

კავკასიის უნივერსიტეტის
კავკასიის მედია სკოლა
15/04/2011

ქართული გლამურული ტელეგადაცემების გავლენა მოზარდებზე

ავტორი: ლიკა ჩხიკვაძე

თემის ხელმძღვანელი: ეკატერინე ბასილაია

თბილისი
2011

სარჩევი:

აბსტრაქტი.....	1
შესავალი.....	2
ლიტერატურის მიმოხილვა.....	3
მეთოდები.....	7
ინტერვიუ.....	7
ბიბლიოგრაფია.....	9

აბსტრაქტი

მიმდინარე კვლევა ეხება იმის გარკვევას, თუ რა გავლენას ახდენს მოზარდებზე თანამედროვე გლამურული გადაცემები. კვლევის ობიექტი ქართულ მედია-ბაზარზე არსებული 2 არხის “რუსთავი 2”-ისა და “იმედის” გადაცემებია. კვლევა აღწერს მდგომარეობას, რომელიც არის ბოლო 3 თვის განმავლობაში შემდეგ გადაცემებში:

- “თბილისი LIVE”
- “პროფილი”
- “დღის შოუ”
- ყოფილი ცოლების კლუბი”

საკვლევი ობიექტია 14-19 წლამდე ასაკის მოზარდი გოგონები. მათი სტატისტიკური რაოდენობა საქართველოს მასშტაბით შეადგენს 167.3 ათასს.

შესავალი

დღეს უკვე ღიად საუბრობენ იმ თემებზე, რომლებიც წლების წინ დახურული იყო, მაგალითად, სექსზე, მკერდის ზომაზე, პლასტიკურ ოპერაციებზე და ა.შ. ტელე-ბაზარზე ჩნდება ამ თემებით სავსე ახალ-ახალი გადაცემები. საქართველოს ფარგლებში ამ თემაზე კვლევა არ ჩატარებულა. კვლევის მიზანია, დაზუსტდეს, თუ რა დადებითი და უარყოფითი გავლენის მოხდენა შეუძლია მოზარდი გოგონების ფსიქიკაზე ამ გადაცემებს.

დროთა განმავლობაში, როცა მსოფლიო გენდერული თანასწორობისკენ მიისწრაფვის, უფროდაუფრო იზრდება ქალის როლი საზოგადოებაში. 20-ე საუკუნეში გაბატონებული იყო ანდროცენტრული კულტურა, რომლის მიხედვითაც მამაკაცი განასახიერებს კაცობრიობას, ქალი კი უბრალოდ მამაკაცს დაქვემდებარებული დამატებაა. ამავე საუკუნეში, საქართველოში ქალის როლი მიიჩნეოდა ისეთნაირად, რომ ქალი არის ოჯახის დედა, რომელმაც მხოლოდ სახლის საქმე უნდა აკეთოს და მამაკაცს დაემორჩილოს.

ეს მენტალიტეტი, ქართული ტრადიციული კულტურა, 20-ე საუკუნესთან ერთად წარსულში დარჩა. ახალმა ეპოქამ, თავისთავად, სიახლეები მოიტანა და ქართული ტრადიციებიც შეცვალა. ქალი მყარად იკიდებს ფეხს საზოგადოებაში და იძენს ძალაუფლებას, რომელიც მამაკაცისას დიდად არ ჩამოუვარდება. დღესდღეობით, არსებობს მრავალი ოჯახი, სადაც სათავეში ქალი დგას და მართვის სადავეებსაც ფლობს.

ზოგადი სურათი კი გვაჩვენებს, რომ ქალისა და მამაკაცის უფლებები გათანაბრდა. 2004 წლის 14 აპრილს Forum.ge-ზე დაისვა კითხვა: “როგორი უნდა იყოს ქალის როლი ქართულ საზოგადოებაში?” 4 ალტერნატიული პასუხიდან ყველაზე მეტი ხმა ერთმა მიიღო. გამოკითხულთა უმრავლესობა ანუ 46.27% პასუხობს, რომ ქალი 100%-ით თანასწორუფლებიანია მამაკაცთან მიმართებაში.

