

სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს  
გადაწყვეტილება № 305

(ოქმი № 297)

თბილისი

2015 წლის 10 ივლისი

სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" 2015-2016 წლების  
პროგრამული პრიორიტეტების განსაზღვრის შესახებ

"მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-20 მუხლის 1-ლი და მე-2 პუნქტების და 30-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის "ა" ქვეპუნქტის თანახმად,

განისაზღვროს სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" 2015-2016 წლების პროგრამული პრიორიტეტები თანდართული დანართის მიხედვით.

დანართი: სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" 2015-2016 წლების პროგრამული პრიორიტეტები.

სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს თავმჯდომარე:

გრიგოლ გოგელია



სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს წევრები:

გიორგი კოსრეიძე



ქეთევან მსხილაძე



მარინა მუსხელიშვილი



ნათელა სახოკია



ლელა გაფრინდაშვილი



ალექსანდრე ვახტანგოვი





## საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2015 – 2016 წლების პროგრამული პრიორიტეტები

საზოგადოებრივ მაუწყებელს, როგორც სამაუწყებლო ინსტიტუციას, კანონი ავალდებულებს: ქვეყნის მთელს ტერიტორიაზე გადასცეს და ყველა მოქალაქისთვის ხელმისაწვდომი გახადოს პროგრამები, რომლებიც მაქსიმალურად ასახვენ საქართველოში და მსოფლიოში მიმდინარე ეკონომიკურ, სოციალურ, კულტურულ, სამოქალაქო და პოლიტიკურ პროცესებს.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი თავისუფალი უნდა იყოს პოლიტიკური და კომერციული გავლენისგან, ხელს უნდა უწყობდეს ქართული სახელმწიფოს, სამოქალაქო საზოგადოების განვითარებას და მოქალაქეთა ცხოვრების ხაარისხის გაუმჯობესებას.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი საჯარო დაფინანსებით მოქმედებს და ამიტომ იგი ანგარიშვალდებულია საზოგადოების წინაშე.

„საქართველოს კანონი მაუწყებლის შესახებ“ უფლებას აძლევს და ავალდებულებს სამეურვეო საბჭოს, რომ მან საზოგადოებას საჯარო განხილვისთვის წარუდგინოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტების პროექტი /კანონის შესაბამისი მუხლებია: 16-ე, 20-ე, 21-ე, 33-ე, 55 (1) /.

სამეურვეო საბჭოს მიერ განსაზღვრული პროგრამული პრიორიტეტები ეფუძნება რამდენიმე წყაროს: საქართველოს კანონმდებლობა, მაუწყებლის მიმართ დამოკიდებულების შესახებ ჩატარებული რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევა<sup>1</sup> ქართულ მედიასთან და საზოგადოებრივ მაუწყებელთან დაკავშირებული ალტერნატიული კვლევები, მედიისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სფეროში არსებულ საერთაშორისო გამოცდილება.<sup>2</sup>

### I. მაუწყებლობის ზოგადი პრინციპები

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს წევრები ამ დოკუმენტისთვის სავალდებულოდ მივიჩნევთ რამდენიმე, ფუძემდებლურ პრინციპს, რომელთა დაცვა

<sup>1</sup> 2014-2015 წელს საქართველოს ყველა რეგიონში ჩატარებული ეს კვლევა გამოქვეყნდება საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებგვერდზე, „საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტების“, „საზოგადოებრივი მაუწყებლის გარდაქმნისა და განვითარების სტრატეგიის“ დამტკიცებისთანავე.

<sup>2</sup> აუდიტორიის საჭიროებებისა და კმაყოფილების დონის განსაზღვრა, საზოგადოების ყველა სეგმენტის გათვალისწინებით, როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიზანი, ხაზგასმულია მედიის თავისუფლების საკითხებზე ეუთოს წარმომადგენლის ოფისის მიერ სამხრეთ კავკასიის მე-11 მედია კონფერენციაზე მიღებულ დოკუმენტშიც



ერთნაირად მნიშვნელოვანი და სავალდებულოა მაუწყებლის ყველა სტუქტურული ერთეულისთვის:

