საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2015 წლის ანგარიში

4 შესავალი

8 საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამაუწყებლო პოლიტიკის შესახებ

19 მიმდინარე და სამომავლო პროგრამული პრიორიტეტების შესახებ

28 მიმდინარე და სამომავლო პროგრამათა განრიგის შესახებ

44 საზოგადოებრივი აზრისა და სამაუწყებლო ბაზრის კვლევის შედეგების შესახებ

50 განხილული საჩივრების რაოდენობისა და შინაარსის შესახებ

50 საჯარო განხილვების შინაარსისა და მოქალაქეთა წინადადებების შესახებ

51 საზოგადოებრივი მაუწყებლის მომავალი წლის ბიუჯეტის შესახებ

52 საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის შესრულების შესახებ

54 შიდა და გარე აუდიტების დასკვნები

54 ციფრული ტელემაუწყებლობა

1 შესავალი

შესავალში მოკლედ მიმოვიხილავთ 2015 წელს განხორციელებულ საქმიანობას:

საზოგადოებრივი აზრის კვლევა

2015 წელს მთელი ქვეყნის მასშტაბით ჩატარდა კვლევა: „საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ დამოკიდებულება და მაუწყებლის გაუმჯობესების გზების იდენტიფიკაცია „. კვლევის მიზანი იყო საზოგადოების მიერ სამაუწყებლო ეთერის შეფასებისა და მისი სამაუწყებლო პრეფერენციების განსაზღვრა. კვლევა ჩაატარა ტენდერის შედეგად გამოვლენილმა დამოუკიდებელმა სოციოლოგიურმა კომპანიამ. საქართველოში გამოიკითხეს 2600 რესპონდენტი. ასევე ჩატარდა თვისობრივი კვლევა ექსპერტებისა და ფოკუს - ჯგუფების მონაწილეობით. აღნიშნული კვლევების შედეგები გათვალისწინებულია საპროგრამო პრიორიტეტებისა და სტრატეგიული განვითარების დოკუმენტებში.

პროგრამული პრიორიტეტები

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭომ შეიმუშავა 2015 - 2016 წლების პროგრამული პრიორიტეტების პროექტი, რომლის განხილვაში მონაწილეობდნენ მაუწყებლის მენეჯმენტი და თანამშრომლები, ასევე, მედია ექსპერტები და არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლები. საბოლოო დოკუმენტში გათვალისწინებულია მათი შენიშვნები და წინადადებები.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის განვითარების სტრატეგია

საზოგადოებრივი მაუწყებლის განვითარების სტრატეგიის შესამუშავებლად სამეურვეო საბჭოსა და მენეჯმენტის ინიციატივით, ჩამოყალიბდა სამუშაო ჯგუფი, რომელიც დაკომპლექტდა, როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლებით, ასევე მოწვეული დამოუკიდებელი ექსპერტებით, მათ შორის ევროპის მაუწყებელთა კავშირის კონსულტანტებით. საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომელთა შორის არჩევნების გზით ჩამოყალიბდა ე.წ. წარმმართავი კოალიცია, რომლის ამოცანაც იყო სტრატეგიის პროექტის შემუშავებაში მონაწილეობა. ამ ჯგუფების მიერ შემუშავებული სტრატეგიის პროექტი გახდა სამეურვეო საბჭოსა და მენეჯმენტის განხილვის საგანი. შედეგად ჩამოყალიბდა

სტრატეგია, რომელიც სამეურვეო საბჭომ მიიღო, როგორც სამოქმედო დოკუმენტი.

კონკურსები ახალი სამაუწყებლო პროდუქციის შესაქმნელად

2015 წლის ზაფხულში საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა სამაუწყებლო პრიორიტეტებისა და სტრატეგიის შესაბამისად, გამოაცხადა ორი კონკურსი ახალი სამაუწყებლო იდეების და პროგრამების გამოსავლენად. პირველ ღია კონკურსში მონაწილეობა შეეძლო ყველა კერძო და იურიდიულ პირს. მეორე კონკურსში მონაწილეობდნენ საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლები. ამ კონკურსების მიზანს წარმოადგენდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის შიგნით და გარეთ არსებული შემოქმედებითი პოტენციალის გამოვლენა და ახალი იდეებისა და ფორმატების მოზიდვა.

საკონკურსო კომისიაში შევიდნენ საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლები და საზოგადოებისათვის კარგად ნაცნობი პროფესიონალები.

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის პროექტების შერჩევის კონკურსზე წარმოდგენილი იყო 151 (ასორმოცდათერთმეტი) პროექტი. ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის პროექტების შერჩევის შედეგად საუკეთესო პროექტებად დასახელდა 5 პროექტი.

ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ თანამშრომლებისაგან პროექტების შერჩევის კონკურსზე სულ შემოვიდა 45 პროექტი. ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის მაუწყებლის თანამშრომლებისაგან წარმოდგენილი პროექტების შერჩევის შედეგად საუკეთესო პროექტებად დასახელდა 9 პროექტი.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ მიღებული და კომისიის მუშაობის შედეგად საუკეთესოებად გამოვლენილი ტელე და რადიო (ასევე მულტიპლატფორმული) პროექტების უმრავლესობა დღეს უკვე საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერშია.

ახალი სამაუწყებლო ბადე და განახლებული ეთერი

სსიპ ,,საზოგადოებრივი მაუწყებელი „ ჟანრების მრავალფეროვნების მიხედვით ლიდერია საქართველოს სამაუწყებლო სივრცეში.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი აუდიტორიას სთავაზობს მაუწყებლის მიერ შექმნილ პროდუქტს, ასევე, შეძენილ პროდუქციას. პროდუქციის შესყიდვისას მაუწყებელი ხელმძღვანელობს პრემიუმ ხარისხის მაღალი საერთაშორისო რეიტინგების მქონე ნაწარმის შესყიდვის პრინციპით.

> დეტალური ინფორმაცია კონკურსებზე ახალი სამაუწყებლო პროდუქციის შესაქმნელად იხილეთ თანდართულ დოკუმენტში (დანართი N 2).

კონკურსისა და მენეჯმენტის კრეატიული ჯგუფების მუშაობის შედეგად 2015 წლის ბოლოსათვის ეთერში განთავსდა შემდეგი ტელე და რადიო (ასევე მულტრიპლატფორმული) პროექტები: ,,ტრანსმისია „ და ,,ფერმა „.

2016 წლის დასაწყისში საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში ჩაეშვა ტელე - გადაცემები: 1.„ზღვარზე „, 2.„მუსიკოლოგოსი „, 3.„დღე მუზეუმში „, 4.„ადამიანი კამერით „, 5. ,,ვექტორი „, 6.,,წიგნების თარო „.

ასევე რადიოგადაცემები: 1.„რადიობლოგერი „, 2.„ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები „, 3.„ჩვენი საქართველო „.

> დეტალური ინფორმაცია კონკურსებზე ახალი სამაუწყებლო პროდუქციის შესაქმნელად იხილეთ თანდართულ დოკუმენტში. (დანართი N 2).

კომუნიკაცია და ბრენდინგი

ლოიალური მაყურებლის რაოდენობის ზრდისა და საზოგადოებრივი მაუწ-ყებლის იმიჯის ამაღლების მიზნით, მაუწყებელში შეიქმნა კორპორატიული ბრენდის წიგნი და შემუშავდა ინტეგრირებული მარკეტინგული სტრუქტურა.

ფინანსური საქმიანობა

მაუწყებლის ფინანსური მენეჯმენტის მიერ 2015 წლის განმავლობაში მოხდა წლების განმავლობაში აკუმულირებული დავალიანებების დაფარვა. ამასთან, კიდევ უფრო დაიხვეწა და მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა მმართველობითი აღრიცხვისა და ფინანსური ანალიზის სისტემა, განხორციელდა ცალკეული სტრუქტურული ცვლილებები ეფექტიანი მენეჯმენტის განხორციელების მიზნით. გატარებული მცირე რეფორმების შედეგად მიღწეულ იქნა შემდეგი ძირითადი მიზნები:

შემუშავდა და დაინერგა ახალი ფინანსური რაპორტინგის ფორმები, რათა უფრო ეფექტიანად განხორციელებულიყო გადაცემების პროექტის დონეზე მარ-თვა, მიმართულებებისა და ცალკეული პროგრამების ღირებულების ზუსტად გან-საზღვრა, არაპირდაპირი და ზედნადები ხარჯების მიკუთვნება.

შეიქმნა ფინანსური სახსრების ხარჯვის დამატებითი კონტროლის მექანიზმი, რაც გულისხმობს შესაბამისი სტრუქტურული რგოლების (მიმართულებებისა და გადაცემების ხელმძღვანელები, პროექტის მენეჯერები და ა.შ.) მიერ ფინანსური სახსრების მოძრაობის დამატებითი, კონტროლის დონის შექმნას.

შეიქმნა ბიუჯეტირების ახალი ფორმა. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტი გახდა პროგრამული, მკაფიოდ განისაზღვრა მიმართულებების, გადაცემების და ცალკეული პროექტების ბიუჯეტი.

ციფრული ტელემაუწყებლობა

ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის განხორციელება საქართველოს მთავრობამ, შესაბამისმა სამინისტროებმა და ჩართულმა ორგანიზაციებმა დაიწყეს 2009 წლიდან. შესასრულებელი სამუშაოს დიდი მოცულობის გამო, ჩატარებული დაგეგმარების ეტაპი გაგრძელდა თითქმის 2014 წლის ბოლომდე. ქვეყანაში ციფრული გადასვლის თარიღად დადგინდა 2015 წლის 17 ივნისი.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი აქტიურად იყო ჩართული ეკონომიკის სამინისტროსთან არსებულ უწყებათშორისი „ციფრული გადასვლის საბჭოს „ მუშაობაში. 2014 წელს დაიწყო ციფრულ ფორმატზე გადასვლის პირველი ეტაპი, რაც გულისხმობდა მსხვილ დასახლებულ პუნქტებში მძლავრი სატელევიზიო ციფრული გადამცემი საშუალებების მონტაჟს და არსებული ანალოგური ფორმატის გადამცემებთან ერთად, პარალელური ტესტირების რეჟიმში გაშვებას 2015 წლის 17 ივნისამდე (სიმულკასტი). ფაქტობრივად, მთავრობის გადაწყვეტილებით, ანალოგური მაუწყებლობის ეტაპობრივი გამორთვა და 42 საყრდენი ტელეგადამცემი საიტის ციფრულ ფორმატზე გადასვლა განხორციელდა 2015 წლის პირველი ივლისიდან 25 აგვისტოს ჩათვლით.

ციფრულ ფორმატზე გადაყვანის მეორე რიგის სამუშაოები დაგეგმილია 2016 წლისათვის.

2 საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამაუწყებლო პოლიტიკა

საზოგადოებრივი მაუწყებლის გარდაქმნისა და განვითარების სტრატეგია, ხარისხი, სიღრმე, მრავალფეროვნება

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი" საქმიანობს (მოიპოვებს, აწარმოებს და მიაწვდის პროდუქციას) მედია სფეროში, საქართველოს მთელ ტერიტორიასა და მის ფარგლებს გარეთ.

პრიორიტეტების მიხედვით საქმიანობის გეოგრაფიული არეალებია:

- საქართველო, მისი რეგიონები, მათ შორის ოკუპირებული ტერიტორიები;
- ფართო გაგებით - კავკასიის რეგიონი და საქართველოს სტრატეგიული პარტნიორები;
- დანარჩენი მსოფლიო.

საქმიანობის ძირითად სამიზნე ჯგუფებს წარმოადგენენ: **საქართველოს მოქალაქეები**, როგორც ქვეყანაში, ისე მის ფარგლებს გარეთ; **ქართული დიასპორები**; პირები და ინსტიტუციები, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან საქართველოს შესახებ ინფორმაციით.

ხედვა: იყოს საქართველოში ყველაზე სანდო, ხარისხიანი, მრავალფეროვანი, აქტუალური და ხელმისაწვდომი მედია.

მისია: პიროვნული თავისუფლების, თანასწორობისა და სამართლიანობის პრინციპებზე დაფუძნებული, მოქალაქეობრივი პასუხისმგებლობითა და სოლიდარობით გაერთიანებული, კულტურული იდენტობის დამცველი მრავალფეროვანი საზოგადოების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა, საგანმანათლებლო - შემეცნებითი, საინფორმაციო და გასართობი მედია პროდუქტებისა და სერვისის შეთავაზებით.

საჯარო მისწრაფება:

- 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.

ძირითადი გამოწვევები

- მულტიმედიურ სისტემაზე გადასვლა
- კონკურენცია კომერციულ მაუწყებლებთან
- ეფექტიან და გამჭვირვალე საჯარო სამსახურად ჩამოყალიბება
- რთული კანონმდებლობა
  - ნეგატიური საზოგადოებრივი განწყობა
  - არაეფექტიანი ორგანიზაციული პროცესი
  - რთული კანონმდებლობა

სტრატეგიული მიზანი

- აიმაღლოს იმიჯი
- მიაღწიოს ორგანიზაციული პროცესების ეფექტიანობას
- შექმნას ეფექტიანი საპარტნიორო გარემო
- გაზარდოს ფასეულობა დანახარჯის შესაბამისად
- დანერგოს თანამედროვე ტექნოლოგიები
- აწარმოოს და შეიძინოს მაღალი ხარისხის პროდუქტი

საპროგრამო და მომსახურების სტრატეგია

საპროგრამო და მომსახურების სტრატეგია

მაღალი ხარისხის, მრავალფეროვან, სიღრმისეულ მედია პროგრამებსა და მომსახურებას; საზოგადოების სხვადასხვა წრის ინტერესის და მოთხოვნის გათვალისწინებით, პროდუქციის წარმოების პროცესში აუდიტორიის ჩართულობასა და თანამონაწილეობას; ინოვაციურ და ორიგინალურ პროდუქციას, შესრულებულს და მიწოდებულს ინდივიდუალური, უნიკალური სტილით; ხელმისაწვდომს; უწყვეტ ამბავს; პროგრამირებისა და წარმოების ხარჯების ეფექტიანობასა და გამჭვირვალობას.

ხარისხი, სიღრმე, მრავალფეროვნება

მისწრაფების რეალიზებაზე ორიენტირებული პროცესი; წყაროთა მრავალფეროვნება და გადამოწმება; სტანდარტები და კონტროლი; პრობლემის და სარგებლის განსაზღვრა; კონტექსტი დ დასაბუთება; ოპტიმალური მოცულობა; მრავალფეროვანი აუდიტორია; ჟანრების და თემატიკის მრავალფეროვნება; მულტიპლატფორმული მაუწყებლობა; ტრენინგის ინსტიტუციონალიზაცია; პარტნიორობა ინსტიტუციებთან და ცალკეულ ინდივიდებთან; ექსპერტების ბაზა; წარმოების, შესყიდვის და კოპროდუქციის სისტემა; შიდა კომუნიკაცია.

გათვალისწინება, ჩართულობა, თანამონაწილეობა

მომხმარებელთან ინტერაქცია ინფორმაციის მიღების, დამუშავების და მიწოდების დროს; უკუკავშირის ინსტიტუციონალიზაცია; ინტერესთა ჯგუფების მომსახურება და ჩართულობა; სადისკუსიო სივრცე; სამოქალაქო ჟურნალისტიკა; საზოგადოებრივი აზრის კვლევა.

ინოვაცია და ორიგინალურობა

ჰიბრიდული და კროსჟანრული პროდუქტი; მულტიმედიური ფორმატები; ახალი ტექნოლოგიები შექმნისა და მიწოდებისათვის; ინფორმაციის მოპოვების ინოვაციური ფორმები; ინოვაციათა ლაბორატორია; ინოვაციათა მართვის და კონტროლის სპეციალური სისტემა; თეთრი ლაქების გამოვლენა და შევსება.

უნიკალური სტილი

გამორჩეული გამოსახულება; დრამატურგია; საუკეთესო გამოცდილებაზე დამყარებული სტანდარტები და სახელმძღვანელოები; ბრენდის წიგნი; მარკეტინგული კომუნიკაცია.

უწყვეტი პროდუქცია

უწყვეტი ამბავი; სოციალური და პოლიტიკური რეკლამის განთავსების სტანდარტი; ანონსირების ეფექტიანი პოლიტიკა; ანონსირების სპეციალური ფორმების გამოყენება.

ხელმისაწვდომობა

ხელმისაწვდომობა; სურდოთარგმანი, სუბტიტრები; უმცირესობათა ენებზე მაუწყებლობა; გასაგები და დახვეწილი სამაუწყებლო ენა; მომხმარებლისათვის უფასო; სისწრაფე და ოპერატიულობა; დაფარვის ზონის გაფართოება მულტიპლატფორმულობის გამოყენებით; ხელმისაწვდომი უკუკავშირი.

ეფექტიანობა და გამჭვირვალობა

ინვესტირება ხარისხში; ძირითადი დანახარჯების პრაიმტაიმზე მიმართვა; მასშტაბისა და მრავალფეროვნების ეკონომია; გამჭვირვალობის ინსტიტუციონალიზაცია და პროგრამული უზრუნველყოფა.

პროგრამირება კონკურენციის გათვალისწინებით - კონკურენტულ გარემოში არსებობა, პროგრამებისა და მომსახურების კონტექსტში, ძირითად ამოცანად საზოგადოებრივ მაუწყებელს განუსაზღვრავს აუდიტორიის მოზიდვას და საკუთარ პროდუქციაზე მიბმას.

ამისათვის საზოგადოებრივი მაუწყებელი გეგმავს:

მომხმარებლის ქცევის გათვალისწინებით პროგრამირებას;

კროსპროგრამირებისა და კონტრ-პროგრამირების სისტემის შემუშავებას;

ძირითადი პროდუქტის აგრესიულ რეკლამირებას;

საკუთარი პროდუქტის რეკლამირებისათვის მულტიპლატფორმულობის გამოყენებას.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ჟანრები - საზოგადოებრივი მაუწყებელი, თავისი მისიიდან გამომდინარე, მოქმედებს პრინციპით - ინფორმირება, განათლება, გართობა. არსებული პრინციპი მოიცავს იმ ჟანრებს, რომელშიც მოქმედებს საზოგადოებრივი მაუწყებელი. ხსენებული პრინციპი არ აღიქმება, როგორც ერთმანეთისაგან გამიჯნული სამი მიმართულება. ჩვენ ხაზს ვუსვამთ, რომ საუკეთესო შედეგისათვის მნიშვნელოვანია, ინფორმირება განათლებისა და გართობის ელემენტებს შეიცავდეს, ისევე, როგორც განათლება - ინფორმირებისა და გართობის, თავის მხრივ, გართობა ინფორმირებისა და განათლების კომპონენტებს ატარებდეს.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი გეგმავს შემდეგი მიმართულებების განვითარებას:

ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები - ძირითადი აქცენტი გაკეთდება რეპორტაჟული, ანალიტიკური და საგამოძიებო ჟურნალისტიკის განვითარებაზე. უმნიშვნელოვანესია ინფორმაციის კონტექსტი და დასაბუთება;

ფაქტობრივი და დოკუმენტური - საზოგადოებრივი მაუწყებელი საკუთარ მოწოდებად აღიქვამს საქართველოში დოკუმენტალისტიკის, როგორც დარგის განვითარების ხელშეწყობას.

ამისათვის ის:

ხელს უწყობს თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვას დოკუმენტალისტიკაში;

ავითარებს დოკუმენტალისტიკის ახალ მიმართულებებს (დოკუდრამა, რეკონსტრუქცია, ვებიუმენტარი);

ხელს უწყობს დამოუკიდებელ სტუდიებს;

ავითარებს კოპროდუქციას და თანამშრომლობს პროფესიულ ინსტიტუციებთან;

გასართობი - საზოგადოებრივი მაუწყებელი გეგმავს არსებული დანაკლისის გამოსწორებას ხარისხიანი იუმორისტული პროდუქციის შექმნით, ასევე, ლიცენზირებული და ორიგინალური მეგა - შოუ პროექტების განხორციელებას;

სპორტი - სპორტულ ღონისძიებათა ტრანსლირებისას პრიორიტეტია სხვადასხვა საერთაშორისო, განსაკუთრებით პოპულარულ სპორტულ ასპარეზობაზე საქართველოს წარმომადგენელთა მონაწილეობა.

მნიშვნელოვანია, მაუწყებლის ეთერში სპორტულ თემატიკაზე გადაცემების არსებობა.

ასევე, აუცილებელია მასობრივი სპორტის პოპულარიზაცია და განვითარება.

სპორტული მიმართულებით უმნიშვნელოვანესია გრძელვადიანი დაგეგმვა მნიშვნელოვან სპორტულ ღონისძიებათა გრაფიკის გათვალისწინებით;

საბავშვო/ახალგაზრდული - ამ ჟანრის განვითარება სტრატეგიული პრიორიტეტია. ეს სამიზნე აუდიტორია განიხილება საზოგადოებრივი მაუწყებლის საერთო პროდუქტის პოტენციურ მომხმარებლად. მნიშვნელოვანია, წარმოების პროცესში ახალგაზრდების ჩართულობა;

მუსიკა - გეგმავს: ქართული ტრადიციული და თანამედროვე მუსიკის პოპულარიზაციას; შემეცნებითი მუსიკალური გადაცემების წარმოებას; მნიშვნელოვან მუსიკალურ ღონისძიებათა ტრანსლირებას.

დრამა - საზოგადოებრივი საჭიროებებისა და სარგებლის გათვალისწინებით, გეგმავს ხარისხიანი სერიალების, მხატვრული და ანიმაციური ფილმების შესყიდვას, წარმოებასა და ეთერში განთავსებას. მნიშვნელოვანია დუბლირების სისტემის დანერგვა.

კროსჟანრული - ორიგინალური, ჰიბრიდული და ინოვაციური ფორმატების შემუშავება და განვითარება.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის თემატიკა - საზოგადოებრივი მაუწყებელი თავისი მრავალფეროვანი აუდიტორიის ინტერესის დასაკმაყოფილებლად, სხვადასხვა ჟანრისა და ფორმატის გამოყენებით, აშუქებს საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა მხარეს.

პოლიტიკა - ხელს უწყობს პოლიტიკური კულტურის ამაღლებას და პოლიტიკური პროცესების სიღრმისეულ ცოდნას.

ეკონომიკა - განსაკუთრებულ ყურადღებას ამახვილებს ქვეყნის პრიორიტეტულ მიმართულებებზე (ენერგოპროექტები, სოფლის მეურნეობა, ტურიზმი).

კულტურა და ხელოვნება - ხელს უწყობს კულტურული იდენტობის შენარჩუნებასა და მრავალფეროვნების წარმოჩენას. ასევე, მასობრივი კულტურული შემოქმედებითობის პოპულარიზაციას და განვითარებას.

მეცნიერება - ქმნის სადისკუსიო სივრცეს ქართული ენის და ზოგადად, განათლების პრობლემატიკის და პერ-

სპექტივების განსახილველად; მიაწვდის მომხმარებელს ინფორმაციას მეცნიერების სხვადასხვა დარგის მიღწევათა შესახებ.

რელიგია - უპირატესობას ანიჭებს საზოგადოებაში განსხვავებულ რელიგიათა შესახებ ცოდნის ამაღლების ხელშეწყობას; პრიორიტეტად განიხილავს რელიგიათა კულტურისა და ისტორიის მიმოხილვას; ხელს უწყობს სამოქალაქო ინტეგრაციის პროცესს უნივერსალურ პრობლემათა აქტუალიზებით.

სოციალური პასუხისმგებლობა და ეთიკა - ხელს უწყობს მოქალაქეობის ინსტიტუტის განვითარებას და უზრუნველყოფს სადისკუსიო სივრცეს ამ მიმართულებით თანამედროვე პრობლემათა და პერსპექტივათა განსახილველად.

ცხოვრების სტილი - ხელს უწყობს ჯანსაღი ცხოვრების სტილის დამკვიდრებას.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივი - დანერგავს საარქივო მასალების გამოყენების ოპტიმალურ სისტემას და განახორციელებს შესაბამის პროგრამულ და ტექნოლოგიურ უზრუნველყოფას;

უზრუნველყოფს საარქივო მასალების ციფრულ მატარებლებზე გადატანის და დაარქივების პროცესის ინტენსიფიკაციას;

განიხილავს არქივს დამატებითი შემოსავლის წყაროდ;

უზრუნველყოფს საარქივო მასალებზე მომხმარებელთა წვდომის გამარტივებული ფორმების შექმნას.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სეზონი და კამპანიები - სეზონურ დაგეგმვას დიდწილად განსაზღვრავს სასწავლო პროცესზე, სამუშაო და საშვებულებო პერიოდებზე დამოკიდებული მომხმარებელთა ქცევა;

კამპანიები იგეგმება მნიშვნელოვან მოვლენათა მიმართებაში შესაბამისი თემატიკისა და ჟანრის პროდუქციის ეთერში სისტემური განთავსების მიზნით.

გადაწყვეტილების მიღების სისტემა - გადაწყვეტილება ეფუძნება ყოველწლიურ საპროგრამო და მომსახურების პოლიტიკას და სამოქმედო გეგმას. იგი ეფუძნება შემდეგ დოკუმენტებსა და ცოდნას: კანონი მაუწყებლის შესახებ; საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტრატეგია; პროგრამული პრიორიტეტები; აუდიტორიის ცოდნა; მარკეტინგული კვლევა; ბიუჯეტი; საკუთარი რესურსების და კომპეტენციების ცოდნა.

გარეპროდუქციის შესყიდვის შესახებ გადაწყვეტილებას ძირითადად განსაზღვრავს კომპეტენცია და რესურსი.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ძირითადი უნარები - საზოგადოების არაარტიკულირებული საჭიროებების ამოკითხვა;

არსებული გამოწვევებისა და მოთხოვნილებების შესაბამისი მოქმედება;

საკუთარი პროდუქციის ხარისხის კონტროლი;

ინოვაციური და ორიგინალური მედია პროდუქციის წარმოება;

პროგრამირება, სეზონისა და კამპანიების დაგეგმვა.

ორგანიზაციული სტრატეგია - მულტიმედიური სისტემის დანერგვა

ზოგადი განსაზღვრება

ძირითადი ღირებულება:

- უპასუხოს მომხმარებელთა ქცევას და მოთხოვნილებებს, მათთვის მისაღები და ხელმისაწვდომი ყველა საშუალებით ნებისმიერ დროსა და ადგილას;
- რესურსების მობილიზებისა და ფინანსების ოპტიმალური და ეფექტიანი ხარჯვა.

უმთავრესი მახასიათებლები:

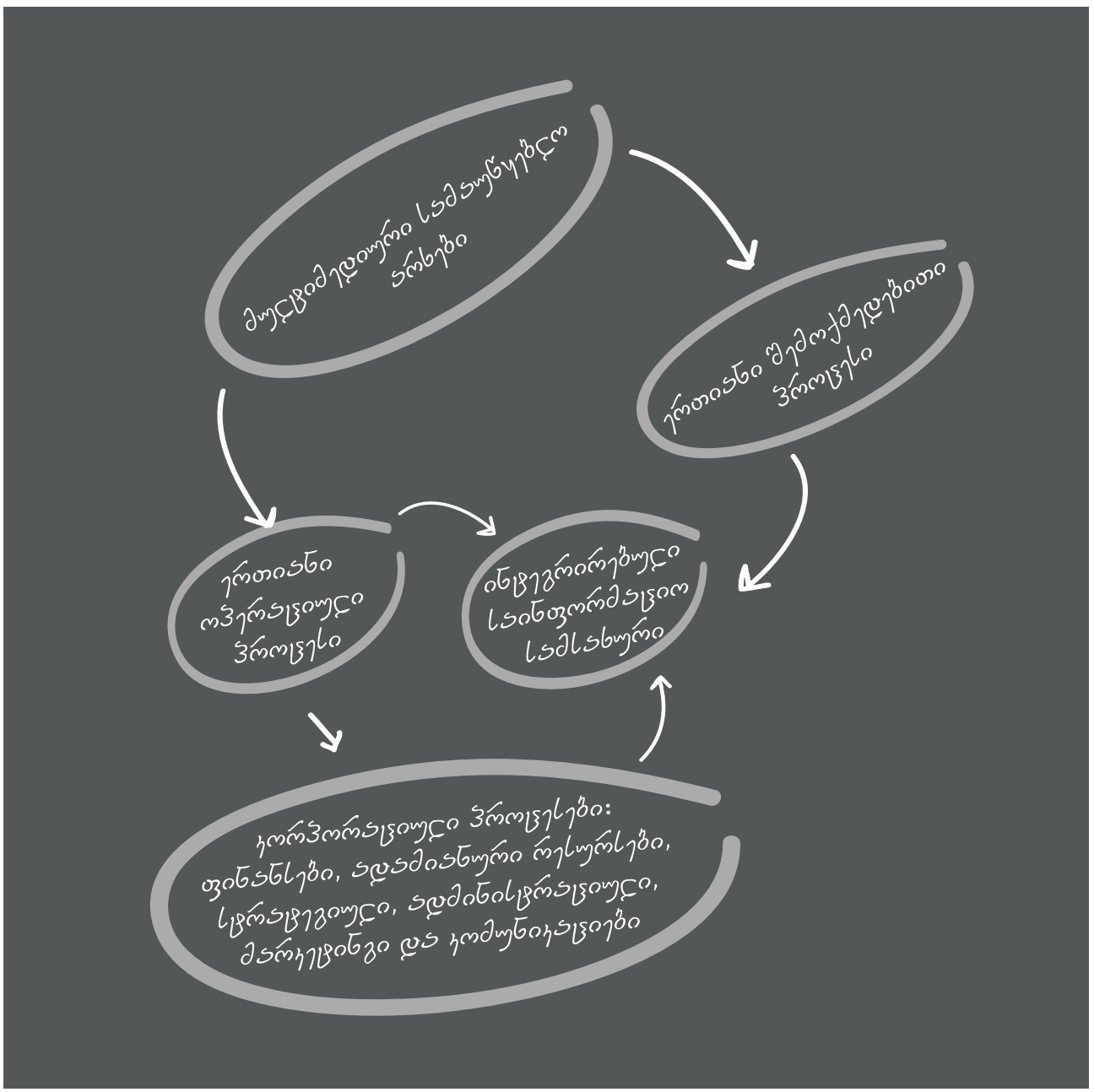
- კონტენტის უწყვეტი და მოთხოვნადი (on Demand) მიღების ფორმების შერწყმა (კონკრეტული პროგრამის ბადის არსებობის პარალელურად მომხმარებელს საშუალება აქვს, სასურველი მედია პროდუქტი მიიღოს სასურველ დროს და სასურველი ფორმით);
- ტექნოლოგიური ხელმისაწვდომობის გაფართოება (ტელევიზია, რადიო, ინტერნეტ ადაპტირებული მოწყობილობები);
- ინტერაქტიულობა - მომხმარებელთან, ასევე, კონტენტის მომწოდებელთან კომუნიკაციის მაღალი ხარისხი და ინტენსივობა;
- მულტიმედიური საწარმოო პროცესი - კორპორატიულობა, სამაუწყებლო ერთეულთა ინტეგრირება და არასასურველი დუბლირების გამორიცხვა.

