



ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
სოციალურ

და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ჟურნალისტიკა და მასობრივი კომუნიკაცია

თამთა ნაკუდაიძე

აგრარული პრობლემების პრიორიტეტები რეგიონული მედიის
ფოკუსში

ნაშრომი შესრულებულია ჟურნალისტიკის ბაკალავრის აკადემიური
ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: მარი წერეთელი

პროფესორი

თბილისი, 2026 წელი

სარჩევი

ანოტაცია	1
შესავალი	2
თავი 1. ლიტერატურის მიმოხილვა	5
თავი 2. კვლევის დიზაინი	13
თავი 3. კვლევის შედეგები	17
თავი 3.1. გადაცემა „მე ვარ ფერმერი“	17
თავი 3.2 გაზეთი „ბოლნისი“	22
თავი 3.3 ონლაინ გამოცემა „ზუგდიდელები“	25
თავი 3.4 შედარებითი ანალიზი	29
დასკვნა	32
გამოყენებული ლიტერატურა	37
დანართი	39

ანოტაცია

წარმოდგენილი საბაკალავრო ნაშრომის - „აგრარული პრობლემების პრიორიტეტები რეგიონული მედიის ფოკუსში“ მიზანია, შეისწავლოს, როგორ აშუქებენ რეგიონული ონლაინმედიები, ბეჭდური გამოცემები და ტელევიზიები აგროსექტორთან დაკავშირებულ საკითხებსა და გამოწვევებს. კვლევა ფოკუსირებულია იმაზე, თუ რამდენად ეფექტიანად ასრულებს აგრარული ჟურნალისტიკა თავის ფუნქციას სოფლის მეურნეობის თემების გაშუქების პროცესში, განსაკუთრებით იმ პირობებში, როდესაც აგროსექტორი საქართველოს სოციალური და ეკონომიკური განვითარების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიმართულებას წარმოადგენს.

ნაშრომში გაანალიზებულია, თუ რომელ აგრარულ თემებს უთმობენ განსაკუთრებულ ყურადღებას კვლევის ობიექტად შერჩეული მედიასაშუალებები, როგორია მათ მიერ მომზადებული მასალების ჟანრობრივი სტრუქტურა და რა ძირითადი ტენდენციები იკვეთება აგრარული საკითხების გაშუქებისას.

აგრარული ჟურნალისტიკა ჟურნალისტიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა, რომლის სპეციფიკა და როლი ქართულ რეგიონულ მედიაში დღემდე ნაკლებად არის შესწავლილი, რაც წარმოდგენილი კვლევის აქტუალობას განაპირობებს.

კვლევის მეთოდად გამოყენებულია კონტენტ-ანალიზი. საკვლევი კითხვები ასახავს კვლევის მიმართულებას. კვლევის შედეგები შეჯამებულია ნაშრომის დასკვნაში.

კვლევა მოიცავს 2025 წლის იანვრიდან დეკემბრის ჩათვლით პერიოდს. შესწავლის ობიექტებად შერჩეულია ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერი“, გაზეთი „ბოლნისი“ და ონლაინმედია „ზუგდიდელები“.

შესავალი

წინამდებარე ნაშრომის მიზანია, შეისწავლოს, რა თემატური პრიორიტეტები იკვეთება სასოფლო-სამეურნეო საკითხების გაშუქებისას ქართულ რეგიონულ მედიაში და რამდენად შეესაბამება ეს პრიორიტეტები აგროსექტორის რეალურ გამოწვევებს.

თანამედროვე ჟურნალისტიკაში სპეციალიზებული და დარგობრივი ჟურნალისტიკის მნიშვნელობა თანდათან იზრდება, რადგან იგი ჟურნალისტებს შესაძლებლობას აძლევს კონკრეტული სფეროები და მათთან დაკავშირებული პრობლემები სიღრმისეულად და კონსტრუქციულად გააანალიზონ. ასეთ შემთხვევაში მედიის ყურადღება მიმართულია კონკრეტული დარგისა და მისი გამოწვევებისკენ. ნიშური ჟურნალისტიკის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიმართულებას სოფლის მეურნეობის ჟურნალისტიკა წარმოადგენს, რომელიც ისტორიულად სოფლის გაზეთებისა და სასოფლო-სამეურნეო ბიულეტენების საფუძველზე ჩამოყალიბდა და თანამედროვე ციფრულ პლატფორმებამდე განვითარდა. ამ პროცესმა აგრარული ინფორმაციის გავრცელება უფრო ხელმისაწვდომი, მრავალფეროვანი და ინტერაქტიული გახადა.

აგრარული მედიისა და რეგიონული მედიასაშუალებების საქმიანობის ანალიზი შესაძლებლობას იძლევა გამოიკვეთოს, თუ რომელ საკითხებზე ამახვილებენ ისინი ყურადღებას და რამდენად ეფექტურად ასრულებენ ინფორმაციულ, საგანმანათლებლო და საზოგადოებრივ ფუნქციებს. მიუხედავად იმისა, რომ სოფლის მეურნეობა საქართველოს ეკონომიკის, კულტურისა და სოციალური განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სფეროა, ნაკლებადაა შესწავლილი, თუ რა ადგილი უჭირავს აგრარულ თემებს რეგიონული მედიის დღის წესრიგში და რომელი საკითხები განიხილება პრიორიტეტულად.

საქართველოში აგროჟურნალისტიკის განსაკუთრებული მნიშვნელობა განპირობებულია იმით, რომ სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა ძირითადად რეგიონებშია კონცენტრირებული. შესაბამისად, სწორედ რეგიონულ მედიას აქვს შესაძლებლობა, ოპერატიულად და სიღრმისეულად გააშუქოს ადგილობრივი ფერმერების, მეწარმეების და სოფლის მეურნეობის სექტორის წარმომადგენლების წინაშე არსებული გამოწვევები.

ცენტრალური მედიისგან განსხვავებით, რეგიონული მედიასაშუალებები ადგილობრივ პრობლემებთან უფრო ახლოს დგანან, რაც მათ მნიშვნელოვან როლს ანიჭებს აგრარული საკითხების გაშუქების პროცესში.

აგრარული თემების აქტუალობას კიდევ უფრო ზრდის საქართველოსა და ევროკავშირის შორის 2014 წლის 27 ივნისს ხელმოწერილი „ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ“ (DCFTA) შეთანხმება, რომელმაც საქართველოსთვის ევროკავშირის ბაზარზე წვდომის შესაძლებლობა შექმნა და ხელი შეუწყო სავაჭრო ურთიერთობების ლიბერალიზაციას. ამავდროულად, მან სოფლის მეურნეობის სექტორის წინაშე ახალი მოთხოვნები და სტანდარტები დააყენა, მათ შორის სანიტარული და ფიტოსანიტარული ნორმების დაცვა, პროდუქციის ხარისხის კონტროლი და ბაზრის ზედამხედველობის მექანიზმების გაუმჯობესება. აღნიშნულმა პროცესებმა გაზარდა აგრარული საკითხების შესახებ სანდო და პროფესიული ინფორმაციის გავრცელების აუცილებლობა, რაც მედიის როლს, განსაკუთრებით კი რეგიონული მედიის მნიშვნელობას, კიდევ უფრო ზრდის.

2025 წლის მონაცემების შესწავლა შესაძლებლობას გვაძლევს დავაკვირდეთ, როგორ ვითარდება თანამედროვე სოფლის მეურნეობა საქართველოში და რა მიმართულებებით აშუქებს ამ სფეროს რეგიონული მედია.

აღსანიშნავია, რომ მედია, როგორც დამოუკიდებელი სოციალური ინსტიტუტი, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე, ცნობიერების ამაღლებასა და ინფორმაციის გავრცელებაზე. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია შეფასდეს, რამდენად აქტიურად არის წარმოდგენილი აგრარული თემები რეგიონულ მედიაში და რა საკითხებს ანიჭებენ უპირატესობას მედიასაშუალებები.

კვლევა აქტუალურია, რადგან რეგიონული მედიების როლი ყოველდღიურად იზრდება, განსაკუთრებით კი აგრარული თემების გაშუქების დროს, რადგან სოფლის მეურნეობის სხვადასხვა კულტურები სწორედ რეგიონებშია კონცენტრირებული და იქ მიმდინარე პროცესების აქტიური გაშუქების მისია კი სწორედ რეგიონულ მედიას აკისრია.

განსაკუთრებით მაშინ როცა სოფლის მეურნეობის სექტორის წინაშე არსებული რეალობა ყოველდღე იცვლება: ახალი მოთხოვნები და სტანდარტები, სანიტარული და ფიტოსანიტარული ნორმების დაცვა, პროდუქციის ხარისხის კონტროლი და ბაზრის ზედამხედველობის მექანიზმები კი ყოველდღიურად უმჯობესდება. აღნიშნულმა პროცესები კი ზრდის მოთხოვნას აგრარული საკითხების შესახებ სანდო და პროფესიული ინფორმაციის გავრცელების აუცილებლობასთან დაკავშირებით, რაც საქართველოში რეგიონული მედიის მნიშვნელობას, კიდევ უფრო ზრდის.

კვლევის ობიექტს წარმოადგენს ქართული რეგიონული მედიის მიერ სოფლის მეურნეობის საკითხების გაშუქება, ხოლო კვლევის საგანია აგრარული თემების პრიორიტეტები, სიხშირე და თემატური მიმართულებები რეგიონულ მედიაში 2025 წლის განმავლობაში. კვლევა მიზნად ისახავს შეისწავლოს, რამდენად აქტიურად აშუქებს რეგიონული მედია სოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებულ პრობლემებსა და გამოწვევებს, რა თემატური მიმართულებები დომინირებს სხვადასხვა ტიპის მედიასაშუალებებში და რა ადგილი უჭირავს აგრარულ საკითხებს რეგიონული მედიის დღის წესრიგში. ამასთანავე შევისწავლოთ თუ რა სპეციფიკით შუქდება რეგიონულ მედიაში აგროთემატიკის საკითხები და რამდენადაა ასახული ამ სფეროს გამოწვევები და პრობლემები რეგიონული მედიის სხვადასხვა პლატფორმაზე.

თავი 1. ლიტერატურის მიმოხილვა

სოფლის მეურნეობა და ამ სფეროში არსებული გამოწვევები ერთ-ერთი საკვანძო საკითხია, როცა საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური ცხოვრების განვითარებაზე ვსაუბრობთ. სოფლის მეურნეობა ოდითგანვე მნიშვნელოვან როლს ასრულებდა და დღესაც ასრულებს ქვეყნის განვითარებაში, მიუხედავად ამისა, აღნიშნული სფერო სრულად და საგანგებოდ შესწავლილი არ არის. თუ გადავხედავთ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ წარმოდგენილ კვლევებს, ვნახავთ, რომ საქართველოში სოფლის მეურნეობის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში (მშპ) ყოველწლიურად იკლებს. 2024 წლის მონაცემებით მისი წილი წარმოადგენდა 6.2 პროცენტს, 2025 წლის მონაცემებით კი ეს მაჩვენებელი 5.2 პროცენტს გაუტოლდა.

საქართველოს სოფლის მეურნეობის 2026 წლის პირველი კვარტალის წინასწარ შედეგების მიხედვით, მაგალითად, მეცხოველეობის დარგი უდიდესი გამოწვევის წინაშე დგას, რადგან მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის სულადობა და ფრინველების რაოდენობის პროცენტული მაჩვენებელი წინა წლის მონაცემებთან შედარებით არა თუ გაიზარდა, არამედ შემცირდა. ამ მხრივ, ყველაზე დიდი კლება შეინიშნება მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის რაოდენობაში, რადგან წინა წლის მაჩვენებელთან შედარებით მათი სულადობა 7 პროცენტით შემცირდა. ეს კი პირდაპირ პროპორციულია რძის წარმოების მაჩვენებელთან, სადაც 2025 წლის მონაცემებთან შედარებით, რძის წარმოება 1.2 პროცენტით შემცირდა, თუმცა მომატებულია ხორცისა და კვერცხის წარმოება.

