

გადაწყვეტილება

N გ-24-21/299
11/07/2024

299-გ-24-1-4-202407111822



საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის საფუძველზე რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების განსაზღვრის შესახებ

ლიცენზიის მამიებლებისათვის საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის საფუძველზე რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების განსაზღვრის მიზნით საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიაში დაწყებულია საჯარო ადმინისტრაციული წარმოება.

კომისია აღნიშნავს, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის შესაბამისად, კომისია რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტებს ლიცენზიის მამიებლებისათვის განსაზღვრავს საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის საფუძველზე.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 38-ე მუხლის მეოთხე პუნქტის შესაბამისად, კერძო მაუწყებლობის ქვესახეობებია საერთო მაუწყებლობა და სპეციალიზებული მაუწყებლობა. კერძო მაუწყებლობის ლიცენზიები გაიცემა სწორედ 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“ ქვეპუნქტის 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 „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“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, **საერთო მაუწყებლობას** წარმოადგენს არანაკლებ 2 თემატიკის, მათ შორის, ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თემატიკის, პროგრამებით მაუწყებლობა;

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

კომისია აღნიშნავს, რომ სსიპ „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას“ და შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსს“ შორის „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონის 10¹ მუხლით გათვალისწინებული ელექტრონული ტენდერის შესაბამისად (ტენდერის კოდი: NAT230020200; შესყიდვის კატეგორია: CPV79311300), გაფორმდა სახელმწიფო შესყიდვის შესახებ ხელშეკრულება (N2610/02-23). სსიპ „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას“ და შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსს“ შორის გაფორმებული ხელშეკრულების საგანს წარმოადგენდა რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების დადგენის მიზნით საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შესყიდვა და შესაბამისად, „ადგილობრივი მაუწყებლობის ზონალური დაყოფის შესახებ“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2006 წლის 5 დეკემბრს №10 დადგენილების შესაბამისად, განსაზღვრულ სამაუწყებლო ზონებში (ზონა 1 - თბილისი; ზონა 2 - კახეთი; ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი; ზონა 4 - სტფანწმინდა, გუდაური; ზონა 5 - შიდა ქართლი; ზონა 6 - ქვემო ქართლი; ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი; ზონა 8 - იმერეთი; ზონა 9 - რაჭა, ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი; ზონა 11 - სამეგრელო; ზონა 12 - სვანეთი; ზონა 13 - გურია და ზონა 14 - აჭარა) 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:

1) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა კერძო სპეციალიზებული რადიო მაუწყებლობის თემატიკისადმი;

2) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა კერძო საერთო რადიომაუწყებლობაზე;

3) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა რეგიონულ (ადგილობრივ) რადიოსადგურის არსებობაზე, რომელიც აქცენტირებული იქნება ადგილობრივი ამბების გაშუქებით;

4) რომელი თემატიკის/ჟანრის გადაცემებს ენიჭება უპირატესობა რადიოს მოსმენის დროს;

5) რომელი გადაცემების დეფიციტს განიცდის ქართული რადიოსადგურები;

6) რომელი რადიომაუწყებლობის დამატების საჭიროებაა ქართულ რადიო სივრცეში: სპეციალიზებული თუ საერთო რადიომაუწყებლობის. სპეციალიზებული შემთხვევაში უნდა მოხდეს დაკონკრეტება თუ რა ტიპის სპეციალიზებული რადიო მაუწყებლობის დამატების საჭიროება არსებობს;

7) სპეციალიზებული მუსიკალური რადიომაუწყებლობის შემთხვევაში რადიომსმენელის პრეფერენციები სხვადასხვა ჟანრების და მიმდინარეობების მიხედვით;

8) ადგილობრივი მოსახლეობისთვის რადიოებზე ხელმისაწვდომობა, ხელმისაწვდომი რადიოების რაოდენობა და მათი დაფარვის ხარისხი.

საზოგადოებრივი აზრის კვლევა მიმდინარეობდა 2023 წლის ოქტომბრიდან 2023 წლის დეკემბრამდე. კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 4258-მა რესპონდენტმა 14 სამაუწყებლო ზონის მასშტაბით, თითოეულში არსებული სტრატეგის ზომის პროპორციულად.