- **ჩართულობა:** საზოგადოებრივი მაუწყებელი უნდა იყოს ასპარეზი, სადაც საქართველოს მოქალაქეები მათთვის მნიშვნელოვან საკითხებზე/პრობლემებზე მსჯელობენ და ქვეყანაში მიმდინარე პროცესებზე პასუხისმგებლობას გრძნობენ. ამით მაუწყებელი პიროვნების სამოქალაქო სივრცეში ინტეგრირებას დაეხმარება.  
საზოგადოებრივი მაუწყებელი უნდა იყოს საზოგადოების ხმა საჯარო სივრცეში: უპირატესობა მიანიჭოს საზოგადოებრივი ჯგუფების ინტერესებს, პრობლემებს და ღირებულებებს და დაეხმაროს მათ გავლენა მოახდინონ პოლიტიკის დღის წესრიგზე.
- **მრავალფეროვნება და საყოველთაოობა:** საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა უნდა ასახოს საზოგადოებაში არსებული მსოფლმხედველობების, ინტერესებისა და იდენტობების მრავალფეროვნება. ამით იგი ხელს შეუწყობს კონსტრუქტიული დიალოგის და განვითარებაზე ორიენტირებული, ტოლერანტობის კულტურის დამკვიდრებას.

პოლიტიკური პლურალიზმის წარმოსაჩენად საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა საკუთარი ეთერი უნდა დაუთმოს არა მხოლოდ სახელისუფლებო პოლიტიკურ პარტიებს, არამედ პოლიტიკასთან და პოლიტიკურ საკითხებთან დაკავშირებულ მრავალფეროვან შეხედულებებს: ექსპერტების, არასახელისუფლებო პოლიტიკური ჯგუფების, სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლების და რიგითი მოქალაქეების პოზიციებს.

**ხარისხი და სანდოობა:** პროგრამებმა უნდა უპასუხოს მაღალი ხარისხისა და ეთიკური სტანდარტების მოთხოვნებს. ისინი უნდა გამოირჩეოდნენ სანდოობით, მოქალაქეთა მიმართ პასუხისმგებლობით, რელევანტურობით და პროფესიონალიზმით.

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა უნდა დაამკვიდროს ჟურნალისტიკა, რომელიც ქვეყანაში მიმდინარე პროცესების, აქტუალური თემების განხილვისას პლურალიზმისა და პროფესიონალიზმის პრინციპებით ხელმძღვანელობს, ენდობა და პატივს სცემს მოქალაქეთა პოზიციას და შეხედულებებს, გამორიცხავს საზოგადოებით მანიპულირებას.

მაუწყებლის ჟურნალისტებისა და შემოქმედებითი ჯგუფების განვითარების ხელშესაწყობად მენეჯმენტმა უნდა ითანამშრომლოს მედია სტანდარტებზე და ჟურნალისტურ ეთიკის საკითხებზე მომუშავე ადგილობრივ და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან, შეიმუშაოს და სრულყოს სახელმძღვანელო პრინციპები და წესები, რომლებიც მაუწყებელში მაღალი პროფესიული სტანდარტების დამკვიდრებას მოემსახურება.

- **კრეატიულობა და ინოვაციურობა:** მაუწყებელმა აუდიტორიას უნდა შესთავაზოს კრეატიული პროდუქტები, ახალი იდეები და იყოს ექსპერიმენტების და თამამი, ინოვაციური პროექტების პლატფორმა.



- **დამოუკიდებლობა და მიუკერძოებლობა:** მაუწყებელი პოლიტიკური, კომერციული, იდეოლოგიური და სხვა გავლენისგან თავისუფლად უნდა შექმნას პროდუქცია და სერვისები, რითაც გარანტირებული იქნება მისი სარედაქციო დამოუკიდებლობა.
- **ანგარიშვალდებულება:** იმისათვის, რომ თითოეულმა მოქალაქემ მიიღოს მისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაცია მაუწყებელმა, საზოგადოების შესწავლის სხვადასხვა მეთოდის გამოყენებით, მაქსიმალურად უნდა უზრუნველყოს შესაბამისობა თავის მომსახურებასა და საზოგადოების მოთხოვნებს შორის, მათ შორის - გადაცემების ჟანრების მიხედვით (საზოგადოებრივ-პოლიტიკური, შემეცნებითი, კულტურასა და საზოგადოებასთან დაკავშირებული, გასართობი და სპორტული, სერიალები და საბავშვო გადაცემები), მიწოდების არხების მიხედვით, გემოვნების მრავალფეროვნების გათვალისწინებით.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემათა მონიტორინგმა შესაძლოა გამოავლინოს ღირებულებრივი პრეფერენციების ცვლილების ან კორექტირების აუცილებლობა. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა უნდა განავითაროს მეთოდები და მიდგომები საზოგადოებაში არსებული განსხვავებული ჯგუფების გამოსავლენად და წარმოსაჩენად. ამ მიზნით სამეურვეო საბჭოსთან უნდა ჩამოყალიბდეს საზოგადოებრივი საბჭოები, რომლებიც მონიტორინგს გაუწევენ მაუწყებლის პროდუქციას და მოამზადებს პერიოდულ რეკომენდაციებს .

