



მომზადებულია BCG Research-ის მიერ

დაკვეთილია საქართველოს კომუნიკაციების  
ეროვნული კომისიის მიერ

**მაუწყებლობის თაობაზე საზოგადოებრივი  
აზრის კვლევის ანგარიში  
კონსოლიდირებული**

2008-2010 წ.წ.

## სარჩევი:

ტექნიკური ინფორმაცია .....	3
ძირითადი მიგნებები.....	4
2. ანგარიშის ძირითადი ნაწილი.....	6
2.1 სხვადასხვა სატელევიზიო არხების მიღების შესაძლებლობა და ყურებადობა	6
2.2 უპირატესობები.....	7
3. საინფორმაციო გადაცემები.....	11
4. გადაცემები .....	11
4.1 შემეცნებითი გადაცემები.....	12
4.2 მხატვრული ფილმები.....	13
4.3 სერიალები .....	13
4.4 სპორტი.....	14
4.5 მუსიკა .....	15
4.6 სატელევიზიო გათამაშებები.....	15
4.7 საბავშვო გადაცემები.....	16
4.8 იუმორისტულ-გასართობი გადაცემები.....	17
4.9 სატელევიზიო თოქ-შოუები.....	17
4.10 ასაკობრივი ჭრილები.....	17
5. გადაცემების განთავსება საეთერო ბადეში.....	18
6. რადიო.....	19
7. დასკვნა.....	20

## ტექნიკური ინფორმაცია

### რაოდენობრივი კვლევა

სამაუწყებლო პრიორიტეტების დასადგენად საზოგადოებრივი აზრის კვლევა მიმდინარეობდა 2008 წლის ოქტომბრიდან 2010 წლის ივნისამდე. კვლევაში ასევე ასახულია მონაცემები სათემო მაუწყებლობასთან დაკავშირებით.

- **გამოკვლევის არეალი.** გამოკვლევა ჩატარდა საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე, გარდა ოკუპირებული ტერიტორიებისა (24-ე ზონა – აფხაზეთი და 25-ე ზონა – სამაჩაბლო).
- **შერჩევის ბაზა.** შერჩევის ფორმირებისას გამოყენებულ იქნება სააღწერო უბნების მონაცემთა ბაზა საქართველოს მოსახლეობის 2002 წლის აღწერიდან.
- **შერჩევის მოცულობა:**
  - I ეტაპი – 6500 ინტერვიუ,
  - II ეტაპი – 3000 ინტერვიუ. შერჩევის აღნიშნული რაოდენობა უზრუნველყოფს პარამეტრის შესაფასების არაუმეტეს 3%-იან ცდომილებას 95%-იანი საიმედობით.
- **შერჩევის დიზაინი.** შერჩევისათვის გამოყენებულ იქნება სამსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევა წინასწარი სტრატეგიკაციით.
- **სამიზნე ჯგუფი:** კვლევა ჩატარდა 18+ ასაკის მოსახლეობასთან.

## ძირითადი მიგნებები

- ზოგადი მონაცემებით, ყველაზე ხშირად ყურებადი არხების პირველი სამეული, არხებს შორის უპირატესობების მინიჭების სქემის იდენტურია. ყველაზე ხშირად ყურებად არხებს შორის, დიდი უპირატესობით ლიდერობს "იმედი" და "რუსთავი2". მესამე პოზიციას საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი იკავებს. დასახლებული ყურებადი არხების სიმრავლის მიუხედავად, ყოველთვის ფიქსირდება ერთი პრიორიტეტული არხი. კვლევის შედეგებით ეს არხი, როგორც წესი, "რუსთავი 2" ან "იმედია".
- საინტერესო მოსაზრება დაფიქსირდა სატელევიზიო სამაუწყებლო არხების სახეებთან მიმართებაში. სათემო სამაუწყებლო არხის არსებობას, რესპონდენტები გამართლებულად არ მიიჩნევენ ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებშიც კი.
- საინტერესოა, რომ რესპონდენტების მოთხოვნა სატელევიზიო არხების შეფასებისას, ძირითადად, საზოგადოების ყველა ფენაზე გათვლილ გადაცემებს ეყრდნობა. ცხადია, რესპონდენტთა მოთხოვნები უკვე არსებული გადაცემების დახასიათების დროსაც ნათლად ჩანს. ისინი თანაბარ მნიშვნელობას ანიჭებენ თემატურად მრავალფეროვან სატელევიზიო ბადეს, პროფესიონალი ჟურნალისტების საავტორო გადაცემებს, დაბალანსებულ ინფორმაციას, რომელსაც ნაკლებად ეტყობა პოლიტიკურ მხარეთა გავლენა.
- ჩატარებული კვლევის შედეგად, გამოვლინდა, რომ არსებული საინფორმაციო გადაცემების მიმართ რესპონდენტებს აქვთ სტაბილური ინტერესი. ამავე დროს აღსანიშნავია, რომ ქართულ ეთერში დამატებით საინფორმაციო გადაცემების მოთხოვნის პროცენტული მაჩვენებელი ძალზედ მოკრძალებულია. გამოკითხვის შედეგებით, რესპონდენტებს ეთერში მეტი გასართობი ტიპის გადაცემების - მხატვრული ფილმის, იუმორისტული და სპორტული გადაცემების ხილვა სურთ. უფრო მეტიც, თვლიან, რომ დღეს სატელევიზიო სივრცე ამ მხრივ დეფიციტსაც განიცდის. აღსანიშნავია, ქართული მხატვრული ფილმების მოთხოვნა, რომელიც რესპონდენტებმა შეთავაზებული ჩამონათვალის გარდა, დამატებით მოითხოვეს.
- ჩვეულებისამებრ, ყველაზე ნაკლებად პრიორიტეტს საინფორმაციო გადაცემებს ახალგაზრდები ანიჭებენ. ისინი, უფრო მეტად სპორტულ გადაცემებზე და გასართობი ხასიათის – მუსიკალურ გადაცემებზე და მხატვრულ ფილმებზე იღებენ ორიენტაციას. აღსანიშნავია, რომ ახალგაზრდები სატელევიზიო არხებს ყველაზე მეტად შემეცნებითი გადაცემების სიმწირის გამო საყვედურობენ. საკმაოდ მაღალი პროცენტი დოკუმენტური ფილმების დეფიციტზე არ საუბრობს. თუმცა, ამ ნაწილშიც არიან რესპონდენტები, რომელთაც შემეცნებითი ხასიათის დოკუმენტურ ფილმებზე აქვთ მოთხოვნა. საკმაოდ მაღალია მოთხოვნილება საბავშვო გადაცემებზე.
- საინფორმაციო გადაცემების შეფასებისას რთულია იმის თქმა, რომ რესპონდენტებისთვის რომელიმე მახასიათებელი სრულიად ან მეტ-ნაკლებად

უმნიშვნელოა. თუმცა, შედეგები საშუალებას იძლევა განისაზღვროს საინფორმაციო გადაცემისთვის თითოეული ნიშნის საჭიროების ხარისხი.

- სხვადასხვა ჟანრის გადაცემების შესახებ რესპონდენტების უპირატესობები საკმაოდ მკაფიოდ გამოიხატა. ისინი, როგორც წესი, აშკარა უპირატესობას ანიჭებენ ერთ ან ორ მათგანს. ტენდენციები მსგავსია და ხშირად მეორდება გამოკითხულ ზონებში.
- სატელევიზიო ბადის ასაგებად, გადაცემათა სიხშირის დაფიქსირებისას რესპონდენტები პირველ რიგში, აქცენტს პრიორიტეტულ გადაცემებზე აკეთებენ და ეთერში გარანტირებულად მათი ხილვისთვის დასახელების აქტივობით იზღვევენ თავს. საინფორმაციო გადაცემების გარდა, ყოველდღიურ მოთხოვნას წარმოადგენს, გასართობი ტიპის გადაცემების-მხატვრული ფილმების, საბავშვო გადაცემების, მუსიკალური და იუმორისტული გადაცემების ხილვა. საგანმანათლებლო და სპორტული გადაცემების არჩევანისას, გამოკითხულები კვირაში 5-6 დღეზე თანხმდებიან.
- რეგიონის მოსახლეობიდან გამოკითხულთა 65% არ თვლის აუცილებლად რეგიონალური სატელევიზო არხების არსებობას. 24%-ს კი მიაჩნია, რომ კარგი იქნებოდა მსგავსი არხების არსებობა და ამას ასაბუთებს საკუთარი რეგიონის შესახებ ცენტრალურ არხებზე ინფორმაციის ნაკლებობით. ხოლო გამოკითხულთა 11%-ს არ აქვს ჩამოყალიბებული აზრი ამის შესახებ.
- კვლევის დასრულების შემდეგ, რაოდენობრივი კვლევის მონაცემებისა და “ფიფლმეტრების” საშუალებით სატელევიზიო აუდიტორიის კვლევის შედეგების შედარების შედეგად, აღმოჩნდა, რომ რესპონდენტების მიერ დაფიქსირებული პოზიციები ერთმნიშვნელოვნად იდენტურია.

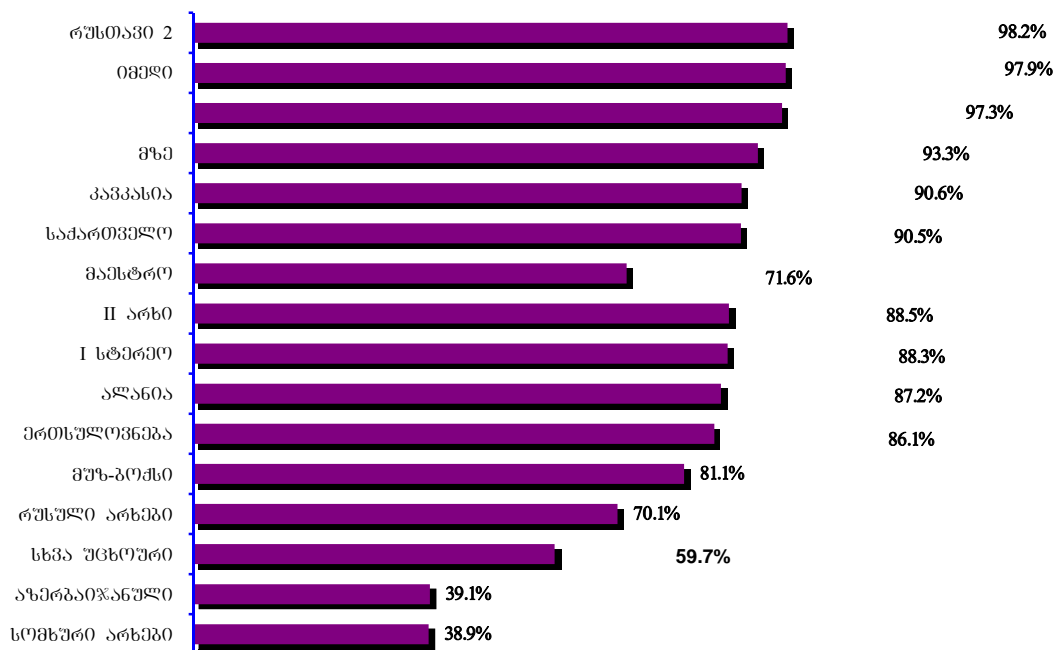
## 2. ანგარიშის ძირითადი ნაწილი

### 2.1 სხვადასხვა სატელევიზიო არხების მიღების შესაძლებლობა და ყურებადობა

საერთო მონაცემების მსგავსად, ყველა გამოკითხულ ზონაში, არხების გავრცელების/მიღების მაჩვენებელი ყველაზე მაღალი, ძირითადად, "რუსთავი 2"-ს, "იმედს" და "საზოგადოებრივ არხს" აქვს.