2021 წლის 27 ივლისს კომისიასა და შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსს“ შორის გაფორმდა სახელმწიფო შესყიდვის 2023 წლის 26 დეკემბერს N 2610/02-23 ხელშეკრულებით გათვალისწინებული მიღება-ჩაბარების აქტი, მასზედ, რომ შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსმა“ (მიმწოდებელმა) შეასრულა, ხოლო კომისიამ (შემსყიდველმა) მიიღო ხელშეკრულებით გათვალისწინებული მომსახურება შესაბამის ვადაში.

შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსის“ მიერ წარმოდგენილი საზოგადოებრივი აზრის კვლევაში აღნიშნულია, რომ კვლევა ჩატარდა საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე, კერძოდ, 14 სამაუწყებლო ზონაში (გარდა ოკუპირებული ტერიტორიებისა). კვლევაში გამოყენებულ იქნა როგორც თვისებრივი, ასევე რაოდენობრივი სოციოლოგიური კვლევის მეთოდები.

თვისებრივი კვლევა

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში ჩატარდა 4 ფოკუს ჯგუფი. მონაწილეები შეირჩნენ როგორც თბილისის ისე ორ სხვა რეგიონში მცხოვრები მოსახლეობიდან. შერჩევის თითოეულ წერტილზე შემდეგი რაოდენობის ფოკუს-ჯგუფები ჩატარდა: თბილისი - 2; აჭარა - 1; იმერეთი - 1; თითოეულ ფოკუს ჯგუფში მონაწილეობდა 6-9 მონაწილე და ხანგრძლივობა შეადგენდა 1.5 – 2.5 საათს.

რაოდენობრივი კვლევა

რაოდენობრივი კვლევა ჩატარდა მთელი საქართველოს მასშტაბით, სატელეფონო გამოკითხვის მეთოდით. ინტერვიუები ჩატარდა, დამკვეთთან წინასწარ შეთანხმებული კითხვარით, რომელიც ძირითადად მოიცავდა დახურულ კითხვებს და ასევე, რამდენიმე ღია/ნახევრად ღია კითხვას.

კვლევის პოპულაციას წარმოადგენდა საქართველოს სრულწლოვანი მოსახლეობა. შერჩევის ჯამური მოცულობა განისაზღვრა 4258 რესპონდენტით. შერჩევის მთელი მოცულობა გადანაწილდა 14 სამაუწყებლო ზონაში, თითოეულში არსებული სტრატეგის ზომის პროპორციულად.

გენერალური ერთობლიობა: გენერალურ ერთობლიობას წარმოადგენს საქართველოს მოსახლეობა (საქართველოს მოქალაქეები 18+).

კვლევის მეთოდი, შერჩევის ჩარჩო: კომპიუტერზე დაფუძნებული სატელეფონო ინტერვიუს (CATI) მეთოდი. რესპონდენტები შეირჩნენ შემთხვევითად (Random Digital Dialing) მეთოდით.

შერჩევისთვის გამოყენებულ იქნა კლასტერული შერჩევა წინასწარი სტრატეგიკაციით. შერჩევის მთელი მოცულობა გადანაწილდა 14 სამაუწყებლო ზონაში, თითოეულში არსებული სტრატეგის ზომის პროპორციულად.

კვლევის შედეგები (ეროვნული)

რადიოს როლი - რადიო ისეთი მასმედიაა, რომელსაც მართალია განსხვავებული ინტენსივობით, თუმცა, პრაქტიკულად, საზოგადოების უმეტესი წევრი იყენებს. მისი ზეგავლენა რადიოს აქტიურ მსმენელთა ყოველდღიურ ცხოვრებაზე განსაკუთრებით მკვეთრია. ვლინდება რადიოს მოსმენის მიზნობრიობის სამი ძირითადი მიმართულება:

1. განტვირთვა-გართობის (მუსიკის მოსმენა, ყოველდღიური საზრუნავისგან დისტანცირება და სხვ.); 2. ახალი ამბების/ცნობების მიღების; 3. შემეცნების.