თავისი მიზნების მისაღწევად საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა უნდა ითანამშრომლოს საქართველოს კულტურულ და საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან, სამოქალაქო სექტორთან, განსაკუთრებით ადამიანის უფლებათა დაცვაზე მომუშავე ჯგუფებთან და ინსტიტუტებთან /მათ შორის სახალხო დამცველის ოფისთან/.

## II. პროგრამული პრიორიტეტები

მოქალაქეებმა საზოგადოებრივი მაუწყებლისგან უნდა მიიღონ იმ ტიპის ინფორმაცია/გადაცემები, რომლებიც ყველაზე უკეთ პასუხობს მათ მოთხოვნილებებსა და ინტერესს.

სოციოლოგიურმა კვლევამ აჩვენა, რომ საქართველოს მოქალაქეთა დიდი ნაწილი ტელემომხმარებელია.

ფაქტორულმა ანალიზმა მედიამომხმარებელი 4 ძირითად ჯგუფად დაყო. მათი პრეფერენციების შესაბამისად, პროგრამების თემატიკა ასე განაწილდა:

1. ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები
2. შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება
3. გაართობა და სპორტი





#### 4. სერიალები და საბავშვო გადაცემები

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა - ტელევიზიამ, რადიომ და ინტერნეტარხმა თანაზომადი მომსახურება უნდა გაუწიოს ამ ოთხ ჯგუფს, მაუწყებლის სერვისების სპეციფიკის გათვალისწინებით.

მაუწყებლის პროდუქციის ჟანრი, ფორმატი, შინაარსი, ენა და მიწოდების არხები/დრო უნდა იყოს მიზნობრივად ორიენტირებული შესაბამისი აუდიტორიის გემოვნებაზე და მოთხოვნილებებზე.

ვითვალისწინებთ რა ევროპის მაუწყებელთა კავშირის „ხედვა 2020“ რეკომენდაციებს, მიგვაჩნია: მაუწყებლმა უნდა შეიმუშაოს კროსჟანრული ფორმატები, რომლებიც დაეფუძნება პრინციპს „გავხადოთ კარგი პროგრამები პოპულარული, ხოლო პოპულარული პროგრამები - უკეთესი“, რაც შესაძლებლობას მოგვცემს მიმზიდველობის შენარჩუნებით, მეტი ფოკუსი გავაკეთოთ ღირებულებებზე დაფუძნებულ კონტენტზე და გამორჩეულ ჟანრებზე.

საზოგადოებრივი მაუწყებლისთვის სავალდებულო საჯარო ფასეულობების დამკვიდრებაში მნიშვნელოვანი როლი უნდა შეასრულოს დოკუმენტალისტიკის ჟანრმა /იგულისხმება დოკუმენტური ფილმების სტუდიის მიერ წარმოებული პროდუქცია, აქტუალურ საკითხებთან დაკავშირებული, დოკუმენტური პუბლიცისტიკა და სხვა, რასაც თანამედროვე მედიაში უწოდებენ „Factual-based formats“/ მით უფრო, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის დოკუმენტურ ფილმებს აქვთ საერთაშორისო წარმატება, მოქალაქეთა გამორჩეული ინტერესი და მოწონება.

ყველა ზემოხსენებულ ჯგუფში გამოიკვეთნენ ადამიანები, რომლებიც მიიჩნევენ, რომ მაუწყებელი ეთერს უნდა უთმობდეს ისეთ გადაცემებსაც, რომლებსაც შესაძლოა ბევრი მაყურებელი არ ჰყავს, მაგრამ თავად მათ აინტერესებთ. ამ პრობლემის გადაჭრის ახალ შესაძლებლობებს იძლევა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მულტიმედიური სისტემა. ამ დროს საეთერო რესურსი გადანაწილდება, როგორც უნივერსალურ/დიდი აუდიტორიისთვის განკუთვნილ , ასევე - ნიშურ, სპეციფიკურ პროდუქტზე.

