

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისი სახელმწიფო უნივერსიტეტის
სოციალურ პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

სამაგისტრო პროგრამა მედია და ახალი ტექნოლოგიები

მარიამ გოზალიშვილი

სანდრო კაჭახიძე

სანდრო ბოჭორიშვილი

ჯანდაცვის საკითხების გაშუქება ქართულ ტელევიზორებში

ნაშრომი შესრულებულია ჟურნალისტიკის მაგისტრის აკადემიური
ხარისხის მოსაპოვებლად

ნაშრომის ხელმძღვანელი: ნინო ჭალაგანიძე, ჟურნალისტიკის დოქტორი,
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი

თბილისი

2017

ანოტაცია:

კვლევა ასახავს, რამდენად ხშირად და როგორი ეფექტიანობით ასახავს სამაუწყებლო მედია ჩვენს ქვეყანაში ჯანდაცვასთან დაკავშირებულ საკითხებს.

ჯანმრთელობა რომ ადამიანის სიცოცხლის ხარისხის უმნიშვნელოვანესი განმსაზღვრელი ფაქტორია, საკამათო არაა. თუმცა ხშირად, განსაკუთრებით ისეთ ქვეყნებში, სადაც სოციალური ფონი დაბალია, ასევე, ერის მენტალობა, ქცევა და ტრადიციები მაინცა და მაინც, არ ითვალისწინებს ჯანსაღი ცხოვრების პრინციპების დაცვას, ისეთი მნიშვნელოვანი საკითხი, როგორც დაავადებათა პრევენციაა, ყურადღების მიღმა რჩება.

ასეთ დროს სრულიად განსაკუთრებული როლი მედიას ეკისრება, რომელიც ვალდებულია, მოსახლეობის ფიზიკური, სულიერი და სოციალური კეთილდღეობის მიზით, არსებული პრობლემატიკა წინა პლანზე წამოწიოს და ხშირი თემატური გადაცემებით, ავტორიტეტული სტუმრებით, ღრმა, ანალიტიკური მასალებითა თუ სხვა ტიპის სოციალური აქტივობით ჩაუნერგოს თავის მომხმარებელს არსებული რეალობის შესაბამისი აღქმა.

აღსანიშნავია, რომ სოციალურ მეცნიერებებში ეს თეორია, დიდი ხანია, არსებობს და სწორედ ქცევის შეცვლის (Behavior change communication theory) სახელითაა ცნობილი.

წინამდებარე ნაშრომი ორი ნაწილისგან შედგება. პირველი ნაწილი წარმოადგენს არსებული მედია ბაზრის კვლევას. კვლევის ობიექტები როგორც სახელმწიფო, ისე საზოგადოებრივი და კერძო მედია სტრუქტურებია.

კვლევა ეხება საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და კერძო (კომერციული) მაუწყებელს - „პულსტვ“-ის.

არსებული მასალის შესწავლა საჭირო გახდა ჩვენი ჰიპოთეზის დასადასტურებლად, რომ ჯანდაცვის საკითხებს თანამედროვე ქართულ მედიაში სათანადო ყურადღება არ ექცევა. აღნიშნულს ამტკიცებს ავტორთა ჯგუფის მიერ ჩატარებული კვლევა, რომელიც

კონტენტ-ანალიზს (რაოდენობრივსა და თვისებრივ მეთოდებს), ასევე, სიღრმისეულ ინტერვიებს ეფუძნება.

სამაგისტრო ნაშრომის მეორე ნაწილი პრაქტიკული ხასიათისაა და წარმოადგენს იმავე ავტორთა ჯგუფის მიერ მომზადებულ სატელევიზიო რგოლს. ესაა ჯანმრთელობის პრევენციის თემატიკაზე მომზადებული სოციალური რეკლამა.

Abstract:

The survey shows how frequent and how effective the broadcast media covers the health care issues in our country.

It is beyond any doubt that the health is the most important factor of the quality of the human life. However, often, especially in the countries where the social background is low and the mentality, behavior and traditions of the nation still do not provide for the observance of healthy living principles, such an important issue as disease prevention is left unaddressed.

At such a case the media shall play a particular role and shall undertake responsibility for bringing these issues to the forefront aiming the physical, spiritual and social welfare of the population, and through frequent thematic programs, authoritative guests, profound analytical materials, and other social activities impress in their audience the relevant perception of the existing reality.

It is noteworthy that this theory has long been known in social sciences and is known as the Behavior Change Communication Theory.

The present work consists of two parts. The first part represents the existing media market survey. The objects of survey are state, public and private media structures.

The survey concerns the Public Broadcaster and private (commercial) broadcaster PulseTV

The study of existing materials was required to prove our hypothesis that the health care issues are disregarded in the modern Georgian media outlets. This is confirmed by the survey conducted by a group of authors, which is based on the content analysis (quantitative and qualitative methods) and in-depth interviews.

The second part of the master's thesis is of practical nature and is a TV clip produced by the same authors group. This is a social advertisement prepared on disease prevention topics.

სარჩევი:

| | |
|--|----|
| ანოტაცია..... | 2 |
| Anotation..... | 4 |
| შესავალი..... | 6 |
| ❖ თემის აქტუალობა, კვლევის მიზნები, ამოცანები..... | 9 |
| ❖ კვლევის მეთოდოლოგია და ჰიპოთეზები..... | 11 |
| ❖ კვლევის დიზაინი..... | 12 |
| ❖ ლიტერატურის მიმოხილვა..... | 14 |
| ძირითადი ნაწილი..... | 15 |
| § 1. ჯანდაცვის საკითხების გაშუქების ტრადიცია ქართულ ტელევიზორში..... | 15 |
| ❖ საზოგადოებრივი ტელემაუწყებლობის მაგალითზე..... | 15 |
| ❖ კერძო (კომერციული) მაუწყებლობის მაგალითზე..... | 19 |
| § 2. სოციალური თემატიკა მედიაში, სოციალური რგოლები და კანონმდებლობა..... | 21 |
| § 3. ჯანდაცვის პროპაგანდის მნიშვნელობის შესახებ..... | 22 |
| ❖ სტატისტიკური მონაცემები..... | 22 |
| ❖ სიღრმისეული ინტერვიუები..... | 24 |
| დასკვნა..... | 45 |
| გამოყენებული ლიტერატურა..... | 48 |
| დანართები | 50 |
| ❖ დანართი N1: რგოლის სცენარი..... | 50 |
| ❖ დანართი N2: პროექტის ხარჯთაღრიცხვა..... | 53 |

- ❖ დანართი N3: საინფორმაციო წერილი საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ჯანდაცვის გაშუქების შესახებ.....55
 - ❖ დანართი N4: რგოლის ელ. ვერსია56
- *შენიშვნა:* ელ. ვერსიაში ნუმერაცია თავფურცლიდან იწყება, რახან სისტემა არ იძლევა სხვა საშუალებას. სარჩევში მითითებული გვერდებიც ამ პრინციპითაა დალაგებული. თუმცა ბეჭდური ვერსია სტანდარტის შესაბამისადაა აგებული.

შესავალი:

ჯანდაცვის მსოფლიო ორგანიზაციის განმარტებით, ჯანმრთელობა არა მარტო დაავადებისა და ფიზიკური დეფექტების არ არსებობა, არამედ ფიზიკური, სულიერი და სოციალური კეთილდღეობის მდგომარეობაა. ჯანმრთელობის ცნების ზემოაღნიშნული განმარტება არ შეიძლება სრულყოფილად ჩაითვალოს იმდენად, რამდენადაც თითქმის შეუძლებელია არა თუ ადამიანთა ჯგუფის, არამედ ცალკეული პიროვნების მოძიება, რომელიც არსებულ პირობას დააკმაყოფილებს. ამიტომ, ცნების არსებული ფორმულირება უნდა მივიღოთ როგორც იმ იდეალური მოდელის განმარტება, რომელსაც ნებისმიერი საზოგადოება უნდა ესწრაფოდეს.

ჯანდაცვის მსოფლიო ორგანიზაციის პოლიტიკის - "ჯანმრთელობა ყველასათვის" თანახმად, გაჯანსაღება, დაავადებათა პროფილაქტიკა, მკურნალობა, რეაბილიტაცია და ინვალიდების მოვლა მუდმივად განვითარებადი სტრატეგიის ძირითადი ელემენტებია. თითოეული ადამიანი გარანტირებული უნდა იყოს იმით, რომ დაცულ იქნება მისი ჯანმრთელობის, ჯანსაღ გარემოში ცხოვრების, ავადმყოფობისა და ტრავმებისაგან ეფექტიანი დაცვის უფლებები.

მოსახლეობის ჯანმრთელობა უმნიშვნელოვანესი ეროვნული ღირებულებაა. ისაა საზოგადოების განვითარების ძირითადი პირობა და ამავე დროს - მისი ზემოქმედების საბოლოო შედეგიც. ჯანმრთელობის შენარჩუნება და განვითარება ქვეყნისათვის ერთ-ერთ უპირველეს ამოცანას წარმოადგენს.

მოსახლეობის ჯანმრთელობის მდგომარეობის და/ან საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის დონის შესაფასებლად გამოიყენება სხვადასხვა მაჩვენებლები: დემოგრაფიული (შობადობა, სიკვდილიანობა, სიცოცხლის საშუალო ხანგრძლივობა), ავადობის, დაინვალიდების (მყარი შრომისუუნარობის), ფიზიკური განვითარებისა და სხვა მაჩვენებლები.

მედიცინის მთავარი ამოცანაა, პასუხი გასცეს კითხვას, თუ რით არის განპირობებული მოსახლეობის ჯანმრთელობა. მიჩნეულია, რომ სხვადასხვა ფაქტორები (ეკოლოგიური ფონი, სოციალური მდგომარეობა, გენეტიკური მიდრეკილებები, დაავადებების პრევენცია და კონტროლი, მოსახლეობის განათლება, ჯანმრთელი გარემო, წყლისა და საკვების უსაფრთხოება, საგანგებო სიტუაციებისათვის და კატასტროფებისათვის მზადყოფნა, სამედიცინო განათლებისა და ბიო-სამედიცინო მეცნიერების განვითარების ხელშეწყობა და სხვ.) მძლავრ ზეგავლენას ახდენენ ჯანმრთელობის მდგომარეობაზე.

მოსახლეობის ჯანმრთელობაზე ზრუნვის ვალდებულებას რამდენიმე ინსტიტუცია ინაწილებს. ოჯახთან ერთად, უმნიშვნელოვანესი წვლილი ამ საქმეში სახელმწიფოს შეაქვს.

საქართველოს მთავრობის დადგენილებაში (№724, 2014 წლის 26 დეკემბერი) დეტალურადაა გაწერილი 2014-2020 წლების საქართველოს ჯანმრთელობის დაცვის სისტემის სახელმწიფო კონცეფცია „საყოველთაო ჯანდაცვა და ხარისხის მართვა პაციენტთა უფლებების დასაცავად“. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2657250>

კონცეფციაში მკაფიოდაა ჩამოყალიბებული მიზანი: მოსახლეობის გათვითცნობიერება სამედიცინო საკითხებში, ჯანსაღი ცხოვრების წესის დანერგვა, ზრუნვა დაავადებათა პროფილაქტიკაზე და დახმარების გაწევა დიაგნოსტიკისა და მკურნალობის სწორად წარმართვაში.

სწორედ წამოწეულ საკითხებს ეხმიანება წინამდენარე სამაგისტრო ნაშრომიც, რომელიც ორი ნაწილისგან: კვლევითი პროექტისა და ვიზუალიზებული მასალისგან

შედგება. ნაშრომი სამი სტუდენტის ავტორობით შეიქმნა. თანაავტორთა შრომის კონტრიბუცია თანაბარია: იდეის ავტორი **ს. ბოჭორიშვილი**, წლებია, ჯანდაცვის სფეროში საქმიანობს. ის კლინიკა „კანის“ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურს ხელმძღვანელობს და მოსახლეობის ინფორმირების, პროფილაქტიკისა და დროული სამედიცინო რეაგირების საკითხები მისი სამუშაოს უმნიშვნელოვანესი ნაწილია. წარმოდგენილ პროექტში ბოჭორიშვილი არსებული თემატური კვლევების, ასევე საკანონმდებლო აქტებისა და რეგულიაციების მოძიება-ანალიზს თაოსნობს. მისავე აქტიური ჩართულობით შეიქმნა სატელევიზიო რგოლის ავტორო და სარეჟისორო სცენარები.

მაგისტრანტი **მ. გოზალიშვილი** სამაგისტრო პროექტის მენეჯერობა გასწია: საჭირო საბუთების, კორესპონდენციის მომზადება, წყაროებზე მუშაობა, რედაქტირება, სტრუქტურასთან დაკავშირებული საქმიანობა სწორედ გოზალიშვილს ხვდა წილად. მარიამმა იმუშავა პროექტის კვლევით ნაწილსა და ხარჯთაღრიცხვაზეც.

მაგისტრანტი **ს. კაჭახიძე** გამოცდილი პრაქტიკოსია. წლებია, მუშაობს ტელევიზიაში როგორც სიუჟეტების ავტორად, ისე საინფორმაციო და საინფორმაციო-ანალიტიკური გადაცემების წამყვანად. ჯანდაცვის გაშუქების პრობლემატიკა კაჭახიძის კვლევით ინტერესებში, დიდი ხნის წინ მოექცა. წარმოდგენილ პროექტში სანდრო საღრმისეულ ინტერვიუებსა და მათ ანალიზზე მუშაობდა. აქტიურად იყო ჩართული სატელევიზიო პრაქტიკული ნაწილის მომზადებაშიც.

❖ თემის აქტუალობა, კვლევის მიზნები, ამოცანები

წინამდებარე პროექტის მიზანი ერთგვარი საინფორმაციო კამპანიის სახეს ატარებს, ესაა მცდელობა, წინ წამოვიწიოთ ჯანდაცვის თემის გაშუქება მედიაში, რადგან სხვადასხვა ტიპის წინასწარი ღონისძიებების გატარება არასასურველი მოვლენების თავიდან ასაცილებლად ერთ-ერთი ყველაზე მოკლე, მარტივი და ეფექტური გზაა, დავაფიქროთ მოქალაქე საკუთარი და მისი ახლობლების ჯანმრთელობის მოფრთხილების აუცილებლობაზე; დავეხმაროთ, გაანალიზოს, რა რისკების წინაშეა და როგორ უნდა მოიქცეს, რომ ჯანმრთელობა დიდხანს შეინარჩუნოს. ადამიანის ინფორმირება, კრიზისამდე, მისი დროული რეაგირების საწინდარია. Source: ეროვნებათშორისი ურთიერთობების მართვა, [მეთოდური სახელმწიფანელო], ადამიანის რესურსების განვითარების ფონდი,- რედ. ჯავახიშვილისა ჯ. სარჯველამის ნ.,-თბ,- 2007., <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=4183> ბოლო ნახვის თარიღი: 03.03.17)

წინამდებარე სამაგისტრო პროექტი, რომელიც საინფორმაციო კამპანიის ერთ ნაწილს წარმოადგენს, მიზნად ისახავს მოქალაქის, მოსახლეობის, სრულიად საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებას ჯანმრთელობის დაცვის კუთხით. ცხადია, ერთი და ორი სოციალური რგოლი არაა საკმარისი ამ ძალიან საჭირო და სასარგებლო ინიციატივის მხარდასაჭერად. სასურველია, სოციალური მხარდაჭერა საგანგებო კონცეფციით გაწერილ სხვა აქტივობებთან ერთად ქმნიდეს საფუძველს პრობლემის აღმოსაფხვრელად. ამ მიზნის მისაღწევად კი, სხვა მრავალთან ერთად, საფრთხეების შესახებ ინფორმაციის მიწოდების სწორი საშუალებებისა და გზების შერჩევაც წარმოადგენს.

