

## კონცეფცია

„პოლიტიკური და კომერციული გავლენისაგან თავისუფალი, საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისი, საჯარო დაფინანსებით მოქმედი, ხელისუფლებისგან დამოუკიდებელი და საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირი, რომელიც არ ექვემდებარება არცერთ სახელმწიფო უწყებას,“ - სწორედ ეს არის საზოგადოებრივი მაუწყებლის არსი.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო, რომლის წინამორბედი რეგიონის მთავრობის საქვეუწყებო ტელერადიო დეპარტამენტი იყო, არსებობის 6 წელს ითვლის. ამ ხნის მანძილზე შეიცვალა არხის პრიორიტეტები, დაფინანსება გამჭვირვალე გახდა, ეთერში გასული პროდუქცია კი ბევრად დაბალანსებული. დღეს ძნელია დაიმკვიდრო პოლარიზებულ მედიაბაზარზე ობიექტური, დაბალანსებული, საზოგადოების საჭიროებებზე მორგებული და რეიტინგული არხის სახელი, თუმცა, უნდა გვახსოვდეს, რომ მაუწყებელი ჩვენი ქვეყნის, ჩვენი რეგიონის თითოეული მოქალაქის საკუთრებაა.

**რაზე უნდა ამახვილებდეს ყურადღებას მრჩეველთა საბჭო:**

- სამეურვეო საბჭოსა და მენეჯმენტის ფუნქციები ერთმანეთისგან მკაფიოდ უნდა იყოს გამიჯნული: საბჭო პასუხისმგებელია მაუწყებლის სტრატეგიის განსაზღვრასა და მისი განხორციელების კონტროლზე, ხოლო მენეჯმენტი საბჭოს მიერ განსაზღვრული პრიორიტეტების შესრულებაზე. რაც, სამწუხაროდ, ბოლო წლების განმავლობაში, აჭარის მაუწყებელში არ იყო გამიჯნული, რამაც, საბოლოოდ, დირექტორის იმპიჩმენტის საკითხი წამოჭრა.
- დირექტორის არჩევის წესში ცვლილებების შეტანის ინიცირება;
- პროგრამული პრიორიტეტების განსაზღვრისას და ბიუჯეტის დაგეგმვისას, მრჩეველთა საბჭომ წინა სეზონის მიღწევები და ხარვეზები უნდა გაითვალისწინოს.

## დამატებითი შემოსავალი უნდა მოხმარდეს:

- \* ტელევიზიისა და რადიოს ტექნიკურ გადაიარაღებას, რადგან თვალშისაცემია ის ტექნიკური ხარვეზები, რაც ეთერში ჩანს ან ისმის;
- \* თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლებას; წახალისებას;
- \* ეთერში მაღალპროფესიულ დონეზე მომზადებული, ხარისხიანი პროდუქციის გასვლას;
- \* ვებგვერდის მართვას;
- \* ბრენდირებას;
- \* ტელევიზიისა და რადიოს გადაცემების შეფუთვას;
- \* მარკეტინგულ და სოციალურ აქტივობებს;
- \* კვლევას.

არხი, გამჭვირვალობისა და სამართლიანობის პრინციპების დაცვით, უკვე განსაზღვრული პრიორიტეტების გათვალისწინებით უნდა დაფინანსდეს. უნდა შემუშავდეს გადაცემების რეიტინგების, კონკურენტუნარიანობისა და საზოგადოების მხრიდან საჭიროების შეფასების ინდიკატორები. ქვეყნისა და რეგიონის მასშტაბით უნდა ტარდებოდეს კვლევები (განსაკუთრებით აჭარის მაღალმთიანეთში), რაც საშუალებას მისცემს მენეჯმენტს, მიიღოს გონივრული გადაწყვეტილება, სხვადასხვა გადაცემის შენარჩუნებისა თუ განვითარების.