#### 1. ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები

ამ ჯგუფის წარმომადგენელი მაყურებლისათვის (23 %) დამახასიათებელია მოთხოვნილება, რომ გადაცემებმა<sup>3</sup> პირველ ყოვლისა რიგითი მოქალაქის პოზიცია ასახონ, ხოლო შემდეგ - ხელისუფლების, არასამთავრობო ორგანიზაციათა წარმომადგენლების და ექსპერტების შეხედულებები. მათთვის მნიშვნელოვანია შემეცნებითი, სოციალური, საქართველოს კულტურისა და წარსულის შესახებ

<sup>3</sup> აქ და შემდგომაც ცნება „გადაცემა/გადაცემები“ გულისხმობს მაუწყებლის ტელე, რადიო, ინტერნეტ პროდუქციას



გადაცემები, საგარეო და საშინაო პოლიტიკასთან დაკავშირებული ახალი ამბები და ინფორმაცია.

ამ მიმართულების გადაცემების უზრუნველსაყოფად პრიორიტეტი უნდა მიენიჭოს შემდეგ საკითხებს:

1.1. საინფორმაციო გადაცემები /ახალი ამბები: მათი წარმოებისას უნდა დამკვიდრდეს ინფორმაციის შეგროვებისა და მიწოდების შემდეგი პრინციპები: ა) ინფორმაციის წყაროთა მრავალფეროვნება და სანდოობა ბ) ინფორმაციის მიწოდების ოპერატიულობა გ) სოციალური პრობლემების ასახვა, განსაკუთრებული აქცენტით მოწყვლადი ჯგუფების პრობლემებსა და საჭიროებებზე დ) რიგითი მოქალაქის პრობლემების ასახვა ე) საქართველოს ევროატლანტიკურ ინტეგრაციასთან დაკავშირებული საკითხების/პროცესების ასახვა ვ) საქართველოს განვითარებასთან დაკავშირებული საკითხების ასახვა ზ) საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების ასახვა, თ) მნიშვნელოვანი მოვლენების განხილვისას შეფასებათა/პოზიციათა მრავალფეროვნების ასახვა ი) ოკუპირებულ რეგიონებში მიმდინარე პროცესების ასახვა კ) საქართველოს რეგიონებში მიმდინარე პროცესების ასახვა ლ) საქართველოს შიდა და საგარეო პოლიტიკასთან დაკავშირებული პროცესების ასახვა მ) უცხოეთში მიმდინარე მოვლენების ასახვა .

1.2. პოლიტიკურ-ანალიტიკური გადაცემები: საზოგადოების წინაშე ხელისუფლების ანგარიშვალდებულების უზრუნველსაყოფად, ამ გადაცემებმა მოქალაქეებს საშუალება უნდა მისცენ გაეცნონ და მკაფიო წარმოდგენა შეიქმნან საშინაო და საგარეო პოლიტიკის საკითხებზე: საკანონმდებლო, აღმასრულებელი, სასამართლო ხელისუფლებების, ადგილობრივი თვითმმართველობების მუშაობაზე, ქვეყნისათვის მნიშვნელოვან შიდაპოლიტიკურ პროცესებზე, ძირითად ორიენტირებზე და გამოწვევებზე, იმ საერთაშორისო მოვლენებსა და ორგანიზაციებზე, რომლებიც საქართველოში მიმდინარე პროცესებთან კავშირშია ან გავლენას ახდენს მასზე.

- განსაკუთრებული მნიშვნელობა მიენიჭოს შიდა წარმოების ორიგინალურ ტექსტებს, რომელიც განთავსდება პრაიმტაიმში და მასზე მიმართული იქნება მნიშვნელოვანი ადამიანური, მატერიალური და ფინანსური რესურსი. ტექსტებმა უნდა ასახონ თემების და შეხედულებების მრავალფეროვნება, რისთვისაც უნდა გაიზარდოს მათში რიგით მოქალაქეთა, სამოქალაქო აქტივისტთა, არასახელისუფლებო პოლიტიკური ჯგუფების, ექსპერტთა მონაწილეობის მოცულობა და ხარისხი.
- უნდა მომზადდეს სოციალურ პრობლემებთან დაკავშირებული დისკუსია, პოლიტიკურ მსოფლმხედველობათა მრავალფეროვნების, გენდერული, უმცირესობათა, მოწყვლადი ჯგუფების მონაწილეობისა და რეგიონული პრინციპების დაცვით. გადაცემათა თემების შერჩევასას სახელმძღვანელო უნდა იყოს არა სხვა მედია საშუალებების დღის წესრიგი, არამედ - ქვეყნის

განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი და აქტუალური საკითხები /მაგ: განათლება, ჯანდაცვა, მიგრაცია და ემიგრანტები, დიასპორა, დევნილები, დასაქმება, ეკოლოგია, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები, მიუსაფარი ბავშვები და მოხუცები, ძალადობისა და დისკრიმინაციის მსხვერპლები, და სხვა/.