ქალის ყურადღება საგრძნობლად გადერთო გარეგნობის გაუმჯობესებაზე, სასურველი ფიგურის შენარჩუნებასა და მუდამ ფორმაში ყოფნაზე. ამ ყველაფერზე ინფორმაციის მისაღებად, ქართული ტელევიზია მდებრობითი სქესის წარმომადგენლებისათვის ისეთ გადაცემებს ქმნის, რომლებიც დაეხმარება გარეგნობასთან თუ საზოგადოებაში ადგილის დამკვიდრებასთან დაკავშირებული სურვილების განხორციელებაში.

ლიტერატურის მიმოხილვა

საყოველთაოდ გაზიარებულია ის ფაქტი, რომ მედიას შეუძლია ხალხზე გავლენის მოხდენა. თითქმის ერთი საუკუნის განმავლობაში დაობდნენ მეცნიერები იმ საკითხზე, თუ ვიზე შეიძლება იქონიოს მედიამ გავლენა და როგორი ხარისხით. ინდივიდები და საზოგადოებები შესაძლოა მოექცნენ როგორც საინფორმაციო, ისე გასართობი გადაცემების ზეგავლენის ქვეშ.

1960-70-იან წლებში ცნობილმა მკვლევარებმა (მაქქომბს&შოუ,1972; მაქლუან,1964.) დაიწყეს სიღრმისეულად გამოკვლევა იმისა, თუ რა ნათესაობა აკავშირებს მედიას ცნობიერებასთან, დამოკიდებულებებთან და ძალადობასთან. მკვლევარები შეთანხმდნენ, რომ ისეთი დაუცველი ჯგუფი, როგორც მოზარდები არიან, უფრო მეტად ექცევა მედიის გავლენის ქვეშ, ვიდრე სხვა ჯგუფები. მედია უდიდეს გავლენას ახდენს თინეიჯერების ცხოვრებაზე, მათი ჩაცმის სტილზე, საუბარზე, ქცევასა და ფიქრებზე.

ზოგადად, მკვლევარისთვის ერთ-ერთი მთავარი სირთულეა მედიის ეფექტების გაზომვა. შეუძლებელია მკვლევარმა აკონტროლოს ინდივიდის მიერ მედიის მოხმარება ასაკის, რასის, სოციო-ეკონომიკური სტატუსის, ფასეულობების და არსებული გამოცდილებების მიხედვით. (ბრაიანთ&თომფსონ, 2002; მაქქომბს&შოუ,1972; მაქლუან,1964.).

ბოლო წლებში, სიღრმისეულად განიხილავენ ადამიანის ქცევას კომუნიკაციების დროს, სადაც გამოიყოფა 2 ძირითადი კლასი: *ევოლუციონური პერსპექტივა* (Evolutionary Perspective) და *სახასიათო შტრიხის პერსპექტივები* (Trait Perspectives). *ევოლუციური პერსპექტივა* გვაძლევს იმ კითხვაზე პასუხს, თუ რატომ იქცევიან ადამიანები კომუნიკაციის დროს ჰომინიდური (თანამედროვე და ნამარხი ადამიანები) ევოლუციიდან გამომდინარე. ენა და ინტერპერსონალური კომუნიკაციები, ისევე როგორც საზოგადოებისა და კულტურის შექმნა და შენარჩუნება მიიჩნევა, როგორც ჰომინიდების ადაპტაცია გარემოსთან. დარვინის მსგავსად, ადამიანის ტვინი არის გარემოსთან ადაპტირების 200.000 წლიანი ევოლუციის პროდუქტი ანუ ტვინის ფსიქოლოგია არა უბრალო შემთხვევითობა, არამედ ბუნებრივი შერჩევის გრძელვადიანი პროგრესის შედეგია. ეკმანი (1973) ამტკიცებდა, რომ დარვინი იყო კომუნიკაციის პირველი არავერბალური მკვლევარი. დარვინის წიგნი (1873) “ემოციების გამოსატყულება ადამიანებსა და ცხოველებში” ასაბუთებდა, რომ სახის ისეთი ემოციური მიმიკები, როგორიცაა გაბრაზება, შიში და ბედნიერება ევოლუციის შედეგია.

