

კავკასიის უნივერსიტეტი

კავკასიის მედიის სკოლა

10.06.2011

**„რუსთავი 2“ - სა და „იმედის“ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებში გასული, ძალადობის  
ამსახველი სიუჟეტების გავლენა მოზარდების ფსიქიკასა და ყოველდღიურ ქცევაზე**

ავტორი: სოფო ჩადუნელი

თემის ხელმძღვანელი: ეკატერინე ბასილაია

## სარჩევი

შესავალი.....	1
ლიტერატურის მიმოხილვა .....	2
მეთოდები .....	4
კონტენტ ანალიზი.....	5
ფოკუს ჯგუფი.....	9
ინტერვიუ.....	12
ბიბლიოგრაფია.....	16
დანართი.....	17

---

## აბსტრაქტი

მიმდინარე კვლევა ეხება აგრესიის შემცველ სიუჟეტებსა და მოზარდებს. მათ შორის არსებულ დამოკიდებულებას. კვლევის მიხედვით უნდა დადგინდეს რა გავლენას ახდენს აგრესიული სიუჟეტები მოზარდების ფსიქიკასა და ყოველდღიურ ქცევაზე. კვლევა ეფუძნება მედია ეფექტების თეორიას, კონკრეტულად კი, „კულტივაციის თეორიას“. მისი გათვალისწინებით ტელევიზორთან დიდი დროის გატარება და აგრესიული ინფორმაციის მუდმივი მიწოდება სერიოზულ გავლენას ახდენს მოზარდის ფსიქიკაზე.

---

## შესავალი

ქართულ ტელევიზორებში ბოლო პერიოდში ძალიან მომრავლდა აგრესიის შემცველი ინფორმაცია. განსაკუთრებით კი, ეს ფაქტი დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებშია აქტუალური. დაახლოებით ერთ წელზე მეტია „რუსთავი 2“-სა და „იმედის“ სადამოს საინფორმაციო იწყება სიუჟეტით მკვლელობაზე, გაუპატიურებაზე და საერთოდ, ძალადობაზე.

საქართველოში არსებული რამდენიმე არხიდან ყველაზე პოპულარული „იმედი“ და „რუსთავი 2“ - ია. სწორედ ამიტომ, დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებას ამ არხებზე ყველაზე დიდი მაყურებელი ჰყავს. სადამოს რვიდან ათ საათამდე, როდესაც საინფორმაციო გადაცემაა ეთერში, მოზარდებს ჯერ კიდევ არ სძინავთ. შესაბამისად, ისინი ძალაუვნებურად უყურებენ იმ სიუჟეტებს, რომლებიც გადის ყველაზე რეიტინგული არხების ეთერში.

ამ სიტუაციიდან გამომდინარე, საინტერესოა რა გავლენას ახდენს აგრესიული ინფორმაციის შემცველი სიუჟეტები მოზარდებზე, რომლებისთვისაც მსგავსი აგრესიული ფილმების ყურება სპეციალური ნიშნითაა შეზღუდული. დღევანდელ სიტუაციაში კი, არა მხოლოდ ტელევიზიით, ბევრი სხვა თანამედროვე საშუალების გამოყენებითაც, ძალიან ბევრ აგრესიულ ინფორმაციას იღებენ ბავშვები. აუცილებელია მშობლებმა იცოდნენ, რა გავლენას ახდენს ეს მათ შვილებზე.

კვლევის მიზანიც სწორედ ისაა, რომ დადგინდეს როგორ ცვლის მოზარდის ფსიქიკას აგრესიული ინფორმაცია და როგორ აისახება ის მათ ყოველდღიურ ქცევაზე. ამ მიზნის მისაღწევად კვლევამ უნდა უპასუხოს შემდეგ ძირითად შეკითხვებს:

- რა სიხშირით უყურებენ ახალგაზრდები საინფორმაციო გამოშვებებს?
- რა სიხშირით გადის აგრესიის შემცველი სიუჟეტები საინფორმაციო გამოშვებებში?
- იწვევს თუ არა მოზარდებში მსგავსი, აგრესიული სიუჟეტები ინტერესს?
- ძირითადად რა ამახსოვრდებათ მოზარდებს ყველაზე მეტად ასეთი სიუჟეტებისგან?

ქართველი ჟურნალისტი, ზვიად ქორიძე ამბობს, რომ მსოფლიო ჟურნალისტურ პრაქტიკაში არსებობს სპეციალურ სიუჟეტებზე დაწესებული შეზღუდვა ნიშნით +18.

თუმცა, მისი თქმით, ეს არ არის სავალდებულო. სწორედ ამიტომ, მსგავსი შეზღუდვის გამოყენების შემთხვევები არც ისე ხშირია.

მიმდინარე კვლევის ჩატარება აუცილებელია ყველა მოზარდისთვის. გამოკვლევამ შესაძლოა ისეთი შედეგი აჩვენოს, რომელიც აუცილებელს გახდის დაწესდეს ნიშანი +18 ყველა მსგავს სიუჟეტზე. ასეთი ინფორმაციის ჭარბი მიწოდება შესაძლოა სერიოზულ საფრთხესაც წარმოადგენდეს ახალი თაობისთვის. კვლევის ჩატარება კი, გვაჩვენებს რა მდგომარეობაა ამ მხრივ საქართველოში.

ქვემოთ განხილულია მსოფლიოს სხვა ქვეყნებში ჩატარებული კვლევები, რომლებიც გარკვეულ კავშირშია მიმდინარე თემასთან და ასევე, საკვლევი სუბიექტების შერჩევის მეთოდი. ამ შემთხვევაში გამოყენებულია რაოდენობრივი კვლევის კონტენტ ანალიზი, გამოკითხვა და ალბათური შერჩევა, ხოლო თვისებრივი კვლევიდან ინტერვიუს მეთოდი. თითოეული საკითხი ძალიან მნიშვნელობანია კვლევის სწორად საწარმოებლად.

### **ლიტერატურის მიმოხილვა**

აგრესიული სიუჟეტები განსაკუთრებით დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებშია აქტუალური. ერთ წელზე მეტია „რუსთავი 2“-სა და „იმედის“ საინფორმაციოს მთავარი თემა ძალადობაა. შუქდება ოჯახური, სექსუალური, ფიზიკური, ფსიქოლოგიური ძალადობა.

მთავარი საინფორმაციო გამოშვებები ე.წ. „პრაიმ ტაიმში“ გადის. ამ დროს ტელევიზიას ყველაზე დიდი აუდიტორია ჰყავს და ტელეკომპანიებიც ცდილობენ მიიზიდონ მაყურებელი. გამომდინარე იქიდან, რომ ადამიანებს ყველაზე მეტად ისეთი თემები აინტერესებთ, რაც სხვა ადამიანების ცხოვრებასა და გრძნობებს ეხება, ჟურნალისტები აკეთებენ სიუჟეტებს ძალადობაზე, რასაც მათი მაყურებელი დიდი ინტერესით უყურებს. ამით მომხმარებელიც კმაყოფილი რჩება და სამაუწყებლო კომპანიაც, რომელიც აუდიტორიის მოზიდვით რეკლამასაც მრავლად იღებს.