- 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნების პერიოდში განსაკუთრებული ადგილი უნდა დაეთმოს შემდეგ საკითხებს: ა) არჩევნების მნიშვნელობა და სამოქალაქო პასუხისმგებლობა ბ) საარჩევნო სუბიექტების, საპარლამენტო და არასაპარლამენტო პარტიების შეხედულებების და პროგრამების გაშუქება გ) არჩევნებთან დაკავშირებული საკანონმდებლო ნორმების შესახებ მოქალაქეთა ინფორმირება დ) არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და სადამკვირვებლო მისიების მონიტორინგის შედეგების გაშუქება ე) საქართველოს თითოეული რეგიონის საარჩევნო გარემოს და პროცესის ასახვა.
- განისაზღვროს და წარმოდგენილ იქნას 2015-2016 წლების მნიშვნელოვანი მოვლენების /პოლიტიკური, კულტურული, სპორტული/ გაშუქების კამპანიათა გეგმა
- ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლისთანავე უნდა მოხდეს პროგრამების ძირითადი ნაწილის თარგმნა ეთნიკური უმცირესობების ენებზე<sup>4</sup>
- საქართველოს რეგიონების თანასწორი და სრულფასოვანი რეპრეზენტატულობის მისაღწევად, საზოგადოებრივმა მაუწყებლმა ყველა რეგიონში უნდა იყოლიოს კორესპოდენტი ან სადაც ეს შესაძლებელია, ითანამშრომლოს ადგილობრივი მედიასუბიექტებთან

1.3. ჟურნალისტური გამოძიება: განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ჟურნალისტურ გამოძიებას, როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვალდებულებას და კონკურენტულ უპირატესობას. გადაცემები უნდა მომზადდეს როგორც სატელევიზიო, ისე - რადიო და ინტერნეტ ფორმატებში, შესაბამისი სპეციფიკის გათვალისწინებით. თემების შერჩევა უნდა მოხდეს არა მხოლოდ გახმაურებულ ამბებზე/შემთხვევებზე, არამედ იმ თემებზე, რომლებიც სამოქალაქო კულტურის, სამართლებრივი ცნობიერების, კანონის უზენაესობის, ხელისუფლების ანგარიშვალდებულების, ადამიანის უფლებების დარღვევის საკითხებს და სხვა სახელმწიფოებრივად და საზოგადოებრივად აქტუალურად თემებზე მთელი ქვეყნის მასშტაბით. წელიწადში უნდა მომზადდეს მინიმუმ 12 გადაცემა .

<sup>4</sup> 2014-2015 წლებში საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ ამ რეგიონებში მცხოვრებთა უმრავლესობა ქართულ ტელეგადაცემებს არ უყურებს. ასევე 2015 წელს ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI) და რესპუბლიკური ინსტიტუტის (IRI) მიერ ჩატარებული კვლევების მიხედვით ამ რეგიონებში ყველაზე დაბალია ევროატლანტიკური ინტეგრაციის პროცესის შესახებ ინფორმირებულობის დონე.



## 2. შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება

კვლევამ აჩვენა, რომ მაყურებელთა დიდი სეგმენტი /33%/ შემეცნებით, საგანმანათლებლო, საქართველოს კულტურასა და წარსულთან დაკავშირებული გადაცემების დეფიციტს გრძნობს.

მოცემული სეგმენტის გადაცემებში პრიორიტი უნდა მიენიჭოს თანამედროვე ცოდნას, ინტელექტუალურ და კულტურულ ცხოვრებას, გლობალური განვითარებისა და მრავალფეროვნების ასახვას. პროდუქცია უნდა ემსახუროდეს ადამიანების შემეცნებითი ინტერესების დაკმაყოფილებას, მათი თვალსაწიერის გაფართოებას, განათლებისა და ცოდნის პოპულარიზებას.

