

# საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს განვითარების კონცეფცია

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში 2013 წლის 12 ივლისს განხორციელებული ცვლილების და „საჯარო სამართლის იურიდიული პირის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის საფუძველზე, აჭარის ტელევიზიასა და რადიოს შეეცვალა სტატუსი და ჩამოყალიბდა სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო“. „მაუწყებლობის შესახებ საქართველოს კანონის“ 352 მუხლის თანახმად:

1. „საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო“ - რადიომაუწყებლობას ახორციელებს 1 რადიო არხზე.
2. „საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო“ - ტელემაუწყებლობას ახორციელებს ამ კანონის მე-17 მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ციფრული მიწისზედა სატელევიზიო ქსელის გამოყენებით.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის არსა და რაობას კარგად განსაზღვრავს მისი სამართლებრივი სტატუსი: „პოლიტიკური და კომერციული გავლენისაგან თავისუფალი, საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისი, მრავალფეროვანი პროგრამების საზოგადოებისთვის მიზნების მიზნით, „საქართველოს კანონი მაუწყებლობის შესახებ“ აფუმნებს 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 არცერთ სახელმწიფო უწყებას.“

როცა ვსაუბრობთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის განვითარებაზე, აუცილებელია გვახსოვდეს, რომ ის საქართველოს ყველა მოქალაქის საკუთრებაა განურჩევლად ასაკისა, სქესისა, სოციალური სტატუსისა, ეროვნებისა, მრწამსისა, კულტურისა თუ პოლიტიკური კუთვნილებისა. ის უნდა პასუხობდეს ყველა სეგმენტის მოთხოვნებსა და ინტერესებს.

რათა, სწორად დავსახოთ მაუწყებლის განვითარების პერსპექტივები, აუცილებელია დავინახოთ, რა ეტაპზეა ახლა ის, ვნახოთ, როგორია მისი პოპულარობის ხარისხი, მივადევნოთ თვალი რეიტინგს, რათა ვიხილოთ, რამდენად სწორად ვითარდება მაუწყებელი, რამდენად საინტერესოა მისი პროდუქტი, როგორია მაყურებლის ინტერესი არსებული გადაცემების მიმართ. მართალია, რეიტინგი არ არის მაუწყებლის თვითმიზანი, მაგრამ სწორედ

რეიტინგია ის საზომი, რაც ზუსტად აჩვენებს გაწეული მუშაობის შედეგს - თუ არ უყურებს მაყურებელი, ესეიგი არ მივდივართ სწორი გზით.

## რა არის მთავარი იმისთვის, რომ მაუწყებელმა მოიპოვოს ნდობა?

საზოგადოებრივი მაუწყებლის დამოუკიდებლობა და მიუკერძოებლობა, დაბალანსებული და ზუსტი ინფორმაციის მიწოდება ყველა დროის ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევაა. ამიტომ, გარანტირებული უნდა იყოს მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობა და მისი პოლიტიკური, კომერციული თუ სხვა სახის გავლენებისაგან დაცვა.

ვინაიდან, საზოგადოებრივი მაუწყებელი საჯარო დაფინანსებით მოქმედებს, ის ანგარიშვალდებულია სწორედ საზოგადოების წინაშე როგორც საქმიანობით, ასევე ანგარიშვალდებულების კონკრეტული მეთოდებითაც. ამის ყველაზე ეფექტური ხერხი ქმედითი საკომუნიკაციო სტრატეგიის შექმნაა.

მაუწყებელმა უნდა წარმოაჩინოს საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფი და ინტერესი. ორიენტირებული უნდა იყოს სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების ხელშეწყობისავენ. მაუწყებლის ეთერი უნდა იქცეს მძლავრიარაღად საზოგადოებაში არსებული პრობლემებისა და ინტერესების წარმოსაჩენად. ამის გარანტი იქნება სარედაქციო პოლიტიკა და თემატური გადაცემები. ვინაიდან მაუწყებელი ეკუთვნის საზოგადოებას, ის უნდა ემსახურებოდეს საყოველთაო ინტერესებს, უნდა იყოს მრავალფეროვანი და პლურალისტური, არ უნდა ახდენდეს დაპირისპირების ტირაჟირებას, მაგრამ უნდა შეძლოს პრობლემების წარმოჩენა.

მაუწყებლის ხარისხი და სანდოობა გამომდინარეობს ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი პრინციპებიდან. დამოუკიდებლობა და მიუკერძოებლობა განსაზღვრავს სანდოობის ხარისხს. მას თავის მხრივ უნდა ქონდეს ამბიცია, რომ რეიტინგი და შეფასებები მოიპოვოს არა იაფფასიანი ხერხებით, რომლებიც სამწუხაროდ, დღეს ხშირად გამოიყენება, მაგალითად: საზოგადოებრივი აზრის მანიპულირებით, არაეთიკური ჟურნალიზმით, პროფესიული სტანდარტების დაწევით, არამედ ჟურნალისტური ეთიკის დაცვით, პროფესიონალიზმითა და ხარისხიანი პროდუქციის შექმნით.