დღეს აჭარის ტელევიზიაში გადაცემათა რაოდენობა საგრძნობლად შემცირებულია, - 12 საავტორო გადაცემა (იყო 19), 10 პირდაპირი თოქ-შოუ (იყო 11), მათ შორის 2 გადაცემა „რადიოვიზია“ და „თვითმმართველობის მიმართულებით, ორ პლატფორმაზე გადის. ანალოგიური მდგომარეობაა რადიოში, სადაც გადაცემაზე ტენდერის გამოცხადებისას იმდენად დაბალი ფასი ცხადდება, რომ ტენდერი ხშირად ვარდება. დღეს რადიოში 8 გადაცემა+ახალი ამბების 13 გამოშვება, მათ შორის, 1 „რადიოვიზიის“ ფორმატში.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამართლებრივი სტატუსიდან გამომდინარე, ის საქართველოს ყველა მოქალაქის, განურჩევლად სოციალური სტატუსისა, ეროვნებისა, მრწამსისა თუ პოლიტიკური კუთვნილებისა, ინტერესებს უნდა პასუხობდეს. გათვალისწინებული უნდა იყოს ყველა სეგმენტის, ასაკობრივი და პროფესიული ჯგუფის, რეგიონების (და არა მხოლოდ თბილისისა და სხვა დიდი ქალაქების) მოსახლეობის, ეროვნული, რელიგიური თუ სხვა უმცირესობების სოციალური, კულტურული ინტერესები და მოთხოვნები. მაუწყებელში, ასევე, უნდა მზადდებოდეს გადაცემათა ციკლი ქვეყნის ისტორიულ წარსულსა და კულტურაზე, იმ ღირებულებებზე, რამაც დაუმკვიდრა ადგილი ჩვენს ქვეყანას მსოფლიოს წარმატებული და დიდი ქვეყნების გვერდით.

და, რაც მთავარია, გადამხდელების მიერ გადახდილი ყოველი თეთრი მაუწყებელს ავალდებულებს, რომ თანხა სწორი მიმართულებით ჩაიდოს და ხელი შეეწყოს არხის სწორ განვითარებას.

მაუწყებელში არსებული მდგომარეობა არცთუ ისე სახარბიელოა: სატელევიზიო რეიტინგებში საზოგადოებრივი მაუწყებლის მაჩვენებლები მნიშვნელოვნად ჩამორჩება სხვა არხების მაჩვენებლებს, (თუმცა არხის ყურებადობა ბოლო 3 თვის განმავლობაში გაიზარდა). არამდგრადობის გამო, საზოგადოებრივი მაუწყებელი არ უნდა უვლიდეს გვერდს ისეთ თემებს, რომლებსაც კომერციული არხები არ აქცევენ ყურადღებას, თუმცა, ყველა თემას უნდა მოეძებნოს გაშუქების ფორმა.

მაუწყებლის ტექნიკური აღჭურვილობა, გატარებული რეფორმების მიუხედავად, არ არის სახარბიელო. ეს განსაკუთრებით ნათლად ჩანს პირდაპირი ეთერის ან ფეისბუკ-ლაივის დროს. მაუწყებლის ტექნიკური გადაიარაღება პირველი რიგის ამოცანაა და ამ მიმართულებით ბიუჯეტის ხარჯვითი ნაწილი უნდა გაიზარდოს.

რა არის საჭირო იმისთვის, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი სწორად განვითარდეს?

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტრატეგიული გეგმისა და მარკეტინგული სტრატეგიის შექმნა(განახლება);
- კვლევის ჩატარების აუცილებლობა და საზოგადოების მოლოდინებისა და მოთხოვნების განსაზღვრა;
- მარკეტინგის ძლიერი განყოფილების ჩამოყალიბება;
- HR სამსახურის გაძლიერება;
- ადამიანური რესურსის სწორი მართვა;
- ბიუჯეტის სწორად მართვა და სახელფასო პოლიტიკის შეცვლა(გაუმჯობესება).

რა მიმართულებით უნდა განვითარდეს საზოგადოებრივი მაუწყებელი:

- რეორგანიზაცია; (ტვ, რადიო, ტექნიკური სამსახური)
- საინფორმაციო სამსახურის გაძლიერება, მოდერნიზება, საგამომიებო ჟურნალისტიკის ამოქმედება; (მენეჯმენტის გავლენისგან თავისუფალი საინფორმაციო სამსახური);
- რადიოს რებრენდინგი;
- ძლიერი საინფორმაციო ინტერნეტ-რესურსის შექმნა და განვითარება;
- თემატიკის მიხედვით გადაცემების დამატება; (საბავშვო, განდერული თანასწორობა, რელიგიური უმცირესობები, დიასპორები, ტურიზმი, ურბანული განვითარება, საზღვაო თემატიკა, ისტორიული წარსული, კულტურული მემკვიდრეობა და ა.შ)
- გარეპროდუქტის შემოღება;
- პოტენციურ დონორებთან ურთიერთობა;
- დარგობრივი გადაცემები;
- ქართული ეროვნული კინო-დოკუმენტალისტიკისა და, ზოგადად, სატელევიზიო კინოს განვითარება;
- რადიოთეატრი; ტელესპექტაკლები;
- გახმოვანების სტუდია;
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის შენობა (პავილიონები, სტუდიები).

