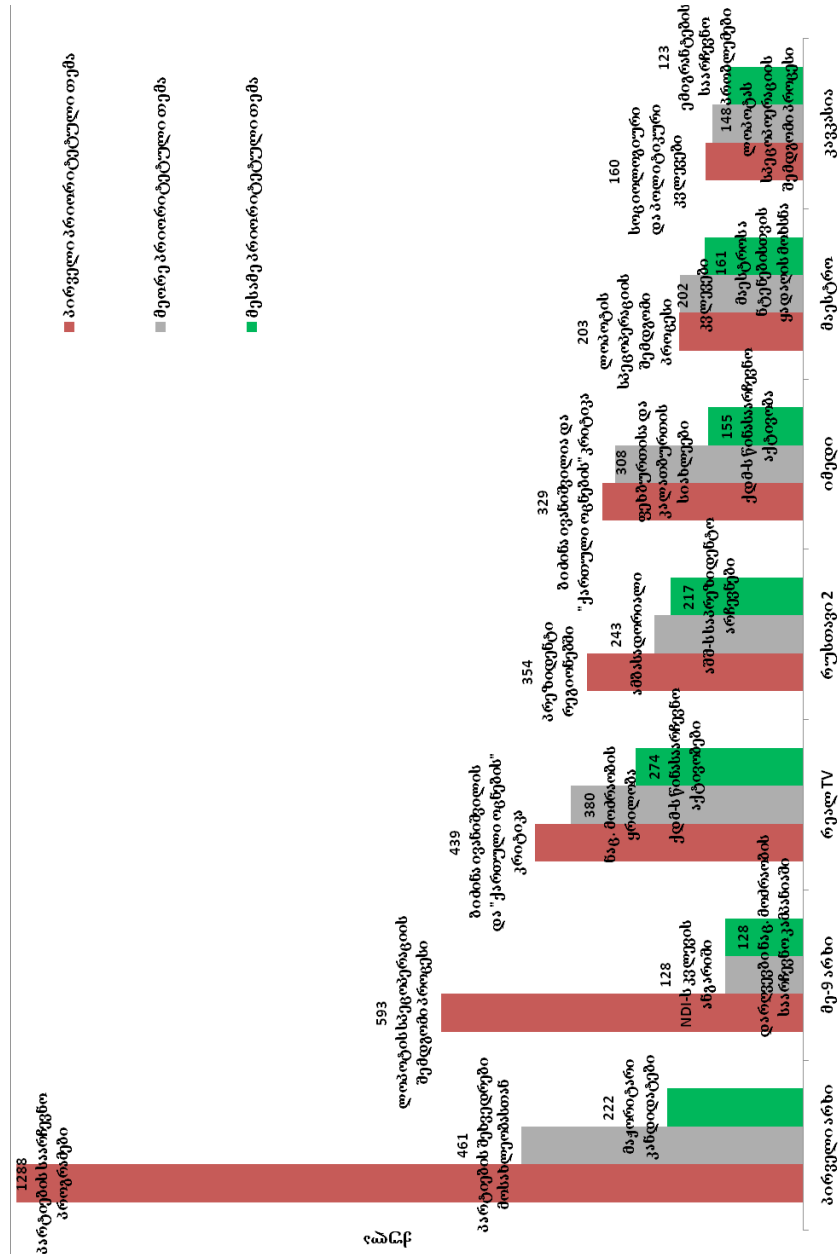
1. პარტიების საარჩევნო პროგრამები (პირველი არხი);
2. ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქართული ოცნების“ კრიტიკა („რეალ TV“, „იმედი“);
3. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში („რუსთავი 2“);
4. სოციოლოგიური და პოლიტიკური კვლევები („კავკასია“);
5. ლოპოტის სპეცოპერაციის შემდგომი პროცესი („მე-9 არხი“, „მაესტრო“).

„რეალ TV“-ს და „იმედს“ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემის გარდა (ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქართული ოცნების“ კრიტიკა) საერთო ჰქონდათ ასევე მე-3 პრიორიტეტული თემა - ქრისტიან-დემოკრატიული პარტიის წინასაარჩევნო კამპანია. ასევე, „მე-9 არხმა“ და „მაესტრომ“ ერთი და იგივე საკითხები გაშუქეს როგორც პირველ, ასევე მეორე პრიორიტეტულ თემად - ლოპოტის სპეცოპერაციის შემდგომი პროცესი და წინასაარჩევნო კვლევები. აღსანიშნავია, რომ „მე-9 არხმა“ ლოპოტის სპეცოპერაცია გაცილებით უფრო მაღალი ინტენსივობით გააშუქა, ვიდრე კვლევები - 588 ქულა 128-სთან შედარებით, ხოლო „მაესტრომ“ და „კავკასიამ“ ეს ორი საკითხი თითქმის ერთნაირი ინტენსივობით მიაწოდეს მაყურებელს.

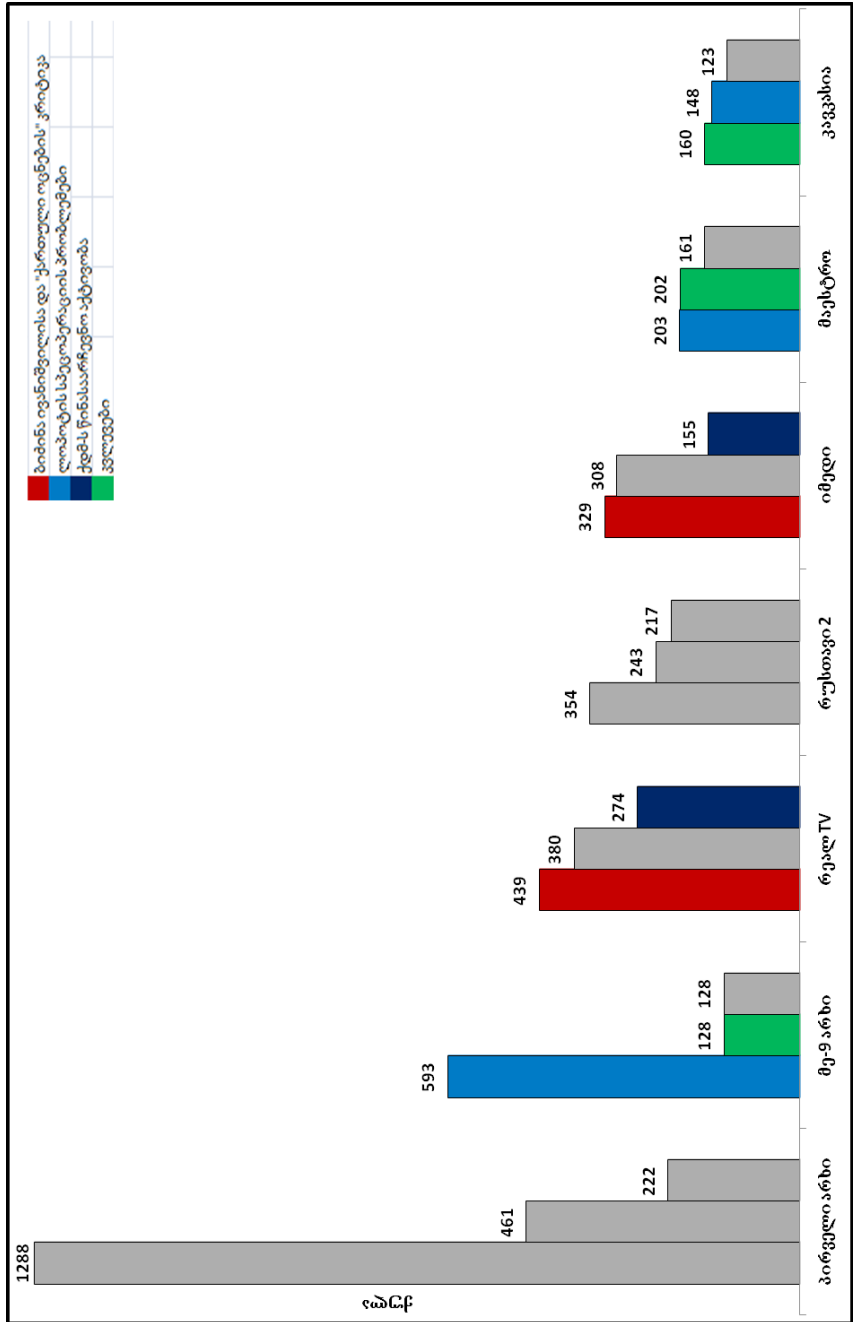
აღნიშნული ტელევიზიებისგან განსხვავებით, პირველი არხის და „რუსთავი 2“-ის ინტენსიური თემები არ დაემთხვა არც ერთი სხვა ტელევიზიის მიერ გაშუქებულ თემას. პირველი არხის სამივე ინტენსიური თემა წინასაარჩევნო პროცესს ეხებოდა - პარტიების საარჩევნო პროგრამები, შეხვედრები მოსახლეობასთან და მაჟორიტარი კანდიდატები. „რუსთავი 2“ კი ინტენსიურად აშუქებდა პრეზიდენტის შეხვედრებს რეგიონებში, ამბასადორიალს და აშშ-ს საპრეზიდენტო არჩევნებს.