ამ დროს კი, ყველას ავიწყდება მოზარდები და ბავშვები, რომელთა უმრავლესობასაც მთავარი საინფორმაციო გამოშვების დროს ჯერ კიდევ არ სძინავს. მათ ძალაუვნებურად უწევთ მოისმინონ ინფორმაცია იმის შესახებ თუ რა ხდება მათ ქვეყანაში, როგორ ცემენ ადამიანები ერთმანეთს, დედები კლავენ შვილებს, კაცები აუპატიურებენ ქალებს და ა. შ.

სანამ კონკრეტულად იმაზე დავიწყებთ საუბარს თუ რა გავლენას ახდენს მოზარდებზე სატელევიზიო აგრესიული სიუჟეტები, საჭიროა მედია ეფექტების თეორია მიმოვიხილოთ.

ეს თეორია რამდენიმე სხვადასხვა ქვეთეორიას მოიცავს, თუმცა ყველაზე ახლოს მიმდინარე თემასთან განვითარების, ე.წ. „კულტივაციის თეორია“. მისი მთავარი ფუძემდებელი ჯორჯ გებრნერია (George Gebner). ძირითადი იდეა გულისხმობს იმას, რომ ტელევიზორთან დიდი დროის გატარება საკმაოდ დიდ გავლენას ახდენს ადამიანის ცნობიერებაზე. განსაკუთრებით კი, ქალებზე, მოხუცებსა და ბავშვებზე.

გებრნერის მიხედვით, მედია საშუალებებიდან ყველაზე დიდი გავლენა ტელევიზიის მიერ გადმოცემულ ძალადობას აქვს.

კონკრეტულად სატელევიზიო სიუჟეტების ეფექტებზე ჩატარებული კვლევები არ მოიძებნება, თუმცა, არსებობს კვლევები ტელევიზიის გავლენასა და მოზარდების აგრესიულ ქცევას შორის კავშირზე. მიმდინარე კვლევისთვის ეს საკითხიც ძალიან მნიშვნელოვანია, რადგან გამომდინარე იქიდან თუ რა გავლენას ახდენს ზოგადად ტელევიზია მოზარდზე, შეგვიძლია დაახლოებით ვივარაუდოთ როგორი შედეგი ექნება, იგივე ტელევიზიით გასულ სიუჟეტებსაც ბავშვების ყოველდღიურ ქცევაზე.

მომდევნო სამი კვლევის მიხედვით, რომლებიც მიმდინარე საკვლევ თემასთან ძალიან ახლოსაა, ჩანს, რომ მოზარდების უმრავლესობა აგრესიას ტელევიზიის საშუალებით ეჩვევა, მას ჩვეულებრივ მოვლენად თვლის და რეალურ ცხოვრებაშიც აქტიურად გადმოაქვს.

გებრნერის (Gebner) მიხედვით, ტელევიზორთან დიდი დროის გატარება, მნიშვნელოვან ეფექტს ტოვებს ადამიანის ფსიქიკაზე. ამის დასტურია EBSCO-ს მიერ 2003 წელს გამოქვეყნებული კვლევა, რომელიც ინდოეთში, ფსიქოლოგიის დეპარტამენტმა ჩაატარა (ARCHITA VARMA, Department of Applied Psychology, 2003). კვლევაში ნათქვამია, რომ გამოკითხული ახალგაზრდების უმრავლესობისთვის ტელევიზიით გადმოცემული ძალადობა გართობის საშუალებაა და მისი ყურების დროს ისინი არანაირ ემოციურ ზემოქმედებას არ განიცდიან. ასევე ნათქვამია, რომ ტელევიზიის რეგულარულად ყურება ცვლის ადამიანის აგრესიულ ქცევას საზოგადოებაში. ეს დასკვნა კვლევის ავტორებმა 161 მოზარდის გამოკითხვის საშუალებით მიიღეს, რაც მართალია საბოლოო პასუხისთვის საკმარისი არაა, თუმცა ზოგად სურათს იძლევა.

მიმდინარე კვლევისთვის ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია იმის დადგენა თუ რამდენად იცვლება ახალგაზრდების ყოველდღიური ქცევა აგრესიული სიუჟეტების საფუძველზე.

ამის შესახებ საინტერესო ინფორმაციას იძლევა ანდერსონისა და ბუმბანის (2001) მიერ ჩატარებული კვლევა სადაც საუბარია მოზარდების აგრესიულ ქცევაზე, რომელსაც ვიდეო თამაშები იწვევს. კვლევაში ნათქვამია, რომ ბავშვების უმრავლესობას

ვირტუალური ძალადობა რეალურ ცხოვრებაშიც გადმოაქვს. მკვლევარები ამ დასკვნამდე შესაბამისი ლიტერატურის განხილვით, გამოკითხვითა და მოზარდებზე დაკვირვებითაც მივიდნენ. კვლევის მიხედვით, აგრესიული ინფორმაცია თანდათან ილექება მოზარდის ტვინში და ნელ-ნელა მჟღავნდება რეალურ ცხოვრებაში.

მოზარდის ქცევის ცვლილებაზე საუბრობარი ტომასისა და დრაბმანის (1976) კვლევაშიც. მათ დააინტერესათ იწვევდა თუ არა სატელევიზიო აგრესია აპათიას. კვლევა ეფუძნება სერიოზულ ექსპერიმენტს, რომლის შედეგადაც მკვლევარებმა კითხვაზე დადებითი პასუხი მიიღეს. ისინი ამბობდნენ, რომ ბავშვები ტელევიზიით ყოველდღიურად გადმოცემულ ინფორმაციას ჩვეულებრივ მოვლენად თვლიდნენ და აგრესიას ყოველდღიურობის ერთ-ერთ მთავარ ნაწილად მიიჩნევდნენ, რომლის გარეშე ცხოვრება არ შეიძლება. ეს იწვევდა როგორც მათ აგრესიულ ქცევას, ასევე იმასაც, რომ ასეთი ბავშვები სხვებსაც უზიარებდნენ თავიანთ აგრესიულ მდგომარეობას, ანუ ამით სხვებზეც ახდენდნენ გავლენას.

სამივე კვლევა ადასტურებს, რომ ელექტრონული მედია და ძირითადად ტელევიზია, აგრესიის შემცველი ინფორმაციით დიდ გავლენას ახდენს მოზარდზე. ამის შედეგად კი, იცვლება მათი აზროვნებისა და ქცევის სტილი ყოველდღიურ ცხოვრებაში.

ტომასი და დრაბმანი (1976) ფიქრობდნენ, რომ ბავშვების აგრესიული ქცევის გაკონტროლება არა მარტო ტელევიზიის, არამედ მშობლების მოვალეობაცაა. თუმცა, ცოტა საეჭვოა მშობელს ასი პროცენტით შეეძლოს შვილის კონტროლი. ბავშვი მაინც მიიღებს სასურველ ინფორმაციას. ამიტომ, ერთადერთი პასუხისმგებლობა სამაუწყებლო კომპანიებს ეკისრებათ, რომლებიც ვალდებულნი არიან დაიცვან მოზარდები აგრესიული ინფორმაციისგან. მიუხედავად იმისა, რომ მსოფლიოში ხშირად არ გამოიყენება სიუჟეტებზე ასაკობრივი შეზღუდვის მაჩვენებლები, ამის პრეცედენტები მაინც არსებობს და კარგი იქნება თუ მათ რაოდენობას ქართული ტელეკომპანიებიც გაზრდიან.