ამავე დროს, მაუწყებელს შესაძლოა ქონდეს არარეიტინგული, თუმცა, ინოვაციური, შემოქმედებითი, შემეცნებითი საავტორო პროგრამები, რომლებიც სხვადასხვა ინტერესთა ჯგუფისთვის იქნება საინტერესო. მაუწყებელმა მაყურებელს უნდა შესთავაზოს თამამი პროდუქტები, რისი უფლებაც კომერციულმა ტელევიზიებმა შესაძლებელია საკუთარ თავს ვერ მისცენ.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს ( კანონის საფუძველზე) დამოუკიდებელი მართვის ინსტიტუტები - მრჩეველთა საბჭო ( 5 წევრი) და დირექტორი ჰყავს.

აჭარის მაუწყებლის დაფინანსება საზოგადოებრივი მაუწყებლის დაფინანსების არანაკლებ 15%- ია.

მისი მართვა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მხრიდან საერთო სახელმწიფოებრივი ინტერესების დაცვით უნდა შემოიფარგლოს, რაც ასევე „ საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს ” პრიორიტეტებისა და ბიუჯეტის დამტკიცების პროცესში მონაწილეობასაც გულისხმობს, რაც ბიუჯეტისა და პრიორიტეტების განხილვის, შეთანხმებისა და დამტკიცების პროცედურებით წინასწარ განისაზღვრება.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს მიერ მომზადებული და ეთერში გასული პროდუქცია მაქსიმალურად უნდა ითვალისწინებდეს ავტონომიური რესპუბლიკის ტერიტორიაზე მაცხოვრებელი მოსახლეობის საჭიროებებსა და ინტერესებს, აქტიურად ამუქებდეს ქვეყანაში და რეგიონში მიმდინარე პოლიტიკურ, სოციალურ, ეკონომიკურ, კულტურულ, სპორტულ და აგრეთვე აჭარის მაღალმთანეთის ყოველდღიურობას, რასაც ხელს შეუწყობს ადგილზე გახსნილი და გაძლიერებული ბიუროები. მთის ამბები არ უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ სტიქიური უბედურებების დაფიქსირებით, არამედ ყველა ის პრობლემა, ყველა ის აქტუალური თემა, რომელიც მაღალმთანეთის მოსახლეობას აწუხებს, ან აინტერესებს, უნდა იყოს თითქმის ყოველდღიურ რეჟიმში გატანილი სხვადასხვა გადაცემებში თუ რადიო ეთერში.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს მრჩეველთა საბჭო „მაუწყებლის შესახებ ” საქართველოს კანონით მისთვის მინიჭებული უფლებამოსილებისა და ვალდებულებების გათვალისწინებით, განსაზღვრავს საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს პროგრამულ პრიორიტეტებს, რომლის დროსაც ის ხელმძღვანელობს:

- 1) საქართველოს კანონმდებლობით;
- 2) ამ სფეროში საერთაშორისო გამოცდილებით;
- 3) სოციოლოგიური კვლევებით, მოქალაქეებთან საჯარო შეხვედრებითა და დისკუსიით;
- 4) საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს გამოცდილებით;
- 5) საკუთარი გამოცდილებით;

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტი უნდა იყოს საზოგადოებისთვის საინტერესო, სიღრმისეული შინაარსის გადაცემების შექმნა, რომელიც მაღალი სტანდარტით, პროფესიული და ეთიკური ნორმების ზედმიწევნითი დაცვით იქნება მომზადებული.

მაუწყებელმა უნდა იზრუნოს იმაზე, რომ საინტერესო საავტორო პროგრამები იყოს იმავე დროს პოპულარულიც. ამისათვის მან უნდა შეძლოს ინტერესთა ჯგუფებზე ორიენტირებული მაღალი სტანდარტების პროდუქციის შექმნა, რომელიც შემდეგ თემებად შეიძლება დაჯგუფდეს: ( გამოყოფ რამოდენიმეს)

1. ახალი ამბები (მათ შორის მიმდინარე მოვლენები);
2. საგამომიებო ჟურნალისტიკა;
3. შემეცნება (მეცნიერება, ისტორია, გარემო და სხვა), კულტურა და საზოგადოება;
4. საბავშვო გადაცემები
5. დოკუმენტური ფილმები ;
6. კინოწარმოება (სატელევიზიო ქართული სერიალი)