მოცემულ საანაგარიშო პერიოდში, ისევე, როგორც 17-30 აგვისტოს პერიოდში, პრიორიტეტული თემების გაშუქების ყველაზე მაღალი ინტენსივობა ისევ პირველ არხს ჰქონდა, ხოლო ყველაზე დაბალი ინტენსივობა - „კავკასიას“. პირველი არხის პირველი პრიორიტეტული თემის ქულა (1288) მნიშვნელოვნად აღემატება რიგით მეორე ტელევიზიის პირველ პრიორიტეტულ თემას (593).

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 31 აგვისტო - 13 სექტემბერი.



დადგინდა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზიო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები 2012 31 აგვისტო - 13 სექტემბერი.



კვლევის მეორე ეტაპზე, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კომისის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ თითოეული ამ თემის მნიშვნელოვნება პირადად მათთვის და მოეხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე, მესამე, მეოთხე და მეხუთე რიგში მნიშვნელოვან თემებად. თემების ჩამონათვალი ასეთი სახით იქნა შედგენილი:

1. პარტიების საარჩევნო პროგრამები;
2. ბიძინა ივანიშვილისა და კოალიცია „ქართული ოცნების“ კრიტიკა;
3. პრეზიდენტის ვიზიტები რეგიონებში;
4. სოციოლოგიური და პოლიტიკური კვლევები;
5. ლოპოტის სპეცოპერაციის შემდგომი პროცესი.

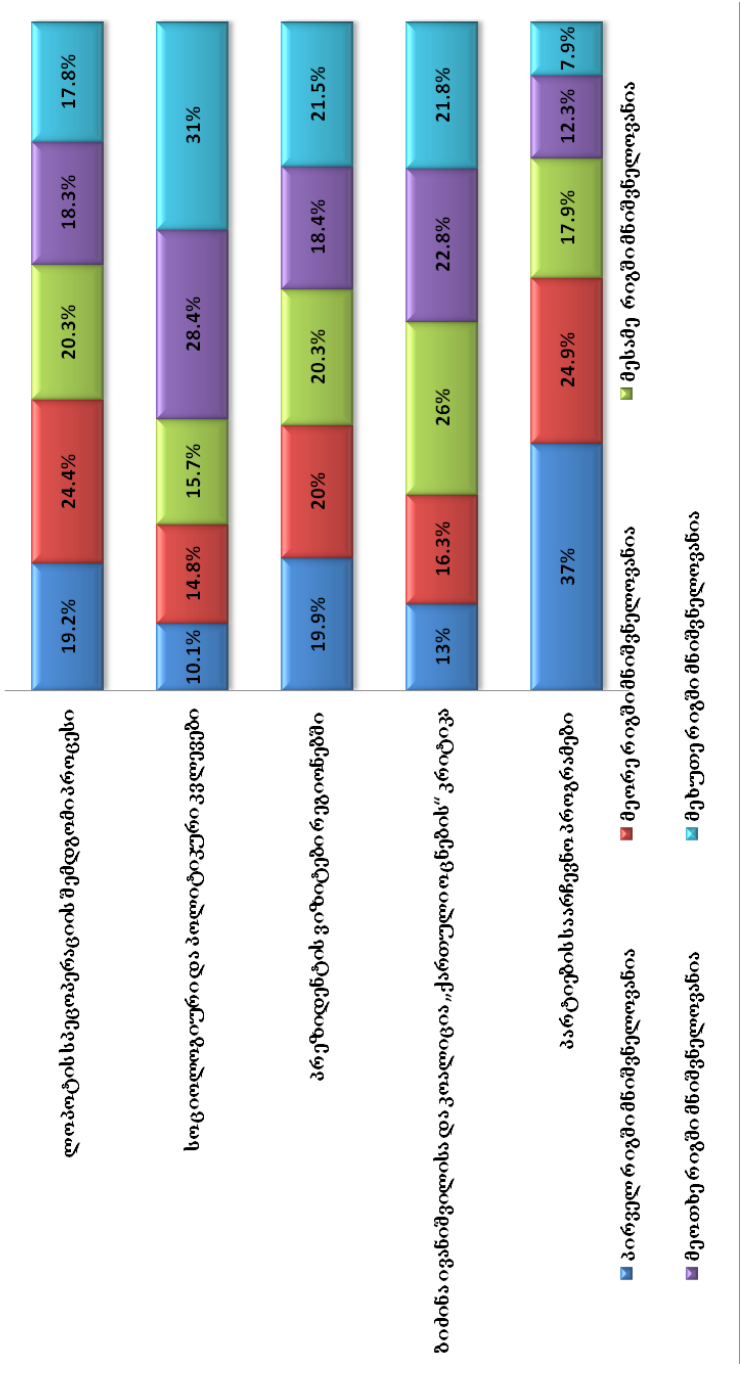
თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ პარტიების საარჩევნო პროგრამები თბილისის მოსახლეობის

37%-ისთვისაა პირველ რიგში მნიშვნელოვანი (დიაგრამა №3), ხოლო 19.9% ჩამოთვლილი თემებიდან პრეზიდენტის რეგიონებში ვიზიტებს ანიჭებს პირველ ადგილს. თითქმის იგივე რაოდენობა - 19.2% მიიჩნევს, რომ ლოპოტის სპეცოპერაციის შემდგომი პროცესია ყველაზე მნიშვნელოვანი. ბიძინა ივანიშვილის და ქართული ოცნების კრიტიკა მხოლოდ 13%-ისთვის აღმოჩნდა პირველ რიგში მნიშვნელოვანი, ხოლო კვლევები 10.1%-სთვის.

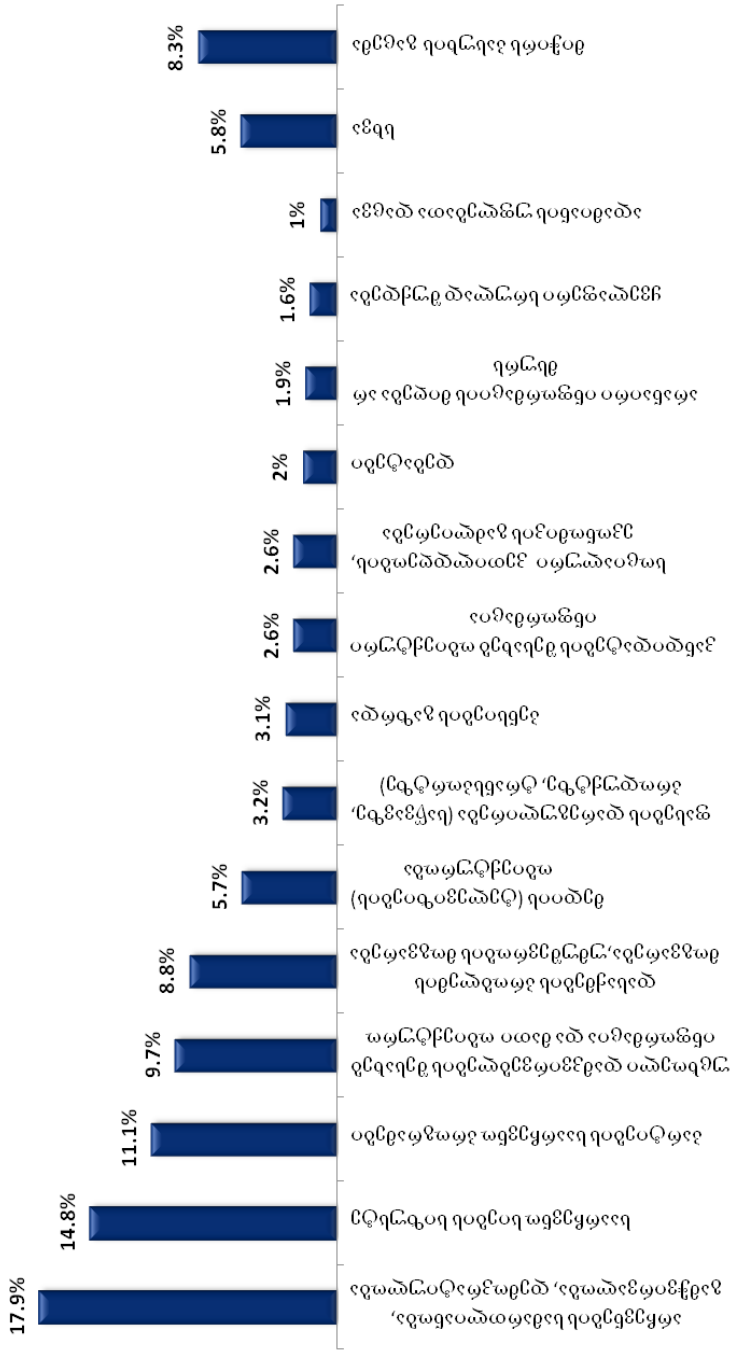
ასევე, თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ იმ საკითხებიდან, რომელთა შესახებაც მოქალაქეები ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას, პირველ ადგილს იკავებს არჩევნების სამართლიანობა, გამჭვირვალობა, დემოკრატიულობა - 17.9%; მეორე ადგილზეა საარჩევნო სიების სიზუსტე 14.8%, ხოლო მესამეზე - პარტიების საარჩევნო პროგრამები - 11.1%.