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტრატეგიული გეგმის შემუშავებისას საზოგადოების მოლოდინებისა და მოთხოვნების განსაზღვრაა აუცილებელი. სატელევიზიო და რადიო სეზონის წინ მაუწყებელმა ბიუჯეტში საზოგადოებრივი აზრის კვლევისთვის თანხა უნდა განსაზღვროს, რაც შემდეგ მენეჯმენტმა სწორად უნდა გადაანაწილოს.

### საინფორმაციო სამსახური და ანალიტიკა

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბადეში ყველაზე დიდ დროს იკავებს საინფორმაციო სამსახურის მიერ შექმნილი პროდუქცია (ახალი ამბები, ანალიტიკური გადაცემები, ტოკ-შოუები-30%); მათ ნათლად უნდა ასახონ ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენები, გამოშვებები უნდა იყოს ოპერატიული, ობიექტური და მიუკერძოებელი. არხის საინფორმაციო სამსახური (ტვ და რადიო სეგმენტში) უნდა გაძლიერდეს პროფესიონალი კადრებით, რომლებიც კარგად წერენ, აანალიზებენ დაწერილს, კარგად მეტყველებენ, შეუძლიათ ფაქტზე სწრაფად და ადეკვატურად რეაგირება, ფლობენ გუნდური მუშაობის პრინციპს და არ არიან მიკერძოებულები.

განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს რეგიონში მიმდინარე მოვლენებს. სხვა თემების გაშუქებისას ყურადღება, ძირითადად, იმ საკითხებზე უნდა გამახვილდეს, რომელთაც, შესაძლებელია, გავლენა იქონიონ რეგიონის საზოგადოებრივ ცხოვრებაზე. ეთერი უნდა დაეთმოს მსოფლიოში მიმდინარე იმ მნიშვნელოვან მოვლენებს, რომელთაც პირდაპირი ან ირიბი კავშირი აქვთ საქართველოსთან. განსაკუთრებით აჭარასთან.

საგანგებო სიტუაციების დროს მაუწყებელმა ოპერატიულად უნდა მიაწოდოს საზოგადოებას მიუკერძოებელი და ზუსტი ინფორმაცია, საჭიროების შემთხვევაში კი, უზრუნველყოს საგანგებო და სპეციალური საინფორმაციო გამოშვებების ორგანიზება, დროისა და რეგლამენტის შეუზღუდავად.

რეგიონის სიახლეები არხის მთავარი ხაზი უნდა გახდეს. ამისთვის, სავალდებულოა, გაძლიერდეს ბიუროების მუშაობაც. კარგი იქნება, თუ მაღალმთიანეთის ერთერთ მუნიციპალიტეტში, მაგ. შუახევში, გაკეთდება სტუდია.

საპარლამენტო, აჭარის უმაღლესი საბჭოს და თვითმმართველობების არჩევნების დროს ეთერში უნდა იყოს დაცული ბალანსი, ეს უნდა აისახებოდეს პარტიების რეკლამების გადანაწილებაზეც.

საგანგებო სიტუაციების დროს და არჩევნების მიმდინარეობისას რეპორტიორები, წამყვანები, რედაქტორები, პროდიუსერები, ოპერატორები, მემონტაჟები, მძღოლები საქართველოს კანონმდებლობით გაწერილ დროზე მეტს მუშაობენ, ამიტომ, მათ წასახალისებლად, ჰონორარის ან საპრემიო ფონდი უნდა მოქმედებდეს.

დისკუსიაში/დებატებში უნდა მონაწილეობდნენ სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიის წევრები, მოქალაქეები, ა/ო წარმომადგენლები, მოწვევადი ჯგუფების მონაწილეობითა და რეგიონული პრინციპების დაცვით. გადაცემათა თემების შერჩევას, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მრჩეველთა საბჭოს პროგრამული პრიორიტეტები გათვალისწინებული უნდა იყოს. დიდი ყურადღება უნდა დაეთმოს თვითმმართველობებს.