რა არის საჭირო იმისათვის, რომ სოფლის მეურნეობის დარგმა სიცოცხლის უნარიანობა და მდგრადობა შეინარჩუნოს? – ეს ის ერთ-ერთი მთავარი კითხვაა, რომელსაც სოფლის მეურნეობის შესწავლის დროს ვაწყდებით. ნინო ნადიბაიძე სტატიაში „აგრარული რისკების შეფასება და მათი დაძლევის სტრატეგიები“ განიხილავს აგრარული რისკების მენეჯმენტს, ფერმის შიდა და გარე რისკებს და გვაცნობს სტრუქტურირებული რისკმენეჯმენტის 4 მნიშვნელოვანს ეტაპს, რომლებიცაა: იდენტიფიკაცია, შეფასება, მართვა და კონტროლი. აღსანიშნავია, რომ სტატიაში ავტორი ხაზს უსვამს ფერმერების

მნიშვნელობას და მეურნეობებში რისკ-ფაქტორების შეფასებასა და განსაზღვრაში მთავარ პასუხისმგებლობას ზუსტად მათ აკისრებს. მისი განმარტებით, სახელმწიფოს პოლიტიკის როლი მნიშვნელოვანია, თუმცა მათი მთავარი როლი უნდა გამოიკვეთოს ბაზარზე დაფუძნებული რისკის მართვის ინსტრუმენტების განვითარებაში (ნადიბაიძე, 2021)

აგრარული რისკების შეფასება და გაშუქება დროთა განმავლობაში უფრო აქტუალური ხდება, რადგან ტრადიციული რისკების გარდა, ფერმერები დღესდღეობით აწყდებიან ისეთ გამოწვევებს, როგორებიცაა: კლიმატის ცვლილება, ბაზრების გაფართოება, ფასების სწრაფი ცვლილება და გლობალიზაცია. ამიტომაც, სტატიის ავტორი მნიშვნელოვნად მიიჩნევს, რომ აგრარული რისკების მენეჯმენტი მოხდეს პოლისტიკური მდგომიით.

აგრარული რისკების გაანალიზებისა და შესწავლის დროს აუცილებელია, მოხდეს მათი სწორი კლასიფიკაცია, ამიტომაც ავტორი რისკებს წარმოშობის მიხედვით ორ დიდ ჯგუფად ყოფს - შიდა და გარე რისკებად, რაც ანალიზისა და შეფასებას აადვილებს. შიდა რისკების ჯგუფში ერთიანდება: წარმოების, ადამიანური რესურსის, ფინანსური და ძირითადი საშუალებების რისკები, ხოლო გარე რისკების ჯგუფი მოიცავს: საბაზრო, პოლიტიკურ და სხვა რისკებს.

ნინო ნადიბაიძის აზრით, მთავარ გამოწვევად სოფლის მეურნეობაში ისევ რჩება კომუნიკაციის ნაკლებობა პრაქტიკის, მეცნიერებისა და პოლიტიკის წარმომადგენლებს შორის, რაც ხელს უშლის საკითხის კომპლექსურ გააზრებას.

აღსანიშნავია, რომ 2014 წლის ივნისს საქართველოსა და ევროკავშირის შორის „ღრმა და ყოვლისმომცველი ვაჭრობის“ (DCFTA) შეთანხმებას მოეწერა ხელი, რომლის მიზანიც იყო გაეზარდა ევროკავშირის ბაზარზე საქართველოს აგროპროდუქციის ექსპორტი, მთავარი მოთხოვნა კი ევროპულ ბაზარზე წარმოების შესაბამისი სტანდარტების დაცვით მაღალი ხარისხის პროდუქციის შეტანა იყო, რაც ქართველი მწარმოებლებისთვის დღემდე გამოწვევად რჩება.

ევროპული სტანდარტების დანერგვისა და ინფორმაციული ვაკუუმის აღმოფხვრის პროცესში, გადამწყვეტ როლს თამაშობს მედია. სწორედ ზემოთ აღნიშნული საკითხების

კონსტრუქციული გაშუქებისთვის არის მნიშვნელოვანი აგროჟურნალისტიკის არსებობა. ჰეზერ ბრიგის განმარტებით: „სოფლის მეურნეობის ჟურნალისტიკა წარმოადგენს ჟურნალისტიკის სპეციალიზებულ, ტექნიკურ ქვედარგს, რომელიც სოფლის მეურნეობის კვლევა-განვითარების, წარმოების, მოსავლის აღების, დამუშავების, მარკეტინგისა და მოხმარების შესახებ ფართო ცოდნას მოიცავს. აგრეთვე, ის ერთნაირად ფარავს როგორც სოციალურ, ისე ეკონომიკურ ასპექტებს.“ (ჰეზერ ბრიგსი, 2018)

საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს სოფლის მეურნეობის განვითარებაში. მედიის როლი კი ამ მხრივ განსაკუთრებით იკვეთება ისეთ განვითარებად ქვეყნებში, როგორებიცაა აზიისა და აფრიკის სხვადასხვა სახელმწიფოები. რადიო, ტელევიზია და ბეჭდური მედია ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკომუნიკაციო საშუალებებია, რომლებიც ფერმერებს ეხმარება სოფლის მეურნეობის შესახებ ცოდნისა და ინფორმაციის მიღებაში. პარალელურად ამ პროცესებში იკვეთება სოციალური მედიის და ინტერნეტის როლიც, რაც ადასტურებს იმას, რომ ამ მიმართულებით მედიის მთავარი კონკურენტი სოციალური პლატფორმებია, რადგან სოციალური ქსელები ახალი ეპოქის მედიად იქცა. (Nawab Khan, 2020). აღსანიშნავია ისიც, რომ მობილური ტელეფონების დახმარებით ფერმერებსა და მომხმარებლებს შორის დაკავშირება და ინფორმაციის გაცვლა უფრო ადვილი გახდა. სოციალური პლატფორმები ეფექტურ სივრცედ იქცა მცირე ბიზნესების განვითარებისთვის და ასევე ფერმერებისთვის გაადვილა წვდომა სხვადასხვა საჭირო ინფორმაციაზე. ამასთანავე ის ახდენს დადებით გავლენას მეწარმეების შემოსავალსა და წარმოებაზე, რადგან ფერმერებს აქვთ შესძლებლობა პირდაპირი კონტაქტი დაამყარონ არა მხოლოდ მომხმარებელთან, არამედ უფრო ეფექტურ და ხელსაყრელ ფასად გაყიდონ თავიანთი პროდუქტიც.

როგორც ზემოთ აღვნიშნე, განვითარებად ქვეყნებში ტრადიციული მედიისა და ნიშური ჟურნალისტიკის როლი ადგილობრივი ფერმერების ცნობიერების ამაღლებაში უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს, თუმცა როგორც კვლევები აჩვენებს გაზეთები ნაკლებ დროსა და ადგილს უთმობენ სოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებული საკითხების გაშუქებასა და გამოქვეყნებას. როგორც ნიგერიაში ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, 750

სასოფლო-სამეურნეო სიახლიდან მხოლოდ 36 მოხვდა პირველ გვერდზე. „ბოტსვანაში ოლადელემ და ბოაგომ (Oladele and Boago 2011) აღნიშნეს, რომ სახელმწიფო გაზეთები უფრო ნაკლებად აშუქებენ სასოფლო-სამეურნეო სიახლეებს, ვიდრე კერძო გაზეთები. სასოფლო-სამეურნეო ინფორმაცია გაზეთებში ჩვეულებრივ შეზღუდულია“ (Nawab Khan, 2020).

პარალელურად კვლევები აჩვენებს, რომ რადიო განვითარებად ქვეყნებში მნიშვნელოვანი საკომუნიკაციო მედია საშუალებაა და ძირითად როლს თამაშობს სასოფლო-სამეურნეო ინფორმაციისა და სოციალურ-ეკონომიკური კულტურის განვითარებაში. ნიგერიაში, პაკისტანში, ბანგლადეშსა და ინდოეთში ფერმერებს შორის სასოფლო-სამეურნეო ინფორმაციის გავრცელების შესახებ ჩატარებულმა სხვადასხვა კვლევამ აჩვენა, რომ რადიო არის არამხოლოდ ეფექტური საკომუნიკაციო საშუალო ფერმერებს შორის, არამედ ის მნიშვნელოვან როლს ასრულების დარგთან დაკავშირებული ცოდნის გავრცელებაში, რადგან რადიო განვითარებად ქვეყნებში მცხოვრებ ფერმერებს აძლევს საშუალებას შეაგროვონ მრავალფეროვანი და საჭირო ინფორმაცია სოფლის მეურნეობისა და სხვა ასპექტების შესახებ. (Nawab Khan, 2020).

აღსანიშნავია ციფრული მედიის, კონკრეტულად კი ტელევიზიის როლიც, რომელიც არის ერთ-ერთი წარმატებული საკომუნიკაციო სისტემა, რომელსაც შეუძლია სხვადასხვა რეგიონში სწრაფად და ეფექტურად გაარცელოს მრავალფეროვანი სასოფლო-სამეურნეო ინფორმაცია. პაკისტანში, შრი-ლანკაში ინდოეთში, ბანგლადეშსა და ირანში ტელევიზიას ამ მხრივ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი როლი აკისრია. როგორც ირანში ჩატარებული ერთ-ერთი კვლევა აჩვენებს ფერმერების 68%-ის აზრით, სოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებით არსებული გადაცემების არსებობა ეფექტური საშუალებაა ფერმერებისთვის შესაბამისი ინფორმაციის მიწოდებისთვის.(Nawab Khan, 2020).

მიუხედავად ამისა, რეგიონებში მედიის ნაკლებობა მრავალ პრობლემას იწვევს, ამიტომაც ამის აღმოსაფხვრელად საჭიროა ახალი მედია-სააგენტოებისა და ტექნოლოგიური ცენტრების არსებობა, რათა სხვადასხვა რაიონში მცხოვრებ ფერმერებს სასოფლო-სამეურნეო ინფორმაცია დროულად მიეწოდოს. ამასთანავე, მნიშვნელოვანია, რომ

მთავრობებმა დააორგანიზონ აგრარული განვითარების პროექტები და ეროვნული საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების დახმარებით ფერმერებისთვის ტრენინგები და განახლებული ინფორმაცია მეტად ხელმისაწვდომი გახადონ (Nawab Khan, 2020)..

განვითარებად ქვეყნებში ტელევიზია მნიშვნელოვან მედიასაშუალებას, რომ წარმოადგენს ეს სერბეთში ოთხი სხვადასხვა ტელევიზიის მედიაკონტენტის შესწავლითაც დასტურდება. როგორც სტატიაში „გარემოსდაცვითი და საგანმანათლებლო თემები აგრარულ ტელეგადაცემებშია“ აღნიშნული, ტელევიზია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ფერმერებისთვის დროული ინფორმაციის მიწოდებისა და მათთან კომუნიკაციისთვის, სადაც ინფორმაციის სხვა წყაროები ნაკლებად ხელმისაწვდომია. შესაბამისად, ტელევიზია წარმოადგენს ერთ-ერთ ყველაზე აქტუალურ წყაროს საზოგადოებაში ცნობიერების ამაღლებისა და გარემოს დაცვაზე ზრუნვისთვის (Alexsandra Sarkovic, 2020). სერბეთში ჩატარებული კვლევის დროს კი მთავარი ფოკუსი იყო საზოგადოებრივი და კომერციული ტელევიზიების ერთმანეთისთვის შედარება და შესწავლა, რამდენად ახდენენ ისინი სოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებული მნიშვნელოვანი საკითხების პოპულარიზაციას და ცნობიერების ამაღლებას. საბოლოოდ გამოიკვეთა, რომ ტელევიზიებში ნიშური ჟურნალისტიკის მხრივ არის თემების და ჟანრების ერთფეროვნება. ტელევიზია ვერ აკმაყოფილებს მაყურებლის მოთხოვნებს და ვერ სთავაზობს მათ სათანადოდ შეფუთულ რეპორტაჟს, რომელიც იქნება ფოკუსირებული როგორც ცნობიერების ამაღლებაზე, ასევე ხარისხიანი მედია პროდუქტის შეთავაზებაზეც.