კითხვა ფორმულირებული იყო შემდეგი სახით: „**2012 წელი საპარლამენტო არჩევნების წელია. მოსალოდნელია, რომ ოქტომბერში დაგეგმილი არჩევნები კონკურენტული იქნება, ხოლო არჩევნების შედეგები - ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი. ახლა შეგეკითხებით, არჩევნებთან დაკავშირებით, რომელი თემების შესახებ გსურთ ინფორმაციის მიღება მედიასაშუალებებით?**“

დიაგრამა №3; თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 31 აგვისტოს - 13 სექტემბრის ჩათვლით ტელე-ვიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პრიორიტეტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.



დღაგრამა №4; საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები თბილისში - რა საკითხებზე სურს საზოგადოებას მელისგან ინფორმაციის მიღება.



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მე-13 პერიოდი: 14-27 სექტემბერი, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ (პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“, „რეალ TV“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მიწოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- *ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;*
- *ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;*
- *ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).*

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეცამეტე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 14-27 სექტემბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას.

2012 წლის 14-27 სექტემბრის პერიოდში მოცემულ ანგარიშში ჩართული ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშვებების მიერ შემდეგი 4 თემა გაშუქდა ყველაზე ინტენსიურად (დიაგრამა №1, დიაგრამა №2):

1. პარტიების საარჩევნო პროგრამები (პირველი არხი);
2. საფრანგეთის ეროვნული ჟანდარმერიის ვიდეომასალა გოგა ხაინდრავას შესახებ („რეალ TV“);
3. პატიმრების წამების თემა („იმედი“, „რუსთავი 2“, „მე-9 არხი“, „მაესტრო“);
4. პატიმრების წამებასთან დაკავშირებული საპროტესტო აქციები („კავკასია“).

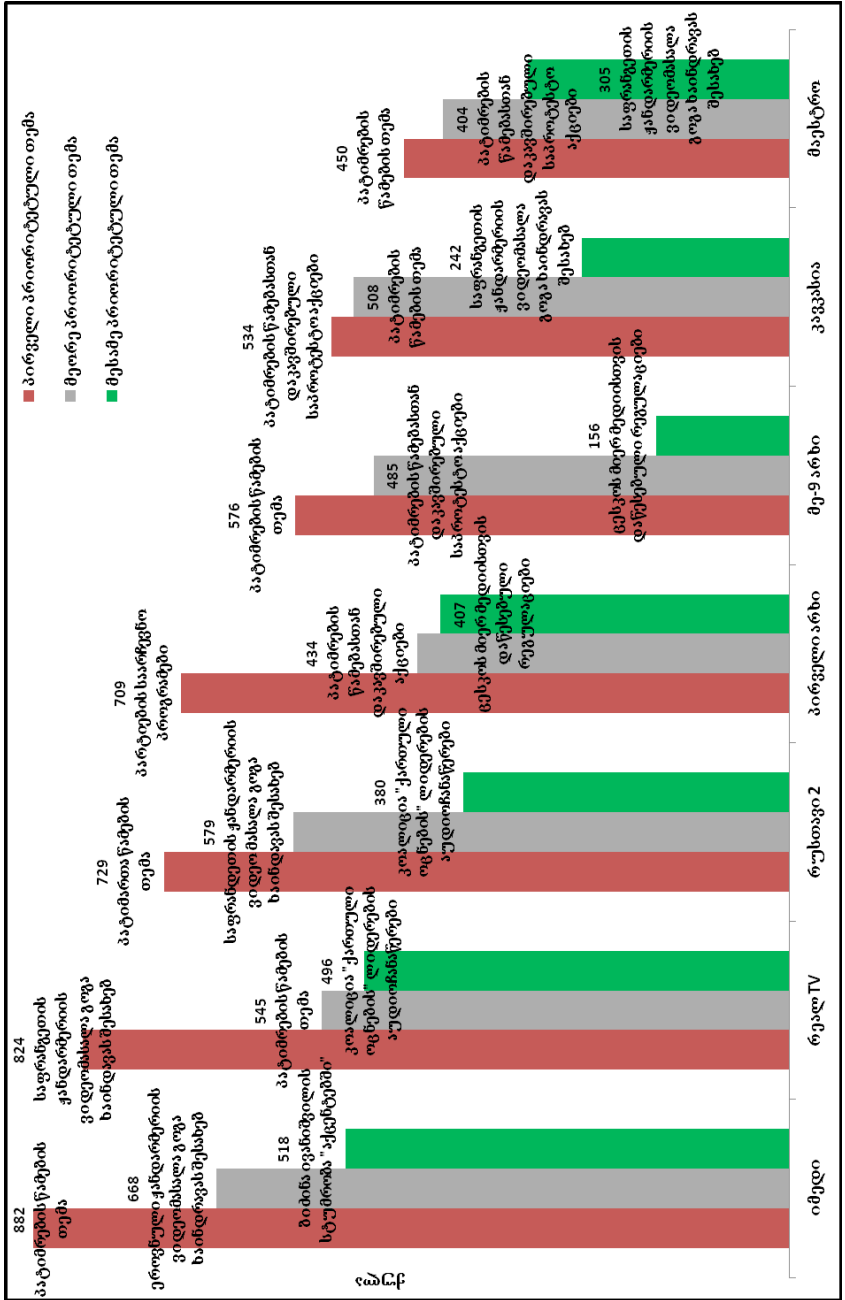
იმის მიუხედავად, რომ საანგარიშო პერიოდში გვაქვს ოთხი პრიორიტეტული თემა, ამ პერიოდში განსაკუთრებული დრო და ყურდღება დაეთმო ციხეში პატიმრების წამების თემას, რომელიც პრიორიტეტულად გააშუქა ყველა ტელევიზიამ, გარდა პირველი არხისა (მათ შორის, ოთხი ტელევიზიისთვის ეს თემა პირველი პრიორიტეტი იყო). ასევე, პატიმრების წამებასთან დაკავშირებული საპროტესტო აქციები პრიორიტეტულად გააშუქა ოთხმა ტელევიზიამ, ხოლო „კავკასიამ“ ყველაზე ინტენსიურად სწორედ ეს თემა მიაწოდა მაყურებელს.

მოცემულ საანგარიშო პერიოდში ტელევიზიები ძირითადად ერთსა და იმავე თემებს აშუქებდნენ პრიორიტეტულად და მხოლოდ ორ ტელევიზიას - პირველ არხს და „იმედს“ ჰქონდათ ინტენსიურ რეჟიმში ექსკლუზიურად გაშუქებული თითო თემა (პირველი არხისთვის ეს იყო პარტიების საარჩევნო პროგრამები, ხოლო „იმედისთვის“ - ბიძინა ივანიშვილის სტუმრობა პირველი არხის გადაცემაში „აქცენტები“.) კიდევ ერთი თემა, რომელიც პრიორიტეტულად გააშუქა ხუთმა ტელევიზიამ, ხოლო „რეალ ტვ“-მ - პირველ პრიორიტეტად, არის საფრანგეთის ეროვნული ჟანდარმერიის ვიდეომასალა გოგა ხაინდრავას შესახებ.