როგორც მოსალოდნელი იყო, ქართული სატელევიზიო არხების მაუწყებლობის მიღების სურათი, ისევე როგორც ყურების სიხშირე, სხვა ზონებისგან განსხვავებულია 1 ზონაში. მაღალია ნაციონალური არხების გავრცელების მაჩვენებელი და შესაბამისად, რესპონდენტები არჩევენ ქართულ არხებზე მეტად აკეთებენ. უცხოური სამაუწყებლო არხების ტრანზიტული მომსახურების პირობებში, გამოკითხულთა ნახევარზე მეტს რუსული არხების, ხოლო ნახევარზე ოდნავ ნაკლებ რაოდენობას აქვს უცხოური არხების მიღების შესაძლებლობაც.

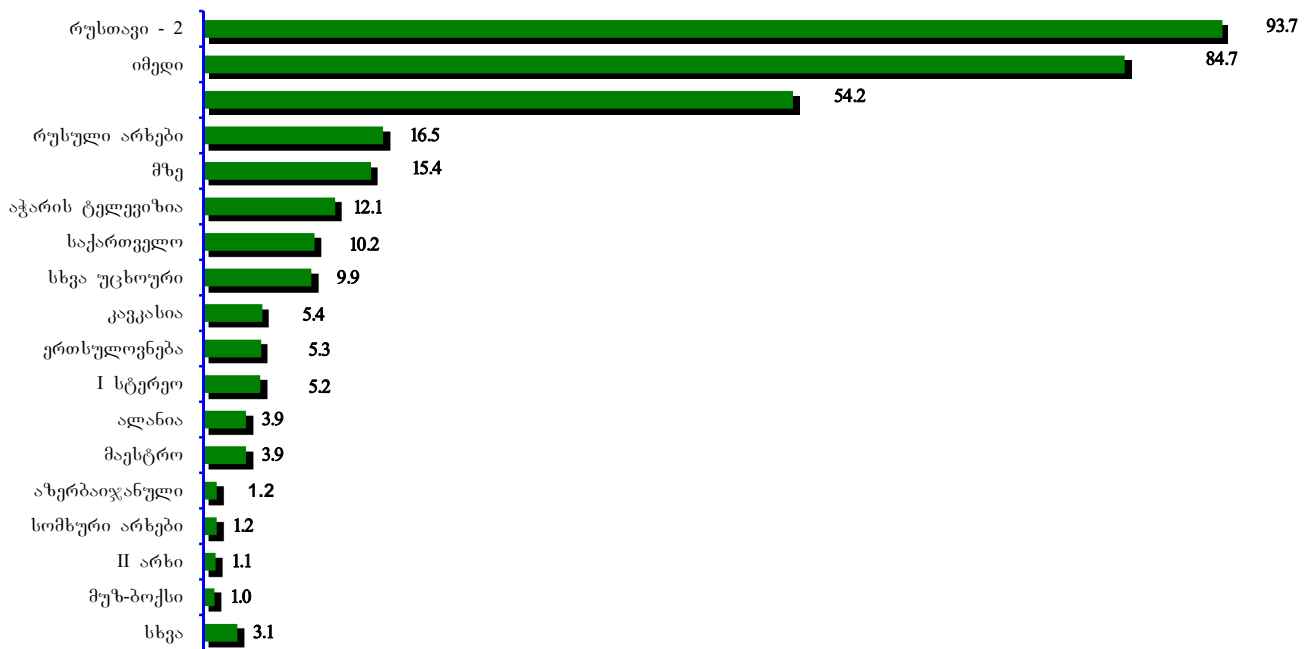
*(გრაფიკზე ასახულია 2010 წლის იანვრის მონაცემები, (I ზონა)*



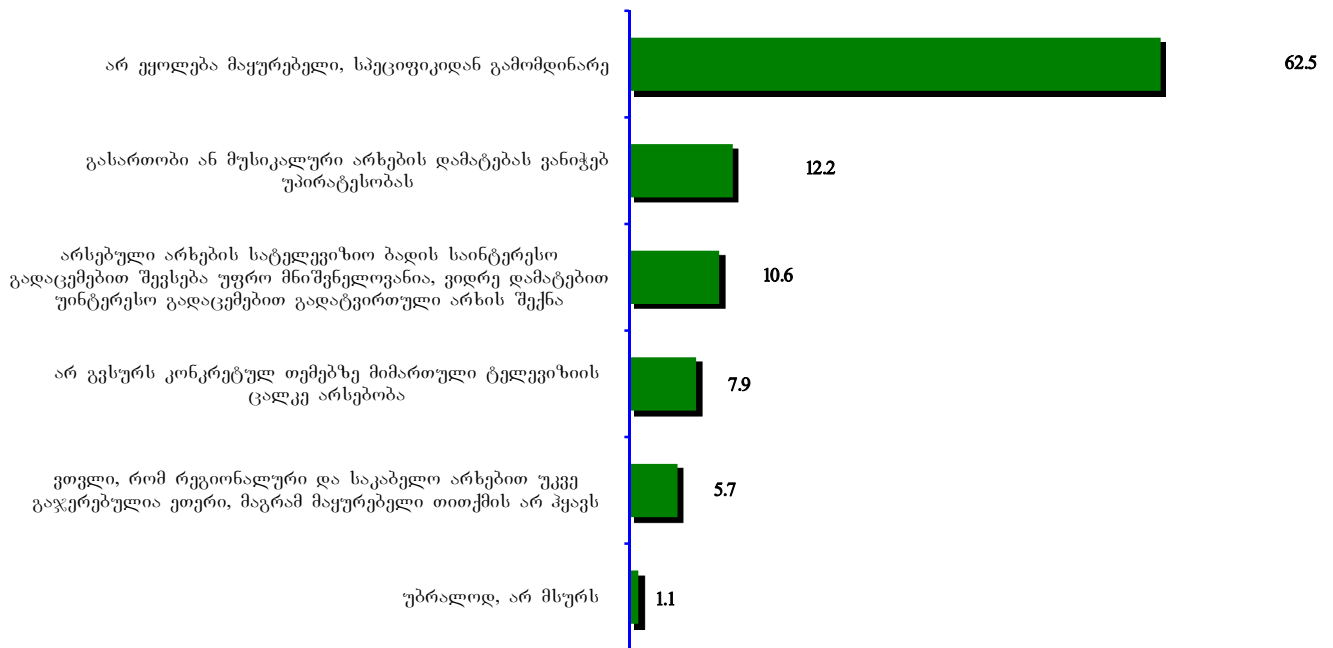
ჩვეულებისამებრ, ტელევიზორის ყურების მაჩვენებელი ერთიანი მონაცემების მსგავსად, მაღალია ყველა გამოკითხულ ზონაში. რესპონდენტების აბსოლუტური უმრავლესობა და მათი ოჯახები - სამუშაო დღეებში ტელევიზორს ყოველდღე უყურებს. ტელევიზორის ყურების მაჩვენებელი კიდევ უფრო მაღალია შაბათ-კვირას.

კითხვაზე, "რომელ არხს უყურებთ ყველაზე ხშირად?", რესპონდენტთა პასუხები შემდეგი თანმიმდევრობით ლაგდება:

*(გრაფიკზე ასახულია 2010 წლის იანვრის მონაცემები)*



კითხვაზე, „რა აზრის ხართ ტელე ეთერში სათემო მაუწყებლობის არსებობაზე?“, რაც რესპონდენტებს „სათემო არხის“ შინაარსის განმარტების შემდეგ დაესვათ, გამოკითხულთა სოლიდური უმრავლესობა, უარყოფითად პასუხობს. სათემო მაუწყებლობის მიმართ ნეგატიური განწყობის მიზეზებად დასახელდა შემდეგი:

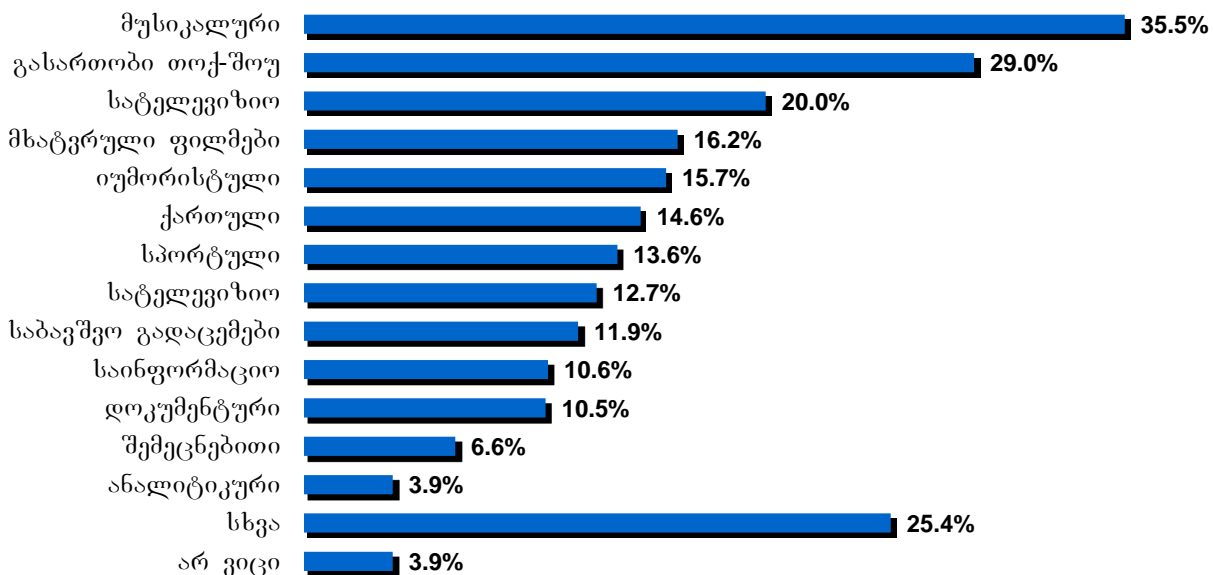


აღსანიშნავია, რომ არხებს შორის პროცენტული წილის თანმიმდევრობა ძირითადად, იგივეა, რაც 2010 წლის იანვრის “ფიფლმეტრების” საშუალებით მიღებულ მონაცემებში:

ერთიანი მონაცემი	პროცენტული წილი ტელეაუდიტორიის საერთო რაოდენობიდან
რუსთავი 2	34,49
იმედი	24,88
I არხი	5,72
მზე	3,71
საქართველო	3,2
აჭარა	2,85
კავკასია	2,2
ერთსულოვნება	1,37
ალანია	1,5
მაესტრო	1,5
1 სტერეო	1,2
II არხი	0,83

## 2.2 უპირატესობები

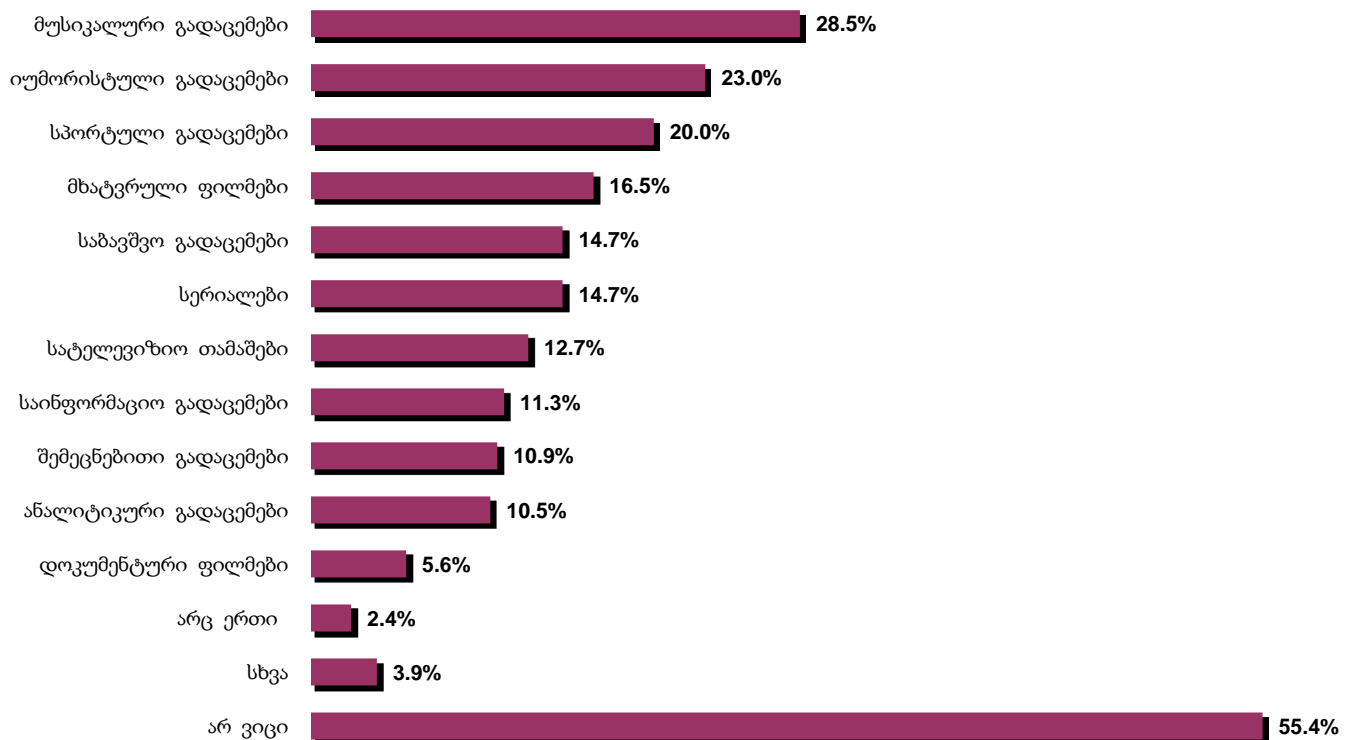
კვლევის ფარგლებში, შეთავაზებული ჩამონათვალიდან რესპონდენტებმა განსაზღვრეს გადაცემები, რომლებსაც უპირატესობას ანიჭებენ. ზოგადი მონაცემებით, თითქმის თანაბარი პროცენტული მაჩვენებელი აქვს იუმორისტულ გადაცემებს და მხატვრულ ფილმებს, რომელთა დასახელების სიხშირე თანაბარია.



ასევე მნიშვნელოვანია, რომ სატელევიზიო სერიალებისა და მუსიკალური გადაცემების მიმართ მიჯაჭვულობის მიუხედავად, მათზე დამატებითი მოთხოვნა გამოკითხულების მხრიდან. ამგვარი დამოკიდებულება განპირობებულია ზოგადად, გასართობი ხასიათის გადაცემების მიმართ მოთხოვნის ზრდით. რესპონდენტთა აზრით, ეთერში მაინც შეიმჩნევა მუსიკალური გადაცემების დანაკლისი.



## რა ტიპის გადაცემების დეფიციტს განიცდის დღეს ქართული სატელევიზიო არხები?



გადაცემათა რეიტინგის პირველი ოცეული „ფიფლმეტრების“ მონაცემებით შემდგენიარად გამოიყურება:

(გრაფიკში მოცემულია 2010 წლის იანვრის მონაცემები)

გადაცემები	რეიტინგი ტელეაუდიტორიის საერთო რაოდენობიდან (თვის საშუალო მაჩვენებელი)	პროცენტული წილი ტელეაუდიტორიის იმ ნაწილიდან, ვინც კონკრეტულ მომენტში უყურებს ტელევიზორს
ჯეოსტარი	21,30	59,76
სერიალი "შუა ქალაქში"	17,33	57,92
პროფილი	15,32	55,22
P.S.	13,10	35,66
ნანუკას შოუ	12,18	43,63
სერიალი "ანხელის საიდუმლო"	11,86	35,89
სერიზლი "ჟამი ყვავილობისა"	11,55	37,45
კომედი შოუ	10,96	31,08
ვა-ბანკი	9,92	38,62
კურიერი 21 საათზე	9,62	39,28
კურიერი 6 საათზე	9,50	28,60
სიმართლის დრო	9,14	34,77
სერიალი "ჩვენი ოფისი"	9,10	39,61
ქრონიკა 20 საათზე	8,77	29,20
სერიალი "განრისხებული ანგელოზი"	8,62	31,13
სიცილის ზონა	8,56	34,07
რა, სად, როდის?	8,51	27,56
ვანოს შოუ	8,29	38,39
ყველაზე ჭკვიანი	8,13	32,26
კლავ შოუ	7,97	24,39

ყველა გამოკითხულ ზონაში რესპონდენტებს გამოკვეთილი ორიენტაცია აქვთ გასართობ პროდუქტზე – გასართობი თოქ-შოუ, მხატვრული ფილმი, მუსიკა, სპორტი, იუმორისტული გადაცემა, სერიალები. ტენდენცია, თითქმის მსგავსია ზონების მიხედვითაც, თუმცა ჩამოთვლილ პრიორიტეტებს რიგითობის მიხედვით სხვადასხვაგვარად ალაგებენ.

**მხატვრულ ფილმებზე** განსაკუთრებულად არიან ორიენტირებულები: 22-ე ზონაში (39%), პირველ ზონაში (37.6%), მე-2 ზონაში (36.9%), მე-12 ზონაში (36.7%) მე-11 ზონაში (34%), მე-13 ზონაში (33.5%), 23-ე ზონაში (32.6%). ყველა დასახელებულ ზონაში მხატვრული ფილმი პირველია. დასახელებულ ზონებში ასევე მაღალია მოთხოვნა სპორტულ, მუსიკალურ და იუმორისტულ გადაცემებზე.

ზემოთ დასახელებული ზონებიდან იუმორისტულ გადაცემებს მაღალი ინტენსივობით ირჩევენ მე-2 (31.9%), მე-4 (30.4%) და მე-8 (29.2%) ზონებში. საბავშვო გადაცემები, სატელევიზიო თამაშები, ანალიტიკური გადაცემები, - ის პროგრამებია, რომლებზეც მხატვრულ ფილმებზე ორიენტირებულ ზონებში ყველაზე ნაკლებად აკეთებენ აქცენტს.

**ზოგადად, იუმორისტულ გადაცემებზე ორიენტაციით მე-15 (59.3%), მე-16 (42.1%), მე-19 (39.2%) ზონა გამოირჩევა.** ამ ზონებში მოთხოვნის პროცენტული მაჩვენებელი თვალშისაცემად განსხვავდება სხვა ზონებში იუმორისტული გადაცემების მოთხოვნის სიხშირისაგან.

საკმაოდ მაღალი ორიენტაცია გამოვლინდა სპორტულ გადაცემებზე, რომელიც ძირითადად ზონებში მხატვრულ გადაცემებს უცვლის ან მის მომდევნო ადგილს იკავებს. სპორტული გადაცემების პოპულარობას ის ფაქტიც ადასტურებს, რომ იგი არცერთ ზონაში მეოთხე ადგილს არ ცდება. სპორტული გადაცემების გარდა ზონებში პრიორიტეტულია ასევე შემეცნებითი, იუმორისტული, მუსიკალური გადაცემები და სატელევიზიო სერიალები. შემეცნებით, ინტელექტუალურ პროდუქტზე მაღალია მოთხოვნა მე-14, მე-20 და 21-ე ზონებში.

**მუსიკალურ გადაცემებზე** ორიენტაცია სჭარბობს მე-17 და მე-11 ზონებში, თუმცა, მუსიკალური გადაცემების დასახელების სიხშირე მნიშვნელოვნად არ აღემატება მხატვრული ფილმების დასახელების სიხშირეს. სპორტული გადაცემებს მნიშვნელოვან უპირატესობას აღნიშნულ ზონებშიც ანიჭებენ.

მნიშვნელოვანია, რომ ყველა ზონის მონაცემებში გადაცემების ტიპების პირველი ხუთეული თითქმის მსგავსია. რესპონდენტები ქართული სატელევიზიო არხების შეფასებებისა და მათ მიმართ მოთხოვნების გარდა, პრობლემებსაც ასახელებენ. გამოკითხულთა თითქმის მეხუთედს სატელევიზიო ეთერში სასურველი გადაცემების ტიპების მრავალფეროვნებასა და ეთერში გასვლის სიხშირესთან მეტი პრეტენზია აქვს, ვიდრე არსებული გადაცემების ხარისხსა და პროფესიონალიზმთან. საყვედურებს კი ქართული არხები ყველაზე ხშირად ორი მიზეზის, ობიექტური და დაბალანსებული ინფორმაციის გამო იმსახურებენ. უმნიშვნელო მაჩვენებელი აქვს პრეტენზიებს ქართველი ჟურნალისტების პროფესიონალიზმთან და გადაცემების ვიზუალურ მხარესთან.