საქართველოში, სომხეთსა და აზერბაიჯანში ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ რეგიონული მაუწყებლები მნიშვნელოვნად კრიტიკულ საინფორმაციო კვანძებად რჩებიან, განსაკუთრებით სომხეთსა და აზერბაიჯანში. კვლევა ფოკუსირებულია კლიმატოგონივრული კომუნიკაციისა და ჟურნალისტიკის პოპულარიზაციაზე რეგიონებში. პარალელურად ავტორები რეკომენდაციის სახით რეგიონული თანამშრომლობისა და ცოდნის გაზიარების და მედიაქსელების გაძლიერების საჭიროების საკითხს მკაფიოდ უსვამენ ხაზს, რამე თუ მეზობელ ქვეყნებს შორის მუდმივი რეგიონული თანამშრომლობის გაგრძელება ხელს შეუწყობს ურთიერთსწავლებას, განსაკუთრებით იმ

პირობებში, როდესაც ინსტიტუციური გარემო განსხვავებულია. რეგიონულ აკადემიურ მედიაპლატფორმას შეუძლია კიდევ უფრო განამტკიცოს კლიმატგონივრული კომუნიკაციის ექსპერტიზა. მედიაქსელების გაძლიერება კი ხელს შეუწყობს დეცენტრალიზებული მედიაეკოსისტემების მხარდაჭერას და გაზრდის ნდობას. ავტორები თვლიან, რომ აგროსაკითხების გაშუქების დროს პრიორიტეტები ისევ რეგიონულ მედიააქტორებს უნდა მიენიჭოს. (Natia Kuprashvili, Nino Chalaganidze, 2026).

ცნობისთვის, „გარემოსდაცვითი და აგრარული საკითხების გაშუქების სპეციფიკურ მახასიათებლების საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლების („საქართველოს რადიოსა“ და „რადიო აჭარის“)“ რადიოეთერის პროგრამის შესწავლიდან გამოიკვეთა, რომ გადაცემები სტრუქტურულად გამართულია, თუმცა მაშინ როცა გადაცემა „ეკო სამყარო“ ძირითადად ფოკუსირებულია მიმდინარე ეკოლოგიურ პრობლემებზე და ამ მიმართულებით საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლებას ემსახურება, მათ მიერ მიწოდებული ინფორმაცია აღწერითი ხასიათისაა და აკლია ანალიტიკური გააზრება, ხოლო გადაცემა „ფერმერის დილა“ მსმენელს გაცილებით კომპლექსურ და პრაქტიკაზე ორიენტირებულ შინაარსს სთავაზობს, რომელშიც შერწყმულია აკადემიური ცოდნა, დარგის ექსპერტთა მოსაზრებები და ფერმერთა გამოცდილება (Etiko Shakulashvili, Nino Chalaganidze 2026). იმისათვის, რომ გადაცემების ეფექტიანობა გაიზარდოს აუცილებელია დამოუკიდებელი ექსპერტებისა და აკადემიური წრეების წარმომადგენლების ჩართვა, რაც მნიშვნელოვნად გააუმჯობესებს დისკუსიის ხარისხს. მთლიანობაში ორივე რადიოგადაცემა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საზოგადოების ინფორმირების პროცესში, თუმცა მეტი ანალიტიკური სიღრმის, მრავალფეროვანი ჟანრებისა და განსხვავებული პროფესიული პერსპექტივების დანერგვა ხელს შეუწყობს სამიზნე აუდიტორიის საჭიროებებთან გადაცემების უკეთ ადაპტირებას (Etiko Shakulashvili, Nino Chalaganidze 2026).

საერთაშორისო თუ ადგილობრივი გამოცდილება აჩვენებს, რომ განვითარებად ქვეყნებში მედია ხშირად ვერ პასუხობს ფერმერების სპეციფიკურ საჭიროებებს. ეს ტენდენცია კიდევ უფრო მწვავედ დგას საქართველოს რეგიონულ კონტექსტში, როდესაც ადგილობრივი

მედიასაშუალებების ფინანსური და ადამიანური რესურსები შეზღუდულია. თუკი გლობალურად ტელევიზია და ციფრული პლატფორმები ინფორმაციის მიწოდების ეფექტური იარაღია, ქართულ რეალობაში საკითხავია, რამდენად ახერხებს რეგიონული მედია (ადგილობრივი გაზეთები, ონლაინ პორტალები, ტელევიზიები) შეასრულოს იგივე როლი ეფექტურად. ზემოთ ნახსები კვლევები გასცემს რეკომენდაციებს რეგიონული სასოფლო-სამეურნეო საკითხების კონსტრუქციულად გაშუქებასთან დაკავშირებით, თუმცა ნაკლებად ხდება უშალოდ იმის შესწავლა, თუ რამდენად ეფექტურად აშუქებენ რეგიონული მედიები აგრო-საკითხებს. „მაგალითად, 2014 წელს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიისა და სლოვაკური კვლევითი ორგანიზაცია „მემო 98“-ის მიერ წარმოებულმა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მედიამონიტორინგმა აჩვენა, რომ არხზე, რომლის კანონისმიერი პრიორიტეტი საქართველოს რეგიონების გაშუქება და მათთვის საჭირო ინფორმაციის მიწოდება იყო, სოფლის მეურნეობის საკითხებს, საერთო პროდუქტის 1%-იც კი არ ეჭირა (ჰეზერ ბრიგსი, 2018).

აღსანიშნავია, რომ 2018 წელს გამოქვეყნდა კონსტრუქციული აგროჟურნალისტიკის სახელმძღვანელო, რომელიც ჟურნალისტიკის სტუდენტებსა და სხვადასხვა მედიაპლატფორმებზე მომუშავე ჟურნალისტებს სთავაზობს გაწერილ გეგმას იმასთან დაკავშირებით თუ როგორ გააშუქონ სოფლის მეურნეობის კონკრეტული საკითხებად სრულყოფილად. ამისთვის ყველაზე აუცილებელია ჟურნალისტმა დააგროვოს სათანადო ცოდნა დარგში მიმდინარე მოვლენებსა და პროცესებზე. პარალელურად ავტორები მკითხველს სთავაზობენ იმ ძირითადი კითხვების სიას, რაც მასალის მომზადებისას მნიშვნელოვანია ჟურნალისტმა იცოდეს. ესენია:

1. რა სახის მეურნეობები არსებობს რეგიონში და როგორია მათი სპეციფიკა?
2. როგორია მათი დაფინანსების ფორმები (თანადაფინანსება, ინვესტირება და ა. შ.)?
3. რომელი სახელმწიფო სტრუქტურები ახორციელებენ მონიტორინგს და რა სიზუსტით (ნიადაგის აგროქიმიურია ნალიზი, მინერალური კვების რეჟიმის დოზირება, ახალი ტექნოლოგიების აპრობირება და ა. შ.)?

4. როგორია მოსახლეობის დასაქმებისა და შემოსავლების მომტანი სფეროს რესურსების ბაზა?
5. რამდენად მაღალია მოსავლის ხარისხობრივი მაჩვენებელი?
6. მოსახლეობის რა ნაწილია დასაქმებული მეურნეობებში და რატომ? და ა.შ.

ჟურნალისტი თუ მიჰყვება ამ კითხვებს მას გაუმარტივდება ინფორმაციის მოპოვების პროცესი და მასალასაც უფრო საინტერესოს გახდის. „ასევე, კვალიფიციურად მომზადებული მასალა შეასრულებს არამარტო ინფორმაციის მიწოდების ფუნქციას, არამედმო მოსახლეობის დაინტერესებისა და ბიზნესის გაზრდის თვალსაზრისითაც, ძალზე მნიშვნელოვანი იქნება.“ (ჰეზერ ბრიგსი, 2018).

თავი 2. კვლევის დიზაინი

კვლევის მეთოდი:

კვლევის - „აგრარული პრობლემების პრიორიტეტები რეგიონული მედიის ფოკუსში“ მეთოდია კონტენტ ანალიზი.

საკვლევი პერიოდში გადაცემა „მე ვარ ფერმერის“ ეპიზოდები, გაზეთი „ბოლნისის“ ნომრები და საკვანძო სიტყვებით შერჩეული მასალები ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელის“ გვერდიდან გაანალიზებულია, როგორც რადიონობრივი, ისე თვისებრივი კატეგორიის მიხედვით.

რადიონობრივი კონტენტ-ანალიზის შედეგად დადგინდა, საკვლევი პერიოდის განმავლობაში სასოფლო-სამეურნეო მასალებზე გამოქვეყნებული და ეთერში გასული მასალების სიხშირე, თემატური განაწილება და ჟანრობრივი ტიპოლოგია. რაც შეეხება თვისებრივი მახასიათებლების კრიტერიუმებს, გამოვლინდა და შეფასდა მასალებისთვის წყაროთა მრავალფეროვნება, ექსპერტებისა და ფერმერების ჩართულობა, პრობლემების ანალიზის ხარისხი და აგრარული საკითხების გაშუქების ძირითადი ტენდენციები.

კვლევის ამოცანები:

1. საკვლევ ობიექტებად შერჩეული მედიის საარქივო მასალების შესწავლა;
2. გადაცემა „მე ვარ ფერმერი“, გაზეთი „ბოლნისი“ და ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელის“ კონტენტ-ანალიზის განხორციელება;
3. აგრარული თემების გაშუქების ძირითადი ტენდენციების გამოვლენა და ანალიზი;
4. სოფლის მეურნეობის სფეროში არსებული პრობლემების წარმოჩენის სიღრმისა და ინტენსივობის შეფასება

კვლევის ობიექტი:

კვლევის სპეციფიკიდან გამომდინარე, საკვლევ ობიექტებად განისაზღვრა: აჭარის ტელევიზიის გადაცემა „მე ვარ ფერმერი“, გაზეთი „ბოლნისი“ და ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელი“.

გადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ რეგიონული ტელევიზიის პირდაპირ ეთერში გადის და არის ერთ-ერთი მსხვილი სასოფლო-სამეურნეო თემატიკის გადაცემა.

გაზეთი „ბოლნისი“ ბოლნისის მუნიციპალიტეტის მიერ დაფინანსებული სახელმწიფო გაზეთია, რომლის მოვალეობაცაა რეგიონში მიმდინარე მოვლენების გაშუქება.

რაც შეეხება ონლაინგამოცემის შერჩევას, ეს სარედაქციო პოლიტიკამ განაპირობა.

საწყის ეტაპზე საკვანძო ფრაზებით: „სოფლის მეურნეობა“, „აგრო საკითხები“, „აგრომეურნეობა“ დავითვალეთ პუბლიკაციების რაოდენობა, შესაბამისად, რეგიონულ ონლაინმედიებს შორის კვლევის ობიექტად შეირჩა მხოლოდ ის ონლაინგამოცემა, რომელშიც რაოდენობრივად სხვაზე მეტი მასალა იყო გამოქვეყნებული სასოფლო-სამეურნეო მიმართულებით.

საკვლევად შეირჩა 2025 წლის 1 იანვრიდან 2025 წლის 31 დეკემბრის ჩათვლით პერიოდი. აღნიშნული დროითი მონაკვეთი უზრუნველყოფს სრულწლიანი მონაცემების ანალიზს და იძლევა შესაძლებლობას, შეფასდეს რეგიონულ მედიაში აგრარული საკითხების გაშუქების სიხშირე, თემატური მრავალფეროვნება და ძირითადი ტენდენციები.

კვლევის სრულყოფილია ჩასატარებლად და ობიექტური სურათის მისაღებად კი სამი სხვადასხვა მედია პლაფორმა შეირჩა: აჭარის ტელევიზიის გადაცემა „მე ვარ ფერმერი“, მუნიციპალური გაზეთი „ბოლნისი“ და ონლაინ მედია „ზუგდიდელები“.

საკვლევი კითხვები:

RQ1: როგორ აშუქებენ საკვლევი რეგიონული მედიები აგრარულ პრობლემებს?

RQ2: არიან თუ არა საკვლევი მედიები ორიენტირებული აგრო-საკითხების სიღრმისეულ და დეტალურ განხილვაზე?