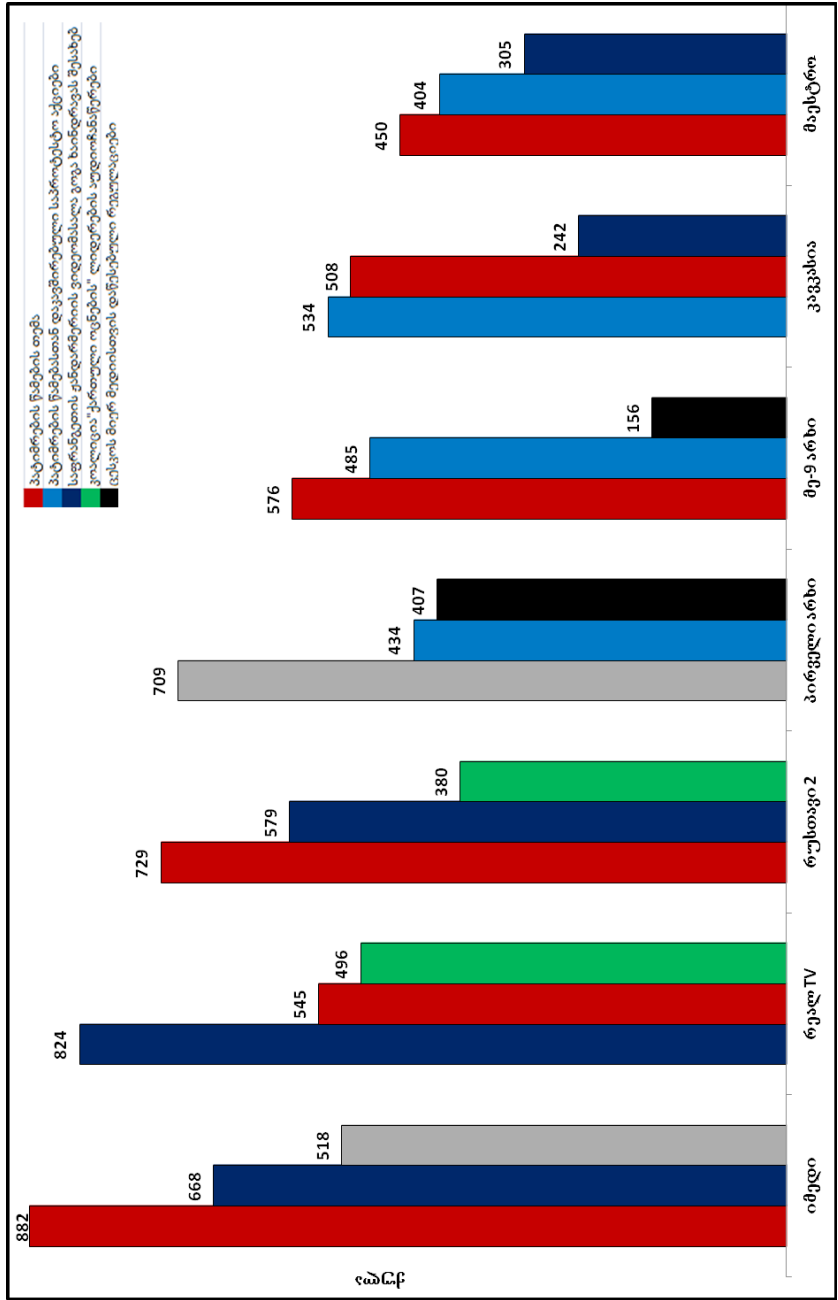
უნდა აღინიშნოს, რომ საანგარიშო პერიოდი დაემთხვა საპარლამენტო არჩევნების წინა ორკვირიან პერიოდს, რომელიც სხვა პერიოდებისგან გამოირჩეოდა კომპრომატებით, მძიმე კადრებით და საპროტესტო აქციებით, რაც მეტ-ნაკლებად ადეკვატურად აისახა სატელევიზიო ეთერებში.

რაც შეეხება გაშუქების ინტენსივობას, ყველაზე ინტენსიურად გაშუქდა პატიმრების წამების თემა „იმედის“ ეთერში (882).

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 14-27 სექტემბერი.



დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზიო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 14-27 სექტემბერი.



კვლევის მეორე ეტაპზე, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კიშის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის ნერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის ნერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

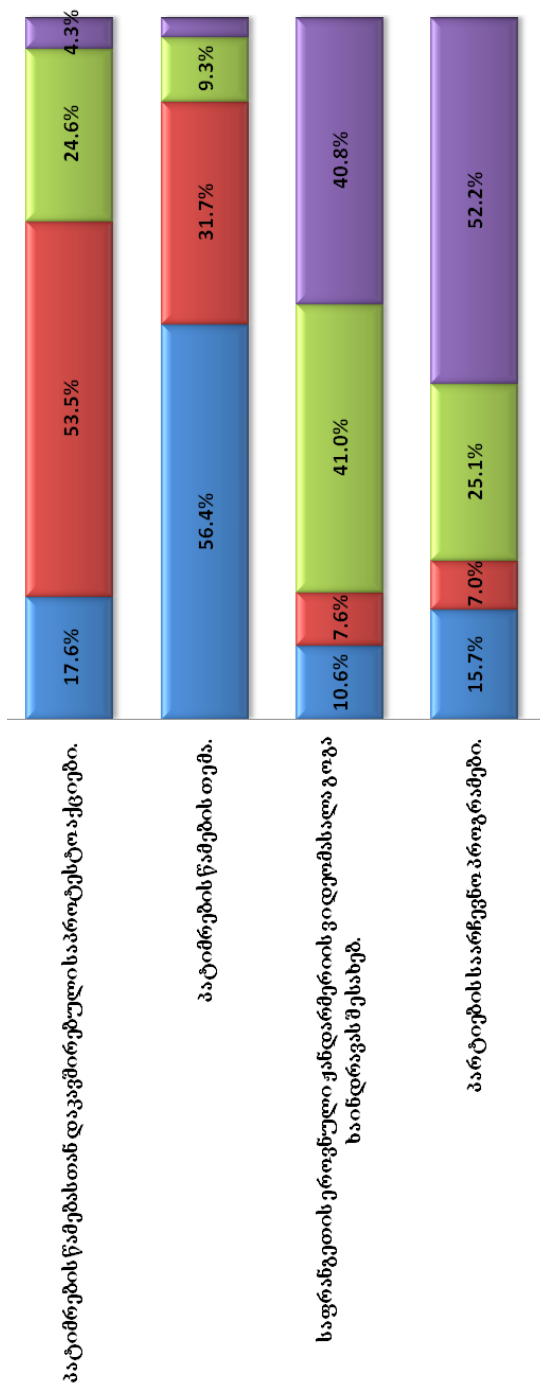
გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ მათთვის წარდგენილი თითოეული თემის მნიშვნელოვნება პირადად მათთვის და მოეხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე, მესამე დ მეოთხე რიგში მნიშვნელობის მიხედვით. თემების ჩამონათვალი ასეთი სახით შედგა:

1. პარტიების საარჩევნო პროგრამები;
2. საფრანგეთის ეროვნული ჟანდარმერიის ვიდეომასალა გოგა ხაინდრავას შესახებ;
3. პატიმრების წამების თემა;
4. პატიმრების წამებასთან დაკავშირებული საპროტესტო აქციები.

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ თბილისის მოსახლეობის უმეტესობისთვის პირველ რიგში მნიშვნელოვანი პატიმრების წამების თემა აღმოჩნდა - 56.7%-მა სწორედ ამ თემას მიანიჭა პირველი ადგილი (დიაგრამა №3). 17.6% ჩამოთვლილი თემებიდან ასევე პატიმრების წამებასთან დაკავშირებულ საკითხს - საპროტესტო აქციებს - მიიჩნევს ყველაზე მნიშვნელოვნად. მოსახლეობის 15.7% ფიქრობს, რომ პარტიების საარჩევნო პროგრამებია ყველაზე მნიშვნელოვანი. საფრანგეთის ეროვნული ჟანდარმერიის ვიდეომასალა გოგა ხაინდრავას შესახებ მხოლოდ 10.6%-ისთვის აღმოჩნდა პირველ რიგში მნიშვნელოვანი.

აქვე აღვნიშნავთ, რომ ამ საანგარიშო პერიოდთან დაკავშირებით მოსახლეობის გამოკითხვა იმის შესახებ, თუ რა თემაზე ისურვებდნენ ინფორმაციის მიღებას არჩევნებთან დაკავშირებით.

დიაგრამა №3. თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 14-27 სექტემბრის ჩათვლით, ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პრიორიტული თემების მნიშვნელობის შესფასებლად.