მოსახლეობამ უნდა მიიღოს ინფორმაცია, რა სახის გამოკვლევების ჩატარება არის მნიშვნელოვანი და რომელი მათგანია ბიუჯეტიდან დაფინანსებული. ხშირ შემთხვევაში ადამიანი ფინანსური მდგომარეობიდან გამომდინარე ვერ ახერხებს ექიმთან მისვლას. სახელმწიფოს მხრიდან ხშირია გარკვეული პროგრამების დაფინანსება, მაგრამ

მოსახლეობის უმეტესს ნაწილს ამის შეახებ ინფორმაცია არ აქვს. ამ შემთხვევაში სოციალური რეკლამა/პროექტი განსაკუთრებულ დატვირთვას იძენს.

წინამდებარე ნაშრომის მიზანია, მოიკვლიოს, რამდენად სისტემატურად შუქდება სამედიცინო თემები, რჩევები და ჯანმრთელობისთვის მნიშვნელოვანი სხვა ინფორმაცია. ხშირად მედიაში ვხვდებით ჯანმრთელობასა და გარეგნულ იერ-სახესთან დაკავშირებულ ინფორმაციასა თუ რჩევებს, მაგრამ აღნიშნულ მასალათა სანდოობა დაუზუსტებელია. არსებობს სარეკლამო ტიპის სამედიცინო გადაცემებიც, თუმცა მათი ფოკუსი, უპირატესად, კონკრეტული კომპანიების მიერ შეთავაზებული პროდუქტისა თუ მომსახურების გაყიდვას არ სცდება.

სამაგისტრო პროექტის კვლევით ნაწილი ჯანდაცვის თემაზე მომზადებული სიუჟეტების საფუძველზე ქართული ტელევიზიებისათვის დამახასიათებელი ტენდენციებისა და პრობლემების გამოვლენა-ანალიზს ისახავს მიზნად. ძირითადი საკვლევი კითხვები ასე გამოიყურება:

- რა სიხშირით შუქდება ტელეარხების მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებში ჯანდაცვასთან დაკავშირებული საკითხები;
- რამდენად პრიორიტეტულია ჯანდაცვის თემატიკა სხვადასხვა მაუწყებლის ახალი ამბების რედაქციებისათვის;
- რამდენადაა დაცული ჟურნალისტიკის ძირითადი პრინციპები (ობიექტურობა, წყაროთა ბალანსი და სხვ.) პრობლემის გაშუქებისას;
- რა სიხშირით გამოიყენება დოკუმენტები, ანგარიშები სტატისტიკური მონაცემები დამატებით წყაროდ;
- ვინ არიან თემატური გადაცემების/სიუჟეტების მთავარი სუბიექტები.

❖ კვლევის მეთოდოლოგია და ჰიპოთეზები

წარმოდგენილი ნაშრომი ეფუძნება, ერთი მხრივ, კონტენტ ანალიზის რაოდენობრივსა და, მეორე მხრივ, თვისებრივი, შინაარსობრივი კვლევის მეთოდს. გამოყენებულია სიღრმისეული ინტერვიუებიც. ამ ტიპის ინტერვიუები თვისებრივ მეთოდებში ფართოდ გამოიყენება. ესაა ნაწილობრივ სტრუქტურირებული ინტერვიუები, რომელიც სადისკუსიო გეგმის საფუძველზე წარიმართება და მიზნად ისახავს, შეიტყოს რესპონდენტის არა მხოლოდ დამოკიდებულება და პოზიცია, არამედ მოტივაციები. ჩვენ შემთხვევაში, განსაკუთრებული სკურპულოზურობით შევარჩიეთ ექვსი რესპონდენტი. რესპონდენტთა შერჩევის პრინციპი მათივე კვალიფიკაციიდან გამომდინარეობდა. ვეცადეთ, მოგვეძებნა სამედიცინო განათლების მქონე პრაქტიკოსები, ვინც, ამასთანავე, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებთანაც თანამშრომლობდა/თანამშრომლობს და ცდილობს, თავისი „წილი“ შრომა ჩადოს ჯანსაღი ცხოვრების პოპულარიზაციის საქმეში.

კვლევა მოიცავდა დაკვირვებას ქართულ სატელევიზიო მედიაზე. შესწავლილ იქნა ქართული ტელევიზიის როგორც საზოგადოებრივი, ისე კერძო მაუწყებლობის პროგრამები.

კვლევის მიზანი იყო, დაგვედგინა როგორ და რა სიხშირით აშუქებდა ტელევიზიები ჯანდაცვასთან დაკავშირებულ საკითხებს. ჩვენთვის საინტერესო იყო, დაგვედგინა, რამდენადაა ამ თვალსაზრისით გათვალისწინებული მოსახლეობის საჭიროებები, მოთხოვნილებები და ინტერესები.

წარმოდგენილი კვლევის **ჰიპოთეზები** შემდეგნაირად ყალიბდება:

- ქართული მედია, ერთი მხრივ, ჯანმრთელობის საკითხებისადმი ინტერესს ავლენს, თუმცა, საკითხების სპექტრის, მრავალფეროვნებისა და ჟურნალისტიკის აღიარებულ სტანდარტებთან შესაბამისობის თვალსაზრისით, მრავალ ხარვეზს შეიცავს;
- ხშირია მედიაში სპეციფიური ჟარგონის გამოყენების შემთხვევები. მკითხველს/მაყურებელს პოპულარულ ენაზე არ განემარტება, რასთან აქვს საქმე.

ჯანმრთელობის თემების გაშუქების დროს მნიშვნელოვანია გამოყენებული იყოს მარტივი ენა, რადგან სამედიცინო ტერმინები სპეციფიკურია. შესაბამისად, მთავარი შედეგი - მომხმარებლისთვის ინფორმაციის გასაგებ ენაზე მიწოდება, მიუღწეველია;

- მედიასაშუალებათა ანალიზი ადასტურებს, რომ ადამიანის ჯანმრთელობის დაცვისა და დაავადებათა პრევენციის საკითხები არაა პრიორიტეტული. რაოდენობრივად და ხარისხობრივად, ჯანდაცვასთან დაკავშირებული თემატიკის გაშუქება არასაკმარისად ხდება. იკვეთება, რომ ძირითადი გზავნილები, რაც ჩვენს სამაუწყებლო მედიაში ჯანმრთელობის თემების გაშუქებისას ჭარბობს შემდეგია:
 - საზოგადოებრივი საფრთხე, ძალადობა, კრიმინალი, უსამართლობა, სკანდალური ინფორმაცია, სადაც მესიჯების ტონი, უპირატესად, უარყოფითია, მასალა კი მიზნად ისახავს მკითხველის აღელვებასა და შეშფოთებას;
 - მასალა გარკვეული პროდუქტის გაყიდვას ისახავს მიზნად: ესთეტიკური სერვისები და სხვ.

ნაშრომის დასკვნით ნაწილში გაცხადდება, რამდენად დასტურდება წარმოდგენილი ჰიპოთეზები.

❖ კვლევის დიზაინი

პროექტის ნარატიული ნაწილის მარტივი და ეფექტიანი აღქმისთვის, დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ნაშრომის სწორი, გამართული არქიტექტონიკის შემუშავებას. წინამდებარე მასალის სტრუქტურალად გამართული იერ-სახის მინიჭებისთვის, თემატიკა გარკვეული ლოგიკითაა აგებული და სირთულის მიხედვით დანაწევრებული. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი საკითხები გამოყოფილია და სწორედ მათ ირგვლივ იშლება მსჯელობა.

ნაშრომის შესავალი ნაწილი რამდენიმე ქვეთავისგან შედგება. განვმარტავთ ტექსტში მათი მნიშვნელობის/საჭიროებისა და კავშირ-ურთიერთობის ლოგიკას.

1. *თემის აქტუალობა, კვლევის მიზნები, ამოცანები* - წარმოდგენილია ავტორთა ხედვა, ძირითადი კონცეპტი, რამ განაპირობა მათი არჩეული თემატიკით დაინტერესება: ჰქონდა ამას პრივატული სარჩული თუ საკითხის პრობლემურობამ და არსებულმა ემპირიულმა ველმა განაპირობა მოცემული საკითხების კვლევის საგნად შერჩევა. ასევე, წარმოდგენილია ყველა ავტორის პროექტში შრომის კონტრიბუცია.
2. *კვლევის მეთოდოლოგია და ჰიპოთეზები* - კვლევის მეთოდოლოგია - ასახავს ავტორთა იდეურ პრიორიტეტებსა და კვლევის იმ მეთოდებს, რომლების აღნიშნული თემატიკის საკვლევად შერჩა.
3. *კვლევის დიზაინი* - ასახავს ნაშრომის არქიტექტონიკის ლოგიკას და ხელს უწყობს მკითხველს, უკეთ გაერკვეს სფეროს ნიუანსებში.
4. *ლიტერატურის მიმოხილვა* - წარმოადგენს ნაშრომის მომზადებისას გამოყენებული წიგნადი თუ ელექტრონული მასალების გაცნობა-ანალიზს.

ნაშრომის ძირითადი ნაწილი საკვლევ კონტენტის მიმოხილვაა. სამაგისტრო პროექტის ამ თავში წარმოდგენილია, ზოგადად, ჯანდაცვის საკითხების გაშუქების ტრადიცია ქართულ ტელესივრცეში და, კონკრეტულად, ორი განსხვავებული სტრუქტურის: საზოგადოებრივი და კერძო მაუწყებლობების ჯანდაცვასთან დაკავშირებული საინფორმაციო პოლიტიკა, მედიის კონტენტის ანალიზი და ემპირიული კეისები.

მეორე თავი ასახავს სოციალური თემატიკის მნიშვნელობას მედიაში, სოციალური რგოლების საჭიროებასა და კანონმდებლობაში არსებულ თემატურ რეგულაციებს, ჩანაწერებს.

მესამე თავში წარმოდგენილია ინფორმაცია ჯანდაცვის პროპაგანდის მნიშვნელობის შესახებ: სტატისტიკური მონაცემები და სიღრმისეული ინტერვიუები (ექვსი ჩანაწერი).

ძირითად ტენდენციებს, კვლევის დაჯამებულ შედეგებსა და რეკომენდაციებს ადგილი ნაშრომის **დასკვნით ნაწილში** მიენიჭა. მას მოყვება ბიბლიოგრაფია (გამოყენებული მასალების ნუსხა) და რამდენიმე **დანართი**, რომელთა ნაშრომში განთავსების მიზანიც თვალსაჩინოების ხაზგასმაა.

❖ ლიტერატურის მიმოხილვა

თემაზე მუშაობისას, გარდა ვრცელი ემპირიული მასალისა, თეორიულ ლიტერატურასაც გავეცანით. ბეჭდური მასალების პარალელურად, კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიურ საფუძვლად ინტერნეტში მოძიებული წყაროებიცაა გამოყენებული.

კვლევაში ძირითადი დაშვებები და შეფასებები ემყარება სამეცნიერო კვლევებს, სტატიებს, რომელშიც განხილულია, ერთი მხრივ, ჯანდაცვასთან დაკავშირებული საკითხები, მეორე მხრივ კი, ჯანმრთელობის დაცვის მედიაში გაშუქების სპეციფიკა და პრობლემების გადაწყვეტის პრაქტიკა; ასევე, ინსტრუმენტები ლოკალური პრიორიტეტების გათვალისწინებით.

კვლევა დაეყრდნო მედიის განვითარების ფონდის მიერ მომზადებული მონიტორინგის შედეგებს თემაზე: ჯანმრთელობის საკითხების გაშუქება ქართულ მედიაში. მოცემული ნაშრომი წარმოადგენს გამოქვეყნებული სტატიებისა და სიჟეტების ანალიზს ჯანმრთელობის თემებზე. ანგარიში მომზადებულია პროექტის „მედია-მონიტორინგი _ პროფესიონალური მედიის განვითარებისთვის“ ფარგლებში. (ფონდ „ღია საზოგადოება _ საქართველოს“ მხარდაჭერით).

გარდა, საკუთრივ, დარგობრივი ლიტერატურისა, კიდევ ერთხელ გავაანალიზეთ ზოგადად, ჟურნალისტიკის თეორიის ფუნდამენტური დებულებები, ასევე, მედიის ტიპოლოგიის ამსახველი მასალები: ქართველი მედია მკვლევრებისა და კრიტიკოსების, ზ. ქორიძის, ე. იბერის, ი. ანთაძის თემატური ნაშრომები, ამერიკელი ავტორების: პირსისა და გილპინის კვლევა მედიაში ჯანმრთელობის გაშუქებასთან დაკავშირებით (John P Pierce, Elizabeth A Gilpin, News media coverage of smoking and health is associated with changes in

population rates of smoking cessation but not initiation., <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/10/2/145.short>., ბოლო ნახვის თარიღი: 04.05.17)

იმ ავტორთა შორის, ვისი კვლევებიც ერთგვარ თეორიულ საფუძვლად გამოვიყენეთ სამაგისტრო პროექტისთვის, აუცილებელია, ვახსენოთ ვოლაკისა და დოფმანის ნაშრომი (Media Advocacy: A Strategy for Advancing Policy and Promoting Health, Lawrence Wallack, DrPH, Lori Dorfman, DrPH <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/109019819602300303>, ბოლო ნახვის თარიღი: 12.04.17) და ავტორთა მიერ წარმოდგენილი შემდეგი კვლევა: Gary Schwitzer, Ganapati Mudur, David Henry, Amanda Wilson, Merrill Goozner, Maria Simbra, Melissa Sweet, Katherine A Baverstock, Published: July 26, 2005, What Are the Roles and Responsibilities of the Media in Disseminating Health Information? <http://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.0020215> ბოლო ნახვის თარიღი: 06.05.15)

გამოყენებული ლიტერატურა დაჯგუფებულია საშუალებათა (წიგნადი და ინტერნეტ გამოცემები) და დალაგებულია ანბანური თანმიმდევრობით.

