

მედია გაშუქებისა და საზოგადოების განწყობების კვლევა დღის  
წესრიგის თეორიის მიხედვით

თამარ გაგნიაშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
მეცნიერებისა და ხელოვნების ფაკულტეტზე მედია მკვლევარის მაგისტრის  
აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

მედია, ჟურნალისტიკა და კომუნიკაცია: პრაქტიკა, კვლევა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო დანელია, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2016

## აბსტრაქტი

წინამდებარე სამაგისტრო ნაშრომში წარმოდგენილია მედიის დღის წესრიგის, როგორც კომუნიკაციის თეორიების ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი კონცეფციის რაობა და მისი ჩამოყალიბების პროცესი. განხილულია მედიის, როგორც აქტორის როლი და გავლენა საზოგადოებრივი განწყობების ჩამოყალიბების პროცესში. თანამედროვე რეალობაში მედიის მნიშვნელობის ზრდის პარალელურად, იზრდება დაინტერესება იმ მექანიზმებისა და ინსტრუმენტების მიმართ, რომლითაც მედიას შეუძლია ფართო აუდიტორიაზე ზემოქმედება და რეალური საკითხების საკუთარი პრიზმიდან წარმოჩენა.

წარმოდგენილ ნაშრომში განხილულია მედიის დღის წესრიგის საზოგადოებრივ დღის წესრიგთან შესაძლო კავშირის საკითხი. აღწერილია გაშუქების პროცესში მედიის მიერ თემის მნიშვნელობის გაზრდისთვის გამოყენებული მექანიზმები, პროცესში მონაწილე და პროცესზე შესაძლო გავლენის მქონე მხარეები. გამოკვეთილია მედიის გავლენების განსაკუთრებული ზრდა წინასაარჩევნო პერიოდში.

აღნიშნულზე დაყრნობით, კვლევის ნაწილში წარმოდგენილია საზოგადოების განწყობების ფართომასშტაბიანი კვლევისა და მედია გაშუქების მონიტორინგის შედეგების ერთობლივი ანალიზი. გაანალიზებულია მათ შორის დაფიქსირებული კავშირების და განსხვავებების გამოკვეთილი შემთხვევები. დიაგრამებისა და ცხრილების სახით სხვადასხვა ჭრილშია წარმოდგენილი მედიის მიერ ყველაზე ხშირად გაშუქებული თემების, მათი საინფორმაციო ბადეში განთავსების, მათთვის დათმობილი დროისა და საზოგადოების განწყობების მიხედვით ყველაზე მოწონებადი პოლიტიკოსების გაშუქების შემთხვევები.

კვლევის შედეგები მნიშვნელოვანი ინფორმაციაა მედიის, საზოგადოებრივი აზრისა და წინასაარჩევნო პერიოდის კვლევებით დაინტერესებული ადამიანების, ორგანიზაციებისა და მკვლევართათვის.

**საძიებო სიტყვები:** მედიის დღის წესრიგი, პრაიმინგი, დღის წესრიგის შენება, თემის პოზიციონირება, ფორმატი, ბლოკი, გავლენა.

## Abstract

The given thesis presents Media Agenda as the most important essence of the concept and its formation process of the communication theories. It discusses the media role and influence as an actor in formation of society opinions. In the modern reality, simultaneously with media meaning growth, the interest toward the mechanisms and instruments is growing too, via the media can influence on the wide audience and presenting the real issues from its prism.

The given work discusses on the possible link between media agenda and society agenda issue. Here is described the mechanism which is used by media for increasing the importance of the issue during the reporting process, also the parties participating in the process and having the possible influence on the process. It highlights the media influence increment during the election period.

On the basis mentioned above, in the part of the research, the joint analysis of society mood's wide-scale research and media reporting monitoring results is presented. Also is analyzed the distinct cases of links between them and differences. In the form of diagrams and tables, in different aspects are presented the topics most often covered by media, placing them in the wide-scale net, the time for it and the cases of reporting the most popular politicians of the society.

The results of the research is the meaningful information for the people, organizations and researchers interested in media, society opinion and pre-election period surveys.

**Keywords:** Media Agenda, Priming, Agenda-building, topic positioning, format, block, impact/influence.