რადიოს მოსმენის ქცევითი პატერნები - კვლევაში მონაწილეების მიერ რადიოს მოსმენის სიხშირე განსხვავებულია და ყოველდღიურად, რამდენიმე საათის განმავლობაში მოსმენიდან - კვირაში ერთხელ, ან უფრო იშვიათად მოსმენამდე მერყეობს.

რესპონდენტების უმრავლესობა რადიოს ძირითადად ავტომობილით მგზავრობისას, მარტო ყოფნისას, ავტომობილის რადიომიმღებით ან ტელეფონის აპლიკაციის საშუალებით უსმენს. გამოიყოფა ასევე მსმენელების ნაწილი, რომლებიც რადიოს უსმენენ სახლში და რესპონდენტების მცირე რაოდენობა, რომლებიც რადიოს უსმენენ სამსახურში ან სხვა სიტუაციებში (მაგალითად, შესვენებებზე).

რადიომაუწყებლობის არსებული მდგომარეობისა და საჭიროებების შეფასება -

მთლიანობაში, რესპონდენტები რადიოს დაჭერის ხარისხს დადებითად აფასებენ. დაჭერასთან დაკავშირებული ხარვეზები ძირითადად ექმნებათ შორ დისტანციაზე, ცენტრალურ მაგისტრალზე ან მაღალმთიან რეგიონში გადაადგილებისას.

რესპონდენტების მიერ ქართულ რადიოსივრცეში იდენტიფიცირებული საჭიროებები ეხება:

- გადაცემების შინაარსსა და ფორმატს;
- რადიოს ხელმისაწვდომობის ტექნიკურ მხარეს;

იდეალური რადიო - რესპონდენტთა გამოკითხვის შედეგების მიხედვით, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ იდეალური რადიო:

- აერთიანებს რამდენიმე თემატიკის რადიოს
- ერგება ფართო ასაკობრივი წრის ინტერესებს
- შესაძლებელია წვდომა სხვადასხვა მოწყობილობით
- აქვს დაჭერის მაღალი ხარისხი
- არის სახალხო და საყოველთაო
- შესაძლებელია წვდომა რადიოს დაარქივებულ მასალებზე

- ასახავს მოსახლეობის ინტერესებს და პრობლემატიკას
- დაბალანსებულია რადიოს თემატიკა
- აქცენტი კეთდება შემცენებით, გასართობ, მუსიკალურ პროგრამებზე, მოკლე საინფორმაციო ჩანართებით
- წამყვანების მხრიდან დაცულია პროფესიული ეთიკა და შექმნილია პოზიტიური ატმოსფერო

რაოდენობრივი ნაწილი - რესპონდენტების ძირითადი ნაწილი აღნიშნავს, რომ გადაადგილების ძირითად საშუალებად იყენებს საკუთარ ავტომობილს ან ავტობუსს/სამარშუტო ტაქს. რესპონდენტები, რომლებიც ტრანსპორტით გადაადგილდებიან, დღეში საშუალოდ 15 წუთიდან 1.5 საათს უთმობენ მგზავრობას. რესპონდენტების 21%, რადიოს შერჩევის ძირითადი კრიტერიუმების ნაწილში აღნიშნავს, რომ რადიოს მოსმენით, მგზავრობისას დრო გაჰყავს.

მსმენელების 18% რადიოს საკუთარი ინიციატივით ყოველდღე უსმენს, 13% კვირაში რამდენჯერმე, ხოლო 5% კვირაში ერთხელ მაინც უსმენს, 37% კი პასიური მსმენელია.

მსმენელების 65% რადიოს საკუთარი ავტომობილით მგზავრობისას, 10% კი სახლში ყოფნისას უსმენს. რადიოს მოსმენის გადანაწილება სიტუაციების მიხედვით: საკუთარი ავტომობილით მგზავრობისას 65%, სახლში ყოფნისას 10%, საზოგადოებრივი ტრანსპორტით მგზავრობისას 11% და სხვისი ავტომობილით მგზავრობისას 10%.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ რადიოს მოსმენის პიკი განსხვავებულია სამუშაო და დასვენების დღეების ჭრილში. სამუშაო დღეებში, ორშაბათიდან პარასკევამდე, რადიოს მოსმენის პიკი დგება დილის 9-დან 10 საათამდე, ხოლო შაბათ-კვირას 13-დან 15 საათამდე

რადიოს მოსმენის საშუალებად რესპოდენტთა 83% ასახელებს მანქანის რადიო მოწყობილობას, 8% რადიომიმღებს, ხოლო 6% რადიოს მობილური ტელეფონის საშუალებით უსმენს.