შუმეიქერმა (1996) გამოიყენა *ევოლუციური პერსპექტივა* იმისათვის, რომ აეხსნა ადამიანის მოჯადოება ნეგატიური ახალი ამბების მიერ (ტრაგედიები, კატასტროფები). იგი პოსტულატად მიიჩნევდა, რომ ჩვენი ადრეული წინაპრები ავითარებდნენ დაკვირვების ფუნქციას, რათა თადარიგი დაეჭირათ მოსალოდნელი ხიფათისთვის. ასეთი ადამიანები ყოველთვის მზად იყვნენ და არ შინდებოდნენ მტაცებლების წინაშე. როგორც ჩანს მათი გენეტიკა მომავალ შთამომავლობებსაც გადმოეცათ.

წლების შედეგ, ნეგატიური გარემო ტვინის სტრუქტურას ბუნებრივად შეერთო. ამიტომ, ხალხს რკინის ნერვები აქვს ნეგატიური ამბების მოსასმენად.

სახასიათო შტრიხის პერსპექტივა - ევოლუციონურ ფსიქოლოგიაში არსებობს მრავალი საბუთი იმისა, რომ ადამიანები იბადებიან ბიოლოგიურად განსხვავებული ინდივიდუალობით. ესეიგი, მათი ქცევა ერთი და იმავე სიტუაციაში განსხვავებულია. მკვლევარები (ბეთი, მაქქროსკი & ჰეისელი, 1998; ბეთი, მაქქროსკი & ვალენიკი, 2001; მაქქროსკი & ბეთი, 1998) წერდნენ, რომ ტემპერამენტი არის კომუნიკაციის დროს ადამიანის ქცევის ინდივიდუალური გამოხატულება ანუ კომუნიკაციის აღქმა. მედია ეფექტების მკვლევარებმა (სპარქს & სვირეკ, 1988; კრქმარ & გრინი, 1999;) დაადგინეს, რომ ტელევიზორთან ყველაზე დაუცველები მოზარდები არიან.

მკვლევარმა ჯონ შერიმ (2004) ჩაატარა კვლევა მედია ეფექტების შესასწავლად. დაახლოებით 30 წლის წინ, ტომასმა და ჩესმა (1977) შემოგვთავაზეს ადამიანის განვითარების თავიანთი ვერსია, რომელიც შედგებოდა ბუნებრივი (ევოლუციონური) და შექნილი (სახასიათო შტრიხი) პერსპექტივებს შორის მიღწეული შეთანხმებებისგან. მას შემდეგ, უდიდესი წინსვლები განიცადა ადამიანის ფსიქოლოგიის შესწავლამ. მედია ეფექტების მკვლევარებისთვის უკვე წარსულში დარჩა ტომასისა და ჩესის მიერ შემოთავაზებული ინტერაქციული პერსპექტივები. თანამედროვე მკვლევარებისთვის ის ფაქტი ეჭვქვეშ აღარ დგას, რომ ბუნებრივი პერსპექტივები მჭიდროდ ურთიერთქმედებს შექნილთან და რომ ისინი ამ ურთიერთქმედებით განსაზღვრავენ ადამიანის ქცევას. სხვა ადამიანურ მეცნიერებათაგან განსხვავებით, კომუნიკაცია სერიოზულად არასდროს ჩაბმულა ბუნებრივი და შექნილი პერსპექტივების დებატებში. კომუნიკაციის მკვლევარებმა შეიმუშავეს ადამიანური კომუნიკაციის შესახებ ცალმხრივი აზროვნება, რომელიც გვაწვდის მთავარ ქვეტექსტებს თეორიის სიმდიდრისათვის. თუ კომუნიკაციის მკვლევარები დარჩებიან მეოცე საუკუნის ონტოლოგიით აღფრთოვანებულები და დაიგნორებენ ქცევაზე ბიოლოგიური გავლენის არსებობას, მაშინ გაჩნდება რისკი იმისა, რომ არსებული თეორები მოძველდება და მოდიდალნი გადავა. აქედან გამომდინარე, შესაძლოა, რომ მომავალში სწავლულების აზროვნების მეთოდები მასკომუნიკაციების შესახებ შეიცვალოს და მედიის ეფექტების შესწავლისთვის საჭირო იქნეს ბიოლოგიისა და გარემოს ურთიერთქმედებების განხილვა (ჯონ ლ. შერი, ფურდუს უნივერსიტეტი, 2004).