ძირითადი უნარები და რესურსები:

- გაერთიანებული მენეჯმენტის სისტემის ჩამოყალიბება, რაც გულისხმობს ინტეგრირებულ სეზონურ, კამპანიურ და პროგრამულ დაგეგმვას, პროცესების ინტეგრირებულ მართვას;
- საერთო მულტიმედიური სისტემის უზრუნველყოფისთვის შესაბამისი ტექნოლოგიური აღჭურვა;
- პიროვნული პროფესიული უნარების განვითარება - მენეჯმენტის, სარედაქციო პერსონალის, წარმოებისა და ტექნიკური კადრების გადამზადება მულტიმედიური და მულტიფუნქციური უნარების განვითარებისათვის.

მედია ინტეგრირება ოთხი ძირითადი მიმართულებით ხორციელდება:

- ერთიანი საინფორმაციო სამსახური;
- შემოქმედებითი და ოპერაციული წარმოების პროცესების ინტეგრირება;
- დამხმარე კორპორაციული პროცესები;
- მულტიმედიური სამაუწყებლო არხები.



ინტეგრირებული საინფორმაციო სამსახური

- უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო პოლიტიკის რეალიზებას;
- ემსახურება საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველა სამაუწყებლო ერთეულს.

მუშაობის ძირითადი პრინციპებია:

- მულტიმედიური, მულტიფუნქციური ჟურნალისტიკა;
- მულტიმედიური, ანალიტიკური ჟურნალისტიკა;
- მონომედიური რედაქტირება.

სამსახურის მიმართულებები:

- ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები;
- საზოგადოებრივ - პოლიტიკური მიმართულება;
- საგამოძიებო ჟურნალისტიკა;
- სპორტი.

შემოქმედებითი პროცესი

წარიმართება საზოგადოებრივი მაუწყებლის ძირითადი ჟანრების შემდეგი დაჯგუფებით:

- რეპორტაჟული, დოკუმენტალისტიკა და დრამა;
- მუსიკალური და გასართობი;
- საბავშვო და ახალგაზრდული;
- სპორტული;
- კროსჟანრული;
- შემოქმედებითი პროცესის ინოვაციურობას, ძირითადად, ინოვაციების ლაბორატორია უზრუნველყოფს.

ოპერაციული პროცესი

აერთიანებს:

- წარმოების ტექნოლოგიურ მომსახურებას;
- ვიზუალურ მოწყობას;
- ინფორმაციული კომუნიკაციების ტექნოლოგიას (ICT);
- მაუწყებლობისა და ტრანსლირების ტექნოლოგიას.

დამხმარე კორპორაციული პროცესები

- ფინანსებისა და მატერიალური რესურსების მართვა;
- ადამიანური რესურსების მართვა;
- ეფექტიანი საქმის წარმოება და იურიდიული მომსახურება;
- მარკეტინგი და კომუნიკაციები;
- სტრატეგიის შემუშავება და მისი რეალიზების კონტროლი.

მულტიმედიური სამაუწყებლო პლატფორმები

საზოგადოებრივი მაუწყებელი გეგმავს - სამი სატელევიზიო და სამი რადიო არხით მაუწყებლობას; ინტერნეტ ადაპტირებული მედია რესურსის აქტიურ გამოყენებას ორიგინალური პროდუქციის წარმოებით და მიწოდებით.

ტელევიზია

პირველი არხი - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფლაგმანი - ოპერირებს საერთო მაუწყებლობის პრინციპით. მიზანმიმართულია ფართო აუდიტორიის ინტერესებისა და საჭიროებების დაკმაყოფილებაზე. ძირითადად ყურადღებას ამახვილებს საზოგადოებრივ - პოლიტიკური საკითხების სიღრმისეულ განხილვასა და შემეცნებით პროდუქციაზე, რომელიც იქნება გაჯერებული ხარისხიანი გართობის ელემენტებით. უზრუნველყოფს ახალი ამბების მიწოდებას და ანალიზს.

მეორე არხი - ინეტრაქციული, ცოცხალ რეჟიმში მაუწყებელი არხი. მიზანმიმართულია ფართო აუდიტორიის ინფორმირებაზე, ახალი ამბებისა და სამომხმარებლო ინფორმაციის მიწოდებით. მეორე არხის კონცეფცია, მნიშვნელოვნად ეყრდნობა ახლად გაჩენილი შესაძლებლობების - ინფრასტრუქტურა, პროცესების მართვის სისტემა, ინტელექტუალური რესურსი, ტექნოლოგიები და ტექნიკა - ეფექტიანად გამოყენებას. ეს უზრუნველყოფს ოპერატიული ინფორმაციის მიწოდებასა და მის მყისიერ ანალიზს; ინტერაქციასა და კომუნიკაციას ცოცხალ რეჟიმში; ზოგადად მოქნილ სამაუწყებლო რეჟიმს.

მესამე არხი - ორიენტირებულია, ძირითადად, ახალგაზრდა აუდიტორიისათვის შემეცნებით - გასართობი პროდუქციის შეთავაზებაზე. უზრუნველყოფს მოზარდებისა და ახალგაზრდების ჩართულობას პროდუქციის წარმოებაში და მათთან ინტერაქციას.

რადიო

რადიო ერთი - მიმართულია საზოგადოების ინფორმირებასა და აქტუალური საზოგადოებრივ - პოლიტიკური საკითხების სიღრმისეულ განხილვაზე.

რადიო ორი - უნდა ჩამოყალიბდეს კულტურის არხად, რომელიც მიმართული იქნება როგორც თანამედროვე, ისე კლასიკური და ტრადიციული კულტურის ტრანსლირებაზე.

რადიო სამი - მიმართულია დიდწილად გასართობი კონტენტის ტრანსლირებაზე ახალგაზრდა აუდიტორისათვის. ეთერი, ძირითადად, უნდა დაეთმოს თანამედროვე, ახალგაზრდული ურბანული შემოქმედების ტრანსლირებას.

ინტერნეტ მაუწყებლობა

ინტერნეტ მაუწყებლობის მთავარი ამოცანა არის მომხმარებელზე მორგებული საზოგადოებრივი მაუწყებლის განვითარება. PUBLIC.GE არის მთავარი ჰაბი, საკუთარი ორიგინალური და ექსკლუზიურად ინტერნეტისათვის განკუთვნილი პროდუქციით.

3 მიმდინარე და სამომავლო პროგრამული პრიორიტეტები

საზოგადოებრივ მაუწყებელს, როგორც სამაუწყებლო ინსტიტუციას, კანონი ავალდებულებს: ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე გადასცეს და ყველა მოქალაქისთვის ხელმისაწვდომი გახადოს პროგრამები, რომლებიც მაქსიმალურად ასახავენ საქართველოსა 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 კეთილდღეობის დონის ამაღლებას.

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

საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ „ უფლებას აძლევს და ავალდებულებს სამეურვეო საბჭოს, რომ მან საზოგადოებას საჯარო განხილვისთვის წარუდგინოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტების პროექტი /კანონის შესაბამისი მუხლებია: მე - 16, მე - 20, 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, ქართულ მედიასთან და საზოგადოებრივ მაუწყებელთან დაკავშირებული ალტერნატიული კვლევები, მედიისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სფეროში არსებული საერთაშორისო გამო-

მაუწყებლობის ზოგადი პრინციპები

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს წევრები ამ დოკუმენტისთვის სავალდებულოდ მივიჩნევთ რამდენიმე, საფუძვლადმდებარე პრინციპს, რომელთა დაცვა ერთნაირად მნიშვნელოვანი და სავალდებულოა მაუწყებლის ყველა სტრუქტურული 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, პოლიტიკის დღის წესრიგზე გავლენის მოხდენისკენ მიმართულ მათ მიზანსწრაფვას.

- **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 პოლიტიკურ პარტიებს, არამედ პოლიტიკასთან და პოლიტიკურ საკითხებთან დაკავშირებულ მრავალფეროვან შეხედულებებს: ექსპერტების, სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლების და რიგითი მოქალაქეების პოზიციებს.

- **ხარისხი და სანდოობა**: პროგრამებმა უნდა უპასუხოს მაღალი ხარისხისა და ეთიკური სტანდარტების მოთხოვნებს. ისინი უნდა გამოირჩეოდეს 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 საზოგადოების მანიპულაციას.

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

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

- **დამოუკიდებლობა და მიუკერძოებლობა**: მაუწყებელი პოლიტიკური, კომერციული, იდეოლოგიური და სხვა გავლენისგან თავისუფლად უნდა არჩევდეს და ქმნიდეს პროგრამებს/თემებს, რითაც გარანტირებული იქნება მისი სარედაქციო დამოუკიდებლობა.

■ **ანგარიშვალდებულება**: იმისათვის, რომ თითოეულმა მოქალაქემ მიიღოს მისთვის მნიშვნელოვანი მომსახურება, 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, გემოვნებების 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 საბჭო, რომელიც შეაფასებს მაუწყებლის პროდუქციას და პერიოდულ რეკომენდაციებს მოამზადებს.

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

პროგრამული პრიორიტეტები

მოქალაქეებმა საზოგადოებრივი მაუწყებლისგან უნდა მიიღონ იმ ტიპის ინფორმაცია/გადაცემები, რომლებიც მათ ყველაზე მეტად აინტერესებთ.

სოციოლოგიურმა კვლევამ აჩვენა, რომ საქართველოს მოქალაქეთა დიდი ნაწილი ტელემომხმარებელია.

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

- ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები
- შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება
- გართობა და სპორტი
- სერიალები და საბავშვო გადაცემები

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

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

ვითვალისწინებთ რა ევროპის მაუწყებელთა კავშირის „ხედვა 2020 „ რეკომენდაციებს, მიგვაჩნია: მაუწყებელმა უნდა შეიმუშაოს კროსჟანრული ფორმატები, რომლებიც დაეფუძნება პრინციპს - „პოპულარული გავხადოთ კარგი პროგრამები და გავაუმჯობესოთ პოპულარული პროგრამები „, 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 და მოქალაქეთა გამორჩეული ინტერესი და მოწონება.

ყველა 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 უპირველესად რიგითი მოქალაქის პოზიცია ასახონ, შემდეგ - ხელისუფლების, არასამთავრობო ორგანიზაციათა წარმომადგენლების და ექსპერტების შეხედულებები. მათთვის მნიშვნელოვანია შემეცნებითი, სოციალური, საქართველოს კულტურისა და წარსულის შესახებ 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

დ) რიგითი მოქალაქის პრობლემების ასახვა

ე) საქართველოს განვითარებასთან დაკავშირებული საკითხების ასახვა

ვ) საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების ასახვა

ზ) მნიშვნელოვანი მოვლენების განხილვისას შეფასებათა/პოზიციათა მრავალფეროვნების ასახვა

თ) კონფლიქტურ რეგიონებში მიმდინარე პროცესების ასახვა

ი) საქართველოს რეგიონებში მიმდინარე პროცესების ასახვა

კ) საქართველოს შიდა და საგარეო პოლიტიკასთან დაკავშირებული პროცესების ასახვა

ლ) უცხოეთში მიმდინარე მოვლენების ასახვა

1.2. პოლიტიკურ - ანალიტიკური გადაცემები: მათ მოქალაქეებს საშუალება უნდა მისცენ გაეცნონ და მკაფიო წარმოდგენა შეიქმნან საშინაო და საგარეო პოლიტიკის საკითხებზე: საკანონმდებლო, აღმასრულებელი, სასამართლო ხელისუფლებების, ადგილობრივი თვითმმართველობების მუშაობაზე, ქვეყნის ძირითად ორიენტირებზე და გამოწვევებზე, იმ საერთაშორისო მოვლენებსა და ორგანიზაციებზე, რომლებიც საქართველოში მიმდინარე პროცესებთან კავშირშია ან გავლენას ახდენს მასზე.

- განსაკუთრებული მნიშვნელობა მიენიჭოს შიდა წარმოების ორიგინალურ თოქ - შოუს, რომელიც განთავსდება პრაიმტაიმში და მასზე მიმართული იქნება მნიშვნელოვანი ადამიანური, მატერიალური და ფინანსური რესურსი. თოქ - შოუებმა უნდა ასახოს თემების და შეხედულებების მრავალფეროვნება, რისთვისაც უნდა გაიზარდოს მათში რიგით მოქალაქეთა, სამოქალაქო აქტივისტთა, ექსპერტთა მონაწილეობის მოცულობა და ხარისხი.

- უნდა მომზადდეს სოციალურ პრობლემებთან დაკავშირებული დისკუსია, გენდერული, უმცირესობათა მონაწილეობისა და რეგიონული პრინციპების დაცვით. გადაცემათა თემების შერჩევისას სახელმძღვანელო უნდა იყოს არა სხვა მედია საშუალებების დღის წესრიგი, არამედ, ქვეყნის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი და აქტუალური საკითხები /მაგ. ჯანდაცვა, მიგრაცია და ემიგრანტები, დევნილები, დასაქმება, ეკოლოგია, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები, მიუსაფარი ბავშვები და მოხუცები, ძალადობისა და დისკრიმინაციის მსხვერპლები და სხვა/.

- განისაზღვროს და წარმოდგენილ იქნას 2015-2016 წლების მნიშვნელოვანი მოვლენების /პოლიტიკური, კულტურული, სპორტული/ გაშუქების კამპანიათა გეგმა.

1.3. ჟურნალისტური გამოძიება: განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექ-

ცეს 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 აქტუალურ თემებს გააშუქებს მთელი ქვეყნის მასშტაბით. წელიწადში უნდა მომზადდეს მინიმუმ 12 გადაცემა.

2. შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება

კვლევამ აჩვენა, რომ მაყურებელთა დიდი სეგმენტი /33%/ შემეცნებით, საგანმანათლებლო, საქართველოს კულტურასა და წარსულთან დაკავშირებულ გადაცემებს მოისაკლისებს.

თუ გავითვალისწინებთ ამ პრეფერენციებს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის როლსა და დანიშნულებას, მაუწყებლის ფონო და ვიდეო არქივს, როგორც უნიკალურ კულტურულ მემკვიდრეობას, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება.

ამ მიმართულების უზრუნველსაყოფად საჭიროა:

2.1. ისტორიული, ისტორიულ - პუბლიცისტური გადაცემები: ისინი თემატურად უნდა ასახავდეს საქართველოს წარსულს, ქართულ - ევროპული დიალოგის ისტორიას და ამ პროცესში მონაწილე მოღვაწეთა ამაგს, ბოლშევიზმისა და საბჭოთა წარსულის შეფასებას და სხვა მნიშვნელოვან 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, სოფლის მეურნეობის საკითხებს: დაეხმარება მოქალაქეებს თანამედროვე ეკონომიკაში მიმდინარე პროცესების გააზრებაში, თანამედროვე ბიზნესგარემოს გაცნობაში, 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, რომელშიც ყველაზე ცხადად და ლაკონურად აისახება ქვეყანაში მიმდინარე პროცესები.

2.5. გადაცემები კულტურის შესახებ: ქართული კულტურის სხვადასხვა სფეროს

/კინო, თეატრი, მხატვრობა, მწერლობა, მეცნიერება, მუსიკა/ წარსულის და თანამედროვე ტენდენციების ასახვა. განსაკუთრებული აქცენტი საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ შექმნილ პროდუქციაზე /მაგ. სატელევიზიო თეატრი, რომლის მიერ შექმნილი ტელესპექტაკლები 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.

2.8. ადამიანის უფლებებთან და სამოქალაქო საზოგადოებასთან დაკავ-ირებული საკითხების ასახვა: ადგილობრივი, რეგიონული და საერთაშორისო სამოქალაქო პროცესები, ადამიანის უფლების დაცვასთან დაკავშირებული პრობლემები, სამოქალაქო საზოგადოების განვითარებისთვის მნიშვნელოვანი, თანამედროვე ქართველი ავტორების მხატვრული და დოკუმენტური მასალის ინტეგრირება.

3. გართობა და სპორტი

მაყურებელთა 23.3% - ი 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, ლიტერატურული კონკურსები, ოლიმ-

პიადები/, რომლებიც კულტურული მრავალფეროვნების წარმოჩენას და ქართული კულტურის პოპულარიზაციას უწყობს ხელს.

3.6. უნივერსალურობის პრინციპიდან გამომდინარე, პრაიმტაიმის 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, რადიოდრამა/, რომელიც უპასუხებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვალდებულებებით აღიარებულ საჯარო ფასეულობებს, მიმართული იქნება ქცევის 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 პედაგოგიური და ფსიქოლოგიური სტანდარტებით დამზადებულ პროდუქციას. ამ ჟანრის განვითარებას მაუწყებელი საკუთარ სტრატეგიულ პრიორიტეტად მიიჩნევს.

5. ინტერნეტარხი

ზემოთ მოცემული პრიორიტეტები თანაბრად ეხება მაუწყებლის ტელე, რადიო და ინტერნეტარხებს. თუმცა ინერნეტმომსახურების შესაძლებლობიდან 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 ინტერესთა ჯგუფების ფორმირების, პროდუქტიული თანამშრომლობისა და დიალოგის შესაძლებლობას.

მაუწყებლის მართვა და ფინანსები

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტი უნდა მოხმარდეს პრიორიტეტებით განსაზღვრულ პროექტებს, მაუწყებლის ტექნიკური ბაზის გაუმჯობესებას და ადმინისტრირების ფინანსურ უზრუნველყოფას.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტმა ბიუჯეტის ნაწილი უნდა მოახმაროს ორგანიზაციის ინსტიტუციური მდგრადობის პროგრამის შემუშავებას. სტრატეგიული განვითარების დოკუმენტმა უნდა მოიცვას შემდეგი საკითხები:

- მაუწყებლის ერთეულებზე ბიუჯეტის გადანაწილების კრიტერიუმები და პროპორცია
- მაუწყებლის განვითარების მოკლევადიანი გეგმა
- მაუწყებლის განვითარების გრძელვადიანი გეგმა
- მაუწყებლის ტექნიკური გადაიარაღების 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
- წლიური ბიუჯეტი და ფინანსური ანგარიში სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებული ,,სააღრიცხვო პოლიტიკის სტრუქტურული საფუძვლების „ მიხედვით
- საეთერო წლის დაწყებამდე ორგანიზაციის წლიური სამოქმედო გეგმა

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

4 მიმდინარე და სამომავლო პროგრამათა განრიგი

საზოგადოებრივ მაუწყებელში დაიწყო სისტემური გარდაქმნა. მისი მიზანია, რომ საქართველოს სამაუწყებლო სივრცეში საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა წამყვანი ადგილი დაიმკვიდროს სამაუწყებლო პროდუქციის ხარისხის, მისი სანდოობის, აქტუალობისა და ოპერატიულობის, ასევე ჟურნალისტიკის მაღალი ეთიკური, ესთეტიკური და ინტელექტუალური სტანდარტების დანერგვით.

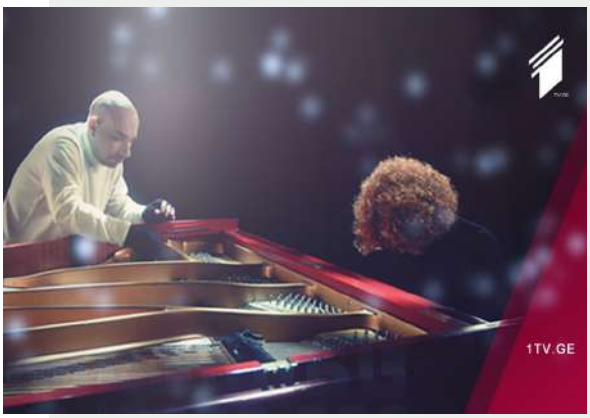
საზოგადოებრივი მაუწყებლის საეთერო ბადე წლის განმავლობაში განიცდიდა გარკვეულ ცვლილებებს, თუმცა არსებითად განახლდა მეოთხე კვარტლიდან (ახალი სატელევიზიო სეზონიდან). დაემატა რამდენიმე ახალი გადაცემა, ხოლო არსებული გადაცემები გავიდა განახლებული ფორმატით.

2015 წლის განმავლობაში საზოგადოებრივი მაუწყებლის საეთერო ბადეს დაემატა 12 ახალი გადაცემა.

ტელეგადაცემები:

„ტრანსმისია" - გადაცემის მთავარი ამოცანაა კულტურულად აუთვისებელ სივრცეებში კრეატიული პროცესების ინიცირებით წაახალისოს მასების შემოქმედებითობა და გააფართოოს მათი წვდომა თანამედროვე ხელოვნების აქტიურ პროცესებზე. სხვადასხვა სოციო - კულტურული ჯგუფებისა და არტისტების აქტიური კომუნიკაციის შედეგად კი გაზარდოს ხელოვნების სამომხმარებლო სივრცე და შექმნას შემოქმედებით - გასართობი პლატფორმა თავისუფალი იმპროვიზაციებისათვის.

„დღე მუზეუმში" - გადაცემა საქართველოს მუზეუმებში განთავსებული განძის, კოლექციების, უნიკალური ექსპონატების შესახებ. ამ უნიკალური მასალების უმეტესობის შესახებ მაყურებელთა უმრავლესობას, ალბათ, არცკი სმენია. გადაცემის სტუმრები ხელოვნებათმცოდნეები, ისტორიკოსები, ფილოლოგები, საზოგადოებისთვის ცნობილი სახეები არიან.



„მუსიკოლოგოსი" - გადაცემა წარმოადგენს პროფესიონალი კომპოზიტორისა და შემსრულებლის შეხედულებების საინტერესო შერწყმას, რომლებიც ხანდახან არ ემთხვევა ერთმანეთს, რაც საინტერესო დისკუსიას იწვევს.

„წიგნების თარო" - ორიგინალური ქართული ტელეთამაშია. პროექტის თემატიკას მხატვრული ლიტერატურა წარმოადგენს და შესაბამისად, გამარჯვებისთვის მთავარი არის წიგნიერება.

„ადამიანი კამერით"

გადაცემა ფოტოგრაფიისა და ვიზუალური არტის შესახებ.

„ბრაუზერი"

შემეცნებით - გასართობი გადაცემაა, რომელიც ინტერნეტ სივრცეში გავრცელებულ ახალ, აქტუალურ, უჩვეულო და საინტერესო ამბებს გაგაცნობთ.

„ხანმოკლე მეოცე საუკუნე" - გადაცემაში საუბარია რევოლუციებზე, ომებზე, აღმოჩენებზე, ადამიანებსა და კულტურაზე, ყველაფერ იმაზე, რამაც საბოლოოდ ერთი მთლიანობა - XX საუკუნე შექმნა.

„ეპოქა"

ფილმები და მიკროფილმები ადამიანების შესახებ, რომლებიც ცხოვრობენ ჩვენს ეპოქაში და თავად ქმნიან ეპოქას კულტურასა და ხელოვნებაში.

„ინტერVIEW"

საზოგადოებრივი მაუწყებლის და რადიო „თავისუფლების" ერთობლივი პროექტი.

„მთავარი" - მაყურებელს სთავაზობს კვალიფიციური ექსპერტებისა და გადაწყვეტილებების მიმღებ პირთა სიღრმისეულ ანალიზს.

რადიოგადაცემები:

„სოფლის დილა „ - გადაცემა „სოფლის დილა „ სოფელში მცხოვრები და სოფლის მეურნეობით დაკავებული ადამიანებისათვის არის განკუთვნილი.

„რა სურთ ქალებს „ - ყოველდღიური, გასართობი, ინტერაქტიული გადაცემა ქალებზე - და არა მარტო...

ფორმატი შეეცვალა 8 გადაცემას:

„დილა პირველზე „ - წარმოადგენს იმ სასარგებლო მედიასივრცეს, რომელშიც მაყურებელს, მუდმივი ინტერაქციის რეჟიმში, შეუძლია დასვას მისთვის საჭირო და აქტუალური შეკითხვა, ყველა ყოფითი მიმართულებით, მიიღოს კომპეტენტური პასუხი, სასარგებლო რჩევა, განეწყოს პოზიტიურად და იმედიანად დაიწყოს ახალი დღე.

„პირადი ექიმი მარი მალაზონია „ - თოქ - შოუ საზოგადოებაში ჯანსაღი ცხოვრების წესის დამკვიდრებას ემსახურება. მაყურებელი გადაცემაში შეხვდება საქართველოში და უცხოეთში მოღვაწე საუკეთესო ექიმებს, მოისმენს ყველაზე მარტივ, საქირო, ხელმისაწვდომ, პრაქტიკულ რჩევებს; ისწავლის ვარჯიშს და კვებას „შუქნიშნის" პრინციპით, სხვადასხვა დაავადების შესაბამისად.

ოქტომბრიდან „კომუნიკატორი „ გადაკეთდა გადაცემად „ღამის კომუნიკატორი" და საეთერო ბადეში განთავსებულია 00:00 საათზე.

„ღამის კომუნიკატორი" არის ინტერნეტში ინტეგრირებული ყოველდღიური სატელევიზიო ინტერაქტიული თოქ -

ასევე ოქტომბრიდან გადაცემა „რეალური სივრცე „ გახდა ყოველდღიური ფორმატის, დაემატა 2 ახალი წამყვანი - გიორგი ახმეტელი და ლევან ბუთხუზი.

ეს არის ახალი სივრცე, რომელშიც ყველა სხვა თოქ - შოუსგან განსხვავებით, ცენტრალური ფიგურა ადამიანია თავისი რთული ისტორიით, პრობლემითა და დილემით.

ფორმატი შეეცვალა გადაცემას „ფერმა „, დაემატა სიუჟეტი, სამომხმარებლო რჩევების ბლოკი და შეიცვალა წამყვანი.

გადაცემა მაყურებელს აწვდის საქირო და სასარგებლო ინფორმაციას სოფლის მეურნეობის ყველა დარგის შესახებ.

საგანმანათლებლო შემეცნებით მიმართულებაში გადაცემას „შეხვედრები მწერალთა სახლში „ შეეცვალა სახელი და დაერქვა „კალენდარი „.

გადაცემის მიზანია წარმოაჩინოს ქართულ საზოგადოებაში არსებული აზრთა მრავალფეროვნება, ქვეყანაში მიმდინარე საზოგადოებრივ და პოლიტიკურ მოვლენებთან დაკავშირებით.

სპორტულ მიმართულებაში გადაცემას „არენა „ შეეცვალა სახელი და ეწოდა „სპორტი გიორგი ზურაბიშვილთან ერთად „.

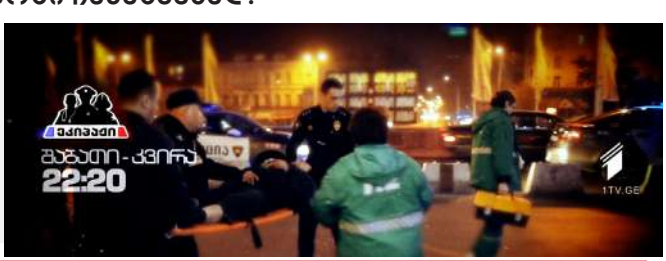
სპორტული კვირის შეჯამება, ყველაზე მნიშვნელოვანი მოვლენები ქართულ და მსოფლიო სპორტში.

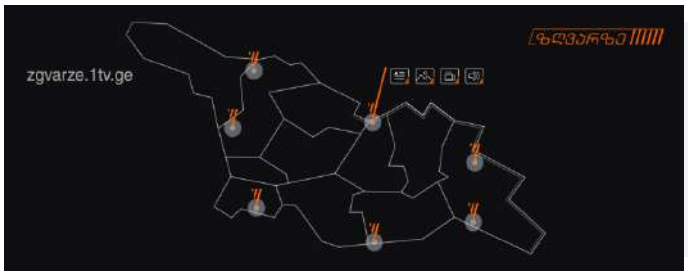
რადიოგადაცემა:

რადიოპროგრამის „დილის პიკის საათის „ (დილის შემეცნებით - გასართობი პროგრამა) ფორმატი შეიცვალა. წამყვანთა ერთი წყვილი ჩანაცვლდა ორი წყვილით. ცვლილება წარმატებული აღმოჩნდა და ახალმა წყვილებმა აუდიტორიის სიმპათია მალე მოიპოვეს.