რაც შეეხება რესპოდენტებს, რომლებიც იშვიათად ან საერთოდ არ უსმენენ რადიოს, ისინი აღნიშნავენ, რომ რადიოსთან შედარებით უპირატესობას ანიჭებენ სხვა მედია საშუალებებს (59%), სარგებლობენ ინტერნეტით (10%), ასევე, მათ საცხოვრებელ არეალში რადიო არხების მცირე არჩევანია (3%) და დაჭერის ცუდი ხარისხია (9%). რესპოდენტების ნაწილისთვის არ არის საინტერესო გადაცემების ფორმატი (3%) და თემატიკა (6%).

რადიოს შერჩევის კრიტერიუმებში ყველაზე მნიშვნელოვან ფაქტორებად დასახელდა მუსიკა და საინფორმაციო გადაცემები. კერძოდ, რესპოდენტების 68%-სთვის ყველაზე მნიშვნელოვანია მუსიკა რადიოს შერჩევის დროს, ახალი ამბების გაცნობა მნიშვნელოვანია 50%-სთვის, 21% აცხადებს, რომ მგზავრობისას დრო გაჰყავს, თემატურ სიახლეების გაცნობა მნიშვნელოვანია მხოლოდ 13% მსმენელისთვის.

რადიოს მსმენელები, ყველაზე ხშირად, რადიოში უსმენენ მუსიკას და ახალ ამბებს. კერძოდ, მუსიკას ყოველდღიურად უსმენს 74% და ახალ ამბებს 39%. პოპულარულია სპორტული (14%) და სამედიცინო (11%) შინაარსის გადაცემები. **ჟანრების მიხედვით მსმენელი ყველაზე ხშირად უსმენს:** ქართული ესტრადა (53%), სულერთია, ყველანაირს (34%), პოპ მუსიკა (14%), ფოლკლორი (13%), კლასიკა (13%), როკი (7%), ჯაზი (7%), რუსული ესტრადა (3%), სოული (3%), რეპი (3%) და ლათინო (1%).

რაც შეეხება საკითხს თუ რა თემატიკის გადაცემების ნაკლებობაა საქართველოში არსებულ რადიო არხებზე. რესპოდენტების პასუხები საკმაოდ დივერსიფიცირებულია. ყველაზე ხშირად დასახელდა ხელოვნება (15%), რასაც შემდეგ მოსდევს მედიცინა, მეცნიერება და თანამედროვე ტექნოლოგიები (13 - 13%), იუმორისტული-გასართობი გადაცემები (12%), სპორტი (11%), ბიზნესი და ეკონომიკა (8%), საბავშვო (7%), აგრო სფერო და კულინარიული (6 - 6%), სოციალური (5%) და სხვა.

რაც შეეხება ყველაზე მოთხოვნად რადიომაუწყებლის ტიპებს, რომელთა დამატების საჭიროებაც დგას, ყველაზე დიდი მოთხოვნა საერთო რადიოზეა (58%), ხოლო (22%) მიიჩნევს რომ სპეციალიზებული რადიოს დამატების საჭიროებაა. გამოკითხულთა 91% თვლის, რომ რადიოები მთელი ქვეყნის ტერიტორიაზე უნდა მაუწყებლობდნენ, ხოლო 6% მუნიციპალურ/რეგიონულ რადიოს ემხრობა.

სპეციალიზირებული რადიოარხისთვის ყველაზე მოთხოვნადი თემატიკაა: მუსიკა (15%), მედიცინა (13%), სპორტი (11%), ხელოვნება (10%), იუმორისტულ-გასართობი (6%), შემეცნებითი (5%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (4%), საგანმანათლებლო (4%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (4%), მეცნიერება (3%), კულინარიული (3%), საბავშვო (3%), ბიზნესი და ეკონომიკა (3%).