■ პირველი რიგში მნიშვნელოვანია ■ მეორე რიგში მნიშვნელოვანია
 ■ მესამე რიგში მნიშვნელოვანია ■ მეოთხე რიგში მნიშვნელოვანია

**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მე-14 პერიოდი: 28 სექტემბერი-11 ოქტომბერი, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (პირველი არხი, „იმედი“, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“, „რეალ TV“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მიწოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის მეთოთხმეტე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 28 სექტემბრიდან 11 ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის მიერ ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას.

2012 წლის 28 სექტემბერი -11 ოქტომბრის პერიოდში მოცემულ ანგარიშში ჩართული ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გამოშ-

ვებების მიერ შემდეგი ხუთი თემა გაშუქდა ყველაზე ინტენსიურად (დიაგრამა №1, დიაგრამა №2):

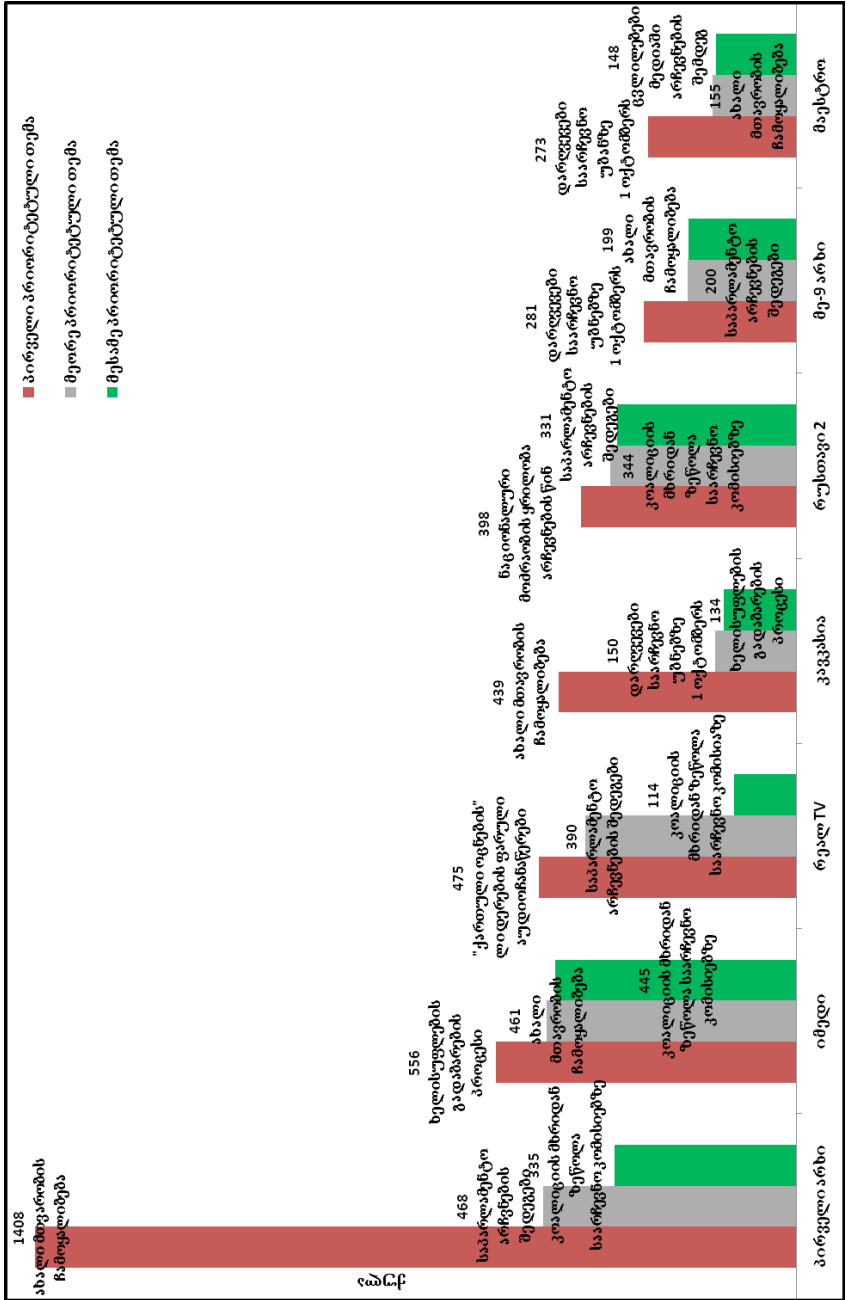
1. ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება („პირველი არხი“, „კავკასია“);
2. ხელისუფლების გადაბარების პროცესი („იმედი“);
3. ნაციონალური მოძრაობის ყრილობა არჩევნების წინ („რუსთავი 2“);
4. დარღვევები საარჩევნო უბნებზე 1 ოქტომბერს („მაესტრო“);
5. „ქართული ოცნების“ ლიდერების ფარული აუდიოჩანაწერები - გამოქვეყნებული არჩევნების წინ („რეალ TV“).

საანგარიშო პერიოდმა მოიცვა ერთი კვირა საპარლამენტო არჩევნების წინ და ერთი კვირა - არჩევნების შემდეგ. შესაბამისად, საანგარიშო პერიოდში სხვადასხვა ტელევიზიის პრიორიტეტულ თემებში მკაფიოდ აისახა ტელევიზიების პოლიტიკური აქცენტები. ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება პრიორიტეტულად გააშუქა ხუთმა ტელევიზიამ (ყველა ტელევიზიამ, გარდა „რუსთავი 2“-ისა და „რეალ TV“-სა); საპარლამენტო არჩევნების შედეგები მოხვდა პირველი არხის, „რეალ TV“-ს, „რუსთავი 2“-ს და „მე-9 არხი“-ს პრიორიტეტულ თემებს შორის; კოალიციის მხრიდან ზენოლა საარჩევნო კომისიებზე ინტენსიურად გააშუქა პირველმა არხმა, „იმედმა“, „რეალ TV“-მ და „რუსთავი 2“-მა; ხოლო „კავკასიამ“, „მაესტრომ“ და „მე-9 არხმა“ პრიორიტეტულად გააშუქეს დარღვევები საარჩევნო უბნებზე 1 ოქტომბერს.

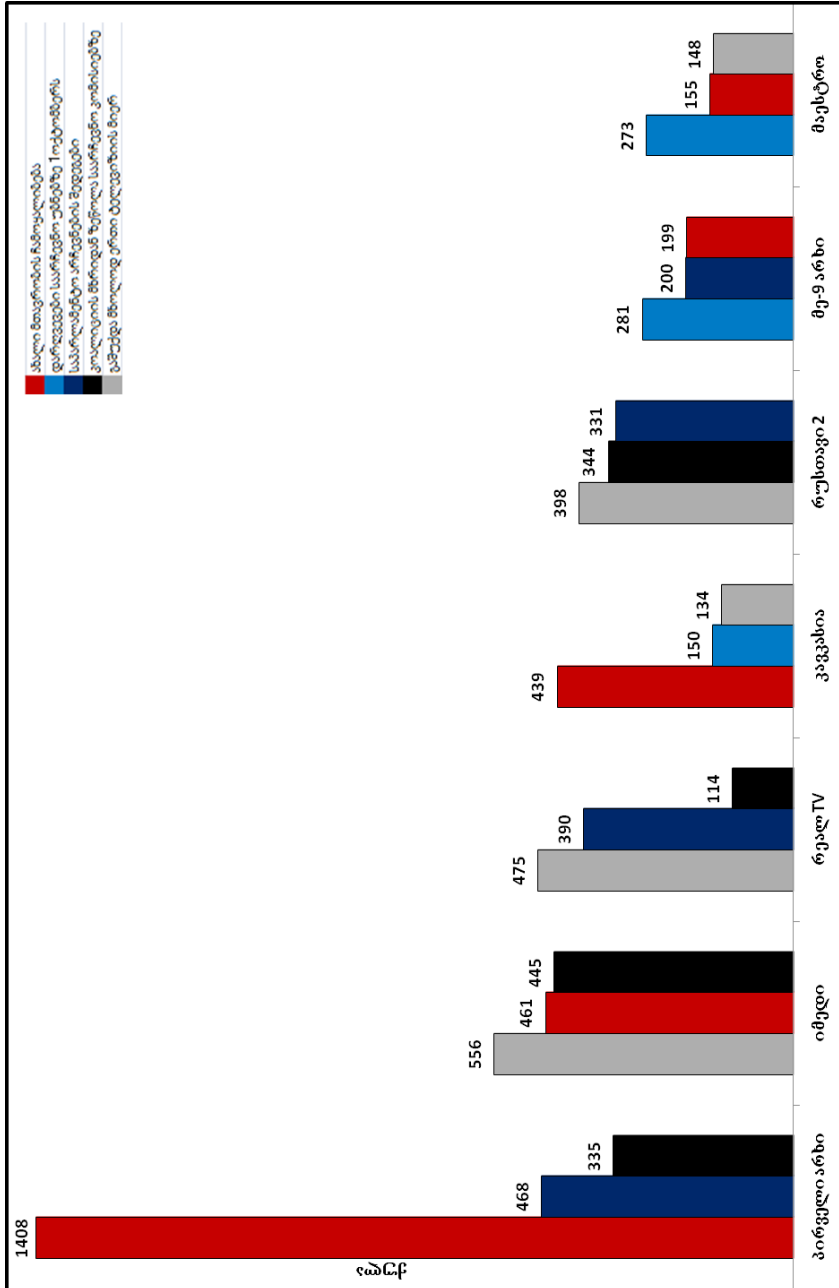
სხვა ტელევიზიებისგან განსხვავებით, „რუსთავი 2“-ის და „რეალ TV“-ს პირველი პრიორიტეტული თემა ეხებოდა არა საპარლამენტო არჩევნებს და არჩევნების შემდგომ პერიოდს, არამედ, არჩევნების წინა კვირაში მომხდარ მოვლენებს.