მიმდინარეობს მზადება 8 პროექტის ეთერში ჩასაშვებად:

„ეკიპაჟი" (ტელეფილმების სტუდია) - გადაცემა „ეკიპაჟი" არის, ინტერნეტში ინტეგრირებული, სატელევიზიო შემეცნებით - დოკუმენტური რეალითი.





„ზღვარზე"

(ტელეფილმების სტუდია) - ცხოვრება საზღვარსა და საოკუპაციო

„ცხოვრება ციფრებში"

ფაქტები და სტატისტიკა ეკონომიკის სხვადასხვა სფეროებიდან.

„ვექტორი"

საზოგადოებრივ - პოლიტიკური თოქ - შოუ საქართველოს ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციის პერსპექტივებზე.

„მოამბე - კვირას, ვასილ ივანოვ - ჩიქოვანთან ერთად"

დღის და კვირის ახალი, მთავარი ამბები.

რადიოგადაცემები:

„რადიობლოგერი" (საზოგადოებრივი რადიო 1) - გადაცემა პირდაპირ თუ ირიბად, ქვეყანაში, საზოგადოებაში მიმდინარე პროცესების ანარეკლია ბლოგებად, რომელიც ცხელ კვალზე ეხმიანება ყველა სიახლეს.

„ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები" (საზოგადოებრივი რადიო 1) - ყოფითი ისტორიები საზოგადოებისთვის ნაკლებად ცნობილი, მაგრამ საინტერესო პიროვნებების ცხოვრებიდან.

„ჩვენი საქართველო" (საზოგადოებრივი რადიო 1) - გადაცემა ეხება საქართველოს ეთნიკურ და რელიგიურ მრავალფეროვნებას.

ასევე საზოგადოებრივი მაუწყებლის საეთერო ბადეში განთავსებულია შემდეგი მიმდინარე გადაცემები:

„ტელებლოგი" - ავტორები საზოგადოებრივი ცხოვრების აქტუალურ თემებზე სატელევიზიო ფილმებს ამზადებენ.

გადაცემა უზრუნველყოფს ინფორმაციით და ანალიზით დაინტერესებული აუდიტორიის შენარჩუნებას და მოზიდვას. რჩება ტელევიზორებთან.

„რეალური სივრცე" - ერთგვარად აჯამებს კვირას, შაბათ - კვირას გათვალისწინებულია უფრო ნიშური პროდუქტები. სამუშაო კვირის ბოლოს არხი მაყურებელს სთავაზობს მოვლენების ანალიზის ლოგიკურ დასასრულს. აუდიტორია მოიცავს როგორც ქალაქის, ასევე რეგიონის მოსახლეობას, გასართობი გადაცემებით დაინტერესებული ნაწილის გარდა.

„სიტყვების თამაში" - პრაიმტაიმში იმატებს აუდიტორია და იგი უფრო მრავალფეროვანი ხდება, ანუ იზრდება ყველა სეგმენტი, რომელიც პიკს 20 საათიდან 23 საათამდე აღწევს. რაოდენობრივი კვლევის მიხედვით, ამ ტიპის გადაცემა აინტერესებს: გართობის სეგმენტს, შემეცნებითი გადაცემების მოყვარულებს და სერიალების მოყვარულებს.

„გურმანია" - გასართობ - შემეცნებითი გადაცემაა კულინარიაზე. ორ წამყვანზე გადანაწილებულია სხვადასხვა თემატიკის მქონე ეპიზოდები (დესერტები, სოუსები, ხორცი და ა.შ) გადაცემაში მომზადებული კერძების რეცეპტურა მორგებულია თემებს, სადაც წამყვანები, როგორც პროფესიონალი მზარეულები, აძლევენ რჩევებს, ატარებენ მასტერკლასებს, ექსპერიმენტებს, მაყურებელს აცნობენ ტრადიციულ, ძველ და უახლეს ქართულ და მსოფლიო კულინარიას.

„წითელი ზონა" - „რადიო თავისუფლების" და საზოგადოებრივი მაუწყებლის ერთობლივი პროექტია, რომელიც მიზნად ისახავს საქართველოს უახლესი წარსულის ანალიზს, მის კულტურულ ჭრილში გააზრებას და შეისწავლის ტოტალიტარული სისტემების გავლენას ჩვენს თანამედროვეობასა და კულტურაზე.

„ეკონომეტრი" - განსაზღვრულია ეკონომიკის და ბიზნესის სიახლეებით დაინტერესებული საზოგადოებისთვის. მიმოიხილავს ეკონომიკის სიახლეებს და მიმდინარე პროცესების ეკონომიკურ ანალიზს აწვდის აუდიტორიას. გადაცემის მიზნებიდან გამომდინარე, „ეკონომეტრის „ სლოგანია - „სასარგებლო და დროული ინფორმაცია „, რაც გადაცემის ფორმატში აისახება ადგილობრივი და საერთაშორისო ახალი ამბების მომზადებასა და მაყურებლისათვის შესაბამისი ფორმით მიწოდებაში.

„უცნობი მუსიკა" - შემეცნებით - გასართობი პროექტი, რომელიც იქმნება მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში შექმნილ მუსიკაზე, დაწყებული იაპონიიდან, დასრულებული აფრიკის ქვეყნებით; გადაცემის წამყვანები ხშირად გვთავაზობენ „ძნელად მოსასმენ" მუსიკას, რომლის ფესვებიც ღრმადაა გადგმული სხვადასხვა მუსიკალურ ჟანრებში.

„ქართული დოკუმენტალისტიკა" - მთლიანად ეთმობა საზოგადოებრივ - პოლიტიკური და შემეცნებითი გადაცემების მოყვარულებს.

„გამომძიებელი რეპორტიორი"

(მე - 2 არხის პროდუქტი) - საზოგადოებრივ - პოლიტიკური გადაცემების მოყვარულთათვის. მიზანია საზოგადოებრივ - პოლიტიკური ცხოვრების დაფარული ფაქტებისა და მხარეების ძიება და გამოვლენა. გამოძიების თემები შეირჩევა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მაყურებელთა წერილების მიხედვით.

მოამბე

საინფორმაციო გამოშვება აზერბაიჯანულ, აფხაზურ, ოსურ, რუსულ და სომხურ ენებზე

პრემიუმ კლასის სერიალები და კონცერტები

მეორე არხი:

- ჩვენი პარლამენტი
- ეპიცენტრი
- ნამდვილი დრო
- არგუმენტების დრო
- გამომძიებელი რეპორტიორი
- აფხაზეთი
- სუპერ ეგო
- პოლიტალტერნატივა
- თავისუფალი ტრიბუნა
- უნივერსიტეტი

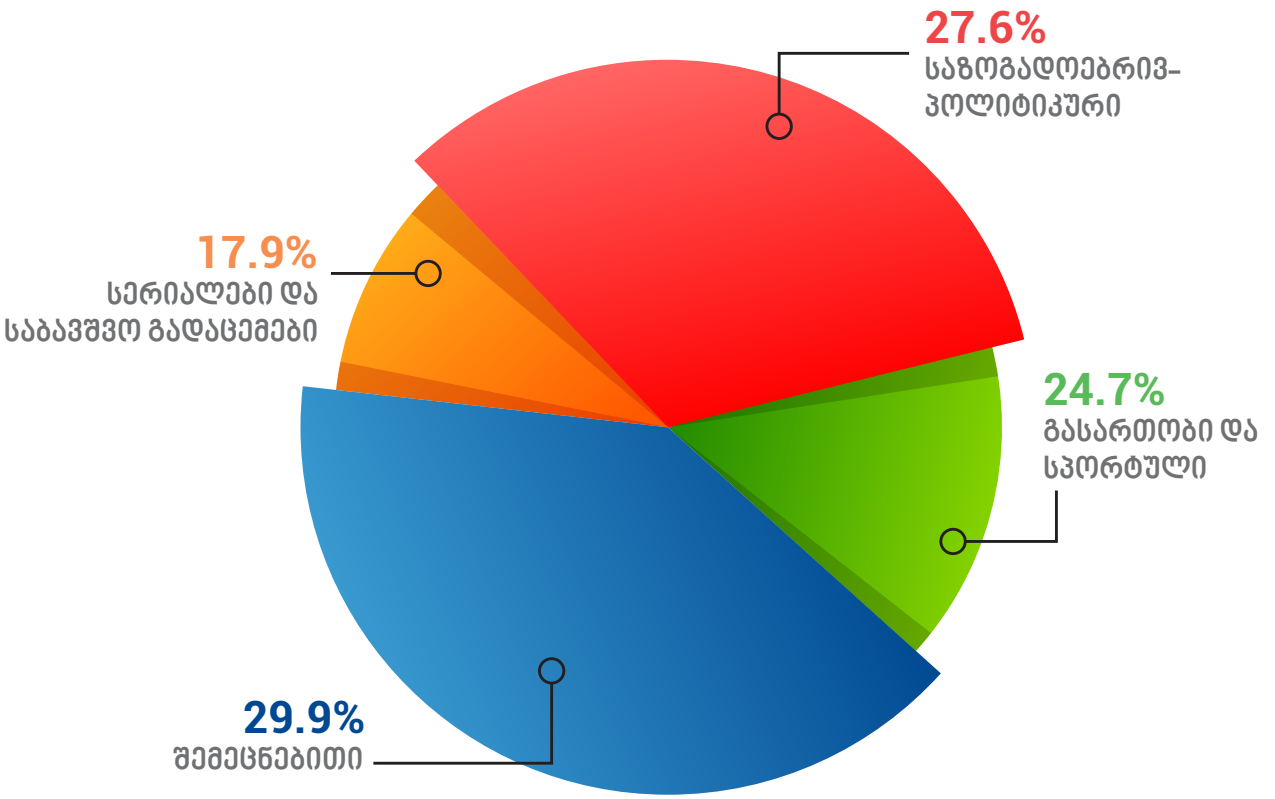
რადიოგადაცემები:

- განსხვავებული აზრი
- მიგრაციის მარშრუტები
- (დილის) პიკის საათი
- ხაზის რადიო
- შაბათ - კვირა რადიო 1 - ზე
- ბახიდან ოფენბახამდე
- გალერეა
- ერთი სიმღერის ისტორია
- ვარიაციები მუსიკალურ თემაზე
- თავისუფალი ლიტერატურა
- თანამედროვე მუსიკა
- თეატრალური ანტრაქტი
- თეატრალური ნოსტალგია
- თეატრალური შეხვედრები
- ინტერმედია
- კინოფილმი უეკრანოდ
- კლასიკა ღამით
- კლასიკის საათი
- კოლექცია
- მუსიკალური შეხვედრები
- მხოლოდ ოპერა
- პუბლიცისტური მემკვიდრეობა
- რადიოანშლაგი
- რაც მეხსიერებას შემოჩა
- რეტრო
- უცნობი მუსიკა
- ქართული მუსიკის ასი წელი
- ჩაკრულო
- ცხოვრება ხელოვნებაში
- ხალხური მუსიკა
- დო რე მი
- იყო და არა იყო რა

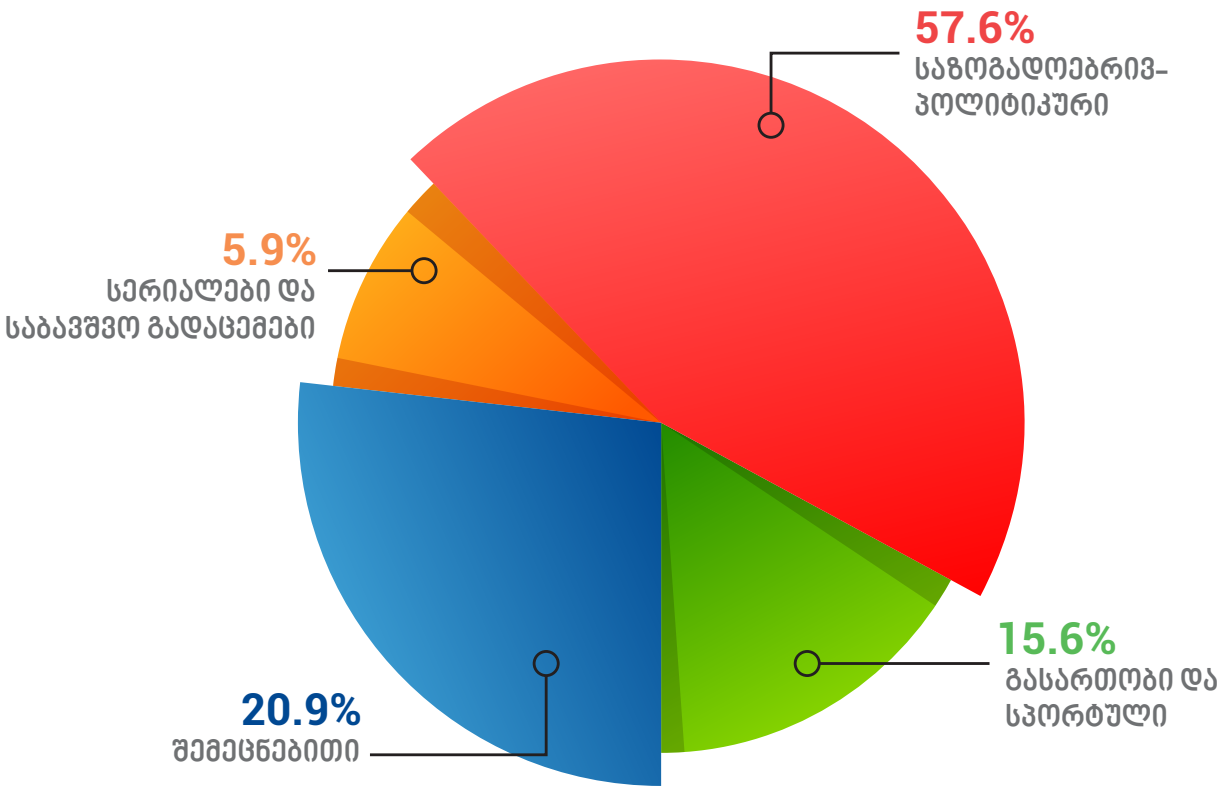
- აკადემიური სივრცე
- აქცენტები ისტორიაში
- „ვეფხისტყაოსნის” ეპოქა
- თქვენი უფლებები
- ინგლისურის გაკვეთილები
- ისტორია ექსპონატებში
- მშობელთა სკოლა
- ოჯახის ექიმი
- ფერთამეტყველება
- ფერმერის საათი
- შტრიხ - კოდი
- ხელნაწერები
- სპორტული ესტაფეტა
- რადიოთეატრი
- ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები
- ერთად ევროპისკენ
- ჩვენი საქართველო
- სოფლის დილა
- რადიობლოგერი

2015 წლის გადაცემები კლასტერების მიხედვით

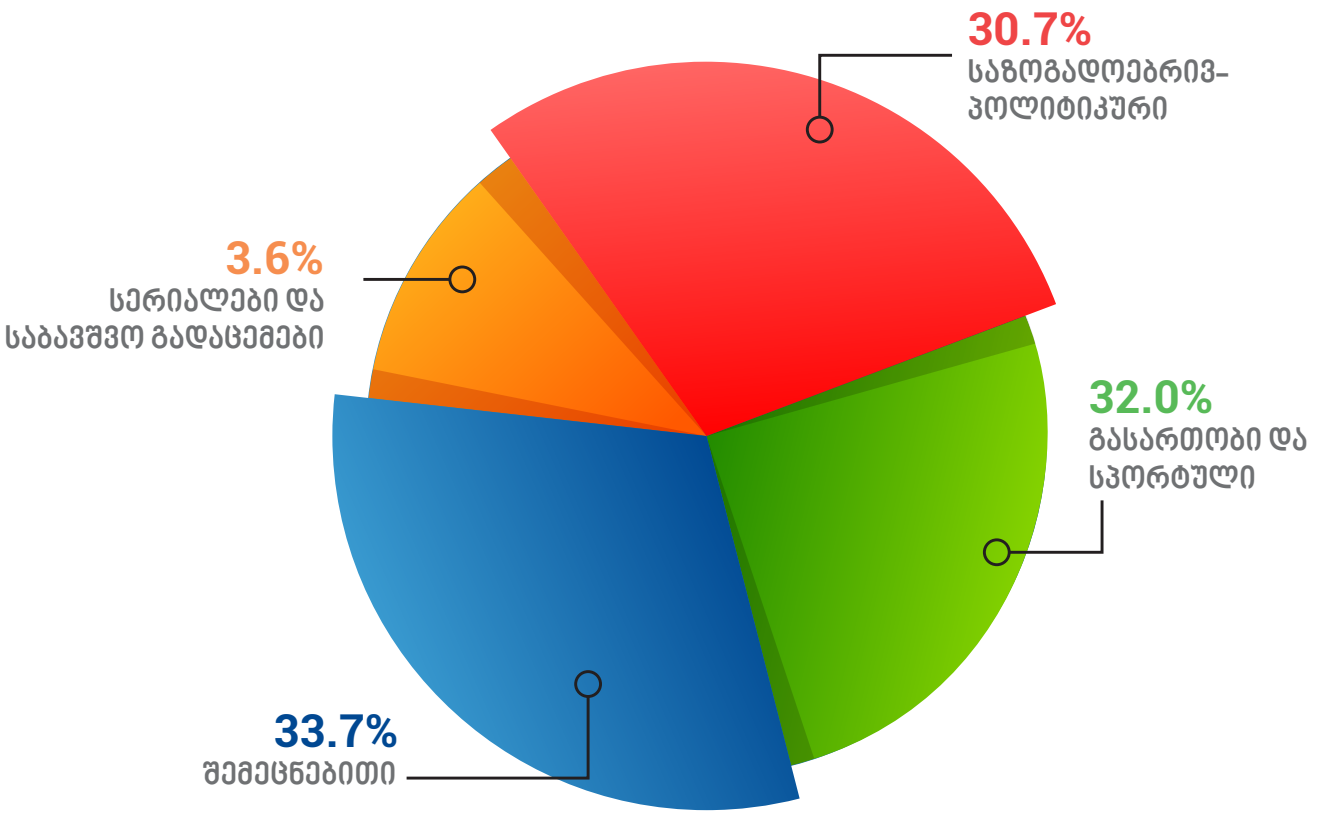
პირველი არხი



მეორე არხი


57.6%
საზოგადოებრივ-
პოლიტიკური
5.9%
სერიალები და
საბავშვო გადაცემები
15.6%
გასართობი და
სპორტული
20.9%
შემეცნებითი

რადიო ერთი



სსიპ ,,საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებულ გადაცემათა შესახებ ვრცელი ინფორმაცია იხილეთ თანდართულ დოკუმენტში (იხ. დანართი 1).

5 საზოგადოებრივი აზრისა და სამაუწყებლო ბაზრის კვლევის შედეგები

1. ყოველდღიურ რეჟიმში მიმდინარეობს სატელევიზიო ბაზრის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის და სხვა ტელეარხების გადაცემების მონიტორინგი და ანალიზი. მონიტორინგი ხორციელდება „people meters" - ების საშუალებით. მზადდება სარეიტინგო მასალა ტელეგადაცემების დინამიკის შესასწავლად, ანალიზდება სატელევიზიო აუდიტორიის ქცევა, მიღებული მონაცემები ყოველდღიურად ეგზავნება არხის ხელმძღვანელობას.

2. გადაცემების პროდიუსერებს, ყოველდღიურად, თითოეული გადაცემის ეთერში გასვლის შემდეგ ეგზავნებათ სარეიტინგო მონაცემები: გადაცემების აუდიტორიის განაწილება 5 წუთიანი დროითი სეგმენტების და მიზნობრივი ჯგუფების მიხედვით.

3. ყოველთვიურად მზადდება გადაცემების სარეიტინგო მონაცემები და ეგზავნება ფინანსურ დეპარტამენტს.

4. ევროპის მაუწყებელთა კავშირის წევრობა გვავალდებულებს ყველა საერთაშორისო პროექტის ჩვენების შემდეგ გავგზავნოთ სარეიტინგო მონაცემები, შესაბამისად, ყველა საერთაშორისო პროექტზე (სპორტული ღონისძიებები, კონცერტები) სისტემატურად მზადდება ანგარიშები და ეგზავნებათ საერთაშორისო ორგანიზაციებს.

5. ევროპის მაუწყებელთა კავშირის მოთხოვნით, მომზადდა ანგარიში ქართული სატელევიზიო აუდიტორიის შესახებ, აუდიტორიის ცალკეული კატეგორიების, სატელევიზიო არხების და სხვა პარამეტრების მიხედვით.

6. გადაიხედა და გადახარისხდა ჩვენს საკუთრებაში არსებული მხ. ფილმების და სერიალების ბაზა და სავარაუდო მიზნობრივი ჯფუფების ქცევიდან გამომდინარე დაიგეგმა მათი ეთერში გადანაწილების სტრატეგია.

7. ევროპის მაუწყებელთა კავშირის მოთხოვნით, მომზადდა ანგარიში ქართული სატელევიზიო აუდიტორიის შესახებ, აუდიტორიის ცალკეული კატეგორიების, სატელევიზიო არხების და სხვა პარამეტრების მიხედვით.

8. საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეთვალყურეო საბჭოს დაკვეთით, კომპანია „ეი - სი - თიმ" საქართველოს მასშტაბით ჩაატარა კვლევა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ საქართველოს მოსახლეობის დამოკიდებულების შესწავლის მიზნით. კვლევის მონაცემთა ანალიზის საფუძველზე მომზადდა სატელევიზიო აუდიტორიის სეგმენტაცია. იმავე კვლევის საფუძველზე მომზადდა პრეზენტაცია საინფორმაციო პროგრამებისთვის, მათთვის საინტერესო და საყურადღებო

თემების ირგვლივ.

9. რაოდენობრივი კვლევის მონაცემთა ბაზაზე მომზადდა სტატისტიკური ანალიზი, გამოვყავით სამომხმარებლო სეგმენტები და მოხდა მათი დახასიათება დემოგრაფიული მონაცემების, პროგრამული პრიორიტეტების და ცხოვრების სტილის მიხედვით.

10. ჩატარდა გადაცემების - „კომუნიკატორი „, „დილა პირველზე „, „მოამბე „ (ცალ–ცალკე) თვისობრივი კვლევა, ჯგუფური დისკუსიის, ფოკუსჯგუფის მეთოდით. კვლევა ჩატარდა წინასწარ შემუშავებული სახელმძღვანელო გაიდის საფუძველზე.

მაყურებლის პროფილები

ჯგუფი 1: საზოგადოებრივ პოლიტიკური გადაცემების მოყვარულები (23.1%);

ჯგუფი 2: შემეცნებითი გადაცემების მოყვარულები (24.5%);

ჯგუფი 3: გასართობი და სპორტული გადაცემების მოყვარულები (23.3%);

ჯგუფი 4: სერიალებისა და საბავშვო გადაცემების მოყვარულები (29.1%).

ჯგუფი 1: საზოგადოებრივ – პოლიტიკური გადაცემების მოყვარულები

ამ კლასტერში გაერთიანდნენ ადამიანები, ვისაც მოსწონთ პოლიტიკურ - ანალიტიკური გადაცემები, თოქ - შოუები, გადაცემები ეკონომიკასა და ბიზნესზე, საინფორმაციო გადაცემები, ასევე ჟურნალისტური გამოძიება, სულ რესპონდენტთა 23.1%. ამ კლასტერში უფრო მამრობითი სქესის წარმომადგენლები არიან (62.1%), ყველაზე დიდია 65 წელს გადაცილებული ადამიანების (25.0%) წილი, შემდეგ კი 45 - 54 წლის (20.0%). ჭარბობენ სოფლის მაცხოვრებლები (45.1%), უმაღლესი (36.0%) და საშუალო (35.7%) განათლების მქონე პირები. მათმა უმრავლესობამ 2 ენა იცის (54.2%), ნაკლებად იყენებს კომპიუტერს (57.0%). რელიგია, სხვა ჯგუფებთან შედარებით მათთვის ყველაზე ნაკლებად არის მნიშვნელოვანი (17.3%).

ტელევიზორს ეს ჯგუფი უფრო საღამოს 6 საათიდან (37.9%) ღამის 12 საათამდე უყურებს (26.8%).

დიდია ამ ჯგუფის ინტერესი ახალი ამბების მიმართ. 67.7% - ს სურს, რომ ახალ ამბებში მოცემული დროისათვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია იყოს განხილული. წარმოდგენილი იყოს სხვადასხვა მხარის დამოკიდებულება მოვლენის მიმართ (58.6%), მოვლენები გაშუქდეს უმოკლეს დროში (62.7%) და ინფორმაცია იყოს გადამოწმებული (76.3%).

მათ, ასევე, სხვა ჯგუფებზე მეტად აინტერესებთ მოვლენების განხილვა რიგითი მოქალაქის (66.6%), ასევე ხელისუფლების პოზიციიდან (34.8%), დაპირისპირებული

ძალების (31.0%), ბიზნესის წარმომადგენლების პოზიციიდან (28.5%), ჟურნალისტების (31.0%), არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და ექსპერტების თვალთახედვიდან (35.4%).

ამ გჯუფის წარმომადგენლები საქართველოს არხებზე განიცდიან შემეცნებითი (30.7%), სოციალური (22.3%), საქართველოს კულტურასა და წარსულზე (21.6%) გადაცემებისა და ახალი ამბების (19.3%) დეფიციტს.

მათ სხვა ჯგუფებზე უფრო მეტად აინტერესებთ პოლიტიკური პარტიების პოზიციების გაგება: ბლოკი ქართული ოცნების (13.8%), ნაციონალური მოძრაობის (7.5%), სხვა პარტიების (6.7%) პოზიციის, ასევე არასამთავრობო ორგანიზაციების (10.0%), ექსპერტების (14.7%), რიგითი მოქალაქეების (38.3%) პოზიციის გაგება.

საზოგადოებრივ მაუწყებელზე არხის დამატების შემთხვევაში ამ ჯგუფის წევრები უპირატესობას შემეცნებით (37.3%) და სპორტულ (18.9%) არხს ანიჭებენ.

სხვა ჯგუფებთან შედარებით ამ ჯგუფის წევრები ყველაზე მეტად უყურებენ საზოგადოებრივი მაუწყებლის „მოამბეს" (58.4%), მაგრამ, ასევე, უყურებენ, „იმედის „ (83.7%), „რუსთავი 2" - ის (84.9%), აჭარის ტელევიზიის (14.3%) ახალ ამბებს.

მათ სხვებზე მეტად აინტერესებთ ახალ ამბებში ყველგან მიმდინარე მოვლენები: საქართველოში (93.3%), აზერბაიჯანში (17.8%), სომხეთში (18.0%), თურქეთში (18.0%), რუსეთში (32.8%), უკრაინაში (38.3%), ყოფილ საბჭოთა კავშირში (18.3%), დასავლეთში (20.0%), აზიასა და აფრიკაში (14.8%).

ამ ჯგუფის წევრები ავლენენ ევროინტეგრაციისაკენ სწრაფვის ყველაზე მაღალ დონეს (67.6%) და არიან ყველაზე ნაკლებ რელიგიური (17.3%). 23.8% - მა სამი ან მეტი ენა იცის.

ჯგუფი 2: შემეცნებითი გადაცემების მოყვარულები

ამ ჯგუფში რესპონდენტთა 24.5% - ია გაერთიანებული. ეს უფრო 35 - 44 წლის (20.7%) ქალები (64.1%) არიან, რომლებიც უმეტესად თბილისში (39.1%) ცხოვრობენ. მასში ყველაზე მაღალია უმაღლესი განათლების მქონეთა წილი (40%), 34.6% - მა სამი ან მეტი ენა იცის. მათი დიდი ნაწილი ხშირად იყენებს კომპიუტერს (42.3%).

ტელევიზორს ძირითადად უყურებენ 6 საათიდან (30.5%) ღამის 2 საათამდე (24.0%).

საინფორმაციო გადაცემებში ისინი განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევენ მნიშვნელოვანი მოვლენების განხილვას (59.7%), ყველა მხარის პოზიციის (51.6%) წარმოდგენას, ინფორმაციის ოპერატიულად მიწოდებას (60.2%) და სიმართლის ასახვას (72.1%).

ამ ჯგუფის წევრებს აინტერესებთ გაიგონ რიგითი მოქალაქის პოზიცია (59.9%).

სხვა ჯგუფებთან შედარებით მათი უფრო დიდი ნაწილი უყურებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის II არხს (2.7%), მაესტროს (26.6%) და ერთსულოვნებას (12.7%).

ისინი ყველაზე მეტად განიცდიან შემდეგი ტიპის გადაცემების სიმცირეს: შემეცნებითი (45.1%), რელიგიური (22.9%), კინოფილმები (20.9%), გასართობი გადაცემები და კონკურსები (20.6%) და დოკუმენტური ფილმები (19.6%).

ამ ჯგუფის წევრებს სხვებზე ნაკლებად აინტერესებთ, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემებში ასახული იყოს ბლოკი ქართული ოცნების პოზიცია (ეს სურს მხოლოდ 5.2% - ს), ასევე ნაციონალური მოძრაობის (2.7%) და სხვადასხვა პარტიების (2.2%) პოზიცია.

არხის დამატების შემთხვევაში სურთ, რომ ეს არხი იყოს შემეცნებითი (46.3%), ეხებოდეს კულტურას (23.3%), იყოს რელიგიური (23.2%), გასართობი (19.1%) ან საბავშვო (16.5%).

ახალ ამბებს უფრო მეტად უყურებენ რუსთავი 2 - ზე (76.2%), იმედზე (75.5%), საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველ არხსა (49.5%) და მაესტროზე (37.5%). სხვა ჯგუფებზე უფრო მეტად კავკასიის (10.3%) და TV3 - ის ახალ ამბებს (5.8%).