მოვლედ, თითოეულ მათგანზე:

### **საინფორმაციო და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მიმართულება**

- ა) ახალი ამბები
- ბ) დისკუსია, დებატები /ანალიტიკა;
- გ) საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები;
- დ) სოციალურ-ეკონომიკური გადაცემები;

ახალი ამბები: ყურადღება უნდა გამახვილდეს გავრცელებული ინფორმაციის სანდობასა და ოპერატიულობაზე. თუმცა ოპერატიულობას არ უნდა შეეწიროს ეთიკური და პროფესიული სტანდარტები. მნიშვნელოვანია, რომ სიახლეებში ჩანდეს:

- 1) მწვავე და აქტიური თემები;
- 2) უპირატესობა მიენიჭოს აქარის რეგიონების ამბებს;
- 3) საქართველოს ევროატლანტიკურ ინტეგრაციასთან დაკავშირებული საკითხები;
- 4) ეკომიგრანტების პრობლემები;
- 5) უმცირესობების თემები;
- 6) ოკუპირებული რეგიონების თემები;
- 7) ეკონომიკა
- 8) სოციალური პრობლემები

საჭიროების შემთხვევაში მაუწყებელმა უნდა უზრუნველყოს საგანგებო და სპეციალური საინფორმაციო გამოშვებების ორგანიზება- დროისა და რეგლამენტის შეუზღუდავად. აუცილებლად მიმაჩნია არხის საინფორმაციო სამსახურის გაძლიერება – საზოგადოებრივი არხის სიძლიერის ერთ-ერთი მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორი სწორედ, ძლიერი საინფორმაციო სამსახურია.

## ანალიტიკური გადაცემები

ამ ტიპის გადაცემებმა უნდა უზრუნველყონ საზოგადოების წინაშე არსებული ყველაზე აქტუალური თემების ირგვლივ სიღრმისეული, ანალიტიკური დისკუსია, რომელშიდაც ჩართულები იქნებიან ხელისუფლების სხვადასხვა შტოს, სამოქალაქო სექტორის, დარგობრივი ექსპერტების, სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიის, ახალგაზრდების, ქალების, მოხალისეების/აქტივისტების და სხვა ინტერესთა ჯგუფების მონაწილეობა. მნიშვნელოვანია, რომ გადაცემებში ჩანდნენ უმცირესობების წარმომადგენლები, ემიგრანტები... ასევე სასურველია, გადაცემების დაგეგმვის დროს ყურადღება მიუქცეს სტუმრების გენდერულ ბალანსს, რათა არ მივიღოთ ისეთი ვიზუალიზება, რომ ყველაზე აქტუალურ თემებზე მხოლოდ კაცები მსჯელობენ.

შინაარსობრივად, აქცენტი უნდა კეთდებოდეს არა მხოლოდ პოლიტიკურ თემებზე, არამედ სოციალურ და ეკონომიკური საკითხებზე. ისეთ თემებზე, რომლებიც ეხებათ, მაგალითად, ეკომიგრანტებს, იძულებით ადგილნაცვალ პირებს, შემ პირებს, დისკრიმინაციის მსხვერპლებს და ა.შ.

ბუნებრივია, საარჩევნო წლებში განსაკუთრებული ყურადღება უნდა გამახვილდეს საარჩევნო თემებზე, საარჩევნო სუბიექტების თანაბრად წარმოჩენაზე, მოქალაქეთა საარჩევნო განათლებაზე, სადამკვირვებლო პროცესზე. ამ საკითხში მნიშვნელოვანია, განსაკუთრებული ყურადღება მიუქცეს მიუკერძოებლობას (როგორც პოზიტიური და ნეგატიური, ასევე ნეიტრალურად გამჟებული ამბების მოცულობა უნდა გაიზომოს). განვლილმა პრაქტიკამ ასევე აჩვენა, რომ ე.წ. ეგზიტპოლების ინსტრუმენტის გამოყენებას ნეგატიური შედეგი მოჰყვა. შესაბამისად, სასურველია, რომ კერძო მედიაკომპანიებთან ერთად (რომლებიც ასოცირებულები არიან ხოლმე ამა თუ იმ პოლიტიკურ ჯგუფთან) არ მოხდეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ჩართვა (გადამხდელთა ბიუჯეტით) სხვადასხვა ტიპის საარჩევნო მანიპულაციაში, რომელიმე პოლიტიკური ჯგუფის სასარგებლოდ. აუცილებელია მაუწყებელმა უზრუნველყონ წინასაარჩევნო დებატები, რაც დაეხმარება მოსახლეობას სწორი არჩევანის გაკეთებაში.

