

გადაწყვეტილება

N გ-21-22/598
28/10/2021

598-გ-21-1-4-202110281840



საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის საფუძველზე რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების განსაზღვრის შესახებ

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია (შემდგომში „კომისია“) აღნიშნავს, რომ ლიცენზიის მადიებლებისათვის რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების განსაზღვრის მიზნით საზოგადოებრივი აზრის შესასწავლად, კომისიის მიერ 2021 წლის 9 სექტემბერს მიღებული იქნა № გ-21-23/495 გადაწყვეტილება „საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის საფუძველზე რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების განსაზღვრის მიზნით საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების დაწყების შესახებ“. აღნიშნული საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების ვადად - 3 (სამი) თვე, ხოლო საკითხის ზეპირი მოსმენის თარიღად 2021 წლის 21 ოქტომბერი განისაზღვრა.

კომისია აღნიშნავს, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის შესაბამისად, კომისია რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტებს ლიცენზიის მადიებლებისათვის 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 მაუწყებლობა**ა 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: NAT210007392; შესყიდვის კატეგორია: CPV79311300), გაფორმდა სახელმწიფო შესყიდვის შესახებ ხელშეკრულება (N2505/02-21). 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. სპეციალიზებულის 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 2021 წლის 25 მაისიდან 2021 წლის 26 ივლისის ჩათვლით. კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 4200-მა რესპონდენტმა 14 სამაუწყებლო ზონის მასშტაბით, თითოეულში არსებული სტრატების ზომის პროპორციულად.

2021 წლის 27 ივლისს კომისიასა და შპს „აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსს“ შორის გაფორმდა სახელმწიფო შესყიდვის 2021 წლის 25 მაისის N 2505/02-21 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 6 ფოკუს ჯგუფი. მონაწილეები შეირჩნენ როგორც თბილისის ისე ოთხ სხვა და სხვა რეგიონში მცხოვრები მოსახლეობიდან. შერჩევის თითოეულ წერტილზე შემდეგი რაოდენობის ფოკუს-ჯგუფები ჩატარდა: თბილისი - 2; კახეთი - 1; აჭარა - 1; იმერეთი - 1; სამეგრელო - 1. თითოეულ ფოკუს ჯგუფში მონაწილეობდა 6-8 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

კითხვართ, რომელიც ძირითადად მოიცავდა დახურულ კითხვებს და ასევე, რამდენიმე ღია/ნახევრად ღია კითხვას.

კვლევის პოპულაციას წარმოადგენდა საქართველოს სრულწლოვანი მოსახლეობა. შერჩევის ჯამური მოცულობა განისაზღვრა 4200 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 ინფორმაციის მიღების ერთ-ერთი ყველაზე მობილური და ლაკონური საშუალებაა. რესპონდენტების შეფასებით, რადიო არის ერთგვარი ანონსი, რომელიც მსმენელს საშუალებას აძლევს მოკლე დროში მიიღოს აქტუალური ინფორმაცია და საჭიროების შემთხვევაში, სხვა წყაროების საშუალებით განავრცოს ის.

მეორეს მხრივ, რესპონდენტთა ნაწილი ხაზს უსვამს რადიომაუწყებლობის საპირისპირო მახასიათებელს - გადაცემებისა და სტუმრების ვრცლად, აუჩქარებლად მოსმენის შესაძლებლობას. რადიო პოზიტიური, არადამღელი წყაროა, რომელიც სიმშვიდესა და ჰარმონიულობასთან ასოცირდება.

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 -

რესპონდენტების შეფასებით, ქართული რადიოსივრცე ძირითადად გასართობი (მუსიკალური) და პოლიტიკური ხასიათისაა, თუმცა აღნიშნავენ, რომ რადიო მრავალფეროვან თემატიკასაც ფარავს.

მთლიანობაში, რესპონდენტები რადიოს დაჭერის ხარისხს დადებითად აფასებენ. დაჭერასთან დაკავშირებული ხარვეზები ძირითადად ექმნებათ შორ დისტანციაზე ან მაღალმთიან რეგიონში გადაადგილებისას. ასევე, აღნიშნავენ, რომ ადგილობრივი რადიოების დაჭერის ხარისხი საკმაოდ დაბალია.