ახალ ამბებში აინტერესებთ საქართველოში მიმდინარე მოვლენების (85.4%). სხვებზე ნაკლებად აინტერესებთ თურქეთში (6.9%), ყოფილ საბჭოთა კავშირში (9.9%), აზიისა და აფრიკაში მიმდინარე მოვლენები (6.9%).

ეს ჯგუფი სხვებთან შედარებით ყველაზე რელიგიურია (29.0%).

ჯგუფი 3: გასართობი გადაცემებისა და სპორტის მოყვარულები

ეს ჯგუფი წარმოადგენს მაყურებელთა 23.3% - ს. ოთხი ჯგუფიდან მასში ყველაზე დიდია მამაკაცების წილი (68.3%). ჯგუფში უმრავლესობას ახალგაზრდები, 16 - 24 წლის პირები (37.8%) წარმოადგენენ. მათი უფრო დიდი ნაწილი (37.4%) არის სოფლის მაცხოვრებელი, თუმცა თბილისში ასევე დიდი ნაწილი (34.9%) ცხოვრობს. განათლების მხრივ, აშკარად ჭარბობენ საშუალო განათლების მქონე ადამიანები (41.7%). ეს ჯგუფი გამოირჩევა ენების ცოდნით, (37.9% - მა იცის სამი ან მეტი ენა) და კომპიუტერის მოხმარებით (58.8%). ტელევიზორის ყურებას ეს ჯგუფი აქტიურად საღამოს 7 საათზე იწყებს (44.1%) და ყველაზე გვიან ამთავრებს. დილის 2 საათამდე ტელევიზორთან 22.6% - ია.

ამ ჯგუფს პირველ ორ ჯგუფზე ბევრად უფრო ნაკლებად აინტერესებს ახალი ამბები. შედარებით მეტად აინტერესებს მოვლენების განხილვა დაპირისპირებული პოლიტიკური ძალების (23.3%), ბიზნესის წარმომადგენლების (23.1%), ჟურნალისტების (26.4%), არასამთავრობო ორგანიზაციების (33.1%) თვალთახედვიდან.

ამ ჯგუფის წარმომადგენლები ყველა სხვა ჯგუფზე მეტად უყურებენ კომედი

არხს (22.8%), GDS - ს (17.0%), რუსულ (18.4%) და უცხოურ არხებს (5.5%).

ისინი მიუთითებენ შემდეგი გადაცემების დეფიციტზე: შემეცნებითი (33.3%), კინოფილმები (31.1%) გადაცემები საქართველოს კულტურასა და ისტორიაზე (22.7%).

საზოგადოებრივ მაუწყებელზე მათ პირველი ჯგუფის შემდეგ ყველაზე მეტად აინტერესებთ არასამთავრობო ორგანიზაციების პოზიციების (7.4%) და ექსპერტების (12.6%) პოზიციის ასახვა.

მათ სურთ, რომ ახალი არხი იყოს შემეცნებითი (38.4%), სპორტული (31.1%) ან გასართობი (28.7%).

მათ სხვებზე ნაკლებად აინტერესებთ რუსეთში მიმდინარე მოვლენები (18.5%).

მათთან ყველაზე მაღალია თვითეფექტურობის განცდა (20.2%), საკმაოდ მაღალია ევროინტეგრაციისკენ მისწრაფება (67.3%).

ჯგუფი 4: სერიალებისა და საბავშვო გადაცემების მოყვარულები

ეს ყველაზე მრავალრიცხოვანი ჯგუფია და მასში გამოკითხულთა 29.1% - ია გაერთიანებული. იგი ძირითადად 25 - 34 წლის (20.9%) ქალებისგან (73.55%) შედგება. მასში სოფლის მაცხოვრებლების ყველაზე დიდი წილია (54.4%). სხვა ჯგუფებთან შედარებით, მათ შორის ყველაზე მეტს აქვს საშუალო (41.7%) და შესაბამისად, ყველაზე ცოტას (23.1%) უმაღლესი განათლება. ეს ჯგუფი ყველაზე ნაკლებად (28.7%) იყენებს კომპიუტერს.

ტელევიზორის ყურებას ამ ჯგუფის წევრები აქტიურად სხვებზე ადრე იწყებენ. მას დღის 2 საათიდან საღამოს 11 საათამდე 20.1% უყურებს. ისინი მაყურებელთა ყველაზე დიდ ჯგუფს წარმოადგენენ.

ამ ჯგუფის წევრებს ფაქტობრივად ყველაზე ნაკლებად აინტერესებთ ახალი ამბები და საზოგადოებაში მიმდინარე მოვლენები.

ეს ჯგუფი მხოლოდ გართობისა და სპორტული გადაცემების მოყვარულებს ჩამოუვარდება კომედი არხის ყურებაში, მას 17.5% უყურებს. სხვებთან შედარებით ეს ჯგუფი ყველაზე ნაკლებად უყურებს ერთსულოვნებას (4.1%) და GDS - ს (5.8%).

ჯგუფის წევრები მიუთითებენ შემდეგი ტიპის გადაცემების დეფიციტზე: შემეცნებითი (26.3%), კინოფილმები (23.8%), გასართობი გადაცემები და კონკურსები (19.0%).

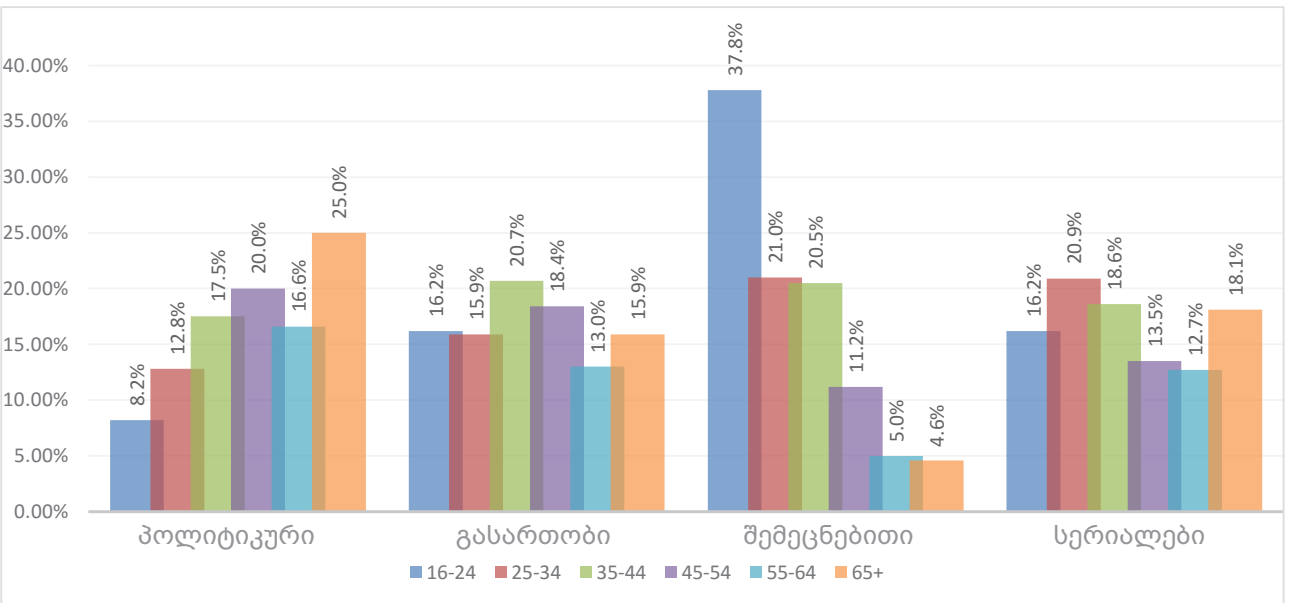
მათ სხვებზე ნაკლებად აინტერესებთ გადაცემებში არასამთავრობო ორგანიზაციების (4.6%), ექსპერტების (8.2%), რიგითი მოქალაქეების (28.7%) პოზიციების გაგება.

ისინი ისურვებდნენ გასართობი (30.0%), შემეცნებითი (28.8%) და ახალგაზრ-დობისათვის განკუთვნილი (21.7%) არხის დამატებას.

სხვებთან შედარებით ამ ჯგუფს ყველაზე ნაკლებად აინტერესებს, რომ ახალ ამბებში ასახული იყოს დასავლეთის (10.2%), აზიისა და აფრიკის ქვეყნებში (8.3%) მიმდინარე მოვლენები.

ამ ჯგუფში ყველაზე მცირეა სწრაფვა ევროინტეგრაციისაკენ (58.9%) და ყველაზე მაღალია მატერიალისტური ორიენტაცია (82.3%). აქ ასევე ყველაზე ნაკლებია იმ პირთა წილი, ვინც სამი ან მეტი ენა იცის (21.9%). ჯგუფი ნაკლებად რელიგიურია (17.7%).

მაყურებელთა ასაკი ჯგუფების მიხედვით



6 განხილული საჩივრების რაოდენობისა და შინაარსის შესახებ

ა) ადმინისტრაციული საჩივრების შესახებ: 2015 წლის განმავლობაში სსიპ „საზოგადოებრივ მაუწყებელში „ 2015 წლის 12 მარტს, 4 ივნისს, 1 სექტემბერს, 29 ოქტომბერს და 25 დეკემბერს სამეურვეო საბჭოს ადმინისტრაციული საჩივრით მიმართა მოქალაქე გიორგი იასაშვილმა.

ბ) თვითრეგულირების ორგანოში/ კომისიაში წარმოდგენილი საჩივრების შესახებ: „მაუწყებლობის შესახებ „ საქართველოს კანონის მე - 14 მუხლის 1 - ლი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2009 წლის 12 მარტის #2 დადგენილებით დამტკიცებული „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის „ საფუძველზე, სსიპ „საზოგადოებრივ მაუწყებელში „ შექმნილია თვითრეგულირების მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს ამ კოდექსით გათვალისწინებული საჩივრების განხილვას.

2015 წლის განმავლობაში სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ თვითრეგულირების ორგანოში საჩივარი არ შემოსულა.

> სსიპ „საზოგადოებრივ მაუწყებელში „ 2015 წლის განმავლობაში განხილული საჩივრების რაოდენობისა და შინაარსის შესახებ და ასევე თვითრეგულირების ორგანოში/კომისიაში წარმოდგენილი საჩივრების შესახებ დეტალური ინფორმაცია იხილეთ თანდართულ დოკუმენტში (იხ. დანართი 3).

7 საჯარო განხილვების შინაარსისა და მოქალაქეთა წინადადებების შესახებ

სამეურვეო საბჭო საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტების შესახებ გადაწყვეტილებას იღებს საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით. 2015 წლის 26 ივნისს სამეურვეო საბჭომ 2015 - 2016 წლების პროგრამული პრიორიტეტების პროექტი, რომელზეც საბჭოს წევრები რამდენიმე თვე მუშაობდნენ, საჯარო განხილვაზე წარადგინა, კერძოდ, გამართა საჯარო შეხვედრა სასტუმრო „მერიოტ თბილისში”, რომელსაც ესწრებოდნენ მედიის საკითხებზე მომუშავე არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენლები, მედია ექსპერტები და სხვადასხვა სფეროში მომუშავე ჟურნალისტები.

ასევე სამეურვეო საბჭომ 2015 - 2016 წლების პროგრამული პრიორიტეტების პროექტი განიხილა სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ თანამშრომლებთან გამართულ საჯარო შეხვედრაზე.

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ სამეურვეო საბჭომ 2015 - 2016 წლების პროგრამული პრიორიტეტების პროექტის შესახებ შემოსული შენიშვნების და წინადადებების გათვალისწინებით სამეურვეო საბჭომ 2015 წლის 10 ივლისს მიიღო 2015 - 2016 წლების პროგრამული პრიორიტეტები.

8 საზოგადოებრივი მაუწყებლის მომავალი წლის ბიუჯეტი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ შემუშავებულ იქნა ბიუჯეტის ახალი ფორმა, რომელიც თავისი ფორმით სრულად იქნა მორგებული მაუწყებლის ახალ სტრუქტურაზე. კერძოდ, გაიმიჯნა და ცალკეულ ერთეულებად იქნა გამოყოფილი ბლოკის ბიუჯეტები, პროექტებად განისაზღვრა გადაცემები და ცალკეული მიმართულებები, თითოეულ სატელევიზიო გადაცემას განესაზღვრა საკუთარი ბიუჯეტი.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2016 წლის ბიუჯეტი განსაზღვრულ იქნა 43,285.4 ათასი ლარით, რომლიდანაც 37,485.0 ათასი ლარის ათვისება მოხდება სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში, ხოლო დანარჩენი 5,800.4 ათას ლარი დაფინანსდება კომერციული საქმიანობიდან მიღებული ფულადი სახსრებით.

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის" 2016 წლის ბიუჯეტი

პერიოდი: 01.01.2016 - 31.12.2016
ვალუტა: ლარი

	ხაზინა	ბანკი	სულ
სამეურვეო საბჭო	548,250	-	548,250
მონიტორინგის სამსახური	72,000	-	72,000
ახალი და მიმდინარე ამბები	4,245,034	3,145,752	7,390,785
მულტიმედია	4,969,099	308,706	5,277,805
კრეატიული ბლოკი	10,303,817	984,151	11,287,968
წარმოება და ტექ. უზრუნველყოფა	10,122,952	686,745	10,809,697
ადმინისტრაცია	5,184,055	455,982	5,640,038
სხვა გადასახდელები	2,039,793	219,059	2,258,852
მთლიანი ბიუჯეტი:	37,485,000	5,800,395	43,285,395

9 საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის შესრულების შესახებ

2015 წლის განმავლობაში საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში ათვისებულმა ბიუჯეტმა შეადგინა 34,697.0 ათასი ლარი. დამატებით მაუწყებელმა კომერციული საქმიანობიდან 2015 წლის განმავლობაში მიიღო 3,334.7 ათასი ლარი.

მაუწყებლის ფინანსური მენეჯმენტის მიერ 2015 წლის განმავლობაში გაგრძელდა პოლიტიკა წლების განმავლობაში აკუმულირებული დავალიანებების დაფარვის კუთხით. ამასთან, კიდევ უფრო დაიხვეწა და მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა მმართველობითი აღრიცხვისა და ფინანსური ანალიზის სისტემა, განხორციელდა ცალკეული სტრუქტურული ცვლილებები ეფექტიანი მენეჯმენტის განხორციელების მიზნით. გატარებული მცირე რეფორმების შედეგად მიღწეულ იქნა შემდეგი ძირითადი მიზნები:

- შემუშავდა და დაინერგა ახალი ფინანსური რაპორტინგის ფორმები, რათა უფრო ეფექტურად განხორციელებულიყო გადაცემების პროექტის დონეზე მართვა, მიმართულებებისა და ცალკეული პროგრამების ღირებულების ზუსტად განსაზღვრა, არაპირდაპირი და ზედნადები ხარჯების მიკუთვნება.
- შეიქმნა ფინანსური სახსრების ხარჯვის დამატებითი კონტროლის მექანიზმი, რაც გულისხმობს შესაბამისი სტრუქტურული რგოლების (მიმართულებებისა და გადაცემების ხელმძღვანელები, პროექტის მენეჯერები და ა.შ.) მიერ ფინანსური სახსრების მოძრაობის დამატებით კონტროლის დონის შექმნას.
- მომზადდა მომავალი წლისთვის ახალი ბიუჯეტის ფორმა, სადაც განისაზღვრა მიმართულებების, გადაცემებისა და ცალკეული პროექტების ბიუჯეტები.

2015 წლის განმავლობაში სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში მაუწყებლის მიერ ჯამურმა გაწეულმა საკასო ხარჯმა 34.848,9 ათასი ლარი შეადგინა. აღნიშნული თანხა მოხმარდა შემდეგი სახის ხარჯების დაფარვას:

2015 წლის განმავლობაში გაწეული საკასო ხარჯები

ხარჯის ჯგუფები	თანხა (ლარი)
შრომის ანაზღაურება	16,435,462
მივლინებები	884,960
სამეურვეო საბჭო	375,187
მონიტორინგის საბჭო	136,000
ადმინისტრაციული ხარჯი	1,927,203
მარკეტინგი და გაყიდვები	92,000
პროდიუსინგი	6,011,937
საინფორმაციო სამსახური	626,257
ტექნიკური ხარჯი	4,466,852
სხვა გადასახდელები	3,893,003
სულ	34,848,861

სახელმწიფო ბიუჯეტიდან გამოყოფილი თანხის 47,2% მოხმარდა შრომის ანაზღაურებას, 11,2% მოხმარდა სხვა გადასახდელების დაფარვას, ტექნიკური სახის ხარჯებზე გაწეულმა ფულადმა სახსრებმა შეადგინა 12,8%, ხოლო პროდიუსინგზე გაწეულმა დანახარჯმა შეადგინა 17,3%. ხოლო დანაჩენი 11.6% მოხმარდა სხვა ადმინისტრაციულ, სამივლინებო, მარკეტინგულ, საინფორმაციო, სამეურვეო და მონიტორინგის საბჭოზე გაწეულ ხარჯებს.

დეტალური ინფორმაცია სსიპ „საზოგადოებრივ მაუწყებლის „ მომავალი (2016) წლის ბიუჯეტის და მაუწყებლის 2015 წლის ბიუჯეტის შესახებ იხილეთ თანდართულ დოკუმენტში (იხ. დანართი 4)

10 შიდა და გარე აუდიტების დასკვნები

სსიპ ,,საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ შიდა და გარე აუდიტების დასკვნებზე ვრცელი ინფორმაცია იხილეთ თანდართულ დოკუმენტში (იხ. დანართი 5).

11 ციფრული ტელემაუწყებლობა

დეტალური ინფორმაცია ციფრული ტელემაუწყებლობის და დაფარვის შესახებ იხილეთ თანდართულ დოკუმენტში (იხ. დანართი 6).

საზოგადოებრივი მაუწყებელი
2016

საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2015 წლის ანგარიში

დანართი №1

GEORGIAN PUBLIC BROADCASTER

მიმდინარე და სამომავლო პროგრამათა განრიგის შესახებ

მოქალაქეებმა საზოგადოებრივი მაუწყებლისგან უნდა მიიღონ იმ ტიპის ინფორმაცია/ გადაცემები, რომლებიც მათ ყველაზე მეტად აინტერესებთ.

სოციოლოგიურმა კვლევამ აჩვენა, რომ საქართველოს მოქალაქეთა დიდი ნაწილი ტელემომხმარებელია.

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

- ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები
- შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება
- გართობა და სპორტი
- სერიალები და საბავშვო გადაცემები

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

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

1.1 საბავშვო და ახალგაზრდული მიმართულება

ამ ჟანრის განვითარებას საზოგადოებრივი მაუწყებელი სტრატეგიულ პრიორიტეტად განიხილავს. საზოგადობრივმა მაუწყებელმა უნდა შეავსოს ის ნიშა, რომელიც საქართველოს მედია ბაზარზე დღეს თავისუფალია. ეს არის ბავშვებისა და ახალგაზრდებისთვის ხარისხიანი შემეცნებითი და კულტურული გადაცემების შეთავაზება.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი გეგმავს სპეციალურად ბავშვებისათვის დამზადებული და კომპეტენტურ პედაგოგიკაზე დაყრდნობილი პროექტების განხორციელებას. პროდუქციის წარმოებაში ახალგაზრდების ჩართვა კიდევ უფრო გაზრდის როგორც ახალგაზრდა აუდიტორიის ინტერესს, ასევე აამაღლებს გადაცემების ხარისხსა და აქტუალურობას.

მნიშვნელოვანია, ახალი თაობის მოზიდვა,რადგან ამ სამიზნე აუდიტორიას ის საკუთარი საერთო პროდუქტის პოტენციურ მომხმარებლად ხედავს.

ამჟამად ეს მიმართულება მოიცავს ორ გადაცემას: გადაცემა „წიგნების თარო“ და გადაცემა „ადამიანი კამერით“.

1. გადაცემა „წიგნების თარო“

2015 წლის საანგარიშო პერიოდში გადაცემა ძირითადად იმყოფებოდა მოსამზადებელ რეჟიმში, მთელი საქართველოს მასშტაბით სკოლებში ატარებდა „სკაიპ ინტერვიუებს“ და გასაუბრების შედეგად არჩევდნენ მონაწილეებს. აქედან გამომდინარე, მისი ეთერში გაშვება მოხდა 16 იანვარს.

ეთერში გასვლის დრო - შაბათი და კვირა, 19:30

შემოქმედებითი ჯგუფი - იდეის ავტორი და პროდიუსერი - ნინო კელაურიძე, წამყვანი/სცენარისტი - ალექსანდრე ლორთქიფანიძე, სცენარისტები: ტორესა მოსი და

ალექსანდრე ლორთქიფანიძე, პროდიუსერის ასისტენტი - ქეთი კაპანაძე.

ანოტაცია - გადაცემა "წიგნების თარო" ახალგაზრდული შემეცნებითი ტელეთამაშია, რომლის თემატიკას მხატვრული ლიტერატურა წარმოადგენს. თამაშის მონაწილეები 15-16 წლის მოზარდები არიან. თამაში შვიდი რაუნდისა და ბლიც-ტურისგან შედგება. გამარჯვებულია ის გუნდი, რომელიც მეტ წიგნს გამოიცნობს. თამაშში, ასევე, მონაწილეობს მოწვეული სტუმარი, საზოგადოებისთვის ცნობილი ადამიანი, რომელიც რიგ შემთხვევებში ბავშვების დახმარებას ცდილობს. გამარჯვებული სკოლის გუნდს საზოგადოებრივი მაუწყებელი 2 კვირით დიდი ბრიტანეთის საზაფხულო სკოლაში გაგზავნის.

სამიზნე აუდიტორია - გადაცემის მთავარ სამიზნე ჯგუფს ახალგაზრდები წარმოადგენენ (13-24), თუმცა პროექტი დიდ სამიზნე აუდიტორიაზეა გათვლილი. მისი კონტენტი და ფორმა ერთნაირად საინტერესოა სხვადასხვა ასაკის, სქესისა და გემოვნების მქონე ადამიანებისთვის.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა - პროექტი სრულ შესაბამისობაშია საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამულ პრიორიტეტებთან. ის არხის მისიისა და მოქმედების პრინციპის სამივე მიმართულებას შეიცავს - "ინფორმირება, განათლება, გართობა." ამასთანავე, საბავშვო/ახალგაზრდული მიმართულების განვითარება არხის სტრატეგიული პრიორიტეტია.

საზოგადოებრივი ღირებულებები - პროექტის მიზანია საქართველოს მცირეწლოვან მოქალაქეებში კითხვის ინტერესის გაჩენა, მათი მკითხველებად ჩამოყალიბება, წიგნისა და განათლების პოპულარიზაცია.

შერჩევა და საეთერო ბადეში ჩაშვება -"წიგნების თარო" საზოგადოებრივი მაუწყებლის კონკურსში საბავშვო მიმართულების პროექტებს შორის საუკეთესოდ დასახელდა და შედეგად ჩაეშვა საეთერო ბადეში.

სამუშაოს საღწერა - გამომდინარე იქიდან, რომ მონაწილეები სკოლის მოსწავლეები არიან, გადაცემების ჩაწერა შაბათობით ხდება, შემდეგ კი მონტაჟდება მომდევნო შაბათ-კვირისთვის. აღსანიშნავია, რომ „წიგნების თაროს" ძალიან აქტიური ფეისბუქის გვერდი აქვს, რომელზეც სხვადასხვა გათამაშებები და აქტივობებია, პირველი არხის ვებ-გვერდზე ბლოგების კონკურსი იმართება, უახლოეს მომავალში კი რადიოგადაცემაც გაკეთდება.

სამომავლო ხედვები - რაც უფრო მივუახლოვდებით ფინალებს, ვგეგმავთ გადაცემის გამრავალფეროვნებას. იქიდან გამომდინარე, რომ ფეისბუქის გვერდზე სტუდენტები აქტიურად გამოთქვამენ მონაწილეობის სურვილს, ვგეგმავთ, პირველ და მეორე სეზონს შორის შუალედური (მოკლე) სეზონის გაკეთებას, ამჯერად სტუდენტებისთვის.

2. გადაცემა „ადამიანი კამერით“

2015 წლის საანგარიშო პერიოდში გადაცემა იმყოფებოდა მოსამზადებელ რეჟიმში, სამუშაო ჯგუფი არჩევდა გადაცემაში მონაწილე კანდიდატებს.

„ადამიანი კამერით“ 16 იანვარს გავიდა ეთერში. გადაცემა არის ფოტოგრაფებზე და ფოტოგრაფიაზე - წინასწარ შერჩეული 12 მონაწილე ფოტოგრაფი ეჯიბრება ერთმანეთს მენტორების მიერ დასახელებული თემების შესრულებაში. პირველი ეტაპიდან 6 ფოტოგრაფი გადადის მეორე ეტაპზე, მეორედან მესამეზე - სამი, ხოლო გამარჯვებული ერთი ფოტოგრაფი ხდება. გადაცემა საეთერო ბადეში კონკურსის გავლის შემდეგ მოხვდა.

სამიზნე აუდიტორია: ნებისმიერი ადამიანი, ვინც ფოტოგრაფიითა და ხელოვნებითაა დაინტერესებული. ასაკის შეუზღუდავად. გადაცემის მსვლელობისას ჟღერდება ინფორმაცია ფოტოგრაფებზე, ფილმებზე, მხატვრებსა და არტისტებზე, რომლებმაც გარკვეული როლი შეიტანეს ხელოვნების განვითარებაში, ამიტომ, გადაცემას შემეცნებითი დანიშნულებაც აქვს.

„ადამიანი კამერით“ არის ერთადერთი შემეცნებით-გასართობი გადაცემა ფოტოგრაფიაზე ქართულ ტელესივრცეში. მის პოპულარობას ხაზს უსვამს განსაკუთრებული აქტიურობა გადაცემის ფეისბუქ გვერდზე.

1.2 კულტურისა და ხელოვნების მიმართულება

საზოგადოებრივი მაუწყებლის კულტურისა და ხელოვნების მიმართულება ემსახურება ზოგადად, კულტურული და შემოქმედებითი მოღვაწეობის ნიმუშების, კულტურული ფასეულობების მიწოდებას, ეს იქნება ფოლკლორის, ისტორიულ, ეთნოლოგიურ, მხატვრულ, მეცნიერულ, თუ სხვა კულტურულ ღირებულებათა წარმოჩენას და პოპულარიზაციას საზოგადოებაში. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიზანია კულტურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაცია და შემოქმედებითი გარემოს უზრუნველყოფა ტალანტების გამოსავლენად.

ამჟამად ეს მიმართულება მოიცავს შემდეგ გადაცემებს: „უცნობი მუსიკა“, „კალენდარი“, „ტრანსმისია“, „მუსიკოლოგოსი“, „დღე მუზეუმში“.

3. გადაცემა „უცნობი მუსიკა“

გადაცემის წამყვანები: კახა თოლორდავა და გიორგი ხადური

გადაცემის პროდიუსერი და რეჟისორი: თამარ ციციშვილი

გადაცემის ქრონომეტრაჟი: 1:30 სთ (±5)

გასული გადაცემების რაოდენობა: 35 გადაცემა

„უცნობი მუსიკა“ ეს არის შემეცნებით-გასართობი პროექტი, რომელშიც საუბარია მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში შექმნილ მუსიკაზე, დაწყებული იაპონიიდან, დასრულებული აფრიკის ქვეყნებით; გადაცემის წამყვანები ხშირად გვთავაზობენ “ძნელად მოსასმენ” მუსიკას, რომლის ფესვებიც ღრმად არის გადგმული სხვადასხვა მუსიკალურ ჟანრებში. ასევე, გადაცემის ფორმატი ბევრ მუსიკოსსა თუ მუსიკალურ ექსპერტს საშუალებას აძლევს, ისაუბროს სხვადასხვა მუსიკალური ფენომენის მნიშვნელოვან ასპექტებზე.

2015 წელს, გასული წლების მსგავსად, “უცნობი მუსიკის” ძალიან მდიდარი და საინტერესო არქივის შექმნა მოხერხდა და ეს არქივი მოიცავს მსოფლიოში არსებული სრულიად უნიკალური მუსიკალური ჟანრების მრავალფეროვნებას, დაწყებული სხვადასხვა ქვეყნის ტრადიციული მუსიკით და დასრულებული ჯაზით თუ თანამედროვე ავანგარდული კლასიკით. მთელი წლის განმავლობაში შეიქმნა გადაცემები, როგორც მსოფლიოს ყველაზე მნიშვნელოვან მუსიკოსებზე - ტერიე რიპდალი, დიამანდა გალასი, ბილ დიქსონი, ჯონი მიტჩელი, ოტომო იოშიდე, არვო პიარტი, კარლ ჰაინც შტოკ ჰაუზენი და სხვ. ასევე, მუსიკალურ კულტურებზე - ჩრდილოეთ ინდოეთის სასიმღერო ჟანრებზე, ფინურ ფსიქოდელიურ ფოლკზე, პეკინურ ოპერაზე, მალის მუსიკაზე და იქ ჩამოყალიბებულ ახალ სუბკულტურაზე, რუმბაზე, ჰიპ-ჰოპზე, ჯაზის ბიგ-ბენდების ფორმირებაზე და ა.შ. გადაცემაში მოწვეულები იყვნენ წარმატებული ქართველი მუსიკოსები - გია ყანჩელი, გიორგი მიქაძე, გიორგი მელიქიშვილი, იგივე ჯორჯ მელი.