### 3. საინფორმაციო გადაცემები

რესპონდენტებს საშუალება ჰქონდათ გამოეხატათ აზრი საინფორმაციო გადაცემისათვის აუცილებელ ნიშნებთან დაკავშირებით, რომლებსაც 11 ქულიან შკალაზე აფასებდნენ. მათ შესთავაზეს იმ მახასიათებელთა ნუსხა, რომლებიც ერთი შეხედვით, საინფორმაციო გადაცემის სრულყოფისათვის აუცილებელია.

საერთო მონაცემებით, ყველაზე მნიშვნელოვანია, ინფორმაცია იყოს სანდო. მიუკერძოებლობა, სისრულე, პოპულარული/გასაგები ენა, ოპერატიულობა ტექნიკური სტანდარტები - იგულისხმება როგორც ტექნიკური, ვიზუალური ხარისხი, ასევე გადაცემის ეთერში განთავსების მოსახერხებელი დრო ასევე, მაღალი ქულებით შეფასდა და 9.6 -დან 9.8-მდე ქულები დაიმსახურა.

შედარებით ნაკლებად აქტუალურია წამყვანის ფაქტორი – მისდამი ნდობა, ავტორიტეტი და წამყვანის მშვიდი, დამაჯერებელი ტონი ნაკლებად მნიშვნელოვანი კატეგორიებია, თუმცა ითვლება, რომ საინფორმაციო გადაცემას დასახელებული სამი ფაქტორიდან ყველაზე მეტად მაინც წამყვანის მშვიდი და დამაჯერებელი ტონი (9.2 ქულა) ესაჭიროება. რესპონდენტებისთვის, დაახლოებით, ამავე სიბრტყეზე დევს გადაცემის ოპტიმალური ხანგრძლივობა და დაბალანსებული ინფორმაცია, რომელთა მნიშვნელოვნება 9.1 ქულით არის შეფასებული.

კვლევის ფარგლებში, რესპონდენტებმა დასახელებული პარამეტრების მიხედვით ერთმანეთს შეადარეს სამი წამყვანი საინფორმაციო გადაცემა: "კურიერი", "ქრონიკა" და "მოამბე". ძირითად შემთხვევებში, "კურიერი" და "ქრონიკა" ყველა მახასიათებლის მიხედვით მსგავს პოზიციებს იკავებს, შედარებით განსხვავებულ საფეხურზე დგას "მოამბე".

### 4. გადაცემები

კვლევის ფარგლებში რესპონდენტებს ჰქონდათ საშუალება, გადაცემის ტიპების გარდა, განესაზღვრათ სასურველი თემები, რომლის ხილვაც სურთ სატელევიზიო მაუწყებლობით. ყველაზე მაღალი მოთხოვნა საზოგადოების მხრიდან, ქართველ ერზე, ტრადიციებსა და მენტალიტეტზე და დასაქმებისა და მის მომიჯნავე თემატიკაზე შექმნილ გადაცემებზეა. ასევე, საკმაოდ მაღალია მოთხოვნა საქართველოს რეგიონებზე სხვადასხვა ტიპის გადაცემების ციკლის თაობაზე და მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების ეკონომიკური, სოციალური და პოლიტიკური წარმატების მაგალითებზე შექმნილ გადაცემებზე.

ზონებში გამოიკვეთა ინტერესი საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში მიმდინარე მოვლენების მიმართ. მაგალითად, სამეგრელოს მოსახლეობა ინტერესდება კახეთის ზოგადი მდგომარეობით, როგორცაა მათი სოფლის მეურნეობა, ინფრასტრუქტურის განვითარება, ეკონომიკა და ა.შ. აღმოსავლეთის რეგიონები გამოთქვამენ სურვილს დასავლეთის სხვადასხვა კუთხეებში მიმდინარე მოვლენების შესახებ მიმდინარე ინფორმაცია გაშუქდეს ოპერატულად და ა.შ.

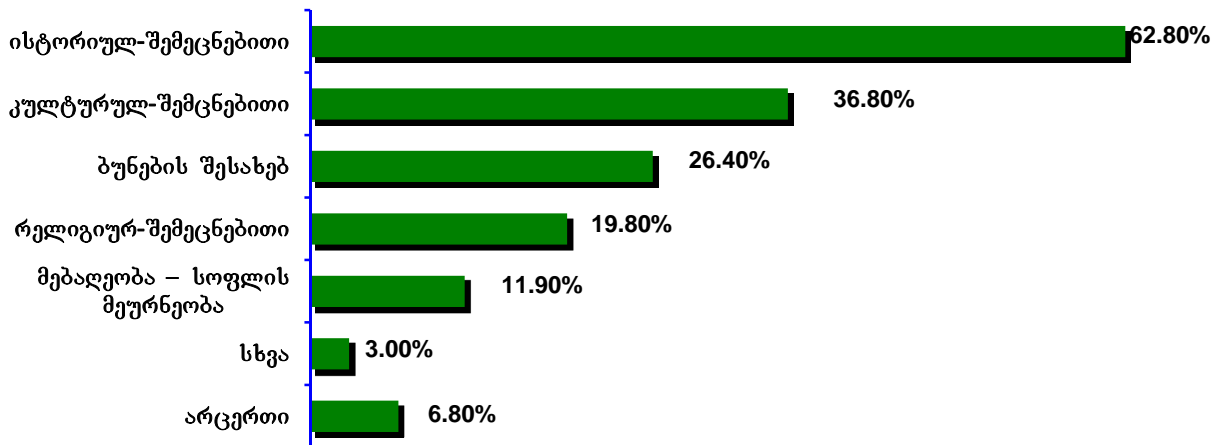
უცხოეთის შესახებ ინფორმაციაზე დაინტერესება რესპონდენტთა მხრიდან ასევე დიდია. თუ რესპონდენტთა სოლიდური რაოდენობის აზრით, საზღვარგარეთის ქვეყნების წარმატებული

მიღწევების გაცნობა, ქართველებისთვის აუცილებელია, დანარჩენ რესპონდენტთა ყურადღება მსოფლიოს მიმდინარე მნიშვნელოვან ამბებს ეთმობა. ამ რესპონდენტთათვის, ასევე, თანაბრად მნიშვნელოვანია, სატელევიზიო ეთერში, ბიზნეს, იურიდიულ საკითხებზე აგებული გადაცემებისა და ინტელექტუალური, სპეციალიზებული ტიპის გადაცემების გაშვება.

კონკრეტულ თემატიკაზე აქცენტები, საერთო მონაცემების თითქმის ანალოგიურია, პირველ ზონაში. ეროვნულ თემატიკასა და რეგიონებზე ინფორმაციის მიწოდებით განსაკუთრებული დაინტერესება მე-14 ზონაში დაფიქსირდა. იგივე ზონაში საკმაოდ დიდი მოთხოვნა დასაქმების შესახებ ინფორმაციის მიწოდებაზე. ყველა ზონის მონაცემებით მოთხოვნა მინიმალურია კონკრეტულად, თინეიჯერებისთვის შექმნილ და ევროპულ და მსოფლიო ორგანიზაციებში ინტეგრაციის თემაზე მიძღვნილ გადაცემებზე.

## 4.1 შემეცნებითი გადაცემები

შემეცნებით გადაცემებს შორის ყველა გამოკითხულ ზონაში უპირობო ლიდერია ისტორიული თემატიკის გადაცემები. რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი უმრავლესობა, უპირატესობას სწორედ ისტორიულ-შემეცნებით გადაცემებს ანიჭებს. ზონებში შემეცნებითი გადაცემის თემატიკის გადალაგება უპირატესობების მიხედვით, თითქმის ერთი თანამიმდევრობით დალაგდა. მხოლოდ რამდენიმე ზონაში შეიმჩნევა მცირე ცვლილება.

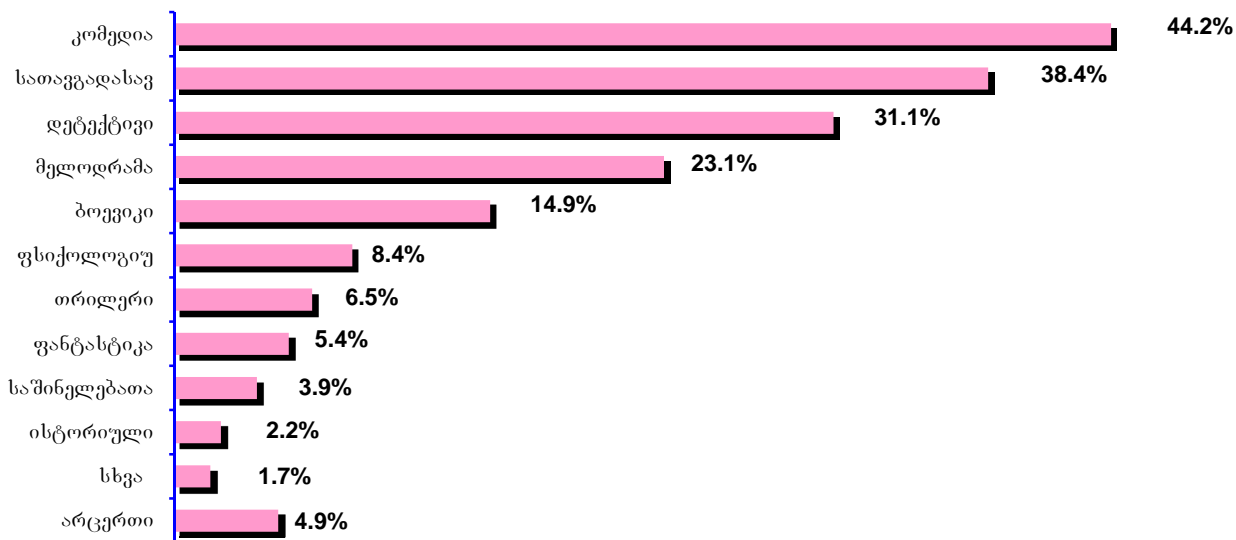


ისტორიული თემატიკის შემეცნებით გადაცემებს, რესპონდენტების არჩევანის მიხედვით, მოსდევს კულტურულ-შემეცნებითი, ან ბუნების შესახებ შემეცნებითი გადაცემები. ბუნების შესახებ გადაცემებზე მოთხოვნა მე-4, მე-5, მე-7 და მე-18 მაღალმთიან ზონებში ყველაზე მკაფიოდ ფიქსირდება. სვარაუდოდ, დასახლებულ ზონებში ბუნების შესახებ შემეცნებითი გადაცემებით დაინტერესება, მათი საცხოვრებელი პირობების კონკრეტულ თემატიკასთან ახლო კავშირის შედეგია და რეგიონებში სასოფლო-სამეურნეო თემატიკით განსაკუთრებული დაინტერესების შემთხვევებს ჰგავს.