RQ3: რამდენად სრულყოფილად და მრავალმხრივ აშუქებენ რეგიონული გამოცემები სასოფლო-სამეურნეო სფეროში არსებულ პრობლემებსა და გამოწვევებს?

კვლევის ჰიპოთეზა:

რეგიონული მედია აგრარულ საკითხებს ძირითადად ინფორმაციულ დონეზე აშუქებს და ნაკლებ ყურადღებას უთმობს დარგში არსებული სისტემური პრობლემების, გამოწვევებისა და მათი გამომწვევი მიზეზების სიღრმისეულ ანალიზს.

ჟანრი

ამ კატეგორიით განისაზღვრა თუ რა ძირითად ჟანრებს იყენებს გადაცემა „მე ვარ ფერმერი“, გაზეთი „ბოლნისი“ და ონლაინმედია „ზუგდიდელები“: რეპორტაჟი, ინტერვიუ, ნიუსი, ანალიტიკური სტატია და სხვა.

წყარო

ამ კატეგორიაში გამოიყო, თუ რომელ წყაროს დაეყრდნენ სტატიების ავტორები და გადაცემის წამყვანი ინფორმაციის გავრცელებისას და კონკრეტული თემების გაშუქებისას. როგორც შერჩეული კვლევის ობიექტების შესწავლის დროს გამოიკვეთა, რეგიონული გამოცემები უპირატესობას ანიჭებენ პირველ წყაროს, სადაც ადგილობრივები თავად საუბრობენ რეგიონში არსებული გამოწვევებსა და პრობლემებზე.

ტონი

გაშუქების სამი ტონი არსებობს: პოზიტიური, ნეგატიური და ნეიტრალური. გაშუქების პოზიტიურ ტონად ჩაითვალა მასალები, რომლებშიც სოფლის მეურნეობის მიმართულება და მასთან დაკავშირებული სახელმწიფო პროგრამები დადებით კონტექსტში იყო გაშუქებული. მაგალითად, ბოლნისის მუნიციპალიტეტში სოფლის მხარდაჭერის პროგრამების ან მერიის წარმომადგენლების შეხვედრა ადგილობრივ მოქალაქეებთან.

ნეიტრალურ ტონად ჩაითვლება, როცა არც პოზიტიური და არც ნეგატიური განწყობები საკითხისადმი არ გამოიკვეთა. მაგალითად, ნეიტრალური ტონი იყო გამოყენებული გადაცემა „ფერმერის“ თითქმის ყველა ეპიზოდში: მეცხოველეობის, მეფუტკრეობის, მეფრინველეობისა და სხვა თემების გაშუქების დროს. ასევე ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელების“ მიერ, სურსათის ეროვნული სააგენტოს მიერ სხვადასხვა ობიექტების შემოწმების საკითხის გაშუქება.

რაც შეეხება ნეგატიურ ტონს, იგი გამოიხატება საკითხისადმი ნეგატიურად დამოკიდებულებაში. კვლევის დროს გამოიკვეთა რომ შერჩეული ტელეგადაცემა, ონლაინგამოცემა და გაზეთი საკითხებს ნეგატიურ ტონში თითქმის არ აშუქებენ. საკვლევ პერიოდში ნეგატიური ტონით გაშუქებული სტატიები და სიუჟეტები არ გამოქვეყნებულა.

თემა

თემა სამივე საკვლევი ობიექტის მონიტორინგის შემდეგ განისაზღვრა. გამოვკვეთეთ ის ძირითადი თემატიკა, რომელზეც რეგიონული დამოუკიდებელი თუ სახელმწიფო მედიები მუშაობენ როცა ხდება სასოფლო-სამეურნეო საკითხების გაშუქება.

აღნიშნული კატეგორიების გამოყენებით განხორციელდა მასალების სისტემატიზაცია, რაოდენობრივი დამუშავება და შინაარსობრივი ანალიზი, რამაც შესაძლებელი გახადა რეგიონულ მედიაში აგრარული პრობლემების გაშუქების ძირითადი ტენდენციების გამოვლენა.

ძირითადი ტენდენციები

ეს კატეგორია გამოავლენს, რა ძირითადი ტენდენციები იკვეთება გაზეთ „ბოლნისის“, ონლაინმედია „ზუგდიდელებისა“ და ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერის“ მასალების შესწავლის შედეგად. კერძოდ, როგორ არის ყურადღება გამახვილებული აგრარული საკითხების თემატურ პრიორიტეტებზე, გაშუქების რა ფორმებია შერჩეული, რამდენად სიღრმისეულად წარმოაჩენენ რეგიონული მედიები სოფლის მეურნეობაში არსებულ პრობლემებს და რა მიმართულებით იკვეთება აგროსფეროში რეგიონული მედიის ინტერესები.

თავი 3. კვლევის შედეგები

თავი 3.1 გადაცემა „მე ვარ ფერმერი“

2025 წლის 10 თებერვლიდან 2025 წლის 23 დეკემბრამდე აჭარის ტელევიზიის პირდაპირ ეთერში გადაცემა „მე ვარ ფერმერის“ ოცდათვრამეტი (38) ეპიზოდი გავიდა, რომელიც სოფლის მეურნეობის მიმართულებით სხვადასხვა თემებს აქტიურად აშუქებდა.

ჟანრი:

ჟანრობრივი განაწილების კუთხით, გადაცემის ეპიზოდებში მრავალფეროვნება არ შეინიშნება. ეპიზოდების უმრავლესობა არის რეპორტაჟისა და ინტერვიუს სინთეზი (38). საკვლევ პერიოდში ეთერში გავიდა სამი ეპიზოდი, რომელიც არა სავსე პირობებში და ღია სივრცეში, არამედ ტელევიზიის სტუდიაშია გადაღებული (1. სოფლის მეურნეობა - 04.03.2025; 2. ხელოვნური ინტელექტი - 28.07.2025 და 3. ფუტკრის მისია პლანეტაზე - 25.11.2025). პირველი გადაცემის სტუდიაში ჩაწერის მიზეზი გახდა დიდთოვლობა დასავლეთ საქართველოში, რამაც გადაადგილების პრობლემა შეუქმნა საქართველოს მოსახლეობას და მათ შორის გადამღებ ჯგუფსაც. მეორე ეპიზოდი კი მე-13 სეზონის შეჯამებას ემსახურება. ამ ეპიზოდის მიზანია, მაყურებელს გააცნობს მე-14 სეზონის სამომავლო გეგმები და ამასთანავე აჩვენოს, რომ ტრადიციულსა და თანამედროვე სოფლის მეურნეობას შორის მჭიდრო ხიდია; ტექნოლოგიები კი ცოცხალ ძალას ეფექტურად ანაცვლებენ.

თემა:

კვლევის ეტაპზე თემების გამოყოფამ და კატეგორიზაციამ მოგვცა საშუალება შეგვექმნა საერთო სურათი იმაზე, თუ რა ძირითად მიმართულებებს აშუქებს გადაცემა სოფლის მეურნეობის მიმართულებით. გამოიკვეთა ძირითადი ხაზი: გადაცემა ორიენტირებულია მცირე მეწარმეებისა და მრავალპროფილური მეურნეობების გაშუქებაზე, რომელიც მაყურებელს მიაწვდის საბაზისო ინფორმაციას, თუ როგორ დაიწყონ მცირე რესურსებით საკუთარი მეურნეობები. ამის მაგალითი, 2025 წლის ოცდამეერთე (21) ეპიზოდია

„უნიკალური ფრინველებისა და ცხოველების ფერმა სოფელ ქობულეთში“, რომელშიც რესპონდენტი გიორგი აფხაზავა გასცემს რჩევებს და მოუწოდებს ფერმერებს არ დაკარგონ მოტივაცია და დაიწყონ ნებისმიერი მეურნეობა იმიტომ, რაც დასაწყისში აქვთ. პარალელურად გადაცემის მიზანია, პოპულარიზაცია გაუწიოს ბიომეურნეობასა და ნატურალური პროდუქციის წარმოებას.

საკვლევი პერიოდის ფარგლებში გამოიკვეთა განსხვავებული თემატიკის ეპიზოდი, რომელიც არ იყო სოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებული. ეს არის მეთვრამეტე (18) ეპიზოდი „ბათუმის ბოტანიკური ბაღი“, რომელიც არის სახელმწიფო საკუთრება და რეკრეაციული ზონა. ეპიზოდის მთავარი ფოკუსი ქალაქის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ტურისტული სივრცის განვითარების სამომავლო პერსპექტივა და პროფესიული სასწავლებლების ჩამოყალიბებაა. ამ ეპიზოდში იკვეთება პოლიტიკური ხაზი, რადგან გადაცემის ფორმატსა და თემატიკაში აღნიშნული საკითხი არ ჯდება, რადგან „ბათუმის ბოტანიკური ბაღი“ არ არის სოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებული.

პარალელურად ლელა ფაღავა განსხვავებულ ფორმატს გვთავაზობს ოცდამეჩვიდმეტე (37-ე) ეპიზოდში „ექსპო-ჯორჯიას“ გამოფენის გაშუქებით. კომპანიამ 2025 წელს ოცდამესამედ (23-ედ) უმასპინძლა სოფლის მეურნეობის კვების მრეწველობისა და ტექნოლოგიების მთავარ საერთაშორისო გამოფენას. აღსანიშნავია, რომ ეს გამოფენა საკვანძო პლატფორმაა ქართული აგროსექტორისა და ადგილობრივი მეწარმეებისთვის, რადგან მასში ექვსი ქვეყნის 50-ამდე კომპანია მონაწილეობს. ამ ეპიზოდის ფარგლებში მაყურებელს მიეცა საშუალება სხვადასხვა ინდ-მეწარმეებსა და მათ პროდუქციას გასცნობოდა. ამასთანავე ეპიზოდი საინფორმაციო ხასიათისაა იმ მაყურებლებისთვის, რომელთაც სურთ სამომავლოდ შეუერთდნენ გამოფენას და წარადგინონ საკუთარი პროდუქცია.

აღსანიშნავია ისიც, რომ საკვლევი პერიოდის ფარგლებში გამოიკვეთა ერთი პრობლემა: ხშირად ეპიზოდის საკვანძო თემის გამოკვეთა არ ხდება ან თემა აცდენილია გადაცემის ფორმატს. ასეთი ეპიზოდი იყო „საქონლის ფერმა“ (მეცხრე ეპიზოდი - 08.04.2025), სადაც საკვანძო საკითხი უნდა ყოფილიყო ის თუ, როგორ დააზიანა 2025 წლის ზამთარში

დიდთოვლობამ დავით კოჩალიძის (რესპონდენტის) ფერმა, დაუნგრია საქონლისთვის განკუთვნილი შენობები და თითქმის გაუნადგურა რამდენიმე სული საქონელი, მთავრობის მხრიდან რა სახის დახმარება მიიღეს და სხვა. ოცდათხუთმეტწუთიანი ქრონომეტრაჟის ფარგლებში კი თითქმის არ ხდება ამ საკითხის წინა პლანზე წამოწევა და სიღრმისეულად განხილვა. იმავე პრობლემას ვაწყდებით თუშეთის შესახებ ეთერში გასულ სამ-ნაწილიან ეპიზოდში, რომლის მთავარი თემაც უნდა ყოფილიყო გადაშენების პირას მყოფი თუშური ცხენი, მეცხვარე ძაღლის ჯიშები და მეცხვარეების მთავარი გამოწვევები, თუმცა პირველ ნაწილში („თუშეთი - პირველი ნაწილი“ (16.09.2025) - თითქმის არ ხდება ამ საკითხის გამოკვეთა. ეს ეპიზოდი მიმსგავსებულია უფრო პირად „youtube“ ვლოგის სტილს და არ ჯდება გადაცემის ფორმატში.