## **მეთოდები**

მიმდინარე კვლევის შემთხვევაში საჭიროა როგორც ბავშვების, ასევე მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებში გასული სიუჟეტების კვლევა. თემის საკვლევი

პოპულაცია, სიუჟეტების შემთხვევაში, იქნება ბოლო ერთი წლის მანძილზე გასული ყველა სიუჟეტი, რომელიც მთავარ საინფორმაციო მოხვდა და რომელიც ძალადობის ამსახველ ფაქტებს შეიცავს. ბავშვების შემთხვევაში კი, 12-დან 15 წლამდე ასაკის მოზარდები თბილისის მასშტაბით.

პოპულაციის ზუსტი რიცხვის დასახელება სიუჟეტების შემთხვევაში ძალიან ძნელია. ამის გასაგებად საჭიროა ტელეკომპანიის არქივიდან გამოვითხოვოთ ბოლო ერთი წლის მანძილზე გაშვებული ძალადობის ამსახველი მთლიანი მასალა და ამის მიხედვით დავადგინოთ საკვლევი ერთობლიობა.

კვლევის წარმატებით ჩასატარებლად საჭიროა როგორც თავად სიუჟეტების, ისე მოზარდების კვლევა. აქედან გამომდინარე, სულ სამი მეთოდის გამოყენება გახდა საჭირო.

### კონტენტ-ანალიზი

მიმდინარე კვლევა ეხება მთავარ საინფორმაციო გადაცემაში გასულ სიუჟეტებს, რომლებიც ძალადობას ასახავენ. კვლევის დროს საჭიროა ავიღოთ დროის რაღაც მონაკვეთი და ამ პერიოდში გასული ძალადობის ამსახველი ყველა სიუჟეტი განვიხილოთ. სხვანაირად ვერ მივიღებთ პასუხს ისეთ მნიშვნელოვან კითხვებზე, როგორცაა: რა სიხშირით გადის ძალადობის ამსახველი სიუჟეტები მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებში? რაზეა გამახვილებული ყურადღება სიუჟეტში? რა ტერმინოლოგიას იყენებს ჟურნალისტი ამბის აღწერის დროს? გასაგებია თუ არა ის მოზარდისთვის? რა კადრებითაა სიუჟეტი აწყობილი? და ა.შ. ამ ყველაფრის გასარკვევად აუცილებლად დაგვჭირდება კონტენტ-ანალიზის გამოყენება.

კონტენტ-ანალიზისთვის საჭიროა კვლევითი კითხვებისა და ჰიპოთეზების ჩამოყალიბება. მიმდინარე კვლევისთვის ძირითადი ეს კითხვები იქნება:

1. რა სიხშირით შუქდება ძალადობის ამსახველი სიუჟეტები?
2. გადაცემის რომელ ბლოკშია ასეთი სიუჟეტები მოთავსებული?
3. რა დრო ეთმობა ერთ ასეთ სიუჟეტს?
4. ძირითადად რომელი სოციალური ფენა ხვდება ასეთი ტიპის სიუჟეტებში?
5. რამდენად ხშირია ასეთ სიუჟეტებში მოზარდების მონაწილეობა?
6. არის თუ არა სიუჟეტებში ძალადობის ამსახველი ვიდეო მასალა გამოყენებული?
7. ძირითადად როგორი ტიპის ძალადობაზეა სიუჟეტები?

რაც შეეხება ჰიპოთეზას, თითოეულ კითხვაზე ის შემდეგნაირია:



1. ძალადობის ამსახველი სიუჟეტები „იმედისა“ და „რუსთავი 2-ის“ ეთერში, მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებში კვირის განმავლობაში 3-4-ჯერ მაინც შუქდება.
2. მსგავსი ტიპის სიუჟეტებით ძირითადად იწყება გადაცემები. ანუ სიუჟეტი მოთავსებულია პირველ ბლოკში.
3. ერთ ასეთ სიუჟეტს დაახლოებით 4-დან 5 წუთამდე დრო მიაქვს.
4. ძირითადად საშუალო და დაბალი სოციალური ფენა ხვდება ასეთი ტიპის სიუჟეტებში.
5. კვირის განმავლობაში გასული სამი სიუჟეტიდან ორში მაინც ფიგურირებს მოზარდი.
6. სიუჟეტებში არის გამოყენებული ძალადობის ამსახველი ვიდეო მასალა, თუმცა არა ყოველთვის.
7. ძირითადად ოჯახური ძალადობის ფაქტები ჭარბობს.

ამის შემდეგ მნიშვნელოვანია განისაზღვროს მთლიანი პოპულაცია, საიდანაც შემდეგ საკვლევი ერთობლიობა შეირჩევა. ამ შემთხვევაში მთლიან პოპულაციას მოიცავს „რუსთავი2-ისა“ და „იმედის“ მხოლოდ მთავარ საინფორმაციო გადაცემებში გასული სიუჟეტები. მათ საინფორმაციო გამოშვებებს ყველაზე მაღარლი რეიტინგი აქვთ. პოპულაციაში შევა ერთი წლის მანძილზე ამ ორ არხზე გასული ძალადობის ამსახველი სიუჟეტები. წელიწადში 365 დღეა და აქედან დაახლოებით 96 არასამუშაო. არასამუშაო დღეებში მთავარი საინფორმაციო გადაცემები არ გადის. ამიტომ 365-ს თუ გამოვაკლებთ 96-ს მივიღებთ 269-ს. სწორედ ამდენი დღის მანძილზე გასული სიუჟეტების რაოდენობა იქნება ჩემი კვლევის პოპულაცია თითოეულ ტელევიზიაში.

გამოვიყენებ ალბათური შერჩევის სისტემურ მეთოდს და და შევარჩევ საკვლევი სიუჟეტების ერთობლიობას. საკვლევი ერთობლიობის რაოდენობა დამოკიდებულია 269 დღის მანძილზე გასული სიუჟეტების რაოდენობაზე. ამის მიხედვით დადგინდება ინტერვალი და შეირჩევა კონკრეტული სიუჟეტებიც.

რაც შეეხება ანალიზის ერთეულს, ყველა ის სიუჟეტი, რომელიც „იმედისა“ და „რუსთავი 2-ის“ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებში გავა და იქნება ძალადობის შემცველი, ამ კვლევის ანალიზის ერთეულიც იქნება.