რაც შეეხება, შემეცნებით გადაცემებს მეცნიერული მიღწევებისა და მებაღეობის შესახებ, რესპონდენტები მათ მიმართ დაახლოებით, თანაბარ მოწონებას ავლენენ, მაგრამ გამოკვეთილად პრიორიტეტს არცერთს ანიჭებენ. ყველა ზონაში, თანაბარ შემთხვევებში უცვლიან ეს უკანასკნელი ერთმანეთს ადგილს.

## 4.2 მხატვრული ფილმები

მხატვრულ ფილმებში რესპონდენტების უპირატესობები საერთო მონაცემების მიხედვით ასე გამოიყურება: კომედია, სათავგადასავლო, დეტექტივი, მელოდრამა, ბოვეიკი. ინტერვალი კომედიური და სათავგადასავლო ფილმების დასახელების სიხშირეებს შორის მცირეა, მათ მიმართ დაახლოებით, თანაბარი კეთილგანწყობა გამოითქმის. რაც შეეხება სხვა ჟანრებს, თრილერებს შორის რესპონდენტები, ფსიქოლოგიურ თრილერს ანიჭებენ უპირატესობას, თუმცა საკმაო რაოდენობა, თრილერის ტიპს არ აკონკრეტებს. დანარჩენ ჟანრებს რესპონდენტთა მხოლოდ მეთავედი ნაწილი ირჩევს.

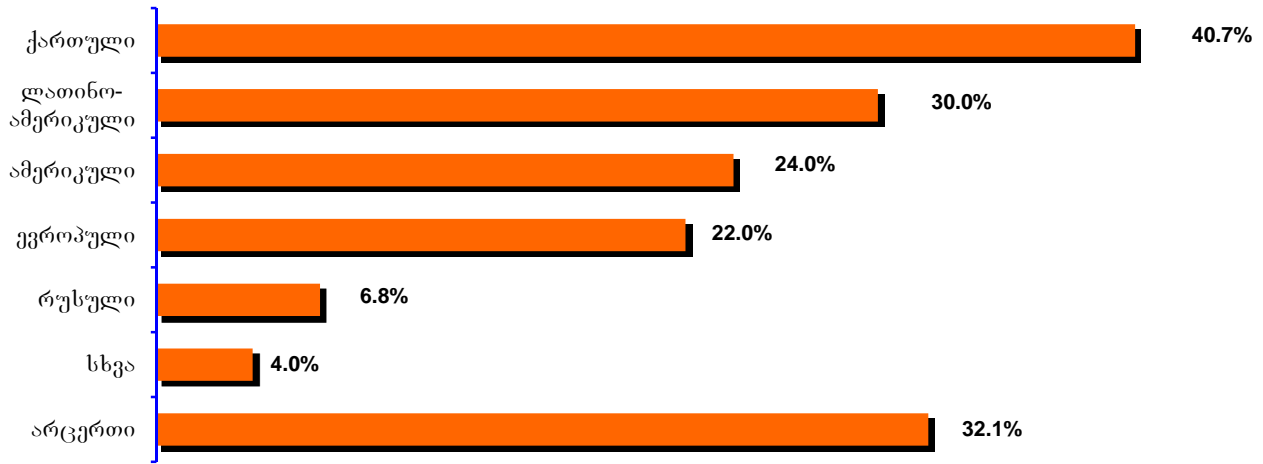


გამოკითხული ზონების 2\3-ში სათავგადასავლო, კომედიური და დეტექტიური ჟანრის ფილმები ყველაზე მაღალი პოპულარობით სარგებლობს. დასახელებული ჟანრის ფილმების უპირატესობაზე რესპონდენტების დაახლოებით თანაბარი რაოდენობა მიუთითებს. შემდეგ ორ პოზიციას, ძირითადად, მელოდრამა და თრილერები იწილებენ. განსხვავებული სურათია, არჩევანის ქრონოლოგიასა და პროცენტულ მაჩვენებელში მე-12 ზონაში. სადაც, პირველ ადგილს “ბოვეიკი” იკავებს და ძირითად შემთხვევებში ლიდერი, კომედიური ჟანრი მესამე ადგილზე გადადის. თუმცა, პროცენტული მაჩვენებლებით, ბოვეიკის მოთხოვნის სიხშირისგან დიდად არ განსხვავდება.

მე-2, მე-3, მე-17 და 18-ე, მე-20 და 22-ე ზონებში სათავგადასავლოს უპირატესობა კომედიურ ფილმებთან შედარებით, უფრო საგრძნობია. მესამე-მეოთხე პოზიციები ისევ მელოდრამას და დეტექტივს უჭირავს. გამონაკლისია მე-3 ზონა, სადაც ყოველ მეექვსე გამოკითხულს ბოვეიკი მოსწონს.

## 4.3 სერიალები

გამოკითხულებში სერიალებს შორის ქართული, ლათინო-ამერიკული და ამერიკული სერიალები ლიდერობს. მესამე ადგილს არჩევანში, ევროპული სერიალები იკავებს. ლათინო-ამერიკული სერიალებისადმი რესპონდენტების დამოკიდებულება ერთი მხრივ მობეზრებას და იმედგაცრულებას, მეორე მხრივ მაინ მაღალ დაინტერესებას ასახავს. სერიალების მიმართ გულგრილ დამოკიდებულებაზე რესპონდენტთა მესამედი საუბრობს, მცირე რაოდენობა კი, რუსულ სერიალებს ანიჭებს უპირატესობას.



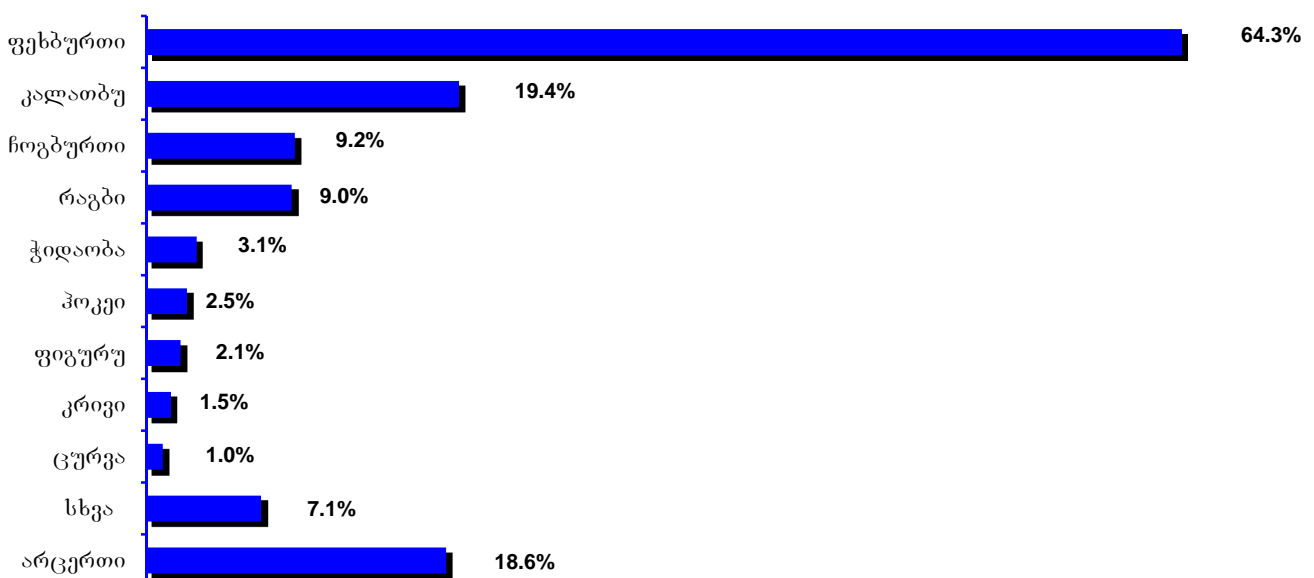
რუსული სერიალების მიმართ მოთხოვნა, ძირითადად, (მე-12 ზონა) ახალქალაქის ზონაში შეიმჩნევა. აღსანიშნავია, რომ მე-10, მე-11 ზონებში, სადაც ასევე ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონებია, წამყვან ადგილს, ქართული სერიალები იკავებს.

ამერიკული სერიალების უპირატესობა უდავოა მე-4, მე-5, მე-6, მე-16, 23-ე ზონებში და მნიშვნელოვნად აღემატება ლათინო-ამერიკული სერიალების მიმართ მოთხოვნას. დანარჩენ ზონებში, მეორე ადგილზე ლათინო-ამერიკული სერიალები დგას, თუმცა, მაჩვენებელი, მცირედით უსწრებს ამერიკულ სერიალებს და აშკარა უპირატესობით არ გამოირჩევა.

#### 4.4 სპორტი

სპორტის სახეობებს შორის ყველა გამოკითხულ ზონაში ცალსახად ლიდერობს ფეხბურთი. დანარჩენი სახეობების დასახელების სიხშირე, როგორც წესი, მინიმუმ, ორჯერ ნაკლებია, ვიდრე ფეხბურთის დასახელების სიხშირე. საერთო მონაცემებით, გამოკითხულების უმრავლესობა ფეხბურთს ანიჭებს უპირატესობას. კალათბურთი მოსწონს ყოველ მეხუთე გამოკითხულს. მესამე და მეოთხე პოზიციებს ჩოგბურთი და რაგბი ინაწილებენ. რესპონდენტთა მცირე ნაწილი ჭიდაობის მიმართ ავლენს უპირატესობას.