რესპონდენტების მიერ ქართულ რადიოსივრცეში იდენტიფიცირებული საჭიროებები ეხება:

- გადაცემების შინაარსსა და ფორმატს;
- რადიოს ხელმისაწვდომობის ტექნიკურ მხარეს;
- რადიომალწყებლობის პოპულარიზაციის მნიშვნელობას.

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

- არის მრავალფეროვანი თემატიკის;
- არის სხვადასხვა ტიპის მუსიკალური ჟანრის;
- არის ნაკლები პოლიტიკური გადაცემებით;
- იჭერს ყველგან და დაჭერის ხარისხი არ იცვლება ადგილმდებარეობის ცვლილებასთან ერთად;
- მოიცავს ანალიტიკურ გადაცემებს;
- არის ინტერაქციული (უფროსი ასაკის მონაწილეთა შეფასებით);
- დაკომპლექტებულია ენერგიული წამყვანებით;
- ბადე მიყვება ადამიანის სამუშაო განრიგს;
- არის მარტივად მოსახმარი ნებისმიერი რადიომოწყობილობის საშუალებით, განსაკუთრებით კი მობილურით და ავტოსატრანსპორტო საშუალების მიმღებით;
- აქვს საკუთარი აპლიკაცია და ვებ-გვერდი, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია მისი მოსმენა;
- აქვს გადაცემების ძეგნისა და გადახვევის შესაძლებლობა.

რაოდენობრივი ნაწილი - რესპონდენტების ძირითადი ნაწილი აღნიშნავს, რომ გადაადგილების ძირითად საშუალებად იყენებს საკუთარ ავტომობილს ან ავტობუსს/სამარშუტო ტაქსს. რესპონდენტები, რომლებიც ტრანსპორტით გადაადგილდებიან, დღეში საშუალოდ 15 წუთიდან 1.5 საათს უთმობენ მგზავრობას. რესპონდენტების 12%, რადიოს შერჩევის ძირითადი კრიტერიუმების ნაწილში აღნიშნავს, რომ რადიოს მოსმენით, მგზავრობისას დრო გაჰყავს.

მსმენელების 18% რადიოს საკუთარი ინიციატივით ყოველდღე უსმენს, 16% კვირაში რამდენჯერმე, ხოლო 5% კვირაში ერთხელ მაინც უსმენს, 34% კი პასიური მსმენელია.

მსმენელების 33% რადიოს საკუთარი ავტომობილით მგზავრობისას, 10% კი სახლში ყოფნისას უსმენს. რადიოს მოსმენის გადანაწილება სიტუაციების მიხედვით: საკუთარი ავტომობილით მგზავრობისას 33%, სახლში ყოფნისას 10%, საზოგადოებრივი ტრანსპორტით მგზავრობისას 6% და სხვა 8%.

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 12-დან 15 საათამდე

საკუთარი ინიციატივით რადიოს გარკვეული პერიოდულობით, კვირაში ერთხელ მაინც უსმენს რესპონდენტთა 39%. რადიოს მოსმენის საშუალებად რესპოდენტთა 75%

ასახელებს მანქანის რადიო მოწყობილობას, 11% მობილურ ტელეფონს და 10% რადიომიმღებს.

რაც შეეხება რესპონდენტებს, რომლებიც იშვიათად ან საერთოდ არ უსმენენ რადიოს, ისინი აღნიშნავენ, რომ რადიოსთან შედარებით უპირატესობას ანიჭებენ სხვა მედია საშუალებებს (52%), ასევე, მათ საცხოვრებელ არეალში რადიო არხების მცირე არჩევანია (2%) და დაჭერის ცუდი ხარისხია (11%). რესპონდენტების ნაწილისთვის არ არის საინტერესო გადაცემების ფორმატი (3%) და თემატიკა (7%).