შემდეგ საფეხურზე საჭიროა შინაარსობრივი კატეგორიების შედგენა ძირითადი კითხვების მიხედვით. პირველი კითხვის მიხედვით, თუ რა სიხშირით შუქდება ძალადობის ამსახველი სიუჟეტები, განისაზღვრება შემდეგი კატეგორიები: 1. კვირის განმავლობაში 3-ჯერ. 2. კვირის განმავლობაში 2-ჯერ ან უფრო იშვიათად. 3. კვირის

განმავლობაში თითოეულ საინფორმაციო გადაცემაში რამდენჯერმე. 4. სხვა (ეს კატეგორია გვაძლევს საშუალებას მივუთითოთ კონკრეტული მაჩვენებელი.

მეორე კითხვის მიხედვით ორი კატეგორია გამოიყენება: 1. ძალადობის ამსახველი სიუჟეტები მოთავსებულია გადაცემის პირველ ბლოკში. 2. ძალადობის ამსახველი სიუჟეტები მოთავსებულია გადაცემის მეორე ბლოკში. დანარჩენი კატეგორიის შედგენა საჭიროა არაა, რადგან, მიუხედავად იმისა, რომ გადაცემა ოთხი ბლოკისგან შედგება, მესამე და მეოთხე ბლოკი კულტურასა და უცხოეთს უჭირავს. ამიტომ, აქ ძალადობის ამსახველი სიუჟეტი არასდროს არ ხვდება.

მესამე კითხვა შემდეგ კატეგორიებს წარმოშობს: 1. ერთ ასეთ სიუჟეტს ეთმობა 3-4 წუთამდე დრო. 2. 4 და მეტი. 3. სხვა

მეოთხე კითხვა წარმოშობს ასევე სამ კატეგორიას: 1. ასეთ სიუჟეტებში ხვდება დაბალი ფენა

2. საშუალო ფენა 3. მაღალი ფენა

მეხუთე კითხვაც ორ კატეგორიას ქმნის: 1. სიუჟეტში მონაწილეობს მოზარდი 2. სიუჟეტში არ მონაწილეობს მოზარდი

რაც შეეხება მეექვსე კითხვას, ისიც ორ კატეგორიას ქმნის: 1. სიუჟეტში არის ძალადობის ამსახველი ვიდეო მასალა 2. სიუჟეტში არ არის ძალადობის ამსახველი ვიდეო მასალა.

მეშვიდე კითხვაში კი, ოთხი კატეგორია გამოიყოფა, ესენია: 1. ოჯახური ძალადობა 2. სექსუალური ძალადობა 3. მოზარდებს შორის ძალადობა და 4. სხვა

შემდეგი და ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპი კოდირების სახელმძღვანელოს შექმნაა, რომელიც მიმდინარე კვლევის შემთხვევაში დაახლოებით ასე გამოიყურება:

1. სიუჟეტის საიდენტიფიკაციო ნომერი (1-დან იქამდე, რამდენი სიუჟეტიც იქნება)
2. ტელეკომპანია
  - a. „იმედი“
  - b. „რუსთავი 2“
3. სიუჟეტის გაშვების თარიღი (დღე, თვე და რიცხვი)
4. სიუჟეტი მოთავსებულია
  - a. პირველ ბლოკში
  - b. მეორე ბლოკში
5. სიუჟეტის ხანგრძლივობა
  - a. 3 წუთი
  - b. 4 წუთი

- c. 4 წუთი და მეტი
  - d. სხვა
6. არის თუ არა სიუჟეტში ძალადობის ამსახველი კადრები
    - a. არის
    - b. არ არის
  7. კადრების არსებობის შემთხვევაში, როგორ არის ამბავი გადმოცემული
    - a. რეალური კადრებით
    - b. დადგმული კადრებით
  8. რომელ სოციალურ ფენაზეა სიუჟეტი
    - a. საშუალო ფენა
    - b. დაბალი ფენა
    - c. სხვა
  9. მონაწილეობს თუ არა სიუჟეტში მოზარდი
    - a. მონაწილეობს
    - b. არ მონაწილეობს
  10. სიუჟეტი არის
    - a. ოჯახურ ძალადობაზე
    - b. მოზარდებს შორის ძალადობაზე
    - c. სექსუალურ ძალადობაზე
    - d. სხვა
    - e. შერეული (სექსუალურ და ოჯახურ ძალადობაზე; მოზარდებს შორის და სექსუალურ ძალადობაზე)

რაც შეეხება კოდერების ინსტრუქციებს, ამ შემთხვევაში ის ასე გამოიყურება:

1. სიუჟეტის საიდენტიფიკაციო ნომერი - უნდა მიუთითოთ სიუჟეტის ნომერი იმის მიხედვით თუ მერამდენე ნომრით განიხილეთ ის.
2. მითითებული იქნება ტელეკომპანია, რომელსაც ეკუთვნის სიუჟეტი
3. სიუჟეტის ეთერში გასვლის თარიღი - რიცხვი, თვე და დღე, მაგალითად 04/08. ხუთმაბათი. რაც შეეხება წელს, ყველა სიუჟეტი ერთი და იგივე წელს იქნება გასული, რადგან საკვლევი ერთობლიობა ერთი წლის მასალიდან უნდა ავიდოთ.

ყველა დანარჩენ შემთხვევაში კი, მკვლევარი ჩვეულებრივად შემოხაზავს იმ ვარიანტს, რომელიც შეესაბამება კონკრეტულ სიუჟეტს.

და ბოლოს, კოდირების ცხრილი თითოეული სიუჟეტისთვის:

გაშიფვრის თარიღი -----

სიუჟეტის ეთერში გასვლის თარიღი -----

სიუჟეტის საიდენტიფიკაციო ნომერი (1-დან) ---

ტელეკომპანია (ა, ბ) -

სიუჟეტი მოთავსებულია (ა, ბ) -

სიუჟეტის ხანგრძლივობა (ა, ბ, ც, დ) - (დ-ს შემთხვევაში) -----

სიუჟეტში ძალადობის ამსახველი კადრები (ა, ბ) -

როგორ არის ამბავი გადმოცემული (ა, ბ) -

რომელ სოციალურ ფენაზეა სიუჟეტი (ა, ბ, ც) - (ც-ს შემთხვევაში) -----

მონაწილეობს თუ არა სიუჟეტში მოზარდი (ა, ბ) -

სიუჟეტი არის (ა, ბ, ც, დ, ე) - (დ-ს ან ე-ს შემთხვევაში) -----

### **ფოკუს ჯგუფი**

აღნიშნული კვლევის ყველაზე მთავარი მიზანი ისაა, რომ გაიგოს რა გავლენას ახდენს ძალადობის შემცველი სიუჟეტები მოზარდებზე. ამისათვის კი, თავად მოზარდების რეაქციებზე დაკვირვება და მათი აზრების გაგებაა საჭირო. რომ გავიგოთ როგორ მოქმედებს სიუჟეტები ახალგაზრდებზე, ამისათვის კვლევის ერთ-ერთი მეთოდის, ფოკუს ჯგუფის გამოყენებაა საჭირო.

ფოკუს ჯგუფის მეთოდი დაგვეხმარება გავიგოთ პასუხი კვლევის ბოლო ორ მთავარ კითხვაზე: 1. იწვევს თუ არა მოზარდებში აგრესიული სიუჟეტები ინტერესს? 2. ძირითადად რა ამახსოვრდებათ მოზარდებს ყველაზე მეტად ასეთი სიუჟეტებისგან?