თუ გავითვალისწინებთ ამ პრეფერენციებს, ასევე საზოგადოებრივი მაუწყებლის როლსა და დანიშნულებას, მაუწყებლის ფონო და ვიდეო არქივს, როგორც უნიკალურ კულტურულ მემკვიდრეობას, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება. არქივი უნდა გახდეს მობილური და სიცოცხლისუნარიანი, მაუწყებლის გადაცემებმა მაქსიმალურად უნდა გამოიყენონ ეს მასალა.

ამ მიმართულების უზრუნველსაყოფად საჭიროა:

**2.1. ისტორიული, ისტორიულ-ჰუმბლიცისტური გადაცემები:** ისინი თემატურად უნდა ასახავდეს საქართველოს წარსულს, ქართული სახელმწიფოს ჩამოყალიბებისა და ქართულ-ევროპული დიალოგის ისტორიას, ამ პროცესში მონაწილე მოღვაწეთა, სხვადასხვა ეთნიკური ჯგუფების წარმომადგენელთა წვლილს, რუსული ცარისტული პოლიტიკის, ბოლშევიზმისა და საბჭოთა წარსულის შეფასებას, სახელმწიფო ინსტიტუტების (ჯარი, სასამართლო სისტემა, საკანონმდებლო და აღმასრულებელი ხელისუფლება) ისტორიასა და თანამედროვე აქტუალურ საკითხებს.

**2.2. გადაცემები მეცნიერების და ტექნოლოგიის შესახებ:** მეცნიერულად დადასტურებული და მეცნიერულ ცოდნაზე დამყარებული ადგილობრივი პროდუქციის შექმნა და უცხოური პროდუქციის ინტეგრირება სამაუწყებლო ბადეში, აქცენტით საგანმანათლებლო პროდუქციაზე, თანამედროვე ტექნოლოგიებზე.

**2.3. გადაცემები ეკონომიკასა და ბიზნესზე:** უნდა მომზადდეს გადაცემები, რომლებიც გააშუქებს ეკონომიკისა და ბიზნესის, მათ შორის - სოფლის მეურნეობის საკითხებს: გააცნობს მიმდინარე მოვლენებს და მიაწოდებს ინფორმაციას ინოვაციების და თანამედროვე ტენდენციების შესახებ, რომლებიც დაეხმარება მოქალაქეებს თანამედროვე ეკონომიკაში მიმდინარე პროცესების გააზრებაში, თანამედროვე ბიზნესგარემოსთან ადაპტაციაში, საკუთარი საქმის წამოწყებაში ან მეურნეობის რაციონალურ გაძღოლა-დაგეგმვაში.





2.4. გადაცემები მოქალაქეების შესახებ: მაუწყებელმა განსაკუთრებული ინტერესი უნდა გამოიჩინოს და აჩვენოს რიგითი მოქალაქის ბედი და ისტორია, რომელიც ყველაზე ცხადად და ლაკონურად ასახავს ქვეყანაში მიმდინარე პროცესებს.

2.5. გადაცემები კულტურის შესახებ: ქართული კულტურის სხვადასხვა სფეროს /კინო, თეატრი, მხატვრობა, მწერლობა, მეცნიერება, მუსიკა/ წარსულის და თანამედროვე ტენდენციების ასახვა. განსაკუთრებული აქცენტი უნდა გაკეთდეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ შექმნილ პროდუქციაზე /მაგალითად: სატელევიზიო თეატრი და სატელევიზიო ფილმების სტუდია - ქართული ტელეფილმი, რომელთა მიერ შექმნილი ტელესპექტაკლები და ფილმები უნიკალურია ქართულ ტელესივრცეში/.

2.6. გადაცემები მრავალფეროვნების შესახებ: საქართველოს ეთნიკური, კულტურული, სოციალური, ენობრივი, რელიგიური მრავალფეროვნების ასახვა, ამ ჯგუფების ისტორიის, ყოფის, მათ მიერ ქართულ კულტურაში შეტანილი წვლილის, მათი თანამედროვე პრობლემების და ინიციატივების მაქსიმალური წარმოჩენით.

2.7. უცხოური კულტურის სხვადასხვა სფეროს /კინო, თეატრი, მხატვრობა, მწერლობა, მეცნიერება, მუსიკა/ ისტორიული და თანამედროვე ტენდენციების ამსახველი მხატვრული და დოკუმენტური მასალის მაქსიმალური ინტეგრირება მაუწყებლის პროდუქციაში.