ძირითადი ნაწილი

§ 1 ჯანდაცვის საკითხების გაშუქების ტრადიცია ქართულ ტელევიზორებში

❖ *სახელმწიფო ტელემაუწყებლობის მაგალითზე*

1956 წელს ჩამოყალიბდა თბილისის სატელევიზიო გადაცემების სტუდია, რომელიც მაუწყებლობდა კვირაში სამჯერ 2 საათისა და 20 წუთს, თბილისსა და მის შემოგარენში. გარკვეული პერიოდის შემდეგ მაუწყებლობა ყოველდღიური გახდა.

არჩილს კერესელიძის „ყელსაბამო ლალიანო“ იყო ის კომპოზიცია, რომელიც პირველად გაისმა საქართველოს ტელევიზიაში. თანდათან ყალიბდებოდა სხვადასხვა

გადაცემების რედაქციები. გარდა ამისა შესაძლებელი ხდებოდა კონცერტები, სპექტაკლებისა და სპორტული თამაშების ტრანსლირება.

„თბილისური იერი“ სახელდება, როგორც პირველი რეპორტაჟი, რომლებმაც მოიპოვა ფართო აღიარება.

დროის გასვლასთან ერთად ხედავენ ტექნიკურ უზრუნველყოფას, რაც გულისხმობდა დიდი ტერიტორიის დაფარვას. ასევე იხვეწებოდა გადაცემათა ფორმა და სტრუქტურა. მედია ლორთქიფანიძე იყო მთავარი რედაქტორი, რომელმაც მაყურებელს შესთავაზა ახალი ციკლები, როგორცაა: „მეგობრობა გზად და ხიდად“, „ლიტერატურა და ხელოვნება“, „შემოქმედებითი პორტრეტები“ და სხვ.

1968 წლიდან უკვე დაიწყო ფერადი მაუწყებლობა. პირველი „ფერადი“ ტელეგადაცემა, ილია ჭავჭავაძის 150-ე საიუბილეო წელს მიემდგნა.

ტელევიზია ცდილობდა, გაეშუქებინა სახალხო დღესასწაულები, დაეხვეწა კონტენტი და მრავალფეროვნება შეემატებინა ეკრანისთვის.

სისტემეტიურად გადაიციმოდა სახვითი ხელოვნების რედაქციის ხუთწუთიანი გამოშვებები „ჩვენი საუკუნე გიცავს უახლესი“ და „საკვირაო გამოფენა“, ლიტერატურული რედაქციის „პოეზიის 5 წუთი“... ქართველი და უცხოელი ყველაზე გამოჩენილი მხატვრებისა და გამორჩეული ახალგაზრდა შემოქმედების შესახებ მოუთხრობენ საქართველოს ხელოვნებათმცოდნეები.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტელევიზია 1956 წლიდან ფუნქციონირებს (1925 წლიდან კომპანია შექმნა რადიო), მისი მიმართულება მრავალმხრივია:

- მოქალაქეობის ინსტიტუტის და დემოკრატიული ღირებულებების დამკვიდრების ხელშეწყობა;
- პიროვნების ეთიკური, ესთეტიკური და ინტელექტუალური თვალსაწიერის გაფართოება;

- არსებული მრავალფეროვნების (განსხვავებულთა ინდივიდუალურობა) წარმოჩენა და ერთიანი სამოქალაქო ერის ფორმირების ხელშეწყობა (თანაბარი სამოქალაქო პასუხისმგებლობის გაჩენა);
- საქართველოს საზოგადოებაში შემოქმედებითობის წახალისება და კულტურული თვითმყოფადობის წარმოჩენა;
- მოქალაქეთა კეთილდღეობის უზრუნველყოფა მათი სამომხმარებლო ინტერესის დაკმაყოფილებით;
- საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებულებისა და ხარჯვათა გამჭვირვალობის უზრუნველყოფა. (წყარო : <http://gpb.ge/ge/articles/view/10>; ბოლო ნახვა 17.05.2017)

2004 წლიდან ტელევიზია სახელმწიფოდან გადავიდა საზოგადოების დაქვემდებარებაში და განაგრძო რამდენიმე ტიპის მაუწყებლობის გაშუქება- ტელე და რადიო. ის ასევე ფლობს ვებ საიტს, სადაც განთავსებულია ნებისმიერი ინფორმაცია პროგრამებისა და სიახლეების შესახებ.

ამჟამად, მაუწყებელი აერთიანებს ორ ტელეარხს: პირველ არხს (1956), რომელსაც აქვს 22 საათიანი მაუწყებლობა და მეორე არხს (1991),19 საათიანი მაუწყებლობით. ასევე რადიოარხებს საქართველოს რადიო- პირველი არხი — FM 102.4 (1925) და რადიო ორი ქართული რადიო — FM 100.9 (1995).

საზოგადოებრივი მაუწყებელზე, სხვადასხვა გადაცემებში, ასევე საინფორმაციო გამოშვებაში „მოამბე“ პერმენანტულად მზადდება და გადაიცემა მასალები ჯანდაცვის საკითხების შესახებ. ეთერში გასული ყველა გადაცემა და სიუჟეტი განთავსებულია საზოგადოებრივ მაუწყებლის ვებ გვერდზე www.1tv.ge.

მოქმედი კანონმდებლობის, კერძოდ, „მაუწყებლის შესახებ“ საქართველოს კანონის თანახმად, სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ არ ამზადებს სოციალურ რეკლამებს. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ხორციელდება მხოლოდ მათი განთავსება ეთერში და

მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ სოციალური რეკლამა წარმოდგენილია შესაბამისი პირების მიერ და ის პასუხობს „მაუწყებლის შესახებ“ საქართველოს კანონის მოთხოვნებს. გამომდინარე აქედან, სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ სოციალური რეკლამების შედეგების და მათი ზეგავლენის შეფასებას არ ახორციელებს.

მოცემული მაუწყებელი ვალდებულია მაყურებელს მიაწოდოს ინფორმაცია სრულად, მიუკერძოებლად. ნებისმიერი მის მიერ გაშუქებული საკითხი იყოს ობიექტური.

რაც შეეხება ჩვენს თემას, ჯანდაცვის საკითხების გაშუქებას, - საზოგადოებრივ მაუწყებელზე შვიდი წლის განმავლობაში ყოველ სამუშაო დღეს 10:00-ზე გადის სამედიცინო თოქ-შოუ „პირადი ექიმი - მარი მალაზონია“. რეიტინგი (2017 წლის კვირის საშუალო მოცვა [Avwarch]) არის 77458, სამიზნე აუდიტორია total individuals 4+.

გადაცემაზე მუშაობენ უმაღლესი სამედიცინო განათლების მქონე პირები. ისინი ირჩევენ თემებს, რომლებიც აქტუალურია მსოფლიო მედიცინაში და თემის არჩევისას არ არიან შეზღუდულები. შოუში იწვევენ განსხვავებული პროფილის წარმომადგენელ ექიმებს, რომლებიც საუბრობენ სხვადასხვა დაავადებებზე და მაყურებელს აძლევენ პრაქტიკულ რჩევებს.

თითოულ გადაცემაში წარმოდგენილია ადამიანების ისტორია, რომელთაც პირდაპირი შეხება ჰქონიათ დღის თემაში არჩეულ დაავადებასთან. ასევე გადაცემის ნაწილია საზოგადოების გამოკითხვა და მაყურებლის ზარი.

მაყურებელს საშუალება აქვს კონკრეტული გადაცემის საშუალებით ერთი საათის განმავლობაში მნიშვნელოვანი ინფორმაცია მიიღოს სამედიცინო თემებთან და სიახლეებთან დაკავშირებით.

ქართულ ტელევიზორცეში გადაცემას ანალოგი არ ჰყავს.

საქართველოს კანონში მაუწყებლის შესახებ, #15 მუხლში იკითხება: "პოლიტიკური და კომერციული გავლენისაგან თავისუფალი, საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისი,

მრავალფეროვანი პროგრამების საზოგადოებისათვის მიწოდების მიზნით ეს კანონი აფუძნებს ერთ საზოგადოებრივ მაუწყებელს, რომელიც არის საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად სახელმწიფო ქონების საფუძველზე ტელერადიომაუწყებლობისათვის შექმნილი, საჯარო დაფინანსებით მოქმედი, ხელისუფლებისაგან დამოუკიდებელი და საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირი, რომელიც არ ექვემდებარება არც ერთ სახელმწიფო უწყებას".

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტელევიზიას განსაკუთრებული მისია ეკისრება ამ შემთხვევაში, რადგან ის ვალდებულია მაყურებელს მიაწოდოს ინფორმაცია სრულად, მიუკერძოებლად.

ნებისმიერი მის მიერ გაშუქებული საკითხი იყოს ობიექტური. „საქართველოს კანონში მაუწყებლობის შესახებ“ - აღნიშნულია რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია „საუკეთესო დროს განათავსონ ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები“

(საქართველოს კანონი „მუხლი 59. ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები) (ბოლო ნახვა 17.05.2017 <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2874167>)

საზოგადოებრივი მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, აგრეთვე საერთო მაუწყებელი ვალდებული არიან, საუკეთესო დროს განათავსონ ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები და უზრუნველყონ აუდიტორიის დროული ინფორმირება მათი მომსახურების ზონაში, საქართველოსა და მსოფლიოში მიმდინარე მოვლენების შესახებ.“)

კერძო (კომერციული) მაუწყებლობის მაგალითზე :

პულის ტვ

პირველი სამედიცინო ტელევიზია საქართველოში დაარსდა 2014 წლის 9 იანვარს. ის პოზიციონირებს, აგრეთვე ინტერნეტ მედიაში, საკუთარ პორტალზე: <http://pulsitv.ge/> [ბოლო ნახვა: 17.02.2017].

შემეცნებით-გასართობი სატელევიზიო არხი ჯანმრთელობისა და მედიცინის შესახებ

ტელევიზიის პროგრამები შემეცნებითია და მის აუდიტორიას შეადგენენ ის პირები, ვისთვისაც სულ ერთი არ არის ჯანმრთელობაზე ფიქრი, საინტერესოა ჯანმრთელობასა და მედიცინასთან დაკავშირებული თემები. არხის პროექტების მომზადებაში მონაწილეობას იღებენ საქართველოში ცნობილი ექიმები, თუმცა გადაცემები თავისუფალია სპეციფიური სამედიცინო ტერმინოლოგიისაგან და ძირითადად პოპულარულ, ყველასთვის გასაგებ ფორმასა და შინაარსს ინარჩუნებს.

"თქვენი ჯანმრთელობისათვის" - ასეთია ტელეკომპანია "პულსი"-ს მთავარი სლოგანი. შესაბამისად "პულსი"-ს ძირითადი მიზანია აამაღლოს მაყურებლის ელემენტარული სამედიცინო განათლების დონე, ასწავლოს მას, თუ როგორ შეინარჩუნოს ჯანმრთელობა და რა შემთხვევაში მიმართოს ექიმს. ტელე-პროექტები ქალებისა და ბავშვებისთვის, ახალგაზრდებისა და მოხუცებისთვის, ქვეყნის სახელგანთქმულ პროფესორთა ლექციები ჯანდაცვის აქტუალურ საკითხებზე, სიახლეები საქართველოს თუ მსოფლიოს სამედიცინო სამყაროდან, პრაქტიკული რჩევებისა და ორიგინალური რეცეპტების დიდი მრავალფეროვნება.

გემოვნებიანი მუსიკა და კინემატოგრაფი ჯანმრთელი ცხოვრების სამსახურში, კულინარია ჯანმრთელობის რაკურსში, და.ა.შ. - ასეთია ტელევიზიის გადაცემების ძირითადი თემები, რომელთა საშუალებითაც მაყურებელი კიდევ უფრო მეტს იგებს ჯანმრთელობის შესახებ.

გარდა სატელევიზიო ეთერისა პულსი ტვ მაუწყებლობს ინტერნეტშიც, ასევე ნაჩვენებია www.myvideo.ge-ზე წარმოდგენილ ტერეარხთა ჩამონათვალში,

ტელეკომპანიას გააჩნია ვებგვერდი, <http://pulsitv.ge/> ასევე ფეისბუქგვერდი <https://www.facebook.com/pulsitv/>.

❖ **სოციალური თემატიკა მედიაში, სოციალური რგოლები და კანონმდებლობა:**

სოციალური რეკლამები თანამედროვე მედიის განუყოფელი ნაწილია. როგორც ყველა საზოგადოებრივ მოვლენას, რეკლამასაც აქვს თავისი წარმოშობისა და განვითარების ისტორია. პირველად მონათმფლობელურ ბაზარზე ჩნდება ზეპირი რეკლამა და შემდეგ, უკვე ინგლისში 1473 წელს გამოდის პირველი ბეჭდური სარეკლამო განცხადება.

დღეს რეკლამა განიხილება, როგორც მარკეტინგის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი. 21-ე საუკუნეში სხვადასხვა ტიპის რეკლამები იქმნება და შესაბამის მედიასივრცეში თავსდება. დღესდღეისობით ერთ-ერთ გამორჩეულად ეფექტურ და პროდუქტიულ გზად სოციალურ ქსელებში განთავსებული რეკლამა ითვლება.

სოციალური რეკლამა

1. სოციალური რეკლამა - საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობისკენ, საქველმოქმედო მიზნების მიღწევისკენ, მნიშვნელოვან საზოგადოებრივ საკითხებზე საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებისკენ ან / და საზოგადოების ქცევის პოზიტიური თვალსაზრისით შეცვლის ხელშეწყობისკენ მიმართული რეკლამა, რომელიც არ არის არც კომერციული და არც წინასაარჩევნო რეკლამა და არ შეიცავს სახელმწიფო ან ადგილობრივ თვითმმართველობის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას.

2. სოციალურ რეკლამაში არ უნდა იყოს მოხსენიებული კომერციული ორგანიზაციები და ინდივიდუალური მეწარმეები, მათი საქონლის კონკრეტული მარკები (მოდელები, არტიკულები), აგრეთვე იმ საქონლის კონკრეტული მარკები (მოდელები, არტიკულები),

რომელიც წარმოადგენს არაკომერციული ორგანიზაციების დამხმარე სამეწარმეო საქმიანობის შედეგს.

3. ფიზიკური და იურიდიული პირების სოციალური რეკლამის წარმოებისა და გავრცელებისათვის უსასყიდლო საქმიანობა, აგრეთვე ამ პირთა მიერ საკუთარი ქონების, მათ შორის, ფულადი სახსრების, სხვა ფიზიკური და იურიდიული პირებისათვის ამ მიზნით გადაცემა ითვლება საქველმოქმედო საქმიანობად, რომლისთვისაც საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულია შეღავათები.