ფოკუს ჯგუფის ჩატარებისთვის პირველ ეტაპზე აუცილებელია დავადგინოთ საკვლევი პრობლემატიკა. ამ შემთხვევაში პრობლემა ისაა, რომ ორი ყველაზე რეიტინგული ქართული არხის ეთერში ხშირად გადის სიუჟეტები სხვადასხვა ტიპის ძალადობაზე, რაც გავლენას ახდენს მოზარდებზე. ჩვენ გვინდა გავიგოთ რა კვალს ტოვებს ახალგაზრდებზე ასეთი სიუჟეტები და ფოკუს ჯგუფსაც სწორედ ამიტომ ვატარებთ.

შერჩევის მეთოდად გამოვიყენებთ მიზნობრივ შერჩევას მთლიანი პოპულაციიდან. ავარჩევთ მხოლოდ იმ ადამიანებს, რომლებიც ბოლო ერთი წლის განმავლობაში, კვირაში

3-ჯერ მაინც უყურებენ მთავარ საინფორმაციო გადაცემას. თითოეულ ფოკუს ჯგუფში მონაწილეების რაოდენობა 10-ს არ გადააჭარბებს.

რაც შეეხება ფოკუს ჯგუფების რაოდენობას, ამ კვლევისთვის ორი ჯგუფი შეიქმნება. ჯგუფებს სოციალური ფენის მიხედვით დავყოფთ. ერთი ჯგუფი დაბალი სოციალური ფენის წარმომადგენლებისგან იქნება დაკომპლექტებული, მეორე კი, საშუალო ფენის წარმომადგენლებისგან. სოციალური ფენის მიხედვით დაყოფა მნიშვნელოვანია, რადგან კვლევის მონაწილეებმა თავი უხერხულად არ იგრძნონ და გვერდით დაახლოებით ისეთივე ადამიანები ჰყავდეთ, როგორებიც თავად არიან. ასე უფრო მეტად გაიხსნებიან და საკუთარ აზრებსაც გამოთქვამენ. რაც შეეხება სქესის მიხედვით დაყოფას, ამ კვლევაში უკეთესი იქნება მდედრობითი და მამრობითი სქესის წარმომადგენლებისგან ერთი ჯგუფის გაკეთება. ასეთი ფორმით მკვლევარს შეეძლება მარტივად შეადაროს როგორ განსხვავდება ერთმანეთისგან მათი აზრები.

ფოკუს ჯგუფის მონაწილეთა შერჩევის დროს, როგორც უკვე ითქვა, მიზნობრივ შერჩევას გამოვიყენებთ. საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტში ბოლო წელს ჩატარებული აღრიცხვის მონაცემებს გამოვითხოვთ და გავიგებთ 12-დან 15 წლამდე რამდენი მოზარდი ცხოვრობს თბილისის მასშტაბით. საკვლევ ერთობლიობად ავიღებთ დაახლოებით 50 ადამიანს. შემდეგ კი, თითოეულ მათგანს დავუკავშირდებით და გავიგებთ კვირაში რამდენჯერ უყურებენ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებას. თუკი რესპონდენტი დააკმაყოფილებს ჩვენს მოთხოვნას, მას ფოკუს ჯგუფში მონაწილეობას შევთავაზებთ.

ფოკუს ჯგუფისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორი მისი ჩატარების ადგილია. ის მისაღები უნდა იყოს კვლევაში მონაწილე სუბიექტებისთვის, რათა უფრო ადვილად შეძლონ საკუთარი აზრების გამოხატვა და არ დაკომპლექსდნენ. სწორედ ამიტომ, ამ შემთხვევაში, კვლევა ჩატარდება ოთახში, რომელიც იქნება მყუდრო, გადაწყვეტილი თბილ ფერებში. გამოვიყენებ ისეთ ფერებს, როგორც ძირითადად არის ოჯახების უმეტესობაში ღამით, როდესაც მთავარი საინფორმაციო გამოშვება იწყება. მოკლედ, ოთახი გადაწყვეტილი იქნება ღია ჩალისფერ ფერში. იქნება ოჯახური გარემო, მისაღები ოთახის მსგავსი, რათა კვლევის მონაწილეებმა თავი ისე იგრძნონ, როგორც სახლში საინფორმაციოს ყურების დროს. ოთახის ერთ კედელზე იქნება დიდი სარკე, რომელიც მეორე მხრიდან გამჭვირვალე იქნება, რათა მკვლევარმა მონაწილეებზე დაკვირვება შეძლოს.

რაც შეეხება მოდერატორს, ის იქნება მეგობრული და უშუალო ტიპის ადამიანი, რომელიც ადვილად შევა კონტაქტში მოზარდებთან და საშუალებას მისცემს თითოეულ მათგანს, რომ კარგად გაიხსნან და არ დამალონ არაფერი. ის ყველას მოუსმენს და არავის იდეაზე არ გამოთქვამს საკუთარ აზრს. სასურველია, რომ მოდერატორი მდებარეობითი სქესის წარმომადგენელი იყოს, რადგან ქალებს უფრო ეხერხებათ ბავშვებთან საერთო ენის გამონახვა და უფრო თბილადაც ექცევიან მათ.

რაც შეეხება მკვლევარს, ის ფსიქოლოგთან ერთად მონაწილეებს გამჭვირავლე სარკიდან დააკვირდება. გააკეთებს ჩანიშვნებს და აუცილებლობის შემთხვევაში, თუკი რაიმე აუცილებელი და საინტერესო მოხდა ფოკუს ჯგუფის მიმდინარეობის პროცესში, მოდერატორს კონკრეტულ მიმართულებასაც მისცემს.

ფოკუს ჯგუფის დაწყებამდე მონაწილეები ნახავენ რომელიმე სიუჟეტს ძალადობის თემაზე და ამის შემდეგ დაიწყებენ კონკრეტული სიუჟეტის გარჩევას, მასზე საკუთარი აზრის გამოთქმასა და ერთმანეთთან დაპირისპირებას. მოდერატორი კი, კონკრეტული ვარიანტიდან ეცდება მონაწილეები უფრო ზოგად ფაქტორებზე გაიყვანოს.

რაც შეეხება ფოკუს ჯგუფის მასალებს, აქ უპირველეს ყოვლისა გასაცხრილი კითხვებია საჭირო, რომლითაც მონაწილეების შერჩევა უნდა მოხდეს. გასაცხრილი კითხვები კი შემდეგი იქნება:

1. უყურებთ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებს? (უარყოფითი პასუხის შემთხვევაში დავემშვიდობებით და ავუხსნით, რომ ჩვენ ისეთ ადამიანებს ვეძებთ, რომლებიც საინფორმაციო გამოშვებებს უყურებენ)
2. კვირაში დაახლოებით რამდენჯერ უყურებთ? (სამზე ნაკლები პასუხის შემთხვევაში დავემშვიდობებით და ავუხსნით, რომ ჩვენ ისეთი ადამიანები გვჭირდება, რომლებიც მინიმუმ სამჯერ უყურებენ კვირაში საინფორმაციო გადაცემებს)
3. რომელ ასაკობრივ ჯგუფს მიეკუთვნებით:

• 12 - 15

• სხვა (ამ შემთხვევაშიც დავემშვიდობებით და ავუხსნით, რომ

ჩვენ კვლევაში მხოლოდ 12-დან 15 წლამდე ახალგაზრდები იღებენ მონაწილეობას)

ყველა კითხვაზე დადებითი პასუხის შემთხვევაში, მკვლევარი გაესაუბრება მოზარდის მშობელს, ჩაიწერს საკონტაქტო ინფორმაციას და გაიგებს ოჯახის სოციალური მდგომარეობის სტატუსსაც, შემოსავლის მიხედვით.