2.8. გადაცემებმა ადამიანის უფლებებთან და სამოქალაქო საზოგადოებასთან დაკავშირებით უნდა ასახოს შემდეგი საკითხები: ა) ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის სახელმწიფო და სამოქალაქო პროცესები ბ) ადგილობრივი, რეგიონული და საერთაშორისო სამოქალაქო პროცესები გ) ადამიანის უფლების დაცვასა და განვითარებასთან დაკავშირებული პრობლემები დ) სახალხო დამცველის ოფისის საქმიანობა ე) სამოქალაქო საზოგადოების განვითარებისთვის მნიშვნელოვანი, თანამედროვე ქართველი ავტორების მხატვრული და დოკუმენტური მასალა ვ) უმცირესობების შესახებ და უმცირესობების მიერ მომზადებული მასალა.

### 3. გართობა და სპორტი

მაცურებელთა 23.3 % - ს მედიაში უპირატესობას გართობასა და სპორტს ანიჭებს. გარდა ამისა, მათ აქვთ შემეცნებითი, საქართველოს კულტურასა და ისტორიასთან დაკავშირებული გადაცემების ინტერესი, რაც საზოგადოებრივ მაუწყებელს ავალდებულებს:

3.1. შეიძინოს მაღალი მხატვრული ღირებულების მქონე ფილმები, რომლებიც კინომოყვარულთა მრავალფეროვან გემოვნებას და ინტერესს დააკმაყოფილებს.

3.2. უზრუნველყოს ხარისხიანი იუმორისტული და სატირული გადაცემების შექმნა.



3.3. უზრუნველყოს იმ სპორტული ასპარეზობების ტრანსლირება, რომლებიც ფართო საზოგადოებრივ ინტერესს იწვევს და ნაციონალური ერთობის განცდას უწყობს ხელს.

3.4. შექმნას გადაცემები, სადაც წარმოდგენილი იქნება ქართული კულტურისთვის მნიშვნელოვანი და გარკვეული ისტორიის მქონე სპორტის სახეობები და სხვა ქვეყნების გამოცდილება, აქცენტით იმ სახეობებზე, რომელთა განვითარების პერსპექტივა არსებობს საქართველოში.

3.5. ეთერი დაუთმოს მნიშვნელოვან კულტურულ, მასობრივ, სანახაობრივ ღონისძიებებს /მუსიკალური კონცერტები, ფესტივალები, ლიტერატურული კონკურსები, ოლიმპიადები/, რომლებიც კულტურული მრავალფეროვნების წარმოჩენას და ქართული კულტურის პოპულარიზაციას უწყობს ხელს.

3.6. უნივერსალურობის პრიციპიდან გამომდინარე, პრაიმტიმის ეთერი დაუთმოს მაღალი ხარისხის, პოპულარულ მეგაშოუს, რომელიც როგორც წესი ფართო საზოგადოებრივ ინტერესს იწვევს.

3.7. მასობრივი ქორეოგრაფიული ან მუსიკალური კონკურსების ორგანიზებისას გამოიყენოს დაფინანსების საკუთარი წყაროები.

#### 4. სერიალები და საბავშვო გადაცემები

სოციოლოგიური კვლევის შედეგების მიხედვით, სერიალებისა და საბავშვო გადაცემათა მოყვარულები ყველაზე დიდი ჯგუფია, 29%. მათ ამავე დროს აინტერესებთ შემეცნებითი, გასართობი, საქართველოს კულტურასა და სოციალურ თემებზე მომზადებული გადაცემები.

ამ ჯგუფის ინტერესების დასაკმაყოფილებლად საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა შეიძლება გამოიყენოს რამდენიმე მიდგომა:

4.1. მოამზადოს სერიალი /მათ შორის - რადიო დრამა/, რომელიც უპასუხებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვალდებულებებით აღიარებულ საჯარო ფასეულობებს, პროგრამული პრიორიტეტებით განსაზღვრულ საკითხებს/პრობლემებს, მიმართული იქნება ქვეყნის პოზიტიური მოდელების ჩვენებაზე ახალგაზრდობისთვის, მოზარდებისთვის, წყვილებისთვის, თაობათშორისი კონფლიქტების მოგვარებაზე, სოციალური ტოლერანტობის დანერგვაზე და სხვა.

4.2. შეიძინოს უცხოური, მაღალი ხარისხის პროდუქცია, რომელიც თანაბრად დააკმაყოფილებს საზოგადოებრივი მაუწყებლისთვის აუცილებელ სტანდარტებს და მოქალაქეთა შემეცნებით, საგანმანათლებლო და გასართობ ინტერესს.