## ჟურნალისტური გამოძიება

ვიდრე არ მომზადდება ჟურნალისტური გამოძიების პროდუქტები და თემები არ იქნება ორიენტირებული მიუკერძოებლად, საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში (მათ შორის, განსაკუთრებულად სახელმწიფო სტრუქტურებში) არსებული დარღვევების გამოაშკარავებაზე. მუდმივად იქნება კითხვის ნიშნები თავად მაუწყებლის მიუკერძოებლობაზე. ამგვარი ჟურნალისტური პროდუქტი მნიშვნელოვანია მედიის, როგორც მეოთხე ხელისუფლების ფუნქციის რეალური განხორციელებისთვის. ამგვარი პროდუქტები ზრდიან სანდოობასა და ინტერესს მაუწყებლის მიმართ.

## შემეცნება (მეცნიერება, ისტორია, გარემო და სხვა), კულტურა და საზოგადოება

პრიორიტეტი უნდა მიენიჭოს ისტორიის, მეცნიერების, გარემოს დაცვის როგორც გლობალური, ასევე, ადგილობრივი კონტექსტის წარმოჩენას.

ისტორიული მოვლენებისადმი მიძღვნილი გადაცემები უნდა ასახავდენენ საქართველოს სახელმწიფოს ფორმირების პროცესს, უახლესი ისტორიის ისეთ მოვლენებს, როგორებიცაა საბჭოთა წარსული, ცარისტული პოლიტიკა, საქართველოს დამოუკიდებლობის პერიოდი, 1918-21 წლების პერიოდი, ბოლშევიზმი, რეპრესიები. ასევე, საქართველოს ისტორიული სვლა ევროპული ინტეგრაციისკენ. მნიშვნელოვანია, ცალკეული ისტორიული ფიგურების წარმოჩენა, რომლებმაც განსაკუთრებული წვლილი შეიტანეს საქართველოს ისტორიულ პროცესებში, აგრეთვე აჭარის რეგიონის ისტორიისა და მისი გამოჩენილი პიროვნებების პოპულარიზაცია.

თანამედროვე ტექნოლოგიური მიღწევები, მეცნიერული მიგნებები, ინფორმაცია მეცნიერებასა და განათლებაზე მნიშვნელოვანია სხვადასხვა ჯგუფის შემეცნებითი ინტერესების დაკმაყოფილებისა და ცოდნის პოპულარიზებითვის.

სულ უფრო მზარდია ნიშა გადაცემების ციკლზე ეკონომიკასა და ბიზნესზე. ამ ტიპის გადაცემებმა უნდა დააკმაყოფილოს საზოგადოების ინტერესი ეკონომიკის სხვადასხვა სფეროში (მათ შორის, სოფლის მეურნეობა), მოახდინონ მოსახლეობის ფინანსური განათლების უზრუნველყოფა, ხელი შეუწყონ მოქალაქეთა ორინტირებას ბიზნესგარემოში.

ქართული და მსოფლიო კინო, მუსიკა, თეატრი, მწერლობა, არქიტექტურა და კულტურის სხვა სფეროები საზოგადოებრივი მაუწყებლის ობიექტების პრიორიტეტები უნდა გახდნენ. მათ უნდა “გამოკვებონ” მოქალაქეთა შემოქმედებითი წყურვილები და ინტერესები. მნიშვნელოვანია, მაუწყებლის ანალიტიკური გადაცემების ფოკუსში იყვნენ უმცირესობები, ემიგრანტები, შემ პირები, ქალები და ზოგადად, უნდა მოხდეს ჩვენი საზოგადოების მრავალფეროვნების პოპულარიზება.

ადამიანის უფლებების დაცვა, სამოქალაქო საზოგადოების საქმიანობა, ოჯახში მალადობა, ბავშვებთა უფლებები, ქალთა პოლიტიკური და ეკონომიკური გაძლიერების საკითხები და უფელებების ფართო სპექტრი მუდმივად უნდა იყოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფოკუსში.

### საბავშვო გადაცემები

ამ მიმართულების სათანადოდ განვითარებამ ბავშვების, მოზარდებისა და მათი მშობლების ყურადღების მიპყრობა უნდა გამოიწვიოს მაუწყებლის საეთერო ბადისადმი. ამ მიმართულებას სჭირდება შესაბამისი დაგეგმარება და ბიუჯეტირება. საბავშვო გადაცემების მომზადებისას და ანიმაციური ფილმების შერჩევისას უნდა იქნეს გაცნობიერებული ბავშვისადმი/მოზარდისადმი. როგორც მომავალი აქტიური მოქალაქისადმი პასუხისმგებლობა და შეთავაზებული პროდუქტი გასართობთან ერთად უნდა ატარებდეს აღმზრდელობით ხასიათს.