საგამომიებო ჟურნალისტიკა; - თავად მაუწყებელში უნდა იყოს ამ მიმართულებით მომუშავე ჯგუფი, თუმცა, შესაძლებელია გადაცემის ან რეპორტაჟის გარეწარმოებაზე გატანა. არხის პრიორიტეტებში გაწერილია საგამომიებო ჟურნალისტიკის 12 გადაცემა 1 წლის განმავლობაში.

არხს უნდა გააჩნდეს ანალიტიკური პროექტები, რომლებიც რეგიონში მიმდინარე ეკონომიკურ პროცესებზე, ასევე, ეკოლოგიურ საფრთხეებზე უამბობს მაყურებელსა და მსმენელს.

ცალკე გადაცემების მომზადება ტურისტული და საზღვაოსნო მიმართულებებით არხის ერთერთი მთავარი ნიშა უნდა გახდეს.

კარგი იქნება დარგობრივი მიმართულებებით გადაცემების დაგეგმვა, რომლებსაც დარგის ექსპერტები გაუძღვებიან, ან ისინი კონსულტანტებად იქნებიან მოწვეულნი.

## რადიო

რადიო საზოგადოებრივი მაუწყებლის ორგანული ნაწილია. პირველ რიგში, უნდა გაძლიერდეს და ცალკე რგოლად ჩამოყალიბდეს რადიოს საინფორმაციო სამსახური, ან, ერთიანი ნიუსრუმის ფარგლებში, ადამიანური რესურსი გაიზარდოს. მაგ: რადიოს საინფ. სამსახურის უფროსი გაერთიანებული ნიუსრუმის წევრია, წამყვან-რეპორტიორი კი რადიოს საშტატო გამრიგში შედის. ერთ რგოლს სხვადასხვა მიმართულებით ჰყავს უფროსი.

უნდა შეიქმნას საზოგადოებისთვის საინტერესო სამაუწყებლო ბადე, გადაცემები უნდა მომზადდეს ადამიანის უფლებების დაცვაზე, შემეცნებითობასა და განათლებაზე. ეთერში დოზირებულად უნდა გადიოდეს „ოქროს ფონდში“ დაცული მასალა.

სასურველია, რადიოს ცალკე დაფინანსება ჰქონდეს.

და, რაც შეეხება მუსიკას, რომელიც რადიოს ეთერში დროის 40 % უნდა იკავებდეს. მაუწყებელს მუსიკალური არქივის განახლების საშუალება უნდა ჰქონდეს. (2018 წელს, მაუწყებელმა საქართველოს საავტორო უფლებებათა ასოციაციას დაახლოებით 35 ათასი ლარი გადაუხადა).

დღეს რადიოს პრიორიტეტებში გაწერილია, რომ ინფორმაცია (ახალი ამბები, ტოკ-შოუ, ანალიტიკა) -30%-ს უნდა ფარავდეს, შემეცნება- (თემატური გადაცემები, ტოკ-შოუ) -30%-ს და გართობა (მუსიკა) - 40%-ს, თუმცა, მუსიკა დღეს უფრო მეტია რადიოს ეთერში. (რადიოში დღეს 8 გადაცემა გადის (საავტორო, შემეცნებითი, ტოკ -შოუ) + საინფორმაციო გამოშვებები).

## ფონდი:

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიასა და რადიოს უნიკალური ფონდი აქვს, რომელიც თითქმის გაციფრულებულია (რადიოში მთლიანად, ტვ-ში ნაწილობრივ). საინტერესო მასალის გასავრცელებლად, მათ შორის საგანმანათლებლო საჭიროებებისთვის, ფონდი მომხმარებლისთვის ხელმისაწვდომი უნდა გახდეს.

რადიოში უნდა დაინერგოს საძიებო სისტემა (რაც ამოქმედებულია ტვ-ში) და შეიქმნას კატალოგი.

ასევე, უნდა შეიქმნას საუწყებო არქივი.

### ძლიერი საინფორმაციო ინტერნეტ-რესურსის შექმნა

21-ე საუკუნეში ადამიანები ინფორმაციის მიღების ალტერნატიულ საშუალებებს უფრო ანიჭებენ უპირატესობას და, უმეტეს შემთხვევაში, ელექტრონული მედიის მომხმარებლები ხდებიან. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა უნდა შეძლოს ასეთი ადამიანების ყურადღების მიპყრობა და მათი მომხმარებლად ქცევა. ამისთვის, უნდა შეიქმნას ისეთი საინფორმაციო ინტერნეტ-რესურსი, სადაც, ახალ ამბებთან ერთად, ყველა სახის სატელევიზიო, რადიო თუ ბეჭდვითი ინფორმაცია განთავსდება. საზოგადოებრივ მაუწყებელში ამოქმედებულია ვებგვერდი, თუმცა, ამ მიმართულებით მუშაობა უნდა გაგრძელდეს და გაძლიერდეს.