4. (ამოღებულია). საქართველოს 2006 წლის 9 ივნისის კანონი №3245-სსმ I, №22, 16.06.2006 წ., მუხ. 182 საქართველოს 2014 წლის 31 ოქტომბრის კანონი №2760 - ვებგვერდი, 18.11.2014 წ.

ჯანდაცვის პროპაგანდის მნიშვნელობის შესახებ:

❖ *სტატისტიკური მონაცემები*

სამაგისტრო ჯგუფისთვის მნიშვნელოვანი იყო მოეძიებინა სტატისტიკური მონაცემები, სადაც ნათლად იქნებოდა წარმოდგენილი თუ რა შედეგი შეიძლება დადგეს ჯანმრთელობის მოუფრთხილებლობის შემთხვევაში. საინტერესო სტატისტიკური მონაცემები და დაკვირვება ქცევის ცვლილების თეორიის ეფექტურობაზე მოძიებულ იქნა თამბაქოს მოხმარების შესახებ.

თამბაქოს მავნე ზემოქმედებით ყოველწლიურად მსოფლიოში 6 მილიონი ადამიანი იღუპება - 1 ადამიანი ყოველ 6 წამში. თუ მთავრობების მიერ სათანადო ნაბიჯი არ იქნა გადადგმული 2030 წლისათვის ეს რიცხვი 8 მილიონს მიაღწევს. საქართველოში, ზრდასრული მოსახლეობის 30% მწვეველია აქედან 55 % მამაკაცია, 5 % - ქალი. თამბაქოს მოხმარების მზარდი ტენდენცია განსაკუთრებით აღინიშნება მოზარდებში, რაც საგანგაშოა და გადაუდებელი პრევენციული ღონისძიებების განხორციელებას საჭიროებს.

2013 წლიდან თამბაქოს კონტროლის საკითხი საქართველოს მთავრობის პრიორიტეტია. სამოქმედო გეგმის ერთ-ერთ პუნქტს წარმოადგენს საქართველოს მოსახლეობის ცნობიერების ამაღლება თამბაქოს მავნებლობის შესახებ.

თამბაქოს მოხმარება საქართველოში

(WHO, Steps survey 2011):

- საქართველოს მოსახლეობის 30% მწეველია;
- მამაკაცების 55% მწეველია;
- ქალების 4% მწეველია;

თამბაქოს ატლასი (მეხუთე გამოცემა, 2015):

- ზღრასრულთა 826,000-ზე მეტი და ბავშვების 10,000-ზე მეტი ეწევა ყოველდღიურად საქართველოში
- საქართველოში უფრო მეტი მამაკაცი ეწვა (45.3%) ვიდრე საშუალოდ საშუალო შემოსავლიან ქვეყნებში
- საქართველოში უფრო მეტი ბიჭი ეწვა (15.2%) ვიდრე საშუალოდ საშუალო შემოსავლიან ქვეყნებში
- ქართველების 0.6% მოიხმარს უკვამლო თამბაქოს, რაც ისეთივე ზიანის მომტანია, როგორც მოსაწევი თამბაქო
- თამბაქოს მოხმარება მსოფლიოში სიკვდილის გამომწვევი თავიდან აცილებად მიზეზთა შორის პირველ ადგილზე დგას. ის ყოველწლიურად 6 მილიონ ადამიანს კლავს.
- გლობალურად თამბაქოს მეორადი კვამლის ზემოქმედება 600,000 არამწეველს კლავს (2010).

ყოველწლიურად საქართველოში 8,500 ადამიანზე მეტი იღუპება თამბაქოს მოწვეით გამოწვეული დაავადებით

- საქართველოში უფრო მეტი მამაკაცი იღუპება თამბაქოს მოხმარებით (26.9%) ყოველწლიურად ვიდრე საშუალოდ საშუალო შემოსავლიან ქვეყნებში

- მიუხედავად იმისა, რომ თამბაქოს მოხმარებით საქართველოში იმაზე ნაკლები ქალი იღუპება ვიდრე საშუალოდ საშუალო შემოსავლიან ქვეყნებში (5.6%), კვირაში 23 ქალი მაინც იღუპება ამ მიზეზით

- თამბაქოს კვამლი შეიცავს 7000-ზე მეტ ქიმიურ ინგრედიენტს, რომელთა შორისაც ასობით არის ტოქსიური და ნეგატიური გავლენა აქვს ადამიანის ორგანოებზე. მასშიასევე შედის 69 კარცინოგენური ნივთიერება, რაც კიბოს გამომწვევია

თამბაქოს კონტროლის კომპანიამ ჩაატარა კვლევა. მათი მიზანი იყო გამოეკვლიათ თამბაქოც მწვევლთა რაოდენობის შემცირებაზე რამდენად მოქმედებდა ქცევის ცვლილების თეორია.

კვლვამ გათვლილი იყო 1950-დან 1980 წლამდე. უმცროსი თაობის მწვევლთა რაოდენობა იზრდებოდა , სანამ 1960 წელს არ ჩააერია მედია საშუალებები.

მოწვევის წინააღმდეგ ჩატარებულმა კამპანია შედეგი გამოლო. მედიას დიდი როლი უკავია ჯანდაცვის საკითხების გაშუქებასა და მოგვარებაში. ქცევის ცვლილების თეორია არის მნიშვნელოვანი ასეთ შემთხვევაში.

(<http://tobaccocontrol.bmj.com/content/10/2/145.short> 05.06.2017)

❖ სიღრმისეული ინტერვიუები

სხვადასხვა ლიტერატურისა თუ ინტერნეტში არსებული მასალის გაცნობის შემდეგ, ჩატარდა რამდენიმე ნახევრადსტრუქტურირებული სიღრმისეული ინტერვიუ. რესპოდენტებად შერჩეული იყვნენ სხვადასხვა პროფესიის წარმომადგენელი ადამიანები

(ჯანდაცვის ექსპერტები; საქართველოს შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს წარმომადგენელი; ექიმი-დერმატოლოგი; მედიცინის მეცნიერებათა დოქტორი). მათ აერთიანებდათ პროფესიონალიზმი და ინტერესი ჯანმრთელობის საკითხებთან დაკავშირებით.

სიღრმისეული ინტერვიუს მიზანი ერთიანია: გამოკვეთილიყო ჯანდაცვის საკითხებში პროფესიონალთა აზრი იმის შესახებ თუ რამდენად ხშირად და ობიექტურად შუქდება საკითხები, რომლებიც ეხება, ყველაზე მნიშვნელოვანს, ადამიანთა ჯანმრთელობას.

ჯანდაცვის ექსპერტებთან საუბრისას ნათლად გამოიკვეთა, რომ ჟურნალისტები სათანადო დროს არ უთმობენ სამედიცინო საკითხების გაშუქებას, არ ხდება ინფორმაციის სიღრმისეული მიწოდება მაყურებელამდე.

სიღრმისეული ინტერვიუების შეჯამების შემდეგ, ნათლად გამოიკვეთა, რომ კორესპოდენტების აზრი უმეტეს შემთხვევაში ერთმანეთს ემთხვეოდა. თითოეული მათგანი თვლიდა, რომ სამედიცინო თემატიკის გადაცემები აუცილებელია, რადან მოახლეობას ჰქონდეს საშუალება სისტემატიურად და ობიექტურად მიიღოს ინფორმაცია ჯანმრთელობის საკითხების შესახებ.

| | | |
|--|---|--|
| |  | |
| <p>თინა ცომაია ჯანდაცვის საკითხების ექსპერტი, საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის ასისტენტ-პროფესორი, დოქტორანტი</p> | | |
| <p>1. რამდენად ხშირად და სიღრმისეულად ინტერესდებიან ჟურნალისტები ჯანდაცვის საკითხებით?</p> | | |

| |
|---|
| <p>როგორც ასეთი ზუსტი მონაცემები არ არსებობს იმიტომ რომ კვლევა არ ჩატარებულა კონკრეტულად ამ საკითხის შესახებ, მე თვითონ ჩავატარე რამდენიმე კვლევა და ასევე თვალს ვადევნებ ასევე ამ სფეროს და შემიძლია ვთქვა, რომ არც თუ ისე ხშირად არის მსგავსი აქტივობა.</p> |
| <p>2. რამდენად ხშირად ტარდება კვლევები ამ ჯანდაცვის საკითხების გაშუქების ხარისხის შესახებ?</p> |
| <p>მედიც განვითარების ფონდმა გვთხოვა მსგავსი კვლევის ჩატარება თუმცა ეს არც თუ ისე ახალი თუ არ ვცდები 2012 2013 წელს არის ჩატარებული, კონკრეტულად ამ საკითხებზე მუშაობს ჯანდაცვის სამინისტრო სადაც ატარებენ შიდა კვლევებს, ასევე შესაძლებელია IPN-ს არქივში არის შესაძლებელი გარკვეული რესურსის მოძიება.</p> |
| <p>3. რომელია უახლესი კვლევა, რომელსაც თქვენ გაეცანით ?</p> |
| <p>უახლესი კვლევა რომელსაც ამ კუთხით გავეცანი ეს არის ჩემს მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგები, ასევე სტუდენტებთან ერთად გავაკეთეთ შიდა კვლევა რაც მხოლოდ ფსიქიკურ ჯანმრთელობას ეხებოდა.</p> |
| <p>4. რამდენად ობიექტურად შუქდება არსებული ჯანდაცვის მდგომარეობა ?</p> |
| <p>საერთოდ ჯანმრთელობის თემა ძალიან ფართო მასშტაბის არის, რაშიდაც შედის სხვადასხვა დაავადებები, ფსიქიკური დარღვევები, სოციალური საკითხები, ჩვეთან ჯერჯერობით არ არის განვითარებული სპეციალური რეპორტიინგი ვინც კონკრეტულად იმუშავებს ჯანმრთელობის საკითხებზე, არის გარკვეული ძვრები ამ კუთხით თუმცა ჯერჯერობით არცერთი მსგავსი ტიპის მედია არ არის დამოუკიდებელი და ხშირად კონკრეტულ მიზნებს ემსახურება, ეს შეიძლება იყოს ბიზნესის ან სახელმწიფოს ინტერესები, რისი გამოცდილებაც საკმაოდ დიდია უცხოეთში რაც ნამდვილად მისასაღებელია;</p> |
| <p>5. კვლევების მიხედვით თუ ჩანს, რა ტიპის ინფორმაციით არის დაინტერესებული საზოგადოება: წინ მოდის ესთეტიკური კუთხე თუ ჯანსაღი ცხოვრების წესი?</p> |

ბავშვთა ჯანდაცვას რამდენად ექცევა ყურადღება?

ესეთი კვლევა ნამდვილად არ მახსოვს, ჯანმრთელობის საკითხების გაშუქება უფრო პოპულარული იყოს საყოველთაო დაზღვევის პროგრამის არსებობამდე, როგორც ასეთი ბავშვებთან დაკავშირებით არ მახსენდება თუმცა არის ახალი ვებ გვერდები რომლებიც გარკვეულ რჩევებს აძლევენ მომხმარებლებს, მაგალითად როგორ გააკეთონ მალამო და ა.შ. თუმცა ამ ინფორმაციის სიზუსტის კონტროლი არ არსებობს და სანდოობაც დაბალია. სამწუხაროდ მე არ ვიცი სანდო და ხარისხიანი ინტერნეტ პლატფორმა სადაც სრულყოფილად ვანხავდი ინფორმაციას ჯანმრთელობის საკითხებთან დაკავშირებით.

6. საქართველოში მცხოვრებ ოჯახთა რა რაოდენობა არის დაკავებული სპორტული აქტივობებით და საკმარისია თუ არა ეს?

სიმართლე რომ გითხრათ არ ვიცი, თუმცა ძალიან მნიშვნელოვანი საკითხია მაგრამ სუბიექტურად ვფიქრობ, რომ არ არის გამოსწორებული წინა წლებთან დაკავშირებით, შეიძლება ითქვას სკოლებში არის გარკვეული აქტივობები, როგორც ასეთი ჯანმრთელი ცხოვრების პროპაგანდა ნაკლებად არის სამწუხაროდ, უფრო ინდივიდუალურად არის განვითარებული და შეიძლება ითქვას ოჯახები ზრუნავენ დამოუკიდებლად რომ იცხოვრონ ჯანმრთელი ცხოვრების წესით და ასევე აღზარდონ შვილები

7. გარკვეულ სოციალურ კამპანიებში თუ ხართ ჩართული?

ჩართული ვიყავი ც ჰეპატიტი ელუმინაციის პროგრამაში, რაც ნამდვილად მნიშვნელოვანი კამპანია იყო, რადგან ყველასთვის არ იყოს ხელმისაწვდომი მკურნალობა არ იყო გარკვეული პრეპარატები ან თუ იყო ძალიან ძვირი ღირდა, აღნიშნულ კამპანიაში დიდი როლი შეასრულა სახელმწიფომ რაც ძალიან კარგია თუმცა ვფიქრობ ეს მაინც არ არის საკმარისი, ვფიქრობ აქ დიდი როლი მედიას უჭირავს რადგან ხალხმა არ იცის კონკრეტული პორაგმის შესახებ უფრო დეტალურად, მკერდის კიბოს უფასო გამოკვლევების შესახებ მოსახლეობა ნაკლებად არის ინფორმირებული. მედიას დიდი პასუხისმგებლობა აქვს მოსახლეობის მიმართ რადგან ერთია რომ გარკვეულ ინფორმაციას აწვდის მოსახლეობას მაგრამ აქვე აუცილებელია ეს იყოს კარგად გაფილტრული ინფორმაცია და იყოს ნახსენები ის მნიშვნელოვანი ნაწილი რაც აუცილებლად ყველა უნდა

იცოდეს, რადგან არასწორი ინფორმაციის საფუძველზე მოქმედება ძალიან მძიმე და ცუდ შედეგებს გვაძლევს. ჯანმრთელობის შესახებ მედია უნდა აკმაფილებდეს წინასწარ დაწესებულ კრიტერიუმებს რათა ინფორმაცია იყოს სანდო, საზღვარ გარეთ არსებობს კომპანიები რომლებიც აკონტროლებენ ჯანმრთელობის შესახებ არსებულ სიახლეებს აკმაყოფილებს თუ არა სახელმწიფოს მიერ დაწესებულ კრიტერიუმებს.

8. საქართველოში ყველაზე მეტად ვინ არის დაინტესერებული ჯანდაცვის თემების გაშუქებით?

თანაბრად აშუქებენ და ერთ სტილში აშუქებენ, ძირითადად ნეგატიურ ინფორმაციას ავრცელებენ მაგალითად კონკრეტული ექიმის შეცდომის შესახებ, გარდაცვალების სიახლეებს, აბორტის რიცხვი საშინლად მაღალია და ა.შ. მსგავსი ტიპის სიახლეები არის ძირითადად ყველა წამყვან ტელეკომპანიებში.