## დოკუმენტური ფილმები

სამწუხაროდ, უნდა ვაღიაროთ, რომ ბოლო პერიოდში ქართულმა სატელევიზიო კომპანიებმა ძირითადი აქცენტი საინფორმაციო პროგრამებთან ერთად მხოლოდ გასართობი ხასიათის პროექტებზე აიღეს. სულ უფრო ნაკლებად ვხედავთ ტელევიზიონურ ადგილობრივი წარმოების საინტერისო დოკუმენტურ, სატელევიზიო თუ მხატვრულ ფილმებს. იმის დასტურად, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ შექმნილ დოკუმენტურ თუ მხატვრულ ფილმებს შეუძლიათ საზოგადოების დაინტერესება და მათი მიჯაჭვა ეკრანებთან, BBC-ის, Discovery-ის, Animal Planet-ისა და სხვათა მიერ მოზადებული ფილმები და სერიალებიც საკმარისია. გარდა ამისა, დოკუმენტური თუ მხატვრული ფილმი ხელს უწყობს საზოგადოების შემეცნებით განვითარებას მოავალმხრივი მიმართულებით. სწორედ ამიტომ, უპრიანი იქნება, თუ საზოგადოებრივ მაუწყებელზე შეიქმნება კინოს განყოფილება, რომელიც დაკომპლექტებული იქნება პროფესიონალი კადრებით და მთლიანად იქნება აღჭურვილი თანამედროვე ტექნიკით. აღნიშნული განყოფილება წლის განმავლობაში მოახდენს სამუშაო ჯგუფის მიერ გენერირებული იდეებისა და პროექტების განხილვას, შერჩევას და მათ განხორციელებას.

### კინოწარმოება (სატელევიზიო ქართული სერიალი)

ბოლო წლებია, განსაკუთრებით პოპულარობით სარგებლობს მაყრებლებში ადგილობრივი წარმოების ქართული სერიალები. მაუწყებელმა უნდა უზრუნველყოს ამ ტიპის პროდუქტის მიწოდება მაყურებლისთვის, რომელიც უზრუნველყოფს ყველა იმ პრობლემატური საკითხის წარმოჩენას, რომელიც არსებობს დღეს საზოგადოებაში.

მნიშვნელოვანია, არსებობდეს კინოკრიტიკა/ანალიტიკა და საინტერესო ფორმატით, როგორც ძველი, ასევე, ახალი ფილმების წარდგენა მაყურებლისთვის.

მაყურებელთა ერთი ნაწილისთვის საინტერესო იქნებოდა იუმორისტული(სატირული) გადაცემების არსებობა.

### საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს სამიზნე

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო სამი პლატფორმითაა წარმოდგენილი: ტელევიზია, რადიო და ვებ-გვერდი. ამიტომ მას ყავს:

- 1) მაყურებელი
- 2) მსმენელი
- 3) ინტერნეტმომხმარებელი

მნიშვნელოვნად მიმართა სხვადასხვა კვლევების საშუალებით აჭარის არხის მაყურებლის ( ასაკი, სქესი, სოციალური მდგომარეობა, ინტერესები, საჭიროებები), ასევე აჭარის რადიოს მსმენელის ( ასაკი, სქესი, სოციალური მდგომარეობა, ინტერესები, საჭიროებები), ინტერნეტმომხმარებლების ( ასაკი, სქესი, სოციალური მდგომარეობა, ინტერესები, საჭიროებები), იდენტიფიცირება. კვლევები და მეტ-ნაკლებად იდენტიფიცირებული სამიზნე აუდიტორის ცოდნა დაგვეხმარება სამაუწყებლო ბადის სტრატეგის განსაზღვრაში.

### აჭარის მაუწყებლის ბიუჯეტი:

- 1) საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის არა ნაკლებ 15% ,
- 2) საკუთარი შემოსავალი - სასპონსორო-სარეკლამო მომსახურება,  
გრანტები,  
ანძებისა და ფართის იჯარა.

ხარისხიანი პროდუქციის წარმოებისთვის მაუწყებელს სოლიდური დაფინანსება სჭირდება. საჭიროა ალტერნატიული წყაროების: კომერციული და საგრანტო დაფინანსების გაზრდა, ამისათვის უნდა შეიქმნას ძლიერი მარკეტინგის სამსახური, რომლის ყოველდღიური საქმიანობა იქნება დამატებითი დაფინანსების მოძიება, მოზიდვა.

მაუწყებლის ბიუჯეტის ხარჯვითი ნაწილი ისე უნდა დაიგეგმოს, რომ მაუწყებლის ყველა პლატფორმას ( ტელევიზია, რადიო, ვებ- გვერდი ) მიზნებიდან და პრიორიტეტებიდან გამომდინარე ჰქონდეს თანაბარი განვითარების საშუალება, მათ შორის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, ადამიანური და ფინანსური რესურსი.