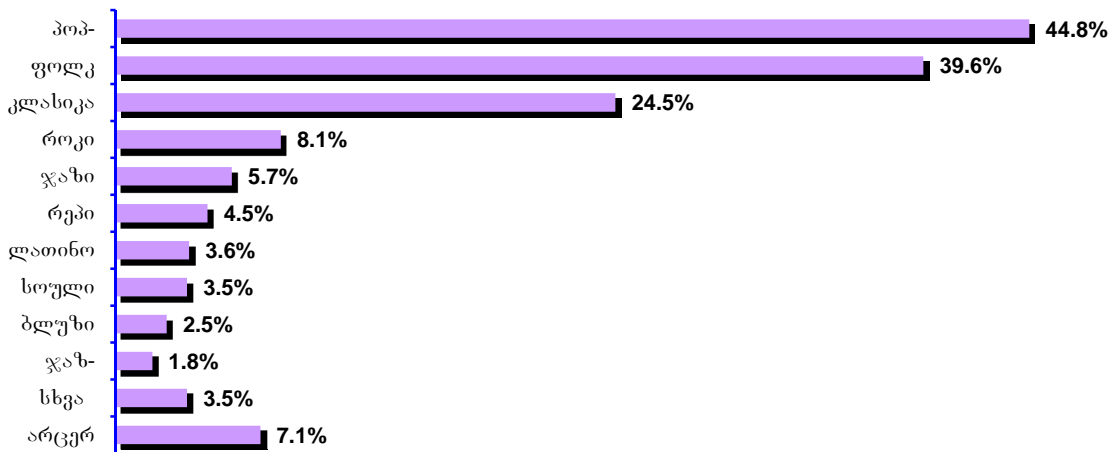
ფეხბურთის უპირატესობა ყველა ზონაში აშკარაა. სპორტის სხვა სახეობებთან დაკავშირებით ზოგიერთ მათგანში ფიქსირდება შემდეგი განსხვავებები: პირველ ზონაში, მოთხოვნა ჩოგბურთსა და რაგბზე თანაბარია და გამოკითხულთა მეექვსედის სურვილს ასახავს. ყოველი მეოთხე გამოკითხული კი ფეხბურთის შემდეგ, კალათბურთის მატჩების ხილვას ითხოვს ეკრანებიდან.



დანარჩენ ზონებში, მესამე-მეოთხე ადგილებს შორის ხდება ძირითადი ცვლილებები. კერძოდ, რაგბი და ჩოგბურთი, მცირე განსხვავებებით, იცვლიან პოზიციებს. რაც შეეხება ჭიდაობას, აღმოსავლეთის რამდენიმე ზონაში, კონკრეტული სპორტის სახეობის მიმართ განსაკუთრებული დამოკიდებულება შეიმჩნევა. მოთხოვნა იმდენად მკაფიოა, რომ პოზიცია, ჩოგბურთს და რაგბზე უპირატეს მდგომარეობას უტოლდება.

## 4.5 მუსიკა

ჩატარებული კვლევა საინტერესო მონაცემს გვაძლევს რესპონდენტების მუსიკალური გემოვნების შესახებ. გამოკვეთილია სამი მიმდინარეობა, რომლებიც ყველაზე დიდი პოპულარობით სარგებლობს – პოპ-მუსიკა, ფოლკლორი და კლასიკა. ყველა გამოკითხული ზონაში, დასახელებული სამი მიმდინარეობა რანჟირებს. ქართულ შოუ-ბიზნესში კონკრეტული მიმდინარეობის განვითარების მინიმუმალური პოზიტიური ძვრების გამო, აღსანიშნავია როკის მიმართ მოთხოვნა. მიუხედავად როკ-მიმდინარეობის პასიური რეკლამირებისა, გამოკითხულთა 8% უპირატესობას ამ მიმდინარეობის ჩვენებას ანიჭებს.



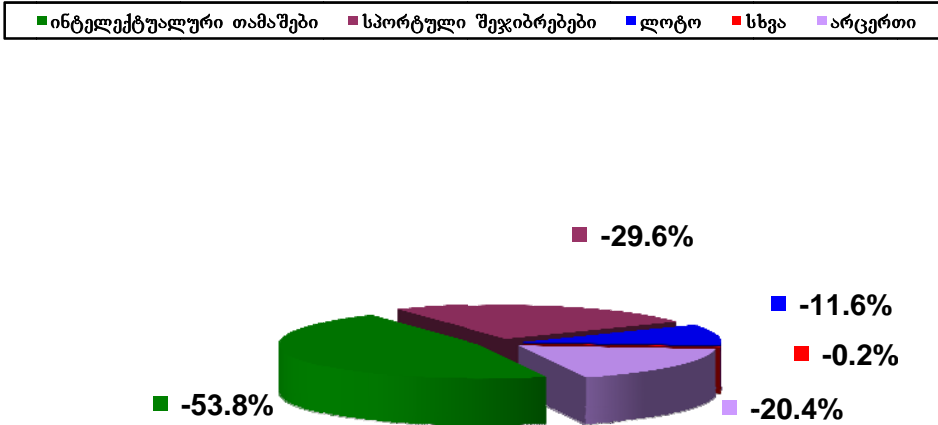
10 გამოკითხულ ზონაში, რესპონდენტების მჯობინობები მკაფიოდ ლაგდება შემდეგი თანმიმდევრობით: კლასიკა, ფოლკლორი, პოპ-მუსიკა. მათ შორის, პირველი ორის მიმართ რესპონდენტების მოწონება უფრო აშკარაა. დანარჩენ ზონებში ფოლკლორის მოყვარულები მეტი სიხშირით გვხვდებიან. პირველ, მე-2, მე-3, მე-13, მე-17 და 22-ე ზონებში, პოპ მუსიკის მიმართ პრიორიტეტები შედარებით აშკარაა, სხვა ზონებთან შედარებით, თუმცა, მნიშვნელოვნად ჩამორჩება, ფოლკლორისა და კლასიკის მიმართ გამოვლენილ უპირატესობას.

განსხვავებული სურათია მე-12 ზონაში, სადაც ყოველი მესამე გამოკითხული უარს ამბობს მუსიკაზე. ყოველი მეხუთე გამოკითხული კლასიკას ირჩევს, ხოლო მეორე ადგილს მოთხოვნათა ნუსხაში, ქართული სიმღერები იკავებს, რაც სავარაუდოდ, ქართულ პოპ-მუსიკასთან იგივედება.

## 4.6 სატელევიზიო გათამაშებები

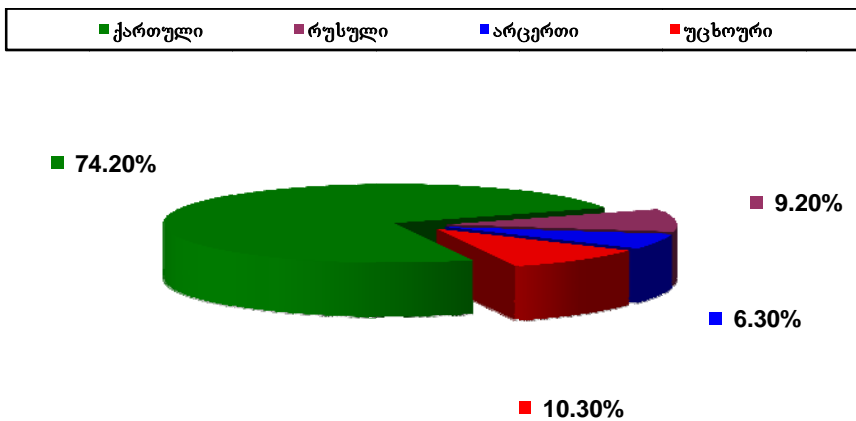
სატელევიზიო გათამაშებებში რესპონდენტებს შორის ცალსახად ყველაზე დიდი მოწონებით ინტელექტუალური თამაშები სარგებლობს. გამოკითხულების 29.6% კი სპორტული შეჯიბრებების მოყვარულია. ლოტო რესპონდენტებში ყველაზე ნაკლებად პოპულარულია.

აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტების მნიშვნელოვანი ნაწილი – 115-ზე მეტი სატელევიზიო თამაშების მიმართ საერთოდ გულგრილია. ზოგად სურათს მნიშვნელოვნად იმეორებს მონაცემები პირველ, მე-4, მე-5, მე-7, მე-8, მე-11, მე-13, მე-14, მე-19 ზონებში (თუმცა, მე-10, მე-12 და 23-ე ზონაში გამოკითხულების მესამედზე მეტს საერთოდ არ მოსწონს სატელევიზიო გათამაშებები).



#### 4.7 საბავშვო გადაცემები

საბავშვო გადაცემებიდან რესპონდენტების 74.2% უპირობოდ ირჩევს ქართულ საბავშვო გადაცემებს. გამოკითხულების 10%-ს მოსწონს უცხოური თინეიჯერული საბავშვო გადაცემები, ხოლო ოდნავ ნაკლებს, 9.2%, რუსული საბავშვო გადაცემები. 6,3% კი ამბობს, რომ საბავშვო გადაცემები საერთოდ არ მოსწონს, თუმცა ეს გასაგებია თავად გადაცემის სპეციფიკურობის გამო, ამიტომ ზონების მიხედვით საუბრისას აღნიშნული მონაცემი მხედველობაში არ არის მიღებული.

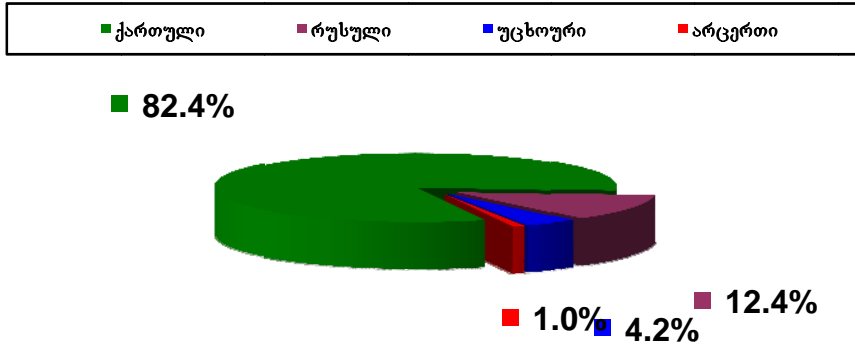


ქართული საბავშვო გადაცემები, შეიძლება ითქვას, უალტერნატივოდ არის მიჩნეული ყველა გამოკითხულ ზონაში არც რუსულ, არც სხვა უცხოურ საბავშვო გადაცემებზე მითითების სიხშირე 10-11%-ს არ აღემატება.