მკვლევარებმა ჰოფშირმა და გრინბერგმა (2002) შეისწავლეს, თუ როგორ ახდენს მედია გავლენას მოზარდებზე. კვლევის შედეგად, მათ დაადგინეს სამი რამ:

1. თინეიჯერები დიდი დოზით უყურებენ ტელე-გადაცემებსა და საპნის ოპერებს, რომლებიც ხაზს უსვამს იდეალური სხეულის ფორმებს. ამიტომ, მათ გონებაში მკვიდრდება და იზრდება საკუთარი სხეულით უკმაყოფილების გრძნობა.
2. ჟურნალების კითხვა, ასევე, აიძულებს მოზარდ გოგონებს საკუთარ გარეგნობაზე კრიტიკულად იფიქრონ.
- 3.

ტელევიზიის ვარსკვლავებისა და მოდელების მიბაძვაც ზრდის სხეულით უკმაყოფილო გოგონების რიცხვს (ჰოფშირი&გრინბერგი, 2002).

კომუნიკაციების პროფესორმა, დოქტორ ნენსი სიგნორიელიმ (1997) გამოიკვლია მედიის ის ტიპები, რომლებსაც ხშირად უყურებენ მოზარდები: ტელევიზორი, ფილმები, მუსიკალური ვიდეოები, ჟურნალები და რეკლამები. სიგნორიელის კვლევამ აჩვენა, რომ მედიაზე დამოკიდებული ბიჭები უფრო აგრესიულები იყვნენ და მათში ძალადობრივი ინსტიქტები ჭარბობდა, ხოლო გოგონები გამუდმებით ფიქრობდნენ საკუთარ გარეგნობაზე და დაინტერესებულნი იყვნენ რომანტიკითა და პაემნებით (დრ.სიგნორიელი, დელავარის უნივერსიტეტი,1997).

ზემოთ აღნიშნული კვლევების ჩატარების შემდეგ, ყველა მკვლევარმა შედეგად მიიღო ის, რომ ტელევიზიით მსგავსი საკითხების გაშუქება გავლენას ახდენს მოზარდებზე. თუმცა მათი საკვლევი სეგმენტი განსხვავდება მიმდინარე კვლევის სეგმენტისაგან. ეს კვლევები განხორციელდა ამერიკაში, საქართველოსგან განსხვავებულ ქვეყანაში, სადაც შესაბამისად განსხვავებული კულტურა, შეხედულებები და ფასეულობები არსებობს. ფართოდაა აღიარებული, რომ საქართველო ტრადიციული ქვეყანაა და ამ ტერიტორიაზე შესაძლებელია სხვაგვარი მდგომარეობა იყოს ამ საკითხის ფარგლებში. მხოლოდ ამ კონკრეტული კვლევების და მთლიანად მომხმობილი ლიტერატურის საფუძველზე ჩვენ, რა თქმა უნდა, არ შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საქართველოშიც ეს სიტუაციაა. კვლევის დასრულების შემდეგ გამოიკვეთება, რამდენად განსხვავდება ან არ განსხვავდება ერთმანეთისგან ქართველი და ამერიკელი მოზარდების ფსიქოლოგია ამ კუთხით და როგორ აღიქვამენ ისინი მედიის მიერ დაგზავნილ მესიჯებს/შეტყობინებებს. საქართველოში მსგავს თემაზე კვლევა არ ჩატარებულა და არ შეგვიძლია, ამავე ტერიტორიის ფარგლებში არსებული კვლევები მოვიხმოთ ლიტერატურის მიმოხილვაში. სწორედ ამიტომ გვიწევს, მხოლოდ საზღვარგარეთული კვლევების მაგალითზე დაყრდნობა.