აუცილებელია, გადაცემების ეთერში ჩაშვების წინსწრებად დაჯამებული და გამოთვლილი იყოს რა ბიუჯეტი ჭირდება ერთი გადაცემის დამზადებას (მივლინება, შესყიდვები, ჰონორარი, საწვავი და ა.შ) ეს და სხვა სახის მონაცემები, დაკვირვებები და კვლევები (სატელევიზიო ბაზრის კვლევა, კონკურენტების ანალიზი, მედიაბაზარზე არსებულ ტენდენციების გამოვლენა, მაუწყებლის სუსტი და ძლიერი მხარეების განსაზღვრა, კომუნიკაციის სახეობებში მიგრაციების განალიზება, მიზნობრივი აუდიტორის დადგენა და ა.შ) მარკეტინგის სამსახურს დაეხმარება სწორად შეიმუშაოს არხის მარკეტინგული სტრატეგია, რაც ხელს შეუწყობს ამა თუ იმ კონკრეტული სატელევიზიო თუ რადიო პროდუქტის ყველა მოთხოვნის შესაბამისად ( დაგეგმარება, ბიუჯეტირება, სარეკლამო პოლიტიკა და ა.შ.) შექმნას.

მარკეტინგის განყოფილება გაუწევს კურირებას და ზედამხედველობას ისეთ მიმართულებებს, როგორიცაა:

- 1) საეთერო ბადის სრულყოფა მარკეტინგული სტრატეგიის შესაბამისად;
- 2) სტრატეგიული გეგმის შესაბამისად ახალ პროექტებზე მუშაობა, ბიუჯეტის განსაზღვრა - განხორციელება;
- 3) სატელევიზიო სტუდიებთან ურთიერთობა და ახალი მზა პროდუქციის შესყიდვა ( კანონის ვალდებულება- 25% გარე წარმოების პროდუქციის შესყიდვა).

მარკეტინგის სამსახურმა უნდა მოახდინოს ტელევიზიისა და რადიოს ბრენდირება კონცეპტუალურ დონეზე, შეიმუშაოს გზავნილები როგორც გარე, ასევე შიდა ორგანიზაციული მოხმარებისთვის. მნიშვნელოვანია ადამიანების იდეური ერთიანობის უზრუნველყოფა- ეს ხელს შეუწყობს მათ კონსოლიდაციას ორგანიზაციული ამოცანების გადაჭრაში.

მარკეტინგის სამსახურის სწორი და ეფექტური მუშაობა ვფიქრობ , ხელს შეუწყობს მაუწყებლის სწორ განვითარებას. თუმცა, ამ შემთხვევაში სასურველი იქნება პროდიუსინგის უფრო მეტად განვითარებაც.

„საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის აქარის ტელევიზიასა და რადიოსთან“ ეფექტური ურთიერთობის ფორმა და სტრუქტურის შექმნა, მისი მართვის ეფექტური სისტემა, პერსპექტივაში მომხიბვლელი უნდა გახდეს „აფხაზეთის ტელევიზიისა და რადიოსათვის“, რადგან გარკვეული პერიოდის შემდეგ დღის წესრიგში შესაძლოა დადგეს ასეთი თანამშრომლობის აუცილებლობა და „საზოგადოებრივ მაუწყებელს“ უნდა ქონდეს შემუშავებული გარკვეული მოდელი, რომელსაც წარმოუდგენს და შეთავაზებს საზოგადოებას.

## რადიოს რეორგანიზაცია

ერთ-ერთი მთავარი საკითხი რადიოს რეორგანიზაცია და მისი თანამედროვე სტანდარტებსა და მოთხოვნებზე სწორებაა. სწორედ ამიტომ უნდა მიექცეს გაცილებით მეტი ყურადღება რადიოს განვითარებას. ის უნდა იქცეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ორგანულ ნაწილად, უნდა მოხდეს მისი მოდერნიზება და განვითარება. უნდა შეიქმნას საზოგადოებისათვის საინტერესო სამაუწყებლო ბადე, რომელიც დატვირთული იქნება საინტერესო პროექტებით ადამიანთა უფლებების დაცვაზე, შემეცნებასა და განათლებაზე და ა. შ. გამომდინარე იქედან, რომ ინფორმაციის გავრცელებისა და შემეცნების გარდა, საზოგადოებრივი მაუწყებელი უნდა ზრუნავდეს გასართობი გადაცემების მომზადებაზეც, თუმცა იმ განსხვავებით, რომ საბოლოო ჯამში ემსახურებოდეს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებას და ჩამოყალიბებას. მიზანშეწონილად