მთელი საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მოწოდებული თემა აღმოჩნდა პირველი არხის მიერ გაშუქებული ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება (1408 ქულა).

დადგენა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 28 სექტემბერი - 11 ოქტომბერი.



დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 28 სექტემბერი - 11 ოქტომბერი.



კვლევის მეორე ეტაპზე, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

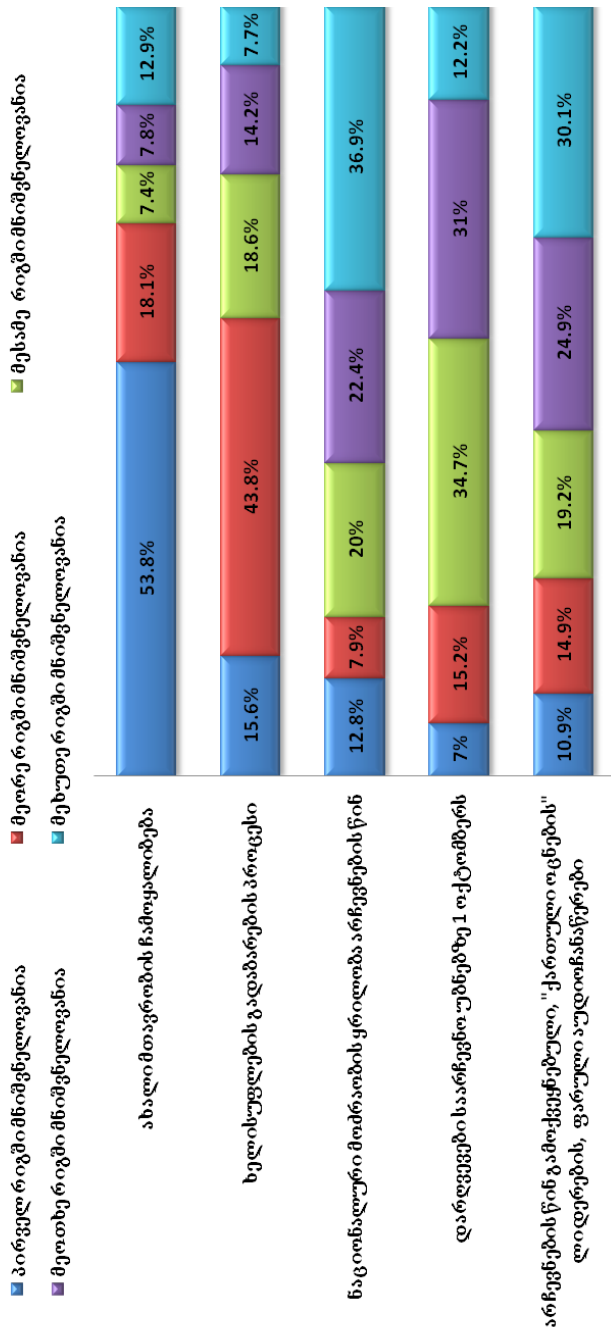
სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის ნევრთა სიიდან კიშის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის ნერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის ნერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ თითოეული ამ თემის მნიშვნელოვნება პირადად მათთვის და მოეხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე, მესამე, მეოთხე და მეხუთე რიგში მნიშვნელობის მიხედვით. თემების ჩამონათვალი ასეთი სახით იქნა შედგენილი:

1. ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება;
2. ხელისუფლების გადაბარების პროცესი;
3. ნაციონალური მოძრაობის ყრილობა არჩევნების წინ;
4. დარღვევები საარჩევნო უბნებზე 1 ოქტომბერს;
5. „ქართული ოცნების“ ლიდერების ფარული აუდიოჩანაწერები, გამოქვეყნებული არჩევნების წინ.

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ თბილისის მოსახლეობის უმეტესობისთვის პირველ რიგში მნიშვნელოვანი ახალი მთავრობის ჩამოქალიბება აღმოჩნდა - 53.8%-მა სწორედ ამ თემას მიანიჭა პირველი ადგილი (დიაგრამა №3); 15.6% ჩამოთვლილი თემებიდან ხელისუფლების გადაბარების პროცესს მიიჩნევს ყველაზე მნიშვნელოვნად; თბილისის მოსახლეობის 12.8% ფიქრობს, რომ ნაციონალური მოძრაობის ყრილობა ყველაზე მნიშვნელოვანი; 10.9%-ს კი ქართული ოცნების ლიდერების აუდიოჩანაწერები მიაჩნია პირველ რიგში მნიშვნელოვნად. საბოლოოდ, გამოკითხულთა 7% დარღვევებს საარჩევნო უბნებზე მიიჩნევს მისთვის ყველაზე მნიშვნელოვან საკითხად.

დიაგრამა №3. თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 28 სექტემბრიდან - 11 ოქტომბრის ჩათვლით ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პრობლემატიკის მნიშვნელობის შესაფასებლად.



**ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო
პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა
(მე-15 პერიოდი: 12-25 ოქტომბერი, 2012 წ.)**

სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი, ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ახორციელებს კვლევით პროექტს, რომლის სახელწოდებაცაა: „ტელეკომპანიებისა და საზოგადოების საინფორმაციო პრიორიტეტების შესაბამისობის კვლევა წინასაარჩევნო პერიოდში“.

პროექტის შინაარსი გულისხმობს აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით 7 ტელეკომპანიის (პირველი არხი, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“, „იმედი“, „რეალ TV“) მთავარი საინფორმაციო პროგრამის მონიტორინგს. მონიტორინგის საფუძველზე გამოვლინდება თითოეული ტელეკომპანიის მხრიდან საზოგადოებისთვის ყოველი ორი კვირის განმავლობაში ყველაზე ინტენსიურად მიწოდებული, ანუ პრიორიტეტული თემა. თემის გაშუქების ინტენსივობა სამი პარამეტრის საფუძველზე დგინდება:

- ერთსა და იმავე თემაზე ერთსა და იმავე ტელევიზიაში ორი კვირის განმავლობაში გასული სიუჟეტების რაოდენობა;
- ამ სიუჟეტების ადგილი (რომელ ნომრად გავიდა) დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში;
- ამ სიუჟეტებისთვის დათმობილი დრო (წუთების და წამების რაოდენობა).

თემების გამოვლენისთანავე ხდება მათი რანგირება თბილისში რეპრეზენტაციულად შერჩეული 400 რესპონდენტის მიერ და შედეგები ყოველ ორ კვირაში ერთხელ ქვეყნდება.

მოცემული ანგარიში სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული მედიის კვლევის ბოლო, მეთხუთმეტე ორკვირიანი პერიოდის შედეგებს აჯამებს. კვლევა ორსაფეხურიანია და პირველ ეტაპზე მიზნად ისახავდა 2012 წლის 12-25 ოქტომბერს 5 ტელეკომპანიის მიერ მიერ (პირველი არხი, „რუსთავი 2“, „კავკასია“, „მაესტრო“, „მეცხრე არხი“) ყველაზე ინტენსიურად გაშუქებული თემების გამოვლენას (არჩევნების შემდგომ პერიოდში, მფლობელების და ფორმატის ცვლილებასთან დაკავშირებით, დღის მთავარი საინფორმაციო გადაცემა გაუქმდა ტელეკომპანია „რეალ TV“-სა და სამაუ-

წყებლო კომპანია „იმედში“. ამიტომ, წინამდებარე ანგარიშში წარმოდგენილია ინფორმაცია ხუთი ტელეკომპანიის შესახებ).