რადიოს შერჩევის კრიტერიუმებში ყველაზე მნიშვნელოვან ფაქტორებად დასახელდა მუსიკა და საინფორმაციო გადაცემები. კერძოდ, რესპოდენტების 46%-სთვის ყველაზე მნიშვნელოვანია მუსიკა რადიოს შერჩევის დროს, ახალი ამბების გაცნობა მნიშვნელოვანია 33%-სთვის, 12% აცხადებს, რომ მგზავრობისას დრო გაჰყავს, თემატურ სიახლეების გაცნობა მნიშვნელოვანია მხოლოდ 4% მსმენელისთვის.

რადიოს მსმენელები, ყველაზე ხშირად, რადიოში უსმენენ მუსიკას და ადგილობრივ ახალ ამბებს. კერძოდ, მუსიკას ყოველდღიურად უსმენს 28% და ადგილობრივ ამბებს 7%. სპორტულ და სამედიცინო შინაარსის გადაცემებს ყოველდღიურად უსმენს 5-5%. **მუსიკის ჟანრების მიხედვით მსმენელი ყველაზე ხშირად უსმენს:** ქართული ესტრადა (48%), სულერთია, ყველანაირს (33%), პოპ მუსიკა (12%), კლასიკა (10%), როკი (8%), ჯაზი (8%), ფოლკლორი (7%) და რუსული ესტრადა (6%).

რაც შეეხება საკითხს თუ რა თემატიკის გადაცემების ნაკლებობაა საქართველოში არსებულ რადიო არხებზე. რესპოდენტების პასუხები საკმაოდ დივერსიფიცირებულია. ყველაზე ხშირად დასახელდა ხელოვნება (19%), რასაც შემდეგ მოსდევს მეცნიერება და თანამედროვე ტექნოლოგიები (14 - 14%), მედიცინა (13%), იუმორისტული-გასართობი გადაცემები (9%), ბიზნესი და ეკონომიკა, საბავშვო და შემეცნებითი (8 -8%), სპორტი და კულინარიული გადაცემები (6 - 6%), აგრო სფერო (5%), სოციალური თემატიკა (4%), ადგილობრივი/რაიონული ამბები (3%) და სხვა.

რაც შეეხება ყველაზე მოთხოვნად რადიომაუწყებლის ტიპებს, რომელთა დამატების საჭიროებაც დგას, ყველაზე დიდი მოთხოვნა სპეციალიზებულ რადიოზეა (55%), ხოლო (25%) მიიჩნევს რომ საერთო რადიოს დამატების საჭიროებაა. აღნიშნული 25%-იდან, ვინც მიიჩნევს, რომ საერთო მაუწყებლობის რადიოები უნდა დაემატოს, 91% თვლის, რომ ასეთი რადიოები მთელი ქვეყნის ტერიტორიაზე უნდა მაუწყებლობდნენ, ხოლო 5% მუნიციპალურ/რეგიონულ რადიოს ემხრობა.

სპეციალიზირებული რადიოარხისთვის ყველაზე მოთხოვნადი თემატიკაა: მუსიკა (15%), მედიცინა (14%), სპორტი (11%), ხელოვნება (9%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (7%), კულინარია (5%), იუმორისტულ-გასართობი (5%), საბავშვო გადაცემები (4%), მეცნიერება (4%), ბიზნესი და ეკონომიკა (4%) და საგანმანათლებლო (2%).

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 (ლექსუმი, ქვემო სვანეთი), მე-9 (რაჭა) და მე-4 (სტეფანწმინდა, გუდაური) ზონებში დასახელდა. რადიოსადგურების დაჭერის ხარისხი კი

ყველაზე მეტად მე-12 (სვანეთი), მე-13 (გურია), მე-14 (აჭარა), მე-6 (ქვემო ქართლი), მე-10 (ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი) და მე-9 (რაჭა) ზონებში აღინიშნა პრობლემა.