კვლევის შედეგები (სამაუწყებლო ზონების მიხედვით)

რადიოს მოსმენის თვალსაზრისით ყველაზე აქტიური პირველი (თბილისი), მე-5 (შიდა ქართლი) და მე-8 (იმერეთი) ზონებია. რადიო არხების დაჭერის პრობლემა ყველაზე აქტიურად მე-12 (სვანეთი), მე-10 (ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი), მე-13 (გურია), მე-7 სამცხე-ჯავახეთი და მე-9 (რაჭა) ზონებში დასახელდა. რადიოსადგურების დაჭერის ხარისხი კი ყველაზე მეტად მე-12 (სვანეთი), მე-10 (ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი), მე-13 (გურია), მე-7 (სამცხე-ჯავახეთი), მე-9 (რაჭა) და მე-3 (მცხეთა-მთიანეთი) ზონებში აღინიშნა პრობლემად.

რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტული მიმართულებები, თუ რომელი რადიოსადგურის დამატების საჭიროებაა, 14 სამაუწყებლო ზონის მიხედვით და საქართველოს მთელი მასშტაბით განსაზღვრულია შემდეგნაირად:

<p>ზონა 1 - თბილისი</p> <ol style="list-style-type: none"> საერთო რადიომაუწყებლობა სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 2 - კახეთი</p> <ol style="list-style-type: none"> საერთო რადიომაუწყებლობა სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
<p>ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი</p> <ol style="list-style-type: none"> საერთო რადიომაუწყებლობა სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური</p> <ol style="list-style-type: none"> საერთო რადიომაუწყებლობა სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
<p>ზონა 5 - შიდა ქართლი</p> <ol style="list-style-type: none"> საერთო რადიომაუწყებლობა სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 6 - ქვემო ქართლი</p> <ol style="list-style-type: none"> საერთო რადიომაუწყებლობა სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა	ზონა 8 - იმერეთი 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
ზონა 9 - რაჭა 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა	ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
ზონა 11 - სამეგრელო 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა	ზონა 12 - სვანეთი 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
ზონა 13 - გურია 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა	ზონა 14 - აჭარა 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
საქართველო 1. საერთო რადიომაუწყებლობა 2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა	

ზონების უმეტეს შემთხვევაში მუსიკა ყველაზე პოპულარული თემატიკაა გადაცემების სმენადობის მიხედვით. მსმენელი ასევე რადიოში ძირითადად უსმენს მუსიკას, ახალ ამბებს, სპორტული, სამედიცინო და პოლიტიკური შინაარსის გადაცემებს.

კითხვაზე - რა შინაარსის გადაცემებს უსმენთ, პასუხები ზონების მიხედვით გადანაწილდა შემდეგნაირად:

ზონა 1 - თბილისი - მუსიკა (79%), ახალი ამბები (36%), სპორტი (12%), მედიცინა (11%), პოლიტიკა (10%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (9%).

ზონა 2 - კახეთი - მუსიკა (76%), ახალი ამბები (42%), სპორტი (15%), მედიცინა (14%), პოლიტიკა (8%).

ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი - მუსიკა (60%), ახალი ამბები (30%), სპორტი (17%), ხელოვნება (13%), მედიცინა (7%), პოლიტიკა (7%).

ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური - მუსიკა (64%), ახალი ამბები (55%), მედიცინა (27%), სპორტი (18%), ხელოვნება (9%), პოლიტიკა (9%).

ზონა 5 - შიდა ქართლი - მუსიკა (58%), ახალი ამბები (40%), სპორტი (18%), მედიცინა (16%), პოლიტიკა (15%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (13%), ხელოვნება (11%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (10%).

ზონა 6 - ქვემო ქართლი - მუსიკა (71%), ახალი ამბები (34%), სპორტი (12%), პოლიტიკა (8%), იუმორისტულ-გასართობი (8%), ხელოვნება (7%).

ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი - მუსიკა (74%), ახალი ამბები (45%), სპორტი (15%), მედიცინა (15%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (10%).

ზონა 8 - იმერეთი - მუსიკა (75%), ახალი ამბები (39%), სპორტი (15%), მედიცინა (10%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (9%).

ზონა 9 - რაჭა - ახალი ამბები (50%), მუსიკა (40%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (20%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (10%).

ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი - მუსიკა (40%), სპორტი (40%), ახალი ამბები (20%), მედიცინა (20%).