ხარისხიანი მუსიკის მოძებნა ვირტუალურ სივრცეში სულ უფრო გაძნელდა, კარგი მუსიკის დიდი ნაწილი უგზო-უკვლოდ არის “დაკარგული” და მხოლოდ პატარა, დაინტერესებული ჯგუფებისთვისაა ხელმისაწვდომი. თუმცა, მიუხედავად ამისა, “დაკარგული” თუ “უცნობი” მუსიკა სავსეა ექსპერიმენტებით და პროექტის მიზანიც სწორედ ის არის, რომ, ამ ტიპის მუსიკაზე, უფრო მეტი საინტერესო და უცნობი ფაქტები მიაწოდოს დაინტერესებულ მაყურებელს. მათ კი, ვინც ახლა ცდილობს შეაბიჯოს მუსიკის სამყაროში, დაეხმაროს გემოვნებიან მსმენელად ჩამოყალიბებაში, რათა მომავალში მუსიკა არ გახდეს მხოლოდ გართობის ინსტრუმენტი.

4. გადაცემა „კალენდარი“ (მოსამზადებელი ფაზა)

ფორმატი: საზოგადოებრივ-პოლიტიკური

თემატიკა: საზოგადოებრივ-პოლიტიკური

ხანგრძლივობა: 45 წთ

სამაუწყებლო პლატფორმა: 1 არხი

სიხშირე: კვირაში 1 გადაცემა

ეთერში გასვლის დრო: საღამოს პრაიმ-თაიმი

პროექტის ამუამინდელი სტატუსი: მომზადების ფაზა.

გადაცემის „კალენდარი“ პროექტი დამტკიცდა 2015 წლის ნოემბერში და ამუამად იგი მომზადების სტადიაშია. გადაცემის მიზანია წარმოაჩინოს ჩვენს საზოგადოებაში არსებული აზრთა მრავალფეროვნება ქვეყანაში მიმდინარე კულტურულ, საზოგადოებრივ და პოლიტიკურ მოვლენებზე. გადაცემის ავტორი და წამყვანი სტუმართან, ან

რამდენიმე სტუმართან ერთად საზოგადოებისათვის მნიშვნელოვან, საინტერესო და აქტუალურ თემებზე საუბრობს. ასევე, გადაცემის თემაზე მზადდება სიუჟეტი და საინ-ფორმაციო კოლაჟი. გადაცემას არ ჰყავს გამოკვეთილი სამიზნე ჯგუფი. გადაცემის მაყურებელია ყველა, ვისაც აინტერესებს საქართველოს საზოგადო მოღვაწეების აზრი ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენებზე.

5. გადაცემა „ტრანსმისია“

გადაცემამ გაიმარჯვა 2015 წლის ტენდერში, მისი შინაარსი და პრორიტეტები განსაზღვრული იყო საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მიერ.

პირველად გადაცემა გავიდა 2015 წლის 28 ნოემბერს და მას შემდეგ იგი გადის ყოველ შაბათს, 21:00 საათზე.

გადაცემის მიმართულება და საზოგადო-ებრივი ღირებულებები: ტრანსმისია 30 წუთიანი ექსპერიმენტია, რომლის მთავარი ამოცანაა კულ-ტურულად აუთვისებელ სივრცეებში კრეატიული პროცესების ინიცირებით წაახალისოს მასების შემოქმედებითობა და გააფართოოს მათი წვდომა თანამედროვე ხელოვნების აქტიურ პროცესებზე. სხვადასხვა სოციო-კულტურული ჯგუფებისა და არტისტების აქტიური კომუნიკაციის შედეგად კი გაზარდოს ხელოვნების სამომხმარებლო სივრცე და შექმნას შემოქმედებით-გასართობი პლატფორმა თავისუფალი იმპროვიზაციებისათვის. გადაცემას საგანმანათლებლო და საინფორმაციო დატვირთვაც აქვს - მაყურებელი ხელოვნების სხვადასხვა მიმართულების შესახებ ძალიან მარტივი, ადაპტირებული ენით იგებს.

სტრუქტურა: გადაცემა შედგება სამი ბლოკისაგან, თითოეულში მოწვეული არტისტი ცდილობს სპონტანური შემოქმედების აქტით მისთვის უცნობ სივრცესა და ხალხს დაუკავშირდეს და მოცემულ დროში სახელოვნებო პროდუქტი შექმნას.

სამიზნე აუდიტორია: საქართველოში მცხოვრები ახალგაზრდები 15-დან 30 წლამდე, ხელოვნებით დაინტერესებული პირები, სახელოვნებო დისციპლინებში მომუშავე მოსახლეობის ნაწილი.

მომავალში გადაცემა ეცდება მეტი წვდომა იქონიოს რეგიონებზე. გადაცემა საეთერო მასალის მომზადების გარდა, გეგმავს ცალკეულ ინტერნეტ აქციებსა და პროექტებს, რომლებიც თემატურად გადაცემაზე იქნება მიბმული, ეს პროექტები მარტივი შემეცნებით-გასართობი ხასიათის ფორმას შეიძენს.

6. გადაცემა „მუსიკოლოგოსი“ (გადაცემა გავიდა 2016 წლის 9 იანვრიდან, მანამდე იყო მოსამზადებელი პერიოდი)

გადაცემისანოტაცია: XX საუკუნის დასაწყისიდან მოყოლებული, ხელოვნება გამოხატვის განსაკუთრებით რადიკალურ ფორმებს მიმართავს, ეს შეეხო მუსიკასაც. ამ დროს, ჩვენს ქვეყანაში, საბჭოთა რეჟიმი კრძალავდა, ან ებრძოდა ყველაფერს პროგრესულს, რაც ასოცირდებოდა დასავლურ თანამედროვე კულტურასთან. ამ გადაცემით ვეცდებით, მაყურებელს გავაცნოთ "გამოტოვებული" პერიოდი, ვაზიაროთ თანამედროვე მუსიკაში მიმდინარე პროცესებს (თუ რა იქმნება დღეს, რა ხაზით ვითარდება კლასიკური მუსიკა). მიზეზთა გამო, ასევე, "გამოტოვებულია" შუა საუკუნეების სასულიერო, საერო მუსიკა, რენესანსი, ხოლო ბაროკო დამახინჯებული სახით დამკვიდრდა მთელ პოსტსაბჭოთა სივრცეში. ეს ზემოთ აღნიშნული ეპოქა და მიმდინარეობა ჩვენი ყურადღების ცენტრში

მოექცევა, შეფასდება დღევანდელი გადმოსახედიდან: რა ზეგავლენას ახდენს ყოველივე ეს მეინსტრიმზე, პოპკულტურაზე, ხელოვნების სხვადასხვა დარგსა და არსებულ სოციუმზე. გადაცემაში იქნება საინტერესო შერწყმა პროფესიონალი კომპოზიტორისა და შემსრულებლის შეხედულებებისა, რომლებიც ხანდახან არ ემთხვევა ერთმანეთს, რაც გამოიწვევს საინტერესო დისკუსიას.

სამიზნე აუდიტორია: სრული სპექტრი

სამომავლო ხედვები: პირველი გადაცემა გავიდა 2016 წლის 9 იანვარს, ჯერ მხოლოდ 4 გადაცემა ნახა ნახა მაყურებელმა, გადაცემების გასვლის შემდეგ ხშირი კონსულტაციების, მაყურებელსა და რეიტინგზე დაკვირვების შედეგად ვაპირებთ შევცვალოთ გადაცემის ფორმატი, დავტვირთოთ მეტი მიკრობლოკებით, წამყვანებს ქონდეთ თავიანთი ბლოკები და შევცვალოთ არსებული ფორმატის სტანდარტი, რომ ორივე წამყვანი ერთად იყოს მთელი გადაცემის მსვლელობისას. გადაცემა დავტვირთოთ სხვადასხვა ლოკაციებით და ვიზუალით.

ასევე ვაპირებთ აუდიტორიის დამატებას ერთ ბლოკში.

დღევანდელი ფორმატი - ინტრო, სიუჟეტი, დიალოგი კაფეში, სტუმრის ბლოკი.

ფორმატი, რომელიც გვინდა - ინტრო, სიუჟეტი, არჩილ გიორგობიანის ბლოკი, ნინო ჟვანიას ბლოკი, სტუმრის ბლოკი, აუდიტორიის ბლოკი, News ბლოკი (მსოფლიოში მიმდინარე მუსიკალური პროცესების გაშუქება), გადაცემის ბოლოს წამყვანების მიერ თემის ერთად შეჯამება.

ამ ფორმატის შეცვლის შედეგად, გადაცემას დასჭირდება კოორდინატორ/ასისტენტი რომელიც მოაგვარებს ლოკაციებთან და აუდიტორიასთან დაკავშირებულ საკითხებს.

ასევე საჭირო იქნება ჟურნალისტი, რომელიც News ბლოკს მოამზადებს.

7. გადაცემა „დღე მუზეუმში"

ანოტაცია: გადაცემაში საუბარია საქართველოს მუზეუმებში დაცულ განძსა და კოლექციებზე, რომელსაც განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს როგორც საქართველოს ისტორიასა და კულტურაში, ისე მსოფლიო კულტურულ მემკვიდრეობაში.

სამიზნე აუდიტორია: გადაცემა განკუთვნილია ყველა თაობის მაყურებლისთვის, ვისაც აინტერესებს კულტურა, ისტორია, ქართული და უცხოური განძი, რომელსაც ქართული მუზეუმები ინახავენ.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა: გადაცემამ გაიმარჯვა 2015 წლის ტენდერში სხვა 7 გადაცემას შორის. მისი შინაარსი და პრორიტეტები განსაზღვრული იყო საზოგადოებრივი მაუწყებლის

სამეურვეო საბჭოს მიერ.

გადაცემაში საუბარია საქართველოს მუზეუმებში დაცულ უნიკალურ კოლექციებსა და ექსპონატებზე. მსგავსი ფორმატის გადაცემა (თუ არ ჩავთვლით საზოგადოებრივი მაუწყებლის რადიოში მომზადებულ გადაცემას ,,ისტორია ექსპონატებში"). საზოგადოებრივ მაუწყებელში პირველად მზადდება 25 წლის შემდეგ.

გადაცემის დამზადების პროცესში არის ტექნიკური ხარვეზები სამონტაჟო აპარატურასთან და მიკროფონებთან დაკავშირებით.

1.3 საგანმანათლებლო-შემეცნებითი მიმართულება

საზოგადოებრივი მაუწყებლის საგანმანათლებლო-შემეცნებითი მიმართულების მთავარი მიზანია, რაც შეიძლება მეტი საგანმანათლებლო გადაცემები, შოუები და სხვა ტიპის პროდუქტი შესთავაზოს აუდიტორიას, რომელიც სხვადასხვა ასაკობრივ ჯგუფზე იქნება გათვლილი. ამ მიმართულებაშია გადაცემები: „ფერმა", „პირადი ექიმი მარი მალაზონია", „კარავი", „ეთნოლოგია", რადიოს კულტურულ-შემეცნებითი პროექტი, რადიოგადაცემა „ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები", რადიოგადაცემა „უფლება და თავისუფლება", რადიოგადაცემები: „სოფლის დილა", „რადიობლოგერი".

8. გადაცემა „ფერმა"

ანოტაცია: სასოფლო-სამეურნეო თემატიკის გადაცემა, რომელშიც ხდება მოქმედი თუ პოტენციური ფერმერებისთვის საჭირო ინფორმაციის მიწოდება - რა, სად, როგორ აწარმოონ და როგორ მიიღონ სასურველი შედეგი, გლეხობის აგრობიზნესში და თანამედროვე ტექნოლოგიებში განათლება, აგროსექტორში მომუშავე ადამიანებისთვის ადგილობრივი თუ ევროპული ინოვაციების გაცნობა, თანამედროვე მენეჯმენტის პოპულარიზაცია, სამიზნე ჯგუფებისთვის პრაქტიკული რჩევების და რეკომენდაციების მიწოდება დარგის ექსპერტების და წარმატებულ ფერმერთა გამოცდილების გაზიარებით.

სამიზნე აუდიტორია: ფერმერები, გლეხები, აგროსექტორში დასაქმებულები, მეწარმეები, აგრობიზნესში ჩართული ადამიანები, პოტენციური ფერმერები, აგროსექტორში დასაქმების მსურველები, შესაბამისი პროფილის უმაღლესი სასწავლებლების დაკოლეჯებისსტუდენტები,საბაღენაკვეთებისმფლობელები,სურსათისმომხმარებლები.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა: გადაცემა „ფერმა" სრულად შეესაბამება მაუწყებლის პროგრამულ პრიორიტეტებს, კერძოდ, ეკონომიკა, ბიზნესი და სოფლის

მეურნეობის განვითარება.

საზოგადოებრივი ღირებულებები: ახალი ფერმერული მეურნეობების შექმნის სტიმულირება, წარმატებული მეურნეობების მაგალითზე, აგრობიზნესის განვითარება, თანამედროვე ტექნოლოგიებით შექმნილი ახალი საწარმოები და ფერმები, ახალგაზრდების დაინტერესება სოფლის მეურნეობით, უბრალო მშრომელი ადამიანების წარმოჩენა, ევროპული გამოცდილების გაზიარება, ფერმერთა განათლება.

9. გადაცემა „პირადი ექიმი - მარი მალაზონია“

ანოტაცია: სამედიცინო თოქ–შოუ „პირადი ექიმი – მარი მალაზონია“ ყოველ სამუშაო დღეს, 10:10 საათიდან 11:00 საათამდე პირდაპირ ეთერშია და საზოგადოებაში ჯანსაღი ცხოვრების წესის დამკვიდრებას ემსახურება. გადაცემის წამყვანია ექიმი–ნუტრიციოლოგი მარი მალაზონია, თანაწამყვანები: ექიმი–რეაბილიტოლოგი თეა ადამია, ფსიქოლოგი ზურაბ მხეიძე. კვირის დღეების შესაბამისად, გადაცემაში საუბარია ჯანსაღი ცხოვრების წესის სხვადასხვა ფაქტორზე, ყველაზე გავრცელებულ სიმპტომებზე თუ სინდრომებზე, სეზონურ დაავადებებზე, პოპულაციისთვის აქტუალურ სამედიცინო პრობლემებზე, დაავადებების გამომწვევ ფსიქო–სოციალურ ფაქტორებზე.

ყოველდღიურად: მაყურებელი გადაცემაში ხვდება სხვადასხვა დარგის საუკეთესო ექიმებს, ისმენს ყველაზე მარტივ, საჭირო და ხელმისაწვდომ პრაქტიკულ რჩევებს. მაყურებელი სიუჟეტებით ეცნობა კონკრეტული ადამიანის ისტორიას, საზოგადოების გამოკითხვას, დაავადების გავრცელების სურათს ან კვლევის უახლეს მეთოდს. ეცნობა სამედიცინო სიახლეს, სწავლობს ვარჯიშს და კვებას „შუქნიშნის“ პრინციპით სხვადასხვა დაავადების შესაბამისად. გადაცემის წამყვანი და თანაწამყვანები, გადაცემის სტუმრები პირდაპირ ეთერში და სოციალური ქსელით პასუხობენ მაყურებლის მიერ დასმულ კითხვებს.

ყოველკვირეულად: კონსილიუმზე მსჯელობენ მაყურებლის მიერ შემოთავაზებულ რთულ შემთხვევაზე. გადაცემაში ერთვებიან უცხოეთში მოღვაწე ცნობილი ქართველი ექიმები, აგრეთვე, სისტემატურად მონაწილეობენ საქართველოში სტუმრად მყოფი უცხოელი ექიმები.

მოდელირებული სიტუაციები, ე.წ. ფსიქო–სოციალური ექსპერიმენტები თვალსაჩინოს ხდის სამედიცინო პრობლემების ფსიქოლოგიურ მხარეს.

სამიზნე აუდიტორია: გადაცემა გათვალისწინებულია ფართო საზოგადოებისთვის, ოჯახისთვის, ყველა იმ ადამიანისთვის, ვინც ცდილობს თავიდან აიცილოს

სამედიცინო პრობლემები (ახალგაზრდები), ზრუნავს საკუთარ თუ ახლობელ ადამიანთა ჯანმრთელობაზე, ცხოვრების ხარისხზე (დედები, ოჯახის დიასახლისები, მამები) ან სწავლობს დაავადებებთან თანაცხოვრებას (საშუალო და უფროსი ასაკის ადამიანები).

მულტიმედიალობა: მაყურებელთან ინტერაქცია ხორციელდება პირდაპირ ეთერში და სოციალურ ქსელში. კერძოდ, წამყვანი პასუხობს მაყურებლის კითხვებს გადაცემის მსვლელობისას, პროექტის ფარგლებში აქტიურდება ვებ-გვერდი და facebook-ი. ამ გვერდებს ინტერნეტ-მომხმარებელი ნებისმიერი კითხვით მიმართავს, ხოლო დამხმარე თანამშრომელი - ექიმი მათ კითხვებს პასუხობს. არსებული პრაქტიკიდან გამომდინარე გვერდის ინტერაქციაში დღეში საშუალოდ 200-300 მომხმარებელი მონაწილეობს.

ქართულ ტელესივრცეში ერთადერთი გადაცემაა, რომელიც პირდაპირ ეთერში მართავს მასობრივ კამპანიას "აირჩიე ჯანსაღი ცხოვრების წესი პირადი ექიმის რჩევით", სწორი კვების და ფიზიკური აქტივობის კომპონენტის ყოველდღიური ჩართვით.

ყოველკვირეული ვიდეორგოლი მაყურებელს ასწავლის ჯანსაღი ცხოვრების წესებს. ყოველკვირეული ვიქტორინა კი ამოწმებს მაყურებლის ცოდნას და ჩართულობას, პირდაპირ ეთერში და facebook-ზე ავლენს გამარჯვებულებს, რომლებიც საზოგადოებრივი მაუწყებლის, გადაცემის სახელით, – საკვები პროდუქტებისთვის განკუთვნილ მრავალჯერადი მოხმარების ნაჭრის ჩანთას და ერთვებიან ჯანსაღი ცხოვრების წესის დამკვიდრების კამპანიით გათვალისწინებულ აქციაში „ნაჭრის ჩანთა ადამიანისა და გარემოს დასაცავად".

გადაცემის და არხის ინიციატივით წამოწყებულ მოძრაობაში ჩართულია, აგრეთვე, ყველა ის მაყურებელი, facebook მომხმარებელი, რომელიც სარგებლობს გადაცემის გვერდზე სისტემატურად განთავსებული კითხვარებით და ტესტებით.

სიახლე: სიახლეა გადაცემის საავტორო და არხის ვებ ჯგუფის მიერ შექმნილი პირველი ქართული სამედიცინო აპლიკაცია „თვითშეფასების კითხვარი", რომელიც აერთიანებს ცხოვრების წესის ანუ ზოგად, ფიზიკური აქტივობის და კვების ნაწილებს. მონაცემების დინამიკური გრაფიკები აპლიკაციის მომხმარებელს თვალსაჩინო წარმოდგენას უქმნის საკუთარი ცხოვრების წესის ხარვეზებზე . „კონტრაქტი საკუთარ თავთან" კი პირველი ნაბიჯია ცხოვრების წესის შესაცვლელად.

იგეგმება: საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში მომუშავე მედიკოსების სკაიპით ერთდროულად ჩართვა და რეგიონული თუ რესპუბლიკური მასშტაბის კონსილიუმები კონკრეტული ქეისის განსახილველად ტელემედიცინის გამოყენებით.

საქველმოქმედო სამედიცინო კონსულტაციების გაგრძელება;

საგანმანათლებლო შეხვედრების გაგრძელება;

სულ: ნოემბრის თვეში ეთერში გავიდა 14 გადაცემა;

დეკემბრის თვეში ეთერში გავიდა 23 გადაცემა.

1.4 რადიოს კულტურულ-შემეცნებითი მიმართულება

მიმართულებაში მომზადებულ გადაცემებში პრიორიტეტი ენიჭება თანამედროვე ცოდნას, ინტელექტუალურ და კულტურულ ცხოვრებას, გლობალური განვითარებისა და მრავალფეროვნების ასახვას. პროდუქცია ემსახურება ადამიანების შემეცნებითი ინტერესების დაკმაყოფილებას, მათი თვალსაწიერის გაფართოებას, განათლებისა და ცოდნის პოპულარიზებას. აღნიშნული გადაცემები პასუხობს სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებულ პროგრამულ პრიორიტეტს: „შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება", რაც გულისხმობს გადაცემებს კულტურის შესახებ: ქართული კულტურის სხვადასხვა სფეროს - კინო, თეატრი, მხატვრობა, მწერლობა, მეცნიერება, წარსულის და თანამედროვე ტენდენციების ასახვა, ასევე საბავშვო გადაცემები. საზოგადოებრივ რადიოს აქვს პროგრამები, რომლებიც, თამამად შეიძლება ითქვას, რომ არის უნიკალური ქართულ მედიასივრცეში. ამ პროგრამების მომზადებისას საზოგადოებრივი რადიო იყენებს „ოქროს ფონდს", რაც ჩვენს პროდუქციას გამოარჩევს მედიაბაზარზე.

საზოგადოებრივი რადიო ერთადერთი მედიასაშუალებაა, რომელიც სისტემატურად იწერს სპექტაკლებს, რაც მნიშვნელოვანია ქართული კულტურისათვის.

საზოგადოებრივი რადიო ერთადერთი მედიასაშუალებაა, რომელიც სისტემატურად იწერს სპექტაკლებს რაც მნიშვნელოვანია ქართული კულტურისათვის.

გადაცემების სამიზნე აუდიტორია განისაზღვრება იმის მიხედვით, თუ რა თემას შეეხება.

ჩვენ ვამზადებთ სხვადასხვა თემატიკის გადაცემებს:

თეატრალური - („თეატრალური შეხვედრები“, „თეატრალური ნოსტალგია“, „თეატრალური ანტრაქტი“ - გადაცემების ავტორი და წამყვანი გულსუნდა კაკაბაძე)

თეატრალური შეხვედრები – ორშაბათი 18:10 -19:00;

ქართული თეატრის სიახლეები, პრემიერები, თეატრალურ მოღვაწეთა გახსენება, სცენები რადიოს ოქროს ფონდში დაცული სპექტაკლებიდან. პროექტის მიზანია ქართული თეატრის პოპულარიზაცია.

„თეატრალური ნოსტალგია“

სამშაბათი 07:13 - 07:30; 22:26-22:40

სცენები ძველი დროის პოპულარული სპექტაკლებიდან (რადიოს

ოქროს ფონდიდან). გადაცემაზე მუშაობს ავტორი და ჩამწერი ხმის რეჟისორი.

„თეატრალური ანტრაქტი“

შაბათი 08:05-08:25; 23:10-23:30

სცენები საპრემიერო სპექტაკლებიდან და საქართველოს თეატრების მოქმედი რეპერტუარიდან ანოტაციებით. პროექტის მიზანია ქართული თეატრის პოპულარიზაცია, თეატრალური კრიტიკის ხელშეწყობა, თეატრის მოყვარულთა ინფორმირება თეატრალური პრემიერებისა და წარმოდგენების თაობაზე. პროექტი დაკავშირებულია სპექტაკლების გარე ჩაწერასთან. გადაცემაზე მუშაობენ ავტორი, ხმის რეჟისორი და გარე ჩაწერების ტექნიკოსი/მძღოლი.

1.5 ლიტერატურულ – პუბლიცისტური გადაცემები:

„თავისუფალი ლიტერატურა“ (პროდიუსერი ქეთი ჯოჯიშვილი) - ლიტერატორთა და ლიტერატურის მოყვარულთა საუბრები მწერლებისა და მწერლობის პრობლემებზე. ქართული და მსოფლიო ლიტერატურის ყველა სიახლე - პარასკევს 18.10-19.00. პროექტის მიზანია ქართული და მსოფლიო ლიტერატურის, ასევე ქართველი მწერლების პოპულარიზაცია, აუდიტორიისათვის ქართული და მსოფლიო ლიტერატურის სიახლეების გაცნობა. სამიზნე აუდიტორიას პირველ რიგში ლიტერატურის მოყვარულები წარმოადგენენ. გადაცემას უძღვებიან მოწვეული მწერლები და კრიტიკოსები. გადაცემას ამზადებს პროდუსერი;

(„ვეფხისტყაოსნის ეპოქა“, „სიტყვა ქართული“, „ პუბლიცისტური მემკვიდრეობა“ - რედაქტორი მზია შომახია)

„ვეფხისტყაოსნის ეპოქა“ – ლიტერატურულ-მხატვრული კომპოზიცია. პოემის ახლებური გააზრება ცნობილ ლიტერატორთა და მკვლევართა მონაწილეობით, „ვეფხისტყაოსნის“ სტროფების მხატვრული კითხვის ჩანართებით. ეთერშია ორშაბათს, ოთხშაბათს, კვირას დილის, შუადღისა და საღამოს ეთერში. მისი ქრონომეტრაჟია 7 წთ. პროგრამის მიზანია საქართველოს კულტურული და ლიტერატურული მემკვიდრეობის, პირველ რიგში „ვეფხისტყაოსნის“ პოპულარიზაცია. პროგრამაზე დაკავებულია რედაქტორი და სტუდიური ხმის რეჟისორი.

„სიტყვა ქართული“ – მცირეფორმატიანი პროგრამის მიზანია ქართული ენის ნორმების დამკვიდრება. პროგრამა ეთერშია ყოველდღე (07:10-07:25; 17:53-18:08; 21:27-21:42).

პროგრამაში შეგიძლიათ მოისმინოთ ქართული ენის ნორმები, სიტყვების სწორი ფორმები და შინაარსობრივი განმარტებები, სინონიმთა და პარონიმთა გარჩევა. პროგრამაზე დაკავებულია რედაქტორი და სტუდიური ხმის რეჟისორი.

პუბლიცისტური მემკვიდრეობა - ცნობილ ქართველ მოღვაწეთა პუბლიცისტური წერილები, მემუარები, შტრიხები ბიოგრაფიიდან. პროექტი დაიწყო ციკლით "ქვეყნის მოყვარე – დიმიტრი ყიფიანი". 2014 წელს ამ დიდი მამულიშვილის დაბადებიდან 200 წელი აღინიშნება. რადიომსმენელს საშუალება აქვს გაეცნოს დიმიტრი ყიფიანის ზოგიერთ დღემდე უცნობ წერილს, მემუარებს, ეპიზოდებს ცხოვრებიდან და მოღვაწეობიდან.

დიმიტრი ყიფიანის შემდეგ პროგრამა დაეთმო აკაკი წერეთლის პუბლიცისტიკას, რომელიც მიეძღვნა მისი დაბადებიდან 175 წლისთავს.

შემდგომ პერიოდში პროექტი დაეთმობა სხვა დიდ ქართველ მოღვაწეთა პუბლიცისტურ მემკვიდრეობას, ნააზრევს, რომელიც დღევანდელი საქართველოსთვის, ქვეყნის მომავლის განსაზღვრისთვის უაღრესად მნიშვნელოვანია.

1.6 ისტორიული

(„აქცენტები ისტორიაში“, „ისტორია ექსპონატებში“, „ხელნაწერი“, „ფერთამეტყველება“ - ავტორი ლილი ჭანიშვილი)

მცირეფორმატიანი გადაცემები კულტურულ და ისტორიულ მემკვიდრეობაზე. გადაცემების მიზანია ისტორიისა და კულტურის, ასევე მუზეუმების პოპულარიზაცია.

„აქცენტები ისტორიაში“ – უცნობი ან ნაკლებად ცნობილი ფრაგმენტები საქართველოს ისტორიიდან.

„ისტორია ექსპონატებში“ – საქართველოს მუზეუმებსა და სახლ-მუზეუმებში დაცული უნიკალური ექსპონატების ისტორია.

„ხელნაწერი“ – საზოგადოებისთვის უცნობი ხელნაწერების შექმნისა და დღემდე მოღწევის ისტორია, მათი კულტურულ - მხატვრული ღირებულება.

„ფერთამეტყველება“ – ხატწერის იშვიათი ნიმუშები, ჩვენამდე მოღწეული სიწმინდეების ისტორია.

„გალერეა“ - (ავტორი და წამყვანი ლია ძიძიგური) - კვირა 10:00-10:50. კულტურულ-შემეცნებითი პროგრამა - შემოქმედი ადამიანების პორტრეტები, ცხოვრებისეული ისტორიები. გადაცემის მიზანია ქართველი ხელოვანებისა და მათი შემოქმედების პოპულარიზაცია. აუდიტორია -ფართო სპექტრი. გადაცემაზე დაკავებულნი არიან ავტორი და სტუდიური ხმის რეჟისორი.

„კინოფილმი უეკრანოდ“ - (ავტორი და რედაქტორი ლია ძიძიგური) – შაბათი 22:20-23:00. კულტურულ-შემეცნებითი პროგრამა - გადაცემის წამყვანი აცოცხლებს ქართული ფილმის სიუჟეტს ფრაგმენტული ჩანაწერების თანხლებით. გადაცემის მიზანია ქართული ფილმის პოპულარიზაცია. ადამიანური რესურსი: გადაცემის ავტორი და ჩამწერი ხმის რეჟისორი.