არხმა უნდა გაააქტიუროს აპლიკაციები, გვერდზე უნდა განთავსდეს სატელევიზიო და რადიოსიხშირეების გავრცელების არეალი (რუკა), „მოქალაქე რეპორტიორი“ უნდა გააქტიურდეს და ბიუჯეტში ამ მიმართულებით ცვლილება უნდა შევიდეს. (საუკეთესო მასალის მიმწოდებელი მოქალაქეების წახალისების მიზნით). ვებგვერდზე, ასევე, კარგი იქნება ელექტროჟურნალების განთავსება და ბლოგინგის სისტემის გააქტიურება. ბლოგინგის სისტემა საშუალებას მისცემს დამწყებ თუ პროფესიონალ ექსპერტებს, რომლებიც არხზე არ მუშაობენ, თავიანთი ნააზრევი მიაწოდონ საზოგადოებას.

რადიოს მიმართულებით ვებგვერდის მუშაობა დასახვეწია, რადგან ტვ და რადიო პლატფორმებზე ანალოგიური ინფორმაციები თავსდება. კარგი იქნება პოდკასტების გააქტიურება.

## შემოქმედება

ძლიერი საინფორმაციო სამსახურის პარალელურად, საზოგადოებრივმა არხმა დიდი ყურადღება უნდა მიაქციოს შემეცნებით-გასართობ პროექტებს. მუდმივად უნდა იქმნებოდეს სატელევიზიო, რადიო და ვებპროდუქციის ახალი ჟანრები.

გადაცემების მთავარი მოქმედი პირი უნდა იყოს ადამიანი, მოქალაქე, რომელიც წარმოადგენს მოსახლეობის სხვადასხვა სეგმენტს. უნდა ჩანდეს, ისმოდეს და იკითხებოდეს, ქალაქად და სოფლად მცხოვრები მოქალაქეების მოსაზრებები, რჩევები, რეკომენდაციები. ისინი საზოგადოებრივი მაუწყებლის მთავარი აქტორები უნდა გახდნენ.

დღეს არხის პროგრამული კონტენტი 500 ათასი ლარით ფინანსდება, რაც საკმარისი არ არის. მექანიკური პროდუქციის ეთერში მრავალჯერადად, განმეორებით გასვლის თავიდან ასაცილებლად, საჭიროა დაფინანსების გაზრდა.

## კინო-დოკუმენტალისტიკა

ადგილობრივი წარმოების დოკუმენტური, სატელევიზიო თუ მხატვრული ფილმები ნაკლებად არის წარმოდგენილი. უპრიანი იქნება, თუ საზოგადოებრივ მაუწყებელში შეიქმნება კინოს განყოფილება, რომელიც დაკომპლექტებული იქნება პროფესიონალი კადრებით, მთლიანად იქნება აღჭურვილი თანამედროვე ტექნიკით და შექმნის ახალ პროდუქციას. 18-საათიან სატელევიზიო ბადეში დღეს 50%-ს მექანიკური პროდუქცია იკავებს. უპრიანი იქნება, თუ რამდენიმე პროცენტს ადგილობრივი წარმოების პროდუქცია ჩაანაცვლებს.

## საზოგადოებრივი მაუწყებლის შენობა

იმისთვის, რომ საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა შეძლოს გამართულად ფუნქციონირება, სასურველია აიგოს ახალი შენობა ან არსებული შენობის მოდერნიზაცია მოხერხდეს იმგვარად, რომ მასში განთავსდეს პავილიონები, სტუდიები და ადმინისტრაციაც.

აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს შენობები სხვადასხვა მისამართზე არიან განთავსებულნი. ტელევიზია მდებარეობს მემედ აბაშიძის გამზ.41-

ში, შენობა კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლია. შენობა გარემონტდა, თუმცა გამოუსადეგარია არხის მუშაობისთვის: შეზღუდულია ფართი, მცირეა სტუდიების რაოდენობა, სამონტაჟოები. რამდენიმე სატელევიზიო პროექტი ერთი სტუდიიდან გადის ეთერში. სტრატეგიული გეგმის განსაზღვრისთვის კი აუცილებელია აჭარის ტელევიზიისა და რადიოსათვის შენობის გამოყოფის ან აშენების საკითხი დადგეს დღის წესრიგში.