ზონა 11 - სამეგრელო - მუსიკა (73%), ახალი ამბები (48%), სპორტი (14%), პოლიტიკა (11%), კულინარიული (9%), ხელოვნება (8%).

ზონა 12 - სვანეთი - ახალი ამბები (63%), მუსიკა (50%), სპორტი (25%), მედიცინა (25%), ხელოვნება (13%), იუმორისტულ-გასართობი (13%).

ზონა 13 - გურია - მუსიკა (73%), ახალი ამბები (39%), იუმორისტულ-გასართობი (15%), მედიცინა (12%), პოლიტიკა (10%).

ზონა 14 - აჭარა - მუსიკა (78%), ახალი ამბები (40%), სპორტი (14%), მედიცინა (11%), იუმორისტულ-გასართობი (10%), პოლიტიკა (9%).

რადიოსადგურების ტიპების დამატების საჭიროების მიხედვით, ზონები გადანაწილდა შემდეგნაირად:

ზონა 1 - თბილისი - საერთო (51%), სპეციალიზებული (29%).

ზონა 2 - კახეთი - საერთო (62%), სპეციალიზებული (18%).

ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი - საერთო (65%), სპეციალიზებული (14%).

ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური - საერთო (68%), სპეციალიზებული (29%).

ზონა 5 - შიდა ქართლი - საერთო (55%), სპეციალიზებული (22%).

ზონა 6 - ქვემო ქართლი - საერთო (61%), სპეციალიზებული (19%).

ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი - საერთო (59%), სპეციალიზებული (17%).

ზონა 8 - იმერეთი - საერთო (58%), სპეციალიზებული (20%).

ზონა 9 - რაჭა - საერთო (70%), სპეციალიზებული (9%).

ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი - საერთო (88%), სპეციალიზებული (5%).

ზონა 11 - სამეგრელო - საერთო (61%), სპეციალიზებული (17%).

ზონა 12 - სვანეთი - საერთო (75%), სპეციალიზებული (19%).

ზონა 13 - გურია - საერთო (65%), სპეციალიზებული (18%).

ზონა 14 - აჭარა - საერთო (62%), სპეციალიზებული (21%).

სპეციალიზებული რადიოარხისთვის თემატიკის დამატების საჭიროების მიხედვით ზონებში მოთხოვნადობა გადანაწილდა შემდეგნაირად:

ზონა 1 - თბილისი - მუსიკა (17%), სპორტი (12%), ხელოვნება (12%), მედიცინა (11%), იუმორისტულ-გასართობი (6%), შემეცნებითი (5%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (5%), საგანმანათლებლო (4%), მეცნიერება (3%), საბავშვო (3%), ბიზნესი და ეკონომიკა (3%), ისტორიული (3%), კულინარიული (2%), პოლიტიკა (2%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (2%), ახალი ამბები (1%), რელიგია (1%), კულტურა (1%).

ზონა 2 - კახეთი - სპორტი (17%), მუსიკა (15%), მედიცინა (15%), შემეცნებითი (7%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (7%), ხელოვნება (5%), იუმორისტულ-გასართობი (5%), საბავშვო (5%), კულინარიული (3%), აგრო სფერო (3%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (2%), საგანმანათლებლო (2%), ისტორიული (2%), ახალი ამბები (2%), რელიგიური (2%).

ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი - მედიცინა (14%), ხელოვნება (14%), ბიზნესი და ეკონომიკა (14%), მუსიკა (7%), შემეცნებითი (7%), იუმორისტულ-გასართობი (7%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (7%), ისტორიული (7%), პოლიტიკა (7%).

ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური - სპორტი (23%), მედიცინა (17%), მუსიკა (14%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (14%), ხელოვნება (6%), იუმორისტულ-გასართობი (6%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (3%), პოლიტიკა (3%), კულინარიული (3%), საგანმანათლებლო (3%), ახალი ამბები (3%).

ზონა 5 - შიდა ქართლი - მედიცინა (23%), მუსიკა (14%), სპორტი (12%), ხელოვნება (9%), საგანმანათლებლო (6%), კულინარიული (5%), შემეცნებითი (5%), მეცნიერება (5%), იუმორისტულ-გასართობი (3%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (3%), ბიზნესი და ეკონომიკა (3%), აგრო სფერო (3%).