საკითხში უფრო სიღრმისეულად გარკვევისათვის, აღვწერთ ბოლო 3 თვის განმავლობაში საკვლევი გადაცემების ირგვლივ არსებულ სიტუაციას.

“თბილისი LIVE” ყველანაირ ღონისძიებას აშუქებს, რომელიც შოუ-ბიზნესთან, სელებრითებთან, მოდასთან არის დაკავშირებული. რესპოდენტები ღიად და ხშირ შემთხვევაში, ცენზურის გარეშე საუბრობენ. გადაცემის დაჯილდოვების ცერემონიაზე 2010 წლის საუკეთესო წყვილად მალხაზ ქერივიშვილი და მისი მეუღლე დასახელდნენ. როგორც თვითონვე თქვეს, განსხვავებულობის მიზნით, ჯილდოს მიღება სცენაზე მხურვალე კოცნის ფორმით გამოხატეს. ეს იქამდე გაგრძელდა, სანამ გადაცემის წამყვანმა შეჩერებისკენ მიუთითა. წამყვანი ერთ-ერთი მოდურად ჩაცმული, თავისუფალი თბილისელი გოგონაა, რომლის ელიტარული ცხოვრებაც გადაცემის მაყურებლის დიდი ნაწილისთვის ინტერესის საგანს წარმოადგენს.

“პროფილი” არის თოქშოუ, რომელსაც არ აქვს პოლიტიკური ხასიათი და ორიენტირებულია ადამიანების სენტიმენტალურ და მხიარულ ისტორიებზე. ელიტური საზოგადოება “პროფილის” ხშირი სტუმარია. ისინი გულახდილად საუბრობენ საკუთარი სილამაზის განმაპირობებელ ფაქტორებზე, ინტიმურ ურთიერთობებზე და ა.შ. დაახლოებით ერთი თვის წინ, წამყვან - მაია ასათიანსა და რესპონდენტ – შორენა ბეგაშვილს შორის გაიჩნა შორენას მკერდის ზომა, რომელიც მისივე თქმით, გადიდებულია პლასტიკური ოპერაციის შედეგად. იმ საღამოსვე, სოციალურ ქსელ – facebook-ში დრო დაეთმო ამ ფაქტის გარჩევას და რამდენიმე მომხმარებელმა, ბეჭდური სახით, წამყვანსა და რესპოდენტს შორის არსებული დიალოგი გამოაქვეყნა.

“დღის შოუ“-ს წამყვანების საუბრები ინტიმურ თემებს, თავის მოვლის საშუალებებს, ცნობილ ადამიანებსა და სოციალურ პრობლემებსაც კი ეხება. ეს არის გადაცემა, სადაც ღიად ჭორაობენ (თვითონ ასე უწერიან გადაცემის აღწერაში!!!) თბილისურ ამბებზე. თებერვალში სიყვარულის დღესთან დაკავშირებით, ცნობილმა ბრენდმა – კოკო შანელმა პრეზენტაციები გამოუშვა. გადაცემის ერთ-ერთი წამყვანი, ია ფარულავა, ღიად ამბობდა, რომ ძალიან უნდოდა შანელის პრეზენტაციის ქონა.