2012 წლის 12-25 ოქტომბრის პერიოდში მოცემულ ანგარიშში ჩართული ტელევიზიების სალამოს საინფორმაციო გამოშვებების მიერ შემდეგი 3 თემა გაშუქდა ყველაზე ინტენსიურად (დიაგრამა №1, დიაგრამა №2):

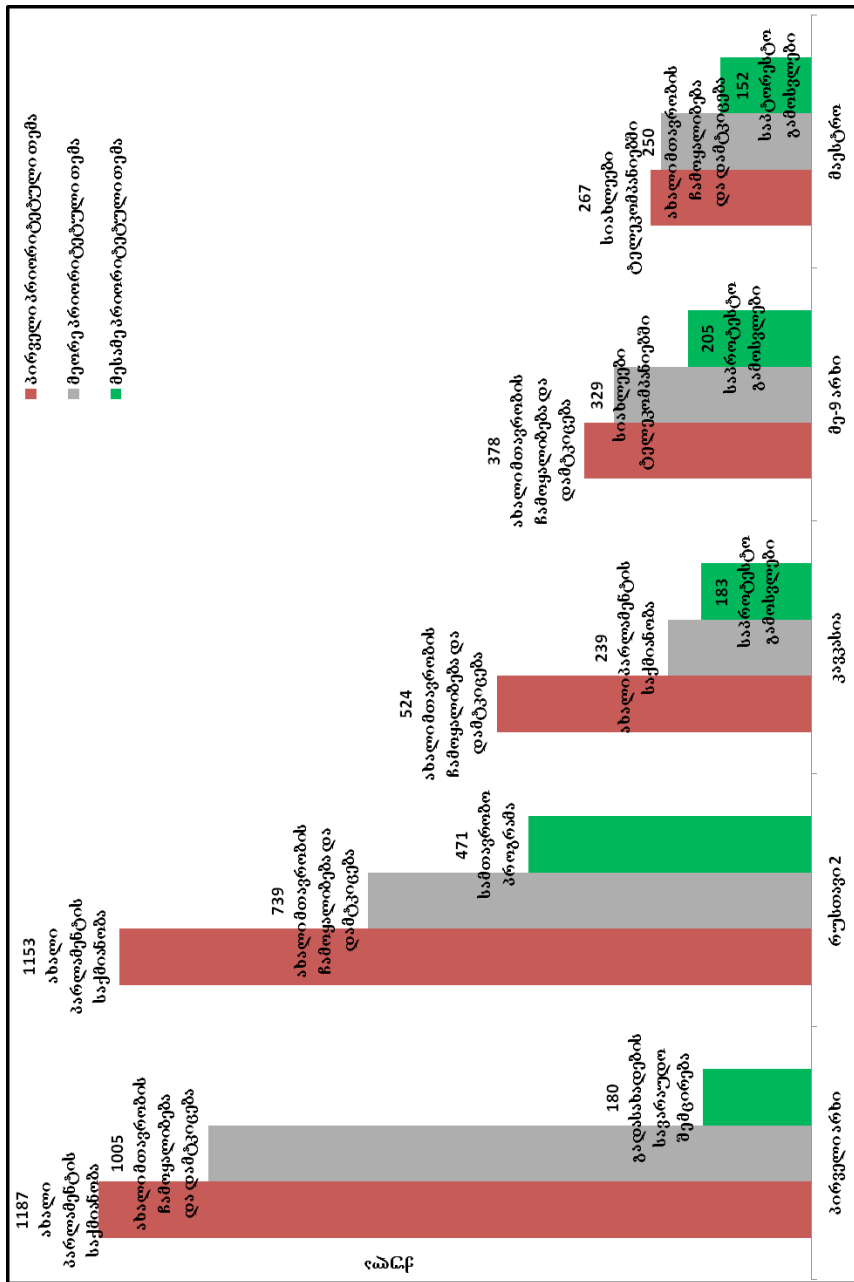
1. ახალი პარლამენტის საქმიანობა („პირველი არხი“, „რუსთვი 2“);
2. ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება და დამტკიცება („კავკასია“, „მე-9 არხი“);
3. სიახლეები სხვადასხვა ტელეკომპანიაში („მაესტრო“).

ამ პერიოდის მთავარი თემა იყო ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება და დამტკიცება, რომელიც პრიორიტეტულად გააშუქა ყველა ტელევიზიამ (მათ შორის - ორმა ტელევიზიამ პირველ პრიორიტეტად). ასევე, ინტენსიურად გაშუქდა ახალი პარლამენტის საქმიანობა („პირველი არხი“, „რუსთავი 2“, „კავკასია“) და საპროტესტო გამოსვლები („კავკასია“, „მე-9 არხი“, „მაესტრო“). ტელეკომპანებმა „მაესტრომ“ და „მეცხრე არხმა“, ტრადიციულად, პრიორიტეტულად გააშუქეს ტელეკომპანიებში მიმდინარე ცვლილებები. „მაესტროსთვის“ ეს პირველი პრიორიტეტი იყო, „მეცხრე არხისთვის“ - მეორე.

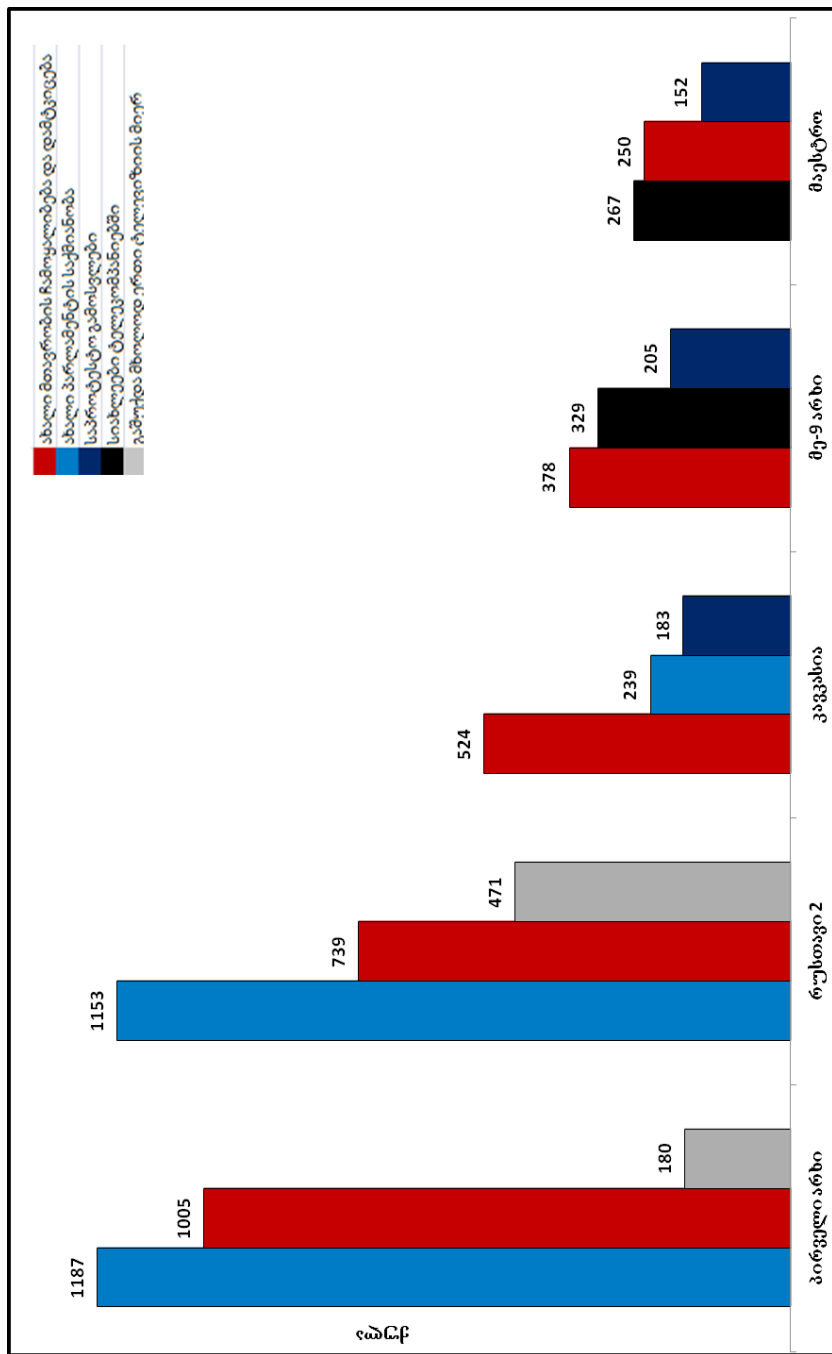
მოცემულ საანგარიშო პერიოდში ტელევიზიები ძირითადად ერთსა და იმავე თემებს აშუქებდნენ პრიორიტეტულად და მხოლოდ ორ ტელევიზიას - პირველ არხს და „რუსთავი 2“-ს ჰქონდათ ინტენსიურ რეჟიმში ექსკლუზიურად გაშუქებული თითო თემა. პირველი არხი საგანგებოდ დაინტერესდა გადასახადების სავარაუდო შემცირებით, ხოლო „რუსთავი 2“ - სამთავრობო პროგრამით.