ზონა 6 - ქვემო ქართლი - მუსიკა (17%), მედიცინა (14%), სპორტი (12%), ხელოვნება (9%), იუმორისტულ-გასართობი (9%), ახალი ამბები (6%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (3%), ბიზნესი და ეკონომიკა (3%), ისტორიული (3%), კულინარიული (2%), შემეცნებითი (2%), მეცნიერება (2%), პოლიტიკა (2%), სოციალური (2%), საგანმანათლებლო (1%), აგრო სფერო (1%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (1%), რელიგია (1%), კულტურა (1%), ფსიქოლოგია (1%).

ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი - მუსიკა (19%), ხელოვნება (16%), საბავშვო (16%), მედიცინა (10%), შემეცნებითი (10%), სპორტი (7%), საგანმანათლებლო (7%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (3%), ბიზნესი და ეკონომიკა (3%), სოციალური (3%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (3%).

ზონა 8 - იმერეთი - მუსიკა (15%), მედიცინა (10%), იუმორისტულ-გასართობი (10%), შემეცნებითი (9%), ხელოვნება (8%), სპორტი (5%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (5%), საბავშვო (4%), საგანმანათლებლო (4%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (3%), ისტორიული (3%), მეცნიერება (3%), ახალი ამბები (3%), კულინარიული (3%), აგრო სფერო (3%), სოციალური (2%), რელიგიური (2%), ბიზნესი და ეკონომიკა (1%), პოლიტიკა (1%).

ზონა 9 - რაჭა - მედიცინა (17%), მუსიკა (10%), სპორტი (10%), მეცნიერება (7%), აგრო სფერო (7%), სოციალური (7%), იუმორისტულ-გასართობი (3%), შემეცნებითი (3%), ხელოვნება (3%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (3%), კულინარიული (3%), ბიზნესი და ეკონომიკა (3%).

ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი - მედიცინა (27%), სპორტი (13%), აგრო სფერო (10%), სოციალური (7%), იუმორისტულ-გასართობი (7%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (7%), მუსიკა (3%), შემეცნებითი (3%), ხელოვნება (3%), კულინარიული (3%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (3%), საგანმანათლებლო (3%), კულტურა (3%).

ზონა 11 - სამეგრელო - სპორტი (17%), მედიცინა (14%), მუსიკა (10%), კულინარიული (9%), ხელოვნება (7%), მეცნიერება (7%), იუმორისტულ-გასართობი (5%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (5%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (3%), შემეცნებითი (3%), საგანმანათლებლო (3%), ფსიქოლოგია (3%), აგრო სფერო (2%), საბავშვო (2%).

ზონა 12 - სვანეთი - ადგილობრივი/რეგიონული ამბები (18%), მედიცინა (12%), სპორტი (12%), სოციალური (9%), ხელოვნება (9%), მუსიკა (6%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (6%), შემეცნებითი (6%), იუმორისტულ-გასართობი (3%), კულინარიული (3%), საგანმანათლებლო (3%), რელიგიური (3%).

ზონა 13 - გურია - მუსიკა (30%), ბიზნესი და ეკონომიკა (15%), ხელოვნება (10%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (5%), მედიცინა (5%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (5%), საგანმანათლებლო (5%), აგრო სფერო (5%), მეცნიერება (5%).

ზონა 14 - აჭარა - მუსიკა (18%), ხელოვნება (13%), მედიცინა (10%), საგანმანათლებლო (8%), სპორტი (8%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (5%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (5%), იუმორისტულ-გასართობი (5%), შემეცნებითი (4%), ისტორიული (4%), ბიზნესი და ეკონომიკა (3%), აგრო სფერო (3%), მეცნიერება (3%), კულინარიული (3%), საბავშვო (3%), ფსიქოლოგია (1%), ახალი ამბები (1%).

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 მუსიკას, მედიცინას, ადგილობრივ ამბებს და სპორტს. ამასთან, სხვადასხვა ზონებში მცხოვრები რესპონდენტების პრეფერენციები მეტ-ნაკლებად განსხვავებულია.

– რადიოს შერჩევის კრიტერიუმების მიხედვით ყველა სამაუწყებლო ზონაში მთავარი კრიტერიუმია მუსიკის მოსმენა, რომელსაც მეორე ადგილზე მოსდევს ახალი ამბების გაცნობა.