ასევე გადაცემა ხშირად აშუქებდა მეფუტკრეობის, მეცხოველეობისა და მეფრინველეობის მიმართულებებს. ოცდათვრამეტი ეპიზოდის ფარგლებში განსხვავებული თემატიკის იყო ეპიზოდები: „ჰიდროპონიკური ჯეჯილის საწარმო დიდაჭარაში“ (1.04.2025), „ქართული ფრის წარმოება“ (25.03.2025), „ჩაის პლანტაცია გურიაში“ (10.06.2025), „დაფნის პლანტაციები“ (27.06.2025), „სასათბურე მეურნეობა სუფსაში“ (06.05.2025), სადაც ვეცნობით ქართულ სტარტაპს „ჩარგეს გროუბეგებს“ და სხვა.

ძირითადი ტენდენციები:

 **რეგიონული მედიის პოზიტიური როლი სოფლის მეურნეობაში და მედია, როგორც დამაკავშირებელი ხიდი ფერმერებს შორის**

“მე ვარ ფერმერი“ არა მხოლოდ პოპულარიზაციას უწევს სხვადასხვა სახის მეურნეობებს, არამედ ის არის დამაკავშირებელი ხიდი სხვადასხვა რეგიონში მყოფ ფერმერებს შორის. გადაცემა მცირე მეურნეობებისთვის თეორიულ გზამკვლევს წარმოადგენს და მაყურებელს ეხმარება სწორი პრეპარატებისა თუ ტექნოლოგიის შესახებ მართებული ინფორმაციის მიღებაში. ეს გამოიკვეთა გადაცემის ოცდამეორე (22-ე) ეპიზოდში „კიტრის სათბური სუფსაში“ (15.07.2025), სადაც რესპონდენტი გიორგი ზოიძე აღნიშნავს, რომ მეათე (მე-10) ეპიზოდმა „იაპონური ტექნოლოგია ქართულ სოფლის მეურნეობაში“ (15.04.2025) უბიძგა

შეეძინა პოლინა ოდიშიარასგან (მეათე ეპიზოდის რესპონდენტისგან) პრეპარატი M1 (ეფექტური მიკროორგანიზმები), რაც პოპულარიზაციას უწევს ადამიანის ორგანიზმისთვის მავნე პესტიციდების გარეშე ჯანსაღი პროდუქტის მოყვანას.

გადაცემის მულტიპლაფორმულობა

ტრადიციული მედია სრულად ინტეგრირებულია ციფრულ სივრცეში: Facebook-ზე, Instagram-სა და Youtube-ზე, რაც აუდიტორიის მაქსიმალურ ჩართულობასა და კონცეტირებას უზრუნველყოფს. ასევე ციფრულ სივრცეებში გადანაცვლება იძლევა მეტი ინტერაქციის შესაძლებლობას და შემდეგი ეპიზოდისთვის აადვილებს რესპონდენტის მოძიებას, რადგან რეგიონებიდან ფერმერები თუ მეწარმეები თავად უკავშირდებიან გადაცემის წარმომადგენლებს. მაგალითად: გიორგი აფხაზავა („უნიკალური ფრინველებისა და ცხოველების ფერმა სოფელ ქობულეთში“ ეპიზოდის რესპონდენტი) და რომან მაკარაძე („ფერადი სამყარო / რომან მაკარაძე, მეზღუდ“ ეპიზოდის რესპონდენტი) Facebook-ის საშუალებით დაუკავშირდნენ გადაცემის პროდიუსერებს.

ინოვაციური და უცხოური ტექნოლოგიების პოპულარიზაცია

გადაცემა მაყურებელს აქტიურად აცნობს საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში ახალი, იშვიათი ან ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვისა და განვითარების მცდელობებს. მაგალითად, რამდენიმე ეპიზოდი ეთმობა ჰიდროპონიკის სისტემებს (ჯეჯილისა და მარწყვის წარმოებაში), იაპონურ ტექნოლოგიებს (ეფექტური მიკროორგანიზმები სოფლის მეურნეობაში). ასევე პოპულარიზაციას უწევს სოფლის მეურნეობაში გლობალურ სასურსათო უსაფრთხოებას, ეკოლოგიური პასუხისმგებლობის გარზრდასა და აგრო-ტექნოლოგიურ რევოლუციას. როგორც ლელა ფაღავა აღნიშნავს - „*ხელოვნური ინტელექტი გარდაქმნის ფერმერული საქმიანობის მიდგომას ზუსტ და ეფექტიან პროცესად.*“ (ხელოვნური ინტელექტი -28.07.2025)

საგანმანათლებლო ფუნქცია

გადაცემის მიზანია მაყურებელს მიაწოდოს არა მხოლოდ ზედაპირული, ზოგადი ინფორმაცია სოფლის მეურნეობის სხვადასხვა მიმართულებებთან დაკავშირებით, არამედ ზოგიერთი ეპიზოდის ფარგლებში ხდება მაგალითად, კომპოსტის დამზადებასთან დაკავშირებით დეტალური რჩევების გაცემა. ასევე მეფუტკრეობის შესახებ სხვადასხვა ეპიზოდის ფარგლებში გამოცდილი მეფუტკრეები გასცემდნენ დეტალურ რჩევებს ფუტკრებისა და სკების მოვლასთან დაკავშირებით, რეგიონის კლიმატიდან გამომდინარე ამ სფეროში დამწყებებმა რა უნდა გაითვალისწინონ და სხვა.

თავი 3.2 გაზეთი „ბოლნისი“

2025 წლის იანვრიდან 2025 წლის დეკემბრის ჩათვლით გაზეთი „ბოლნისის“ ყოველთვიური გაზეთის თორმეტი (12) ნომერი შევისწავლეთ, რომელიც მუნიციპალიტეტში მიმდინარე სოციალურ თუ კულტურულ თემებს აქტიურად აშუქებს. საკვლევი პერიოდის ფარგლებში გამოიკვეთა, რომ გაზეთმა სოფლის მეურნეობის კუთხით თხუთმეტი (15) საინფორმაციო სახის ნიუსი, რეპორტაჟი, სტატია თუ ინტერვიუ გამოაქვეყნა. ზოგიერთი თვის ნომერში კი სოფლის მეურნეობისთვის არც ერთი გვერდი არ არის დათმობილი, ეს ნომრებია მე-3, მე-6, მე-8 და მე-9 ნომრები.

ჟანრი

ჟანრობრივი განაწილების კუთხით გამოქვეყნებულ პუბლიკაციებში შეინიშნება მრავალფეროვნება. ნომრებში გვხვდება: სტატიები, რეპორტაჟები, ნიუსები და ინტერვიუ.

საკვლევი პერიოდში განმავლობაში მხოლოდ ერთხელ არის გამოყენებული ინტერვიუს სტილი, N11-ში, „ბოლნისელი ბიჭი, რომელიც ღვინის თითოეული ბოთლით, საკუთარ ისტორიას გვიყვება“, რომლის ფარგლებშიც გაზეთი გვაცნობს ახალგაზრდა მეღვინეს, გიორგი ფოცხვერაშვილს გზას მეღვინეობამდე, როგორ დაიწყო საკუთარი ღვინის ბიზნესი, რა მიზნები აქვს და სხვა. პარალელურად გაზეთში ვხვდებით, როგორც მონაცემებზე დაფუძნებულ ანალიტიკურ, ისე მოსაზრების სტატიებს.

თემა

კვლევის ეტაპზე თემების გამოყოფამ და კატეგორიზაციამ მოგვცა საშუალება შეგვექმნა საერთო სურათი იმაზე, თუ რა ძირითად მიმართულებებს აშუქებს გაზეთი სოფლის მეურნეობის მიმართულებით. გამოიკვეთა ძირითადი ხაზი: გაზეთი ორიენტირებულია პოპულარიზაცია გაუწიოს მეღვინეობის მიმართულებას და აქტიურად აშუქებას ამ სფეროსთან დაკავშირებულ ღონისძიებებს. ამის დასტურია საკვლევი პერიოდის ჭრილში გამოქვეყნებული სტატიები. მაგალითად: „დავით შერაზადიშვილი ბოლნისელ მეღვინეებს შეხვდა“ (N1, გვ. 4), „სუბელიანის მარანი“ (N1, გვ. 5), „მევენახეებმა ნიადაგის ბიოკომპოსტით

გამდიდრება დაიწყო“ (N2, გვ. 3), „ვაზისა და ღვინის ისტორია“ (N2, გვ. 4), „საქართველოში პირველ, დაცული ადგილწარმოშობის დასახელების ღვინის ფესტივალს, 31 მაისს ბოლნისის გერმანული უბანი უკვე მესამედ უმასპინძლებს“ (N4, გვ. 4), „დაცული ადგილწარმოშობის დასახელების ღვინის ფესტივალი ბოლნისში“ (N5, გვ. 8) და სხვა.

გაზეთს ჰქონდა მცდელობა სხვა მიმართულებებზეც მოეხდინა ფოკუსი, როგორცაა მაგალითად მარცვლეული კულტურების მეურნეობა მუნიციპალიტეტში. გაზეთის მეოთხე ნომერში გამოქვეყნდა ანალიტიკური სტატია სათაურით „უძველესი ხორბლის კულტურა“ (გვ.4), რომლის გაგრძელებაც მეხუთე ნომერშია გამოქვეყნებული. აღსანიშნავია, რომ ეს ერთადერთი ანალიტიკური სტატიაა მარცვლეული კულტურების შესახებ, რომელიც გაზეთმა საკვლევი პერიოდის განმავლობაში გამოაქვეყნა.

პარალელურად გაზეთი აქტიურად აშუქებს სოფლის მეურნეობის მიმართულებით სახელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამებს, მუნიციპალიტეტის წლიურ ბიუჯეტს და თუ რა თანხა იხარჯება სახელმწიფოს მხრიდან სოფლის მეურნეობის განვითარებისთვის საჭირო პროგრამებში. ასეთი სტატიებია: „ბოლნისის მუნიციპალიტეტში „სოფლის მხარდაჭერის პროგრამა“ აქტიურად მიმდინარეობს“ (N2, გვ. 2), „*სოფლის მხარდაჭერის“ პროგრამის ფარგლებში, მოსახლეობის მოთხოვნით შერჩეული პრიორიტეტული საკითხები წლის ბოლომდე დასრულდება*“ (N7, გვ. 2)

ძირითადი ტენდენციები

მევენახეობა-მეღვინეობის მიმართულების დომინირება

სოფლის მეურნეობის თემატიკაზე ერთი წლის განმავლობაში გამოქვეყნებული 15 პუბლიკაციიდან 13 პირდაპირ უკავშირდება მევენახეობა-მეღვინეობას (ღვინის ფესტივალები, საოჯახო მარნები, ნიადაგის განოყიერება, ისტორია). დარგობრივი მრავალფეროვნება მინიმალურია - მეღვინეობის გარდა, მხოლოდ ორ ნომერში (N4 და N5) გვხვდება განსხვავებული აგრარული თემა, კერძოდ, ხორბლის კულტურის ისტორია.

პუბლიკაციების რაოდენობრივი დინამიკა და სეზონურობა

გაზეთის 12 ნომერში სულ გამოქვეყნდა 138 პუბლიკაცია, საიდანაც სოფლის მეურნეობას მხოლოდ 15 სტატია დაეთმო. თემატიკის გაშუქება სეზონურობით ხასიათდება:

- **აქტიური პერიოდი (ზამთარი-გაზაფხული):** იანვარში, თებერვალში, აპრილსა და მაისში სტაბილურად იბეჭდება 2-3 თემატური სტატია.
- **პასიური პერიოდი (ზაფხული-შემოდგომა):** მარტში, ივნისში, აგვისტოსა და სექტემბერში აგრარულ თემებზე არაფერი დაწერილა, რაც უცნაურია, რადგან ზაფხული და შემოდგომის, რთველის პერიოდი, სოფლის მეურნეობისთვის ერთ-ერთი ყველაზე აქტიური ფაზაა.

მკვეთრად პოზიტიური და ოპტიმისტური ტონი

ყველა განხილულ პუბლიკაციას გასდევს მხოლოდ დადებითი ტონი. იქიდან გამომდინარე, რომ გაზეთი მუნიციპალიტეტის ხელმძღვანელობით იბეჭდება, სარედაქციო ჯგუფი ფოკუსირებულია ბოლნისის მუნიციპალიტეტის წარმატებებზე, აღორძინებაზე, ტრადიციების გაცოცხლებასა და საერთაშორისო აღიარებაზე (მაგ. ოქროს მედლები, იტალიის ფესტივალი). კრიტიკული ან პრობლემური საკითხები (გარდა მცირე გამოწვევისა ცნობადობის კუთხით N12-ში) გაშუქებული არ არის.