„საუკუნის ხმები“ - (რედაქტორი ქეთი ჯოჯიშვილი)– უნიკალური ხმები რადიოს ოქროს ფონდიდან მცირე ფორმატით ყოველდღიური პროგრამის გასამდიდრებლად. მისი მიზანია საზოგადოებრივი რადიოს „ოქროს ფონდის“ პოპულარიზაცია, უნიკალური ჩანაწერების ფართო საზოგადოებისათვის გაცნობა, საქართველოს კულტურული და ლიტერატურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაცია. სამიზნე ჯგუფს აუდიტორიის სპექტრი წარმოადგენს. გადაცემის ავტორი ასევე მუშაობს სხვა რადიოპროექტებზე;

„შაბათ-კვირა 102.4 -ზე“ - (ავტორი და წამყვანი შავლეგ გეგეჭკორი) – შემეცნებითი -გასართობი პროგრამა შაბათ - კვირას 11.10-13.00. ის განკუთვნილია აუდიტორიის

ფართო სპექტრისათვის. საინტერესო რუბრიკები, გემოვნებიანი მუსიკა და ხალისიანი განწყობა. გადაცემას ამზადებს და უძღვება ერთი ადამიანი.

ასევე ჩვენ მიმართულებაში შემოდის საბავშვო ბლოკი, რომელიც პასუხობს პროგრამულ პრიორიტეტს „სერიალები და საბავშვო გადაცემები“.

„დო-რე-მი“ - (რედაქტორი თამარ გამრეკელი) მუსიკალურ- შემეცნებით გადაცემა. სამიზნე აუდიტორია მოზარდები, რომლებიც დაინტერესებული არიან მუსიკით. პროგრამაში მოგასმენინებთ სხვადასხვა სტილის და ჟანრის მუსიკას, გაგაცნობთ გამოჩენილი მუსიკოს-შემსრულებლების ხელოვნებას, ვისაუბრებთ საბავშვო მუსიკის სიახლეებზე, შეგახვედრებთ თქვენს თანატოლებს – დამწყებ მუსიკოსებს, შეიტყობთ ხელოვნების უახლეს ამბებს.

რუბრიკაში "თქვენი თხოვნით" თქვენს საყვარელ მუსიკალურ ნაწარმოებებს მოგასმენინებთ. ვისაც მუსიკალური ცოდნის შემოწმება სურს - ვიქტორინას ვთავაზობთ.

„იყო და არა იყო რა“ - (რედაქტორი თამარ გამრეკელი) სამიზნე აუდიტორია -სკოლანდელი ასაკის ბავშვები, გადაცემა გადის ყოველ საღამოს.

რადიოზღაპარი პატარებისთვის მშვიდ და სასიამოვნო გარემოს ქმნის. ზღაპრულ პერსონაჟებთან ერთად ისინი სხვადასხვა თავგადასავლების მონაწილენი ხდებიან.

მუსიკალური დიზაინი, მრავალფეროვანი ხმოვანი ეფექტები მაქსიმალურად გამომსახველს ხდის ზღაპრის ტექსტს, ბავშვებს უვითარებს წარმოსახვას, ესთეტიკურ გემოვნებას, რაც აღმზრდელობითი პროცესის აუცილებელი კომპონენტია.

პროგრამა მოიცავს როგორც ქართულ ხალხურ, ასევე მსოფლიოს ხალხთა, კლასიკოსი და თანამედროვე მწერლების ზღაპრებს.

სამომავლოდ ვგეგმავთ მეტი ყურადღება დავუთმოთ საბავშვო ბლოკს, დავამატოთ საბავშვო საყმაწვილო შემეცნებითი გადაცემა. ასევე გვინდა ყოველკვირეული გადაცემის მომზადება „კულტურული მიმოხილვა“. როგორც ვიცით, 2016 წელი გამოცხადებულია „ვეფხისტყაოსნის“ წლად, მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენ რამდენიმე წელია ვამზადებთ გადაცემას „ვეფხისტყაოსნის ეპოქა“, წელს ვგეგმავთ სხვა ფორმატის გადაცემის დამატებას, რომელ მიეძღვნება ამ საიუბილეო თარიღს.

11. რადიოგადაცემა „ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები“

2015 წლის 4 აგვისტოს ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის პროექტების შერჩევის მიზნით სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" მიერ გამოცხადებულ კონკურსში გაიმარჯვა რადიოპროექტმა „ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები“, რომლის ავტორები არიან საზოგადოებრივი მაუწყებლის ჟურნალისტები მანანა მახარაძე და ფატი თევდორაშვილი.

აღნიშნული გადაცემა პასუხობს სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებულ პროგრამულ პრიორიტეტს: „შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება“, რაც გულისხმობს გადაცემებს მოქალაქეების შესახებ: მაუწყებელმა განსაკუთრებული ინტერესი უნდა გამოიჩინოს და აჩვენოს რიგითი მოქალაქის ბედი და ისტორია, რომელიც ყველაზე ცხადად და ლაკონურად ასახავს ქვეყანაში მიმდინარე პროცესებს.

მოცემულ საანგარიშო პერიოდში დაიწყო გადაცემისთვის მზადება, ჩაიწერა რამდენიმე რესპონდენტი, დამონტაჟდა და მუსიკალურად გაფორმდა.

მაუწყებლობის ფაზაში გადაცემა შევიდა 2016 წლის იანვრიდან. მიზნობრივი აუდიტორიის გათვალისწინებით, გადაცემა გადის ყოველ კვირას 20:30. გადაცემის ქრონომეტრაჟია 15-18 წუთი.

12. რადიოგადაცემა „სოფლის დილა“

ქრონომეტრაჟი - 55 წთ

ეთერში განთავსება - შაბათ-კვირა

ფორმატი - პირდაპირი ეთერი

ანოტაცია: შემეცნებით-გასართობი ჟანრის რადიოგადაცემაში „სოფლის დილა“ მსმენელებს მიეწოდებათ ინფორმაცია მიმდინარე აგროღონისძიებების შესახებ, თოქ-შოუს სეგმენტში სტუდიაში მოწვეული ექსპერტი საუბრობს ამა თუ იმ დარგის განვითარების ან რომელიმე აგროკულტურის მოვლა-მოყვანის შესახებ, ასევე პასუხობს პირდაპირ ეთერში მსმენელების თემატურ კითხვებს. გადაცემას აქვს მაღალი ინტერაქცია. რუბრიკაში „აგროინფო“ მსმენელი იღებს ინფორმაციას სოფლის მეურნეობაში მიმდინარე მოვლენების, აგრო სიახლეების, ევროპული სოფლის ყოფის და თანამედროვე ტექნოლოგიების შესახებ. ეროვნული ბიბლიოთეკის ეთნოლოგი სატელეფონო ჩართვით საუბრობს ამა თუ იმ დარგის შესახებ ეთნოლოგიურ ჭრილში, სასარგებლო რჩევებში მსმენელი იღებს საჭირო ინფორმაციას რა, სად, როდის და როგორ აწარმოოს. გადაცემის ბოლოს, „ბუხრისპირა ამბებში“ მოვუთხრობთ სოფლის ცხოვრებიდან საინტერესო და გასართობ ისტორიებს.

სამიზნე აუდიტორია: სოფლის მაცხოვრებლები, ქალაქელები, ვისაც აქვთ ან უყვარს სოფელი, სოფლად დასაქმებული ადამიანები, ფერმერები, გლეხები, მცირე მეურნეები, რეგიონებში მცხოვრები ახალგაზრდები, რიგითი რადიომსმენელები, დიასახლისები და სხვა.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა: გადაცემა „სოფლის დილა“ სრულად შეესაბამება მაუწყებლის პროგრამულ პრიორიტეტებს, კერძოდ, სოფლის მეურნეობის განვითარების ხელშეწყობა და რიგითი ადამიანების ყოფა რეგიონებში.

სამომავლო ხედვები: სამომავლო ხედვა ჩვენ უკვე ამ სეზონზე განვახორციელეთ და გადაცემას შევმატეთ ახალი სეგმენტი, საქართველოს ეროვნული ბიბლიოთეკის ეთნოლოგის საუბრები, სადაც მსმენელი იგებს, თუ როგორი იყო ქართული სოფლის ყოფა, ვინ შემოიტანა პირველი სამეურნეო ტექნიკა საქართველოში, როგორი იყო შრომის განაწილება სოფლად და ა.შ.

2015 წლის მე-4 კვარტალში რადიოეთერში გასული გადაცემები: გადაცემა „სოფლის დილა“ ეთერში პირველად გავიდა 5 დეკემბერს.

სულ დეკემბრის თვეში ეთერში გავიდა 8 გადაცემა.

13. რადიოგადაცემა „რადიობლოგერი“

ზოგადი ინფორმაცია: საავტორო პროექტი „რადიობლოგერი“ საზოგადოებრივი რადიო 1-ის ეთერში გადის 2016 წლის იანვრიდან, ყოველ პარასკევს, 20:30 საათზე და გამეორებით ყოველ კვირას, 14:50 საათზე.

გადაცემის მოკლე ანოტაცია: რუბრიკა „რადიობლოგერი“ ერთგვარი საავტორო მონოლოგია რადიოს ეთერში, რომელიც კვირაში ერთხელ, ერთ კონკრეტულ თემას, იდეას, პრობლემას, მოვლენას ეთმობა – წინასწარ დაწერილი ბლოგის სახით, რომელსაც ავტორი თავად კითხულობს. „რადიობლოგერი“, პირდაპირ თუ ირიბად, ქვეყანაში, საზოგადოებაში მიმდინარე პროცესების ანარეკლია ბლოგებად, რომელიც ცხელ კვალზე ეხმიანება ყველა სიახლეს – დადებითსაც და უარყოფითსაც და მსმენელს საკუთარ მოსაზრებას, პოზიციას აცნობს.

სამიზნე აუდიტორია: 16 წლიდან ასაკის მსმენელი.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა: პროექტი შეესაბამება საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამულ პრიორიტეტებს, ვინაიდან ატარებს საზოგადოებრივ-კულტურული ხასიათის ფორმატს და მისი შინაარსი ქვეყანაში, საზოგადოებაში მომხდარი ან მიმდინარე პროცესების პირდაპირ ან ირიბად, კრიტიკული ან გაშარჟებული სახით ასახვაა.

გადაცემის საზოგადოებრივი ღირებულებები: „რადიობლოგერი“ გახლავთ რუბრიკა, საავტორო მონოლოგი, რომელიც საკუთარი იდეიდან და კონცეფციიდან გამომდინარე, აერთიანებს განსხვავებული აზრის მქონე, შესაძლოა პროტესტანტ, მაგრამ პრინციპულ, თანამედროვე და პროგრესულად მოაზროვნე ადამიანებს – მოქალაქეებს, რომლებმაც

იციან, რომ აქვთ უფლება, ჰქონდეთ საკუთარი, მტკიცე და მკაფიო მოსაზრება ყველაფერზე.

გადაცემის შერჩევა და საეთერო ბადეში ჩაშვება მოხდა პროექტის შინაარსისა და აქტუალურობის გამო. ასევე მისი განსხვავებული ინტონაციის, დინამიკისა და მრავალფეროვნების მიხედვით, რომელიც თემატურ და სტილისტურ მრავალგვარობაში გამოიხატება.

14. გადაცემა „წითელი ზონა“

ყოველ შაბათს 22:15 საათზე.

ქრონომეტრაჟი: 52წთ.

ანოტაცია: გიორგი გვახარიას საავტორო გადაცემა „წითელი ზონა” რადიო თავისუფლების და საზოგადოებრივი მაუწყებლის ერთობლივი პროექტია, რომელიც მიზნად ისახავს საქართველოს უახლესი წარსულის ანალიზს, მის კულტურულ ჭრილში გააზრებას და შეისწავლის ტოტალიტარული სისტემების გავლენას ჩვენს თანამედროვეობასა და კულტურაზე.

გადაცემის ქრონომეტრაჟია 52 წთ. კვარტლური ანგარიშის პერიოდში გადაცემა სულ 16-ჯერ გავიდა ეთერში.

სამიზნე აუდიტორია: „წითელი ზონა” მზადდება ნებისმიერი იმ ადამიანისთვის, რომელიც დაინტერესებულია საქართველოს უახლესი წარსულით, მათ შორის საბჭოთა პერიოდის ისტორიით. პოლიტიკურად და სოციალურად აქტიური ადამიანებისთვის, რომლებიც ჩართულები არიან მიმდინარე საკითხების განხილვაში, მათ შორის სოციალურ ქსელებში; ახალგაზრდებისთვის, რომლებიც დაინტერესებულები არიან კულტურისა და ხელოვნების შესწავლით და კულტურის სოციალური ანალიზით.

გადაცემაში სიახლედ შეგვიძლია მივიჩნიოთ ის, რომ „წითელი ზონა“ ერთ კონკრეტულ სტუდიაში აღარ იწერება, გადაცემის ჩაწერა ხდება ისეთ ლოკაციებზე, რომელსაც პირდაპირი თუ ირიბი კავშირი აქვს გადაცემის თემასთან. აგრეთვე, სამწუხარო სიახლედ შეგვიძლია მივიჩნიოთ ის, რომ გადაცემის შემდეგ აღარ გადის თემატურად შერჩეული ფილმები, რაც ტექნიკური პრობლემებით იხსნება, შესაბამისად გადაცემის შემქმნელები იმედოვნებენ, რომ ეს საკითხი სამომავლოდ მოგვარდება.

1.7 გასართობი მიმართულება

სამაუწყებლო დროის საკმაოდ დიდი ნაწილი, ბუნებრივია, გასართობი, მათ შორის იუმორისტული პროდუქციის მიწოდებას დაეთმობა. თუმცა, ამ ეტაპზე საზოგადოებრივი

მაუწყებლის ეთერში თითქმის არ არის იუმორისტული პროექტები. საზოგადოებრივი მაუწყებელი გეგმავს არსებული დანაკლისის გამოსწორებას. ამ თვალსაზრისით ყურადღებას მიაქცევს სატირული ჟანრის პროექტების წარმოებას და საკუთარ სამაუწყებლო ერთეულებზე განთავსებას, როგორც ტელევიზიით, ისე რადიო და ინტერნეტპლატფორმებით. ამავე დროს, საზოგადოებრივი მაუწყებელი უარს ამბობს ვულგარულ, მდარე ხარისხის იუმორზე. იუმორი უნდა იყოს აქტუალური და მიმდინარე მოვლენებთან დაკავშირებული. ამისათვის, თავის მხრივ, საზოგადოებრივი მაუწყებელი შეიმუშავებს მიწოდების ორიგინალურ, არასტანდარტულ ფორმატს.

ამჟამად ამ მიმართულებაშია შემდეგი გადაცემები: „გურმანია“, „სიტყვების თამაში“, „დილა პირველზე“, ევროვიზიის ჯგუფი, რადიოს მუსიკალურ გასართობი მიმართულება, და რადიოგადაცემა „რა სურთ ქალებს“.

15. გადაცემა „გურმანია“

გადაცემის ანოტაცია: გურმანია გასართობ-შემეცნებითი გადაცემაა კულინარიაზე, რომელიც კვირაში ორჯერ, სტუდიიდან სთავაზობს კულინარიულ სიახლეებს, რეცეპტებს. ორ წამყვანზე გადანაწილებულია სხვადასხვა თემატიკის ეპიზოდები (დესერტები, სოუსები, ხორცი და ა.შ.). გადაცემაში მომზადებული კერძების რეცეპტურა მორგებულია თემებს, სადაც წამყვანები, როგორც პროფესიონალი მზარეულები აძლევენ რჩევებს, ატარებენ მასტერკლასებს, ექსპერიმენტებს, მაყურებელს აცნობენ ტრადიციულ, ძველ და უახლესს ქართულ და მსოფლიო კულინარიას.

გადაცემა გადის შაბათ-კვირას 17:00 საათზე.

სამიზნე აუდიტორია: ამ გადაცემის პოტენციური მაყურებელია ის, ვისაც უყვარს გემრიელად ჭამა და ამ გემოს თვითონვე შექმნა. იმ უნიკალური ვიზიტორებით, რომელიც გადაცემის ფეისბუქ გვერდს და იუთუბ არხს ჰყავს, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ონლაინ გამოხმაურების მიხედვით, ყველაზე აქტიური მაყურებელი ქალები არიან, მაგრამ გადაცემას სიამოვნებით უყურებენ მამაკაცებიც, ბავშვები და ასაკოვანი ადამიანებიც. ვფიქრობთ, ეს არის წამყვანების პროფესიონალიზმის, სილაღის და სამზარეულოში ქალისა და მამაკაცის დუეტის ჰარმონიულობის დამსახურება. ასევე გადაცემის მაყურებლად შეიძლება მოვიაზროთ ის ადამიანები, ახალგაზრდები, რომლებიც კულინარიას, როგორც პროფესიას ისე აღიქვამენ. მზარეულის პროფესია პოპულარული სპეციალობა ხდება მსოფლიოში, მათ შორის საქართველოშიც, რაც უფრო და უფრო მეტი ადამიანის დაინტერესებას იწვევს ამ სფეროთი.

სამომავლო გეგმები: „გურმანია“ უკვე მეხუთე წელია ეთერშია. თავდაპირველად, ის

იყო BBC-ის შოუს ეკონომ-მენიუს ქართული ანალოგი, თუკი ეკონომ-მენიუს ფარგლებში მაყურებელს გასტორნომიული ხარჯების შემცირებას და კვების ბიუჯეტის ეკონომიურად დაგეგმვისთვის ვაძლევდით რჩევას, შემდეგი ორი წელი „გურმანიას“ ფორმატი უფრო მოქნილი და მრავალფეროვანი გახდა, გადამღები ჯგუფი თითოეულ ეპიზოდზე მუშაობდა, როგორც ინდივიდუალურ პროექტზე. გადაცემა „გურმანიამ“ 2015 წლის ბოლო სეზონი საქართველოს გარშემო მოგზაურობას დაუთმო, გადაცემის ერთ-ერთ წამყვანთან ვახოსთან ერთად, ტრადიციული ქართული სამზარეულოს და კერძების გაცნობას, საქართველოს სხვადასხვა კუთხის სამზარეულოს კვლევას და თავიდან აღმოჩენას. პარალელურად, გადაცემის მეორე წამყვანმა თამთამ, ახალი სტუდია აქცია რეალურ სამზარეულოდ, საინტერესო კულინარიული ექსპერიმენებისთვის. ტრადიციული, ძველი ქართული კერძების ახლებური, თანამედროვე ვარიაციების შექმნით და მსოფლიოს სამზარეულოს კერძებთან პარალელის გავლებით. წლევანდელ სეზონზე, წამყვანები სტუდიიდან მოგზაურობენ მსოფლიოს გარშემო, ატარებენ ექსპერიმენტებს, მასტერკლასებს. გადაცემას აქვს გასვლითი სახეც, სეზონური მოვლენის კულინარიასთან კავშირში (მაგ. რთველი და კულინარია, ტურისტული მენიუ და ა.შ.), იქნება ჩართულობაც ფესტივალებში და სხვადასხვა კულინარიულ აქტივობებში. ჩაატარებენ მასტერკლასებს საქართველოში მოწვეულ, მსოფლიოში ცნობილ პროფესიონალ მზარეულებთან ერთად. პროფესიონალი კულინარების გარდა, გადაცემაში გავაკეთებთ აღმოჩენებს ნაკლებად ცნობილი და არაპროფესიონალი მზარეულების რაკურსით. ჩავრთავთ ბავშვებს, ახალგაზრდებს და გამოცდილ კულინარებს. სიამოვნებით გავცდებოდით საქართველოს ფარგლებს გარეთ და რეალურად ვიმოგზაურებდით და გავაკეთებდით კულინარიულ აღმოჩენებს მეზობელ ქვეყნებში, საქართველოში მცხოვრები ეთნიკური უმცირესობების სამზარეულოსთან პარალელის გავლებით. ვისწავლიდით მათ ტრადიციულ სამზარეულოს, ადგილზე შევისწავლიდით ადგილობრივ კერძებს და პოპულარიზაციას გავუწევდით ქართულ ტრადიციულ კერძებს.

16. გადაცემა „სიტყვების თამაში“

გადაცემის მოკლე ანოტაცია: „სიტყვების თამაში“ ეს არის გასართობ-ინტელექტუალური შოუ, რომელშიც მონაწილეები ერთმანეთს სიტყვების შედგენაში ეჯიბრებიან. ყოველივე ეს კი, ქართული ენის პოპულარიზაციას უწყობს ხელს: აცოცხლებს მივიწყებულ ქართულ სიტყვებს, განმარტავს ხშირად ჩვენთვის უცნობ სიტყვებს; ავლენს სალაპარაკო ენაში დამკვიდრებულ არასწორ ფორმებს და მაყურებელს მათ სწორ გამოყენებას ასწავლის. ასევე თამაშ-თამაშით მაყურებელი იმახსოვრებს თუ რომელი სიტყვები ითვლება ბარბარიზმებად და რომელი უცხო სიტყვებია უკვე ადაპტირებული ქართულ ენაში.

თუმცა, ეს არ არის თამაში, რომლის მოგებაც მხოლოდ მონაწილეების ინტელექტზეა დამოკიდებული. ეს არის შოუ, სადაც თითოეული სიტყვა ფულით ფასდება. ეს მოთამაშეებისგან დამატებით უნარებს მოითხოვს, თამაშს კი, კიდევ უფრო დაძაბულს, აზარტულსა და საინტერესოს ხდის. მოგება საშუალოდ 250 ლარს, მაქსიმუმ -1000 ლარს,

სეზონში ერთხელ კი 5000 ლარსაც კი აღწევს.

გადაცემის ეთერში გასვლის დრო: ორშაბათიდან-პარასკევის ჩათვლით 17:30 საათზე

გასული გადაცემების რაოდენობა: 44 გადაცემა.

პროექტის კონსულნტანტია ა. ჩიქობავას სახელობის ენათმეცნიერების ინსტიტუტი და თამაშის პროცესში აქტიურად არის ჩართული მათი წარმომადგენელი - ენათმეცნიერი, პროფესორი - ნინო ჯორბენაძე.

2015 წლის მეოთხე კვარტალში 44 გადაცემა მომზადდა. გადაცემის სტუმრები იყვნენ როგორც საზოგადოებისათვის ცნობილი სახეები: მომღერლები, მსახიობები, წამყვანები და სპორტსმენები; ასევე საზოგადოებისათვის უცნობი ადამიანები, რომელთა შერჩევაც მათივე გამოგზავნილი აპლიკაციების მიხედვით მოხდა.

17. ევროვიზიის სიმღერის კონკურსი

„ევროვიზია“

2015 წელს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა გამოაცხადა ევროვიზიის შიდაშესარჩევი კონკურსი, შემოსული განაცხადებიდან შეირჩა 5 მომღერალი: ნინა სუბლატი, მიშა სულუხია, ედვარდ მეისონი, ჯგუფი „ნიუტონი“ და ეთერ ბერიანიშვილი. ხუთიდან საუკეთესო გადაცემა „კომუნიკატორში“ საერთაშორისო ჟიურიმ და მაყურებელმა გამოავლინა. 14 იანვარს საქართველოს რჩეული ევროვიზიაზე ნინა სუბლატი გახდა, სიმღერით Warrior.

გამარჯვებულ სიმღერაზე ვიდეორგოლის გადაღებები პირველი არხის პავილიონში მიმდინარეობდა, რეჟისორი დავით გოგოხია იყო, კლიპის დიზაინერად კი ლაშა ჯოხაძე იყო მოწვეული.

ვიდეო რგოლის პრეზენტაცია კლუბ „ინოვაში“ გაიმართა და მას ევროვიზიის წინა წლების მონაწილეებიც ესწრებოდნენ. საზოგადოებრივი მაუწყებლის გარდა კლიპი იმ 39 ქვეყნის ტელევიზიაშიც ტრიალებდა, რომლის წარმომადგენლებიც კონკურსში მონაწილეობდნენ.

პრომო ტურის ფარგლებით ნინა სუბლატი იმყოფებოდა ამსტერდამში და რიგაში, სადაც ის მონაწილეობდა სხვა კონკურსანტებთან ერთად ევროვიზიის ფარგლებით დაგეგმილ ღონისძიებებში.

მომღერალმა ასევე ჩაწერა Warrior-ის აკუსტიკური ვერსიაც.

საევროვიზიოდ საერთაშორისო სტანდარტების არანჟირება და მასტერინგი ნინა სუბლატის სიმღერას ცნობილმა კომპოზიტორმა ტომას გეისონმა გაუკეთა.

სასცენო დადგმაზე კი ასევე შვედმა რეჟისორმა საშა ჟან-ბაფტისტმა იმუშავა, რომელიც თბილისში რეპეტიციებისთვის რამდენიმე დღის განმავლობაში იმყოფებოდა. ნინა სუბლატის სასცენო იმიჯზე კი დიზაინერმა ქეთი ჩხიკვაძემ იზრუნა.

ნინა სუბლატი დასახელდა 2015 წლის 38 ქვეყანას შორის ყველაზე ლამაზ მონაწილედ. გამოკითხვის შედეგად მას ყოველთვის მოწინავე პოზიციები ქონდა.

ვენაში ყოფნის პერიოდში მომღერალი შეხვდა ქართულ დიასპორასაც, ვისთვისაც სპეციალურად კონცერტი გამართა. მომღერალი მიწვეული იყო სხვადასხვა ქვეყნის ცნობილ არხებზე, ასევე მას მიჰყავდა ევროვიზიის მეორე ნახევარფინალი „ბი-ბი-სი“-ზე, სადაც კომენტატორის ამპლუაში იყო მიწვეული.

კენჭისყრის შედეგად ნინა სუბლატი მაყურებლის წინაშე ევროვიზიის პირველ ნახევარფინალში წარდგა, მაყურებელმა სუბლატი ფინალურ კონცერტზეც იხილა. 23 მაისს, ევროვიზიის მე-60 საიუბილეო კონკურსზე, რომელსაც ავსტრია მასპინძლობდა, საქართველოს წარმომადგენელმა მე -11 ადგილი მოიპოვა.

„საბავშვო ევროვიზია“

მოკლე ანოტაცია: საბავშვო ევროვიზია ანალოგია დიდების ევროვიზიის და კონ-კურსანტის წარდგენის უფლება მხოლოდ საზოგადოებრივ მაუწყებელს აქვს, რადგან

ევროპის მაუწყებელთა კავშირის წევრია. პირველად ქვეყანა კონკურსზე 2007 წელს გამოჩდა და მარიამ რომელაშვილმა მე-4 ადგილი მოიპოვა. მას შემდეგ საქართველოს წარმომადგენლებმა გამარჯვება საბავშვო ევროვიზიაზე ორჯერ მოიპოვეს - ჯგუფები „ბზიკები“ და „ქენდი“ საუკეთესოებად დასახელდნენ.

2015 წლის საბავშვო ევროვიზიის სიმღერის კონკურსზე საქართველომ კვარტეტი „The Virus“ სიმღერით “გაბედე” წარადგინა. კვარტეტის შემადგენლობაში ელენე კეურიშვილი, ლიზი თავბერიძე, თაკო გაგნიძე და დათა პავლიაშვილი იყვნენ.

ბავშვები დახურული კასტინგით შეირჩნენ და კონკურსისთვის მზადება სექტემბერში დაიწყეს. ბავშვებთან ერთად, კომპოზიციაზე გიგა კუხიანიძემ იმუშავა, ტექსტი პოეტ ერეკლე დეისაძეს ეკუთვნის, სიმღერის არანჟირება კი ბორიკო შხიანმა გააკეთა.

ვიდეორგოლის პრემიერა, ოქტომბერში პირველი არხის ეთერში შედგა. კლიპის რეჟისორი გიგა კუხიანიძე და რამაზ გუნავა იყვნენ. ბავშვების იმიჯზე კი დიზაინერმა მარიკა ქურდუბაძემ იზრუნა. ვიდეო რგოლი იმ 15 ქვეყნის საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერით ტრიალებდა, რომელთა წარმომადგენლებიც 2015 წლის საბავშვო ევროვიზიაზე მონაწილეობდნენ.

ქართველი კონკურსანტების სასცენო წარმოდგენაზეც გიგა კუხიანიძემ და მარიკა ქურდუბაძემ იზრუნეს. წელს საბავშვო ევროვიზიას ბულგარეთის დედაქალაქი სოფია მასპინძლობდა, ფინალური კონცერტი 21 ნოემბერს გაიმართა, პირდაპირ ტრანსლაციას პირველ არხი აწარმოებდა, ეთერის კომენტატორი დილის გადაცემის წამყვანი თუთა ჩხეიძე იყო. ქვეყნის სახელით კონკურსზე ხმები საბავშვო ევროვიზიის მონაწილემ ლიზი პოპმა გამოაცხადა. საბავშვო ევროვიზიაზე საქართველოს წარმომადგენლებმა მეათე ადგილი მოიპოვეს, ხოლო გამარჯვება მალტის წარმომადგენელს ერგო.

1.8 რადიოს მუსიკალურ გასართობი მიმართულება

რადიოს მუსიკალური მიმართულება მრავალფეროვან კულტურულ-საგანმანათლებლო, შემეცნებით და გასართობ სფეროებს მოიცავს. ზოგადად მუსიკალურ მიმართულებას ტემპი, რიტმი, დინამიკა შეაქვს საზოგადოებრივი რადიოს ეთერში. ეს მიიღწევა არა მარტო გადაცემებით, არამედ მთელ ბადეში გაბნეული სხვადასხვა ჟანრის კონცერტებითაც.

მხოლოდ კონცერტების ქრონომეტრაჟი 24-საათიან მაუწყებლობაში შეადგენს 5 – 6 საათს.

რაც შეეხება გადაცემებს, ისინი მოიცავს ყველა მუსიკალურ ჟანრს და შესაბამისად, აკმაყოფილებს ყველა ასაკისა და გემოვნების მსმენელს.

რადიოს ბადე პროგრამის მიხედვით.

დილის გადაცემები:

საინფორმაციო-მუსიკალური პროგრამა **“ინტერმედია”**. წამყვანი - მარიკა ჩიჯავაძე. პროგრამა იწერება ვიდეო ფორმატით. ხმის რეჟისორი - მაია წიწილაშვილი.