4.3. ეთერი დაუთმოს ბავშვებისთვის და მოზარდებისთვის, მაღალი სტანდარტებით დამზადებულ პროდუქციას. ამ ჟანრის განვითარებას მაუწყებელი საკუთარ სტრატეგიულ პრიორიტეტად მიიჩნევს.

## 5. ინტერნეტარხი

ზემოთ მოცემული პრიორიტეტები თანაბრად ეხება მაუწყებლის ტელე, რადიო და ინტერნეტარხებს. მაგრამ ინტერნეტმომსახურების უნიკალური შესაძლებლობებიდან გამომდინარე, მიზანშეწონილად მივიჩნევთ საგანგებოდ შევჩერდეთ ამ არხზე.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტმომსახურება მნიშვნელოვან, დამოუკიდებელ არხად უნდა ჩამოყალიბდეს, რომელიც მომხმარებელს შესთავაზებს:

5.1. მაუწყებლის სხვადასხვა არხზე შექმნილ პროდუქციას მოსახერხებელი ფორმით

5.2. სპეციალურად ინტერნეტარხისთვის შექმნილ პროდუქციას

5.3. დაკავშირების, ურთიერთობის დამყარების, გაზიარების და კოპროდუქციის შექმნის შესაძლებლობას

5.4. ნიშური პროდუქტების გარშემო ინტერესჯგუფების ფორმირების, პროდუქტიული თანამშრომლობისა და დიალოგის შესაძლებლობას.

## III. მაუწყებლის მართვა და ფინანსები

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტი უნდა მოხმარდეს პრიორიტეტებით განსაზღვრულ პროექტებს, მაუწყებლის ტექნიკური ბაზის გაუმჯობესებას და ეფექტური მართვის უზრუნველყოფას, მაუწყებლის სტრატეგიის და სხვა ნორმატიული დოკუმენტების შემუშავებას.

მაუწყებლის გარდაქმნისა და განვითარების გეგმებმა და პოლიტიკებმა უნდა მოიცვას შემდეგი საკითხები:

- მაუწყებლის ერთეულების დანიშნულება და მიზანი
- საეთერო დროის 25%-ის გარეპროდუქციისთვის დათმობის, კანონით გათვალისწინებული ვალდებულების, შესრულების კონცეფცია და გეგმა



- საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსის დაცვის რეალური მექანიზმის შემუშავება მონიტორინგის სამსახურის სახით
- მაუწყებლის ერთეულებზე ბიუჯეტის გადანაწილების კრიტერიუმები და პროპორცია
- მაუწყებლის განვითარების მოკლევადიანი გეგმა
- მაუწყებლის განვითარების გრძელვადიანი გეგმა
- მაუწყებლის ტექნიკური და ტექნოლოგიური განვითარების გეგმა
- შესყიდვების პოლიტიკის კრიტერიუმები
- ადამიანური რესურსების დაკომპლექტებისა და მართვის სტრატეგია
- დოკუმენტი, სადაც განსაზღვრული იქნება ორგანიზაციის რესურსების (მატერიალური, ტექნიკური, ადამიანური) გამოყენების ტარიფები

მაუწყებლის გენერალური დირექტორი ვალდებულია სამეურვეო საბჭოს წარუდგინოს:

- პროგრამული ანგარიში, საბჭოს მიერ დამტკიცებული ფორმით /სამეურვეო საბჭოს ანგარიშის საპარლამენტო განხილვამდე ერთი თვით ადრე/
- წლიური ბიუჯეტი და ფინანსური ანგარიში სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებული „სააღრიცხვო პოლიტიკის სრულყოფილი საფუძვლების“ მიხედვით /ბიუჯეტის დამტკიცებამდე ერთი თვით ადრე/
- ორგანიზაციის წლიური სამოქმედო გეგმა /საეთერო წლის დაწყებამდე 3 თვით ადრე/

სტრატეგიულ დოკუმენტი უნდა მოიცავდეს დროის განრიგს, სადაც გაწერილი იქნება თითოეული ამ ამოცანის შესრულების ვადები და საჭირო ფინანსური რესურსები.

მენეჯმენტმა მაუწყებლის ბიუჯეტის 1%-ზე მეტი ოდენობით დამატებითი სახსრების მოძიებისას სამთავრობო და სხვა წყაროებიდან, საქმის კურსში უნდა ჩააყენოს სამეურვეო საბჭო.