აქცენტი რეგიონულ იდენტობაზე, ისტორიასა და ტურიზმზე

პუბლიკაციებში ხდება ბოლნისის, როგორც უძველესი ისტორიული ფესვების მქონე ღვინის რეგიონის წარმოჩენა. ხაზი გაესვა კულტურულ მემკვიდრეობას (UNESCO, არუხლოს ნამოსახლარი და სხვა). ამასთანავე გაზეთში სოფლის მეურნეობა წარმოჩენილია არა მხოლოდ როგორც ეკონომიკური დარგი, არამედ როგორც აგრო-ტურიზმის განვითარების წინაპირობა („ოქროსფერი ღვინის ქალაქი“, „ადგილობრივი ნედლეულით დამზადებული ავთენტური კერძები“ და სხვა).

თავი 3.3 ონლაინ გამოცემა „ზუგდიდელები“

2025 წლის 21 თებერვლიდან 2025 წლის 9 დეკემბრამდე ონლაინ გამოცემა „ზუგდიდის“ პლატფორმაზე თერთმეტი (11) პუბლიცისტური მასალა გამოქვეყნდა, სადაც მედია სოფლის მეურნეობის მიმართულებით სხვადასხვა თემებს აქტიურად აშუქებდა.

ჟანრი

ჟანრობრივი განაწილების კუთხით შეინიშნა მრავალფეროვნება. ერთწლიანი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში ონლაინმედიაში გამოაქვეყნა: ინტერვიუები, ანალიტიკური და სარკელმო ხასიათის სტატიები და ნიუსები.

საკვლევი პერიოდის ფარგლებში ვებ-გვერდზე შეხვდით ოთხ პუბლიცისტურ მასალას, რომელიც გვერდის მხრიდან რეკლამების კატეგორიებშია მითითებული. მიზეზი ის არის, რომ სტატია დაიწერა ისეთ პროექტებზე, რომელიც თიბისი ბანკთან იყო დაკავშირებული. ასეთი სტატიები იყო: *„თიბისი აგრობიზნესისთვის – ჯუნო ჩიბურდანიძის ცხვრის ფარა-როგორ იქცა ოჯახური ტრადიცია წარმატებულ ფერმად“*, *„სრულად ევროპული სტანდარტის ნუშის ბაღი საქართველოში – თიბისის მხარდაჭერით, კახეთში აგრო პროექტი ვითარდება“*, *„თიბისი აგრობიზნესისთვის – „ჭარებულას“ ვაშლის ბაღები ქართლში“*, *„თიბისი ბიზნესდაჯილდოება 2025-ის გამარჯვებული – აგროლაბი – სანდოობა, როგორც ინოვაცია“* და *„გრინ კროპს დისტრიბუშენი“ – სასათბურე მეურნეობა, რომელიც თიბისი ბიზნესის მხარდაჭერით განვითარდა*. აქედან გამომდინარე, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ „ზუგდიდელების“ პლატფორმაზე იკეთება სარეკლამო კონტენტის სიმრავლე (განსაკუთრებით თიბისი ბანკის მხარდაჭერით), სადაც ხშირად პუბლიცისტური მასალა ჟანრობრივად ბლოგს ან სტატიას მიეკუთვნება.

თემა

კვლევის ეტაპზე თემების გამოყოფამ და კატეგორიზაციამ მოგვცა საშუალება შეგვექმნა საერთო სურათი იმაზე, თუ რა ძირითად მიმართულებებს აშუქებს ონლაინ გამოცემა

სოფლის მეურნეობის მიმართულებით. დეტალურად, რომ განვიხილოთ, საკვლევი პერიოდის განმავლობაში გამოიკვეთა ის ძირითადი თემები, რომლებიცაა:

- ✚ **თანამედროვე მეცხოველეობა და ფერმერობა** - ძირითადი ფოკუსი ხდება მესაქონლეობის ისეთ ტრადიციებზე, როგორებიცაა
- ✚ **მეცხვარეობა**, რა რეალობაში უწევთ მეცხვარეებს ცხოვრება, რა გამოწვევებსა და სირთულეებს უმკლავდებიან ყოველდღიურად ცხოვრებაში. ასევე, ქართული მეცხვარეობის რეალობა, საექსპორტო პოტენციალი და მატყლის, როგორც გამოუყენებელი რესურსის პრობლემა - ეს ყველა კომპონენტი კი დეტალურად აღწერილია სტატიაში „*თიბისი აგრობიზნესისთვის – ჯუნო ჩიბურდანიძის ცხვრის ფარა- როგორ იქცა ოჯახური ტრადიცია წარმატებულ ფერმად*“.
- ✚ **ინოვაციური აგროტექნოლოგიები და მეზღუდაობა** - საკვლევი პერიოდის განმავლობაში გავეცანით რამდენიმე სტატიას, რომელიც ხაზს უსვამდა საქართველოში ევროპული სტანდარტის ინტენსიური ბაღების გაშენებას (მაგ., ნუში კახეთში, ვაშლი „გოლდენი“ ქართლში), „ჭკვიანი“ სარწყავი სისტემებს დანერგვასა და სხვა.
- ✚ **სახელმწიფო კონტროლი და აგროქიმია** - მედია აქტიურად აშუქებდა სურსათის ეროვნული სააგენტოს მიერ ჩატარებული შემოწმებით სამუშაოებს, მათ მიერ ბაზრის ფილტრაციის, პესტიციდების ლაბორატორიული შემოწმებისა და შავი ბაზრის შეზღუდვის შესახებ მიღებული რეგულაციების შესახებ ინფორმაციების. ამ მხრივ მედიის მიზანი ფერმერებში ცნობიერების ამაღლება და გადამოწმებული ინფორმაციის მიწოდება იყო.
- ✚ **აგროტექნოლოგიები და ციფრული ინოვაციები** - „ზუგდიდიელების“ ვებ-გვერდზე შესწავლილი სტატიებიდან იკვეთება, რომ რეგიონებში ტრადიციული სოფლის მეურნეობის სფეროების მოდერნიზაცია, მეღვინეობის ციფრული ლაბორატორიული კონტროლი („აგროლაბი“) და ნიადაგის ანალიზი აქტიურად მიმდინარეობს.

- ✚ ადგილობრივი წარმოება და იმპორტის ჩანაცვლება - ონლაინ მედია ხაზს უსვამს იმ ფაქტს, რომ სხვასხვა რეგიონში აქტიურად ვითარდება სასათბურე მეურნეობებიც და მიმდინარეობს მცირე ფერმერების ინტეგრაცია სადისტრიბუციო ქსელში.

ძირითადი ტენდენციები:

ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა ხუთი (5) მთავარი ტენდენცია, რომლებიც ახასიათებს ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელებს“ როცა აშუქებს რეგიონულ საკითხებსა და ამ სფეროს გარშემო მიმდინარე პროცესებს:

- ✚ ტრადიციიდან ინდუსტრიალიზაციასა და მეცნიერებაზე გადასვლა

ანალიზის დროს მკაფიოდ გამოიკვეთა ტენდენცია, რომ „პირად გამოცდილებაზე“ ან ინტუიციაზე დაფუძნებულ სოფლის მეურნეობას ანაცვლებს მეცნიერული, ლაბორატორიული და ციფრული მიდგომები (მაგ. ნიადაგისა და ღვინის ანალიზი, ინტენსიური ბაღები, ფარის ონლაინ-მონიტორინგი).

- ✚ ფინანსური ინსტიტუტების როლი და ბრენდირებული ჟურნალისტიკა

სტატიების დიდი ნაწილი აჩვენებს, რომ რეგიონული ბიზნესის გაზრდა პირდაპირ კავშირშია შეღავათიან აგროკრედიტებთან. მედია პლატფორმა აქტიურად გამოიყენება „წარმატების ისტორიების“ საჩვენებლად, ადგილობრივი ბიზნესების წასახალისებლად და ცნობიერების ასამაღლებად. თუმცა აღსანიშნავია ისიც, რომ მსგავსი სტატიები, რაც ჩვენ შევისწავლეთ დაწერილია მხოლოდ დადებით ტონში და არ ხდება რისკ-ფაქტორებისა და გამოწვევების გაანალიზება და დეტალურად განხილვა.

- ✚ ხარისხის სტანდარტების ფორმალიზაცია და გამკაცრება

სახელმწიფო სტრუქტურები სცილდებიან მხოლოდ დოკუმენტურ შემოწმებას და გადადიან 100%-იან ლაბორატორიულ კონტროლზე. აგრო-ბიზნესი იძულებულია მოერგოს ევროპულ და უსაფრთხოების სტანდარტებს, რათა დაძლიოს არაორგანიზებული ბაზრის გამოწვევები.

რეგიონებში ეკონომიკური ღირებულების ჯაჭვის შექმნა

ონლაინპლატფორმის პუბლიკაციების შესწავლის დროს გამოიკვეთა, რომ მსხვილი აგროპროექტები რეგიონებს აღარ წარმოაჩენენ მხოლოდ პასიურ, ნედლეულის მიმწოდებელ ზონებად. იქმნება საწარმოები, სამაცივრე მეურნეობები და ლოჯისტიკური ცენტრები, რაც ადგილობრივი მოსახლეობისთვის მუდმივ და სეზონურ სამუშაო ადგილებს აჩენს. „ზუგდიდელები“ კი აქტიურად წარმოაჩენენ რეგიონს, როგორც სხვადასხვა ტრადიციული მეურნეობების ცოცხალ კერას, რომელსაც სამომავლოდ აქვს დიდი პოტენციალი, რომ გახდეს უდიდესი აგროტურისტული და ინდუსტრიული ლოკაცია.

კულტურულ-ეკოლოგიური სივრცეების საგანმანათლებლო ჰაბად ქცევა

ონლაინპლატფორმა მკითხველს აჩვენებს, რომ ურბანული მწვანე სივრცეების (მაგ. ბოტანიკური ბაღი) რეაბილიტაცია აღარ ხდება მხოლოდ რეკრეაციული მიზნებისთვის. შეიმჩნევა მათი ტრანსფორმაცია საგანმანათლებლო ცენტრებად, სადაც ახალგაზრდები პრაქტიკულ ეკო-ცნობიერებას იმაღლებენ და თაობათა შორის გამოცდილების გაზიარება ხდება.

საბოლოო ჯამში ონლაინმედია „ზუგდიდელები“ რეგიონს წარმოაჩენს, როგორც გარდამავალ ეტაპზე მყოფ აგრარულ სივრცეს. ონლაინმედიის კონტენტი ნაკლებად არის ფოკუსირებული სისტემურ პრობლემებისა და მწვავე სოციალურ გამოწვევების გაშუქებაზე (ინტერვიუების ნაწილი ზედაპირულია ან პოზიტიურ ტონშია დაწერილია), თუმცა ეს ონლაინ გამოცემა კარგად აჩვენებს რეგიონის ეკონომიკურ პოტენციალს, ინოვაციების მიმართ მიმდებლობას, მზაობასა და ევროპული სტანდარტების დამკვიდრების მცდელობას.

3.4. შედარებითი ანალიზი

კვლევის ფარგლებში შესწავლილი სამი მედიასაშუალება - გაზეთი „ბოლნისი“, ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ და ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელები“ - სოფლის მეურნეობის საკითხებს განსხვავებული აქცენტებითა და ფუნქციებით აშუქებენ, თუმცა მათ შორის გარკვეული მსგავსებებიც იკვეთება.