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"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 2 - კახეთი</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა
<p>ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა
<p>ზონა 5 - შიდა ქართლი</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 6 - ქვემო ქართლი</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა
<p>ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 8 - იმერეთი</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა
<p>ზონა 9 - რაჭა</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა
<p>ზონა 11 - სამეგრელო</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 12 - სვანეთი</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა
<p>ზონა 13 - გურია</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 	<p>ზონა 14 - აჭარა</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა
<p>საქართველო</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა 2. საერთო რადიომაუწყებლობა 	

ზონების უმეტეს შემთხვევაში მუსიკა ყველაზე პოპულარული თემატიკაა გადაცემების სმენადობის მიხედვით. მსმენელი ასევე რადიოში ძირითადად უსმენს

საინფორმაციო/ახალ ამბებს, ადგილობრივ/რაიონულ ამბებს, სპორტის, მედიცინის და ხელოვნების შესახებ გადაცემებს.

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

ზონა 1 - თბილისი - მუსიკა (52.2%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (12.5%), მედიცინა (8.4%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (7.8%), სპორტი (7.5%), ხელოვნება (6.4%) და მეცნიერება (4.1%).

ზონა 2 - კახეთი - მუსიკა (40.3%), მედიცინა (9.7%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (7.7%), სპორტი (6.8%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (6.5%), ხელოვნება (3.2%) და მეცნიერება (1.6%).

ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი - მუსიკა (37.5%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (5.5%), მედიცინა (3.5%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (3.5%), სპორტი (3.5%), ხელოვნება (2.5%) და მეცნიერება (2.5%).

ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური - მუსიკა (15.7%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (4.3%), მედიცინა (4.3%), სპორტი (4.3%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (1.4%) და ხელოვნება (1.4%).

ზონა 5 - შიდა ქართლი - მუსიკა (44.3%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (10%), მედიცინა (8.7%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (7.3%), სპორტი (7%), ხელოვნება (3.7%) და მეცნიერება (1%).

ზონა 6 - ქვემო ქართლი - მუსიკა (38.9%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (8.9%), მედიცინა (8.9%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (7.3%), სპორტი (6.2%), ხელოვნება (2.7%) და მეცნიერება (1.9%).

ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი - მუსიკა (30.5%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (8.5%), მედიცინა (4.5%), სპორტი (4.5%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (3.5%), ხელოვნება (2%) და მეცნიერება (1%).

ზონა 8 - იმერეთი - მუსიკა (40.2%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (9.8%), სპორტი (9.8%), მედიცინა (9%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (6.6%), ხელოვნება (2.8%) და მეცნიერება (1.4%).

ზონა 9 - რაჭა - მუსიკა (31%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (11%), მედიცინა (10%), სპორტი (7%), ხელოვნება (4%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (3%) და მეცნიერება (2%).

ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი - მუსიკა (28.6%), სპორტი (10%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (7.1%), მედიცინა (7.1%), ხელოვნება (4.3%), მეცნიერება (4.3%) და საინფორმაციო/ახალი ამბები (2.9%).

ზონა 11 - სამეგრელო - მუსიკა (35.3%), სპორტი (9.7%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (9.7%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (7.7%), მედიცინა (5%), ხელოვნება (3%) და მეცნიერება (2%).

ზონა 12 - სვანეთი - მუსიკა (32.9%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (7.1%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (5.7%), სპორტი (4.3%), მედიცინა (4.3%) და ხელოვნება (4.3%).

ზონა 13 - გურია - მუსიკა (37%), მედიცინა (9.5%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (7%), სპორტი (6.5%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (5%), ხელოვნება (2.5%) და მეცნიერება (2.5%).

ზონა 14 - აჭარა - მუსიკა (42.9%), მედიცინა (11.7%), საინფორმაციო/ახალი ამბები (11.7%), სპორტი (9.1%), ადგილობრივ/რაიონულ ამბები (6.3%), მეცნიერება (3.7%) და ხელოვნება (2.9%).

რადიოსადგურების ტიპების დამატების საჭიროების მიხედვით, ზონები გადანაწილდა შემდეგნაირად:

ზონა 1 - თბილისი - სპეციალიზებული (50%), საერთო (19%).

ზონა 2 - კახეთი - სპეციალიზებული (56%), საერთო (21%).

ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი - სპეციალიზებული (55%), საერთო (21%).

ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური - სპეციალიზებული (59%), საერთო (26%).