9. რამდენად კომპეტენტურია ქართულ ტელესივრცეში არსებული სამედიცინო გადაცემები? არიან თუ მაყურებლის ინტერესებზე და საჭიროებაზე ორიენტირებული ?

ვფიქრობ პირადი ექიმი მარი მაღაზონია ძალიან კარგი გადაცემაა ასევე ბევრისგან მსმენია რომ უყურებს ამ გადაცემას, ჩემი აზრით ეს არის საგანმანათლებლო გადაცემა სადაც ყველაფერი მაქსიმალურად კარგად არის აღწერილი, ასევე არის გადაცემა ექიმები რომლებიც ასევე ცდილობენ ინფორმაციის მიწოდებას თუმცა აქაც არსებობს ბიზნეს ინტერესები რაც ინფორმაციის სანდოობას მაინც ეჭვქვეშ აყენებს.

10. ქართულ ტელესივრცეში არსებულმა გადაცემებმა თუ გამოიღო შედეგი?

ვფიქრობ მხოლოდ ამ გადაცემის დახმარებით დიდი ცვლილებები ვერ იქნება რადგან ეს არ არის საკმარისი ასევე არც თუ ისე პოპულარულია მაყურებელში.

11. სახელმწიფოს მხრიდან არსებობს თუ არა გარკვეული ხელშეწყობა სოციალური პროგრამებისა და კამპანიების შემთხვევაში

რაც მახსენდება ეს არის ც ჰეპატიტი ელუმინაციის პროგრამა, თმცა ასევე არსებობს სხვა სქრინინგ პროგრამები, ჩემი აზრით სახელმწიფო უნდა ცდილობდეს პრევენციული

მედიცინის პროპაგანდაზე, ეს მომავალში სახელმწიფოსთვისაც ფინანსურად მომგებიანი რადგან ნებისმიერი პრობლემის დროულად აღმოჩენის შემთხვევაში განკურნება ბევრად მარტივია, თუმცა პირველ რიგში აუცილებელია სწორი ინფორმაცია, რაც უნდა იყოს ინტერ საიტებზე, ასევე უნდა იყოს ახალი ამბების დამოუკიდებელი წყაროები რაც იქნება სანდო და მოსახლეობის სასიკეთოდ გამიზნული.

12. რომელ სახელმწიფო სამსახურებს აქვს პასუხისმგებლობა სოციალური პროგრამების განხორციელებასა და გაშუქებაზე ?

ჯანდაცვის სამინისტროს პირველ რიგში რათქმაუნდა, ასევე განათლების სამინისტრო და ვფიქრობ სხვადასხვა სამინისტროების უნდა თანამშრომლობდეს ჯანმრთელობის საკითხებთან დაკავშირებით, ჯანმრთელობის საკითხებთან დაკავშირებით განათლების სამინისტროს უნდა ქონდეს გარკვეული საკითხები უფრო ფართოდ გაშლილი რათა მოხდეს ინფორმირებული თაობის აღზრდა. ასევე უნდა იყოს სანდო ინფორმაციის მატარებელი წყაროები სადაც შევძლებთ თუნდაც ექიმის მიერ დანიშნული მკურნალობის გადამოწმებას, თუ ინგლისური კარგად ვიცით ეს შესაძლებელია მაგრამ თუ არ ვიცით ამ შემთხვევაში ინფორმაციულ ვაკუუმში ვექცევით და ვერ ვიგებთ არის თუ არა გარკვეული საკითხები ჯანმრთელობასთან დაკავშირები ობიექტური და სასიკეთო.



რუსუდან რუხადე

ჯანდაცვის საკითხების ექსპერტი; საქართველოს უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი; სამედიცინო პროექტის ხელმძღვანელი

1. რამდენად ხშირად და სიღრმისეულად ინტერესდებიან ჟურნალისტები ჯანდაცვის საკითხებით?

| |
|---|
| <p>ჟურნალისტები ჯანდაცვის საკითხებით ინტერესდებიან სეზონურად, მაგალითად, ზამთარში რესპირატორული დაავადებების ეპიდემიის დროს ან ზაფხულის სეზონთან დაკავშირებული ინფექციების დროს. ასევე, მათი ინტერესის საგანია სახელმწიფო პროგრამები, მაგალითად C ჰეპატიტის ელიმინაციის პროგრამა და ა.შ. სიღრმიეული ცოდნა ამ საკითხებზე მათ არ აქვთ და არც ფორმატი აძლევთ საშუალებას, ძირითადად ეს თემები საინფორმაციო გამოშვებებში 3-5 წუთიან ახალ ამბებში ხვდება და არა ანალიტიკურ გადაცემებში, და პლუს მოდური თემა - ექიმთა ბრალეულობა, რაც შესაძლოა აქვეითებდეს მიმართვიანობის მაჩვენებელს.</p> |
| <p>2. რამდენად ხშირად ტარდება კვლევები ამ ჯანდაცვის საკითხების გაშუქების ხარისხის შესახებ?</p> |
| <p>ძალიან იშვიათად, არც მახსენდება როდის გავეცანი მსგავს კვლევას ქართულ მედიაზე. თუმცა ჯანდაცვის საკითხების გაშუქება მკვლევრების მუდმივი ყურადღების ცენტრშია აშშ-სა და ევროპაში, კერძოდ ეთიკის და მედიის ეფექტების საკითხები. იხილეთ www.cjr.org</p> |
| <p>3. რომელია უახლესი კვლევა, რომელსაც თქვენ გაეცანით ?</p> |
| <p>ბოლოს გაცნობილი კვლევებიდან მახსენდება სტატია ფარისებრი ჯირკვლის კიბოს შესახებ, სადაც განხილული იყო ხომ არ უნდა გადაკვალიფიცირდეს ეს დაავადება, ანუ უნდა ეწოდებოდეს მას ისევ თუ არა ფარისებრი ჯირკვლის კიბო, თუ კი ის უმეტეს შემთხვევაში სრული განკურნებით სრულდება. კონკრეტულ ფორმაზე იყო საუბარი.</p> |
| <p>4. რამდენად ობიექტურად შუქდება არსებული ჯანდაცვის მდგომარეობა ?</p> |
| <p>ხშირ შემთხვევაში ნაკლებად ობიექტურად, განსაკუთრებით მაშინ, როცა საუბარი ჯანდაცვის პოლიტიკას და სახელმწიფო პროგრამებს ეხება.</p> |
| <p>5. ბავშვთა ჯანდაცვას რამდენად ექცევა ყურადღება? მხოლოდ</p> |

| |
|---|
| <p>ვაქცინაციით შემოიფარგლება თუ არის კიდევ დამატებით მნიშვნელოვანი თემები?</p> |
| <p>ვაქცინაცია რა თქმა უნდა წამყვანი თემაა ბავშვთა ჯანდაცვის საკითხებში, რომელსაც მედია აშუქებს. სხვა დანარჩენი თემების წამოწევა ძალიან სპონტანური და ეპიზოდურია.</p> |
| <p>6. საქართველოში მცხოვრებ ოჯახთა რა რაოდენობა არის დაკავებული სპორტული აქტივობებით და საკმარისია თუ არა ეს?</p> |
| <p>არ ვიცი, სტატისტიკა არ მაქვს, თუმცა პირადი დაკვირვებით ეს ძალიან ცოტაა. სკოლებსა და ბაღებშიც კი ფიზიკური კულტურა დღემდე მეორად, უმნიშვნელო საგნად მიიჩნევა.</p> |
| <p>7. გარკვეულ სოციალურ კამპანიებში თუ ხართ ჩართული?</p> |
| <p>არა</p> |
| <p>8. საქართველოში ყველაზე მეტად ვინ არის დაინტერესებული ჯანდაცვის თემების გაშუქებით?</p> |
| <p>თუ ინსტიტუციებს გულისხმობთ, რა თქმა უნდა ჯანდაცვის სამინისტრო. რაც შეეხება მედიას მხოლოდ ორი პროფილური რუბრიკა/გადაცემა მახსენდება. ესაა საზოგადოებრივ მარია მალაზონიას გადაცემა და რუსთავი 2 ზე "ექიმები"</p> |
| <p>9. რატომ არის მნიშვნელოვანი სამედიცინო თემატიკის გადაცემები?</p> |
| <p>ზემოთნახსენები ორივე გადაცემა კვალიფიციური ექიმების და მედიამენეჯერების მიერაა მომზადებული. ორივე საკამად ინტერაქტიულია და სწორედ მაყურებელთა შორის არსებულ შეკითხვებზეა აგებული.</p> |
| <p>10. რამდენად კომპეტენტურია ქართულ ტელევიზორებში არსებული სამედიცინო</p> |

| |
|---|
| <p>გადაცემები? არიან თუ მაყურებლის ინტერესებზე და საჭიროებაზე ორიენტირებული ?</p> |
| <p>მნიშვნელოვანია იმისთვის, რომ ამაღლდეს ცნობიერება ამა თუ იმ დაავადებებზე, მათი მკურნალობის გზებზე და პრევენციაზე.</p> |
| <p>11. ქართულ ტელევიზორებში არსებულმა გადაცემებმა თუ გამოიღო შედეგი?</p> |
| <p>მე არ ვიცი ეს რამდენად ნაკვლევია, თუმცა აშშ-ში როდესაც ერთ-ერთ სერიალში ჩადეს ინფორმაცია ადამიანის პაპილომა ვირუსის შესახებ, მომდევნო თვეებში ვაქცინაციაზე მიმართვიანობამ საგრძნობლად იმატა.</p> |
| <p>12. სახელმწიფოს მხრიდან არსებობს თუ არა გარკვეული ხელშეწყობა სოციალური პროგრამებისა და კამპანიების შემთხვევაში</p> |
| <p>არ ვიცი, არ ვფლობ ინფორმაციას.</p> |
| <p>13. რომელ სახელმწიფო სამსახურებს აქვს პასუხისმგებლობა სოციალური პროგრამების განხორციელებასა და გაშუქებაზე ?</p> |
| <p>ჯანდაცვის სამინისტრო, დაავადებათა კონტროლის ცენტრი, მერიის ჯანდაცვის სამსახური, პარლამენტის ჯანდაცვის კომიტეტი და მათი საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურები.</p> |
| <p>14. სახელმწიფოს მხრიდან აქვს თუ აქვს კერძო კომპანიებს გარკვეული წახალისება სოციალური პროგრამების განხორციელების შემთხვევაში ?</p> |
| <p>იმ კერძო კომპანიების მცირე რაოდენობა, რომლებიც სოციალურ პროგრამებს ახორციელებენ, მაფიქრებინებს, რომ სახელმწიფოსგან არავითარი წამახალისებელი მექანიზმი არ არსებობს.</p> |



ნინო მირზიკაშვილი

MD, MSc, ჯანდაცვის ექპერტი

1. რამდენად ხშირად და სიღრმისეულად ინტერესდებიან ჟურნალისტები ჯანდაცვის საკითხებით?

ჟურნალისტები ხშირად ინტერესდებიან სამედიცინო საკითხებით, თუმცა უმეტეს შემთხვევაში არ ხდება სიღრმისეული გაშუქება. ზოგჯერ სიუჟეტს ანდა სტატიას უკვეთავს რომელიმე სამედიცინო კომპანია ან ფარმაცევტული კომპანია და შესაბამისად მიკერძოებულია აღნიშნული ინფორმაცია. ხშირია წამლის არასწორი რეკლამა, რაც ხელს უწყობს მის გამოყენებას ექიმთან მიმართვის გარეშე. როგორც წესი სტატიები და სიუჟეტები ნაკლებად ემსახურება დაავადებათა პრევენციას, ჯანმრთელობის ხელშეწყობის საკითხებს და ჯანსაღი ცხოვრების წესის დანერგვას.

2. რამდენად ხშირად ტარდება კვლევები ამ ჯანდაცვის საკითხების გაშუქების ხარისხის შესახებ?

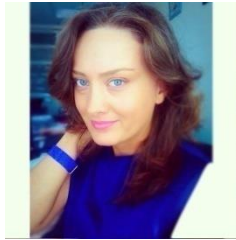
უმეტეს შემთხვევაში, თუმცა ყოველთვის არა, არ გადაიცემა მტკიცებულებებზე დაფუძნებული ინფორმაცია. არ არის წყარო მითითებული და შესაბამისად მისი სანდოობაც კითხვის ნიშნის ქვეშ დგება. საკმაოდ ხშირად შუქდება სამედიცინო საკითხები, თუმცა კითხვის ნიშნის ქვეშ დგას გადმოცემული ინფორმაციის თემატიკა და ხარისხი.

3. რომელია უახლესი კვლევა, რომელსაც თქვენ გაეცანით ?

| |
|---|
| <p>„პაციენტთა უფლებრივი მდგომარეობის შესწავლა საქართველოში მცხოვრებ ეთნიკურ უმცირესობებში „ (2016 წლის ოქტომბერი)</p> |
| <p>4. რამდენად ობიექტურად შექდება არსებული ჯანდაცვის მდგომარეობა ?</p> |
| <p>მნელია ცალსახა პასუხი გასცე კითხვას, ზოგჯერ არის ობიექტური და მაღალი ხარისხის სიუჟეტები, ზოგჯერ არა. ისევ და ისევ ეს განპირობებულია ვინ არის სიუჟეტის დამკვეთი. ნაკლებია ინფორმაცია სახელმწიფო პროგრამების შესახებ, მაგალითად C ჰეპატიტის მიღწევები საჭიროა უფრო ამბიციურად გაშუქდეს. მოსახლეობას უნდა ჰქოდეს ინფორმაცია არა პოლიტიკოსების მიერ მიწოდებული, არამედ ექიმების მიერ მიწოდებული. მნიშვნელოვანია ჯანმრთელობის ხელშეწყობის საკითხების უფრო აქტიური გაშუქება.</p> |
| <p>5. ბავშვთა ჯანდაცვას რამდენად ექცევა ყურადღება? მხოლოდ ვაქცინაციით შემოიფარგლება თუ არის კიდევ დამატებით მნიშვნელოვანი თემები?</p> |
| <p>დედათა და ბავშვთა ჯანმრთელობა მეტად მნიშვნელოვანი მიმართულებაა ჯანდაცვის სისტემაში. სამწუხაროდ ხშირად არ ეთმობა ეთერი ამ თემატიკას. ბავშვის აღზრდის მეთოდებს, სწორ კვებას, ორსულობას, და ასე შემდეგ.</p> |
| <p>6. კვებების მიხედვით თუ ჩანს, რა ტიპის ინფორმაციით არის დაინტერესებული საზოგადოება: წინ მოდის ესთეტიკური კუთხე თუ ჯანსაღი ცხოვრების წესი? ბავშვთა ჯანდაცვას რამდენად ექცევა ყურადღება?</p> |
| <p>წინ მოდის დამკვეთი და შესაბამისად პლასტიკური ქირურგია და კოსმეტოლოგია, რომელიც დღეს ძალიან აქტუალურია და არა ჯანსაღი ცხოვრების წესი.</p> |
| <p>7. საქართველოში მცხოვრებ ოჯახთა რა რაოდენობა არის დაკავებული სპორტული აქტივობებით და საკმარისია თუ არა ეს?</p> |
| <p>არ მაქვს ინფორმაცია</p> |