მსგავსი კითხვარის მიხედვით შეირჩევა ის 10 მონაწილე, რომელიც შემდეგ ფოკუს ჯგუფში მიიღებს მონაწილეობას. მათ მეორედ დაუკავშირდებიან და შეუთანხმდებიან.

ჯგუფის შედგენის შემდეგ კი, დისკუსიის დაწყებამდე მასტიმულირებელ მასალად სწორედ იმ სიუჟეტს გამოვიყენებთ, რომელიც საკვლევ სუბიექტებს უნდა ვაჩვენოთ. სწორედ ეს იქნება დისკუსიის დაწყების მასტიმულირებელი საშუალება.

და ბოლოს, რაც შეეხება მოდერატორის გაიდლაინს, აქ მკვლევარი შეადგენს კითხვებს, რომლებიც ორივე ფოკუს ჯგუფისთვის ერთი და იგივე იქნება. მოდერატორს კი, მათი გამოცვლა და საკუთარი სურვილისამებრ ფორმულირება, კვლევის საჭიროებებიდან გამომდინარე ნებისმიერ დროს შეეძლება. მოდერატორის კითხვები იქნება:

1. საინტერესო იყო თუ არა ეს სიუჟეტი თქვენთვის და რატომ?
2. მოგეწონათ თუ არა ის ფაქტი, რაც გადმოცემული იყო სიუჟეტში? რატომ?
3. გსიამოვნებთ თუ არა ასეთი სიუჟეტების ყურება? რატომ?
4. როგორ ფიქრობთ საჭიროა მსგავსი მასალის ყოველდღიურად მომზადება მთავარი საინფორმაციო გადაცემებისთვის?
5. რატომაა აუცილებელი, რომ მომზადდეს და რატომ არაა აუცილებელი რომ მომზადდეს?
6. ეთანხმებით თუ არა იმას, რომ ძალადობა ჩვეულებრივი მოვლენაა და არაფერია მასში გასაკვირი?
7. რატომ ეთანხმებით ან არ ეთანხმებით?
8. ამ კონკრეტულ შემთხვევაში თქვენი აზრით როგორ მოიქცა კონკრეტული პერსონაჟი? დაასაბუთეთ.
9. თქვენ როგორ მოიქცეოდით მის ადგილას?
10. როგორ ფიქრობთ, ეს სიუჟეტი შეიცავდა ძალადობის ელემენტებს? რაში გამოიხატებოდა ის?

## ინტერვიუ

კვლევის მთავარი მიზნის მისაღწევად მხოლოდ ფოკუს ჯგუფის ჩატარება არაა საკმარისი. ფოკუს ჯგუფის შედეგების განზოგადება მთლიან პოპულაციაზე ძალიან ძნელია. ამიტომ მეტი რეპრეზენტატიულობისა და თემის უკეთ საკვლევად ამ შემთხვევაში ინტერვიუს მეთოდის გამოყენებაც იქნება საჭირო. ჩაღრმავებული ინტერვიუ, რომლის გამოყენებაც ყველაზე შესაფერისი იქნება ამ შემთხვევაში, დეტალურ ცოდნას მოგვცემს კვლევის მთავარ სუბიექტებზე, როგორც მათი გამოკითხვით, ისე მათი ოჯახის წევრებისა და ახლობლების გამოკითხვითაც.

ინტერვიუ ნახევრად სტრუქტურული იქნება და მასში შევა როგორც აღწერითი, ასევე სტრუქტურული სახის კითხვები. ინტერვიუს პირველ ეტაპზევე საჭიროა მომზადება და პროტოკოლის შედგენა.

მიმდინარე კვლევისთვის ინტერვიუს ჩავატარებთ როგორც საკვლევ სუბიექტებთან, ასევე მათ მშობლებთან და მეგობრებთანაც. საკვლევ სუბიექტებთან ინტერვიუს დროს პროტოკოლი დაახლოებით შემდეგი სახის იქნება:

1. შეგიძლიათ მომიყვეთ როგორ დაიწყეთ საინფორმაციო გადაცემების ყურება? რამ გამოიწვია ეს?
2. გაიხსენეთ როდის დაინტერესდით საინფორმაციო გადაცემებით.
3. თავიდან როგორ იყო, მაშინ უფრო მეტ დროს უთმობდით ახალი ამბების გაგებას თუ ახლა?
4. ყველაზე მეტად გადაცემის რომელი ნაწილი მოგწონთ და რომელს უყურებთ სიამოვნებით?
5. რა მოგწონთ საინფორმაციო გადაცემებში?
6. რა არ მოგწონთ?
7. როგორ ფიქრობთ არის თუ არა საინფორმაციო გადაცემებში ძალადობა?
8. როგორი დამოკიდებულება გაქვთ ისეთი სიუჟეტების მიმართ, რომლებიც ოჯახურ ან მოზარდთა შორის კონფლიქტსა თუ დაპირისპირებას ეხება?
9. როგორ ფიქრობთ, უნდა შექდებოდეს მსგავსი ტიპის ინფორმაცია? რატომ?
10. გაინტერესებთ თუ არა ასეთი სიუჟეტები? რატომ?
11. რაიმე გრძნობა თუ გრჩებათ ასეთი სიუჟეტების ყურების შემდეგ? გაწუხებთ თუ არა?

მშობლებთან ინტერვიუს დროს პროტოკოლი შემდეგნაირი იქნება:

1. შეგიძლიათ გაიხსენოთ როდის დაიწყო თქვენმა შვილმა საინფორმაციო გადაცემების ყურება და რამ გამოიწვია ეს?
2. ვინ წყვეტს ოჯახში რომელ არხზე იქნება ტელევიზორი გადართული და რა პროგრამას უყურებთ?
3. თავიდან ბოლომდე უყურებთ საინფორმაციოს თუ მხოლოდ ნაწილს?
4. რომელ ნაწილს უყურებთ ხოლმე ყველაზე ხშირად და რატომ?
5. ხომ არ შეგიძინევიათ, რომ თქვენი შვილი რაიმე განსაკუთრებული ინტერესით უყურებდეს რომელიმე სიუჟეტს საინფორმაციო გადაცემაში?
6. თუ ყოფილა ასეთი შემთხვევა როდის იყო და რას უყურებდა ასეთი ინტერესით?



