

**კვლევა საზოგადოებრივი
მაუწყებლის ახალი პროგრამული
პრიორიტეტების
შემუშავებისთვის**

2022 წელი

1. კვლევის მეთოდოლოგია.....	5
1.1 რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევა.....	5
1.2 კვლევის მეთოდოლოგიის ლიმიტაციები.....	6
2. კვლევის შედეგები - სტუდენტი ახალგაზრდობა და პროფესორ-მასწავლებლები.....	7
2.1 რესპონდენტების დემოგრაფიული პროფილი.....	7
2.2 საზოგადოებრივი მაუწყებელი - ცნობადობა და დამოკიდებულებები.....	8
2.3 ტელესკოლა - შეფასება.....	18
2.4 საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტ პლატფორმები - ცნობადობა და სარგებლობა.....	20
3. ძირითადი მიგნებები და რეკომენდაციები.....	24

დანართი N1 - ონლაინ კვლევის ინსტრუმენტი

გრაფიკები

გრაფიკი 1 - რესპონდენტების გადანაწილება სქესის მიხედვით.....	7
გრაფიკი 2 - რესპონდენტების გადანაწილება ასაკის მიხედვით.....	8
გრაფიკი 3 - ასაკობრივი პირამიდა - სქესის ჭრილი.....	8
გრაფიკი 4 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყურების სიხშირე 10 ქულიან სკალაზე -	9
გრაფიკი 5 - საზოგადოებრივი მაუწყებელი რამდენად მოიცავს საზოგადოების ყველა ჯგუფის ინტერესებს 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში	10
გრაფიკი 6 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ მოწოდებული ინფორმაციის სანდოობა 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში.....	10
გრაფიკი 7 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეიტინგის მნიშვნელოვნება - ასაკის და სქესის ჭრილი.....	15
გრაფიკი 8 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემებისთვის დამატებითი რეკლამის საჭიროება - ასაკის და სქესის ჭრილი	16
გრაფიკი 9 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემები რომლებსაც დამატებითი რეკლამა საჭიროება.....	16
გრაფიკი 10 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ხუთი გადაცემის დასახელება.....	17
გრაფიკი 11 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის დასახელებული გადაცემები	17
გრაფიკი 12 - ტელესკოლის შეფასება 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში	18
გრაფიკი 13 - ტელესკოლაზე ახალი თემისა და ფორმატის პროდუქციის დამატების საჭიროება - ასაკის და სქესის ჭრილი	19
გრაფიკი 14 - ტელესკოლაზე დასამატებელი ახალი თემები და ფორმატები.....	19
გრაფიკი 15 - ინფორმაციის ქონა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებ გვერდის შესახებ - ასაკის და სქესის ჭრილი	20
გრაფიკი 16 - ინფორმაციის ქონა საზოგადოებრივი მაუწყებლის აპლიკაციების შესახებ - ასაკის და სქესის ჭრილი	21

ცხრილები

ცხრილი 1 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის სხვადასხვა ტიპის გადაცემების მნიშვნელოვნება 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში.....	11
ცხრილი 2 - საზოგადოებრივ მაუწყებელზე სასურველი თემატიკის გადაცემები - ასაკის და სქესის ჭრილი	12
ცხრილი 3 - საბავშვო და მოზარდთა გადაცემების ჩვენება სასურველ პლატფორმაზე - ასაკის და სქესის ჭრილი	14
ცხრილი 4 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტ არხებით / გვერდებით სარგებლობის სიხშირე 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში.....	22
ცხრილი 5 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტ პლატფორმების მოხმარება - ასაკის და სქესის ჭრილი	22
ცხრილი 6 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველაზე ხშირად გამოყენებული აპლიკაციები - ასაკის და სქესის ჭრილი	23

1. კვლევის მეთოდოლოგია

1.1 რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევა

საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2022-2025 წლის პრიორიტეტების შემუშავების მიზნით გამოყენებული იქნა როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი კვლევის მეთოდოლოგიები.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის წინა წლების პრიორიტეტებიდან გამომდინარე მოცემული კვლევისთვის შეირჩა ძირითადი სამიზნე აუდიტორია:

- სახელმწიფო და კერძო უნივერსიტეტების სტუდენტები;
- სახელმწიფო და კერძო უნივერსიტეტების პროფესორ-მასწავლებლები;
- არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლები;
- ახალგაზრდული ინტელექტუალური კლუბები;

რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის ძირითადი შესასწავლი საკითხები იყო:

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემების ცნობადობა და მაუწყებლის ყურების სიხშირე;
- საზოგადოებრივი მაუწყებლისადმი ნდობა;
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტ პლატფორმების ცნობადობა და მოხმარების სიხშირე;
- არსებული პლატფორმების გაუმჯობესების რეკომენდაციები.

რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის ძირითად სამიზნედ შეირჩა სახელმწიფო და კერძო უნივერსიტეტები. სახელმწიფო უნივერსიტეტები შეირჩა როგორც თბილისში, ასევე რეგიონებში. ჯამში გამოიკითხა სტუდენტები და პროფესორ-მასწავლებლები რვა უნივერსიტეტში:

- ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- შოთა მესხიას ზუგდიდის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი
- სამცხე-ჯავახეთის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- ქართულ-ამერიკული უნივერსიტეტი (GAU)
- შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტი (IBSU)
- კავკასიის უნივერსიტეტი (CU)

გარდა დასახელებული უნივერსიტეტების სტუდენტების და პროფესორ-მასწავლებლებისა, კვლევაში მონაწილეობა მიიღეს ახალგაზრდული სამეცნიერო-ინტელექტუალური კლუბის წევრებმა და არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენლებმა რეგიონებში.

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოყენებული იქნა თვითადმინისტრირებადი ინტერვიუს მეთოდი. კვლევაში მონაწილეობა ნებაყოფლობითი იყო. სტუდენტებს და პროფესორ-

მასწავლებლებს მიეწოდათ ბმული ონლაინ კითხვარის შესავსებად. კითხვარი ძირითადად შედგებოდა დახურული კითხვებისგან.

ჯამში, ონლაინ გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 410-მა რესპონდენტმა. სამიზნე უნივერსიტეტებში არსებული სტუდენტების და პროფესორ-მასწავლებლების ჯამური რაოდენობიდან გამომდინარე, გამოკითხულების არსებული რაოდენობა შერჩევის 95%-იანი სანდოობის ფარგლებშია.¹

ინტერვიუების დასრულების შემდეგ, მომზადდა სპეციალური მონაცემთა ბაზა, მოხდა არსებული ღია პასუხების კოდირება. მონაცემთა ბაზაში თითქმის ყველა ცვლადი რიცხვითი ტიპისაა. მონაცემთა საბოლოო ფაილი სპეციალური სტატისტიკურ პროგრამაში SPSS 23.0, გაიწმინდა, პროგრამული ენით - SPSS syntax. წმენდის პროცესი ითვალისწინებდა მთლიანი ფაილის ვერიფიკაციას, ცვლადებს შორის კავშირების, მონაცემთა ლოგიკისა და ზოგადად მონაცემთა ბაზის ვალიდურობის შემოწმებას.

კვლევის მონაცემების გაწმენდის შემდგომ, მონაცემები დამუშავდა აღწერითი და დასკვნითი სტატისტიკის გამოყენებით. აღწერითი სტატისტიკა მოიცავდა მონაცემთა სიხშირეების, პროცენტების, ცენტრალური ტენდენციის საზომებისა და ცვალებადობის საზომების დათვლას; ხოლო დასკვნითი სტატისტიკის გამოყენებით მოხდა ჯგუფთაშორისი სხვაობების სტატისტიკური მნიშვნელობების დადგენა და კორელაციური ანალიზის განხორციელება.

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში ჩატარდა შვიდი დისკუსია შემდეგ სამიზნე აუდიტორიასთან:

- ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- შოთა მესხიას ზუგდიდის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი
- სამცხე-ჯავახეთის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- ქუთაისის სამეცნიერო-ინტელექტუალური კლუბი „თაობათა დიალოგის“ ახალგაზრდები
- სამცხე-ჯავახეთის არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლობა

შეხვედრების ფარგლებში განხილული იქნა კვლევის ძირითადი საკითხები. ჩაწერილი იქნა შეხვედრისას გაჟღერებული ყველა შეფასება და რეკომენდაცია. თვისებრივი მონაცემების დამუშავება მოხდა რაოდენობრივ მონაცემთან ერთად და ინტეგრირდა მოცემულ ანგარიშში.

1.2 კვლევის მეთოდოლოგიის ლიმიტაციები

იქიდან გამომდინარე, რომ რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილეობა ნებაყოფლობითი იყო, ასაკის და სქესის გადანაწილება დაუბალანსებელია. მოხდა დაკავშირება სამიზნე სემინტთან მაგრამ გამოყენებული მეთოდოლოგიის თავისებურებიდან გამომდინარე ვერ მოხდა გარკვეული

¹ შერჩევის ცდომილება გამოხატავს მაქსიმალურ მოსალოდნელ განსხვავებას პოპულაციის ნამდვილ პარამეტრსა და მოცემული პარამეტრის შერჩევის შეფასებას შორის (სტატისტიკისა და ალბათობის ლექსიკონი, 2014). სტატისტიკის მიხედვით, „შერჩევის ცდომილება ტიპურად გამოითვლება სანდოობის სამი დონიდან ერთერთზე დაყრდნობით: 99%, 95%, ან 90%. მკვლევარები ძირითადად სანდოობის 95%-იან დონეს ეყრდნობიან“ (2008, გვ.451). **სანდოობის დონე** ეხება ყველა შესაძლო შერჩევის პროცენტულობას, რაც შეიძლება მოსალოდნელია შეგვხვდეს პოპულაციის ნამდვილ პარამეტრში.“ (სტატისტიკისა და ალბათობის ლექსიკონი, 2014).

ჯგუფების კვოტების დაცვა. თუმცა, მსგავსი მეთოდოლოგიის გამოყენებამ საშუალება მოგვცა მიგველო გულწრფელი, არატენდენციური პასუხები.

იქიდან გამომდინარე, რომ რესპონდენტებს ჰქონდათ საშუალება არ ეპასუხათ მათთვის არასასურველ კითხვებზე, შესაძლოა ზოგიერთ კითხვაზე ვერ მიგველო ყველა გამოკითხულის პასუხი. ქვემოთ წარმოდგენილ გრაფიკებში და ცხრილებში ყველგან მითითებულია იმ რესპონდენტების საერთო რაოდენობა საიდანაც მოხდა პროცენტების დაანგარიშება.

რაოდენობრივი კვლევის მეთოდი არ გვაძლევს საშუალებას ჩავეძიოთ რა არის ამა თუ იმ მოსაზრების ქონის მიზეზი. თუმცა, მანაცემების შევსება გარკვეულწილად ხერხდება თვისებრივი კვლევის შედეგებით.

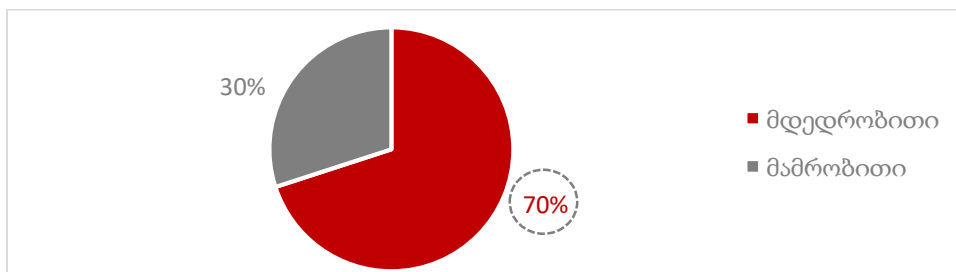
კვლევის ფარგლებში არ დაზუსტებულა რესპონდენტების სოციო-ეკონომიკური მონაცემი. თუმცა, კვლევის მეთოდოლოგიის და საკვლევი თემების სპეციფიკიდან გამომდინარე აქცენტი გაკეთდა ძირითად საკითხებზე. თვითადმინისტრირებადი კითხვარის შემთხვევაში, მნიშვნელოვანია კითხვების სიმარტივე და ინტერვიუს ხანგრძლივობა. ინსტრუმენტი არ უნდა იყოს რთულად აღსაქმელი და დროში გაწელილი რადგან იზრდება ინტერვიუს შუა გზაზე შეწყვეტის საფრთხე.

2. კვლევის შედეგები - სტუდენტი ახალგაზრდობა და პროფესორ-მასწავლებლები

2.1 რესპონდენტების დემოგრაფიული პროფილი

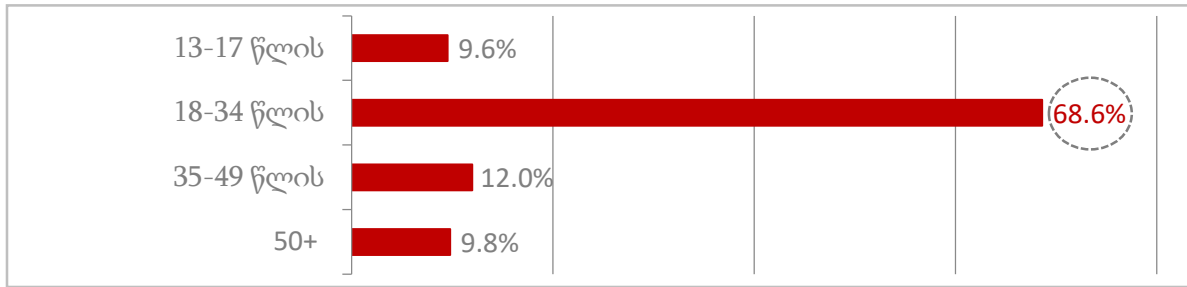
კვლევის მონაწილეების დემოგრაფიული გადანაწილება არათანაბარია შერჩევის სპეციფიკიდან გამომდინარე. გამოკითხვის ძირითადი სამიზნე აუდიტორია სტუდენტი ახალგაზრდობა, ხოლო კვლევაში მონაწილეობა, ნებაყოფლობითი, თვითადმინისტრირებადი კითხვარით. მონაცემების თანახმად კვლევის მონაწილე მოხალისეთა უმრავლესობა მდედრობითი სქესის (70%), 18-34 წლის სტუდენტი ახალგაზრდაა (69%). კვლევის მონაწილეების მხოლოდ ყოველი მესამეა მამაკაცი (30%) და დაახლოებით ყოველი მეხუთე გამოკითხული 34 წლის ზემოთ ასაკობრივი ჯგუფიდანაა (22%). აღსანიშნავია, რომ გამოკითხვაში მონაწილე ყოველი მეათე რესპონდენტი, 13-17 წლის სკოლის მოსწავლე ახალგაზრდაა.

გრაფიკი 1 - რესპონდენტების გადანაწილება სქესის მიხედვით



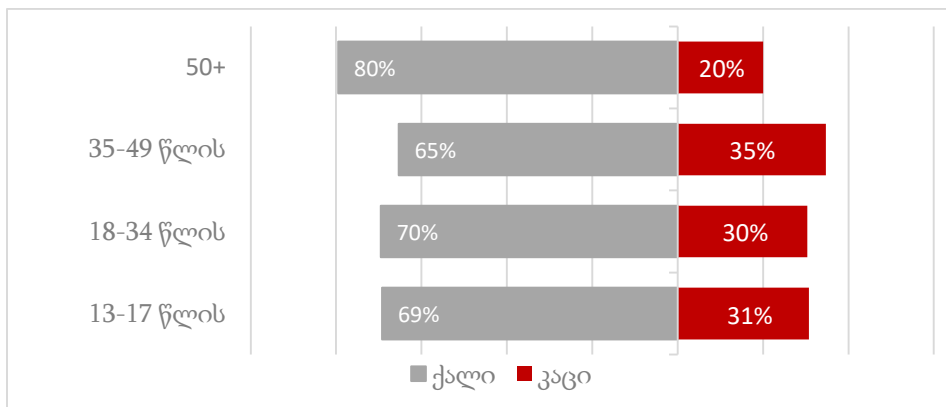
N=406

გრაფიკი 2 - რესპონდენტების გადანაწილება ასაკის მიხედვით



N=408

გრაფიკი 3 - ასაკობრივი პირამიდა - სქესის ქრილი



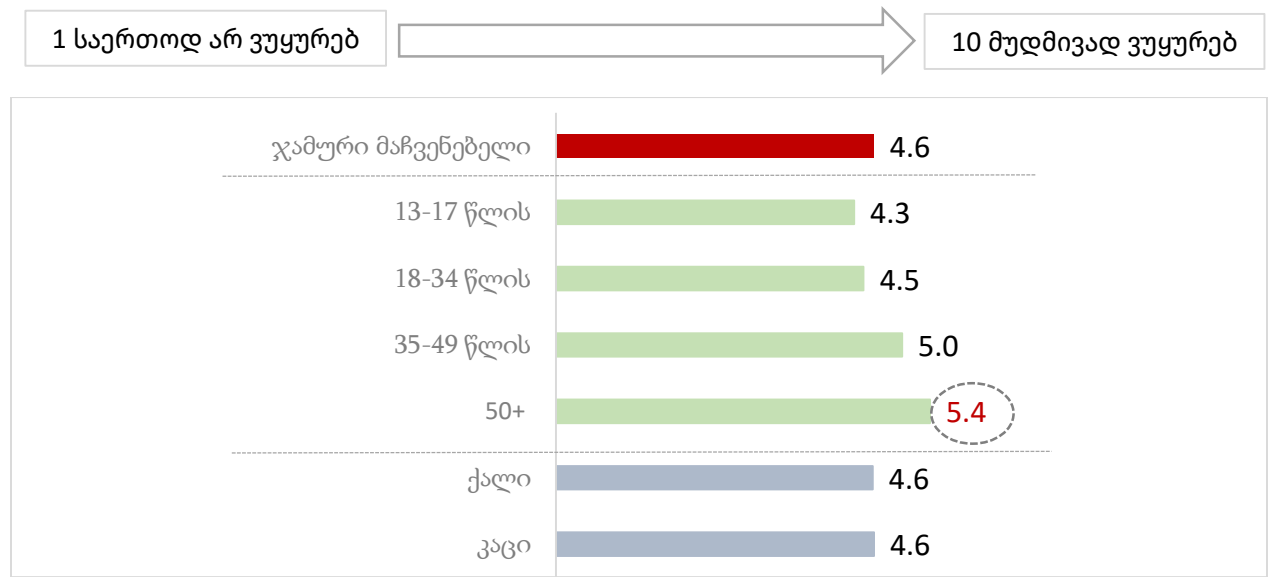
N=406

2.2 საზოგადოებრივი მაუწყებელი - ცნობადობა და დამოკიდებულებები

ყველა გამოკითხულს ეთხოვა ათქულიან სკალაზე შეეფასებინა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყურების სიხშირე, სადაც ერთი აჩვენებდა, რომ საერთოდ არ უყურებენ მოცემულ ტელევიზიას, ხოლო ათი ქულა მის მუდმივად ყურებას აღნიშნავდა. როგორც კვლევის შედეგები ცხადყოფს, გამოკითხულების უმრავლესობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის არამუდმივი მაყურებელია. ზოგადად, რესპონდენტებმა მოცემული ტელევიზიის ყურების სიხშირე საშუალოდ **4.6 ქულით** შეაფასა. აღსანიშნავია, რომ ყოველი მეოთხე გამოკითხული (27%) საზოგადოებრივი მაუწყებლის მუდმივი მაყურებელია (ყურების სიხშირის შეფასება 7-10 ქულა).

ყურების სიხშირის თვალსაზრისით სტატისტიკურად სანდო განსხვავებები არ დაფიქსირებულა სქესის და ასაკის ქრილში. თუმცა, ტენდენციის თვალსაზრისით აღსანიშნავია, რომ ტელევიზიის ყურების სიხშირე მცირედით იცვლება რესპონდენტების ასაკის ზრდის შესაბამისად. რაც უფრო მაღალია ასაკი, მით უფრო ხშირია ყურების სიხშირე. საშუალოდ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყურების სიხშირეს 4.3 ქულით აფასებენ 13-17 წლის გამოკითხულები, ხოლო 50 წლის ასაკის და უფრო ხნიერი რესპონდენტები საშუალოდ 5.4 ქულით.

გრაფიკი 4 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყურების სიხშირე 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში



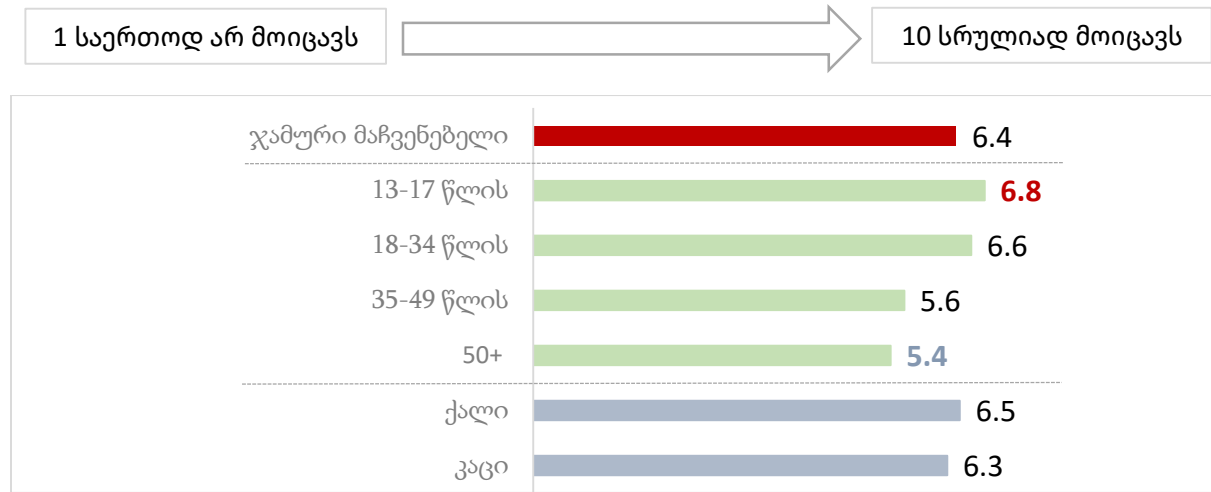
N=404

კვლევის მონაწილეებს ეთხოვათ შეაფასებინათ თუ რამდენად პასუხობს საზოგადოებრივი მაუწყებელი საზოგადოების ყველა ჯგუფის ინტერესს. ერთი ქულა აჩვენებდა, რომ საერთოდ არ პასუხობდა ინტერესებს, ხოლო ათი ქულა სრულ მოცვას აღნიშნავდა. რესპონდენტებმა **6.4** ქულით შეაფასეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის მოცვა. ასევე მაღალი ქულით შეფასდა მოცემული არხის სანდოობა, საშუალოდ **6.8 ქულით**. გამოკითხულების აზრით საზოგადოებრივი მაუწყებელი დიდწილად იმსახურებს ნდობას და მოიცავს საზოგადოების ყველა წარმომადგენლის ინტერესს. ტენდენციის სახით უნდა აღინიშნოს, რომ ახალგაზრდა გამოკითხულები უფრო მაღალ შეფასებას აძლევენ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მოცვას, ვიდრე ასაკოვანი რესპონდენტები (13-17 წლის - 6.8 ქულა, 50+ - 5.4 ქულა).

თვისებრივი კვლევის შედეგები

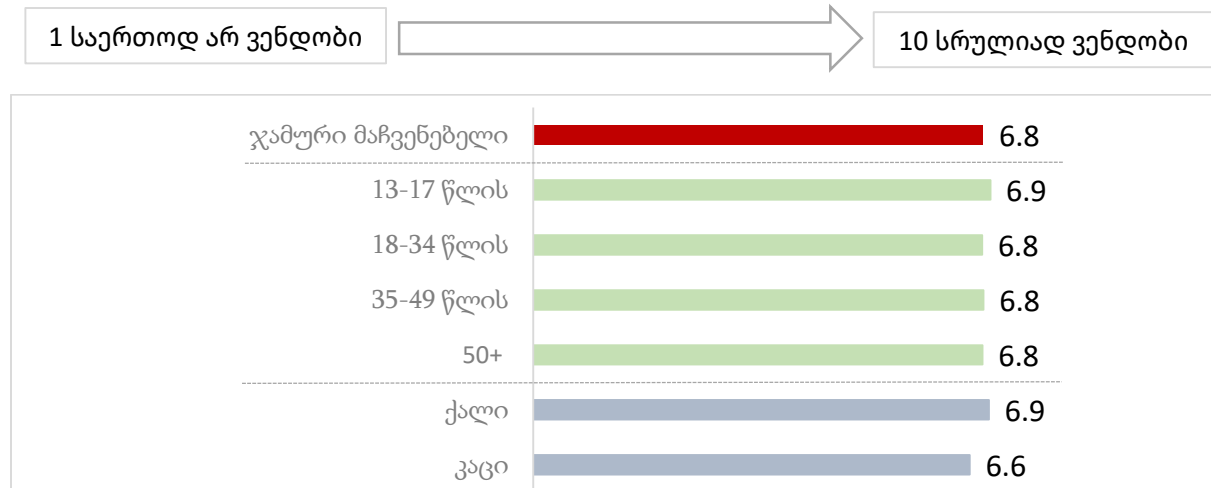
თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამართული დისკუსიები როგორც თბილისში, ასევე რეგიონებში ცხადყოფს, რომ ზოგადად, საზოგადოებრივი მაუწყებლისადმი ნდობა მაღალია მოსახლეობაში. თუმცა, ზოგიერთი რესპონდენტის აზრით საჭიროა დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ბევრად აქტიური ბრძოლა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მხრიდან.

გრაფიკი 5 - საზოგადოებრივი მაუწყებელი რამდენად მოიცავს საზოგადოების ყველა ჯგუფის ინტერესებს 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში



N=388

გრაფიკი 6 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ მოწოდებული ინფორმაციის სანდოობა 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში



N=399

გამოკითხულები ყველაზე მნიშვნელოვნად შემეცნებითი გადაცემების ჩვენებას მიიჩნევენ საზოგადოებრივ მაუწყებელზე. ათქულიან სკალაზე მათ საშუალოდ **8.6 ქულით** შეაფასეს მსგავსი გადაცემების საჭიროება. ასევე მაღალი ქულით შეფასდა გარემოსდაცვითი გადაცემების (საშუალოდ 8.3 ქულა), ისტორიული (საშუალოდ 8.0 ქულა) და დოკუმენტური ფილმების ჩვენება (საშუალოდ 7.9 ქულა) მნიშვნელოვნება სატელევიზო სივრცეში. რესპონდენტებმა ყველაზე

დაბალი, საშუალოდ **5.1 ქულით** პოლიტიკური დებატების მნიშვნელოვნება შეაფასა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერისთვის.

ცხრილი 1 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის სხვადასხვა ტიპის გადაცემების მნიშვნელოვნება 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში



გადაცემები	ჯამური სურათი	13-17	18-34	35-49	50+	ქალი	კაცი
შემეცნებითი გადაცემები	8.64	8.85	8.45	9.04	9.30	8.67	8.57
გარემოსდაცვითი გადაცემები	8.26	8.87	8.10	8.43	8.70	8.39	7.98
დოკუმენტური ფილმები	7.88	7.46	7.72	8.57	8.68	7.90	7.84
ისტორიული ფილმები	8.02	8.13	7.79	8.33	9.13	8.07	7.89
პოლიტიკური დებატები	5.13	4.89	4.99	6.04	5.18	5.04	5.32
სპორტული გადაცემები/რეპორტაჟები	5.61	5.87	5.49	5.94	5.90	5.03	6.96
გასართობი გადაცემები	7.25	8.34	7.26	6.67	6.82	7.35	7.02
საბავშვო (1-12 წლის) გადაცემები	5.39	5.53	4.72	7.63	7.31	5.57	4.96
მოზარდთა (13-18 წლის) გადაცემები	6.75	7.97	6.33	7.90	7.28	6.96	6.27

N=404

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ ზოგადად რესპონდენტების ნახევარზე მეტს უჭირს დაასახელოს თუ რა თემატიკის გადაცემების ყურებას ისურვებდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში (56%). ყველაზე ხშირად შემეცნებით-ინტელექტუალური (15%) და გასართობი (9%) გადაცემები დასახელდა. ზოგიერთი რესპონდენტის აზრით კარგი იქნებოდა რიგით მოქალაქეებზე გადაცემების გაკეთება, განსაკუთრებით საინტერესო იქნებოდა რეგიონების ცხოვრების ამსახველი რეპორტაჟები (5%). ისტორიული თემატიკაც ასევე საინტერესოა ზოგიერთი გამოკითხულისთვის (5%).

სტატისტიკურად სანდო განსხვავება დაფიქსირდა ასაკის ჭრილში. 35 წლის და უფროსი ასაკის რესპონდენტების ნაკლებ წილს უჭირს დაასახელოს სასურველი თემატიკა საზოგადოებრივი მაუწყებელზე (35-49 წლის - 35%, 50+ - 38%), მაშინ როცა 35 წლის ქვემოთ ახალგაზრდების უმრავლესობა ვერ პასუხობს მოცემულ შეკითხვას (62%). 35 წლის და უფროსი ასაკის რესპონდენტების ყველაზე დიდ წილს მიაჩნია შემეცნებითი-ისტორიული ხასიათის გადაცემები მნიშვნელოვნად საზოგადოებრივ მაუწყებელზე საჩვენებლად (35-49 წლის - 27%, 50+ - 28%). აღსანიშნავია, რომ ორჯერ მეტი გამოკითხული კაცი აფიქსირებს გასართობი გადაცემების

საჭიროებას (15%), ვიდრე ქალი (6%).

ცხრილი 2 - საზოგადოებრივ მაუწყებელზე სასურველი თემატიკის გადაცემები - ასაკის და სქესის ჭრილი

	ჯამური სურათი	13-17	18-34	35-49	50+	ქალი	კაცი
შემეცნებითი/ინტელექტუალური	15%	13%	12%	27%	28%	17%	11%
გასართობი	9%	5%	9%	14%	3%	6%	15%
გადაცემები რიგით მოქალაქეებზე	5%	0%	4%	10%	10%	5%	7%
ისტორიული	5%	5%	4%	4%	10%	4%	7%
კინოკლასიკა	2%	3%	1%	2%	3%	2%	2%
სხვა	8%	13%	8%	8%	10%	6%	15%
მიჭირს პასუხის გაცემა	56%	62%	62%	35%	38%	61%	44%

N=408

თვისებრივი კვლევის შედეგები

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამართული დისკუსიების დროს რესპონდენტებმა იმსჯელეს რეგიონების ცხოვრებაზე მეტი ყურადღების გამახვილების თაობაზე. დისკუსიის მონაწილეების აზრით რეგიონებში სტუდენტებს აქვთ ინიციატივები რომელთა გაშუქებაც საზოგადოებრივი მაუწყებლის მეშვეობით კიდევ უფრო შეუწყობდა ხელს ახალ წამოწყებებს და ახალგაზრდების განვითარებას. რესპონდენტებს ასევე მნიშვნელოვნად მიაჩნიათ რეგიონებში არსებული სოციალური პრობლემების განხილვა რათა საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა საზოგადოების ყველა წარმომადგენლის ინტერესი მოიცვას. ზოგადად, თვისებრივი კვლევის მონაწილეებს მიაჩნიათ, რომ ნაკლებად ხდება რეგიონების ცხოვრების გაშუქება და რეგიონებზე აქცენტი კეთდება მხოლოდ პოლიტიკური მოვლენების ჭრილში. არ ხდება რეგიონებში ყოველდღიური ცხოვრების გაშუქება: აკადემიურ წრეებზე, ბიზნესზე, არასამთავრობო სექტორზე, ახალგაზრდებზე, სოციალურ საკითხებზე, ახალ პროექტებზე, წარმატების ისტორიებზე ა.შ.

დისკუსიების დროს ასევე გამოითქვა მეტი ახალგაზრდული გადაცემების ჩვენების საჭიროება. მიუხედავად იმისა, რომ „წიგნების თარო“ პოზიტიურად ფასდება რესპონდენტების მიერ, ის მიჩნეულია უფრო შემეცნებით, ვიდრე ახალგაზრდულ გადაცემად. ახალგაზრდების საჭიროებებზე აქცენტირებული გადაცემები აქტუალური იქნებოდა დისკუსიის მონაწილეების აზრით. არაპოლიტიკური დებატები ასევე საინტერესო იქნებოდა აკადემიური წრეების წარმომადგენლებისთვის.

ზოგადად, თვისებრივი კვლევის ფარგლებში შეხვედრების დროს **თბილისში დამატებით გაჟღერდა შემდეგი რეკომენდაციები:**

- ეროვნული მნიშვნელობის საკითხების გამოკვეთა;
- სხვადასხვა სფეროს პროფსიონალების, მაღალკვალიფიციური სპეციალისტების წარმოჩენა;
- დისკუსიები ინტელექტუალებთან საქვეყნო პრობლემებზე;
- მასტერკლასები ჟურნალისტების კვალიფიკაციის ასამაღლებლად;
- თანამშრომლობის გააქტიურება უმაღლეს სასწავლებლებთან, სადაც მომავალ ჟურნალისტებს ამზადებენ.

ზოგადად, თვისებრივი კვლევის ფარგლებში შეხვედრების დროს **რეგიონებში დამატებით გაჟღერდა შემდეგი რეკომენდაციები:**

- ჟურნალისტებზე და ჟურნალისტიკაზე გადაცემების მომზადება;
- ქართული ენის დაცვა, ენის საკითხებზე სპეციალური გადაცემების მომზადება; ბარბარიზმების აღმოფხვრა;
- მაუწყებლის რეკლამა, რომ რეგიონებში ხალხმა უკეთ გაიცნოს; რეგიონებში ხალხი ვერ უყურებს პირველ არხის გადაცემებს;
- თანამედროვე საბავშვო ფილმების შექმნა და გახმოვანება, ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით, მ. შ. სკოლამდელებისთვის გასართობი გადაცემების მომზადება;
- რეგიონების მოსახლეობისთვის სამეცნიერო ინფორმაციის პოპულარულ ენაზე მიწოდება;
- ჟურნალისტური გამოძიების გააქტიურება;
- რელიგიური და ეთნიკური ფაქტორების გავლენის ჩვენება;
- ოკუპირებული ტერიტორიები & ურთიერთობები აფხაზებთან/ოსებთან.

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხულების უმრავლესობისთვის საბავშვო და მოზარდთა გადაცემების ჩვენება როგორც ტელესკოლაში, ასევე პირველ არხზე, თანაბრად მისაღებია (60%). ყოველი მეუთხე გამოკითხულისთვის მსგავსი გადაცემების ნახვა მხოლოდ ტელესკოლის არხით არის მისაღები (28%). მოცემულ მოსაზრებას 18-34 წლის გამოკითხულების ყველაზე დიდი წილი, 34% უჭერს მხარს.

ცხრილი 3 - საბავშვო და მოზარდთა გადაცემების ჩვენება სასურველ პლატფორმაზე - ასაკის და სქესის ჭრილი

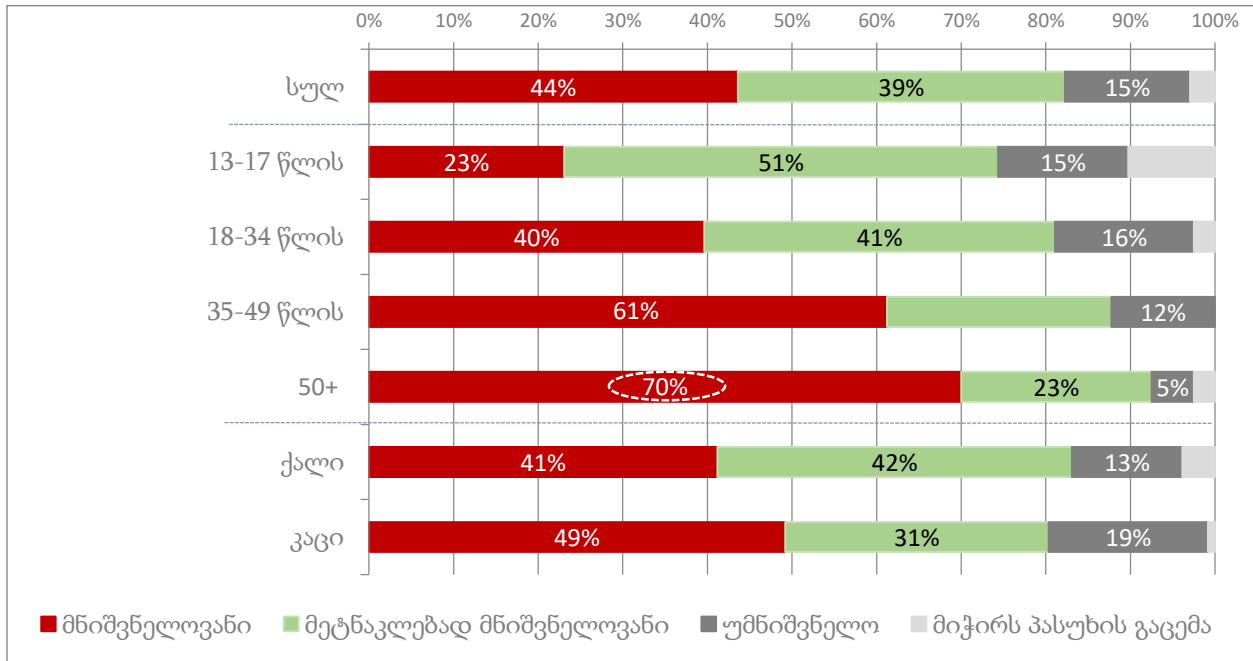
	ჯამური სურათი	13-17	18-34	35-49	50+	ქალი	კაცი
ორივეგან	60%	64%	53%	84%	78%	63%	52%
მხოლოდ ტელესკოლაში	28%	18%	34%	10%	10%	24%	37%
მხოლოდ პირველ არხზე	9%	13%	8%	4%	13%	10%	7%
მიჭირს პასუხის გაცემა	4%	5%	5%	2%	0%	4%	5%

N=408

გამოკითხულების თითქმის ნახევარი საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეიტინგის მაჩვენებელს მნიშვნელოვნად მიიჩნევს (44%). რესპონდენტების 39%-თვის მაუწყებლის რეიტინგი მეტნაკლებად მნიშვნელოვანია, ხოლო 15% საერთოდ უმნიშვნელოდ მიიჩნევს მას.

მოცემულ საკითხზე სტატისტიკურად სანდო გასხვავებები დაფიქსირდა ასაკის ჭრილში. 35 და უფროსი ასაკის რესპონდენტების უმრავლესობისთვის მაუწყებლის რეიტინგი მნიშვნელოვანია (35-49 წლის - 61%, 50+ - 70%), მაშინ როცა 35 წელზე ახალგაზრდა რესპონდენტების მხოლოდ ნაწილი მიიჩნევს რეიტინგს მნიშვნელოვან მაჩვენებლად (13-17 წლის - 23%, 18-34 წლის - 40%). აღსანიშნავია, რომ რეიტინგის მნიშვნელოვნების მაჩვენებელი იზრდება რესპონდენტების ასაკის მაჩვენებლის ზრდის შესაბამისად.

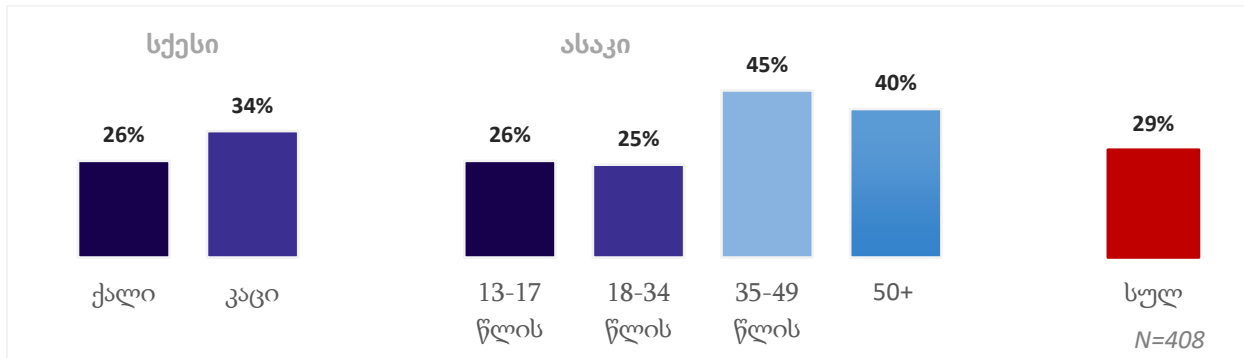
გრაფიკი 7 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეიტინგის მნიშვნელოვნება - ასაკის და სქესის ქრილი



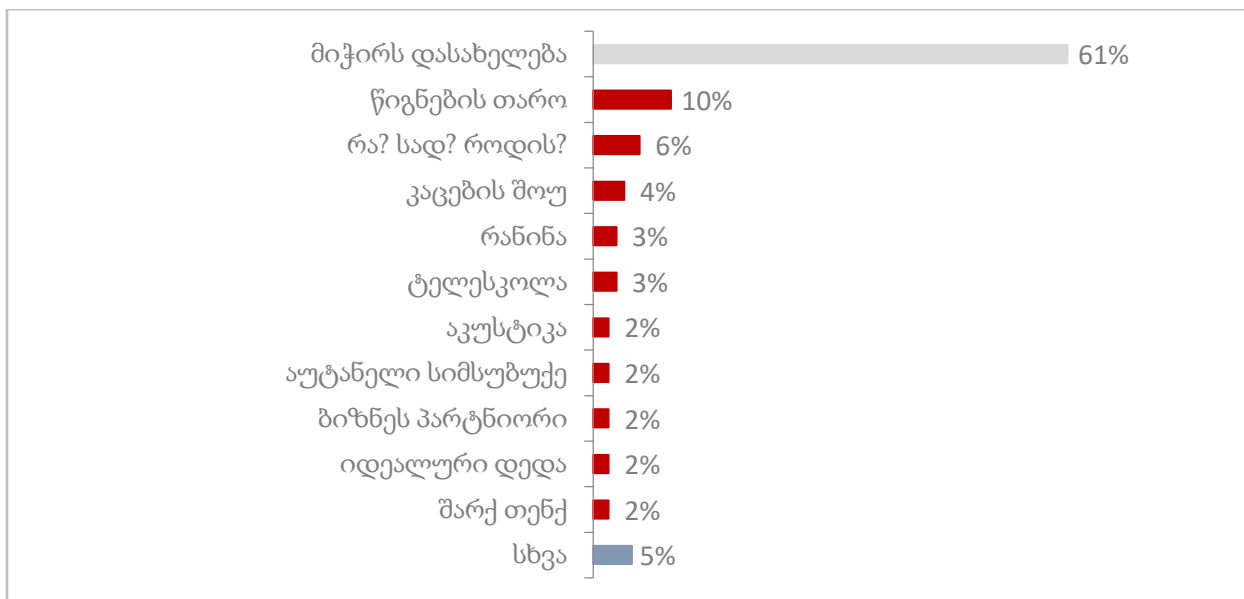
N=408

ყოველი მეოთხე გამოკითხულის თანახმად საზოგადოებრივი მაუწყებლის ზოგიერთი გადაცემა დამატებით რეკლამას საჭიროებს (29%). ტენდენციის სახით უნდა ითქვას, რომ რეკლამის საჭიროებას პატარა ასაკის რესპონდენტებთან შედარებით 35 წლის და უფროსი ასაკის რესპონდენტების თითქმის ორჯერ მეტი წილი აფიქსირებს (13-17 წლის - 26%, 18-34 – 25%, 35-49 – 45%, 50+ - 40%). თუმცა, აქვე აღსანიშნავია, რომ იმ რესპონდენტების უმრავლესობა ვინც დამატებით რეკლამას მიიჩნევს საჭიროდ, ვერ ასახელებს კონკრეტულ გადაცემას რომელსაც მსგავსი რეკლამა სჭირდება (61%). დამატებითი რეკლამის საჭიროების მქონე გადაცემებზე რესპონდენტების მცირე ნაწილმა დაასახელა: „წიგნების თარო“ (10%), „რა? სად? როდის?“ (6%), „კაცების შოუ“ (4%), „რანინა“ (3%) და „ტელესკოლა“ (3%).

გრაფიკი 8 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემებისთვის დამატებითი რეკლამის საჭიროება - ასაკის და სქესის ჭრილი



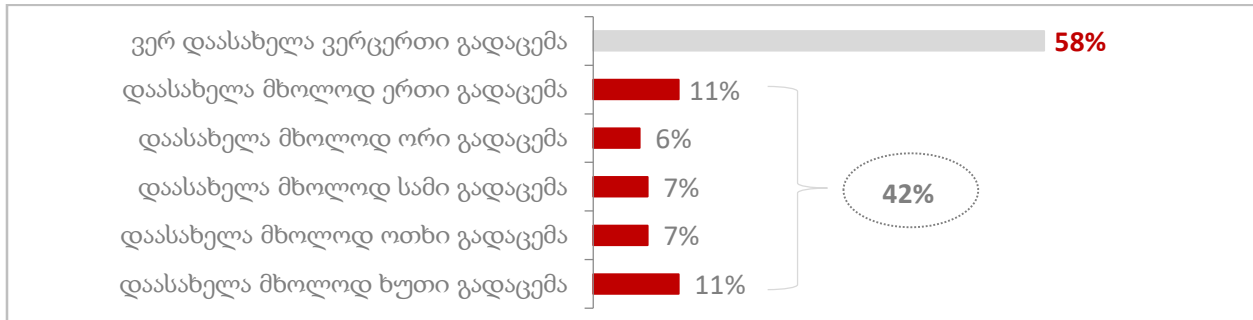
გრაფიკი 9 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემები რომლებსაც დამატებითი რეკლამა საჭიროდება



N=118

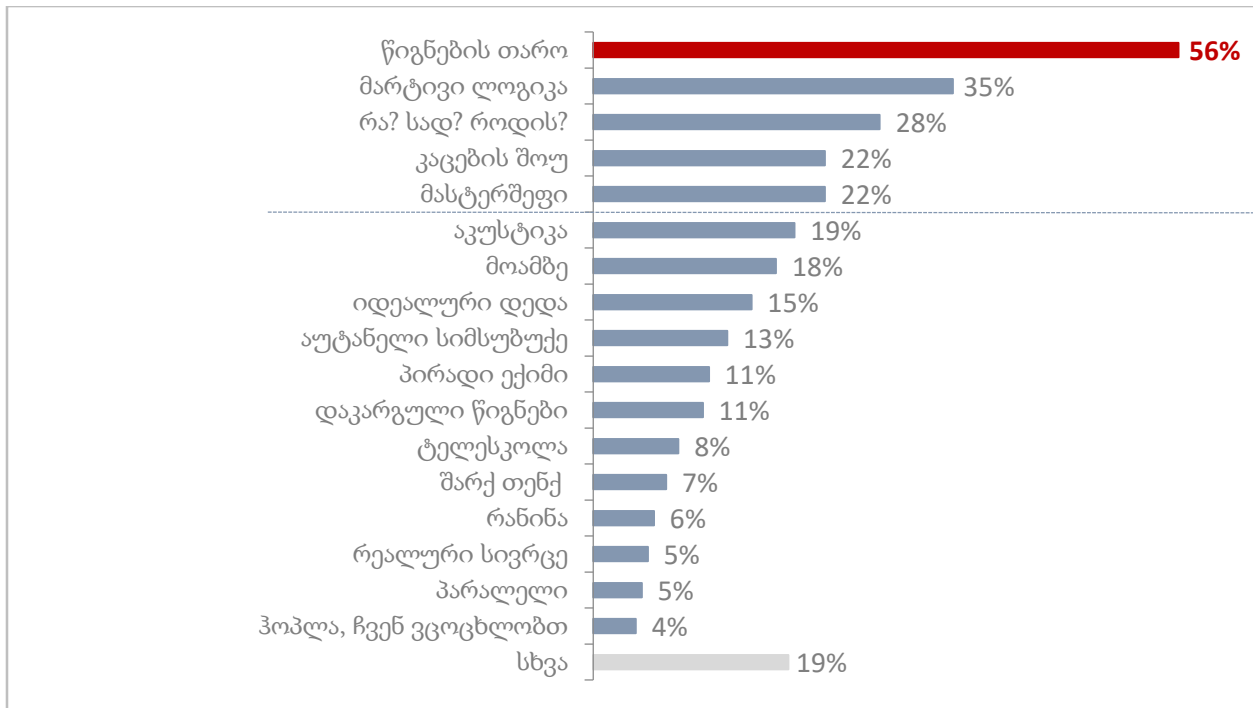
კვლევის ფარგლებში რესპონდენტებს ეთხოვათ დაესახელებინათ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ხუთი გადაცემა. გამოკითხულების უმრავლესობამ ვერ შეძლო ვერცერთი გადაცემის დასახელება (58%). ხუთი გადაცემის დასახელება რესპონდენტების მხოლოდ 11%-მა შეძლო. დანარჩენმა 31%-მა მხოლოდ ერთი ან რამდენიმე გადაცემის დასახელება მოახერხა. აღსანიშნავია, რომ ყველაზე ხშირად დასახელებულ გადაცემებს შორის ლიდრობს „წიგნების თარო“ (56%) და „მარტივი ლოგიკა“ (35%). კვლევის შედეგების თანახმად ასევე კარგი ცნობადობა აქვთ გადაცემებს: „რა? სად? როდის?“ (28%), „კაცების შოუ“ (22%) და „მასტერშეფი“ (22%).

გრაფიკი 10 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ხუთი გადაცემის დასახელება



N=410

გრაფიკი 11 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის დასახელებული გადაცემები

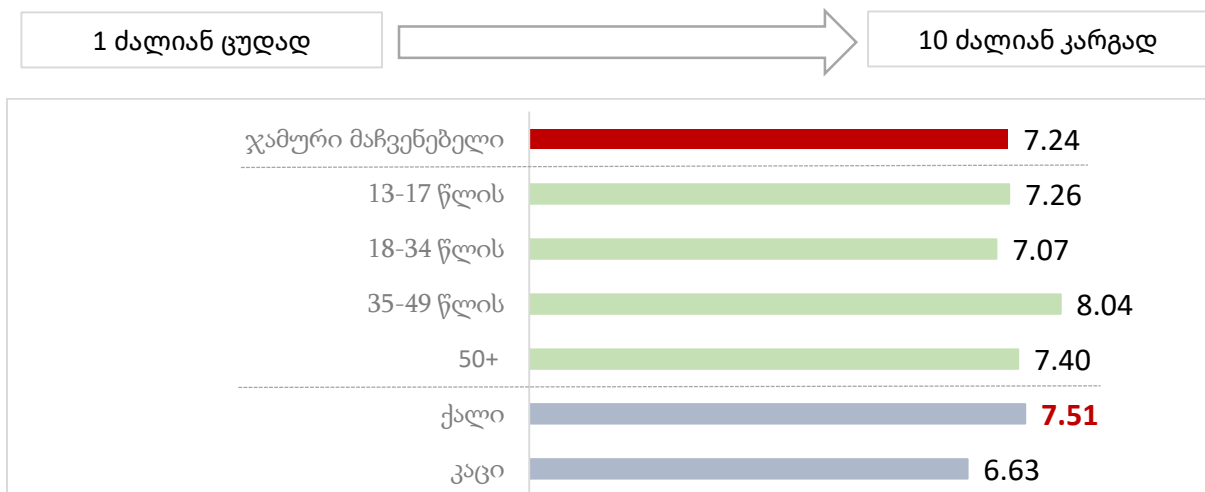


N=170

2.3 ტელესკოლა - შეფასება

კვლევის მონაწილეებს ეთხოვათ ათქულიან სკალაზე შეაფასებინათ „ტელესკოლა“, სადაც ერთი ქულა აჩვენებდა ძალიან ცუდ შეფასებას, ხოლო ათი ქულა ძალიან კარგ შეფასებას აღნიშნავდა. რესპონდენტებმა საკმაოდ კარგად შეაფასეს „ტელესკოლა“ საშუალოდ **7.2 ქულით**. სტატისტიკურად სანდო განსხვავება დაფიქსირდა სქესის ჭრილში. ზოგადად, გამოკითხული ქალები უფრო მაღალ შეფასებას აძლევდნენ „ტელესკოლას“ (საშუალოდ 7.5 ქულა), ვიდრე გამოკითხული მამაკაცები (საშუალოდ 6.6 ქულა).

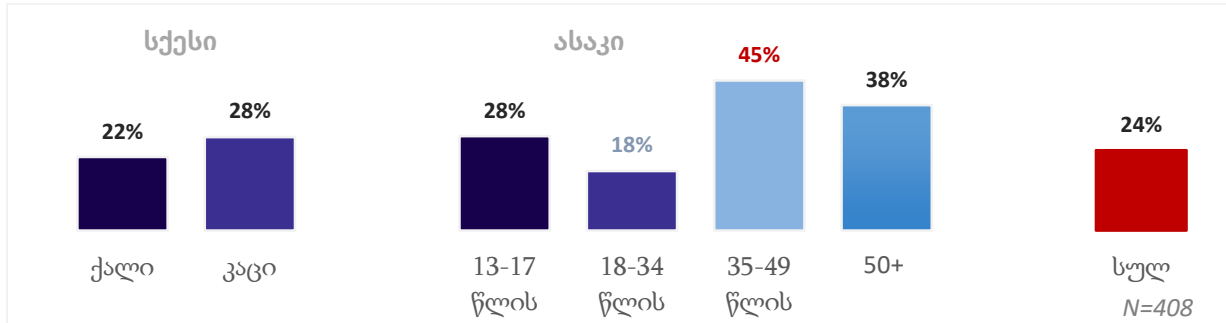
გრაფიკი 12 - ტელესკოლის შეფასება 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში



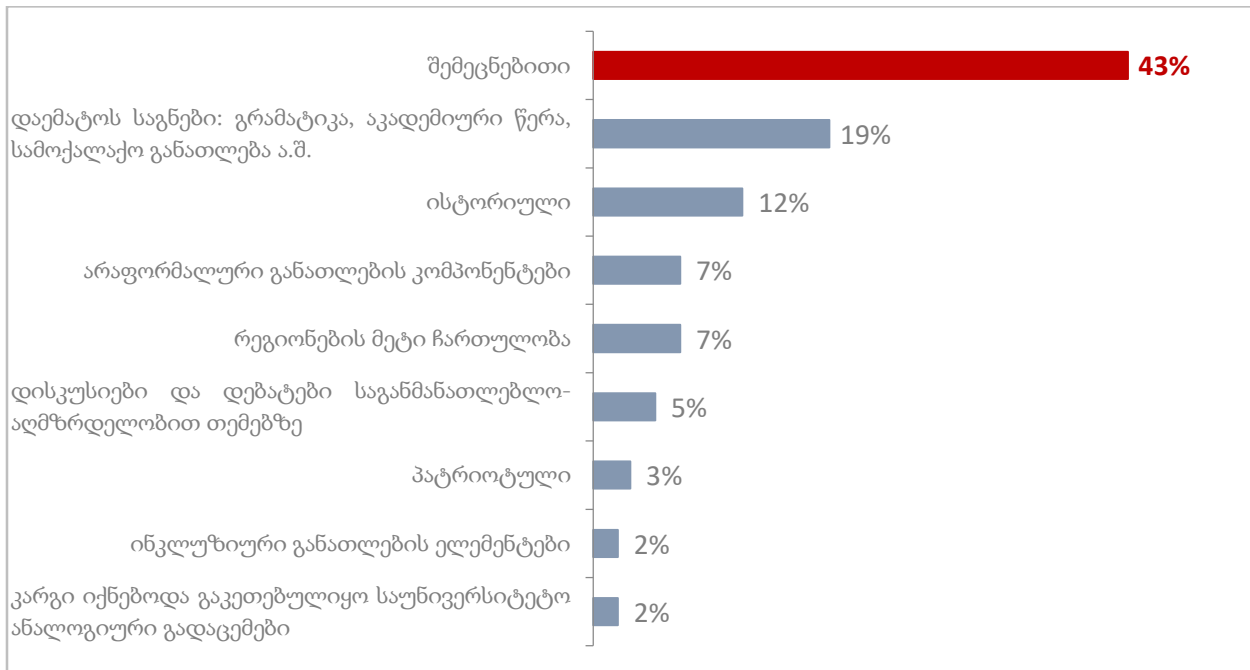
N=371

გამოკითხულების უმრავლესობას, ზოგადად უჭირს შეფასოს ახალი თემისა და ფორმატის პროდუქციის დამატების საჭიროება „ტელესკოლაზე“ (70%). თუმცა, ყოველი მეოთხე რესპონდენტი აფიქსირებს მსგავსი გაუმჯობესების საჭიროებას (24%). სტატისტიკურად სანდო განსხვავებები დაფიქსირდა მოცემულ მოსაზრებაზე ასაკის ჭრილში. 35-49 წლის ასაკის გამოკითხულების ყველაზე დიდი წილი, თითქმის ნახევარი ფიქრობს, რომ საჭიროა „ტელესკოლაზე“ ახალი თემისა და ფორმატის პროდუქციის დამატება (45%), მაშინ როცა 18-34 წლის რესპონდენტების მხოლოდ 18% აფიქსირებს მსგავს მოსაზრებას. აღსანიშნავია, რომ გაუმჯობესების მომხრე გამოკითხულების 43% „ტელესკოლაზე“ შემეცნებითი ფორმატის პროდუქციის დამატების მომხრეა. რესპონდენტების ნაწილი ასევე აფიქსირებს გარკვეული საგნების დამატების საჭიროებას: სამოქალაქო განათლება, აკადემიური წერა, ეკონომიკის ელემენტარული საფუძვლები, გრამატიკა (19%). 12% ფიქრობს, რომ ისტორიული თემატიკის ელემენტების დამატება ასევე კარგი იქნებოდა. ზოგიერთი რესპონდენტის აზრით საჭიროა არაფორმალური განათლების ელემენტების შემოტანა (7%) და რეგიონების მეტი ჩართულობა (7%).

გრაფიკი 13 - ტელესკოლაზე ახალი თემისა და ფორმატის პროდუქციის დამატების საჭიროება - ასაკის და სქესის ჭრილში



გრაფიკი 14 - ტელესკოლაზე დასამატებელი ახალი თემები და ფორმატები



N=170

თვისებრივი კვლევის შედეგები

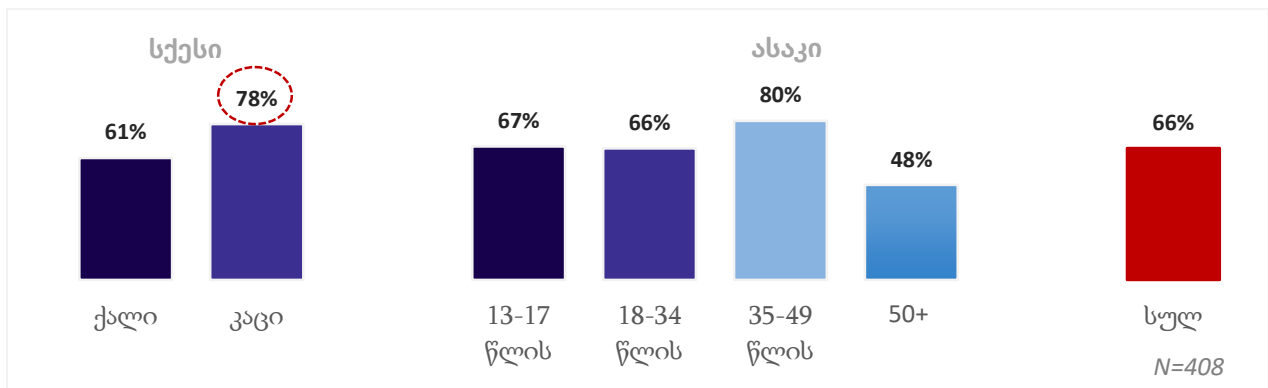
თვისებრივ კვლევაში მონაწილე სტუდენტები და პროფესორ-მასწავლებლები როგორც თბილისში, ასევე რეგიონებში თანხმდებიან, რომ „ტელესკოლა“ მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა განათლების შენარჩუნების საკითხებში კოვიდ-19 პანდემიის დროს და დაეხმარა მოსაწავლეებს გარკვეული ხარვეზების შევსებაში. რესპონდენტების აზრით მოკლე გაკვეთილები ინტერესის გაღვიძებას უწყობს ხელს. მიუხედავად ამისა, კვლევის ზოგიერთი მონაწილის აზრით, გაკვეთილების გახანგრძლივება 15 წუთიდან 25 წუთამდე უკეთეს შედეგს მოიტანდა. ასევე გამოითქვა მოსაზრებები ბავშვების დაინტერესების და ჩართულობის გაზრდის მიზნით გაკვეთილების გახალისების და გათანამედროვეობის თაობაზე, მეტი ვიზუალური მასალის დამატებით, პრაქტიკული სწავლების/ცდების ელემენტების შემოტანით და მეტი

ინტერაქციით. როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოითქვა „ტელესკოლაში“ საუნივერსიტეტო საგნების დამატების სურვილი: ბიზნესი, სამართალი, პოლიტიკა. ასევე გამოითქვა მოსაზრება გარემოსდაცვით საკითხებზე გაკვეთილების დამატების თაობაზე. რეგიონებში შეხვედრისას ასევე ისაუბრეს სოფლებში ინტერნეტზე ხელმწილსაწვდომობის პრობლემის შესახებ. რესპონდენტების აზრით ზოგიერთ დასახლებაში ინტერნეტზე წვდომის არარსებობის გამო, ბავშვებს არ მიუწვდებათ ხელი „ტელესკოლაზე“.

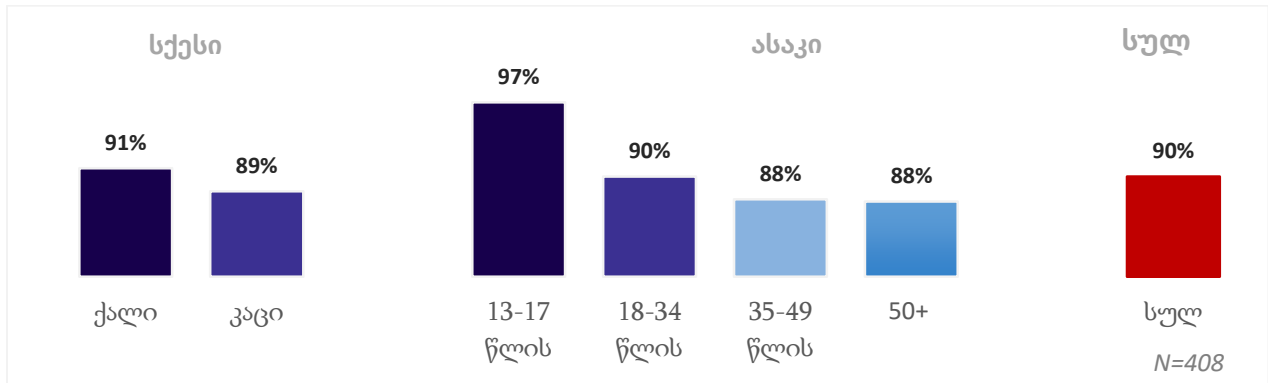
2.4 საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტ პლატფორმები - ცნობადობა და სარგებლობა

კვლევის შედეგების თანახმად რესპონდენტების უმრავლესობა ფლობს ინფორმაციას საზოგადოებრივი მაუწყებლის აპლიკაციების შესახებ (90%). მაუწყებლის ვებგვერდზე ინფორმირებულთა წილი ასევე საკმაოდ მაღალია გამოკითხულებში, თუმცა ვებგვერდის ცნობადობა მაინც ნაკლებია ტელეარხის აპლიკაციის ცნობადობაზე (66%). აღსანიშნავია, რომ მეტი გამოკითხული კაცი ფლობს ინფორმაციას საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებგვერდზე, ვიდრე კვლევის მონაწილე ქალი (კაცი - 78%, ქალი - 61%). ტენდენციის სახით შეიძლება ითქვას, რომ თითქმის ყველა 13-17 წლის რესპონდენტი ინფორმირებულია პირველი არხის აპლიკაციებზე (97%).

გრაფიკი 15 - ინფორმაციის ქონა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებგვერდის შესახებ - ასაკის და სქესის ქრილი



გრაფიკი 16 - ინფორმაციის ქონა საზოგადოებრივი მაუწყებლის აპლიკაციების შესახებ - ასაკის და სქესის ჭრილში



კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ გამოკითხულების 97% ზოგადად აქტიურად იყენებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მინიმუმ ერთ ინტერნეტ პლატფორმას. რესპონდენტებს ეთხოვათ ათქულიან სკალაზე ასევე შეეფასებინათ საზოგადოებრივი მაუწყებლის სხვადასხვა ინტერნეტ არხებით სარგებლობის სიხშირე სადაც ერთი ქულა აჩვენებდა რომ საერთოდ არ სარგებლობენ მოცემული პლატფორმებით, ხოლო ათი ქულა მათ მუდმივ სარგებლობას აღნიშნავდა. კვლევის შედეგებმა ცხადყო, რომ გამოკითხულები მეტწილად სარგებლობენ არხის Facebook გვერდით რაც საშუალოდ **4.6 ქულით** შეფასდა. ზოგადად, გამოკითხულების ნახევარი იყენებს მაუწყებლის Facebook გვერდს (49%) და მათი უმრავლესობა 18-34 წლის ახალგაზრდებია (54%). აღსანიშნავია, რომ 50 წლის და უფრო ასაკის გამოკითხულების მხოლოდ 20% აფიქსირებს იგივეს. ასევე ნიშანდობლივია, რომ Facebook გვერდით სარგებლობა უფრო მაღალია მდებარეობითი სქესის რესპონდენტებში, ვიდრე კაცებში (ქალები - 53%, კაცები - 40%).

YouTube არხით და მაუწყებლის ვებგვერდით სარგებლობა კიდევ უფრო დაბალი ქულებით შეფასდა, კერძოდ საშუალოდ 4.0 და 3.1. კვლევის შედეგების თანხამდა YouTube არხით ზოგადად აქტიურად სარგებლობს ყოველი მეოთხე გამოკითხული (27%), ხოლო ვებგვერდით და აპლიკაციებით აქტიურად სარგებლობის მაჩვენებელი კიდევ უფრო დაბალია (ვებ გვერდი - 12%, აპლიკაციები - 9%). აღსანიშნავია, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის აპლიკაციით აქტიურად ყოველი მეოთხე 50 წლის და უფროსი ასაკის რესპონდენტი სარგებლობს (28%).

ცხრილი 4 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტ არხებით / გვერდებით სარგებლობის სიხშირე 10 ქულიან სკალაზე - საშუალო მაჩვენებელი ასაკის და სქესის ჭრილში



საზოგადოებრივი მაუწყებელი	ჯამური სურათი	13-17	18-34	35-49	50+	ქალი	კაცი
Web გვერდი	3.08	3.28	3.07	3.57	2.45	3.03	3.19
YouTube არხი	3.96	4.85	4.05	3.40	3.15	3.77	4.40
Facebook გვერდი	4.59	5.10	4.83	4.13	2.98	4.63	4.48

N=404

ცხრილი 5 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტ პლატფორმების მოხმარება - ასაკის და სქესის ჭრილში

	ჯამური სურათი	13-17	18-34	35-49	50+	ქალი	კაცი
Facebook გვერდი	49%	49%	54%	43%	20%	53%	40%
YouTube არხი	27%	31%	28%	16%	33%	23%	38%
ვებ გვერდი	12%	13%	8%	29%	18%	11%	13%
აპლიკაციები	9%	5%	7%	8%	28%	10%	7%
არ იყენებს	3%	3%	3%	4%	3%	4%	2%

N=408

კვლევის შედეგების თანახმად გამოკითხულები ყველაზე უფრო ხშირად „1 TV.GE – News პირველი არხი - ახალი ამბების“ და „მარტივი ლოგიკის“ აპლიკაციას იყენებენ (26% და 25%). კვლევის ყოველი მეხუთე რესპონდენტი ყველაზე ხშირად გამოყენებდა აპლიკაციებში „წიგნების თაროს“ ასახელებს. მოცემული აპლიკაციით სარგებლობა საკმაოდ მაღალია 13-17 წლის გამოკითხულ ახალგაზრდებში (36%). აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულების 12%-ს ზოგადად უჭირს საზოგადოებრივი მაუწყებლის რაიმე აპლიკაციის დასახელება.

ცხრილი 6 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველაზე ხშირად გამოყენებული აპლიკაციები - ასაკის და სქესის ჭრილი

	ჯამური სურათი	13-17	18-34	35-49	50+	ქალი	კაცი
1 TV.GE – News პირველი არხი - ახალი ამბები	26%	15%	21%	37%	58%	27%	22%
მარტივი ლოგიკა	25%	31%	30%	14%	3%	24%	29%
წიგნების თარო	22%	36%	21%	16%	15%	25%	15%
Mobile TV	12%	13%	13%	10%	3%	11%	14%
1 TV საქართველოს რადიო	4%	3%	3%	8%	8%	3%	6%
ვერ ასახელებს	12%	3%	12%	14%	15%	10%	15%

N=408

თვისებრივი კვლევის შედეგები

თვისებრივ კვლევაში მონაწილე სტუდენტები და პროფესორ-მასწავლებლები როგორც თბილისში, ასევე რეგიონებში თანხმდებიან, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს დიდი წინსვლა აქვს ინტერნეტ პლატფორმებზე, თუმცა სხვა არხებთან შედარებით საჭიროებს ბევრად მეტ აქტიურობას სოც-მედიაში. როგორც შეხვედრების დროს გაჟღერდა: „სოც-მედიის კონკურენციის პირობებში აუცილებელია საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა კონკურენცია გაუწიოს სხვებს და ეკრანთან თუ საკუთარ სოც-მედია პლატფორმებზე შეინარჩუნოს იმპულსური და სპონტანური მაყურებელი, განსაკუთრებით იმ პირობებში, როცა უამრავი ინფორმაცია ქვეყნდება; ყურებადობა უნდა იქნას აწეული ხალხის ყველაზე მკტივნიული და საჭირო საკითხებითაც. ასევე, უზრუნველყოფილი იყოს მეტი ანალიტიკა&პროგრამული მრავალფეროვნება“. რესპონდენტების აზრით ინტერნეტ პლატფორმების კუთხითაც კარგი იქნებოდა სხვა ქვეყნების საზოგადოებრივი მაუწყებლების გამოცდილების გაზიარება.

3. ძირითადი მიგნებები და რეკომენდაციები

კვლევის მეთოდოლოგიის სპეციფიკიდან გამომდინარე რესპონდენტების უმრავლესობა 18-34 წლის ახალგაზრდაა (69%). კვლევაში მონაწილე ქალების აქტივობა ასევე ბევრად აჭარბებს კაცების ჩართულობას, რაც ისევ მეთოდოლოგიის სპეციფიკიდან გამომდინარეობს (70%). მიუხედავად დისბალანსისა, მონაცემები უმეტეს კითხვაზე სტატისტიკურად სანდო განსხვავებას გვიჩვენებს სქესის და ასაკის ჭრილში.

კვლევის შედეგების თანახმად მხოლოდ ყოველი მეოთხე გამოკითხულია საზოგადოებრივი მაუწყებლის აქტიური მაყურებელი. რესპონდენტების უმრავლესობა მხოლოდ ხანდახან უყურებს მოცემულ ტელეარხს. შესაბამისად გამოკითხულების ნახევრაზე მეტი ვერ ასახელებს საზოგადოებრივი არხის ხუთ გადაცემას (58%). საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველაზე ხშირად დასახელებული ხუთი გადაცემაა:

1. წიგნების თარო
2. მარტივი ლოგიკა
3. რა? სად? როდის?
4. კაცების შოუ
5. მასტერშეფი

მხოლოდ ყოველი მეოთხე გამოკითხული მიიჩნევს, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ზოგიერთი გადაცემა დამატებით რეკლამას საჭიროებს (28%). თუმცა, მათ უმრავლესობას უჭირს გადაცემების დაკონკრეტება. აღსანიშნავია, რომ დამატებითი რეკლამის საჭიროება თვისებრივი კვლევის ფარგლებშიც დაფიქსირდა რეგიონებში გამართული დისკუსიების დროს. რესპონდენტების აზრით, რეგიონებში, განსაკუთრებით ისეთი სოფლის დასახლებებში სადაც ინტერნეტი ნაკლებადაა ხელმისაწვდომი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემებს შესაძლოა დამატებითი რეკლამა სჭირდებოდეს ფართო მასებისთვის გასაცნობად.

კვლევის მონაწილე სტუდენტების და პროფესორ-მასწავლებლების აზრით, საზოგადოებრივი მაუწყებელი დიდწილად მოიცავს საზოგადოების ყველა ჯგუფის ინტერესს (6.4 ქულა 10 ქულიდან) და მის მიმართ ნდობაც საშუალოზე მაღალია (6.8 ქულა 10 ქულიდან). თუმცა, რესპონდენტების აზრით საჭიროა რეგიონების ცხოვრების მეტი გაშუქება და მეტი ინტერაქცია.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეიტინგი მნიშვნელოვანია 35 წლის და უფროსი ასაკის რესპონდენტების უმრავლესობისთვის. ახალგაზრდების მხოლოდ ნაწილი მიიჩნევს იგივეს. თუმცა, უნდა აღინიშნოს რომ რეიტინგი მეტნაკლებად მნიშვნელოვნად მიაჩნია ახალგაზრდების უმრავლესობასაც. გამოკითხულების თითქმის ნახევარი საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეიტინგის მაჩვენებელს მნიშვნელოვნად მიიჩნევს (44%). რესპონდენტების 39%-თვის მაუწყებლის რეიტინგი მეტნაკლებად მნიშვნელოვანია, ხოლო 15% საერთოდ უმნიშვნელოდ მიიჩნევს მას.

რაოდენობრივი კვლევის შედეგების თანახმად გამოკითხულები ყველაზე მაღალი ქულით შემეცნებითი გადაცემების მნიშვნელოვნებას აფასებენ საზოგადოებრივ არხზე (საშუალოდ 8.6 ქულა), ხოლო ყველაზე დაბალი ქულით პოლიტიკური დებატების მნიშვნელოვნებას (საშუალოდ 5.1 ქულა). მიუხედავად იმისა რომ რესპონდენტების დიდ ნაწილს გაუჭირდა დაესახელებინა თუ

რა სახის გადაცემების ნახვას ისურვებდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის არხზე (56%), ამ შემთხვევაშიც ყველაზე ხშირად შემეცნებით-ინტელექტუალური გადაცემები დასახელდა. კაცი რესპონდენტების ნაწილისთვის ასევე საინტერესო იქნებდა გასართობი გადაცემების ნახვა.

რესპონდენტებმა საკმაოდ კარგად შეაფასეს „ტელესკოლა“, საშუალოდ **7.2 ქულით**. სტატისტიკურად სანდო განსხვავება დაფიქსირდა სქესის ჭრილში. ზოგადად, გამოკითხული ქალები უფრო მაღალ შეფასებას აძლევენ „ტელესკოლას“ (საშუალოდ 7.5 ქულა), ვიდრე გამოკითხული მამაკაცები (საშუალოდ 6.6 ქულა). მიუხედავად კარგი შეფასებისა, რესპონდენტების ნაწილს როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი კვლევის ფარგლებში მიაჩნია, რომ საჭიროა ფორმატის განახლება, მეტი ინტერაქციის, პრაქტიკული ელემენტების, ტექნოლოგიების, ცდების, ვიზუალური მასალის შემოტანა. ასევე დასახელდა დამატებითი საგნების საჭიროება, მათ შორის საუნივერსიტეტო საგნებისაც.

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ რესპონდენტების უმრავლესობა ინფორმირებულია საზოგადოებრივი მაუწყებლის აპლიკაციებზე და მათი დიდი ნაწილი ასევე ფლობს ინფორმაციას მაუწყებლის ვებგვერდზე. თითქმის ყველა გამოკითხულმა აღნიშნა, რომ აქტიურად იყენებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მინიმუმ ერთ პლატფორმას (97%). თუმცა, გამოყენების სიხშირის შეფასება მაინც საშუალოზე დაბალია (10 ქულიდან საშუალოდ 3-4 ქულა). რესპონდენტების ნახევარი ძირითადად საზოგადოებრივი მაუწყებლის Facebook გვერდით სარგებლობს, ხოლო ყოველი მეოთხე გამოკითხული მაუწყებლის YouTube არხით.