გადაცემა განკუთვნილია მსმენელთა ფართო ფენისთვის. მისი მიზანია, მსოფლიოში მიმდინარე კლასიკური მუსიკალური მოვლენების საქმის კურსში ამყოფოს ჩვენი საზოგადოება. გადაცემა კვირაში სამჯერ გადის ეთერში – ორშაბათს, ოთხშაბათს და პარასკევს. კონკრეტული თემების ჩამოთვლა შეუძლებელია, რადგან თითო გადაცემაში 4 და მეტი ინფორმაციაა. ისინი მოიცავს მსოფლიოს უმნიშვნელოვანეს მიმდინარე ამბებს.

პროგრამა **“ბახიდან ოფენბახამდე, ანუ ერთი სამუსიკო შედევრი”** – აავტორი - ლალი გაბუნია. პროგრამა იწერება. ხმის რეჟისორი - მაია წიწილაშვილი.

ეს არის ჩანახატი კომპოზიტორზე, ნაწარმოებზე, შემსრულებელზე... მსმენელს

აცნობს მსოფლიო სამუსიკო საგანძურს. პროგრამა კვირაში სამჯერ გადის ეთერში ქრონომეტრაჟი 15 წუთი.

"ქართული მუსიკის 100 წელი" – ავტორი და წამყვანი - ლალი გაბუნია. ქრონომეტრაჟი 15 წუთი, კვირაში ერთხელ. პროგრამა იწერება. ხმის რეჟისორი - მაია წიწილაშვილი.

საგანმანათლებლო-შემეცნებითი გადაცემა მსმენელს აცნობს ქართული პროფესიული მუსიკის მიღწევებს, იმ თხზულებებს, რომლებმაც საფუძველი ჩაუყარეს ქართულ საკომპოზიტორო სკოლას და მის განვითარებას, იმ უმნიშვნელოვანეს ნაწარმოებებს, რომლებიც დღემდე შეიქმნა, თვალსაჩინო ქართველ მუსიკოს-შემსრულებლებს.

"რაც მეხსიერებას შემორჩა" - ავტორი და წამყვანი ლალი გაბუნია. ქრონომეტრაჟი 15 წუთი, კვირაში ერთხელ. პროგრამა იწერება. ხმის რეჟისორი მაია წიწილაშვილი.

ათეული წლების მანძილზე რადიო ფირზე აფიქსირებდა საქართველოს მუსიკალურ ცხოვრებაში მომხდარ ყველა მნიშვნელოვან მოვლენას. ეს გადაცემები იყო თავისებური ცდა შეექმნა სამუსიკო მატეანე, რადიომსმენელი კი შეძლებისდაგვარად საქმის კურსში იყო, რა ხდებოდა ქართულ მუსიკაში. დღეს ეს გადაცემები აუდიოარქივშია შენახული. გავიდა წლები და გაგვიჩნდა სურვილი ახალი თაობისთვის მოგვეთხრო, უფროსებისთვის კი შეგვეხსენებინა ქართული სამუსიკო ცხოვრების ღირსსახსოვარი ფაქტები და მოვლენები. ბევრი ქართველი მოღვაწის ხმა ხომ მხოლოდ საზოგადოებრივი რადიოს ფონდშია დაცული.

შუადღის ეთერი:

თოქ-შოუ "მუსიკალური შეხვედრები" – პირდაპირი ეთერი, კვირაში ერთხელ 50 წუთი. ავტორი და წამყვანი ნია ბახტაძე. გადაცემის მიზანია ქართული ესტრადის საუკეთესო ტრადიციების და სიახლეების წარმოჩენა, მუსიკალური ოჯახების მსმენელისთვის გაცნობა და მათი პოპულარიზაცია. სტუდიაში მოწვეულ სტუმრებთან ერთად გადაცემაში ერთვება მსმენელიც. ახალი ალბომების პრეზენტაცია, ახალი სახელები, პირდაპირ ეთერში ცოცხალი შესრულება ახალისებს გადაცემას.

პროექტი "კლასიკის საათი"- აავტორი ნესტან მესხი. კვირაში ერთხელ 50 წუთი. პროგრამა იწერება. ხმის რეჟისორი მიხეილ კოჩაძე. გადაცემაში საუბარია კლასიკური და თანამედროვე მუსიკის ინტერპრეტაციაზე, საარქივო ჩანაწერებზე, ქართულ მუსიკასა და ქართველ მუსიკოს-შემსრულებლებზე, უცხოელ მუსიკოსებზე, საუბარია მათი ბიოგრაფიის უცნობ დეტალებზე. ავტორი, თავად მუსიკოსი, საუბრობს საკუთარ შთაბეჭდილებებზე, ურთიერთობებზე.

პროექტი "ჩაპრულო" პირდაპირი ეთერი - ავტორები და წამყვანები: ლალი სეთურიძე, მიხეილ ჯავახიშვილი, დავით ცინცაძე. კვირაში ერთხელ, ქრონომეტრაჟი 50 წუთი. მასში ფართოდაა გაშუქებული ფოლკლორული თემები. თითოეულ გადაცემაში რამდენიმე სიუჟეტია. არ შემოიფარგლება ერთი ჟანრით. შეძლებისდაგვარად წარმოვაჩენთ როგორც სასიმღერო ფოლკლორს, ასევე ქორეოგრაფიას, ზეპირსიტყვიერებას, რეწვას და სხვა. ფართოდ ვაშუქებთ იმ მოძრაობას, რომელიც დაიწყო ფოლკლორის სახელმწიფო ცენტრმა, რომ დაუბრუნდეს სიმღერა სოფელს. ეს თემა შუქდება რუბრიკაში ,,ხმა სოფლიდან". გადაცემაში ვიწვევთ როგორც აღიარებულ სახელმწიფო ანსამბლებს, ასევე ახალბედა და დამწყებ ასამბლებს, ვიწვევთ გამოჩენილ თუ ახალგაზრდა ლოტბარებს. ჟღერს როგორც ჩანაწერები, ასევე ცოცხალი შესრულება პირდაპირ ეთერში.

პროგრამა "ვარიაციები მუსიკალურ თემაზე" - პირდაპირი ეთერი, ქრ. 50 წუთი, კვირაში ერთხელ, ავტორი მარიკა ჩიჯავაძე. თემატიკა: საუბრები, დისკუსიები საკომპოზიტორო, საშემსრულებლო ხელოვნების საკითხებზე, თანამედროვე მუსიკალური ხელოვნების პრობლემატიკა, ინოვაციური საკითხები "კლასიკურ" მუსიკალურ ხელოვნებაში, მუსიკალური პორტრეტები, მუსიკალური განათლების პრობლემატიკა და ა.შ.

პროგრამა "რეტრო" – პირდაპირი ეთერი, ქრ. 50 წუთი, კვირაში ერთხელ, ავტორი ნია ბახტაძე. გადაცემა ეძღვნება 50 -70-იანი წლების ქართულ ესტრადას. სტუმრები საუბრობენ ქართული ესტრადის მნიშვნელოვან ეტაპებზე. სტუმრები არიან სახელოვანი

კომპოზიტორები და შემსრულებლები, რომელთაც დიდი წვლილი მიუძღვით ქართული ესტრადის განვითარებაში. ისინი მსმენელს მოუთხრობენ საინტერესო ფაქტებზე. მნიშვნელოვან პიროვნებებზე მზადდება გადაცემათა ციკლები. ჟღერს 50 -70-იანი წლების ქართული ესტრადა.

პროგრამა "მუსიკალური რადიოანშლაგი" – ჩანაწერი, ქრ. 50 წუთი. ავტორი, პროდიუსერი მარიკა ჩიჯავაძე. ხმის რეჟისორი მაია წიწილაშვილი. გადაცემა ეძღვნება მიმდინარე მუსიკალური ცხოვრების სიახლეებს. აქ არის ინტერვიუ, რეპორტაჟი, ჩანახატი და ა.შ. გადაცემის მომზადებაში პერიოდულად, სამწუხაროდ, იშვიათად მონაწილეობენ კონსერვატორიის სტუდენტები.

პროგრამა "მხოლოდ ოპერა" – პირდაპირი ეთერი, ქრ. 50 წუთი, ავტორი მარიკა ჩიჯავაძე. გადაცემის მიზანია: ახალგაზრდა მომღერლების წარმოჩენა. ამისთვის საოპერო სტუდიის სპექტაკლების, კონსერვატორიის კლასის კონცერტების მოსმენა და სელექციის გზით საუკეთესოების შერჩევა; ოპერის ცნობილი მომღერლების მოწვევა, მათთან საუბარი, მათი მოგონებების ჩაწერა, მსმენელის ჩართვა; იმ მომღერლების გახსენება, ვინც შექმნა ქართული საოპერო სკოლა. აქ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია რადიოს ფონდის გამოყენება; მსოფლიოში აღიარებული მომღერლების პირდაპირი ეთერის სტუდიაში მოწვევა, ან სატელეფონო, ან სკაიპით ჩართვა; ვოკალური ხელოვნების, საოპერო თეატრის, საოპერო რეჟისურის და სხვა პრობლემებთან მიმართებით დისკუსიები.

შემეცნებით-გასართობი მუსიკალური **თოქ-შოუ "კოლექცია"**. პირდაპირი ეთერი, ქრ. 50 წუთი, ავტორი და წამყვანი ლალი იმნაიშვილი. გადაცემა გათვლილია ნებისმიერი ასაკის მსმენელზე. აცნობს საინტერესო ადამიანებს, მათ უჩვეულო გატაცებებს: მუსიკალურ, სხვადასხვა ნივთების, ჭრელ-ჭრელი ამბების თუ უნიკალური წიგნების ორიგინალურ კოლექციებს. ყოველი გადაცემის თემა სხვადასხვაა, გამომდინარე იქიდან, რა კოლექციას წარადგენს სტუმარი.

ღამის ეთერი:

"ერთი ხალხური ხიმღერა" – ჩანაწერი, ქრ. 5 -15 წუთი. ავტორი და წამყვანი ლალი სეთურიძე. გადაცემის მიზანია, მსმენელს გავაცნოთ ამა თუ იმ სიმღერის წარმოშობის საფუძველი, გარემო და შემსრულებლის ვინაობა, ვინაიდან თითოეული სიმღერა ეს არის ხმოვანი ქრონიკა, რომელიც აქტიურადაა ჩართული ისტორიულ პროცესში. ამ სიმღერების ტექსტები ხშირ შემთხვევაში შთაგონებულია ხალხური თქმულებებით და ზეპირსიტყვიერებით, გარდა ამისა, საინტერესო კვლევები აქვთ ავტორებს. ჩვენ ძირითადად ვეყრდნობით გ. სვანიძის მოკვლეულ მასალას. გარდა ამისა, ყურადღებას ვამახვილებთ ასევე სიმღერის უნიკალურობაზე, სიძველეზე თუ გამორჩეულ საშემსრულებლო მანერაზე. ეს პროექტი მოიცავს ყველა კუთხის სასიმღერო თუ საცეკვაო ფოლკლორს.

პროგრამა "ცხოვრება ხელოვნებაში" – ჩანაწერი, კვირაში ერთხელ, ქრ. 50 წუთი, ავტორი და წამყვანი ნია ბახტაძე. ცნობილია ჩვენი საზოგადოების ინტერესი ხელოვანთა ცხოვრების და შემოქმედების მიმართ. საბედნიეროდ, არსებობენ ადამიანები - პროფესიონალები, მელომანები, რომლებიც საინტერესო ინფორმაციას ფლობენ ამა თუ იმ გამოჩენილ ხელოვანზე და იმ მნიშვნელოვან მოვლენებზე, რომლებიც ქართულ და არა მარტო ქართულ კულტურასთანაა დაკავშირებული.

გადაცემაში მოწვეული სტუმრები არიან მუსიკოსები, ხელოვნების სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლები, მელომანები.

პროგრამა „უცნობი მუსიკა" - პირდაპირი ეთერი, ქრ. საათი და 30 წუთი, ავტორი კახა თოლორდავა. გადაცემა მათთვის, ვისთვისაც მუსიკა უბრალო გართობა არასოდეს ყოფილა. ავტორი წარმოგიდგენთ სხვადასხვა დროს მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში შექმნილ თავგადასავლებით სავსე მუსიკას. მუსიკას, რომელიც იქმნებოდა ყურით, გრძნობით, ინსტინქტით და არა ერთხელ დადგენილი წესებით. ეს არის მუსიკა, რომელიც უარს ამბობს ჟანრულ ბარიერებსა და ამოჩემებულ შემსრულებლებზე.

აღსანიშნავია, რომ რადიოს მუსიკალური მიმართულება მუდმივად იწერს საქართველოში გამართულ კონცერტებს, სპექტაკლებს, ფესტივალებს. მათ დიდ უმრავლესობას უწევს საინფორმაციო მხარდამჭერას და შესაბამისად, ჩვენი ლოგო ხშირადაა განთავსებული მათ აფიშებზე, ბანერებზე, ბუკლეტებში. ეს კიდევ ერთხელ აჩვენებს, რომ რადიოსთან მუშაობენ პროფესიონალი, მცოდნე ადამიანები, რომლებიც ხშირად ენთუზიაზმით აკეთებენ საქმეს. მათ მუსიკალურ წრეებში ანგარიშს უწევენ.

რადიოს მუსიკალური მიმართულება ინტენსიურად თანამშრომლობს EBU-სთან. ასეულობით საათის მუსიკა არის მათგან გადმოწერილი და დაფორმატებული. სამწუხაროდ, რადიო იშვიათად ახერხებს მათთვის მასალის გაგზავნას, რადგან მიუხედავად იმისა, რომ ჩანაწერი ბევრია, იგი არ შეესაბამება საერთაშორისო სტანდარტებს.

სურვილები და პრობლემები: გარე ჩაწერების ტექნიკური აღჭურვილობა არაა სათანადო. არის მხოლოდ ოთხი კარგი მიკროფონი, ნოუთბუქი არ შეესაბამება სტანდარტებს, ასევე პულტი, არის შტატივების ნაკლებობაც.

არც სტუდიებსა და სამუშაო ოთახებშია სანიმუშო პირობები. სასურველია სათანადო ტექნიკური აღჭურვილობის ქონა, რომელიც თანამშრომლებს ხელს შეუწყობს სათანადო მუშაობაში. საჭიროებიდან გამომდინარე, აუცილებელია კვების წყაროს ე.წ. (იუპიესების) შეძენა, ასევე ოპერატიული მეხსიერების სიმცირის გამო ვერ ხდება სრულყოფილი მასალის დაარქივება, ვინაიდან რადიო მუდმივად იწერს და აფორმატებს ეთერისთვის მასალას. ასევე საჭიროა დიქტოფონები რეპორტიორებისთვის.

რაც შეეხება გადაცემებს, მართალია მიმართულების დასახელებაში ფიგურირებს სიტყვა "გასართობი", მაგრამ რეალურად ამ ტიპის ახალგაზრდული პროგრამები ამ მიმართულებაში არ არსებობს. განსახილველად წარდგენილია ღამის პროექტი და იმედია, ეს საკითხი დადებითად გადაწყდება.

თავად მიმდინარე გადაცემებისთვის საჭიროა კორესპონდენტები. განსაკუთრებით "მუსიკალური რადიო ანშლაგისთვის".

სურვილებს შორის ერთერთი და მთავარია ფონდის გადარჩენა, მოვლა. რადიოს მუსიკალურ გასართობ მიმართულებას აქვს უნიკალური შესაძლებლობა რემასტერინგის შემდეგ დისკებად, სასაჩუქრედ გამოიცეს "ოქროს ფონდის" ჩანაწერები. საჭიროა რადიოს საკუთრების ნუსხის შედგენა და იმ შემთხვევაში, თუ ვინმე, ან რომელიმე მაუწყებელი, მოისურვებს გადაცემის გაშვებას, რადიოს რედაქციიდან იქნება სავალდებულო ნებართვის აღება. როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტელევიზიას აქვს ლოგო თავის საარქივო მასალაზე, ასევე განთავსდება რადიოს მასალაზეც ლოგო.

19. რადიო გადაცემა „რა სურთ ქალებს"

გადაცემა „რა სურთ ქალებს" საზოგადოებრივი მაუწყებლის რადიო ერთის ეთერში 2015 წლის 30 ნოემბრიდან გადის.

ფორმატი: სტუდიური, პირდაპირი ეთერი

ქრონომეტრაჟი: 47-50 წუთი

პოზიცია: შუადღე (11:00 – 12:00 დროის მონაკვეთში)

სიხშირე: ყოველდღიური (უქმეების გარდა)

გადაცემის მოკლე ანოტაცია: მოწვეული სტუმრების დახმარებით, წამყვანები მსმენელს ესაუბრებიან საზოგადოებისთვის საკამათო და საინტერესო თემაზე, რომელიც პირდაპირ თუ ირიბად დაკავშირებულია ქალებთან. თუმცა ვიწრო სპეციფიკა გადაცემის მიზნობრივი აუდიტორიის ვიწრო წრეს არ გულისხმობს - მარტივი მიზეზით, რომ თემა, რომელიც უკავშირდება ერთ სქესს, აპრიორში საინტერესოა საწინააღმდეგო სქესისთვის. მაგალითისთვის, განაცხადი „მხოლოდ ქალებისთვის" მამაკაცს ცალსახად აინტერესებს.

გადაცემის მამაკაცი წამყვანი (მსმენელთან ერთად), ქალი წამყვანის (და მსმენელი

ქალების) სავარაუდო ოპონენტია. გადაცემის ინტერაქტიული მხარე მსმენელს პირდაპირ ეთერში აზრის გამოხატვის საშუალებას აძლევს და მათთვის საინტერესო სტუმრებთან დიალოგს სთავაზობს.

გადაცემისთვის შერჩეული თემა არ განისაზღვრება ვიწრო სპეციფიკით. მსმენელის სურვილის გათვალისწინებით, ეს შეიძლება იყოს: „ქალი საჭესთან“, „ქალი თანამდებობაზე“, „ქალი - დედამთილი, სიდედრი“, „ქალი და სპორტი“, „დიეტა“, „ოჯახის დაგეგმვა“, „ნაადრევი ქორწინება“, „ე.წ. უკანონო შვილი“ და სხვა.

სამომავლო ხედვა: სამომავლოდ გვეგმავთ, რომ კვირის ყოველი დღე, სავარაუდოდ, დავუთმოთ რაღაც კონკრეტულ რუბრიკას (ისევე, როგორც ეს გაკეთდა ორშაბათის და პარასკევის შემთხვევაში).

1.9 სპორტული მიმართულება

საზოგადოებრივი მაუწყებლისთვის სპორტი რჩება ერთ-ერთ ძირითად პრიორიტეტად. მაუწყებელი აქტიურად აშუქებს ამ მიმართულებით საინტერესო მოვლენებს, სპორტულ ტრანსლაციებს, რეპორტაჟებს, ცდილობს სპორტული გადაცემების მოყვარულთ შესთავაზოს მრავალფეროვანი პროგრამები, ეთერი დაუთმოს სპორტის იმ სახეობებსაც, რომელიც ნაკლებად აქტუალურია.

სპორტულ ღონისძიებათა ტრანსლირებისას პრიორიტეტია სხვადასხვა საერთაშორისო, განსაკუთრებით პოპულარულ სპორტულ ასპარეზობაზე საქართველოს წარმომადგენელთა მონაწილეობა. გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია, მაუწყებლის ეთერში სპორტულ თემატიკაზე გადაცემების არსებობა.

20. გადაცემა „არენა“, „სპორტი გიორგი ზურაბიშვილთან ერთად“ და სპორტული რეპორტაჟები

სპორტულმა მიმართულებამ ახალი 2015 წელი 12 იანვრიდან დაიწყო და პირველ კვარტალში თოქ-შოუ „არენა“ და სპორტული რეპორტაჟები პირდაპირ ეთერში 39-ჯერ გავიდა.

ტრადიციულად თოქ-შოუ „არენა“ გამოშვების პირველ ბლოკს ფეხბურთს უთმობდა. მიმოიხილებოდა საქართველოს ჩემპიონატისა და თასის გათამაშების ჩატარებული მატჩები, აცნობდნენ ტელემაყურებელს ამა თუ იმ გუნდის წარმატებებსა თუ პრობლემებს. ყურადღების ცენტრში იყო სანაკრებო თემა: მზადება, ჩატარებული მატჩების ანალიზი და მიმოხილვა.

გადაცემა „არენა“ ასევე აქტიურად აშუქებდა საქართველოს რეგიონებში სპორტში განვითარებულ მნიშვნელოვან მოვლენებს.

შაბათობით პირველი არხის ეთერით გადაიცემოდა კალათბურთში საქართველოს სუპერლიგის მატჩების და თასის გათამაშების პირდაპირი რეპორტაჟები.

სპორტული მიმართულება II კვარტალში საზოგადოებრივი მაუწყებლის I და II არხების პირდაპირ ეთერში 67-ჯერ გავიდა, მათ შორის 55-ჯერ სხვადასხვა სახეობებში სპორტული რეპორტაჟებით და 12-ჯერ თოქ-შოუ „არენათი“.

„არენამ“, რომელიც ყოველ ორშაბათს საღამოს პირდაპირ ეთერში გადიოდა, ყურადღება დაუთმო ქვეყანაში და მის ფარგლებს გარეთ მიმდინარე მნიშვნელოვან შეჯიბრებებს და საინტერესო მოვლენებს.

II კვარტალში მაუწყებლის ეთერით 55 სპორტული რეპორტაჟი გადაიცა: ფეხბურთსა და კალათბურთში საქართველოს ჩემპიონატის ტურის ცენტრალური შეხვედრები, თასის და სუპერთასის ფინალური მატჩები. ფეხბურთში ჩემპიონთა ლიგის 1/4 და 1/2 ფინალური შეხვედრები. ფინალური მატჩის შესვენების დროს სტუდიაში გათამაშდა ტელევიქტორინის მთავარი პრიზი-ავტომანქანა.

გაცილებით დატვირთული და მრავალფეროვანი გამოდგა სპორტული მიმართულებისათვის 2015 წლის III კვარტალი. სამი თვის განმავლობაში 8 სპორტული გადაცემა, 24 მიმოხილვა და 55 პირდაპირი რეპორტაჟი სპორტის სხვადასხვა სახეობებიდან.

სექტემბრის მიწურულს მუშაობა დაიწყო სპორტულმა გადაცემამ „სპორტი გიორგი ზურაბიშვილთან ერთად“, რომელიც, როგორც ახალი სტუდიური დეკორაციით, ასევე შინაარსობრივი სახეცვლილებით, ახალ თანამშრომელთა გუნდით, წარდგა ტელემაყურებლის წინაშე და არაერთი მნიშვნელოვანი და ოპერატიული თემა გააშუქა.

24-ჯერ გავიდა პირდაპირ ეთერში სარაგბო და საკალათბურთო მიმოხილვები-სპეციალისტების, ექსპერტების და ჟურნალისტების მონაწილეობით. პირველად გადაიცა ქალთა ფეხბურთის ევროპის ჩემპიონატის შესარჩევი ეტაპის პირდაპირი რეპორტაჟი.

სექტემბერში საზოგადოებრივი მაუწყებლის I და II არხებით მაყურებელმა იხილა კალათბურთში ევროპის ჩემპიონატის 26 მატჩი, ხოლო 18 სექტემბრიდან სტარტი აიღო რაგბიში მსოფლიო თასის გათამაშებამ რომელიც ოქტომბრის ბოლოს დასრულდება და რომლის ყველა მატჩის რეპორტაჟს საზოგადოებრივი მაუწყებელი გადასცემს.

სპორტული მიმართულება IV კვარტალში რეპორტაჟებით და გადაცემებით 108-ჯერ გავიდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის I და II არხების პირდაპირ ეთერში.

რეპორტაჟების მხრივ ნოემბერი და დეკემბერიც საკმაოდ დატვირთული იყო. პირდაპირი ეთერით გადაიცა საქართველოს ჩემპიონატის მატჩები ფეხბურთში, კალათბურთის სუპერლიგა, სარაგბო და ხელბურთის რეპორტაჟები.

რაც შეეხება გადაცემას „სპორტი გიორგი ზურაბიშვილთან ერთად“, იგი სტაბილურად

გადაიცემა პირველი არხის საღამოს ეთერით ყოველ ორშაბათს 22:00 საათზე.

ანოტაცია: გადაცემაში ხდება სპორტული კვირის შეჯამება: ყველაზე მნიშვნელოვანი მოვლენების მიმოხილვა ქართულ და მსოფლიო სპორტში; სიღრმისეული ანალიზი საინტერესო სტუმრებთან ერთად; ახალგაზრდა სპორტსმენების, პრობლემების და პერსპექტივის განხილვა; ბოლო კვარტალში გადაცემა არაერთ საინტერესო თემას შეეხო, მიმოიხილა ყველა მნიშვნელოვანი შეჯიბრება, გაანალიზა ქვეყანაში და მის ფარგლებს გარეთ მიმდინარე მნიშვნელოვანი მოვლენები. გადაცემას არაერთი საინტერესო სტუმარი ეწვია. მათ შორის: მსოფლიოს ჩემპიონი მოჭადრაკე ქართველი ქალები, სპორტის უნივერსიტეტის რექტორი გურამ ძაგანია, რაგბის, ფეხბურთის, კალათბურთის ფედერაციების პრეზიდენტები: გია ნიუარაძე, ლევან კობიაშვილი, მიხეილ გაბრიჩიძე, საქართველოს ახალგაზრდული ნაკრებების მთავარი მწვრთნელები. სტუდიის სტუმრები იყვნენ ასევე: მთამსვლელები, ძიუდოს სტილით მოჭიდავეები, მორაგბეები და სხვა სახეობების წარმომადგენლები.

სპორტულმა პროგრამამ 28 დეკემბერს ბოლო გადაცემაში შეაჯამა 2015 წლის ყველა მნიშვნელოვანი შეჯიბრება და კიდევ ერთხელ შეგვახსენა მიღწეული წარმატებები.

1.10 CROSS –GENRE მიმართულება

საზოგადოებრივ მაუწყებელში Cross–Genre მიმართულება მოიცავს მრავალფეროვან სპექტრს თემებისა, რომელიც აქტუალურია საზოგადოებაში, გადაცემაში გაერთიანებულია როგორც სოციალურ- პოლიტიკური, ასევე კულტურულ - შემეცნებითი საკითხები.

ამ მიმართულებას ძირითადად წარმოადგენს სხვადასხვა ჟანრთა ჰიბრიდული თანწყობა, რომელიც მოიაზრებს თოქ-შოუს, ინტერაქტიულ გადაცემებს, სხვადასხვა მედიაპლატფორმის ჩართულობას, უქმნის მაყურებელს კომფორტულ გარემოს და აძლევს მას საშუალებას უშუალო მონაწილეობა მიიღოს გადაცემების შექმნაში, როგორიცაა, მაგალითად, გადაცემა „კომუნიკატორი“, ასევე საზოგადოებრივი მაუწყებლის ამ მიმართულებაშია გაერთიანებული გადაცემა“რეალური სივრცე“, გადაცემა „ბრაუზერი“ და რადიო გადაცემა „პიკის საათი“.

21. გადაცემა „რეალური სივრცე“

ეთერში გასვლის დრო: ყოველდღიური რეალური სივრცე ეთერში 5 ოქტომბრიდან ჩაეშვა. 31 დეკემბრამდე ეთერში გადიოდა ყოველდღე, შაბათ კვირის გარდა. 18:30 – 19:30 (31 დეკემბრამდე ეთერში გავიდა 64 გადაცემა).

18 იანვრიდან ყოველდღიური რეალური სივრცე ეთერშია: ორშაბათი, სამშაბათი, ოთხშაბათი, ხუთშაბათი 21:00 საათზე.

თოქ-შოუ „რეალური სივრცე“ ეთერში ჩაეშვა 6 ნოემბერს. გადაცემა ეთერშია ყოველ პარასკევს. ამჟამად გასულია 11 გადაცემა.

ანოტაცია: “რეალური სივრცე” უკვე 3 წელია საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვან სოციალურ თემებზე მუშაობს, ამ პერიოდის განმავლობაში გამოჩნდა, რომ მოქალაქეები რეაგირებენ და ინტერესს იჩენენ ყველა იმ თემის მიმართ, რაც უშუალოდ ეხება მათ პირად სოციალურ ცხოვრებას, ასევე იმის მიმართაც, რაც შესაძლოა პირადად არ არღვევს მათი ცხოვრების კომფორტის ზონას, მაგრამ მნიშვნელოვანია იმ სოციალური გარემოსთვის, რომელშიც ცხოვრობენ. შესაბამისად, გადაცემის თემატური სპექტრი მოიცავს საზოგადოებისთვის ყველა მნიშვნელოვან საკითხს: ეს შეიძლება იყოს დიდი ჰესების მშენებლობა ადამიანების ნების საწინააღმდეგოდ, ძალადობა გენდერული ნიშნით, უმცირესობების ცხოვრება და მათი პრობლემები ჩვენს სოციალურ სივრცეში და ა.შ. სიახლე გადაცემაში: „ყოველდღიური რეალური სივრცე“ მთლიანად ინტერაქტიული პროექტია, მისი თემატური პრიორიტეტები, უშუალოდ მაყურებლის ინტერესებიდან

გამომდინარეობს. სატელეფონო ზარების ან სოციალური ქსელების საშუალებით ჩვენ ვისმენთ ამბებს მაყურებლისგან და ვირჩევთ ინტერაქციის ფორმას. ამ გადაცემის საშუალებით მაყურებელი ინფორმაციის პასიური მომხმარებლიდან იქცევა ინფორმაციის მომწოდებლად.

