

მედია მფლობელები და სატელევიზიო არხების სარედაქციო პოლიტიკა

(საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „რუსთავი 2-ის“, „იმედისა“ და  
„კავკასიის“ მაგალითზე)

დავით ფარულავა

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
მეცნიერებათა და ხელოვნების ფაკულტეტზე მედიის, ჟურნალისტიკისა და  
კომუნიკაციის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების  
შესაბამისად*

პროგრამა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თამარ კინწურაშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

მეცნიერებათა და ხელოვნების ფაკულტეტი

ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2015

## განაცხადი

როგორც წარდგენილი სადისერტაციო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

დავით ფარულავა

2015 წ. 6 ივლისი

## აბსტრაქტი

კვლევა, რომელიც ორი ძირითადი ნაწილისგან შედგება თვისებრივ და რაოდენობრივ ინფორმაციას მოიცავს 5 ქართული ტელეარხის, მათი მეფლობელებისა და სარედაქციო პოლიტიკის შესახებ. კვლევა მიმოიხილავს მედიამფლობელებსა და მათ კუთვნილებებს. კვლევაში მოცემულია „რუსთავი 2“-ის, საზოგადოებრივი მაწყებლის, „იმედისა“ და „კავკასიის“ პრაიმთაიმში გასული საინფორმაციო გამოშვებების თემატური ბადეები. წარმოდგენილია, თუ რომელი თემით ინტერესდება რომელი არხი. კვლევაში დათვლილია თითოეული არხის მიერ გაშუქებული ახალი ამბების პროცენტული წილები ყველა არხის საინფორმაციოს ახალი ამბებს შორის.

კვლევამ აჩვენა, რომ არხების საინფორმაციო ბადეები ერთმანეთისგან ტენდენციურად არ განსხვავდება. რაც შეეხება მედიამფლობელებს, ამ რაოდენობრივ მონაცემებზე დაყრდნობით ვერც იმას ვიტყვით, რომ რომელიმე მათგანს რომელიმე პოლიტიკური გუნდის მხარე უჭირავს, განსაკუთრებით კი მაშინ, როდესაც ამის დანამდვილებით თქმის საშუალებას არც მათი ბიოგრაფიები გვაძლევს.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები: მედია მეფლობელები, ახალი ამბები, ტელეკომპანიები**

## **Abstract**

This thesis, containing of two major parts – qualitative and quantitative, covers information on 5 Georgian broadcasters, their owners and editorial policy. The research reviews media owners and their properties. The paper includes news agenda of following TV-companies: Rustavi 2, National Broadcaster, Imedi and Kavkasia. The paper reviews which topics are most interesting for each broadcaster. We counted the percentage of news covered by each company among the whole quantity by all 5 boadcaasters.

The study showed that news agendas of these broadcasters are not so different from each other therefor they do not stand out. As for media owners, this quantitative data doesn't allow us to say they favour any of political groups. We are not allowed to say so even considering their biographies did not show such either.

**Key Words: media ownership, news agenda, news, broadcasters**