| | |
|-----|--|
| 8. | გარკვეულ სოციალურ კამპანიებში თუ ხართ ჩართული? |
| | დიახ ჩართული ვარ |
| 9. | საქართველოში ყველაზე მეტად ვინ არის დაინტესერებული ჯანდაცვის თემების გაშუქებით? |
| | ვერ გამოვყოფდი ვერც ერთს |
| 10. | რატომ არის მნიშვნელოვანი სამედიცინო თემატიკის გადაცემები? |
| | ეს ხელს უწყობს მოსახლეობის განათლებას, ჯანსაღი ცხოვრების წესის დასაფასებას და ზოგადად მოსახლეობის ცნობიერების დონის ამაღლებას. |
| 11. | რამდენად კომპეტენტურია ქართულ ტელევიზორებში არსებული სამედიცინო გადაცემები? არიან თუ მაყურებლის ინტერესებზე და საჭიროებაზე ორიენტირებული ? |
| | ვფიქრობ კომპეტენტურია |
| 12. | ქართულ ტელევიზორებში არსებულმა გადაცემებმა თუ გამოიღო შედეგი? |
| | ძნელია უპასუხო რამდენად გაიზარდა გადაცემების შემდეგ კონკრეტულ ექიმთან მიმართაველობა, ალბათ კარგი იქნება სტატისტიკური ინფორმაცია, ვიდრე ჩემი პირადი აზრი. |
| 13. | სახელმწიფოს მხრიდან არსებობს თუ არა გარკვეული ხელშეწყობა სოციალური პროგრამებისა და კამპანიების შემთხვევაში |
| | არის ხოლმე საზ. მაუწყებელზე მაგრამ ხშირად არა |
| 14. | რომელ სახელმწიფო სამსახურებს აქვს პასუხისმგებლობა სოციალური პროგრამების განხორციელებასა და გაშუქებაზე ? |
| | საზოგადოებრივ მაუწყებელს. სამინისტროებს, და ზოგადად მთავრობას |
| 15. | სახელმწიფოს მხრიდან აქვს თუ აქვს კერძო კომპანიებს გარკვეული წახალისება სოციალური პროგრამების განხორციელების შემთხვევაში ? |

არ ვიცი.



ნინო ტალახაძე

ჯანდაცვის სამინისტროს მედიისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის წარმომადგენელი

1. რამდენად ხშირად და სიღრმისეულად ინტერესდებიან ჟურნალისტები ჯანდაცვის საკითხებით?

ჟურნალისტები ჯანდაცვის საკითხებით თითქმის ყოველდღე ინტერესდებიან, დღეში რამოდენიმე სიღრმისეული ინტერვიუ არის დაგეგმილი. ყველა საკითხი, რასაც ახორციელებს ჯანდაცვის სამინისტრო, არის ძალიან მნიშვნელოვანი და საინტერესო მოსახლეობისთვის. ჟურნალისტი კი ინტერესდება იმ საკითხები რაც საზოგადოებას აინტერესებს, აქედან გამომდინარე ხშირია ჯანდაცვის სამინისტროს პრეს სამსახურთან მიმართვა.

2. რამდენად ხშირად ტარდება კვლევები ამ ჯანდაცვის საკითხების გაშუქების ხარისხის შესახებ?

ჯანდაცვის სამინისტროს აქვს ყოველდღიური შიდა კვლევა, მედია მონიტორინგის საშუალებით, ხდება მედიასაშუალებების მიმოხილვა. ამით ვამოწმებ ჩვენი გაშუქების ხარისხს, სიხშირეს, რაოდენობას...

3. რომელია უახლესი კვლევა, რომელსაც თქვენ გაეცანით ?

ყოველდღიური მედია მონიტორინგიდან გამომდინარე უახლესი კვლევა არის დღევანდელი.

| |
|---|
| <p>4. რამდენად ობიექტურად შუქდება არსებული ჯანდაცვის მდგომარეობა ?</p> |
| <p>რაიმე 10 ბალიანი სისტეიდან შევაფასებდი 8-9 ქულით, უფრო მეტად ობიექტურად შუქდება.</p> |
| <p>5. ბავშვთა ჯანდაცვას რამდენად ექცევა ყურადღება? მხოლოდ ვაქცინაციით შემოიფარგლება თუ არის კიდევ დამატებით მნიშვნელოვანი თემები?</p> |
| <p>რა თქმა უნდა ბავშვთა საკითხებს განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა, არსებობს ვაქცინაციები, არის დედათა და ბავშვთა ჯანმრთელობის პროგრამა , რომელშიც გაერთიანებულია სხვადასხვა საკითხები და პროგრამები, ასევე არის პენერატალური, რომელიც მოიცავს პერიოდს ორსულობიდან ბავშვის ადრეულ ასაკამდე, ადრეული განვითარების პროგრამები.</p> |
| <p>6. კვებების მიხედვით თუ ჩანს, რა ტიპის ინფორმაციით არის დაინტერესებული საზოგადოება: წინ მოდის ესთეტიკური კუთხე თუ ჯანსაღი ცხოვრების წესი? ბავშვთა ჯანდაცვას რამდენად ექცევა ყურადღება?</p> |
| <p>ჯანდაცვის სამინისტრო ძალიან ბევრ პროგრამას და რეფორმას ახორციელებს. ორივე ძალიან მნიშვნელოვანია და ვერ გამოვყოფდი.</p> |
| <p>7. საქართველოში მცხოვრებ ოჯახთა რა რაოდენობა არის დაკავებული სპორტული აქტივობებით და საკმარისია თუ არა ეს?</p> |
| <p>ვთვლი რომ საკმარისი არ არის სპორტით დაკავებულ ოჯახთა რაოდენობა.</p> |
| <p>8. გარკვეულ სოციალურ კამპანიებში თუ ხართ ჩართული?</p> |
| <p>ჩვენ გვაქვს სხვადასხვა სოციალური აქტივობები, რომელზეც ინფორმაცია აუცილებლად ეწოდება მოსახლეობას.</p> |
| <p>9. საქართველოში ყველაზე მეტად ვინ არის დაინტერესებული ჯანდაცვის თემების</p> |

| |
|--|
| <p>გაშუქებით?</p> |
| <p>ყველაზე მეტად ჩვენ ვართ დაინტერესებული, ჩვენ ვუბიძგებთ მედიას რომ გააშუქოს და რასაკვირველია მედიაც დაინტერესებულია ამ კუთხით.</p> |
| <p>10. რატომ არის მნიშვნელოვანი სამედიცინო თემატიკის გადაცემები?</p> |
| <p>რა თქმა უნდა მნიშვნელოვანია, რადგან მოსახლეობის ინფორმირებულობა გაიზარდოს ჯანდაცვის საკითხებზე და გავზარდოთ მოსახლეობის ცნობიერება ჯანდაცვის მიმართულებით. ზოგადად ჯანდაცვის პროგრამებზე და რეფორმებზე.</p> |
| <p>11. რამდენად კომპეტენტურია ქართულ ტელევიზორებში არსებული სამედიცინო გადაცემები? არიან თუ მაყურებლის ინტერესებზე და საჭიროებაზე ორიენტირებული ?</p> |
| <p>ძირითადად არის, „პირადი ექიმი- მარი მალაზონია“ და „ექიმები“ ვთვლი რომ ორივე კომპეტენტურია.</p> |
| <p>12. ქართულ ტელევიზორებში არსებულმა გადაცემებმა თუ გამოიღო შედეგი?</p> |
| <p>ჯანდაცვის სამინისტრო ამას ვერ აკონტროლებს, მაგრამ გასულ წლებთან შედარებით ექიმთან მიმართვიანობა გაზრდილია. ამის მიზეზი სავარაუდოდ ჩატარებული რეფორმები და ჯანდაცვის საყოველთაო პროგრამებია.</p> |
| <p>13. არის თუ მოსახლეობის მხრიდან ინტერესი სოციალურ თემაზე არსებული გადაცემების შესახებ ?</p> |
| <p>რა თქმა უნდა, ყველაზე საინტერესო თემაა.</p> |
| <p>14. სახელმწიფოს მხრიდან არსებობს თუ არა გარკვეული ხელშეწყობა სოციალური პროგრამებისა და კამპანიების შემთხვევაში</p> |
| <p>ვთვლი რომ არის, სამინისტრო დაინტერესებულია გარკვეული კუთხით ჩაერთოს კამპანიებში</p> |
| <p>15. სახელმწიფოს მხრიდან აქვს თუ აქვს კერძო კომპანიებს გარკვეული წახალისება</p> |

სოციალური პროგრამების განხორციელების შემთხვევაში ?

დიახ, აქვს. ეს გამოიხატება სხვადასხვა აქტუვობაში და მხარდაჭერაში. თუნდაც ფულად დახმარებაში.



ირაკლი კუტალია

მედიცინის მეცნიერებათა დოქტორი

დერმატო-ონკოლოგიისა და დერმატო-ვენეროლოგიის საერთაშორისო ასოციაციის პრეზიდენტი- IADODV

1. რამდენად ხშირად და სიღრმისეულად ინტერესდებიან ჟურნალისტები ჯანდაცვის საკითხებით?

როგორც წესი ჟურნალისტები ინტერესდებიან ჯანდაცვის საკითხებით თუმცა მათ არ აქვთ საშუალება. ტელევიზიიდან არ არის ხელშეწყობა რომ მათი ინტერესი დაკმაყოფილებული იყოს და ხელი შეუწყონ მათ თუნდაც სიუჟეტის მომზადებაში ან რაიმე სხვა საკითხების გაშუქებაში. შესაბამისად ჩვენ ვრ ვხედავთ ჟურნალისტების მხრიდან დიდ დაინტერესებას. თუმცა ჩემი სუბიექტური აზრია რომ ჟურნალისტების ამ თემით დაინტერესებულები არიან პირველ რიგში როგორც ადამიანები და შემდეგ როგორც ჟურნალისტები.

2. რამდენად ხშირად ტარდება კვლევები ამ ჯანდაცვის საკითხების გაშუქების ხარისხის შესახებ?

ამ კუთხით შეგვიძლია პირდაპირ ვთქვათ რომ საკმაოდ ხშირად ტარდება, მაგრამ არ არის ეს კვლევები ღია და ნაჩვენები. ხშირად ტარდება არა ქართული , არამედ უცხოური

| |
|---|
| <p>მხრიდან რის პასუხებზეც ნაკლებად გვაქვს ჩვენ წვდომა. ასევე ხშირია კერძო ორგანოზაციების ან არასამთავრობოების მხრიდან დაკვეთა და ამგვარი ტიპის კვლევების არ არის ხელმისაწვდომი.</p> |
| <p>3. რომელია უახლესი კვლევა, რომელსაც თქვენ გაეცანით ?</p> |
| <p>გამომდინარე იქიდან რა დარგშიც მოღვაწეობს ორგანოზაცია გვაქვს შეხება კვლევებთან რომლებიც ეხება დერმატოლოგიას, ვენეროლოგიას, ერთ ერთი კვლევა რომესაც ბოლოს გავეცანით იყო დაავადებათა კონტროლის კვლევა სქესობრივი გზით გადამდები ინფექციებზე. ეს იყო 2015 წლის კვლევა და საკმაოდ საგანგაშო ვითარება იყო, რამაც ბიძგი მისცა რადმენიმე სოციალური კამპანიის წამოწყებას.</p> |
| <p>4. ბავშვთა ჯანდაცვას რამდენად ექცევა ყურადღება? მხოლოდ ვაქცინაციით შემოიფარგლება თუ არის კიდევ დამატებით მნიშვნელოვანი თემები?</p> |
| <p>ბავშვთა ჯანდაცვას განსაკუთრების ექცევა ყურადღებათქო ვერ ვიტყვი ჩვენი პრაქტიკიდან და გამოცდილებიდან. არის გარკვეული ხელშემწყობი პროგრამები, მაგრამ ეს არ არის საკმარისი.</p> |
| <p>5. კვებების მიხედვით თუ ჩანს, რა ტიპის ინფორმაციით არის დაინტერესებული საზოგადოება: წინ მოდის ესთეტიკური კუთხე თუ ჯანსაღი ცხოვრების წესი? ბავშვთა ჯანდაცვას რამდენად ექცევა ყურადღება?</p> |
| <p>პაციენტთან ურთიერთობის დროს ჩანს რომ ინტერესი უფრო მეტად არის ესთეტიკურ მხარეზე.</p> |
| <p>6. საქართველოში მცხოვრებ ოჯახთა რა რაოდენობა არის დაკავებული სპორტული აქტივობებით და საკმარისია თუ არა ეს?</p> |
| <p>ზუსტი რაოდენობა არ ვიცით, თუმცა ფაქტია რომ იზრდება რაოდენობა სპორტით დაკავებული ოჯახებისა. ადამინები ცდილობენ სპორტული ცხოვრებით იცხოვრონ, მარამ საერთო ჯამში არ არის დამაკმაყოფილებელი სურათი. ვფიქრობ, კერძი</p> |

| |
|--|
| <p>კომპანიებმა თუ მთავრობამ უფო მეტად უნდა შეუწყოს ხელი მოსახლეობას დაინტერესდნენ სპორტით. ეს გამოიხატება თუ ინფრასტრუქტურას მიაქცევენ ყურადღებას.</p> |
| <p>7. გარკვეულ სოციალურ კამპანიებში თუ ხართ ჩართული?</p> |
| <p>დიახ რა თქმა უნდა, ეს არის კანის კიბოს წინააღმდეგ კამპანიები და სქესობრივი გზით გადამდები ინფექციების წინააღმდეგ. რამაც ვფიქრობ უკვე გამოლო შედეგი, რადგან ადამიანები უკვე სვამენ გარკვეულ კითხვებს. და როდესაც ჩნდება კითხვა ეს უკვე ნიშნავს რომ საინფორმაციო კამპანიის გარკვეული შედეგი არის.</p> |
| <p>8. საქართველოში ყველაზე მეტად ვინ არის დაინტერესებული ჯანდაცვის თემების გაშუქებით?</p> |
| <p>ესე კონკრეტულად ვერ გამოვყოფდი. მარამ გარკვეულ ინტერესი ნამდვილად არის. ბოლო სოციალური აქტივობა იყო გამოფენა, კანის კიბოს წინააღმდეგ და მოსული იყო რუსთავი 2, რომელმაც გაუშვა სიუჟეტი. სხვა ტელევიზიებს რაც შეეხება მიწოდებული იყო ინფორმაცია მაგრამ დაინტერესება არ ყოფილა.</p> |
| <p>9. რატომ არის მნიშვნელოვანი სამედიცინო თემატიკის გადაცემები?</p> |
| <p>სამედიცინო თემატიკის გადაცემები იმდენად მნიშვნელოვანია, რამდენადაც ექიმთან ვიზიტი. შეიძლება ერთი და იგივე შედეგი მოგვცეს საბოლოო ჯამში. ადამიანმა იფიქროს საკუთარ ჯანმრთელობაზე და დაამარცხოს ის პრობლემა რაც აწუხებს. სამედიცინო გადაცემები ხელს უწყობს მაყურებელს დაფიქრდეს ჯანმრთელობის მდგომარეობაზე. ვფიქრობ სამედიცინო გადაცემები უფრო მეტი უნდა იყოს ტელესივრცეში.</p> |
| <p>10. რამდენად კომპეტენტურია ქართულ ტელესივრცეში არსებული სამედიცინო გადაცემები? არიან თუ მაყურებლის ინტერესებზე და საჭიროებაზე ორიენტირებული ?</p> |
| <p>სამედიცინო გადაცემებიდან გამოვყოფდი „პირადი ექიმი - მარი მაღაზონია“ ეს გადაცემა მორგებულია მაყურებელზე, არ არის კომერციული ტიპის. თუმცა აქაც არის პრობლემები ვიზუალიზაციის კუთხით. არ შეიცავს შოუს ელემენტებს რაც</p> |

მაყურებლისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია. იგივეს თქმა არ შეგვიძლია „ექიმებ“-ზე. ამ შემთხვევაში პირიქით არის. ფორმატი არის საინტერესო მაგრამ რა ინფორმაცასაც გვაწვდის არ არის კომპეტენტური, რადგან არის კომერციული ტიპის. არ წარმოაჩენს პრობლემის გადაჭრის საუკეთესო გზას. მაგალითად იყო შემთხვევა ხალთან დაკავშირებით. გადაცემა იყო მელანომაზე მომზადებული, გამოიკვეთა ერთი პრობლემა რომ საუკეთესო გზა მელანომას პრევენციისთვის რაც არსებობს არ იყო ნახსენები. მათ მიერ მიწვეული სტუმარი წარმოადგენდა კლინიკას, რომელიც არ აკმაყოფილებდა საერთაორისო სტანდარტებს.

11. ქართულ ტელევიზორებში არსებულმა გადაცემებმა თუ გამოიღო შედეგი?

ქართულ ტელევიზორებში უმეტესობა გადაცემა გათვლილია კომერციულ მიზანზე, შესაბამისად ალბათ შედეგს გამოიღებს იმისთვის ვინც დაუკვეთავს. სავარაუდოდ ზრდის პაციენტთა რაოდენობას მაგრამ ამასთან ერთად უნდა გაიზარდოს განკურნებული პაციენტების რაოდენობაც. რაც პროპორციულად არ მიდის. ეს გამოწვეულია სწორედ ამ კომერციული მიზნებით რაც მედიასაშუალებები იყენებენ.


12. არის თუ მოსახლეობის მხრიდან ინტერესი სოციალურ თემაზე არსებული გადაცემების შესახებ ?

ადამიანებს ყოველთვის აინტერესებთ საკუთარი ჯანმრთელობის შესახებ მეტი ინფორმაცია, თუმცა მიუხედავად იმის რომ დაინტერესება არსებობს, პასუხები მოსახლეობის კითხვებზე მედიას არ აქვს. ამიტომ მე ვიტყვოდი რომ ინტერესი არის საზოგადოების მხრიდან, მაგრამ არ არის პასუხები. მეტი დრო უნდა დაეთმოს სოციალურ თემებს. ბევრი პროგრამა არსებობს, არის სკრინინგები და დაფინანსებული პროგრამები, მაგრამ საზოგადოებას ამის შესახებ ინფორმაცია ნაკლებად ეწოდება.

13. სახელმწიფოს მხრიდან არსებობს თუ არა გარკვეული ხელშეწყობა სოციალური პროგრამებისა და კამპანიების შემთხვევაში

საკმაოდ ბევრი არსებობს, მაგრამ ამას სჭირდება ინფორმირებულობა. გამოდის რომ სახელმწიფო ბევ რამე საკეთებს, მაგრამ მოსახლეობა იფორმირებული არ არის. მხოლოდ

| |
|---|
| ვიწრო საზოგადოება სარგებლობს ამით. |
| 14. რომელ სახელმწიფო სამსახურებს აქვს პასუხისმგებლობა სოციალური პროგრამების განხორციელებასა და გაშუქებაზე ? |
| საზოგადოებრივ მაუწყებელს აქვს პასუხისმგებლობა გააშუქოს. ასევე ჯანდაცვის სამინისტროსა და დავადებათა კონტროლის ცენტრის მიერ მიწოდებულ ინფორმაციაზე ვალდებულია მედია უფასოდ გააშუქოს. |
| 15. სახელმწიფოს მხრიდან აქვს თუ აქვს კერძო კომპანიებს გარკვეული წახალისება სოციალური პროგრამების განხორციელების შემთხვევაში ? |
| სახელმწიფოს მხრიდან ვერ ვხვდები რა წახალისება სჭირდება ორგანიზაციებს, ერთადერთი თანადგომა უფრო ვიტყვდი. სოციალური კამპანიებს ხშირად სჭირდება სახელმწიფოს მხრიდან თანადგომა. ეს გამოიხატება იმაში რომ საზოგადოებას მიაწოდონ ინფორმაცია კამპანიის შესახებ, რისი შესაძლებლობაც საკმაოდ დიდი აქვს სახელმწიფო სტრუქტურებს. |

| |
|--|
|  |
| <p>ლალი მეკოკიშვილი</p> <p>ექიმი დერმატოლოგი</p> |
| 1. რამდენად ხშირად და სიღრმისეულად ინტერესდებიან ჟურნალისტები ჯანდაცვის საკითხებით? |
| სასურველია იყოს უფრო მეტი დაინტერესება. |

| |
|--|
| <p>2. რამდენად ხშირად ტარდება კვლევები ამ ჯანდაცვის საკითხების გაშუქების ხარისხის შესახებ?</p> |
| <p>ყოველთვის არ ეყრდნობა სანდო წყაროებს</p> |
| <p>3. რამდენად ობიექტურად შუქდება არსებული ჯანდაცვის მდგომარეობა ?</p> |
| <p>მიკერძოებულობა იკვეთება კომერციულ, ან სამედიცინო კორპორაციების შეკვეთილ გადაცემებში. პროდუქტი არ არის ყოველთვის ობიექტური.</p> |
| <p>4. ბავშვთა ჯანდაცვას რამდენად ექცევა ყურადღება? მხოლოდ ვაქცინაციით შემოიფარგლება თუ არის კიდევ დამატებით მნიშვნელოვანი თემები?</p> |
| <p>ვფიქრობ, რომ არ ეთმობა საკმარისი დრო</p> |
| <p>5. საქართველოში მცხოვრებ ოჯახთა რა რაოდენობა არის დაკავებული სპორტული აქტივობებით და საკმარისია თუ არა ეს?</p> |
| <p>არ ვფლობ ინფორმაციას</p> |
| <p>6. გარკვეულ სოციალურ კამპანიებში თუ ხართ ჩართული?</p> |
| <p>დიახ, საქართველოს მასშტაბით ვხელმძღვანელობ კანის კიბოს საწინააღმდეგო კამპანიას</p> |
| <p>7. საქართველოში ყველაზე მეტად ვინ არის დაინტერესებული ჯანდაცვის თემების გაშუქებით?</p> |
| <p>ტელეკომპანია პულსი (თუმცა ის არის კონკრეტული კერძო სამედიცინო კორპორაციის კომერციული არხი)</p> |
| <p>8. რატომ არის მნიშვნელოვანი სამედიცინო თემატიკის გადაცემები?</p> |
| <p>მნიშვნელოვანია მოსახლეობის ინფორმირებისთვის, პრობლემების საჯაროობისთვის</p> |
| <p>9. რამდენად კომპეტენტურია ქართულ ტელევიზორებში არსებული სამედიცინო გადაცემები? არიან თუ მაყურებლის ინტერესებზე და საჭიროებაზე ორიენტირებული ?</p> |

| |
|---|
| არის მცდელობა იყოს საჭიროებებზე ორიენტირებული, თუმცა, ხშირია კომერციული გავლენა, ამასთან ზოგჯერ სტუმრების კომპეტენცია და მათ მიერ გამოთქმული მოსაზრებები და ინფორმაცია საეჭვოა. |
| 10. ქართულ ტელევიზორებში არსებულმა გადაცემებმა თუ გამოიღო შედეგი? |
| ექიმთან მომართვიანობა იზრდება ყოველი ტელეგადაცემის შემდეგ, სახელმწიფო პროგრამაში ჩართული არ ვარ. |
| 11. სახელმწიფოს მხრიდან არსებობს თუ არა გარკვეული ხელშეწყობა სოციალური პროგრამებისა და კამპანიების შემთხვევაში |
| ძალიან სიმბოლური |
| 12. სახელმწიფოს მხრიდან აქვს თუ აქვს კერძო კომპანიებს გარკვეული წახალისება სოციალური პროგრამების განხორციელების შემთხვევაში ? |
| უმნიშვნელო |
| 13. რომელ სახელმწიფო სამსახურებს აქვს პასუხისმგებლობა სოციალური პროგრამების განხორციელებასა და გაშუქებაზე? |
| ჯანდაცვის სამინისტროს, დაავადებათა კონტროლის ეროვნულ ცენტრს |

დასკვნა

❖ ძირითადი შედეგები და რეკომენდაციები

დასკვნის სახით უნდა აღინიშნოს, რომ ავტორთა ჯგუფის მიერ ნაშრომის შესავალ ნაწილში წარმოდგენილი სამი ჰიპოთეზა, ნაწილობრივ, დადასტურდა.

1. ქართული მედია, ერთი მხრივ, ჯანმრთელობის საკითხებისადმი ინტერესს ავლენს, თუმცა, საკითხების სპექტრის, მრავალფეროვნებისა და ჟურნალისტიკის აღიარებულ სტანდარტებთან შესაბამისობის თვალსაზრისით, არაერთ ხარვეზს შეიცავს; გამოიკვეთა,

რომ ქართველი ჟურნალისტები სხვადასხვა თემის გაშუქებისას რამდენიმე სახის შეცდომას უშვებენ, არ იცავენ კონფიდენციალურობას, რაც გამოიხატება ინფიცირებულთა და გარდაცვლილთა შესახებ ინფორმაციას გასაჯაროებაში. გარდა ამისა, ხშირია შეცდომები ტერმინოლოგიაშირაც გულისხმობს არასწორი ფრაზების გამოყენებას.

2. ხშირია მედიაში სპეციფიური ჟარგონის გამოყენების შემთხვევები. მკითხველს/მაცურებელს პოპულარულ ენაზე არ განემარტება, რასთან აქვს საქმე.

ჯანმრთელობის თემების გაშუქების დროს მნიშვნელოვანია გამოყენებული იყოს მარტივი ენა, რადგან სამედიცინო ტერმინები სპეციფიკურია. შესაბამისად, მთავარი შედეგი - მომხმარებლისთვის ინფორმაციის გასაგებ ენაზე მიწოდება უნდა იყოს; წინააღმდეგ შემთხვევაში მაცურებლის ინტერესის საგანი შეიცვლება. გაუგებარი ინფორმაცია მისთვის უინტერესო გახდება და მომზადებული თემა მაცურებელამდე ვერ მივა.

3. მედიასაშუალებათა ანალიზი ადასტურებს, რომ ადამიანის ჯანმრთელობის დაცვისა და დაავადებათა პრევენციის საკითხები არაა პრიორიტეტული. რაოდენობრივად და ხარისხობრივადაც, ჯანდაცვასთან დაკავშირებული თემატიკის გაშუქება არასაკმარისად ხდება. იკვეთება, რომ ძირითადი გზავნილები, რაც ჩვენს სამაუწყებლო მედიაში ჯანმრთელობის თემების გაშუქებისას ჭარბობს შემდეგია:

როგორც კვლევებიდან ჩანს, მედია საკმარის დროს უთმობს ჯანდაცვის ძალადობის თემები, დაზღვევის, რეკლამის ტიპის ჩართვები, აღნ გასართობი ტიპის ნიუსები და უცხოური სამედიცინო ამბები.

ეს ის ნუსხვაა, რომელიც მიგვითითებს რა ტიპის მედია თემები მზადდება ჯანდაცვის სფეროში. უდავოა რომ ეს ყოველივე არ ეხმარება მოსახლეობას ცნობიერების ამაღლებაში, ამ თემებით არ გაიზრდება ექიმთან მიმართვიანობა. დაავადებულებს სჭირდებათ ბიძგი, რომ გადალახონ ესა თუ ის ბარიერი (სირცხვილი) და მიმართონ ექიმებს.

საჭიროა მომზადდეს უშუალოდ მაცურებელზე მორგებული გადაცემა, რომელიც პირდაპირ კავშირში იქნება თითოეულ ადამიანთან. დაანახებს რა საფრთხის ქვეშ დგას და როგორ შეიძლება ამ პრობლემას გაუმკლავდეს, თუნდაც დაბალი შემოსავლის წყაროთი. რადგან არის პროგრამები რომელიც მოსახლეობას ეხმარება თანდაფინანსებაში.

სწორედ ამ პროგრამების გაშუქების პრობლემაც დგას დღეს ჩვენს წინაშე. მოსახლეობას არ აქვს საშუალება ტელევიზიების მეშვეობით გაიგონ ინფორმაცია ჯანდაცვის პროგრამების შესახებ, არ იციან რისი მოთხოვნის უფლება აქვს და რა ეკუთვნით მათ სახელმწიფოსგან.

მოძიებული კვლევებიდან მკაფიოდ ჩანს, რომ ქცევის ცვლილების თეორია გავლენას ახდენს ადამიანთა ფსიქიკაზე. ეს არის თეორია, რომელსაც შეუძლია ადამიანის ქცევა შეცვალოს და მიიღოს სასურველი შედეგი. სწორედ ამ ხერხს უნდა მიმართოს ქართულმა მედიამ. გააშუქოს ჯანმრთელობის შესახებ მნიშვნელოვანი ინფორმაცია. მიაწვდინოს მოსახლეობას ხმა, რომ არსებობს პროგრამები, რომელთა დახმარებით შეძლებენ დაავადებათა პრევენციას.

მძიმე სოციალური ფონი, ასევე, რთული ეკოლოგიური მდგომარეობა მოსახლეობის ჯანმრთელობაზე უარყოფითად მოქმედებს და დაავადებათა ზრდას იწვევს.