რაც შეეხება გაშუქების ინტენსივობას, ყველაზე ინტენსიურად პრიორიტეტულ თემებს აშუქებდნენ „პირველი არხი“ და „რუსთავი 2“ - მათი პირველი თემის (ახალი პარლამენტის საქმიანობა) გაშუქების ინტენსივობის ქულა აღემატებოდა 1000-ს. ზოგადად, პირველ არხსა და „რუსთავი 2“-ზე გაცილებით მეტი ყურადღება და დრო დაეთმო ახალი პარლამენტისა და ახალი მთავრობის თემას, ვიდრე ნებისმიერ სხვა არხზე. „კავკასიამ“, „მაესტრომ“ და „მეცხრე არხმა“ კი ინტენსიურად გააშუქეს საპროტესტო გამოსვლები, რაც ვერ მოხვდა პირველი არხისა და „რუსთავი 2“-ის პრიორიტეტებს შორის.

დიაგრამა №1. საქართველოს სატელევიზო არხების საღამოს საინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 12-25 ოქტომბერი.



დიაგრამა №2. პრიორიტეტული თემების თანხვედრა - საქართველოს სატელევიზიო არხების სადამოსაინფორმაციო გადაცემების პრიორიტეტული თემები, 2012 წლის 12-25 სექტემბერი.



კვლევის მეორე ეტაპზე, „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (ISSA), სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტის დაკვეთით, ჩაატარა მასობრივი სოციოლოგიური გამოკითხვა თბილისში.

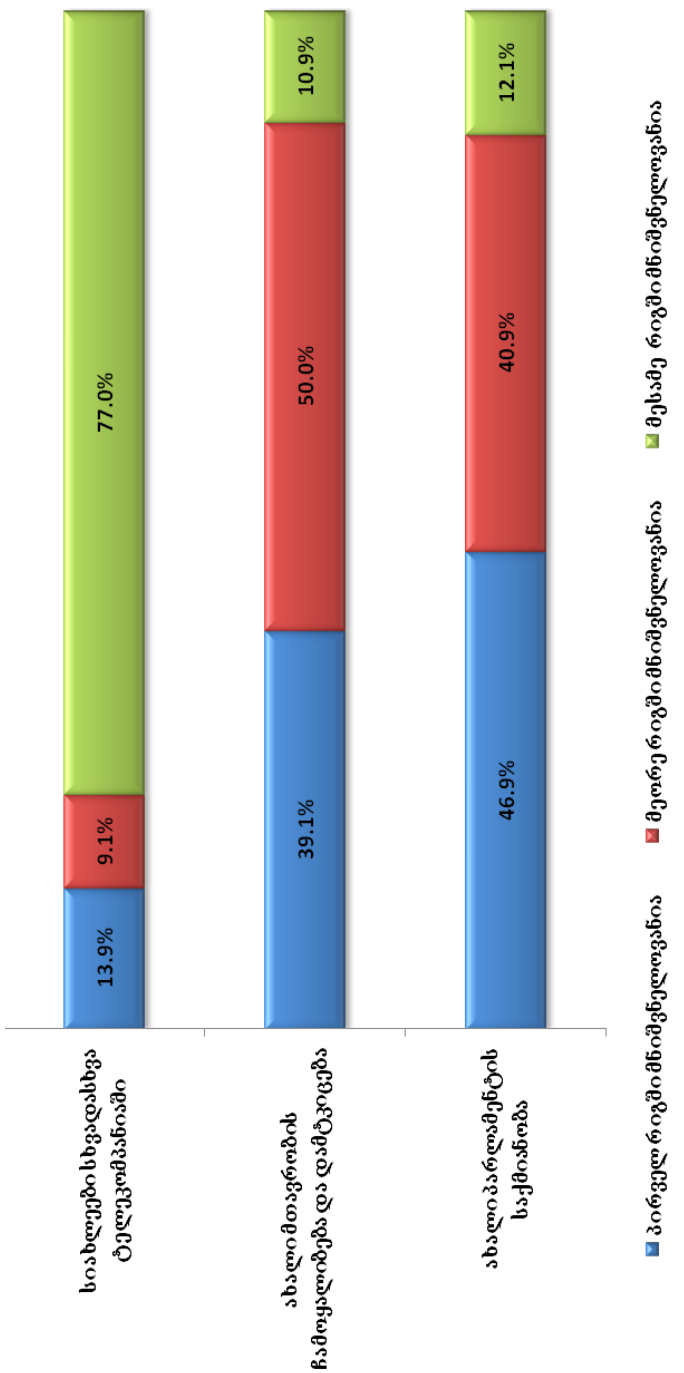
სულ გამოიკითხა 400 რესპონდენტი თბილისის ათივე ადმინისტრაციულ რაიონში. გამოყენებულ იქნა მრავალსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევის მოდელი. თბილისის თითოეულ რაიონში შერჩევის მოცულობა გადანაწილდა რაიონებში საარჩევნო უბნების პროპორციულად, ხოლო თითოეულ რაიონში საარჩევნო უბნების შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით. რესპონდენტთა შერჩევა მოხდა ოჯახებში ოჯახის წევრთა სიიდან კიშის ცხრილის მიხედვით. თითოეულ შერჩევის წერტილში (რომელიც საარჩევნო უბანს ემთხვევა) საშუალოდ გამოიკითხა 8 რესპონდენტი. სულ გამოკითხვამ დაფარა 50 შერჩევის წერტილი (საარჩევნო უბანი). მთელი შერჩევისათვის ცდომილება შეადგენს 4.9%-ს 95%-იანი საიმედოობით. გამოკითხვა ჩატარდა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით. კვლევამ უზრუნველყო რესპონდენტთა ანონიმურობის მაქსიმალური დაცვა.

გამოკითხვის ფარგლებში, რესპონდენტებს უნდა შეეფასებინათ თითოეული ამ თემის მნიშვნელოვნება პირადად მათთვის და მოეხდინათ მათი რანგირება პირველ რიგში, მეორე და მესამე რიგში მნიშვნელოვან თემებად. თემების ჩამონათვალი ასეთი სახით იქნა შედგენილი:

1. ახალი პარლამენტის საქმიანობა;
2. ახალი მთავრობის ჩამოყალიბება და დამტკიცება;
3. სიახლეები სხვადასხვა ტელეკომპანიაში.

თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვამ აჩვენა, რომ თბილისის მოსახლეობის უმეტესობისთვის პირველ რიგში მნიშვნელოვანი ახალი პარლამენტის საქმიანობა აღმოჩნდა - 46.9%-მა სწორედ ამ თემას მიანიჭა პირველი ადგილი (დიაგრამა №3). გამოკითხულთა 39.1% ჩამოთვლილი თემებიდან ყველაზე მნიშვნელოვნად ახალი მთავრობის ჩამოყალიბებას და დამტკიცებას მიიჩნევს. მოსახლეობის 13.9% ფიქრობს, რომ მისთვის ჩამოთვლილ თემებს შორის ყველაზე მნიშვნელოვანია სიახლეები სხვადასხვა ტელეკომპანიაში. ამ თემას გამოკითხულთა უმრავლესობა - 77% - ყველაზე უმნიშვნელოდ მიიჩნევს.

დიაგრამა №3. თბილისში საზოგადოების აზრის გამოკითხვის შედეგები 12-25 ოქტომბრის ჩათვლით ტელევიზიების საღამოს საინფორმაციო გადაცემებში გაშუქებული პროორიტული თემების მნიშვნელობის შესაფასებლად.



სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი განსაკუთრებულ მადლობას უხდის ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ ჩვენი ინოვაციური იდეის მხარდაჭერისთვის.

იმედი გვაქვს, ჩვენი კვლევა საზოგადოებას დაეხმარა, სწორად ამოეკითხა ტელევიზიების საინფორმაციო პროგრამების მიერ შემოთავაზებული შეტყობინებები და გაეკეთებინა ინფორმირებული არჩევანი 2012 წლის 1 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნებში.