

საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის საფუძველზე რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების განსაზღვრის შესახებ

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია (შემდგომში „კომისია“) აღნიშნავს, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის შესაბამისად, კომისია რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტებს ლიცენზიის მაძიებლებისათვის განსაზღვრავს საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის საფუძველზე.

კომისია აღნიშნავს, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 38-ე მუხლის მესამე პუნქტის შესაბამისად, კომისია გაცემს სათემო და კერძო მაუწყებლობის ლიცენზიებს. კერძო მაუწყებლობის ლიცენზიები გაიცემა საერთო და სპეციალიზებული მაუწყებლობისათვის.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის ტ) ქვეპუნქტის შესაბამისად, **მაუწყებელი** განსაზღვრულია, როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, ამ კანონის საფუძველზე ტელემაუწყებლობის ან/და რადიომაუწყებლობის განმახორციელებელი ლიცენზიის მფლობელი ან/და ავტორიზებული პირი, ხოლო ამავე მუხლი ტ¹ ქვეპუნქტის შესაბამისად, **რადიომაუწყებელი** განსაზღვრულია, როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, ლიცენზიის მფლობელი/ავტორიზებული პირი, რომელიც პირადი სარედაქციო პასუხისმგებლობით ახორციელებს საკუთარი სამაუწყებლო ბადით გათვალისწინებული აუდიოპროდუქციის გადაცემას ისე, რომ სამაუწყებლო ბადით განსაზღვრულ დროს მსმენელებისათვის ერთდროულად ხელმისაწვდომია.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის ლ) პუნქტის შესაბამისად, **კერძო მაუწყებლობა** განსაზღვრულია, როგორც „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესით, კერძო სამართლის კომერციული ან არაკომერციული პირის მიერ განხორციელებული მაუწყებლობა, რომელიც არ არის არც საზოგადოებრივი და არც სათემო მაუწყებლობა.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის ჰ¹) პუნქტის შესაბამისად, **სათემო მაუწყებლობა** განსაზღვრულია როგორც „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესით, კერძო სამართლის არაკომერციული ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ განხორციელებული მაუწყებლობა, რომელიც უზრუნველყოფს მაუწყებლობის პროცესში საზოგადოების იმ ნაწილის მონაწილეობას, რომელსაც ის ემსახურება, და რომელიც მიზნად არ ისახავს მოგების მიღებას.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის თ) ქვეპუნქტის შესაბამისად, **ეროვნული მაუწყებლობა** განსაზღვრულია, როგორც ამ კანონით დადგენილი წესით განხორციელებული მაუწყებლობა, რომელიც ხელმისაწვდომია საქართველოს მოსახლეობის არანაკლებ 90%-ისათვის;

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის ჯ) პუნქტის შესაბამისად, **საერთო მაუწყებლობას** წარმოადგენს არანაკლებ 2 თემატიკის, მათ შორის, ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თემატიკის, პროგრამებით მაუწყებლობა;

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის ჰ²) პუნქტის შესაბამისად, **სპეციალიზებული მაუწყებლობა**ა ძირითადად ერთი თემატიკის (ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თემატიკის გარდა) პროგრამებით მაუწყებლობა;

კომისია აღნიშნავს, რომ სსიპ „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას“ და ააიპ „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტს“ შორის „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-10¹ მუხლის მე-3 პუნქტის ბ) ქვეპუნქტისა და „გამარტივებული შესყიდვის, გამარტივებული ელექტრონული ტენდერისა და ელექტრონული ტენდერის ჩატარების წესის“ მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტის ბ) ქვეპუნქტის შესაბამისად (შესყიდვის კატეგორია CPV- 73200000), გაფორმდა სახელმწიფო შესყიდვის შესახებ ხელშეკრულება (N30/10-15-1). სსიპ „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას“ და ააიპ „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტს“ შორის გაფორმებული ხელშეკრულების საგანს წარმოადგენდა რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების დადგენის მიზნით საზოგადოებრივი კვლევის შესყიდვა და შესაბამისად, „ადგილობრივი მაუწყებლობის ზონალური დაყოფის შესახებ“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2006 წლის 5 დეკემბრის №10 დადგენილების შესაბამისად, განსაზღვრულ სამაუწყებლო ზონებში (Geo 261, Geo 259, Geo 257, Geo 258, Geo 256, Geo 255, Geo 253, Geo 252, Geo 250) საზოგადოებრივი აზრის კვლევის ჩატარება და რესპოდენტთა აზრის თვისობრივი და რაოდენობრივი კვლევა. საქართველოს მოსახლეობის საზოგადოებრივი აზრის კვლევისა და გამოკითხვის შედეგების ანალიზის წარმოდგენა თითოეულ სამაუწყებლო ზონაზე უნდა განხორციელებულიყო განცალკევებულად, აგრეთვე საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე ეროვნული მაუწყებლობისათვის (ოკუპირებული ტერიტორიების გარდა).

კომისიის მიერ დაკვეთილ საზოგადოებრივი აზრის კვლევაში ასახული უნდა ყოფილიყო შემდეგი სახის ინფორმაცია:

- ა) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა სათემო რადიომაუწყებლობაზე და საზოგადოების იმ ნაწილთა განსაზღვრა, რომელსაც უნდა ემსახურებოდეს სათემო რადიომაუწყებლობა;
- ბ) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა კერძო სპეციალიზებული რადიო მაუწყებლობის თემატიკისადმი;
- გ) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა კერძო საერთო რადიომაუწყებლობაზე;
- დ) რა თემატიკის გადაცემებს ენიჭება უპირატესობა რადიოს მოსმენის დროს;
- ე) რა თემატიკის გადაცემების დეფიციტს განიცდის ქართული რადიოსადგურები;
- ვ) რომელი რადიომაუწყებლობის დამატების საჭიროებაა ქართულ რადიოსივრცეში: სათემო, სპეციალიზებული თუ საერთო რადიომაუწყებლობის. სპეციალიზებულის შემთხვევაში უნდა მომხდარიყო დაკონკრეტება, თუ რა თემატიკის სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობის დამატების საჭიროება არსებობს.

საზოგადოებრივი აზრის კვლევა მიმდინარეობდა 2015 წლის 30 ოქტომბრიდან 2015 წლის 24 დეკემბრის ჩათვლით. კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 2700-მა რესპონდენტმა 9 ზონის მასშტაბით (250, 252, 253, 255, 256, 257, 258, 259, 261). თითოეული ზონიდან გამოიკითხა 300 რესპონდენტი.

2015 წლის 31 დეკემბერს კომისიასა და ააიპ „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტს“ შორის გაფორმდა სახელმწიფო შესყიდვის 2015 წლის 30 ოქტომბრის N30/10-15-1 ხელშეკრულების მე-5 მუხლით გათვალისწინებული მიღება-ჩაბარების აქტი, მასზედ, რომ ააიპ „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტმა“ (მიმწოდებელმა) შეასრულა, ხოლო საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ (შემსყიდველმა) მიიღო ხელშეკრულებით გათვალისწინებული მომსახურება შესაბამის ვადაში.

ააიპ „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის“ მიერ წარმოდგენილი საზოგადოებრივი აზრის კვლევაში აღნიშნულია, რომ კვლევა ჩატარდა საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე, კერძოდ, 9 სამაუწყებლო ზონაში, გარდა აფხაზეთისა და ყოფილი სამხრეთ ოსეთის ავტონომიური ოლქის ტერიტორიაზე მცხოვრები მოსახლეობისა. კვლევაში გამოყენებულ იქნა როგორც თვისებრივი, ასევე რაოდენობრივი სოციოლოგიური კვლევის მეთოდები.

თვისებრივი კვლევა ჩატარდა **ფოკუს ჯგუფების მეთოდის** გამოყენებით. თვისებრივი კვლევის **სამიზნე ჯგუფს** წარმოადგენდნენ რადიომსმენელები და მედია ექსპერტები. თვისებრივ კვლევას ჰქონდა რაოდენობრივი კვლევის დამხმარე ფუნქცია, კერძოდ, მისი მიზანი იყო იმ ინდიკატორების გამოვლენა, რომელთა საფუძველზეც, მოგვიანებით, რაოდენობრივი კვლევის ინსტრუმენტი – კითხვარი მომზადდა.

რაოდენობრივი კვლევის **გენერალურ ერთობლიობას** წარმოადგენს საქართველოს საარჩევნო ასაკის (18 წლის და მეტი) მოსახლეობა. შერჩევითი ერთობლიობის **მოცულობა** იყო 2 700 (ორი ათას შვიდასი) რესპონდენტი. რესპონდენტები გამოიკითხნენ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2006 წლის 5 დეკემბრის №10 დადგენილების შესაბამისად განსაზღვრულ 9 სამაუწყებლო ზონაში; (Geo 261, Geo 259, Geo 257, Geo 258, Geo 256, Geo 255, Geo 253, Geo 252, Geo 250) თითოეული ზონა შეესაბამება ტერიტორიულ-გეოგრაფიულ და ადმინისტრაციულ ერთეულებს საქართველოს ტერიტორიაზე. ყოველ ზონაში, რადიო მაუწყებლობის პრიორიტეტების დასადგენად, გამოიკითხულთა რაოდენობა იყო 300 (სამასი) რესპონდენტი. კვლევა ჩატარდა გამოიკითხვის, კერძოდ, **პირისპირ ინტერვიუს** მეთოდის გამოყენებით. კვლევის ინსტრუმენტი იყო **სტანდარტიზებული კითხვარი**, რომელმაც მოიცვა დახურული, ღია და ნახევრად დახურული შეკითხვები.

გამოსაკითხი რესპონდენტების შერჩევა დაეყრდნო სააღწერო უბნების მონაცემთა უახლეს ბაზას, საქართველოს მოსახლეობის 2014 წლის აღწერიდან. გამოყენებული იქნა ორსაფეხურიანი შერჩევა, წინასწარი სტრატეგიულირებით: სტრატეგიკაციის პირველი დონე იყო სამაუწყებლო ზონა. შერჩევის მთელი მოცულობა გადანაწილდა 9 სამაუწყებლო ზონაში (Geo 261, Geo 259, Geo 257, Geo 258, Geo 256, Geo 255, Geo 253, Geo 252, Geo 250) ისე, რომ თითოეული ზონისთვის შერჩევის ცდომილება არ ყოფილიყო 6%-ზე მეტი, 95%-იანი საიმედოობით. მთელ ქვეყანასთან მიმართებაში შერჩევის მოდელმა უზრუნველყო შეფასების არაუმეტეს 3%-იან ცდომილება;

შერჩევის მეორე დონეზე, სამაუწყებლო ზონების შიგნით, ქვეშერჩევა (300-300 რესპონდენტი) გადანაწილდა თითოეულ ზონაში შემავალი სტრატების (ტერიტორიულ-გეოგრაფიული და ადმინისტრაციული ერთეულების) პროპორციულად. მეორადი ერთეული (Secondary Sampling Unit - SSU) იყო შინამეურნეობა. შინამეურნეობების შერჩევა შიგნით განხორციელდა „შემთხვევითი ხეტიალის“ მეთოდით. ყოველ ინტერვიურს მიეცა „შემთხვევითი ხეტიალის“ დეტალური ინსტრუქცია. შერჩევის საბოლოო ერთეული (Finally Sampling Unit-FSU) იყო რესპონდენტი. რესპონდენტის შერჩევა შინამეურნეობაში განხორციელდა შემთხვევითი პრინციპით, კერძოდ, კიშის ცხრილის (Kish Table)

გამოყენებით. მიღებული "ნედლი" მონაცემების შეწონვა მოხდა ისეთი ცვლადების საფუძველზე, როგორცაა: ა)რეგიონი, ბ) დასახლების სტიპი, გ) სქესი დ)ასაკი. მოცემული წონების ჩართვა გამოყენებული იქნება მონაცემების განზოგადებისთვის როგორც მთელი საქართველოს, ისე ცალკეული სამაუწყებლო ზონების მასშტაბით.

კომისია აღნიშნავს, რომ ააიპ „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის“ მიერ საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დასრულებული ანალიზის წარმოდგენის შემდგომ, 2016 წლის 12 იანვარს, კომისიის N12/23 გადაწყვეტილების შესაბამისად, მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესის გათვალისწინებით, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 115-ე მუხლის მე-3 ნაწილის საფუძველზე, დაიწყო საჯარო ადმინისტრაციული წარმოება საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის საფუძველზე რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების განსაზღვრის მიზნით. ზეპირი მოსმენის ჩატარების თარიღად განისაზღვრა 2016 წლის 11 თებერვლის 15:00 საათი, ხოლო გადაწყვეტილების მიღების ვადად, ზეპირი მოსმენის ჩატარებიდან 10 სამუშაო დღე.

კომისია აღნიშნავს, რომ ზეპირი მოსმენა კომისიაში ჩატარდა 2016 წლის 11 თებერვალს, რომელსაც ესწრებოდა ააიპ „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის“ კავშირის თავმჯდომარე ი. კაჭკაჭიშვილი. ზეპირი მოსმენის სხდომაზე კომისიის თავმჯდომარემ აღნიშნა, რომ საკითხი საჭიროებს დაზუსტებას კვლევაში გამოყენებულ კითხვართან მიმართებაში. კერძოდ, სათემო მაუწყებლობის ნაწილში დასმული კითხვების ჭრილში. აღნიშნულის გათვალისწინებით, 2016 წლის 22 თებერვალს ააიპ „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის“ მიერ კომისიაში (ელექტრონული წერილის მეშვეობით) წარმოდგენილ იქნა სხვადასხვა ტიპის რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების გადანაწილების რევიზირებულ ვარიანტი (კომისიაში რეგისტრაციის №6/1910-16 – 25.02.2016).

კომისია აღნიშნავს, რომ 2016 წლის 11 თებერვლის სხდომაზე ზეპირი მოსმენის ჩატარების თარიღად განისაზღვრა 2016 წლის 25 თებერვალი, ხოლო გადაწყვეტილების მიღების ვადად, ზეპირი მოსმენის ჩატარებიდან 10 სამუშაო დღე.

2016 წლის 25 თებერვლის ზეპირი მოსმენის სხდომაზე გამოქვეყნდა რადიომაუწყებლობის თაობაზე საზოგადოებრივი აზრის კვლევის დასრულებული ანგარიში, რის შემდეგ გაიმართა კვლევის შედეგების განხილვა, დამსწრე საზოგადოების მონაწილეობით. საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგებთან დაკავშირებით ზეპირი მოსმენის სხდომაზე, დამსწრე საზოგადოების მიერ გამოთქმული წინადადებები და მოსაზრებები აისახა კომისიის 2016 წლის 25 თებერვლის ზეპირი მოსმენის N14 სხდომის ოქმში.

ააიპ „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის“ მიერ განხორციელებული საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შესაბამისად, ირკვევა, რომ რადიომსმენელთაგან მესამედზე მეტი (35.1%) **მუსიკას** თითქმის ყოველ დღე უსმენს, მეოთხედი (25.5%) კვირაში რამდენჯერმე, ხოლო 9% - ორ კვირაში რამდენჯერმე.

წარმოდგენილი კვლევის შესაბამისად, საინფორმაციო გადაცემებს რადიომსმენელები უფრო ნაკლები სიხშირით უსმენენ, ვიდრე მუსიკას. რეგულარულად საინფორმაციოს მსმენელების რიცხვი (ისინი, ვინც თითქმის ყოველ დღე ან კვირაში რამდენჯერმე უსმენენ) 28.9%-ია. შედარებით პასიურ მსმენელთა (ვინც ორ კვირაში რამდენჯერმე ან უფრო იშვიათად უსმენს) რიცხვს კი 33% მიეკუთვნება.

რაც შეეხება, საგანმანათლებლო/შემეცნებით გადაცემებს, აქტიური მსმენელს (ის, ვინც თითქმის ყოველ დღე, ან კვირაში რამდენჯერმე უსმენს) განეკუთვნება 17.3%. ასეთი გადაცემების პასიური მსმენელების კატეგორიას განეკუთვნება რადიომსმენელთა 23.6%, ხოლო უმრავლესობა (57.9%) საგანმანათლებლო/შემეცნებით გადაცემებს საერთოდ არ უსმენს.

კვლევის თანახმად, პოლიტიკურ დისკუსიებს აქტიურად უსმენს 21.5%. აქაც, მსმენელთა ნახევარზე მეტი (54.2%) არასდროს ან თითქმის არასდროს არ უსმენს ასეთ გადაცემებს (0.6%-ს უჭირს პასუხის გაცემა). მცირეა იმ მსმენელთა წილი, რომლებიც ასეთ პროგრამებს ორ კვირაში რამდენჯერმე უსმენენ (3.8%). ასევე, მათგან, ვინც უფრო იშვიათად აჩერებს საკუთარ რადიო მიმღებს პოლიტიკურ დისკუსიებზე, უმეტესობა ამ გადაცემებს ნახევარ საათზე ნაკლებ დროს უთმობს.

წარმოდგენილი კვლევის შესაბამისად, გასართობ გადაცემებს (გარდა მუსიკალურისა) რადიომსმენელების 20.6% თითქმის ყოველ დღე ან კვირაში რამდენჯერმე უსმენს. შედარებით პასიურ მსმენელთა ჯგუფს შეიძლება მივაკუთვნოთ 25.8% (ისინი, ვინც ორ კვირაში რამდენჯერმე ან უფრო იშვიათად უსმენენ). 52.9% კი აღნიშნავს, რომ ასეთი ტიპის გადაცემებს საერთოდ არ უსმენს.

რადიომსმენელთათვის ყველაზე მნიშვნელოვანი კრიტერიუმები რადიო არხის არჩევასა აღმოჩნდა ინფორმაციის სანდოობა (50%) და მათი გემოვნების შესაფერისი მუსიკა ეთერში(49.5%). ასევე, დიდი ყურადღება ექცევა რადიო ეთერის მრავალფეროვნებას (30.7%).

რესპონდენტების თვალსაზრისები საკმაოდ დივერსიფიცირებულია იმასთან დაკავშირებით, თუ რომელ თემებზე გაკეთებული გადაცემების მოსმენას ანიჭებენ/მიანიჭებდნენ უპირატესობას რადიო

ეთერთ. რესპონდენტთა მესამედი უპირატესობას ანიჭებს მედიცინასთან დაკავშირებულ (35.1%) და სოციალური პრობლემების ამსახველ (32.6%) თემებს. შედარებით მცირე და თითქმის თანაბარია იმ რესპონდენტთა პროცენტული მაჩვენებლები, რომლებიც უპირატესობას ანიჭებენ/მიანიჭებდნენ თემებს ხელოვნების (23.5%), საყოფაცხოვრებო პრობლემების (23.3%), პოლიტიკის (23.1%) და სპორტის (22.6%) შესახებ. რესპონდენტთა შედარებით მცირე ნაწილი უპირატესობას ანიჭებს განათლებასთან (16.8%), რელიგიასთან (14%) და ბიზნესთან/ეკონომიკასთან (10.7%) დაკავშირებულ საკითხებს. რესპონდენტთა ძალიან მცირე ნაწილისთვის (0.1%-3%) არის პრიორიტეტული ისეთი თემატიკა, როგორცაა სოფლისმეურნეობა, ისტორია, სამართლებრივი საკითხები, მუსიკა, ახალგაზრდობის საკითხები, საინფორმაციო საკითხები, კულტურა, შემეცნებითი, გასართობი, იუმორისტული გადაცემები და სხვა (პასუხების პროცენტული ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან რესპონდენტებს შეეძლოთ დაეფიქსირებინათ არაუმეტეს სამი პასუხისა).

ზონების ჭრილში რადიო გადაცემების სმენადობის კატეგორიები გადანაწილდა შემდეგნაირად:

<p>ზონა – 250</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. მედიცინა 2. სოციალური პრობლემები 3. სპორტი 4. განათლება 5. ხელოვნება 6. პოლიტიკა 7. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 8. ბიზნესი/ეკონომიკა 9. რელიგია 10. მუსიკა 11. გასართობი; 	<p>ზონა – 252</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპორტი 2. ხელოვნება 3. სოციალური პრობლემები 4. მედიცინა 5. პოლიტიკა 6. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 7. განათლება 8. ბიზნესი/ეკონომიკა 9. რელიგია
<p>ზონა – 253</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპორტი 2. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 3. სოციალური პრობლემები 4. ბიზნესი/ეკონომიკა 5. მედიცინა 6. ხელოვნება 7. განათლება 8. პოლიტიკა 9. რელიგია 10. შემეცნებითი თემები 	<p>ზონა – 255</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სოციალური პრობლემები 2. პოლიტიკა 3. მედიცინა 4. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 5. ბიზნესი/ეკონომიკა 6. ხელოვნება 7. სპორტი 8. განათლება 9. რელიგია
<p>ზონა – 256</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. მედიცინა 2. სოციალური პრობლემები 3. ხელოვნება 4. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 5. რელიგია 6. პოლიტიკა 7. განათლება 8. სპორტი 9. ბიზნესი/ეკონომიკა 	<p>ზონა – 257</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. მედიცინა 2. სოციალური პრობლემები 3. სპორტი 4. პოლიტიკა – ხელოვნება 5. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 6. განათლება 7. ბიზნესი/ეკონომიკა 8. სოფლისმეურნეობა 9. გასართობი 10. ისტორიული – სამართლებრივი საკითხები 11. მუსიკა – შემეცნებითი თემები
<p>ზონა – 258</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სოციალური პრობლემები 2. მედიცინა 3. პოლიტიკა 4. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 	<p>ზონა – 259</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. მედიცინა 2. ხელოვნება 3. სოციალური პრობლემები 4. პოლიტიკა

<ul style="list-style-type: none"> 5. ხელოვნება 6. განათლება 7. სპორტი 8. რელიგია 9. ბიზნესი/ეკონომიკა 	<ul style="list-style-type: none"> 5. სპორტი 6. განათლება 7. რელიგია 8. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 9. ბიზნესი/ეკონომიკა 10. ისტორიული 11. იუმორისტული <ul style="list-style-type: none"> - გასართობი - მუსიკა - შემეცნებითი თემები
<p>ზონა – 261</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. მედიცინა 2. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 3. პოლიტიკა 4. სოციალური პრობლემები 5. ხელოვნება 6. სპორტი 7. განათლება 8. რელიგია 9. მუსიკა 10. ბიზნესი/ეკონომიკა 11. ახალგაზრდული თემები 12. საინფორმაციო საკითხები 13. სამართლებრივი საკითხები - შემეცნებითი თემები - კულტურა 	<p>საქართველო –</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. მედიცინა 2. სოციალური პრობლემები 3. ხელოვნება 4. საყოფაცხოვრებო პრობლემები 5. პოლიტიკა 6. სპორტი 7. განათლება 8. რელიგია 9. ბიზნესი/ეკონომიკა

რესპონდენტებმა ასევე შეაფასეს, თუ რა ფორმატის გადაცემებს ანიჭებენ/მიანიჭებდნენ უპირატესობას. მონაცემები გადანაწილდა შემდეგნაირად: დისკუსია/საუბარი სტუმართან მსმენელის ეთერში ჩართვით (37.35%), საინფორმაციო გადაცემა/ახალი ამბები (28.01%), საავტორო გადაცემა სტუმართან ერთად (26.94%), ინტერაქციული გადაცემა მსმენელის ღია ეთერში ჩართვით (22.64%), დისკუსია/საუბარი სტუმართან მსმენელის ეთერში ჩართვის გარეშე (8.06%), საავტორო გადაცემა სტუმრის გარეშე (7.74%), მუსიკა (1.03%) და გასართობი (0.08%) (პასუხების პროცენტული ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან რესპონდენტებს შეეძლოთ დაეფიქსირებინათ არაუმეტეს სამი პასუხისა).

რესპონდენტთა თითქმის ნახევარს (49.4%) გაუჭირდა საკუთარი თვალსაზრისის დაფიქსირება იმასთან დაკავშირებით, თუ რა თემატიკის გადაცემების ნაკლებობაა საქართველოში არსებულ რადიო არხებზე. სხვა შემთხვევებში, რესპონდენტების პასუხები საკმაოდ დივერსიფიცირებულია. ყველაზე ხშირად დასახელდა სოციალური პრობლემების ამსახველი თემატიკა (15.9%) და მედიცინასთან დაკავშირებული თემები (13.6%), რასაც შემდეგ მოსდევს რელიგიასთან (9.5%), განათლებასთან (8.6%), ხელოვნებასთან (8.0%), ბიზნესთან (5.9%) და სპორტთან (5.9%) დაკავშირებული თემები. იშვიათად (0.1%-3%) დასახელდა ისეთი თემატიკები, როგორცაა, პოლიტიკა (3.3%), შემეცნებითი (1.1%), გასართობი (0.4%), მუსიკალური (0.4%) და სხვა (პასუხების პროცენტული ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან რესპონდენტებს შეეძლოთ დაეფიქსირებინათ არაუმეტეს სამი პასუხისა).

რესპონდენტთა ნახევარზე მეტს (63.6%) გაუჭირდა პოზიციის დაფიქსირება იმასთან დაკავშირებით, თუ რა ფორმატის რადიო გადაცემების ნაკლებობაა ქართულ რადიო არხებზე, ხოლო რესპონდენტთა ძალიან მცირე ნაწილის აზრით (1.2%) არც ერთი ფორმატის გადაცემის ნაკლებობა არ არის რადიო ეთერებში. სხვა შემთხვევებში რესპონდენტთა პასუხები საკმაოდ დივერსიფიცირებულია. რესპონდენტთა თითქმის თანაბარმა რაოდენობამ დაასახელა: საავტორო გადაცემა სტუმართან ერთად (10.9%), დისკუსია/საუბარი სტუმართან მსმენელის ეთერში ჩართვით (9.0%), ინტერაქციული გადაცემა მსმენელის ღია ეთერში ჩართვით (8.6%), საინფორმაციო გადაცემა/ახალი ამბები (5.4%) და დისკუსია/საუბარი სტუმართან მსმენელის ეთერში ჩართვის გარეშე (4.1%) და სხვა (პასუხების პროცენტული ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან რესპონდენტებს შეეძლოთ დაეფიქსირებინათ არაუმეტეს სამი პასუხისა).

რესპონდენტებმა შეაფასეს სხვადასხვა ფორმატის რადიო გადაცემები, რომლებიც საქართველოს რადიო არხებზე გადის. სხვადასხვა ფორმატის რადიო გადაცემებს, რესპონდენტები, თითქმის თანაბრად

აფასებენ. ყველაზე მაღალი შეფასება დაიმსახურა საინფორმაციო გადაცემამ (ახალი ამბები), შედარებით დაბალი კი - გადაცემამ, სადაც მიმდინარეობს დისკუსია/საუბარი სტუმართან მსმენელის ეთერში ჩართვის გარეშე

იმისათვის, რომ კერძო სპეციალიზირებული რადიო არხებისადმი ინტერესი მათი სფეროების მიხედვით გამოკვეთილიყო, რესპონდენტებმა შეაფასეს, თუ რა სიხშირით მოუსმენდნენ რადიო არხს, რომელიც ეთერს, უმეტესად, ერთ სფეროში მომზადებულ გადაცემებს დაუთმობდა.

როგორც შედეგები აჩვენებს, რესპონდენტების ყველაზე დიდი ნაწილი (64.7%) ყველაზე ხშირად (ყოველდღიურად) მოუსმენდა ისეთ რადიო არხს, რომელიც ეთერს, უმეტესად, მუსიკას დაუთმობდა ან მედიცინას (41.8%), ხოლო არასდროს - რადიო არხს, რომელიც ეთერს, უმეტესად, სპორტულ თემატიკაზე მომზადებულ გადაცემებს მიუძღვნიდა (24.6%).

სფერო	ყოველდღე	კვირაში რამდენჯერმე	ორ კვირაში რამდენჯერმე	უფრო იშვიათად	არასდროს	მიჭირს კ/გ
1. სპორტი	25.5%	19.3%	8.0%	18.8%	24.6%	7.6%
2. ხელოვნება (მუსიკის გარდა)	22.2%	31.2%	16.0%	17.1%	9.4%	4.1%
3. მუსიკა	64.7%	20.7%	4.8%	4.6%	2.3%	2.8%
4. ეკონომიკა და ბიზნესი	16.8%	26.0%	16.8%	19.3%	16.9%	9.3%
5. პოლიტიკა	22.2%	20.6%	12.4%	18.1%	22.9%	3.8%
6. მედიცინა	41.8%	28.9%	11.2%	9.0%	6.0%	3.1%
7. რელიგია	35.9%	28.1%	12.6%	11.4%	8.3%	3.6%
8. განათლება	32.9%	28.1%	14.4%	12.7%	7.8%	4.2%
9. ეკოლოგია	27.5%	29.4%	15.4%	13.8%	9.5%	4.5%
10. კულინარია	30.8%	20.9%	9.5%	14.3%	20.2%	4.3%

რესპონდენტები ყველაზე მეტად იზიარებენ დებულებას, რომ თუ მათ მუნიციპალიტეტში/რაიონში იქნებოდა რადიო, რომელიც ვრცლად გააშუქებდა ადგილობრივ საკითხებს, აუცილებლად მოუსმენდნენ, ხოლო ნეიტრალურ შეფასებასთან ყველაზე ახლოს არის დებულება, რომლის თანახმადაც ქართული რადიოები განიცდის კვალიფიციური კადრების ნაკლებობას. მონაცემები მეტ-ნაკლებად განსხვავდება სხვადასხვა ზონის ჭრილში. მაგალითად, 250-ე ზონის მსმენელები ყველაზე მეტად იზიარებენ დებულებას, რომ თუ მათ მუნიციპალიტეტში/რაიონში იქნებოდა რადიო, რომელიც ვრცლად გააშუქებდა ადგილობრივ საკითხებს, აუცილებლად მოუსმენდნენ. ამ დებულებას, სხვა ზონებთან შედარებით, ნაკლებად იზიარებენ 259-ე ზონის მენელები. ასევე, სხვა ზონებთან შედარებით, 255-ე ზონაში გამოკითხულები ყველაზე მეტად იზიარებენ თვალსაზრისს, რომ რადიო არხები გადატვირთულია რეკლამებით, რაც მათ მოსმენას ართულებს. 255-ე ზონაში გამოკითხულები უფრო მეტად იზიარებენ დებულებას, რომ ურჩევნიათ, ისეთ რადიოს მოუსმინონ, რომელიც ერთ, მათთვის საინტერესო სფეროში გააკეთებს გადაცემებს, ხოლო 259-ე ზონის მსმენელების დამოკიდებულება ყველაზე მეტადაა უარყოფითი შეფასებისკენ გადახრილი. დებულება, რომ ქართული რადიო არხები არ არიან საკმარისად დაინტერესებულნი საზოგადოებაში მიმდინარე მოვლენებით, ყველაზე მეტად გაიზიარეს 255-ე ზონაში გამოკითხულებმა, ხოლო ნაკლებად - 253-ში. სხვა ზონებთან შედარებით, 253-ე, 256-ე და 261-ე ზონებში გამოკითხულები, ნაკლებად ეთანხმებიან თვალსაზრისს, რომ ქართული რადიოები განიცდის კვალიფიციური კადრების ნაკლებობას.

რესპონდენტებმა გამოთქვეს თავიანთი თვალსაზრისები იმის შესახებ, თუ რას გააკეთებდნენ რადიო ეთერში ახალს, რასაც დღეს რადიო არხები არ სთავაზობენ მსმენელს. რესპონდენტთა უმრავლესობას გაუჭირდა აზრის გამოთქმა ამ საკითხთან დაკავშირებით, ხოლო სხვა შემთხვევებში, დასახელდა შემდეგი პასუხები: შემეცნებითი გადაცემები (4.3%), სოციალური საკითხები (2.5%), ადგილობრივი პრობლემები (2.4%), რეკლამის შემცირება (1.7%), გადაცემები მედიცინაზე (1.6%), სპორტული გადაცემები (1.3%), არაზუსტი ინფორმაციისაგან გაფილტვრა (1.3%), ხალხისათვის საინტერესო თემები (1.3%), უფრო მეტი მრავალფეროვნება (1.2%), გადაცემა სოფელზე და მის მოსახლეობაზე (1.2%), საზოგადოებრივი აზრის გაშუქება (1.1%), გადაცემები რელიგიაზე (1%), საბავშვო გადაცემები და სხვა.

ზონების ჭრილში გადანაწილება შემდგენილია:

	ზონა
--	------

	250	252	253	255	256	257	258	259	261
დავამატებდი გადაცემებს ბიზნეს თემებზე		0.8%	1.1%			0.3%	0.4%	1.1%	
გავაკეთებდი შემეცნებით გადაცემებს ახალგაზრდებისთვის	7.3%	5.6%	4.7%	3.3%	5.7%	2.2%	1.0%	4.6%	4.3%
გავაკეთებდი გადაცემებს, სადაც ხალხისთვის საინტერესო თემებზე ისაუბრებდნენ	2.0%	1.0%	0.3%	1.5%	1.2%	2.5%	2.2%		0.9%
შევამცირებდი პოლიტიკურ გადაცემებს				2.0%		0.8%	0.3%	0.3%	0.9%
დავამატებდი გადაცემებს მედიცინაზე	2.0%	0.5%	0.8%	1.1%	2.5%	0.9%	0.8%	1.3%	4.1%
გადაცემებს გავფილტრავდი არაზუსტი ინფორმაციისგან	1.3%	1.5%	0.9%	0.7%	0.4%	3.5%	1.1%	0.9%	1.5%
დავამატებდი აუდიოწიგნების წაკითხვას				1.7%				0.3%	0.3%
შემოვიტანდი მრავალფეროვნებას	1.5%	0.9%	1.3%	0.6%		1.3%	0.6%	1.1%	3.8%
ვისაუბრებდი ადგილობრივ პრობლემებზე	6.2%	0.3%	0.6%	6.6%		5.1%	2.0%		0.9%
გავაკეთებდი გადაცემებს რელიგიაზე	1.6%	0.6%	0.6%	1.1%	0.9%	0.6%	0.3%	0.3%	2.8%
მოვახდენდი ფოლკლორის პოპულარიზაციას	1.7%	0.4%	0.9%	0.2%	0.3%	0.6%	0.3%		1.0%
შევამცირებდი რეკლამებს	0.8%		0.6%	7.7%	0.3%	0.9%	2.1%	0.6%	1.9%
გავაკეთებდი გადაცემას სოფელზე და მის მოსახლეობაზე	0.7%	1.4%	2.3%		1.0%	2.2%	1.0%	0.3%	2.0%
ავამაღლებდი შოუების ხარისხს						0.7%	0.3%		
გავაკეთებდი გადაცემებს სოციალურ საკითხებზე	2.0%	2.3%	4.0%	2.5%	2.2%	0.8%	4.0%	0.2%	4.7%
გავაკეთებდი ბავშვთა ფესტივალებს	0.3%	0.5%	2.8%	1.8%		0.6%	1.1%	0.2%	
დავამატებდი სპორტს	0.8%	1.6%	4.1%		1.4%		0.7%	0.3%	2.4%
გავაკეთებდი ისტორიულ გადაცემებს	0.9%		0.7%	0.9%	1.7%				0.6%
გავაკეთებდი ხაზის რადიოს		0.3%	0.3%	0.6%		0.9%	0.3%		
საბავშვო გადაცემებს დავამატებდი		0.3%	2.2%		3.5%		0.4%	0.7%	0.8%
საზოგადოებრივ აზრს გავაშუქებდი	0.8%		6.9%			1.2%		0.3%	0.6%
სხვადასხვა	13.2%	10%	13.4%	5.5%	8.2%	8.4%	8.2%	11.0%	18.8%
მიჭირს პასუხის გაცემა	61.2%	74.8%	53.9%	62.1%	72.6%	67.9%	74.8%	78.4%	60.1%

კვლევის თანახმად, რესპონდენტთა 65.1%-ს მიაჩნია, რომ იმ ქალაქში/უბანში ან სოფელში, სადაც ცხოვრობს, მოსახლეობა ინფორმაციის ნაკლებობას არ განიცდის. საპირისპირო აზრი აქვს 27.7%-ს, ხოლო 7.2%-ს უჭირს შეფასების გაკეთება. ეს მონაცემები ზონების მიხედვით ზოგ შემთხვევაში, ერთმანეთისგან მკვეთრად განსხვავდება. მაგალითად, ზონაში 257-ში გამოკითხულთა თითქმის 5-ჯერ უფრო მეტი წილი (57.1% - ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი) პასუხობს რომ თავიანთ დასახლებაში ინფორმაციის ნაკლებობაა, ვიდრე ზონა 256-ში (11.8% - ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი). ზონა 256-ის მსგავსად ეს მაჩვენებელი შედარებით დაბალია ზონა 250-ში (14.3%), ზონა 259-ში (14.4%), თუმცა აქ საკმაოდ მაღალია იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებსაც უჭირთ შეფასების გაკეთება - 18%) და ზონა 253-ში (17.9%). 257-ის მსგავსად, შედარებით მაღალ მაჩვენებელთა კატეგორიას მიეკუთვნება ზონა 255 (53.1%) და ზონა 258 (36.7%). მათ, ვინც აღნიშნეს, რომ მათ დასახლებაში ინფორმაციის ნაკლებობაა, სთხოვეს მიზეზების დასახელება. ყველაზე ხშირად დასახელებული მიზეზი აღმოჩნდა მედიასაშუალებების მიერ მათი საკითხების არგაშუქება (34.8%). ასევე, რესპონდენტთა საკმაოდ დიდი

ნაწილის (29.6%) აზრით, მიზეზი მოსახლეობის მხრიდან დაინტერესების ნაკლებობაა, 23.4% კი აღნიშნავს, რომ მათ დასახლებაში მედიასაშუალებებზე ხელმისაწვდომობის არქონაა პრობლემა.

რაც შეეხება მონაცემებს ზონების მიხედვით, ზონა 257-სა და ზონა 258-ში, რესპონდენტთა პასუხები აჩვენებს, რომ აქ უმთავრესი პრობლემა მედიასაშუალებებზე ხელმისაწვდომობის არქონაა (შესაბამისად, 44% და 47%). ზონა 255-ში უმთავრესი პრობლემა ენობრივი ბარიერია (42.2%), ხოლო დანარჩენ ზონებში ყველაზე ხშირად მიზეზად მედიასაშუალებების მხრიდან მათი დასახლების საკითხების არგამუქებაა.

მედიასაშუალებების მიერ მათი დასახლების გარშემო არსებული საკითხების გამუქების შესაფასებლად რესპონდენტებს დამატებითი დაესვათ კითხვა. უდიდესმა ნაწილმა (74.5%) აღნიშნა, რომ მათი რაიონის/სოფლის/უბნის საკითხები მედიასაშუალებებში ან იშვიათად, ან საერთოდ არ შუქდება. მხოლოდ 2.6%-ზე შეიძლება ითქვას, რომ მედიის მიერ გამუქების სიხშირით სრულებით კმაყოფილები არიან.

რაც შეეხება მონაცემებს ზონების მიხედვით, კვლევაში ჩართული 9 ზონიდან 4-ში (252, 256, 257, 261) გამოკითხულთა ნახევარზე მეტი აღნიშნავს, რომ მათი დასახლების გარშემო არსებულ საკითხებს მედიასაშუალება საერთოდ არ აშუქებს. ეს პასუხები ყველაზე ნაკლებად ფიქსირდება ზონა 255-ში (25.2%). საერთო ჯამში უკმაყოფილობის მაღალი მაჩვენებლიდან გამომდინარე, მოულოდნელი არაა, რომ გამოკითხულთა დიდი უმრავლესობის აზრით (71.2%), იქ, სადაც ისინი ცხოვრობენ, საჭიროა დაიწყოს მაუწყებლობა ადგილობრივმა რადიომ, რომელიც თავისი ეთერის ძირითად ნაწილს იმ პრობლემებსა და მოვლენებს დაუთმობდა, რაც მათ დასახლებას ეხება. თუმცა, აქ მონაცემები ზონების კრილემში ერთმანეთისგან მნიშვნელოვნად განსხვავდება. ზონა 250-ში ნახევარზე მეტს (51.8%) მიაჩნია, რომ ასეთი რადიოს მაუწყებლობის საჭიროება არ არის. ეს მონაცემი მაღალია ზონა 256-სა(47.3%) და ზონა 259-შიც (44.1%). ამ ზონებისაგან საპირისპიროდ, ზონებში 253, 255, 256, 257, 258 უდიდესი უმრავლესობა ასეთი რადიოს მაუწყებლობის საჭიროებას ხედავს.

შეკითხვაზე, თუ რამდენად მოახდენდა ასეთი რადიოს მაუწყებლობის დაწყება მათ დასახლებაში არსებული პრობლემების მოგვარებაზე გავლენას, კვლევაში ჩართულთა 42.1%-ს მიაჩნია, რომ ეს მოვლენა მეტ-ნაკლებად მოახდენდა გავლენას. მხოლოდ 8.1%-ს მიაჩნია, რომ ასეთი რადიო პრობლემების მოგვარებაზე გავლენას ვერ იქონიებდა.

მაუწყებლობის თაობაზე საზოგადოებრივი აზრის 2015 წლის კვლევის შესაბამისად, დადგინდა ის რადიომაუწყებლობები, რომელთა დამატებასაც ისურვებდნენ რესპონდენტები. მაუწყებლობის თაობაზე საზოგადოებრივი აზრის 2015 წლის კვლევის შესაბამისად, რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტული მიმართულებები, 9 სამაუწყებლო ზონის მიხედვით და საქართველოს მთელი მასშტაბით განსაზღვრულია შემდეგნაირად:

ზონა – 250 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სათემო რადიომაუწყებლობა 3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა	ზონა – 252 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 3. სათემო რადიომაუწყებლობა
ზონა – 253 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სათემო რადიომაუწყებლობა 3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა	ზონა – 255 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 3. სათემო რადიომაუწყებლობა
ზონა – 256 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სათემო რადიომაუწყებლობა 3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა	ზონა – 257 1. სათემო რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
ზონა – 258 1. სათემო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 3. საერთო რადიომაუწყებლობა	ზონა – 259 1. სათემო რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
ზონა – 261 1. სათემო რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა	საქართველო – 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სათემო რადიომაუწყებლობა 3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

კომისია აღნიშნავს, რომ საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების შესწავლის შედეგად გამოიკვეთა შემდეგი გარემოებები:

- რესპონდენტების პრეფერენციები რადიო გადაცემების თემატიკასთან დაკავშირებით, საკმაოდ მრავალფეროვანი და დივერსიფიცირებულია. სხვა თემატიკებთან შედარებით, რესპონდენტები ყველაზე მეტად უპირატესობას ანიჭებენ მედიცინისა და სოციალურ პრობლემების ამსახველ თემებს. ამასთან, სხვადასხვა ზონებში მცხოვრები რესპონდენტების პრეფერენციები მეტ-ნაკლებად განსხვავებულია.

- რესპონდენტთა პრეფერენციები არაერთგვაროვანია რადიო გადაცემების ფორმატთან მიმართებაშიც. გამოკითხულთაგან ყველაზე მეტი უპირატესობას ანიჭებს ისეთ გადაცემებს, სადაც წამყვანის გარდა მონაწილეობს მსმენელი ან სტუმარი და ასევე, საინფორმაციო გადაცემებს. შედარებით ნაკლებად მიმზიდველია რესპონდენტთათვის გადაცემები სტუმრის ან მსმენელის მონაწილეობის გარეშე.

- კვლევის მონაცემების მიხედვით იკვეთება, რომ საკმაოდ მაღალია ინტერესი ისეთი რადიო არხების მიმართ, რომლებიც სპეციალიზირებული იქნებოდნენ მუსიკის სფეროში (რესპონდენტთა 64.7% აცხადებს, რომ ასეთ არხს ყოველდღიურად მოუსმენდა). ასევე, დაინტერესება დიდია სამედიცინო სფეროსთან დაკავშირებულ სპეციალიზირებულ რადიო მაუწყებლობის მიმართაც (გამოკითხულთა 41.8% მოუსმენდა ყოველდღიურად).

- რესპონდენტების ყველაზე დიდი ნაწილი ყველაზე ხშირად (ყოველდღიურად) მოუსმენდა ისეთ რადიო არხს, რომელიც ეთერს, უმეტესად, მუსიკას ან მედიცინას დაუთმობდა, ხოლო ყველაზე იშვიათად - რადიო არხს, რომელიც ეთერს, უმეტესად, სპორტულ თემატიკაზე მომზადებულ გადაცემებს მიუძღვნიდა. აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტებისათვის მნიშვნელოვანია, რომ რადიო არხებმა ყურადღება გაამახვილონ ადგილობრივ საკითხებზე, ინფორმაციულობაზე, საზოგადოებაში მიმდინარე პროცესებზე.

- სათემო რადიოს დიდი მნიშვნელობა ენიჭება იქ, სადაც სხვადასხვა მიზეზის გამო ინფორმაციული ვაკუუმი, ან ინფორმაციის გავრცელება გარკვეული ხარვეზებით ხდება. არაინფორმირებულობის მიზეზები არაერთგვაროვანია. გამოკითხულები ასახელებენ როგორც ხელმისაწვდომობის პრობლემას, ისე მედიასაშუალებების მხრიდან გაშუქების ნაკლებობას, ან თავად მოსახლეობის მხრიდან ინტერესის არქონას. გამოკითხულთა უმრავლესობის აზრით, სათემო რადიოს დაფუძნება მათ გარშემო არსებული პრობლემების მოგვარებაზე დადებით გავლენას მოახდენდა.

- კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით შეიძლება ითქვას, რომ სათემო რადიოთი დაინტერესება მაღალია მაშინ, როცა აქცენტი დასმულია ადგილობრივ დონეზე მაუწყებლობასა და ლოკალურ პრობლემებზე ყურადღების გამახვილებაზე. თუმცა, სათემო რადიოში მოხალისეობრივი საქმიანობა და თემის წევრების აქტიური ჩართულობაც მნიშვნელოვანია. რაც შეეხება რადიოსთან დაკავშირებულ აქტივობებში ჩართულობას, აქ მზაობა ჯგუფების მხრიდან არ იკვეთება.

- ყველაზე მოთხოვნადი რადიომაუწყებლობა, რომლის დამატებასაც ისურვებდნენ კვლევაში მონაწილე რესპონდენტები არის საერთო და სათემო რადიომაუწყებლობები.

- აღსანიშნავია, რომ წარმოდგენილი საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შესაბამისად, იკვეთება ის სპეციალიზებული სამაუწყებლო არხები, რომლებიც რესპონდენტებს სურთ რომ დაემატოს ქართულ რადიოსივრცეს. კერძოდ, რესპონდენტთა უმრავლესობა ისურვებდა მუსიკალურ და სამედიცინო სფეროსთან დაკავშირებული რადიოარხების დამატებას.

ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების გათვალისწინებით, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის შესაბამისად, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. საზოგადოებრივი აზრის 2015 წლის კვლევა (თან ერთვის) ცნობილ იქნას წინამდებარე გადაწყვეტილების განუყოფელ ნაწილად;

2. ამ გადაწყვეტილებით დამტკიცებული რადიოსამაუწყებლო პრიორიტეტების მოქმედების პერიოდში, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესით რადიომაუწყებლობის ლიცენზიების მოსაპოვებლად კონკურსები გამოცხადდეს ამ გადაწყვეტილებით დამტკიცებული რადიოსამაუწყებლო პრიორიტეტების გათვალისწინებით;

3. კერძო საერთო ან სპეციალიზებული რადიო მაუწყებლობის და სათემო რადიომაუწყებლობის ლიცენზიის მისაღებად კონკურსები გამოცხადდეს ცალ-ცალკე, სალიცენზიო განაცხადების (მოთხოვნის) გათვალისწინებით; კონკურსის გამოცხადებისას და ლიცენზიის მაძიებელთა მიერ საკონკურსოდ წარმოდგენილი სამაუწყებლო კონცეფციების შეფასებისას, კომისიამ იხელმძღვანელოს წინამდებარე გადაწყვეტილებით მაუწყებლობის თითოეული სახეობისთვის (კერძო, სათემო) და კერძო მაუწყებლობის ქვესახეობისთვის (საერთო და სპეციალიზებული) დადგენილი რადიოსამაუწყებლო პრიორიტეტებით და თითოეულ სალიცენზიო განაცხადზე მიიღოს დასაბუთებული გადაწყვეტილება;

4. სათემო რადიომაუწყებლობაზე კონკურსები გამოცხადდეს ცალკე გამოყოფილ სიხშირულ დიაპაზონში;
5. რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტები დადგინდეს შემდეგი თანმიმდევრობით, შემდეგ სამაუწყებლო ზონებში:

საქართველოს ტერიტორია (ეროვნული მაუწყებლობა)

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სათემო რადიომაუწყებლობა
3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

სამაუწყებლო ზონა GEO 250

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სათემო რადიომაუწყებლობა
3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

სამაუწყებლო ზონა GEO – 252

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
3. სათემო რადიომაუწყებლობა

სამაუწყებლო ზონა GEO – 253

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სათემო რადიომაუწყებლობა
3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

სამაუწყებლო ზონა GEO – 255

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
3. სათემო რადიომაუწყებლობა

სამაუწყებლო ზონა GEO – 256

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სათემო რადიომაუწყებლობა
3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

სამაუწყებლო ზონა GEO – 257

1. სათემო რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა
3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

სამაუწყებლო ზონა GEO – 258

1. სათემო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
3. საერთო რადიომაუწყებლობა

სამაუწყებლო ზონა GEO – 259

1. სათემო რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა
3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

სამაუწყებლო ზონა GEO – 261

1. სათემო რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა
3. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

6. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობის ლიცენზიის მისაღებად კონკურსის შეფასებისას, კომისიამ იხელმძღვანელოს საზოგადოებრივი აზრის კვლევაში ასახული პრიორიტეტული რადიოპროგრამების გათვალისწინებით;

7. წინამდებარე გადაწყვეტილებით დადგენილი რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტები ძალაშია 2018 წლის 25 თებერვლამდე;

8. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციულ დეპარტამენტს (ნ.ჯანელიძე) წინამდებარე გადაწყვეტილების კომისიის ვებ-გვერდზე გამოქვეყნება;

9. გადაწყვეტილება ძალაში შედის კომისიის ოფიციალურ ვებ გვერდზე (www.gncc.ge) გამოქვეყნებისთანავე;

10. კონტროლი აღნიშნული გადაწყვეტილების მე-2, მე-3, მე-4 და მე-6 პუნქტებზე დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციულ დეპარტამენტს (ი. ხარებავა);

11. კონტროლი აღნიშნული გადაწყვეტილების შესრულებაზე (მე-2, მე-3, მე-4 და მე-6 პუნქტების გარდა) დაევალოს კომისიის აპარატის მაუწყებლობის რეგულირების დეპარტამენტს (ი. მახარაძე);
12. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დ. აღმაშენებლის ხეივანი მე-12 კმ., №6) ერთი თვის ვადაში;

კომისიის თავმჯდომარე
კომისიის წევრი
კომისიის წევრი
კომისიის წევრი

ვახტანგ აბაშიძე
ელისო ასანიძე
გიორგი ფრუიძე
მერაბ ქათამაძე