## 4.8 იუმორისტულ-გასართობი გადაცემები

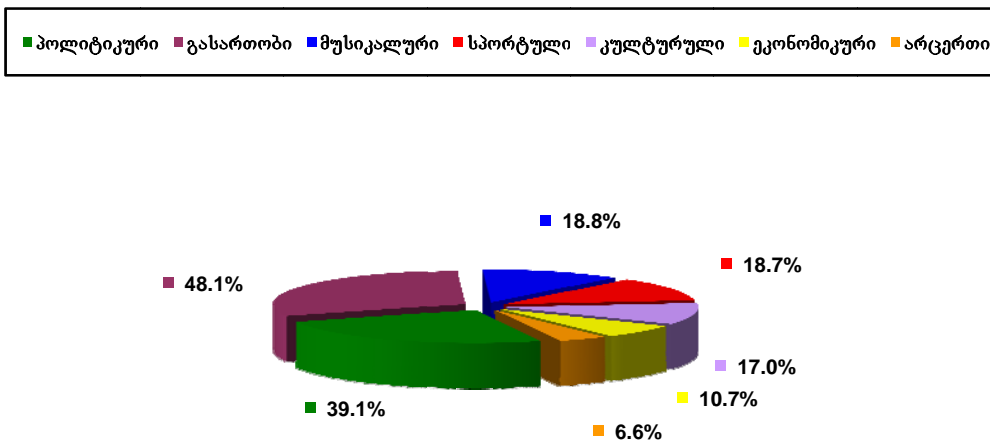
იუმორისტულ-გასართობ გადაცემებში ყველაზე დიდი პოპულარობით ადგილობრივი პროდუქცია სარგებლობს – გამოკითხულების უმრავლესობა სწორედ ქართული იუმორისტულ-გასართობი პროგრამების მოყვარულია. ზოგადად, რუსული იუმორისტული გადაცემები მინიმალური პოპულარობით სარგებლობს. გამონაკლისს წარმოადგენს ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული ზონები, სადაც რუსული იუმორისტული გადაცემები ქართული გადაცემების მოთხოვნის თითქმის იდენტურია.



## 4.9 სატელევიზიო თოქ-შოუები

სატელევიზიო თოქ-შოუებიდან პოპულარობით სარგებლობს გასართობი და ნაწილობრივ საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები. მესამე-მეოთხე პოზიციას მუსიკალური და სპორტული თოქ-შოუები თანაბარი მოთხოვნით ინაწილებენ. კულტურულ, სპორტულ და ეკონომიკურ თოქ-შოუებს ასევე ჰყავს თავისი მაყურებელი, თუმცა მათი რაოდენობა არ აღემატება 15%-ს.

საერთო მონაცემებისგან განსხვავებული სურათია მე-3, მე-4, მე-7, მე-8, მე-9 მე-11, მე-15, მე-16, მე-18 ზონებში, სადაც რესპონდენტები პოლიტიკურ თოქ-შოუს გასართობ თოქ-შოუს ამჯობინებენ. მიღებული შედეგები მარტივად ეთანხმება იმ ზოგად ტენდენციას, სადაც საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების მიმართ მოთხოვნა შესამჩნევად დაქვეითებულია.



## 4.10 ასაკობრივი ჭრილები

ჩვეულებისამებრ, საინფორმაციო გადაცემებს ყველაზე ნაკლებად პრიორიტეტს 18-24 ასაკის ახალგაზრდები ანიჭებენ. ისინი, უფრო მეტად სპორტულ გადაცემებზე და გასართობი ხასიათის – მუსიკალურ გადაცემებზე და მხატვრულ ფილმებზე იღებენ ორიენტაციას. აღსანიშნავია, რომ ახალგაზრდები სატელევიზიო არხებს ყველაზე მეტად შემეცნებითი გადაცემების სიმწირის გამო საყვედურობენ. საკმაოდ მაღალი პროცენტი დოკუმენტური ფილმების დეფიციტზეც საუბრობს. თუმცა, ამ ნაწილშიც არიან რესპონდენტები, რომელთაც შემეცნებითი ხასიათის დოკუმენტურ ფილმებზე ავქთ მოთხოვნა.

25-34 ასაკის ჭრილში უპირატესობა შემეცნებითი ხასიათის გადაცემებსა და გასართობ თოქ-შოუებს ენიჭება. პოზიტიურად უყურებენ ეთერში მუსიკალური გადაცემის არსებობასაც. აღსანიშნავია, რომ ამ ასაკის რესპონდენტებს კატეგორიულად არ სურთ ეთერში პოლიტიკური ხასიათის თოქ-შოუების ხილვა, რაზეც ამ კატეგორიის მინიმალური შეფასება მეტყველებს. ამ ასაკობრივ კატეგორიაში რესპონდენტებს სატელევიზიო თამაშების მეტი რაოდენობით ხილვა სურთ ეკრანებიდან.

სპორტული და შემეცნებითი გადაცემების თავყანისმცემელთა შორის გამორჩეული ადგილი უკავია საშუალო ასაკს (35-44 წელი). იგივე დამოკიდებულება აქვს 45-54 ასაკის რესპონდენტებსაც, რომელთა არჩევანში მხატვრულ ფილმებსაც წამყვანი ადგილი უკავია. რესპონდენტთა კონკრეტული სეგმენტი იუმორისტული გადაცემების მიმართაც ინარჩუნებს კეთილგანწყობას.

ასაკოვანი კატეგორიები (55-64 ასაკი) ყველაზე მეტად საინფორმაციო გადაცემების მაყურებელია, თუმცა ეთერში დამატებით საინფორმაციო გამოშვების ხილვის წინააღმდეგია, ისევე, როგორც აკმაყოფილებს სპორტული გადაცემების არსებული დოზა დღევანდელ სატელევიზიო სივრცეში. დასახელების სიხშირით სერიალების პროცენტული მაჩვენებელი მცირეა, თუმცა ამ ასაკის რესპონდენტების მეორე არჩევანს წარმოადგენს. საკმაოდ სოლიდური რაოდენობა კონკრეტულ ასაკში, შემეცნებითი გადაცემების დეფიციტზე საუბრობს და ეთერის შევსებას ითხოვს სხვადასხვა თემატიკაზე შემეცნებითი ხასიათის დოკუმენტური ფილმებით.

65+ ასაკის რესპონდენტების ძირითადი მოთხოვნა გასართობ თოქ-შოუებზე აქვთ. რესპონდენტთა დანარჩენი რაოდენობა ამ ასაკობრივ ჭრილში თანაბრად ირჩევს როგორც სერიალებს, ასევე, იუმორისტულ და მხატვრულ ფილმებს, ზოგიერთი მათგანი საბავშვო გადაცემებზეც აკეთებს აქცენტს.

## 5. გადაცემების განთავსება საეთერო ბადეში

რესპონდენტებს შესთავაზეს ზემოთ ჩამოთვლილი გადაცემები და სთხოვეს განესაზღვრათ, კვირაში რამდენჯერ უნდა გადიოდეს ეს გადაცემები. გამოკითხულების აზრი მეტ-ნაკლებად მკვეთრია შემდეგ გადაცემებთან დაკავშირებით (ამოსავლად აღებულ იქნა გადაცემების ეთერში ყოველდღიურად განთავსება):

- საინფორმაციო გამოშვება უნდა გადიოდეს ყოველდღიურად მაქსიმუმ 3-ჯერ – ასეთია გამოკითხულების ცალსახა აზრი. ტენდენცია არ იცვლება ზონების მიხედვით.
- ყოველდღიურ რეჟიმში ასევე ყველაზე ხშირად ისურვებდნენ ეხილათ მხატვრული ფილმები, და მულტფილმები. მულტფილმების თემის გაგრძელებად შეიძლება მივიჩნიოთ რესპონდენტების მესამედის აზრი იმის თაობაზე, რომ ყოველდღიურად უნდა გადიოდეს საბავშვო გადაცემებიც.
- ყოველი მეოთხე რესპონდენტი თვლის, რომ კონცერტები და სერიალები ყოველდღე უნდა გადიოდეს.
- ასევე, რესპონდენტების მესამედზე მეტის აზრია, რომ შესაძლებელია კრიმინალური ქრონიკა გადიოდეს მხოლოდ კვირაში ერთხელ.

## 6. რადიო

რადიო სადგურების მსმენელთა საერთო მონაცემებით, “არ დაიდარდო” და “იმედი” ყველაზე მაღალი მოსმენის შემთხვევებით გამოირჩევა, თუმცა, სოლიდურ რიცხვს არ შეადგენს. საერთო მონაცემის თანახმად, გამოკითხულ სადგურებს შორის ლიდერობს "არ დაიდარდო", თუმცა მას ასახელებს გამოკითხულების მხოლოდ 13%. რადიოსადგურებს შორის მეორე პოზიციას იკავებს რადიო "იმედი" (11.7%). მესამე-მეოთხე რიგში დასახელებული რადიოსადგურებია ფორტუნა (7.8%) და ფორტუნა+ (7%), თუმცა ზონების მიხედვით დასახელებული რადიოსადგურები განუწყვეტლივ რანჟირებს.

მნიშვნელოვნად განსხვავებულ სურათს იძლევა მონაცემები შემდეგ ზონებში:

- მე-9, მე-16, 17-ე, 23-ე ზონებში რესპონდენტების 90%-ზე მეტი რაოდენობა რადიოს საერთოდ არ უსმენს.
- მე-12 ზონაში ყველაზე მაღალი სმენადობით გამოირჩევა რადიო "იმედი", ხოლო მე -16 ზონაში გამოკითხულთა ის რაოდენობა, რომელიც საერთოდ უსმენს რადიოს, საქართველოს რადიო (102.4) 1 სახელმწიფო არხს უსმენს.
- აღნიშნულ რადიოსადგურებს დასახელებულ ზონებში ყველაზე ხშირადაც უსმენენ. სმენადობის მიხედვით შემდეგ მოდის რადიო "არ დაიდარდო."

მიღებული შედეგებიდან, ასევე შეიძლება ვისაუბროთ ზოგად ტენდენციებზე რესპონდენტების უპირატესობებში. კერძოდ:

- რადიოს სმენის დროს რესპონდენტები, პირველ რიგში, უპირატესობას ანიჭებენ ქართულ ესტრადას, განსაკუთრებით ქალაქურ მოტივებსა და პოპ-მუსიკას. მეორე რიგში კი მათი მოწონება ძველი ქართული სიმღერებისკენ იხრება.
- ისევე, როგორც ტელევიზიის შემთხვევაში, რესპონდენტები რადიოს სმენის დროსაც სამ მუსიკალურ მიმართულებაზე ამახვილებენ ყურადღებას: პოპ-მუსიკა, ფოლკლორი და კლასიკა.
- რადიოს სმენის დროს, უმრავლესობა უპირატესობას ანიჭებს მუსიკალურ და შემდეგ საინფორმაციო გადაცემებს.

## 7. დასკვნა

კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ რესპონდენტებს მოთხოვნა აქვთ თემატურად მრავალფეროვანი სატელევიზიო ბადის მიმართ, რაც გულისხმობს არხების გასართობი, მუსიკალური, იუმორისტული, სპორტული გადაცემებით დაკომპლექტებას. არსებული სატელევიზიო გადაცემებიდან მაყურებელი უპირატესობას გასართობი ტიპის გადაცემებს ანიჭებს. რაც შეეხება, საინფორმაციო გადაცემებს, თვლის, რომ ამ მიმართულებით ეთერი გაჯერებულია და კვლევის შედეგებით, დამატებითი მოთხოვნა არ ვლინდება.