უპირველეს ყოვლისა, განსხვავებულია თემატური ფოკუსი. გაზეთი „ბოლნისი“ თითქმის მთლიანად მევენახეობა-მეღვინეობის მიმართულებაზეა კონცენტრირებული, რის გამოც აგრარული თემების მრავალფეროვნება შეზღუდულია. ამის საპირისპიროდ, ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ მოიცავს სოფლის მეურნეობის მრავალ დარგს - მებაღეობას, მეფუტკრეობას, სასათბურე მეურნეობას, მეცხოველეობასა და თანამედროვე აგროტექნოლოგიებს. ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელები“ კი ყურადღებას ამახვილებს სოფლის მეურნეობის ეკონომიკურ, სამეცნიერო და ინსტიტუციურ ასპექტებზე, განსაკუთრებით რეგიონული განვითარების, ფინანსური მხარდაჭერისა და ხარისხის სტანდარტების საკითხებზე.

მედიასაშუალებებს შორის განსხვავება შეინიშნება სოფლის მეურნეობის ფუნქციური წარმოჩენის კუთხითაც. გაზეთ „ბოლნისში“ სოფლის მეურნეობა ძირითადად კულტურულ მემკვიდრეობასთან, რეგიონულ იდენტობასა და აგროტურიზმთან არის დაკავშირებული. ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ მას პრაქტიკულ და საგანმანათლებლო საქმიანობად წარმოაჩენს, რომელიც ფერმერებს გამოცდილებისა და ცოდნის გაზიარების შესაძლებლობას აძლევს. „ზუგდიდელები“ კი სოფლის მეურნეობას განიხილავს როგორც ეკონომიკური განვითარების, ინოვაციების დანერგვისა და რეგიონული ინდუსტრიალიზაციის მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს.

საერთო ტენდენციად შეიძლება ჩაითვალოს პოზიტიური ტონალობის დომინირება. სამივე მედიასაშუალებაში სოფლის მეურნეობის საკითხები ძირითადად წარმატების, განვითარების, ინოვაციების ან კულტურული ღირებულებების კონტექსტშია

წარმოდგენილი. კრიტიკული საკითხები, სისტემური პრობლემები, დარგის სირთულეები და გამოწვევები ნაკლებად ან საერთოდ არ გვხვდება. განსაკუთრებით თვალსაჩინოა ეს გაზეთ „ბოლნისსა“ და ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელებში“, სადაც პუბლიკაციების უმეტესობა წარმატებული პროექტებისა და პოზიტიური გამოცდილების წარმოჩენაზეა ორიენტირებული.

მნიშვნელოვანი განსხვავება ვლინდება მედიის ფუნქციების მიხედვითაც. გაზეთი „ბოლნისი“ ძირითადად საინფორმაციო და საიმიჯო ფუნქციას ასრულებს, ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ - საგანმანათლებლო და საკომუნიკაციო ფუნქციას, ხოლო „ზუგდიდელები“ - ინფორმაციულთან ერთად ეკონომიკური და განვითარების პროცესების პოპულარიზაციის ფუნქციას. განსაკუთრებით აღსანიშნავია ტელეგადაცემის როლი, როგორც ფერმერებს შორის გამოცდილების გაცვლისა და ცოდნის გავრცელების პლატფორმისა.

ასევე განსხვავებულია ინოვაციების გაშუქების მასშტაბი. გაზეთ „ბოლნისში“ აქცენტი უფრო ტრადიციებსა და ისტორიულ მემკვიდრეობაზე კეთდება, მაშინ როდესაც ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ და ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელები“ აქტიურად აშუქებენ თანამედროვე ტექნოლოგიებს, ციფრულ გადაწყვეტილებებს, ლაბორატორიულ კვლევებსა და ევროპული სტანდარტების დანერგვის პროცესს. შესაბამისად, ეს ორი მედია სოფლის მეურნეობას უფრო მეტად მომავლისა და განვითარების პერსპექტივასთან აკავშირებს.

საბოლოოდ, კვლევამ აჩვენა, რომ მიუხედავად საერთო პოზიტიური ნარატივისა, თითოეული მედიასაშუალება სოფლის მეურნეობას განსხვავებული რაკურსით წარმოაჩენს: გაზეთი „ბოლნისი“ - კულტურულ-ისტორიული და ტურისტული პერსპექტივიდან, ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ - პრაქტიკული ცოდნისა და ფერმერთა გამოცდილების გაზიარების ჭრილში, ხოლო ონლაინგამოცემა „ზუგდიდელები“ - ეკონომიკური განვითარების, ინოვაციებისა და რეგიონული მოდერნიზაციის კონტექსტში. ეს

განსხვავებები ასახავს როგორც მედიის ტიპის სპეციფიკას, ისე მათ სარედაქციო პრიორიტეტებსა და მიზნობრივ აუდიტორიას.

დასკვნა

წარმოდგენილი ნაშრომის მიზანი იყო რეგიონულ მედიაში აგრარული პრობლემების გაშუქების პრიორიტეტების შესწავლა და იმის დადგენა, თუ რამდენად სრულყოფილად და სიღრმისეულად აშუქებენ საკვლევად შერჩეული რეგიონული მედია-საშუალებები სასოფლო-სამეურნეო სფეროში არსებულ გამოწვევებს. კვლევის ფარგლებში ჩატარებულმა რაოდენობრივმა და თვისებრივმა კონტენტ-ანალიზმა საშუალება მოგვცა გაგვეანალიზებინა რეგიონული ტელევიზიის, ონლაინმედიისა და ბეჭდური მედიის საქმიანობა აგრარული საკითხების გაშუქების მიმართულებით.

აგრარული ჟურნალისტიკის განვითარების თვალსაზრისით მნიშვნელოვანი მოვლენა იყო 2017 წელს „საქართველოს აგროჟურნალისტთა ასოციაციის“ დაარსება, რომლის მიზანს სოფლის მეურნეობის საკითხებით დაინტერესებული ჟურნალისტებისა და აგროკომუნიკატორების პროფესიული უნარების განვითარება და ფერმერთა ინფორმირების ხელშეწყობა წარმოადგენდა. აღნიშნული ინიციატივა ხაზს უსვამს აგრარული თემების მნიშვნელობას მედიაში და მათ როლს საზოგადოების ინფორმირების პროცესში.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ საკვლევ მედიებს შორის აგრარული თემების გაშუქებით ყველაზე მეტად ტელევიზია გამოირჩევა. გადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ აქტიურად აშუქებს სოფლის მეურნეობის სხვადასხვა მიმართულებებს, ხელს უწყობს ფერმერთა ინფორმირებასა და გამოცდილების გაზიარებას. ამასთანავე, ონლაინმედია და ბეჭდური მედია აგრარულ თემებს შედარებით ნაკლები ინტენსივობით აშუქებენ. (RQ1: როგორ აშუქებენ საკვლევ რეგიონული მედიები აგრარულ პრობლემებს?)

კვლევამ ასევე აჩვენა, რომ აგრარული საკითხების გაშუქების სიღრმე და ანალიტიკურობა სხვადასხვა მედიასაშუალებაში განსხვავებულია. გადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ მრავალფეროვან თემებს სთავაზობს აუდიტორიას, თუმცა ნაკლებად არის ორიენტირებული პრობლემების გამომწვევი მიზეზებისა და სისტემური გამოწვევების სიღრმისეულ ანალიზზე. ონლაინმედია „ზუგდიდელები“ შედარებით ანალიტიკური

ხასიათის მასალებს აქვეყნებს, სადაც განხილულია კონკრეტული დარგების გამოწვევები და განვითარების პერსპექტივები. გაზეთი „ბოლნისი“ კი ძირითადად ორიენტირებულია სახელმწიფო პროგრამების, მუნიციპალური აქტივობებისა და წარმატებული მაგალითების გაშუქებაზე, რის გამოც პრობლემური საკითხების განხილვას შედარებით ნაკლები ყურადღება ეთმობა. (RQ2: არიან თუ არა შესწავლილი მედიები ორიენტირებული აგრო-საკითხების სიღრმისეულ და დეტალურ განხილვაზე?)

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ რეგიონული მედია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ფერმერებისა და სოფლის მოსახლეობის ინფორმირებაში, თუმცა აგრარული საკითხების გაშუქება უმეტეს შემთხვევაში ინფორმაციული ხასიათისაა. მიუხედავად იმისა, რომ მედიასაშუალებები აშუქებენ სოფლის მეურნეობის სხვადასხვა მიმართულებას, შედარებით იშვიათად გვხვდება ისეთი მასალები, რომლებიც სიღრმისეულად აანალიზებს დარგში არსებულ სისტემურ პრობლემებს, მათ გამომწვევ მიზეზებსა და შესაძლო გადაწყვეტის გზებს. ამ მხრივ განსაკუთრებით გამოიკვეთა ონლაინმედიის პოტენციალი, მაშინ როდესაც გაზეთ „ბოლნისში“ აგრარული საკითხების მრავალმხრივი და კრიტიკული გაშუქება ნაკლებად შეინიშნება. (RQ3: რამდენად სრულყოფილად და მრავალმხრივ აშუქებენ რეგიონული მედიები სასოფლო-სამეურნეო სფეროში არსებულ პრობლემებსა და გამოწვევებს?)

კვლევაში გადაცემა „მე ვარ ფერმერის“ ოცდათვრამეტი (38) ეპიზოდის, გაზეთ „ბოლნისის“ თორმეტი (12) ნომრისა და ონლაინმედია „ზუგდიდელების“ თერთმეტი (11) მასალის კონტენტ ანალიზმა, რაოდენობრივი და თვისებრივი მასალების შესწავლის შედეგად გამოვლენილმა ტენდენციებმა ნაწილობრივ დაადასტურა ნაშრომში წარმოდგენილი ჰიპოთეზა: „რეგიონული მედია აგრარულ საკითხებს ძირითადად ინფორმაციულ დონეზე აშუქებს და ნაკლებ ყურადღებას უთმობს დარგში არსებული სისტემური პრობლემების და მათი გამომწვევი მიზეზების სიღრმისეულ ანალიზს.“

ამრიგად, კვლევამ აჩვენა, რომ აგრარული ჟურნალისტიკის განვითარების მიუხედავად, რეგიონულ მედიაში კვლავ რჩება ანალიტიკური ხასიათის მასალების დეფიციტი.

შესწავლილი რეგიონული მედიები კი ჯერ კიდევ ვერ პასუხობენ კონსტრუქციული აგროჟურნალისტიკის ძირითად მოთხოვნებსა და ღირებულებებს, სადაც მედიის მიზანი სხვადასხვა მხარეთა შორის კომუნიკაციის, ინფორმაცია-ცოდნის გადაცემისა და გაცვლის ხელშეწყობაა. (კონსტრუქციული აგროჟურნალისტიკა, 2018). დადასტურდა კვლევის ჰიპოთეზა, რომ „რეგიონული მედია აგრარულ საკითხებს ძირითადად ინფორმაციულ დონეზე აშუქებს და ნაკლებ ყურადღებას უთმობს დარგში არსებული სისტემური პრობლემების, გამოწვევებისა და მათი გამომწვევი მიზეზების სიღრმისეულ ანალიზს“.

ძირითადი მიგნებები

- ✚ კვლევამ აჩვენა, რომ რეგიონულ მედიაში აგრარული საკითხების გაშუქების ინტენსივობა და ფორმა მედიასაშუალების ტიპის მიხედვით განსხვავდება. შესწავლილ მედიებს შორის სოფლის მეურნეობის თემებს ყველაზე აქტიურად ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ აშუქებს.
- ✚ რეგიონული მედიის მიერ აგრარული საკითხების გაშუქება ძირითადად ინფორმაციულ და საგანმანათლებლო ხასიათს ატარებს, მაშინ როდესაც სისტემური პრობლემების, რისკებისა და გამოწვევების ანალიზი შედარებით იშვიათად გვხვდება.
- ✚ კვლევის შედეგად გამოიკვეთა პოზიტიური ტონალობის დომინირება. როგორც გაზეთ „ბოლნისში“, ისე ონლაინმედია „ზუგდიდელებსა“ და ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერში“ განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა წარმატებულ პროექტებს, ინიციატივებსა და განვითარების პერსპექტივებს.
- ✚ გაზეთი „ბოლნისი“ აგრარულ საკითხებს ძირითადად მევენახეობა-მელვინეობის, კულტურული მემკვიდრეობისა და აგროტურიზმის კონტექსტში აშუქებს, რაც თემატურ მრავალფეროვნებას გარკვეულწილად ზღუდავს.
- ✚ ტელეგადაცემა „მე ვარ ფერმერი“ მნიშვნელოვან საგანმანათლებლო ფუნქციას ასრულებს და ფერმერებს შორის გამოცდილების გაზიარების პლატფორმას

წარმოადგენს, თუმცა ნაკლებად არის ორიენტირებული დარგში არსებული სისტემური პრობლემების კრიტიკულ ანალიზზე.