მიმაჩნია, როგორც სატელევიზიო, ასევე რადიოეთერისთვის მომზადდეს შემეცნებით-გასართობი თუ მუსიკალური გადაცემების ციკლი, რათა მაუწყებელმა როგორც რადიო, ასევე სატელევიზიო ეთერით შეძლოს მოსახლეობის ამ მოთხოვნის დაკმაყოფილება და აგრეთვე ხელი შეუწყოს ერის კულტურული იდენტობის დაცვას, ახალგაზრდა, დამწყები ხელოვანების შემოქმედების პოპულარიზაციას და სტიმულირებას.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიასა და რადიოს უნიკალური ფონოტეკა აქვს, რომლის შესახებაც საზოგადოების ფართო წრეებმა ფაქტობრივად არაფერი იციან. აუცილებელია ამ არქივის გაციფრულება, დახარისხება თემებისა და ქრონოლოგიის მიხედვით.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია შექმნას და შეინახოს ისტორიული ღირებულებების მქონე თავისი პროგრამები”( მუხლი 19). კარგი იქნებოდა ამ საინტერესო მასალების ელექტრონულ მატარებლებზე ჩაწერა და გავრცელება, მათ შორის საგანმანათლებლო კუთხითაც. რადიო უნდა იყოს იმ ერთიანი ხაზის გაგრძელება, რომელსაც საზოგადოებრივი მაუწყებელი მიჰყვება.

## ონლაინ პლატფორმა

მოთხოვნა ონლაინ მედიაზე ყოველდღიურად იზრდება, სხვადასხვა სოციალური კვლევა ნათლად აჩვენებს, რომ მედიაბაზარზე მობილური ხელსაწყოები არანაკლები მნიშვნელობისაა, ვიდრე დიდი ეკრანები. ამიტომ, მაუწყებელი უნდა მუშაობდეს ამ მიმართულების გასაძლიერებლად. მაუწყებელი დღესდღეობით წარმოდგენილია მხოლოდ ვებ გვერდით (ერთენოვანი) და ფეისბუქ გვერდით.

მაუწყებელმა მეტი რესურსის მობილიზება უნდა მოახდინოს ამ მიმართულებით და აითვისოს ყველა ონლაინ პლატფორმა ეს იქნება: You Tube, Whatsapp, Twitter თუ სხვა. ასევე უნდა შეიქმნას აპლიკაციები Play Market- ისათვის და App Store - სთვის.

არსებული პრაქტიკით მაუწყებელი ინტერნეტში ათავსებს სატელევიზიო პროდუქტებს, რაც გარკვეულ დისკონტენტს წარმოადგენს მომხმარებლისათვის. მაუწყებელმა გამომწერებს უნდა მისცეს საშუალება სიახლეები გამოიწერონ თემატურად. სიახლეებისთვის დამზადდეს მოკლე ვიდეოები, რომელიც წარმოაჩენს ახალი ამბების მთავარ აქცენტებს, დაინტერესებული მომხმარებელი გადავა ლინკზე და სრულად გაეცნობა ინფორმაციას.

მაუწყებელმა უნდა შესთავაზოს მომხმარებელს უწყვეტი აუდიო მაუწყებლობა (ლაივ - სტრიმი), ასევე სოციალური ქსელით უზრუნველყოს სხვადასხვა გადაცემის პირდაპირი ეთერი (Facebook ვიდეო ლაივი).

ეს ერთ-ერთი საშუალებაა დავაკვირდეთ დაინტერესების ხარისხს, ასევე ციფრული მედია ტრადიციული მედიისაგან (ტელევიზია, რადიო) განსხვავებით იძლევა მეტი ინტერაქციის შესაძლებლობას. ეს მაუწყებელს აძლევს საშუალებას პროცესში დაკვირდეს მომხმარებლის ქცევასა და განწყობებს.

## ტექნიკური გადაიარაღება

ყოველდღიურად იზრდება და იხვეწება ტექნოლოგიები. გარდა ამისა, ტექნიკა განიცდის ცვეთას. თუ ჩვენ გვსურს განვითარებადი მაუწყებელი, უნდა მოხდეს მისი სისტემატიური განახლება, რაც გულისხმობს ტექნიკურ პროგრესს სატელევიზიო და რადიო მიმართულებით. ტელევიზია და რადიო უნდა იყოს აღჭურვილი თანამედროვე და ვარგისი ტექნიკით. სხვა შემთხვევაში მაუწყებელში ნაწარმოები საეთერო პროდუქცია ვერ მიაღწევს მაღალ ხარისხს.