7. თუ შეგიმჩნევიათ, თქვენი შვილი მთლიანადაა ჩართული საინფორმაციო გადაცემის ყურებაში თუ მხოლოდ გარკვეული ტიპის სიუჟეტები აინტერესებს?
8. რაიმე ცვლილებას თუ ამჩნევთ ხოლმე საინფორმაციოს ყურების შემდეგ? ხასიათი ხომ არ ეცვლება?
9. თუ არის ცვლილება, როგორია ის?
10. კომენტარებს თუ აკეთებს ხოლმე სიუჟეტებზე და რას ამბობს?

მეგობართან ინტერვიუ კი, ასე გამოიყურება:

1. ერთად ყოფნის დროს რაზე საუბრობთ ხოლმე ძირითადად?
2. გაიხსენეთ თუ მოუყოლია როდესმე რაიმე გადაცემის შესახებ? რა უთქვამს?
3. საინფორმაციო გადაცემაზე ან მასში გასულ რომელიმე სიუჟეტზე თუ გილაპარაკიათ?
4. თუ წამოუწყია როდესმე ოჯახურ კონფლიქტებზე საუბარი?
5. რას ფიქრობს აგრესიასა და ძალადობაზე? მიუღებელია მისთვის თუ ჩვეულებრივი მოვლენაა?
6. თვითონ როგორია, მშვიდი თუ აფექტური?
7. კონფლიქტის დროს ცდილობს წყნარად მოაგვაროს საქმე თუ მაშინვე შეტევაზე გადმოდის?
8. შეგიძლიათ გაიხსენოთ თქვენი ჩხუბი? თუ ყოფილა ასეთი შემთხვევა?
9. თავად როგორი დამოკიდებულება გაქვთ აგრესიული საქციელის მიმართ?

რაც შეეხება დემოგრაფიულ ინფორმაციას აქ შემდეგი კითხვები იქნება:

მშობლებისთვის:

1. რომელ ასაკობრივ ჯგუფს მიეკუთვნებით?
  - a. 27-35
  - b. 36-42
  - c. 43-50
  - d. 51-56
2. განათლება
  - a. არასრული საშუალო
  - b. სრული საშუალო
  - c. არასრული უმაღლესი
  - d. სრული უმაღლესი
  - e. სხვა

### 3. ოჯახის თვიური შემოსავალია

- a. 300 ლარი და ნაკლები
- b. 300-600 ლარი
- c. 600-1000 ლარი
- d. 1000-2000 ლარი
- e. 2000 ლარი და მეტი

ბავშვებისთვის დემოგრაფიული მონაცემების შეგროვება საჭირო არ არის, ისინი ყველა 12-დან 15 წლამდე ასაკობრივ ჯგუფში შედიან. მათ არ აქვთ საკუთარი შემოსავალი და ყველა მათგანის განათლება ამ ეტაპზე არასრული საშუალოა.

ინტერვიუს პროტოკოლის შედგენის შემდეგ ინტერვიუერი უკვე საჭირო აღჭურვილობაზე იწყებს ზრუნვას. ინტერვიუს ჩასატარებლად ამ შემთხვევაში, ხმის ჩამწერი მოწყობილობაა საჭირო. ვიდეო კამერა არ გვჭირდება, ის რესპონდენტების დაძაბვას შეუწყობს ხელს. რაც შეეხება ინტერვიუს ჩასატარებელ ადგილს, მის არჩევაში რესპონდენტებს თავისუფლება ექნებათ. ეს შეიძლება იყოს სახლი ან საყვარელი ადგილი საკვლევი სუბიექტებისა და მათი მეგობრების შემთხვევაში. მშობლების შემთხვევაში კი, ალბათ, უფრო სახლი იქნება. მთავარია რესპონდენტმა თავისუფლად იგრძნოს თავი, ამიტომ ადგილსაც ის აირჩევს.

იმისათვის, რომ რესპონდენტები ინტერვიუზე შევითანხმოთ, მათ ინდივიდუალურად დავუკავშირდებით, მივალთ სკოლაში და პირადად შევუთანხმდებით ინტერვიუზე, მშობლის თანდასწრებით.

შერჩევისას გამოვიყენებთ მიზნობრივი შერჩევის მეთოდს და სუბიექტების დემოგრაფიული მონაცემების შემთხვევაში, დავიცავთ საერთო პოპულაციის მიხედვით არსებულ პროპორციას. რესპონდენტების გამოკითხვას მანამდე გავაგრძელებთ, სანამ ყველაფერს არ ამოვწურავთ. ამიტომ, საკვლევი ერთობლიობა წინასწარ არ გვაქვს შედგენილი.

რაც შეეხება ინტერვიუს ხანგრძლივობას, ის არ იქნება ძალიან დიდი, რადგან ძირითადად ურთიერთობა გვექნება მოზარდებთან, რომლებიც სიცოცხლით სავსე ადამიანები არიან და დიდხანს ერთ ადგილზე გაჩერება არ შეუძლიათ.

ბოლოს კი, ანგარიში მომზადდება რეალისტური ნარატივის ფორმატში. ყველაფერი მესამე პირში იქნება აღწერილი.

## ბიბლიოგრაფია

ქორიძე, ზვიად, გაზეთის გამოშვება, კავკასიის უნივერსიტეტი, კავკასიის მედიის სკოლა, მაისი 28, 2010

Oregon State University, Media Effects Theories, Cultivation Theory. გამოყენებულია მარტი, 15, 2011. <http://oregonstate.edu/instruct/comm321/gwalker/effectsmedia.htm>

ARCHITA VARMA, Department of Applied Psychology (2003). Impact of Watching International Television Programs on Adolescents in India: A research Note. University of Delhi, South Campus, New Delhi, India

Anderson Craig A. & Bushman Brad J. (2001). Effects of Violent Video Games on Aggressive Behavior, Aggressive Cognition, Aggressive Affect, Physiological Arousal, and Prosocial Behavior: A Meta-Analytic Review of the Scientific Literature. *Psychological Science*, No.5 (pp. 353-359)

Drabman Ronald S. & Thomas Margaret Hanratty (1976). Does Watching Violence on Television Cause Apathy? Florida Technological University, Orlando (pp. 329-331)

## დანართი

### # 1 კოდირების სახელმძღვანელო

1. სიუჟეტის საიდენტიფიკაციო ნომერი (1-დან იქამდე, რამდენი სიუჟეტიც იქნება)
  2. ტელეკომპანია
    - a. „იმედი“
    - b. „რუსთავი 2“
  3. სიუჟეტის გაშვების თარიღი (დღე, თვე და რიცხვი)
  4. სიუჟეტი მოთავსებულია
    - a. პირველ ბლოკში
    - b. მეორე ბლოკში
  5. სიუჟეტის ხანგრძლივობა
    - a. 3 წუთი
    - b. 4 წუთი
    - c. 4 წუთი და მეტი
    - d. სხვა
  6. არის თუ არა სიუჟეტში ძალადობის ამსახველი კადრები
    - a. არის
    - b. არ არის
  7. კადრების არსებობის შემთხვევაში, როგორ არის ამბავი გადმოცემული
    - a. რეალური კადრებით
    - b. დადგმული კადრებით
  8. რომელ სოციალურ ფენაზეა სიუჟეტი
    - a. საშუალო ფენა
    - b. დაბალი ფენა
    - c. სხვა
  9. მონაწილეობს თუ არა სიუჟეტში მოზარდი
    - a. მონაწილეობს
    - b. არ მონაწილეობს
  10. სიუჟეტი არის
    - a. ოჯახურ ძალადობაზე
    - b. მოზარდებს შორის ძალადობაზე
-