– იკვეთება საერთო რადიომაუწყებლობისადმი ინტერესი, რადგან ყველა სამაუწყებლო ზონაში უფრო მოთხოვნადია საერთო რადიომაუწყებლობა. იმ რესპოდენტთა უმრავლესობა ვინც საერთო რადიომაუწყებლობას ირჩევს, თვლის რომ ასეთი რადიოს ფორმატი უნდა იყოს მთლიანი ქვეყნის მასშტაბით მაუწყებლობა და არა მუნიციპალურ დონეზე. სპეციალიზებულ რადიომაუწყებლისთვის ყველაზე მოთხოვნადი თემატიკებია მუსიკა, მედიცინა, სპორტი და ხელოვნება. მუსიკის ჟანრების მიხედვით ყველაზე პოპულარულია ქართული ესტრადა.

ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების გათვალისწინებით, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის და საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის VII და IX თავების შესაბამისად, შესაბამისად, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად

გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. დამტკიცდეს რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტები საზოგადოებრივი აზრის 2023 წლის კვლევის (თან ერთვის) შესაბამისად.
2. საზოგადოებრივი აზრის 2023 წლის კვლევა ცნობილ იქნეს წინამდებარე გადაწყვეტილების განუყოფელ ნაწილად.
3. ამ გადაწყვეტილებით დამტკიცებული რადიოსამაუწყებლო პრიორიტეტების მოქმედების პერიოდში, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესით რადიომაუწყებლობის ლიცენზიების მოსაპოვებლად კონკურსები გამოცხადდეს ამ

გადაწყვეტილებით დამტკიცებული რადიოსამაუწყებლო პრიორიტეტების გათვალისწინებით.

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

5. რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტები დადგინდეს შემდეგი თანმიმდევრობით, შემდეგ სამაუწყებლო ზონებში:

საქართველოს ტერიტორია (ეროვნული მაუწყებლობა)

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 1 - თბილისი

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 2 - კახეთი

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 5 - შიდა ქართლი

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 6 - ქვემო ქართლი

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 8 - იმერეთი

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 9 - რაჭა

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 11 - სამეგრელო

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 12 - სვანეთი

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 13 - გურია

1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა

ზონა 14 - აჭარა

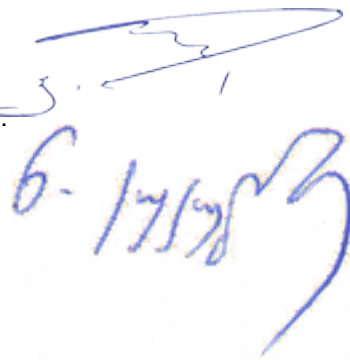
1. საერთო რადიომაუწყებლობა
2. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
6. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობის ლიცენზიის მისაღებად კონკურსის შეფასებისას, კომისიამ იხელმძღვანელოს საზოგადოებრივი აზრის კვლევაში ასახული პრიორიტეტული რადიოპროგრამების გათვალისწინებით.
7. წინამდებარე გადაწყვეტილებით დადგენილი რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტები ძალაშია კანონმდებლობის შესაბამისად შემდგომი პრიორიტეტების განსაზღვრამდე.
8. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების კომისიის ოფიციალურ ვებ-გვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება.
9. გადაწყვეტილება ძალაში შედის კომისიის ოფიციალურ ვებ გვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნებისთანავე.
10. კონტროლი აღნიშნული გადაწყვეტილების მე-3 და მე-4 პუნქტების შესრულებაზე დაევალოს კომისიის აპარატის სამართლებრივ დეპარტამენტს (მ. ქადეიშვილი).
11. კონტროლი აღნიშნული გადაწყვეტილების (გარდა მე-8, მე-9 და მე-10 პუნქტებისა) შესრულებაზე დაევალოს კომისიის აპარატის მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (კ. ქორიძე).
12. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64) ერთი თვის ვადაში.

ვახტანგ აბაშიძე

თავმჯდომარე - მ.შ.

ნათია კუკულაძე

ნევრი



ეკატერინე იმედაძე

წვერი