ზონა 5 - შიდა ქართლი - სპეციალიზებული (55%), საერთო (17%).

ზონა 6 - ქვემო ქართლი - სპეციალიზებული (55%), საერთო (23%).

ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი - სპეციალიზებული (60%), საერთო (20%).

ზონა 8 - იმერეთი - სპეციალიზებული (58%), საერთო (21%).

ზონა 9 - რაჭა - სპეციალიზებული (62%), საერთო (22%).

ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი - სპეციალიზებული (64%), საერთო (20%).

ზონა 11 - სამეგრელო - სპეციალიზებული (61%), საერთო (21%).

ზონა 12 - სვანეთი - სპეციალიზებული (69%), საერთო (14%).

ზონა 13 - გურია - სპეციალიზებული (57%), საერთო (18%).

ზონა 14 - აჭარა - სპეციალიზებული (52%), საერთო (21%).

სპეციალიზებული რადიოარხისთვის თემატიკის დამატების საჭიროების მიხედვით ზონებში მოთხოვნადობა გადანაწილდა შემდეგნაირად:

ზონა 1 - თბილისი - მუსიკა (17%), ხელოვნება (12%), საბავშვო (9%), სპორტი (9%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (9%), მედიცინა (8%), მეცნიერება (6%), იუმორისტულ-გასართობი (5%), კულინარია (5%), ბიზნესი და ეკონომიკა (3%) და საგანმანათლებლო (3%).

ზონა 2 - კახეთი - მედიცინა (22%), მუსიკა (16%), სპორტი (13%), იუმორისტულ-გასართობი (6%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (6%), ხელოვნება (6%), ბიზნესი და ეკონომიკა (4%), კულინარია (4%), საგანმანათლებლო (1%) და საბავშვო (1%).

ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი - მუსიკა (19%), მედიცინა (17%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (10%), ხელოვნება (8%), სპორტი (8%), მეცნიერება (8%), კულინარია (6%), იუმორისტულ-გასართობი (6%) და საბავშვო (2%).

ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური - მედიცინა (18%), ბიზნესი და ეკონომიკა (18%), საგანმანათლებლო (9%), იუმორისტულ-გასართობი (9%) და მეცნიერება (9%).

ზონა 5 - შიდა ქართლი - მედიცინა (18%), სპორტი (15%), მუსიკა (12%), კულინარია (8%), ხელოვნება (7%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (6%), საგანმანათლებლო (6%), იუმორისტულ-გასართობი (5%), ბიზნესი და ეკონომიკა (5%), საბავშვო (3%) და მეცნიერება (2%).

ზონა 6 - ქვემო ქართლი - მედიცინა (15%), მუსიკა (14%), საბავშვო (10%), ხელოვნება (9%), იუმორისტულ-გასართობი (7%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (7%), სპორტი (6%), ბიზნესი და ეკონომიკა (4%), კულინარია (4%), მეცნიერება (2%) და საგანმანათლებლო (1%).

ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი - მუსიკა (17%), ხელოვნება (12%), მედიცინა (10%), სპორტი (7%), კულინარია (7%), მეცნიერება (5%), ბიზნესი და ეკონომიკა (5%), საგანმანათლებლო (5%), იუმორისტულ-გასართობი (5%) და საბავშვო (4%).

ზონა 8 - იმერეთი - მედიცინა (14%), მუსიკა (13%), სპორტი (13%), ხელოვნება (7%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (5%), მეცნიერება (5%), ბიზნესი და ეკონომიკა (4%), საბავშვო (4%), იუმორისტულ-გასართობი (4%), კულინარია (3%) და საგანმანათლებლო (3%).

ზონა 9 - რაჭა - ხელოვნება (19%), მედიცინა (13%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (13%), კულინარია (13%), საგანმანათლებლო (6%) და საბავშვო (4%).

ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი - მუსიკა (36%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (18%), მედიცინა (18%), სპორტი (9%), კულინარია (9%) და საბავშვო (5%).

ზონა 11 - სამეგრელო - მედიცინა (20%), მუსიკა (13%), სპორტი (11%), იუმორისტულ-გასართობი (7%), ხელოვნება (4%), მეცნიერება (4%), საბავშვო (4%), ბიზნესი და ეკონომიკა (4%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (2%), კულინარია (2%) და საგანმანათლებლო (2%).