პროფილაქტიკის საუკეთესო საშუალება, სხვასთან ერთად, ექიმთან პერიოდული ვიზიტებიცაა. ექიმთან ვიზიტის აუცილებლობაზე, საკუთარი და ოჯახის წევრების ჯანმრთელობაზე ზრუნვაზე, რაც ჯანდაცვის მუშაკებთან კონსულტაციებითაა შესაძლებელი, მედიაში ნაკლებს საუბრობენ. უკვე არსებულ დაავადებაზე ზრუნვა აუცილებელია, მაგრამ წინასწარი თავდაცვა არანაკლებ მნიშვნელოვანია. ამიტომაც უდიდეს როლს ასრულებს მოსახლეობას სისტემატური ინფორმირება ისეთი ტიპის დაავადებებზე, რაც მათთვის უცნობია. შესაძლებელია, ადამიანი ჯანსაღი ცხოვრების წესით ცხოვრობდეს, მაგრამ მაინც რისკ-ფაქტორის მქონე ჯგუფს მიეკუთვნებოდეს. თუკი ასეთ დროს მას არ აქვს შესაბამისი ცოდნა, შედეგებზე ზრუნვა დაგვიანებული შეიძლება, აღმოჩნდეს.

ჯანდაცვის საკიხების სწორ და ხშირ გაშუქებას შეუძლია მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებაში.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ეროვნებათშორისი ურთიერთობების მართვა, [მეთოდური სახელმწიფანელო], ადამიანის რესურსების განვითარების ფონდი, – რედ. ჯავახიშვილისა ჯ. სარჯველადის ნ.,–თბ.,– 2007., <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=4183> ბოლო ნახვის თარიღი: 03.03.17)
2. კვლევა ჯანმრთელობის საკითხების გაშუქების შესახებ 2011 წლის ივნისი-ივლისის მონაცემებით
<http://eurocommunicator.ge/mdf/uploads//Coverage of Health Issues by Georgian Media GEO.pdf>, ბოლო ნახვა 17.05.2017)
3. საქართველოს კონსტიტუცია, მუხლი 24
(<http://www.parliament.ge/ge/kanonmdebloba/constitution-of-georgia-68>)
4. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ოფიციალური ვებ გვერდი <http://gpb.ge/ge/articles/view/10>;
5. სამედიცინო ტელეარხის „პულსი ტვ“-ის ოფიციალური ვებ გვერდი <http://pulsitv.ge/>
6. სოციალური თემატიკის გამუქება
<http://eurocommunicator.ge/mdf/uploads/Socialuri tematika sainformacio gamoshvebebshi.pdf>
7. საქართველოს კანონი „მუხლი 59 (ბოლო ნახვა 17.05.2017
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2874167>)
8. Gary Schwitzer, Ganapati Mudur, David Henry, Amanda Wilson, Merrill Goozner, Maria Simbra, Melissa Sweet, Katherine A Baverstock, Published: July 26, 2005, What Are the Roles and Responsibilities of the Media in Disseminating Health Information?
<http://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.0020215> ბოლო ნახვის თარიღი: 06.05.15)
9. (John P Pierce, Elizabeth A Gilpin, News media coverage of smoking and health is associated with changes in population rates of smoking cessation but not initiation.,
<http://tobaccocontrol.bmj.com/content/10/2/145.short>., ბოლო ნახვის თარიღი: 04.05.17)

10. (Media Advocacy: A Strategy for Advancing Policy and Promoting Health, Lawrence Wallack, DrPH, Lori Dorfman, DrPH <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/109019819602300303> ,
ბოლო ნახვის თარიღი: 12.04.17)

დანართები

დანართი N 1

❖ სოციალური რგოლის საავტორო სცენარი:

| N | გამოსახულება | ტექსტი/ხმა/მუსიკა/ხმაური | ქრონომეტრ აჟი |
|----|---|---|---------------|
| 1 | მულტიმედია ცენტრის ქუდი | მუსიკა „Motivation music” | 9 წმ. |
| 2 | სტატიკური ტიტრი | მედია ჯანმრთელობის საკითხების გამუქებისთვის | 4 წმ. |
| 3 | სტუდენტი გოგონა აჟღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „ - მე მაინტერესებს!” | 2 წმ. |
| 4 | მასწავლებელი ქალბატონი აჟღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „ - მე მინდა ვიცოდე....“ | 2 წმ. |
| 5 | პენსიონერი ქალბატონი აჟღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-საჭიროა, უფრო მეტი ვიცოდე...” | 2 წმ. |
| 6 | სტუდენტი გოგონა აჟღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „ - მე მინდა უფრო მეტი ვიცოდე....“ | 2 წმ. |
| 7 | სპორტსმენი ბიჭი აჟღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-I want to know more...” | 3 წმ. |
| 8 | მოსწავლე გოგონა აჟღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „ - მე მინდა ვიცოდე უფრო მეტი...” | 1 წმ. |
| 9 | პენიონერი მამაკაცი აჟღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-საჭიროა უფრო მეტი ვიცოდე...” | 2 წმ. |
| 10 | სტუდენტი ბიჭი აჟღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-მე მეტი მინდა ვიცოდე...” | 2 წმ. |

| | | | |
|----|---|--|-------|
| 11 | ექიმი ქალბატონო აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-მე მაინტერესებს!” | 2 წმ. |
| 12 | ლექტორი ქალბატონი აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-მე მინდა!” | 2 წმ. |
| 13 | სტუდენტი გოგონა აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „ - მე მაინტერესებს!” | 1 წმ. |
| 14 | PR მენეჯერი აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-საჭიროა ვიცოდე!” | 2 წმ. |
| 15 | ინჟინერი მამაკაცი აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-უფრო მეტი მინდა ვიცოდე...” | 2 წმ. |
| 16 | სტუდენტი გოგონა აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-სორიაზის შესახებ“ | 1 წმ. |
| 17 | მასწავლებელი ქალბატონი აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-ალერგიის შესახებ უფრო მეტი“ | 3 წმ. |
| 18 | პენსიონერი ქალბატონი აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-თვალის დაავადებების შესახებ“ | 2 წმ. |
| 19 | სტუდენტი გოგონა აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-თამბაქოს მიერ გამოწვეული დაავადებების შესახებ“ | 3 წმ. |
| 20 | სპორტსმენი ბიჭი აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-I want to know more about skin problems“ | 2 წმ. |
| 21 | მოსწავლე გოგონა აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-ტონზილიტის შესახებ“ | 2 წმ. |
| 22 | პენიონერი მამაკაცი აქლერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-გულის დაავადებების შესახებ“ | 2 წმ. |
| 23 | სტუდენტი ბიჭი აქლერებს ფრაზას; | „-თამბაქოს მიერ გამოწვეული | 2 წმ. |

| | | | |
|-----------------------------------|--|---|--------|
| | ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | დაავადებების შესახებ“ | |
| 24 | ექიმი ქალბატონო აუღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-ონკოლოგიის შესახებ“ | 1 წმ. |
| 25 | ლექტორი ქალბატონი აუღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-ბავშვთა დაავადებების შესახებ ვიცოდე უფრო მეტი“ | 3 წმ. |
| 26 | PR მენეჯერი აუღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა | „-ჭარბი წონის შესახებ“ | 2 წმ. |
| 27 | ინჟინერი მამაკაცი აუღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-ტუბერკულოზის“ | 1 წმ. |
| 28 | დიასახლისი აუღერებს ფრაზას; ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-სასურვლია მოსახლეობას ჰქონდეს მეტი ინფორმაცია კუჭნაწლავის დაავადებების თავიდან ასაცილებლად“ | 5 წმ. |
| 29 | სტატიკური ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-ჯანმრთელობა ყველასთვის მნიშვნელოვანია“ | 4 წმ. |
| 30 | სტატიკური ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-ჯანმრთელობა ყველას აინტერესებს“ | 4 წმ. |
| 31 | მოდრავი ტექსტი; მუსიკა - „cinematic background” | „-ჯანდაცვის საკითხების სწორ და ხშირ გაშუქებას შეუძლია მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებაში“ | 10 წმ. |
| 32 | ტიტრი: | ავტორები; სანდრო ბოჭორიშვილი; მარიამ გოზალიშვილი; სანდრო კაჭახიძე ოპერატორი: გიორგი ონეზაშვილი მონტაჟი: დათო არჩვაძე ხელმძღვანელი: ნინო ჭალაგანიძე | 22 წმ. |
| საერთო ქრონომეტრაჟი: 1 წთ. 47 წმ. | | | |

*** სოციალური რგოლი იძლევა საშუალებას, მცირე ნაწილებად დაჩეხილი სახითაც ვავიდეს ეთერში/ განთავსდეს ონლაინ მედიაში. ეს შეამცირებს რგოლის პოზიციონირების ხარჯს და თავიდან ავირიდებთ მაყურებლის დაღლას, რეკლამის მობეზრებას.

დანართი N 2

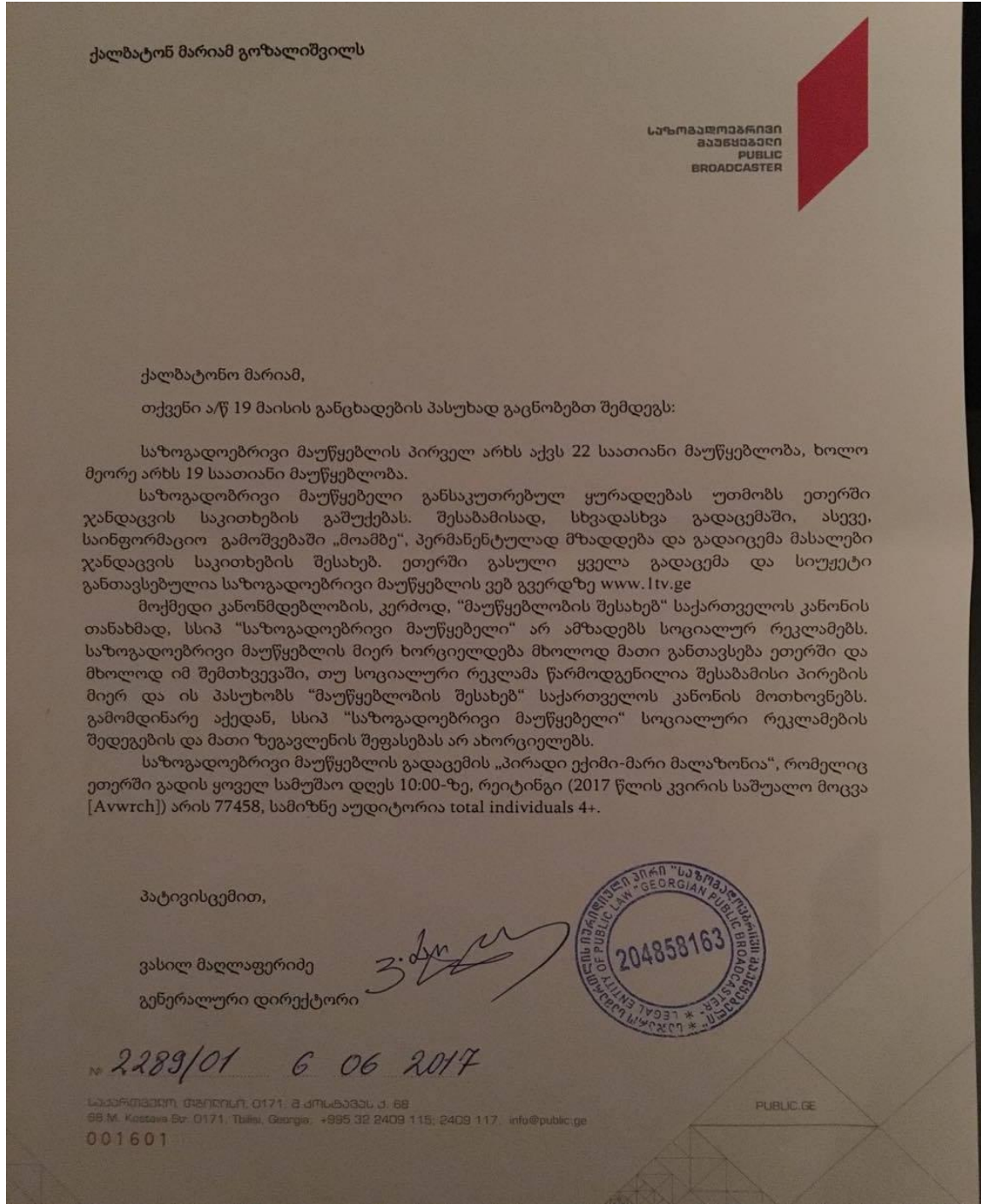
❖ პროექტის ხარჯთაღრიცხვა

| | აპარატურა | მოდელი | რაოდენობა | ფასი | ჯამი |
|----|---------------------------------|---|-----------|------|------|
| 1 | კამერის ტანი | Canon 7D Marc2 | 1 | 4200 | 4200 |
| 2 | აკუმულატორი | REDPRO RP – LPE6 | 1 | 123 | 123 |
| 3 | აკუმულატორის ადაპტერი | CANON BG-E16 | 1 | 840 | 840 |
| 4 | ობიექტივი | CANON EF16-35mm f/2.8L II USM Lens | 1 | 4080 | 4080 |
| 5 | მეხსიერების ბარათი | Wise SDHC UHS – I 32GB Card-1000x | 1 | 75 | 75 |
| 6 | მეხსიერების ბარათის წამკითხველი | Transcend RDF5 USB 3.0 SDHC/SDXC microSDHC/SDXC | 1 | 34 | 34 |
| 7 | მეტბოქსის კომპლექტი | Neewer Aluminum Film Movie Kit System Rig for Canon | 1 | 729 | 729 |
| 8 | კამერის შტატივი | LIBEC TH650HD | 1 | 628 | 628 |
| 9 | რადიო მიკროფონი | Sennheiser EW112PG3 | 1 | 1884 | 1884 |
| 10 | განათება | Dedolight Classic 150W | 1 | 1690 | 1690 |
| 11 | ბუმი | Rode NT complect | 1 | 3447 | 3447 |
| 12 | ლექტოპი | PROCESSOR I-7 2.6 GHz, RAM-16GB | 1 | 4300 | 4300 |

| | | | | | |
|----|---|--|---|------|-----------|
| 13 | სოციალური რგოლის ქუდის და ტიხრების მომზადება | | 1 | 1500 | 1500 |
| | | | | | 23,530.00 |

დანართი N 3

- ❖ საინფორმაციო წერილი საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ჯანდაცვის გაშუქების შესახებ



დანართი N 4

❖ რგოლის ელ.ვერსია

<https://wetransfer.com/downloads/57590a002653854fca4cd43a7bc26f0820170715082518/02f83aa91b abd1a903eb155725fa258a20170715082518/744bfb>

❖ სამაგისტრო ნაშრომის ბეჭდურ ვერსიას თან ახლავს დისკზე ჩაწერილი რდოლი