რადიო მდებარეობს მ.აბაშიძის გამზ. 57-ში, რომელიც ადაპტირებულია. სხვადასხვა შენობაში მუშაობა თანამშრომლებს გარკვეულ პრობლემებს უქმნის.

ასევე, პრობლემურია ის ფაქტი, როცა პროდუქტის შემქმნელს (ჟურნალისტს, რეჟისორს, პროდიუსერს) არა აქვთ სამუშაო ადგილები იმ ფონზე, როცა გარემონტებული მესამე სართული თავისუფალია.

### **ბრენდის განვითარება**

სამსახურმა კონცეფციის პრეზენტაცია 5 წლის წინ გამართა. ძირითადი სამუშაოები (ლოგოტიპი, ფერი, შრიფტი და ა.შ ) იმთავითვე განისაზღვრა. კარგი იქნება, მთელი ქვეყნის მასშტაბით, როგორც ტელევიზიის, ისე რადიოს ბანერების განთავსება, რადგან ტელევიზია უკვე ფარავს, რადიო კი საქართველოს მთელ ტერიტორიას მალე სრულად დაფარავს. ჩვენი არხის ცნობადობის მიზნით, კარგი იქნება აჭარის ექვსივე მუნიციპალიტეტში არსებული რადიოს სიხშირის მითითებაც. უმჯობესი იქნება, რადიო ყველგან ერთ სიხშირეზე ისმინებოდეს.

### **მედია-სკოლა**

არხი სულ უნდა იყოს ახალი კადრების ძიების პროცესში, რისთვისაც საუკეთესო საშუალებაა სხვადასხვა უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის ფაკულტეტებთან მჭიდრო და ნაყოფიერი თანამშრომლობა. თუმცა, იმ ფონზე, როდესაც მაუწყებელში ბევრი პროფესიონალი მუშაობს, საუკეთესო გამოსავალია მედიასკოლის შექმნა. დაინტერესებულ მოქალაქეებს შეეძლებათ დაეუფლონ მემონტაჟისა და ოპერატორის პროფესიებს, მეტყველების ხელოვნებას, ისწავლონ რეპორტაჟის კეთება

და ა.შ. მედიასკოლის მსმენელებმა უნდა შეიძინონ ის უნარ-ჩვევები, რომლებიც მათ, დასაქმების შემთხვევაში, მუშაობაში დაეხმარება.

### სახელფასო პოლიტიკა:

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიასა და რადიოში უთანასწორო სახელფასო პოლიტიკა მოქმედებს. არ არის გათვალისწინებული ძალიან ბევრი თანამშრომლის შრომითი გამოცდილება, პროფესიონალიზმი, განათლებისა და განვითარების დონე. ამიტომ, პირველი რიგის ამოცანაა, ადამიანური რესურსების მართვის სამსახურმა, მცირე დროში დაარეგულიროს არსებული ხარვეზი. თანამშრომლებს უთანასწორობის განცდა არ უნდა ჰქონდეთ.

და, ბოლოს

მრჩეველთა საბჭომ აუცილებლად უნდა აწარმოოს კვლევა, თუ რამდენად ყურებადია ტელევიზია, სმენადია რადიო და კითხვადია ვები. ვფიქრობ, ეს საბჭოს მუშაობის მთავარი პრიორიტეტი უნდა გახდეს. საბჭოს წევრები რეგულარულად უნდა შეხვდნენ რეგიონის ექვსივე მუნიციპალიტეტში მცხოვრებ მოქალაქეებს, ძირითადი აქცენტი კი მაღალმთიან სოფლებზე უნდა გაკეთდეს. მრჩევლებს სხვადასხვა სფეროში დასაქმებული ადამიანების აზრი უნდა აინტერესებდეთ. კარგი იქნება, მაუწყებელში თუ ამოქმედდება მოქალაქეთა საბჭო (პირობითი სახელი) და მასში საზოგადოების სხვადასხვა წრის წარმომადგენელი კონკურსის წესით შეირჩევა.

თამილა დოლიძე

17/09/2019