ზონა 12 - სვანეთი - სპორტი (36%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (18%), მედიცინა (18%), კულინარია (9%) და საბავშვო (5%).

ზონა 13 - გურია - მუსიკა (14%), ხელოვნება (14%), მედიცინა (10%), სპორტი (8%), მეცნიერება (8%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (4%), კულინარია (2%) და იუმორისტულ-გასართობი (2%).

ზონა 14 - აჭარა - მედიცინა (22%), სპორტი (17%), მუსიკა (13%), იუმორისტულ-გასართობი (8%), თანამედროვე ტექნოლოგიები (8%), ხელოვნება (7%), ბიზნესი და ეკონომიკა (6%), მეცნიერება (3%) და კულინარია (3%).

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 რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტულობაც, თუმცა რადიომაუწყებლობის ტიპის მიხედვით ყველა სამაუწყებლო ზონაში უფრო მოთხოვნადია სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა. იმ რესპოდენტთა უმრავლესობა ვინც საერთო რადიომაუწყებლობას ირჩევს, თვლის რომ ასეთი რადიოს ფორმატი უნდა იყოს მთლიანი ქვეყნის მასშტაბით მაუწყებლობა და არა მუნიციპალურ დონეზე. სპეციალიზებულ რადიომაუწყებლობისთვის 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 2021 წლის კვლევის (თან ერთვის) შესაბამისად.

2. საზოგადოებრივი აზრის 2021 წლის კვლევა ცნობილ იქნეს წინამდებარე გადაწყვეტილების განუყოფელ ნაწილად.

3. ამ გადაწყვეტილებით დამტკიცებული რადიოსამაუწყებლო პრიორიტეტების მოქმედების პერიოდში, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი წესით რადიოსამაუწყებლობის 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 მადიებელთა 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. რადიოსამაუწყებლობის პრიორიტეტები დადგინდეს შემდეგი თანმიმდევრობით, შემდეგ სამაუწყებლო ზონებში:

საქართველოს ტერიტორია (ეროვნული მაუწყებლობა)

1. სპეციალიზებული რადიოსამაუწყებლობა
2. საერთო რადიოსამაუწყებლობა

ზონა 1 - თბილისი

1. სპეციალიზებული რადიოსამაუწყებლობა
2. საერთო რადიოსამაუწყებლობა

ზონა 2 - კახეთი

1. სპეციალიზებული რადიოსამაუწყებლობა
2. საერთო რადიოსამაუწყებლობა

ზონა 3 - მცხეთა მთიანეთი

1. სპეციალიზებული რადიოსამაუწყებლობა
2. საერთო რადიოსამაუწყებლობა

ზონა 4 - სტეფანწმინდა, გუდაური

1. სპეციალიზებული რადიოსამაუწყებლობა
2. საერთო რადიოსამაუწყებლობა

ზონა 5 - შიდა ქართლი

1. სპეციალიზებული რადიოსამაუწყებლობა
2. საერთო რადიოსამაუწყებლობა

ზონა 6 - ქვემო ქართლი

1. სპეციალიზებული რადიოსამაუწყებლობა

2. საერთო რადიომაუწყებლობა

ზონა 7 - სამცხე-ჯავახეთი

1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა

ზონა 8 - იმერეთი

1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა

ზონა 9 - რაჭა

1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა

ზონა 10 - ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი

1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა

ზონა 11 - სამეგრელო

1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა

ზონა 12 - სვანეთი

1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა

ზონა 13 - გურია

1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
2. საერთო რადიომაუწყებლობა

ზონა 14 - აჭარა

1. სპეციალიზებული რადიომაუწყებლობა
2. საერთო 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 აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (ი. მახარაძე).

12. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64) ერთი თვის ვადაში.

ეკატერინე იმედაძე

წევრი

ნათია კუკულაძე

წევრი

ვახტანგ აბაშიძე

თავმჯდომარე - მ.შ.