- ✚ ონლაინმედია „ზუგდიდელები“ სოფლის მეურნეობას უფრო მეტად ეკონომიკური განვითარების, ინოვაციების, ფინანსური ინსტრუმენტებისა და ევროპული სტანდარტების დანერგვის კონტექსტში განიხილავს, თუმცა აქაც შეზღუდულად გვხვდება კრიტიკული და საგამოძიებო მასალები.
- ✚ კვლევამ ნაწილობრივ დაადასტურა ჰიპოთეზა, რომლის მიხედვითაც რეგიონული მედია აგრარულ საკითხებს უმეტესად ინფორმაციულ დონეზე აშუქებს და ნაკლებ ყურადღებას უთმობს პრობლემების გამომწვევი მიზეზებისა და მათი გადაჭრის გზების სიღრმისეულ ანალიზს.

რეკომენდაციები

- ✚ რეგიონულმა მედიასაშუალებებმა მეტი ყურადღება უნდა დაუთმონ აგრარული სექტორის სისტემური პრობლემების, გამოწვევებისა და რისკ-ფაქტორების ანალიზს.
- ✚ სასურველია გაიზარდოს ანალიტიკური, კვლევითი და ინტერვიუზე დაფუძნებული მასალების რაოდენობა, რომლებშიც წარმოდგენილი იქნება სხვადასხვა მხარის - ფერმერების, ექსპერტების, სახელმწიფო უწყებებისა და დარგობრივი ორგანიზაციების - პოზიციები.
- ✚ რეგიონულმა მედიამ უნდა უზრუნველყოს აგრარული თემების უფრო მრავალფეროვანი გაშუქება, რათა ყურადღება არ გამახვილდეს მხოლოდ ცალკეულ დარგებზე ან წარმატების ისტორიებზე.
- ✚ მნიშვნელოვანია აგროჟურნალისტების პროფესიული განვითარების ხელშეწყობა ტრენინგების, სემინარებისა და სპეციალიზებული საგანმანათლებლო პროგრამების მეშვეობით.
- ✚ მედიასაშუალებებმა უფრო აქტიურად უნდა გამოიყენონ კონსტრუქციული ჟურნალისტიკის პრინციპები, რაც გულისხმობს არა მხოლოდ პრობლემების

წარმოჩენას, არამედ მათი გადაჭრის შესაძლო გზებისა და წარმატებული პრაქტიკების ანალიზსაც.

- ✚ სასურველია რეგიონულ მედიაში გაძლიერდეს საგამოძიებო და მონაცემებზე დაფუძნებული ჟურნალისტიკა, რაც ხელს შეუწყობს აგრარული სექტორის პრობლემების უფრო ობიექტურ და სიღრმისეულ გაშუქებას.
- ✚ ონლაინ და ტრადიციულმა მედიამ მეტი ყურადღება უნდა დაუთმოს კლიმატის ცვლილების, სასურსათო უსაფრთხოების, თანამედროვე აგროტექნოლოგიების, გარემოსდაცვითი გამოწვევებისა და სოფლის მდგრადი განვითარების საკითხებს.

გამოყენებული ლიტერატურა

- Anyanwu, B., & Udoh, G. N. (2022). The effectiveness of mass media in agricultural extension and development. *African Journal of Agricultural Science and Food Research*, 3(1), 25–36. <https://publications.afropolitanjournals.com/index.php/ajasfr/article/view/40/49> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)
- Khan, N. (2020). Mass media role in agricultural and rural development. *Journal of Mass Media and Agricultural Development*, 7(4), 1–11. [PAPER25.pdf](#) (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)
- Kuprashvili, N., & Chalaganidze, N. (2026). Rebuilding agricultural information systems through climate-smart journalism education: A cross-country impact assessment in the South Caucasus. *NEXUS: A Journal of Mass Communication and Strategic Narratives*, 1. <https://nexus.openjournals.ge/index.php/nexus/article/view/11392> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)
- Shakulashvili, E., & Chalaganidze, N. (2026). Coverage of environmental and agricultural issues on the public broadcaster's radio platform (Radio Ajara – the program “Eco World” and Georgian Radio – the program “Farmer's Morning”). *NEXUS: A Journal of Mass Communication and Strategic Narratives*, 1. <https://nexus.openjournals.ge/index.php/nexus/article/view/11393> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)
- Šarković, A., Matić, J., & Bogdanov, N. (2022). The environmental and educational topics in agricultural TV broadcasts. *Eastern European Countryside*, 26, 1–29. <https://doi.org/10.12775/EEC.2020.009> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)
- გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო. (2026). სოფლის მეურნეობისა და სოფლის განვითარების 2021-2027 წლების სტრატეგიის 2024-2027 წლების სამოქმედო გეგმის 2025 წლის შესრულების მონიტორინგის ანგარიში. <https://mepa.gov.ge/ge/reports> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)
- კუპრაშვილი, ნ., & ჭალაგანიძე, ნ. (2018). კონსტრუქციული აგროჟურნალისტიკა. უნივერსალი. [*Microsoft Word - Dakabadonebuli Suaridze Sruli.doc](#) (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)
- ნადიბაიძე, ნ. (2021). აგრარული რისკების შეფასება და მათი დაძლევის სტრატეგიები. *ეკონომიკა და ბიზნესი*, (3), 68–86. <https://dspace.tsu.ge/server/api/core/bitstreams/1c19a96e-11ca-49aa-a8e1-87ee304a2373/content> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)
- საქართველოს კანონი სოფლის მეურნეობისა და სოფლის განვითარების შესახებ, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე (2024). <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/6192001> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (2025). საქართველოს სოფლის მეურნეობა - 2024 წელი და 2024 წლის IV კვარტალი (წინასწარი შედეგები მეცხოველეობის შესახებ). <https://www.geostat.ge/ka/single-news/3374/sakartvelos-soffis-meurneoba-2024-tseli-da-2024-tslis-iv-kvartali> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (2025). საქართველოს სოფლის მეურნეობა - 2025 წლის II კვარტალი (წინასწარი შედეგები მეცხოველეობის შესახებ). <https://www.geostat.ge/ka/single-news/3517/sakartvelos-soffis-meurneoba-2025-tslis-ii-kvartali>

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (2026). მთლიანი შიდა პროდუქტი (მშპ) 2025-2024 წლის მონაცემები. <https://www.geostat.ge> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)

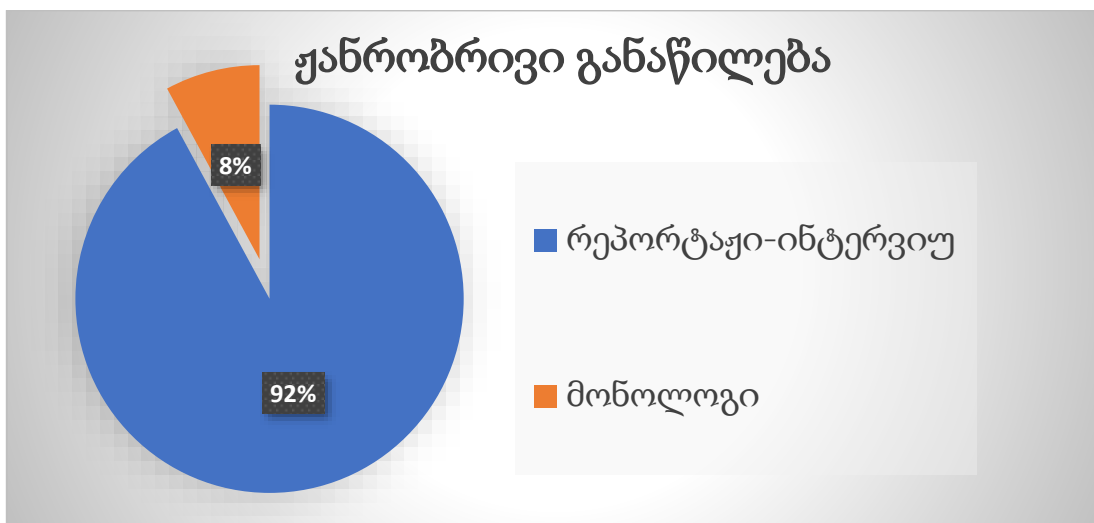
საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (2026). საქართველოს სოფლის მეურნეობა - 2025 წელი. <https://www.geostat.ge/ka/single-news/3718/sakartvelos-soffis-meurneoba-2025-tseli> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026)

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (2026). საქართველოს სოფლის მეურნეობა - 2026 წლის I კვარტალი. <https://www.geostat.ge/ka/single-news/3746/sakartvelos-soffis-meurneoba-2026-tslis-i-kvartali> (ბოლო ნახვა 11 ივნისი, 2026).

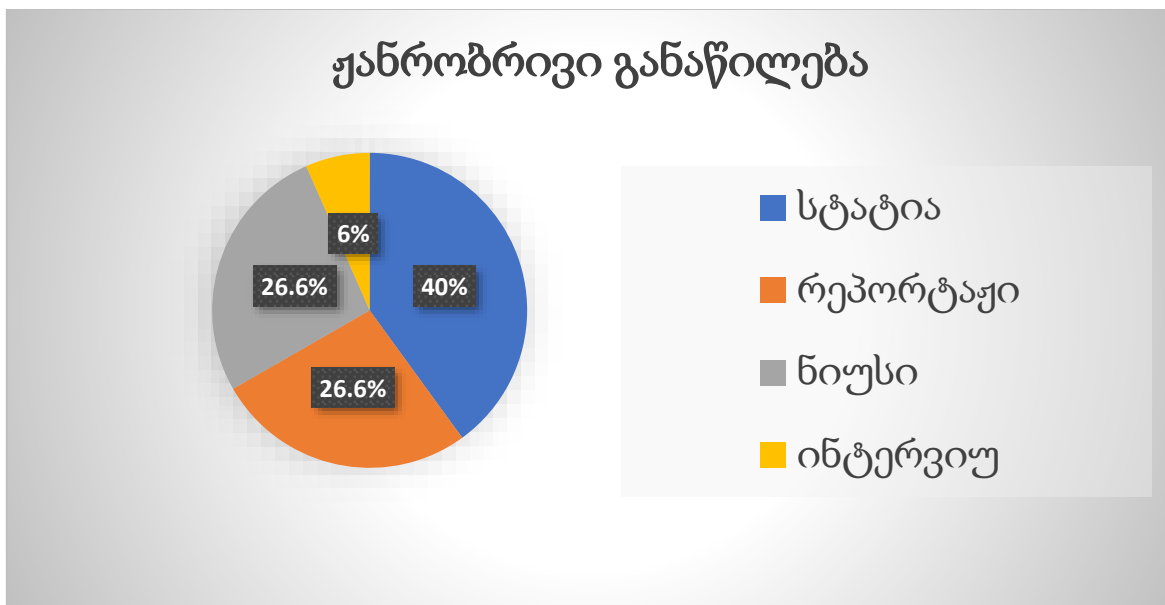
ტორაძე მ., მაისაშვილი ხ. (2019). მედიისა და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. <..\Downloads\1-Maisashvili.Toradze.pdf> (ბოლო ნახვა 13 ივნისი, 2026)

დანართი

დიაგრამა 3.1. ჟურნალისტური ჟანრის განაწილება პროცენტულად გადაცემა „მე ვარ ფერმერში“



დიაგრამა 3.2. ჟურნალისტური ჟანრის განაწილება პროცენტულად გაზეთ „ბოლნისში“



დიაგრამა 3.3. ჟურნალისტური ჟანრის განაწილება პროცენტულად გაზეთ „ბოლნისში“

