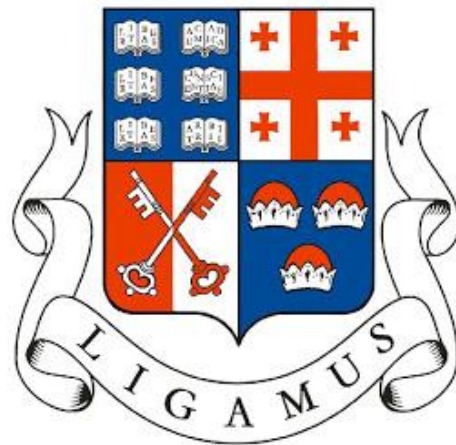


ქართული ტელევიზიების რეიტინგების განმაპირობებელი ფაქტორები

ელენე ჩიტაშვილი

სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის მეცნიერებისა და ხელოვნების ფაკულტეტზე მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ასოცირებული პროფესორი ლევან თარხნიშვილი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2015

ანოტაცია

როგორ შეიცვალა მედია ტექნოლოგიები ბოლო ათწლეულის მანძილზე?! 15 წლის წინ ალბათ ვერც კი წარმოვიდგენდით, თუ რა ცვლილებები და ტექნოლოგიური წინსვლა გვექნებოდა 2015 წლამდე. ტექნოლოგიურმა რევოლუციამ მოიცვა მთლიანი მედია სივრცე: ტელევიზია, რადიო, ინტერნეტი და გაზეთი. თუ ადრე ვერ ვუყურებდით ძველ გადაცემას, ახლა ეს თავისუფლად შესაძლებელია. რაც შეეხება რადიოს, შეიქმნა ინტერნეტ რადიოები, რომლებიც პირდაპირ ეთერში, ინტერნეტის საშუალებით გვთავაზობენ იგივე გადაცემას, რომელსაც რადიო ტალღაზე ვუსმენთ. ასევე შესაძლებელია ძველი გადაცემების ჩანაწერების ნახვა და ჩვენთვის სასურველ დროს მოსმენა. ეს ყველაფერი უადვილებს ადამიანს ცხოვრებას და საშუალებას აძლევს მოუცლელობის მიუხედავად, მაინც ინფორმირებული იყოს. ინტერნეტი ბევრ შესაძლებლობას გვაძლევს. ტელევიზიაში მომუშავე ტექნიკური ჯგუფი ვალდებულია გაითვალისწინოს ის ფაქტი, რომ გადაცემებს მომხმარებელი, მხოლოდ ტელევიზორში არ უყურებს, არამედ უკვე მობილურ ტელეფონში, კომპიუტერში და ა.შ.

აქედან გამომდინარე, ტელემაუწყებლობა დგება ახალი გამოწვევების წინაშე, ჩნდება აუცილებლობა, რათა იყოს მუდმივი განახლება შემოთავაზებულ მომსახურებაში და ტელევიზიები ყოველთვის ცდილობდნენ მაყურებლის დაინტერესებას ამა თუ იმ პროგრამით. თანამედროვე პირობებში სატელევიზიო აუდიტორიის ჩართულობა, ინტერნეტს კონკურენციას გაუწევს და რეიტინგზეც აისახება.

Annotation

How Media Technology has changed in the last ten years?! 15 years ago you could not have imagined the changes and technological progress we would have until 2015. Technological revolution swept the media: TV, radio, Internet and newspapers. If we could not watch old programs in the past, it is freely possible now. As for the radio, there were created Internet radios, which offer the same program on live broadcast via the Internet, what we listen on the radio. It is also possible to see old records and to listen to them at desired times. All this makes human's life easier, and allows the person to remain informed despite of being busy. Internet gives us many possibilities. TV technical working group shall take into account the fact that consumers do not watch programs only on TV, but also in the mobile phone, computer, etc.

Therefore broadcast TV gets new challenges, there is a need of constant updates in offered service and TVs shall always try to get the audience's interest in this or that program. In modern conditions inclusion of TV audience would compete with the Internet, and this will be also reflected on rates.

შინაარსი

| | |
|--|----|
| შესავალი..... | 5 |
| თავი 1 ლიტერატურის მიმოხილვა..... | 7 |
| თავი 2 მედია კომუნიკაციების ცნება | |
| 2.1 მედია კომუნიკაციების ზოგადი დახასიათება..... | 21 |
| 2.2 თანამედროვე ქართული მედია..... | 23 |
| 2.3 საქართველოს მედიაბაზრის მოკლე მიმოხილვა..... | 25 |
| 2.4 კომპანია „თი-ვი-ემ-არ საქართველო“..... | 26 |
| თავი 3 პრაქტიკული ნაწილი | |
| 3.1 ტელემაუწყებლების პრიორიტეტების კვლევა..... | 29 |
| 3.2 კვლევის შედეგების ანალიზი..... | 39 |
| 3.3 საინფორმაციო ტიპის გადაცემები (კვლევა)..... | 41 |
| დასკვნები და რეკომენდაციები..... | 48 |
| გამოყენებული ლიტერატურა..... | 51 |
| დანართი №1..... | 52 |