გარდა ამისა, მაუწყებელი არ უნდა იყოს შეზღუდული თანამედროვე სტუდიებისა და პავილიონების მოწყობის საკითხში. თუკი დღევანდელი კანონმდებლობა ავალდებულებს მაუწყებელს საჯარო სივრცეების გახსნას (დისკუსიები, ტოკ-შოუები, დებატები, დარგობრივი და ანალიტიკური გადაცემები ა.შ.) მაშინ, მას უნდა ქონდეს სივრცე და სახსრები თანამედროვე სტუდიების მოსაწყობად და თანამედროვე ტექნიკით აღსაჭურვად.

## შენობა

აღსაღწიშნავია აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს შენობებიც, რომლებიც სხვადასხვა მისამართებზე არიან განთავსებული, რაც ერთგვარ შემაფერხებელ ფაქტორად შეიძლება ჩაითვალოს ერთ ორგანიზაციად ჩამოყალიბების საკითხში. შენობა სადაც, ამჟამადაა ტელევიზია განთავსებული არქიტექტურულად არასატელევიზიოა და გამოუსადეგარია ამ მხრივ, ის ფაქტორივად ამორტიზებულია, შეზღუდულია ფართობი, არ არის საჭირო რაოდენობის სტუდია, პავილიონები, სამონტაჟოები, ოთახები თანამშრომლებისათვის, არ არის შესაფერისი ფართი კვების ობიექტისთვის (მოგებესენებათ, აქ ადამიანები არანორმირებულად მუშაობენ და ხშირად შენობიდან გასვლასაც ვერ ახერხებენ ) და რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია, ამ შენობაში შეუძლებელია უსაფრთხოების ნორმების დაცვა.

რამდენიმე სატელევიზიო პროექტს ერთი სტუდიიდან უწევს მაუწყებლობა, რაც აისახება გადაცემათა ხარისხზე.

მაუწყებლის მომდევნო წლის სტრატეგიული გეგმის განსაზღვრისას აუცილებელია, დადგეს აჭარის ტელევიზიისა და რადიოსათვის შენობის გამოყოფის ან აშენების საკითხი.

## რეზიუმე:

მრავალი წელია, საერთაშორისო ორგანიზაციების შეფასებებში მუდმივად საუბარია, რომ ქართული მედია პოლარიზებულია, ორ მხარედაა დაყოფილი - სახელისუფლებო და ოპოზიციურ მედიად. მთავარი გამოწვევა კი ამ პოლარიზებულ მედიაგარემოში აქვს საზოგადოებრივ მაუწყებელს, ამიტომ ის უნდა დადგეს იქ, სადაც მისი ადგილია. მისი ადგილი კი, არის არა რომელიმე მხარეს ყოფნა, არამედ საზოგადოების ინფორმირებულობა, თემების სიღრმისეული ანალიზი, რეალური სურათის კვლევა, ფაქტებზე დაფუძნებული ამბების გაშუქება, არა მხოლოდ ორი დაპირისპირებული მხარის დაკავშირება და პირისპირ წარმოჩენა, არამედ ზრუნვა რათა გაიხსნას სადისკუსიო სივრცე ყველა მოსაზრებისთვის, რაც კი არსებობს ქვეყანაში, ბუნებრივია, რომელიც არ ეწინააღმდეგება საქართველოს კონსტიტუციას, ანუ ნებისმიერი აზრი, რაც საზოგადოებაში არსებობს და ადამიანებს აწუხებთ უნდა ითქვას.

უმთავრესია, ორგანიზაციული სტრუქტურისა და მკაფიო მმართველობის შემუშავება. ამ მექანიზმის გამართული მუშაობის უზრუნველყოფა ნიშნავს, რომ თითოეულმა თანამშრომელმა - აჭარის ტელევიზიაში, რადიოსა და ვებ-გვერდზე უნდა იცოდეს რას აკეთებს და რისთის დადის სამსახურში. უნდა ქონდეს მისი იდეების გამოხატვის თავისუფლება მუდმუვად და უნდა იყოს მოსმენილი.

თავისუფალია მხოლოდ ის მედია, რომელსაც შეუძლია და მუშაობს მაღალპროფესიული, საყოველთაოდ აღიარებული სტანდერტებით, რომელიც საუბრობს ფაქტებით, არაემოციურად.

მაუწყებელს კანონით განსაზღვრული ფუნქციები და გარანტირებული საბიუჯეტო დაფინანსება აძლევს უნიკალურ შესაძლებლობას, კომერციული ტელეკომპანიებისაგან განსხვავებით, შექმნას ნაკლებად პოპულარული, მაგრამ ღირებული და საჭირო პროდუქტი, ანუ იყოს საჯარო სიკეთე. ის უნდა გახდეს პროგრესის მთავარი სტიმული, საზოგადოებრივი მაუწყებელი უნდა იქცეს მედიის ხერხემლად ქვეყანაში.