“ყოფილი ცოლების კლუბი” გადაცემაა, რომელიც ქმრისგან მიტოვებულ ქალებს, “ისეთ ქალებს, რომლებიც მოატყუეს, დაამცირეს და მიატოვეს”(www.imedi.ge), თავდაჯერებულობას და ახალი ცხოვრების დაწყების სტიმულს აძლევს. წამყვანები ცდილობენ გადაცემის გმირის მდგომარეობის რეაბილიტაციას იმიჯის შეცვლით, წარსულისგან დატოვებული ნივთების განადგურებით. ერთ-ერთი გმირი ჩიოდა, რომ ქმარი სცემდა, განათლების მიღების საშუალებას არ აძლევდა და სასწავლებელში სიარულს უკრძალავდა. მეორე გმირის ისტორია ოდნავ განსხვავებული იყო. მისი ქმარი რუსეთში წავიდა, იქ რომანი გააბა საკუთარი დედის მეგობართან, შემდეგ ისევ ცოლთან დაბრუნდა, შემდეგ კი საბოლოოდ მიატოვა და ისევ რუსეთში წავიდა. სხვა გმირებსაც დაახლოებით მსგავსი პრობლემები აქვთ მეორე ნახევრებთან და გადაცემაში მონაწილეობის მიღებით, ქმრის შარვლის დაწვით ან ნაჯახით დაჩეხვით შლიან წარსულს მეხსიერებიდან.

მიმდინარე კვლევა შეეცდება პასუხი გასცეს შემდეგ შეკითხვებს:

- რა სიხშირით უყურებენ მოზარდი გოგონები ამ გადაცემებს?
- რატომ უჩნდებათ მოზარდებს “სელებრიტების” მიბაძვის სურვილი?
- მოწონთ თუ არა მათ თბილისური ბომონდის ის ცხოვრებისეული დეტალები, რომლებიც ამ გადაცემების ფარგლებში შუქდება?

მეთოდები

პოპულაცია არის თბილისის მოსახლე მოზარდი გოგონები, რომლებიც ცენტრალურ უბნებში ცხოვრობენ. შესაბამისად, შერჩევა არის არარეპრეზენტატიული და მთელი ქალაქის მოსახლე მოზარდებზე ვერ განზოგადდება.

შერჩევის ტიპი არის არაალბათური ანუ ეს არ იქნება მათემატიკური გათვლებით განხორციელებული შერჩევა. ყველა წევრს არ აქვს თანაბარი შანსი კვლევაში მონაწილეობის მისაღებად. მთლიანი პოპულაციიდან შემთხვევითი შერჩევის გზით შეირჩევა საკვლევი ობიექტები.

კვლევა არის თვისებრივი და გამოიყენება მისი ერთ-ერთი მეთოდი – ინტერვიუ.

ინტერვიუ

1. რამდენად ხშირად უყურებთ ქართულ გლამურულ გადაცემებს?
2. გიყვართ თუ არა მოდურად ჩაცმა?
3. თვლით თუ არა, რომ თბილისი მოდური ქალაქია და რატომ?
4. არის თუ არა მოდურად ჩაცმა და გასართობად პრესტიჟულ ადგილებში სიარული საზოგადოებაში თავის დამკვიდრების საშუალება?
5. სად იძენთ სამოსს და თავის მოვლის საშუალებებს?
6. ქართულ ტელესივრცეში არსებობს შემდეგი გადაცემები: “თბილისი LIVE”, “დღის შოუ”, “ყოფილი ცოლების კლუბი”, “პროფილი.” ჩამოთვლილი გადაცემების წამყვანებიდან არის თუ არა რომელიმე თქვენთვის მისაბაძი მაგალითი და რატომ?
7. გაქვთ თუ არა ამორჩეული ქართულ ტელესივრცეში ფავორიტი გადაცემა და რატომ?
8. კმაყოფილი ხართ თუ არა საკუთარი გარეგნობით და შეცვლიდით თუ არა მასში რამეს?
9. თქვენი აზრით, ამ გადაცემების ტელესივრცეში გამოჩენის შემდეგ, უფრო მიაქციეთ თუ არა ყურადღება საკუთარ გარეგნობას?
10. ტელევიზორში კარგი გარეგნობის მდედრობითი სქესის ადამიანის თვალისდევნებისას, გიჩნდებათ თუ არა მოთხოვნები საკუთარი თავის მიმართ, რომ თქვენც ასეთი უნდა იყოთ?