არსებულ გადაცემათა შორის უპირატესობები მუსიკალურ გადაცემებს, მხატვრულ ფილმებს, ანალიტიკურ, სპორტულ, იუმორისტულ და შემეცნებით გადაცემებს ენიჭება. დამატებით გამოიკვეთა ქართული მხატვრული ფილმების მოთხოვნა.

ყოველდღიური სატელევიზიო ბადისთვის მაღალია ისეთი გასართობი ტიპის გადაცემების მოთხოვნა, როგორცაა მხატვრული ფილმები, საბავშვო გადაცემები, საგანმანათლებლო, მუსიკალური, იუმორისტული და სპორტული გადაცემები. კვირის დღეებზე 5-6 ჯერზე გადანაწილებით საგანმანათლებლო და სპორტული გადაცემები სახელდება.

რადიოგადაცემებს შორის, რესპონდენტები უპირატესობას ანიჭებენ მუსიკალურ გადაცემებს. ამ შემთხვევაშიც საინფორმაციო გადაცემებით ეთერის გაჯერება იგულისხმება. რესპონდენტებს ამჟამად რადიოეთერი ინფორმაციით გაჯერებულადაც კი ეჩვენებათ. მუსიკალურ გადაცემათა შორის, გამოკითხულთათვის მნიშვნელოვანია ქალაქური, პოპ და კლასიკური მუსიკა. უპირატესობა ენიჭება ასევე, თანამედროვე უცხოურ ესტრადას. მუსიკალური ჟანრებიდან, მსმენელი საკმაოდ მაღალი აქტივობით ირჩევს ქართულ ფოლკლორსაც, განსაკუთრებით კი მათ „გარემიქსებულ“ თანამედროვე ვერსიებს.

რაოდენობრივი კვლევის შედეგები ეყრდნობა რესპონდენტთა სუბიექტურ დამოკიდებულებას და შესაბამისად გამოვლენილი პრიორიტეტებიც სუბიექტური ხასიათისაა. სატელევიზიო აუდიტორიის კვლევის პროექტის საშუალებით მიღებული მონაცემები, რომელიც ხორციელდება “ფიფლმეტრებით”, შედარდა რაოდენობრივი კვლევის შედეგებთან. რის შედეგადაც გამოიკვეთა მოცემული პრიორიტეტები ზონების მიხედვით:

### საქართველოს ტერიტორია

1. მუსიკალური გადაცემები
2. გასართობი თოქ-შოუ
3. სატელევიზიო სერიალები
4. მხატვრული ფილმები
5. იუმორისტული გადაცემები
6. სპორტული გადაცემები
7. საბავშვო გადაცემები
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. შემეცნებითი გადაცემები

10. ანალიტიკური გადაცემები
11. სხვა

#### ზონა 1 ქ. თბილისი

1. გასართობი თოქ-შოუ
2. მხატვრული ფილმები
3. იუმორისტული გადაცემები
4. შემეცნებითი გადაცემები
5. სპორტული გადაცემები
6. მუსიკალური გადაცემები
7. თოქ შოუ \პოლიტიკური
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. სატელევიზიო სერიალები
10. სხვა

#### ზონა 2 - ყვარელი

1. მხატვრული ფილმები
2. მუსიკალური გადაცემები
3. იუმორისტული გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. სპორტული გადაცემები
6. გასართობი თოქ-შოუ
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. შემეცნებითი გადაცემები
9. საბავშვო გადაცემები
10. სხვა

#### ზონა 3 - საგარეჯო

1. სპორტული გადაცემები
2. გასართობი თოქ-შოუ
3. შემეცნებითი გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. მხატვრული ფილმები
6. საინფორმაციო გადაცემები
7. მუსიკალური გადაცემები
8. საბავშვო გადაცემები
9. იუმორისტული გადაცემები

## 10. სხვა

### ზონა 4 - თიანეთი

1. მხატვრული ფილმები
2. იუმორისტული გადაცემები
3. სპორტული გადაცემები
4. მუსიკალური გადაცემები
5. სატელევიზიო სერიალები
6. საბავშვო გადაცემები
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. გასართობი თოქ-შოუ
9. შემეცნებითი გადაცემები
10. სხვა

### ზონა 5 - დუშეთი

1. სპორტული გადაცემები
2. იუმორისტული გადაცემები
3. სატელევიზიო სერიალები
4. მხატვრული ფილმები
5. შემეცნებითი გადაცემები
6. მუსიკალური გადაცემები
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. საბავშვო გადაცემები
9. გასართობი თოქ-შოუ
10. სხვა

### ზონა 6 - სტეფანწმინდა

1. გასართობი თოქ-შოუ
2. მხატვრული ფილმები
3. სპორტული გადაცემები
4. მუსიკალური გადაცემები
5. იუმორისტული გადაცემები
6. შემეცნებითი გადაცემები
7. სატელევიზიო სერიალები
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. საბავშვო გადაცემები
10. სხვა

## ზონა 7 - ბარისახო

1. მხატვრული ფილმები
2. სპორტული გადაცემები
3. მუსიკალური გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. იუმორისტული გადაცემები
6. საბავშვო გადაცემები
7. გასართობი თოქ-შოუ
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. შემეცნებითი გადაცემები
10. სხვა

## ზონა 8 – გორი

1. მხატვრული ფილმები
2. იუმორისტული გადაცემები
3. მუსიკალური გადაცემები
4. გასართობი თოქ-შოუ
5. სპორტული გადაცემები
6. საბავშვო გადაცემები
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. გასართობი თოქ-შოუ
9. შემეცნებითი გადაცემები
10. სხვა

## ზონა 9 - ბორჯომი

1. მხატვრული ფილმები
2. სპორტული გადაცემები
3. სატელევიზიო სერიალები
4. მუსიკალური გადაცემები
5. იუმორისტული გადაცემები
6. საბავშვო გადაცემები
7. გასართობი თოქ-შოუ
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. შემეცნებითი გადაცემები
10. სხვა

## ზონა 10 - ბოლნისი

1. სპორტული გადაცემები
2. მხატვრული ფილმები
3. შემეცნებითი გადაცემები
4. მუსიკალური გადაცემები
5. სატელევიზიო სერიალები
6. იუმორისტული გადაცემები
7. საბავშვო გადაცემები
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. გასართობი თოქ-შოუ
10. სხვა

## ზონა 11 – დმანისი

1. მუსიკალური გადაცემები
2. მხატვრული ფილმები
3. სპორტული გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. შემეცნებითი გადაცემები
6. იუმორისტული გადაცემები
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. საბავშვო გადაცემები
9. გასართობი თოქ-შოუ
10. სხვა

## ზონა 12 – ახალქალაქი

1. მხატვრული ფილმები
2. სპორტული გადაცემები
3. სატელევიზიო სერიალები
4. იუმორისტული გადაცემები
5. მუსიკალური გადაცემები
6. საბავშვო გადაცემები
7. გასართობი თოქ-შოუ
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. შემეცნებითი გადაცემები
10. სხვა

## ზონა 13 – ახალციხე



1. გასართობი თოქ-შოუები
2. მხატვრული ფილმები
3. სპორტული გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. იუმორისტული გადაცემები
6. შემეცნებითი გადაცემები
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. დოკუმენტური ფილმები
9. იუმორისტული გადაცემები
10. სხვა

#### ზონა 14 – ჭიათურა

1. შემეცნებითი გადაცემები
2. სპორტული გადაცემები
3. იუმორისტული გადაცემები
4. მუსიკალური გადაცემები
5. სატელევიზიო სერიალები
6. მხატვრული ფილმები
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. გასართობი თოქ-შოუები
9. საბავშვო გადაცემები
10. სხვა

#### ზონა 15 – ტყიბული

1. იუმორისტული გადაცემები
2. სპორტული გადაცემები
3. სატელევიზიო სერიალები
4. მუსიკალური გადაცემები
5. შემეცნებითი გადაცემები
6. მხატვრული ფილმები
7. საბავშვო გადაცემები
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. გასართობი თოქ-შოუები
10. სხვა

#### ზონა 16 – ონი

1. იუმორისტული გადაცემები
2. სატელევიზიო სერიალები
3. სპორტული გადაცემები
4. მუსიკალური გადაცემები
5. შემეცნებითი გადაცემები
6. მხატვრული ფილმები
7. საბავშვო გადაცემები
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. გასართობი თოქ-შოუები
10. სხვა

#### ზონა 17 – ცაგერი

1. მუსიკალური გადაცემები
2. სპორტული გადაცემები
3. მხატვრული ფილმები
4. გასართობი თოქ-შოუ
5. სატელევიზიო სერიალები
6. გასართობი თოქ-შოუები
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. საბავშვო გადაცემები
9. შემეცნებითი გადაცემები
10. სხვა

#### ზონა 18 – მესტია

1. იუმორისტული გადაცემები
2. გასართობი თოქ-შოუ
3. სპორტული გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. მუსიკალური გადაცემები
6. ანალიტიკური გადაცემები
7. მხატვრული ფილმები
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. შემეცნებითი გადაცემები
10. საბავშვო გადაცემები
11. სხვა

## ზონა 19 – ქუთაისი

1. იუმორისტული გადაცემები
2. სპორტული გადაცემები
3. მუსიკალური გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. შემეცნებითი გადაცემები
6. საინფორმაციო გადაცემები
7. მხატვრული ფილმები
8. საბავშვო გადაცემები
9. გასართობი თოქ-შოუები
10. სხვა

## ზონა 20 – ფოთი

1. გასართობი თოქ-შოუ
2. შემეცნებითი გადაცემები
3. იუმორისტული გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. სპორტული გადაცემები
6. მხატვრული ფილმები
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. მუსიკალური გადაცემები
9. საბავშვო გადაცემები
10. სხვა

## ზონა 21 – ზუგდიდი

1. სპორტული გადაცემები
2. გასართობი თოქ-შოუ
3. შემეცნებითი გადაცემები
4. იუმორისტული გადაცემები
5. მხატვრული ფილმები
6. საინფორმაციო გადაცემები
7. მუსიკალური გადაცემები
8. სატელევიზიო სერიალები
9. საბავშვო გადაცემები
10. სხვა

## ზონა 22 – ოზურგეთი

1. მხატვრული ფილმები
2. სპორტული გადაცემები
3. შემეცნებითი გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. მუსიკალური გადაცემები
6. იუმორისტული გადაცემები
7. გასართობი თოქ-შოუ
8. საინფორმაციო გადაცემები
9. საბავშვო გადაცემები
10. სხვა

## ზონა 23 – ბათუმი

1. მხატვრული ფილმები
2. სპორტული გადაცემები
3. იუმორისტული გადაცემები
4. სატელევიზიო სერიალები
5. შემეცნებითი გადაცემები
6. მუსიკალური გადაცემები
7. საინფორმაციო გადაცემები
8. საბავშვო გადაცემები
9. გასართობი თოქ-შოუ
10. სხვა