რაოდენობრივი კვლევის შედეგების თანახმად რესპონდენტები ყველაზე უფრო ხშირად „1 TV.GE – News პირველი არხი - ახალი ამბების“ და „მარტივი ლოგიკის“ აპლიკაციას იყენებენ.

დასკვნები და რეკომენდაციები

- მიუხედავად იმისა, რომ რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყურების სიხშირის საშუალო მაჩვენებელი, ისევე როგორც მისი ინტერნეტ პლატფორმების მოხმარების სიხშირის მაჩვენებელი, საშუალოზე დაბალია (ტელევიზია და Facebook გვერდი - 4.6 ქულა, ვებგვერდი - 3.1 ქულა, YouTube არხი - 4.0 ქულა), მაუწყებლის არსებული პრიორიტეტების თანახმად ხაზგასასმელია, რომ საშუალოზე მაღალია მისი სანდოობისა და საზოგადოების ყველა ჯგუფის ინტერესების მოცვის საშუალო მაჩვენებელი (6.8 და 6.4 ქულა).²
- როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი კვლევის ფარგლებში დაფიქსირდა საზოგადოებრივ მაუწყებელზე რეგიონების ცხოვრების ასახვის საჭიროება. მაუწყებლის არსებულ შინაარსობრივ პრიორიტეტებში უკვე დევს სოციალური პრობლემების და რიგითი მოქალაქის პრობლემების ასახვის საჭიროება (პუნქტი 3.1 - ა და ბ). თუმცა, საჭიროა დამატებით საზოგადოების განვითარებაზე და კეთილდღეობაზე მიმართული წამოწყებების, ეროვნული პროექტების, რეგიონალური წარმატების შემთხვევების მაუწყებლის პროდუქციაში მეტად ასახვა.

² საზოგადოებრივი მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტები 2. საყოველთაო და თანაბარი მომსახურება და 7. სანდოობის ზრდის უზრუნველყოფა.

- მიუხედავად იმისა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ზოგად ორიენტირებში ახალ ამბებს ყველაზე მაღალი წილი უკავია არსებულ პროდუქციაში, კვლევის შედეგების თანამხმად რესპონდენტები ყველაზე მაღალ შეფასებას შემეცნებითი გადაცემების მნიშვნელობას ანიჭებენ (საშუალოდ 8.6 ქულა). კულტურა, შემეცნება, განათლება, ისტორია და ჯანსაღი ცხოვრების წესი უკვე არის მაუწყებლის ძირითადი ორიენტირი, თუმცა, საჭიროა მსგავსი პროდუქტის ზრდის ხელშეწყობა საზოგადოების ინტერესების შესაბამისად.
- თვისებრივი კვლევის ფარგლებში სტუდენტ ახალგაზრდობასთან და პროფესორ-მასწავლებლებთან შეხვედრებმა გამოკვეთა დებატებისთვის სივრცის შექმნის საჭიროება. დებატები ძირითადად მოიაზრებოდა საჭირობოროტო თემატიკაზე საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფების წარმომადგენლებთან (პოლიტიკური დებატების ინტერესი უფრო დაბალია როგორც რაოდენობრივი ასევე თვისებრივი კვლევის შედეგების თანახმად). საზოგადოებრივი მაუწყებლის არსებულ ზოგად ორიენტირებში უკვე ჩადებულია, რომ მაუწყებელი უნდა ისწრაფვოდეს გახდეს მთავარი სადისკუსიო სივრცე საქართველოს მოსახლეობისთვის. საჭიროა მოცემული მიმართულების ერთერთ პრიორიტეტად დანერგვა მიმდინარე წლებში.
- მიუხედავად იმისა, რომ რაოდენობრივი კვლევის შედეგების თანახმად, გამოკითხული საზოგადოების დიდი ნაწილი ინფორმირებულია საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტ პლატფორმებზე, მოხმარების სიხშირის დაბალი მაჩვენებლის გათვალისწინებით, ასევე თვისებრივი კვლევის ფარგლებში მიღებული რეკომენდაციების საფუძველზე, საჭიროა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მეტი აქტიურობა სოციალურ მედია სივრცეში.
- „ტელესკოლა“ როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი კვლევის ფარგლებში კარგ შეფასებას იღებს, განსაკუთრებით პანდემიის პირობებში. თუმცა, მნიშვნელოვანია მოცემული პლატფორმისთვის თანამედროვე ელემენტების დამატება და ინტერაქციის გაზრდა ახალგაზრდებისთვის სწავლის პროცესის უფრო მეტად გასახალისებლად.

დანართი N1 - ონლაინ კვლევის ინსტრუმენტი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭო

2021 წლის პრიორიტეტების განსაზღვრა

მოხარული ვართ, რომ ერთვებით ჩვენს გამოკითხვაში. საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მიაჩნია, რომ თითოეული თქვენგანის ჩართულობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის შეფასებაში მნიშვნელოვანია/არსებითია, რადგან საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტები თითოეული თქვენგანისთვის იქმნება და აუცილებელია თქვენი აზრის გათვალისწინება.

საზოგადოებრივ მაუწყებლის სამეურვეო საბჭო ყველა ჯგუფის მოსაზრების გათვალისწინებით განსაზღვრავს მაუწყებლის პრიორიტეტებს და, შესაბამისად ითვალისწინებს პრიორიტეტების საბოლოო ჩამოყალიბების დროს.

პრიორიტეტების განსაზღვრის დროს, სხვადასხვა საზოგადოებრივ ჯგუფების ჩართულობის გაძლიერების მიზნით საზოგადოებრივ მაუწყებლის სამეურვეო საბჭომ გადაწყვიტა სხვადასხვა ჯგუფების წარმომადგენლებთან აქტიური კომუნიკაცია და დისკუსიების გამართა - ამჯერად კი გთავაზობთ კითხვარს, რომელიც დაგვეხმარება საერთო პოზიციების შეჯერებასა და ჩამოყალიბებაში.

მადლობას გიხდით ამ კითხვარის შევსებისთვის. გაცნობებთ, რომ თქვენს მიერ მოწოდებული მონაცემები ანონიმურია.

კითხვარი:

1. რომელ ორგანიზაციას/ინსტიტუტს წარმოადგენთ? (ეს ინფორმაცია გვჭირდება გამოკითხულ რესპონდენტთა ჯგუფური კლასიფიკაციისთვის)
2. თქვენი ასაკი
 - 13-18
 - 18-35
 - 35-50
 - 50-
3. თქვენი სქესი
 1. ქალი
 2. კაცი
4. რამდენად ხშირად უყურებთ საზოგადოებრივ მაუწყებლებს? მისივე ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - საერთოდ არ ვუყურებ, 10 - მუდმივად ვუყურებ
5. გაქვთ თუ არა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებ გვერდის შესახებ ინფორმაცია?
 - კი
 - არა

6. რამდენად ხშირად სარგებლობთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებ გვერდით? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - საერთოდ არ ვსარგებლობ, 10 - მუდმივად ვსარგებლობ)
7. რამდენად ხშირად სარგებლობთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის YouTube არხით? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - საერთოდ არ ვსარგებლობ, 10 - მუდმივად ვსარგებლობ)
8. რამდენად ხშირად სარგებლობთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის Facebook გვერდით? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - საერთოდ არ ვსარგებლობ, 10 - მუდმივად ვსარგებლობ)
9. საზოგადოებრივი მაუწყებლის რომელ პლატფორმას იყენებთ უფრო აქტიურად?
 - ვებ გვერდი
 - YouTube არხი
 - Facebook გვერდი
 - აპლიკაციები
10. გაქვთ თუ არა საზოგადოებრივი მაუწყებლის აპლიკაციის/აპლიკაციების შესახებ ინფორმაცია?
 - დიახ, გვაქვს
 - არა, არ გვაქვს
11. საზოგადოებრივი მაუწყებლის რომელ ვებ აპლიკაციას იყენებთ უფრო აქტიურად?
 1. Mobile TV
 2. წიგნების თარო
 3. 1 TV საქართველოს რადიო
 4. 1 TV.GE – News პირველი არხი - ახალი ამბები
 5. მარტივი ლოგოკა
12. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის შემცენებითი გადაცემები? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - უმნიშვნელო, 10 - ძალიან მნიშვნელოვანი)
13. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის გარემოს დაცვის მიმართულების თემები? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - უმნიშვნელო, 10 - ძალიან მნიშვნელოვანი)
14. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის დოკუმენტური ფილმები? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - უმნიშვნელო, 10 - ძალიან მნიშვნელოვანი)
15. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის ისტორიული ფილმები? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - უმნიშვნელო, 10 - ძალიან მნიშვნელოვანი)
16. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის პოლიტიკური დებატები? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - უმნიშვნელო, 10 - ძალიან მნიშვნელოვანი)
17. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის სპორტული გადაცემები/რეპორტაჟები? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - უმნიშვნელო, 10 - ძალიან მნიშვნელოვანი)
18. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის გასართობი გადაცემები? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - უმნიშვნელო, 10 - ძალიან მნიშვნელოვანი)
19. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის საბავშვო (1-12 წლის) გადაცემები? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - უმნიშვნელო, 10 - ძალიან მნიშვნელოვანი)

20. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის მოზარდთა (13-18 წლის) გადაცემები? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - უმნიშვნელო, 10 - ძალიან მნიშვნელოვანი)
21. საზოგადოებრივ მაუწყებლის რომელ არხზე გსურთ იხილოთ საბაშვო & მოზარდთა გადაცემები?
- მხოლოდ პირველ არხზე
 - მხოლოდ ტელესკოლაში
 - ორივეგან
22. დამატებით რა თემატიკის გადაცემის/შოუს ხილვას ისურვებდით საზოგადოებრივ მაუწყებელზე?
23. რამდენად ენდობით საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ მოწოდებულ ინფორმაციას? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - საერთოდ არ ვენდობი, 10 - სრულიად ვენდობი)
24. რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეიტინგი?
- მნიშვნელოვანი
 - ნაკლებად მნიშვნელოვანი
 - უმნიშვნელო
25. ფიქრობთ თუ არა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ზოგიერთ გადაცემას სჭირდება მეტი რეკლამა? (თანხმობის შემთხვევაში, გთხოვთ მიუთითოთ გადაცემა)
26. როგორ ფიქრობთ, რამდენად მოიცავს საზოგადოებრივი მაუწყებელი საზოგადოების ყველა ჯგუფის ინტერესებს? (მიანიჭეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - საერთოდ არ მოიცავს 10 - სრულიად მოიცავს)
27. თქვენი აზრით, რომელია საზოგადოებრივი მაუწყებლის 5 გამორჩეული გადაცემა?
- 1.
 - 2.
 - 3.
 - 4.
 - 5.
28. როგორ შეაფასებთ ტელესკოლას (აირჩეთ ქულა 1-დან 10-მდე; 1 - ძალიან ცუდად, 10 - ძალიან კარგად)
29. თქვენი აზრით, მომავალში, უნდა დაემატოს თუ არა რაიმე ახალი თემისა და ფორმატის პროდუქცია ტელესკოლას? (თანხმობის შემთხვევაში, გთხოვთ დააკონკრეტოთ)