- c. სექსუალურ ძალადობაზე
- d. სხვა
- e. შერეული (სექსუალურ და ოჯახურ ძალადობაზე; მოზარდებს შორის და სექსუალურ ძალადობაზე)

## # 2 ფოკუს ჯგუფის გასაცხრილი კითხვები

1. უყურებთ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებს? (უარყოფითი პასუხის შემთხვევაში დავემშვიდობებით და ავუხსნით, რომ ჩვენ ისეთ ადამიანებს ვეძებთ, რომლებიც საინფორმაციო გამოშვებებს უყურებენ)
2. კვირაში დაახლოებით რამდენჯერ უყურებთ? (სამზე ნაკლები პასუხის შემთხვევაში დავემშვიდობებით და ავუხსნით, რომ ჩვენ ისეთი ადამიანები გვჭირდება, რომლებიც მინიმუმ სამჯერ უყურებენ კვირაში საინფორმაციო გადაცემებს)
3. რომელ ასაკობრივ ჯგუფს მიეკუთვნებით:
  - 12 - 15
  - სხვა (ამ შემთხვევაშიც დავემშვიდობებით და ავუხსნით, რომ ჩვენ კვლევაში მხოლოდ 12-დან 15 წლამდე ახალგაზრდები იღებენ მონაწილეობას)

## # 3 მოდერატორის კითხვები

1. საინტერესო იყო თუ არა ეს სიუჟეტი თქვენთვის და რატომ?
2. მოგეწონათ თუ არა ის ფაქტი, რაც გადმოცემული იყო სიუჟეტში? რატომ?
3. გსიამოვნებთ თუ არა ასეთი სიუჟეტების ყურება? რატომ?
4. როგორ ფიქრობთ საჭიროა მსგავსი მასალის ყოველდღიურად მომზადება მთავარი საინფორმაციო გადაცემებისთვის?
5. რატომაა აუცილებელი, რომ მომზადდეს და რატომ არაა აუცილებელი რომ მომზადდეს?
6. ეთანხმებით თუ არა იმას, რომ ძალადობა ჩვეულებრივი მოვლენაა და არაფერია მასში გასაკვირი?
7. რატომ ეთანხმებით ან არ ეთანხმებით?
8. ამ კონკრეტულ შემთხვევაში თქვენი აზრით როგორ მოიქცა კონკრეტული პერსონაჟი? დაასაბუთეთ.

9. თქვენ როგორ მოიქცევოდით მის ადგილას?
10. როგორ ფიქრობთ, ეს სიუჟეტი შეიცავდა ძალადობის ელემენტებს? რაში გამოიხატებოდა ის?

#### # 4 ინტერვიუს პროტოკოლი

საკვლევი სუბიექტებისთვის:

1. შეგიძლიათ მომიყვეთ როგორ დაიწყეთ საინფორმაციო გადაცემების ყურება? რამ გამოიწვია ეს?
2. გაიხსენეთ როდის დაინტერესდით საინფორმაციო გადაცემებით.
3. თავიდან როგორ იყო, მაშინ უფრო მეტ დროს უთმობდით ახალი ამბების გაგებას თუ ახლა?
4. ყველაზე მეტად გადაცემის რომელი ნაწილი მოგწონთ და რომელს უყურებთ სიამოვნებით?
5. რა მოგწონთ საინფორმაციო გადაცემებში?
6. რა არ მოგწონთ?
7. როგორ ფიქრობთ არის თუ არა საინფორმაციო გადაცემებში ძალადობა?
8. როგორი დამოკიდებულება გაქვთ ისეთი სიუჟეტების მიმართ, რომლებიც ოჯახურ ან მოზარდთა შორის კონფლიქტსა თუ დაპირისპირებას ეხება?
9. როგორ ფიქრობთ, უნდა შექდებოდეს მსგავსი ტიპის ინფორმაცია? რატომ?
10. გაინტერესებთ თუ არა ასეთი სიუჟეტები? რატომ?
11. რაიმე გრძნობა თუ გრჩებათ ასეთი სიუჟეტების ყურების შემდეგ? გაწუხებთ თუ არა?

მშობლებისთვის:

1. შეგიძლიათ გაიხსენოთ როდის დაიწყო თქვენმა შვილმა საინფორმაციო გადაცემების ყურება და რამ გამოიწვია ეს?
2. ვინ წყვეტს ოჯახში რომელ არხზე იქნება ტელევიზორი გადართული და რა პროგრამას უყურებთ?
3. თავიდან ბოლომდე უყურებთ საინფორმაციოს თუ მხოლოდ ნაწილს?
4. რომელ ნაწილს უყურებთ ხოლმე ყველაზე ხშირად და რატომ?

5. ხომ არ შეგიძნევიათ, რომ თქვენი შვილი რაიმე განსაკუთრებული ინტერესით უყურებდეს რომელიმე სიუჟეტს საინფორმაციო გადაცემაში?
6. თუ ყოფილა ასეთი შემთხვევა როდის იყო და რას უყურებდა ასეთი ინტერესით?
7. თუ შეგიძნევიათ, თქვენი შვილი მთლიანადაა ჩართული საინფორმაციო გადაცემის ყურებაში თუ მხოლოდ გარკვეული ტიპის სიუჟეტები აინტერესებს?
8. რაიმე ცვლილებას თუ ამჩნევთ ხოლმე საინფორმაციოს ყურების შემდეგ? ხასიათი ხომ არ ეცვლება?
9. თუ არის ცვლილება, როგორია ის?
10. კომენტარებს თუ აკეთებს ხოლმე სიუჟეტებზე და რას ამბობს?

მეგობრებისთვის:

1. ერთად ყოფნის დროს რაზე საუბრობთ ხოლმე ძირითადად?
2. გაიხსენეთ თუ მოუყოლია როდესმე რაიმე გადაცემის შესახებ? რა უთქვამს?
3. საინფორმაციო გადაცემაზე ან მასში გასულ რომელიმე სიუჟეტზე თუ გილაპარაკიათ?
4. თუ წამოუწყია როდესმე ოჯახურ კონფლიქტებზე საუბარი?
5. რას ფიქრობს აგრესიასა და ძალადობაზე? მიუღებელია მისთვის თუ ჩვეულებრივი მოვლენაა?
6. თვითონ როგორია, მშვიდი თუ აფექტური?
7. კონფლიქტის დროს ცდილობს წყნარად მოაგვაროს საქმე თუ მაშინვე შეტევაზე გადმოდის?
8. შეგიძლიათ გაიხსენოთ თქვენი ჩხუბი? თუ ყოფილა ასეთი შემთხვევა?
9. თავად როგორი დამოკიდებულება გაქვთ აგრესიული საქციელის მიმართ?