11. მოგწონთ თუ არა თბილისური ბომონდის ის წვერები, რომლებიც მუდმივად ჩანან ტელევიზორში?
12. წარმოგიდგენიათ თუ არა საკუთარი თავი ასეთი წრის ადამიანებს შორის?
13. თქვენი აზრით, მისაღებია თუ არა ტელევიზიით მათი საქმიანობების ხშირი დოზით გაშუქება და რატომ?
14. თქვენ რომ იყოთ ტელევიზიის ხელმძღვანელი, გაუშვებდით თუ არა მსგავს გადაცემებს და რატომ?
15. რას შეცვლიდით ან არ შეცვლიდით ამ გადაცემების ფორმატში?
16. თქვენი აზრით, რა განაპირობებს ამ გადაცემების რეიტინგულობას?
17. რომელი გადაცემის წამყვანად ისურვებდით ყოფნას და რატომ?
18. სარგებლობთ თუ არა იმ სილამაზის სალონებით და ესთეტიკური ცენტრებით, რომლებშიც ამ გადაცემების წამყვანები და გმირები დადიან?
19. შეიცვალა თუ არა რამე თქვენს ცხოვრებაში ამ გადაცემების გამოჩენის შემდეგ?
20. ამ გადაცემებში ხშირად ინფორმაციას ავრცელებენ, რომ რომელიმე კონკრეტულ დღეს რაღაც ივენთი იმართება. მიდიხართ თუ არა იმ ადგილას?
21. მიგაჩნიათ თუ არა, რომ ეს გადაცემები გავლენას ახდენს მოზარდ გოგონებზე და რატომ?

ეს არის 21 ძირითადი კითხვა, რომელიც ემსახურება კვლევის მიზნის მიღწევას. ინტერვიუს მსვლელობისას, შესაძლებელია, რომ საუბრიდან გამომდინარე დამატებითი კითხვებიც წამოიჭრას. რესპოდენტს საშუალება არ ექნება კითხვა გამოტოვოს, რადგან ინტერვიუერი ჩაეკითხება და მეტი შანსია, რომ საკმარისი ინფორმაცია მოგროვდეს. ამ კვლევისთვის ინტერვიუს მეთოდი გამოდგება იმიტომ, რომ იგი თვისებრივ მონაცემებს შესძენს კვლევას, რაზეც ის დაყრდნობილია. ინტერვიუს საშუალებით ვიღებთ ტექსტურ მონაცემებს ადამიანების შესახებ: მათ შეხედულებებს, სოციალური ცხოვრების სტილს, დამოკიდებულებას საკვლევი თემის მიმართ. ღია კითხვების საშუალებით, რესპოდენტი შეუზღუდავია პასუხის გაცემის დროს და თავისუფლად აფიქსირებს საკუთარ აზრს.

ბიბლიოგრაფია:

1. http://www.media-awareness.ca/english/issues/violence/effects_media_violence.cfm
2. მედია ეფექტები – Communication for Governance & Accountability Program
3. უთარა მანოჰარი, 2010 – Media Effects on Teenagers
4. <http://www.newswriting.org/100/100xeffects.pdf> - Mass Media and Society
5. . ჰოფშირი&გრინბერგი, 2002, როგორ ახდენს მედია გავლენას მოზარდებზე.
6. ჯონ ლ.შერი, ფურდუს უნივერსიტეტი, 2004, მედია ეფექტები.
7. მაქლუანი, მარშალი, ლონდონი, 1999, History and Theory of New Media
8. <http://oregonstate.edu/instruct/comm321/gwalker/effectsmedia.htm> - Media Effects Theory
9. ქრეიგ ანდერსონი, ლეონარდ ბერკოვიცი, ედვარდ დონერშტაინი, 2003, The Influence of Media Violence on Youth.
10. <http://www.peersunited.com/media-influencing-teenagers/> - How Media Effects on Teenagers
11. www.imedi.ge
12. www.forum.ge