ეს არის სტუდიური გადაცემა, რომელიც შედგება რამდენიმე კომპონენტისგან:

- მულტიმედიური რეპორტაჟი: (რეპორტიორის ცოცხალი კომენტარით)
- ინტერვიუ - რეპორტაჟის თემასთან დაკავშირებულ სტუმართან
- მობილური ამბავი (დაგეგმილი ინტერაქცია: მაყურებელი მოგვმართავს პრობ-ლემით, ჩვენს ადგილობრივ ჟურნალისტს ვაგზავნით მასთან (რომელიც მომზადებულია ჩვენი ჯგუფის მიერ, დამოუკიდებელი ჟურნალისტები არიან და საჰონორარო სისტემით თანამშრომლობენ ჩვენთან). იგი მობილური ტელეფონით იღებს მასალას და ეს მასალა გადის ეთერში, ჟურნალისტი უზრუნველყოფს მოპასუხე ადამიანის ასევე მობილურით პირდაპირ ეთერში ჩართვას (გადაცემაში 1 ან 2 მობილური ამბავია). საჭიროების შემთხვევაში შესაძლოა სტუმარიც იყოს სტუდიაში.
- გადაუდებელი ზარი ეთერში (თუ მოქალაქე რეკავს და გვატყობინებს ამბავს, რომლის თვითმხლიველი ან მსხვერპლი თვითონ არის (მაგ. მეწყერმა რომელიმე ხეობაში მისასვლელი გზა დააზიანა და იქ გადაადგილება შეუძლებელია, სტიქიის შედეგად სახლი დაიტბორა...) ასეთი ზარები გადის პირდაპირ ეთერში. გადაცემის გუნდი იწყებს ინფორმაციის დამუშავებას. უკავშირდება შესაბამის უწყებებს, ეძებს პასუხებს და გადაწყვეტილებებს ამ კონკრეტული მოქალაქისთვის, არკვევს რამდენად ზოგადია პრობლემა და რომელ კონკრეტულ უწყებებს ევალებათ მისი მოგვარება.
- გადაუდებელი ამბავი - მაყურებლის ზარების ის ნაწილი, რომელიც ეთერში არ გადის, მაგრამ მნიშვნელოვან საკითხს ეხება. მაგალითად, მოქალაქე სვამს კითხვას ისეთ საკითხზე, რაზეც არსებობს მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესი, ჟურნალისტები იმავე პრინციპით იწყებენ ამბის დამუშავებას ყველა კუთხით, რეპორტიორი ეძებს პასუხებს სხვადასხვა უწყებებში და უკვე გადამოწმებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით ამზადებს რეპორტს, პირდაპირ ეთერში უერთდება წამყვანს და მოგროვებულ ინფორმაციას აცნობს მაყურებელს.

საზოგადოებრივ-სოციალური ასე შეიძლება განისაზღვროს პროექტის თემატური პრიორიტეტები, ზოგადად. გადაცემის თემაა ის, რაც თითოეული ადამიანის, სოციალური სივრცის ნაწილია.

- ქალაქი, სოფელი, რომელშიც ცხოვრობს - ეკოლოგია, ინფრასტრუქტურა, არქიტექტურა, გარემოს დაცვა
- სკოლა, ინსიტიტუტი, სასწავლებელი, სადაც განათლებას იღებს - განათლების სისტემა, სპეც-განათლება, ინკლუზიური განათლება
- სამსახური - შრომითი უფლებები და უსაფრთხოება, პროფესიული ურთიერთობა
- ადამიანი ცდილობს მოუაროს საკუთარ ჯანმრთელობას - ჯანდაცვის სისტემა, ჰოსპიტალური თუ ამბულატორიული მკურნალობა, დაზღვევა.
- კვება - კვების უსაფრთხოება, სურსათის უვნებლობა.

სამიზნე აუდიტორია: გადაცემის მთავარ სამიზნე ჯგუფს 25 წელს ზემოთ, სოციალურად და საზოგადოებრივად აქტიური ადამიანები წარმოადგენენ.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა: პროექტი სრულ შესაბამისობაშია საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამულ პრიორიტეტებთან:

- ადამიანთა ჩართულობა
- მრავალფეროვნება და საყოველთაობა
- ხარისხი და სანდოობა

- კრეატიულობა და ინოვაციურობა
- დამოუკიდებლობა და მიუკერძოებლობა
- ანგარიშვალდებულება

საზოგადოებრივი ღირებულებები: გადაცემა ემსახურება სოციალური და სამოქალაქო ცნობიერებისა და პასუხისმგებლობის ამაღლებას. კონკრეტული პრობლემის მქონე ადამიანისთვის ან ჯგუფისთვის იმ უწყებასთან დაკავშირება, რომელსაც შეუძლია ან ევალება მათი პრობლემის მოგვარება. კონკრეტულ საკითხებზე საზოგადოებაში არსებული რადიკალური მოსაზრებების დაახლოება.

სამუშაოს აღწერა: სამუშაო განრიგი - არანორმირებული გრაფიკი დილის 10-დან ღამის 10-11-მდე.

პროცესები: კონკრეტული თემის შერჩევა, თემის დამუშავება, შემდეგ გადაღება. ერთი სამწუთიანი სიუჟეტის გადასაღებად ვიყენებთ 1 ჟურნალისტს, 1 ოპერატორს (გადაცემაზე მომაგრებული გვყავს ორი ოპერატორი). სიუჟეტი მზადდება ერთი ან ორი დღის მანძილზე და მონტაჟდება მასალის მოპოვების დღესვე, ამისთვის ვიყენებთ ერთ მემონტაჟეს (გადაცემაზე მომაგრებული გვყავს ორი მემონტაჟე, ერთი ყოველდღიური „რეალური სივრცისთვის“, მეორე- თოქ-შოუ „რეალური სივრცისთვის“).

მობილური ამბის დროს, კონტრიბუტორი გვიგზავნის მასალას, ჩვენი ერთ-ერთი ჟურნალისტი ამონტაჟებს, შემდეგ მზადდება მობილური ჩართვა პირდაპირი ეთერისთვის, გვერთვება მოპასუხე, რომელსაც უშუალოდ ეხება მობილურ ამბავში ნაჩვენები პრობლემის მოგვარება.

სამომავლო ხედვები: გვინდა, რომ მთელი საქართველოს მასშტაბით გადაცემას ჰყავდეს კონტრიბუტორები, ადამიანები, რომლებიც გამოაგზავნიან მასალებს ყველა რეგიონიდან, ყველა სოფლიდან და თოთოეული ადამიანის პრობლემას მოიტანენ ჩვენამდე. გვინდა, რომ არცერთი რეგიონი არ გვქონდეს აუთვისებელი.

22. გადაცემა „კომუნიკატორი“

გადაცემის მოკლე ანოტაცია: “კომუნიკატორი” ინტერნეტში ინტეგრირებული ყოველდღიური სატელევიზიო ინტერაქტიული თოქ-შოუა, რომელიც ეთერშია ყოველ სამუშაო დღეს, ერთი საათის მანძილზე. “კომუნიკატორი” განიხილება არა როგორც სატელევიზიო გადაცემა კლასიკური გაგებით, არამედ როგორც მოქნილი მედია-მოდული, რომელიც იძლევა როგორც მარტივი მოდიფიკაციის, ასევე ექსპერიმენტირების საშუალებას, მაყურებლის მოთხოვნების შესაბამისად. 2015 წლის იანვარ-ივლისის მანძილზე “კომუნიკატორი” ეწყობოდა სოციალური ტელევიზიის მედია-მოდელის მიხედვით, რომელიც ტელევიზიისა და სოციალური მედიის თანამედროვე ჰიბრიდს წარმოადგენს და მაყურებელს, შესაბამისად, ამ მოდელიდან გამომდინარე გამოცდილებას სთავაზობს.

2015 წლის სექტემბრიდან არხის განახლებულ ბადესთან შესაბამისობაში მოყვანის საჭიროებიდან გამომდინარე, “კომუნიკატორი” მოდიფიცირდა სოციალურიდან შემეცნებით-გასართობი პროფილით.

სამიზნე აუდიტორია: 2015 წლის იანვარ-ივლისი: გამომდინარე იქიდან, რომ “კომუნიკატორი” ყოველდღიურად აშუქებდა როგორც მიმდინარე საზოგადოებრივ-სოციალურ მოვლენებს, ასევე სპეციალურად დამუშავებულ აქტუალურ თემებს და ინტერაქციაში შედიოდა ყველა ასაკის თუ სოციალური ჯგუფის წარმომადგენელთან, ის არ ექცეოდა ვიწრო სამიზნე კლასიფიკაციაში. გადაცემა ორიენტირებული იყო მაყურებლის მაქსიმალურად ფართო სპექტრზე, რომელიც მოიცავდა 13+ აუდიტორიას.

2015 წლის სექტემბრიდან “კომუნიკატორი” ყოველდღიურად აშუქებს, როგორც მიმდინარე მოვლენებს, ასევე სპეციალურად დამუშავებულ აქტუალურ კულტურულ, შემეცნებით თუ ტექნოლოგიურ თემებს. ამ შემთხვევაში, ის უფრო ორიენტირებულია მაყურებლის 15-45 ასაკის, ინტერნეტისა და მობილური ტექნოლოგიების მომხმარებელ სეგმენტზე.

გადაცემის საზოგადოებრივი ღირებულებები: საჯარო ჩართულობის პლატფორმის შექმნა: "კომუნიკატორი" დემოკრატიული მედიუმია, რომელიც საზოგადოებასა და მაყურებელს აძლევს ამა თუ იმ აქტუალურ პრობლემაზე თავისი აზრის გამოხატვის საშუალებას. ასევე, ერთმანეთთან აკავშირებს იგივე ან მსგავსი პრობლემების მქონე მოქალაქეების ჯგუფებს და ემსახურება გამოცდილების გაზიარებას.

ამ სახით, საერთო საზოგადოებრივი ჩართულობა არის "კომუნიკატორის", როგორც ტექნიკური საშუალება, ასევე დანიშნულებაც. შესაბამისად, გადაცემა წარმოადგენს ინტერაქტივი ტელევიზიის არსებული მოდელების უფრო დახვეწილ, თანამედროვე ვერსიას.

ინფორმირებულობის გაზრდა: ინფორმირებულობა "კომუნიკატორის" კონტექსტში გულისხმობს არა მხოლოდ საინფორმაციო ჩართვებს გადაცემის ბლოკებში (ლოკალური და საერთაშორისო), არამედ თანამედროვე საზოგადოებრივი, ტექნოლოგიური, სოციალ-პოლიტიკური, კულტურული თუ სხვა მნიშვნელოვანი პროცესების კომპეტენტურ ანალიზს, ასევე შემეცნებით ინფორმაციას, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია საქართველოში განათლებისა და ინფორმირებულობის დღევანდელი დონის გათვალისწინებით და პირდაპირ შესაბამისობაში მოდის საზოგადოებრივი მაუწყებლის მისიასთან.

არხის პროდუქციის კროსპრომოუშენი: მედიუმის სპეციფიკიდან გამომდინარე, "კომუნიკატორი" ასრულებს ასევე საზოგადოებრივი მაუწყებლის მაყურებელთან მაკავშირებლის დამატებით ფუნქციას, რომლის მიზანი არის არხის ამა თუ იმ პროდუქციის პრომოუშენი და, რაც მთავარია, ურთიერთკოლაბორაცია. ამის მიზანია მაუწყებლობის უფრო თანამედროვე მოდელის დანერგვა, რომელიც სტრუქტურულად მოქნილი სისტემით მუშაობას გულისხმობს.

პლურალისტული გარემოს შექმნა: განსხვავებით კომერციული არხებისგან, "კომუნიკატორი" ქმნის ალტერნატივას ამა თუ იმ მიზეზით საეთერო მაუწყებლობის მიღმა დარჩენილი საზოგადოებრივი ჯგუფებისთვის, რაც საზოგადოებრივი არხის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფუნქციაა. შესაბამისად, პროექტი მოწოდებულია საზოგადოებაში პოლარიზაციის შემცირებისკენ. პლურალიზმისა და შემეცნებით ჭრილში, "კომუნიკატორის" ერთ-ერთი პრიორიტეტია პროფესიონალური და ცოცხალი მუსიკის ხელშეწყობა და განვითარება პოპ, ხალხურ, კლასიკურ და სხვა ჟანრებში.

რა არის გადაცემაში სიახლე: "კომუნიკატორი" ეწყობა სოციალური ტელევიზიის მედია-მოდელის მიხედვით, რომელიც ტელევიზიისა და სოციალური მედიის თანამედროვე ჰიბრიდს წარმოადგენს და მაყურებელს, შესაბამისად, ამ მოდელიდან გამომდინარე გამოცდილებას სთავაზობს.

“კომუნიკატორი” განიხილება არა როგორც სატელევიზიო გადაცემა კლასიკური გაგებით, არამედ როგორც მოქნილი მედია-მოდული, რომელიც იძლევა როგორც მარტივი მოდიფიკაციის, ასევე ექსპერიმენტირების საშუალებას, მაყურებლის მოთხოვნების შესაბამისად.

სამომავლო ხედვები: გამომდინარე იქიდან, რომ “კომუნიკატორის” ერთ-ერთი მთავარი მიზანი იყო საზოგადოებრივი ჩართულობისთვის ახალი ტიპის ქმედითი მედია-პლატფორმის შემუშავება, მიზანშეწონილი იქნება ამ მიმართულებით აქტიობის გაძლიერება როგორც გადაცემის, ასევე საზოგადოებრივი მაუწყებლის ძალისხმევით.

დატვირთული და მრავალფეროვანი ვებ-გვერდის მიუხედავად, საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და “კომუნიკატორის” ონლაინ წარმომადგენლობა სათანადოდ ვერ ემსახურება იმ სადისკუსიო და ინტერაქტიულ ამოცანებს, რასაც თანამედროვე ონლაინ გარემო დღის წესრიგში აყენებს.

ამ კრიტერიუმების (დისკუსია, ჩართულობა, ქსელურობა) გასაუმჯობესებლად, აუ-ცილებელია მოხდეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებ-პორტალის, ან ცალკე აღებული “კომუნიკატორის” ვებ-მაუწყებლობის ახალი პრინციპების შემუშავება, რომელიც შექმნიდა თანამედროვე პრეცედენტს სატელევიზიო მედიის ტრადიციულიდან თანამედროვე კომუნიკაციების სივრცეში ტრანსფორმირებისთვის.

23. რადიო გადაცემა „პიკის საათი“

გასულია 233 გადაცემა

გადაცემის მოკლე ანოტაცია: ,,პიკის საათი“ პირდაპირ ეთერშია ყოველ სამუშაო დილას 07:30-10:00.

მაუწყებლობის ფორმა - პიდაპირი ეთერი.

მაუწყებლობის საშუალებები - სტუმრები პირდაპირ ეთერში, სიუჟეტები, რეპორტაჟები, სატელეფონო, თუ სკაიპით ჩართვები, აუდიო და ტელეხიდები.

რადგან გადაცემის ფორმატი /შემეცნებით-გასართობი/ თემატურ და ჟანრობრივ მრავალფეროვნებას მოითხოვს, ,,პიკის საათის“ მიერ მომზადებული მასალა გადაიცემა მრავალფეროვანი სარედაქტორო, თუ საავტორო რუბრიკების ფორმით. გრძელვადიან პერსპექტივაში გადაცემის მხოლოდ ძირითადი მიმართულებებისა და პროგრამული პრიორიტეტების განსაზღვრა ხდება. სხვა შემთხვევაში, რედაქცია ოპერატიულად მოიპოვებს და გადასცემს მასალას. გადაცემა აქტიურადაა ჩართული საზოგადოებრივი მაუწყებლის მულტიმედიურ პლატფორმაზე გადასვლის პროცესში, რაც, ამ ეტაპზე, პირდაპირი ეთერის რეჟიმში საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის დილის პროგრამასთან ინტეგრირებული ჩართვებითა და გადაცემების ვებ და სოციალურ გვერდებზე თანამშრომლობით გამოიხატება.

სამიზნე აუდიტორია: ,,პიკის საათი“ მსმენელად ახალგაზრდა აუდიტორიის მოზიდვას ისახავს მიზნად. შესაბამისად, გადაცემის ფორმაც და შინაარსიც ამ შედეგზეა ორიენტირებული. მიუხედავად იმისა, რომ დილის ეთერი ამ თვალსაზრისით პრობლემური სამაუწყებლო ველია, დაკვირვება გვიჩვენებს, რომ ახალგაზრდების უმრავლესობა გადაცემის შინაარსს ინტერნეტში განთავსებული მასალის საფუძველზე, დღის მანძილზე ეცნობა, რაც გვაფიქრებინებს, რომ თითოეული მათგანი პოტენციური მსმენელია პირდაპირ ეთერში. არსებული რეალობით გადაცემას აქტიურად უსმენს / სამწუხაროდ, კვლევები არ არსებობს და სტატისტიკის მოყვანა არ შეგვიძლია/ საშუალო და ზედა ასაკის მსმენელი, რომელიც გადაცემის მსვლელობისას აქტიურადაა ჩართული ინტერაქტიურ მონაკვეთებში.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა: სარედაქტორო რუბრიკები:

,,ემიგრანტები“ - ყოველ ორშაბათს სკაიპით ვუკავშირდებით ჩვენს თანამემამულეს უცხოეთში და ვისმენთ მის ამბავს. ამით ქართული ემიგრაციის საუკეთესო ნაწილს ვაცნობთ მსმენელს.

,,რეგიონი“ - ყოველ საშაბათს ტელეფონით ან სკაიპით ვუკავშირდებით საქართველოს ერთ რომელიმე რეგიონს, ქალაქს, სოფელს, დაბას და ა.შ. და ერთ კონკრეტულ ფაქტზე ვამახვილებთ მსმენელის ყურადღებას.

,,ადამიანი“ - ყოველ ოთხშაბათს ტელეფონით, ან სკაიპით ვუკავშირდებით და მსმენელს ვაცნობთ ისეთ ადამიანს, რომელიც რაიმე ნიშნით სამაგალითო და საყურადღებოა დანარჩენი საზოგადოებისათვის. /მაგალითად, უნივერსიტეტის პროფესორი, რომელიც შეჭირვებულ სტუდენტებს სწავლის საფასურის გადახდაში ეხმარება და ა.შ./

,,ეკოპიკი“ - ყოველ ხუთშაბათს მსმენელთან და რესპონდენტთან ერთად ვსაუბრობთ ერთ კონკრეტულ პრობლემაზე ეკოლოგიის თვალსაზრისით.

,,ეპიზოდი“ - ყოველ პარასკევს ქართული ფილმისა, თუ თეატრის ერთ კონკრეტულ ეპიზოდს ვაცოცხლებს მსახიობის მოგონებით /მაგალითად, ნინო სურგულაძე იხსენებს, თუ როგორ იღებდნენ სცენას ფილმისათვის ,,ვალსი პეჩორაზე,“ როდესაც ნინო სახლში მარტოა და ცეკვავს/

საავტორო რუბრიკები:

ზაზა ხუციშვილი, გიორგი სუხიტაშვილი და ეკა ხითარიშვილი კვირაში ერთხელ ამზადებენ რუბრიკას თავისუფალი შერჩევის პრინციპით. რუბრიკა სტუდიური და ინტერაქტიურია.

,,წარმატების ფორმულა“ - ყველაფერი, რაც საკუთარი თავის პოვნასა და წარმატებაში დაგვეხმარება - ავტორი ლანა ბლიაძე.

,,ინტერფეისი“ - რუბრიკა, რომელიც ახალ ტექნოლოგიებზე და მეცნიერების პოპულარიზაციაზეა ორიენტირებული - ავტორი სოფო გოდუაძე.

„თბილისის დროით“ - უკეთ გავიცნოთ დედაქალაქი - ავტორი მარიამ ჩოჩია.

P.S. - გარდა ამისა, ყოველდღიურად შუქდება მიმიდინარე და აქტუალური საკითხები

გადაცემის საზოგადოებრივი ღირებულებები: ,,,პიკის საათის“ მთავარი ღირებულება ისაა, რომ სრული ქრონომეტრაჟის პირობებში გადაცემა ინტერაქტიურია. მსმენელთან უშუალო კონტაქტი თანაავტორობისა და თანაარსებობის განცდას ბადებს, რაც გადაცემის სანდოობის ხარისხსაც ზრდის და რედაქციასაც მეტი აქტიურობისაკენ უბიძგებს. გადაცემის მსვლელობისას არაერთი საზოგადოებრივი ინიციატივა დაბადებულა, რაც ნაწილობრივ განგვიხორციელებია, ნაწილს კი მეტი ყურდაღება და საშუალებები სჭირდება სისრულეში მოსაყვანად.

რის მიხედვით მოხდა გადაცემის შერჩევა: 1979 წლის აგვისტოდან /37 წელია/ ,,პიკის საათი“ უწყვეტ რეჟიმში მაუწყებლობს და დღემდე არ დაუკარგავს აქტუალობა, მსმენელის ყურადღება და სიყვარული.

სიახლე: 2016 წლის იანვრამდე გადაცემას მხოლოდ ერთი წყვილი უძღვებოდა, რაც თემატური და ჟანრობრივი მრავალფეროვნების პრობლემას ქმნიდა. პრაქტიკულად, მასალის უმრავლესობა პირდაპირი ეთერის რეჟიმში გადაიცემოდა. რედაქციის დღევანდელი შემადგენლობა ამ პრობლემას მეტ-ნაკლებად ხსნის, რაც გადაცემის ხარისხზეც აისახება.

სამომავლო ხედვები: სასურველია გასვლითი გადაცემების ორგანიზების საშუალება მოგვეცეს. ეს შეიძლება იყოს ქალაქის რომელიმე უბნიდან, ან სულაც ქვეყნის რომელიმე რეგიონიდან. სასურველია შემუშავდეს პრინციპი, რომელიც რედაქციაში ახალგაზრდა, ნიჭიერ ადამიანებს სტაჟირების საშუალებას მისცემს, რაც ერთგვარად მოხსნის კიდეც პრობლემას - ,,კადრების შიმშილი“.

24. გადაცემა „ბრაუზერი“

“ბრაუზერი” ეს არის შემეცნებით-გასართობი გადაცემა, რომელიც ინტერნეტსივრცეში გავრცელებულ ახალ, აქტუალურ, უჩვეულო და საინტერესო ამბებს აცნობს მაყურებელს.

გადაცემის სამიზნე აუდიტორიას წარმოადგენენ ის ადამიანები, რომლებიც არ არიან

სოციალური ქსელების აქტიური მომხმარებელნი (ან უბრალოდ არ აქვთ სოციალური ქსელი), ვებგვერდებს ბევრ დროს არ, ან ვერ უთმობენ. სწორედ ამ სეგმენტისთვის "ბრაუზერი" კვირის განმავლობაში მომხდარ ყველაზე საინტერესო ამბების (ტექნოლოგია, მეცნიერება, მუსიკა, კინო, lifestyle) კოლაჟს ამზადებს.

სამომავლოდ იგეგმება გადაცემაში არსებულ სეგმენტებს (ტექნოლოგია, მეცნიერება, კომპიუტერული თამაშები, მუსიკა, კინო, lifestyle) შევმატოთ კიდევ 2 სეგმენტი. სავარაუდოდ, ეს იქნება მოგზაურობა და ვირუსული ვიდეოები, ჯერჯერობით ეს სეგმენტები დამუშავების პროცესშია.

1.10 დოკუმენტური ფილმების სტუდია

საზოგადოებრივი მაუწყებელი საკუთარ მოწოდებად აღიქვამს საქართველოში დოკუმენტალისტიკის, როგორც დარგის განვითარების ხელშეწყობას. შესაბამისად, გეგმავს ამ მიმართულებით მნიშვნელოვანი ინვესტიციის განხორციელებას. თავის მხრივ, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, თავისი მისწრაფებიდან და მიზნიდან გამომდინარე, პრიორიტეტად განიხილავს შემეცნებითი კომპონენტის მქონე დოკუმენტურ ფილმებს. ამ ჟანრის განვითარებისათვის საზოგადოებრივი მაუწყებელი: - ქმნის მაღალმხატვრული ღირებულების, თანამედროვე ტექნიკური სტანდარტების შესაბამის, თემატურად მდიდარ, მრავალფეროვან პროდუქციას; - ავითარებს თანამედროვე დოკუმენტალისტიკის ახალ მიმართულებებს - დოკუდრამა; რეკონსტრუქცია; ვებდოკუმენტალისტიკა (ე.წ. ვებიუმენტარი) ხელს უწყობს დამოუკიდებელ სტუდიებსა და შემოქმედებით ჯგუფებს; ქმნის ერთობლივ პროდუქციას ქართულ და უცხოურ სტუდიებსა და ტელევიზიებთან; - თანამშრომლობს სპეციალიზირებულ ინსტიტუციებთან შინაარსობრივი ხარისხისა და თემატიკის სიღრმის გასაუმჯობესებლად.

25. ქართული დოკუმენტალისტიკა

დოკუმენტური ფილმების საეთერო ბადეში ფილმების განთავსება ხდება წინასწარ განსაზღვრული განრიგით, ყოველ კვირას, საღამოს 21:00 საათზე.

დოკუმენტური ფილმების თემატური მრავალფეროვნება საშუალებას იძლევა ჩვენს სამიზნე აუდიტორიად მოიაზრებოდეს ნებისმიერი ასაკის მაყურებელი. ჩვენი აზრით, სტუდიაში ნაწარმოები ფილმები სრულ შესაბამისობაშია პროგრამულ პრიორიტეტებთან. ფილმების თემების შერჩევა ხდება სტუდიის სამხატვრო საბჭოს გადაწყვეტილებით და ფილმის შემოქმედებითი ჯგუფები მზადების ყველა ეტაპზე მოქმედებენ საბჭოსთან შეთანხმებით.

რაც შეეხება ფილმების საზოგადოებრივ ღირებულებებს, დოკუმენტალისტიკის თემატური ველი მოიცავს საჯარო ფასეულობების ფართო სპექტრს: ეროვნულ იდენტობასა და კულტურულ სუვერენიტეტს, თანამედროვე მსოფლიო ცივილიზაციური პროცესების ხედვას, სამოქალაქო პასუხისმგებლობას და ადამიანის უფლებებს, თავისუფალ აზროვნებას, რეალობის კრიტიკული ხედვას.

26. გააგრძელე საქართველოს ისტორია

მიმართულება – მხატვრულ–დოკუმენტური ფილმების ციკლი

სერიების რაოდენობა – 13 სერია

სერიის ხანგრძლივობა – 26 წთ.

ჟანრი – ისტორიული

ეპოქა – მე-16 საუკუნე (1501–1555 წ.)

ეთერში გასვლის ვადები – 2016 წლის სექტემბერი

კონცეფცია: ეპოქა, რომელიც 16 სერიაში იქნება გაცოცხლებული, მოიცავს პერიოდს 1501 წლიდან 1556 წლამდე. მასში წარმოდგენილი იქნება სამეფო–სამთავროებად დაშლილი საქართველო. ფილმის პერსონაჟები იქნებიან ისტორიული პირები– მეფემთავრები და სახელმწიფო მოღვაწეები. მხატვრულ–დოკუმენტური ხერხით გაცოცხლდება ორი იმპერიის, ოსმალეთისა და ირანის ორმოცწლიანი დაპირისპირება, რომელთა მთავარი მიზანი იყო ამიერკავკასიის დაპყრობა.

სტრუქტურა: ინტერიერში და ექსტერიერში გადაღებული მხატვრული სცენები (საუკუნის შესაბამისი დეკორაციითა და კოსტიუმებით, პროფესიონალი მსახიობების შესრულებით).

გადაცემის წამყვანის თხრობა (სტუდიური გადაღება).

კომპიუტერული გრაფიკა chroma key (მწვანე ეკრანი), რეალისტური ბეგრაუნდი და ფორეგრაუნდი, ისტორიული და საბრძოლო სცენების რეკონსტრუქცია– მოდელირება.

არქიტექტურული ვიზუალიზაცია–რეკონსტრუქცია (სრული ავთენტურობით).

სადადგმო სპეც–ეფექტები, ვირტუალური და იმიტირებული პლასტიური გრიმისა და სპეციალური აღჭურვილობის გამოყენებით.

ორიგინალური მუსიკა და საუნდ–დიზაინი.

ისტორიული ძეგლების ვიზუალიზაცია, არქიტექტურული ნაგებობების პირვანდელი სახის ჩვენება მაყურებლისათვის, მასალაში ასახული საუკუნის იდენტურობის დაცვით.

ქართული საბრძოლო ხელოვნების (ტაქტიკური წყობისა თუ ხელჩართული ბრძოლის) წვრთნის მეთოდიკის და პრაქტიკული შესაძლებლობების წარმოჩენა.

სამიზნე ჯგუფი: პროექტის საგანმანათლებლო დატვირთვიდან გამომდინარე, მიგვაჩნია, რომ მხატვრულ–დოკუმენტური ფილმების ციკლი "გააგრძელე საქართველოს ისტორია" გახლავთ საზოგადოების ნებისმიერი ასაკისა და სოციალური ფენის წარმომადგენლისათვის საინტერესო და აქტუალური. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ პროექტი განსაკუთრებულ ღირებულებას იძენს მოზარდი თაობის საგანმანათლებლო მისიის კუთხით.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა: იქიდან გამომდინარე, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მთავარი მისია სწორედ საზოგადოების გემოვნებისა და განათლების განვითარებაა, ვფიქრობთ, რომ პროექტი სწორედ რომ პრიორიტეტულია. ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ პროექტს ახლავს მაღალ მხატვრულ დონეზე შესრულებული სანახაობითი ნაწილი, რაც კიდევ უფრო ზრდის მისდამი ინტერესს.

რა არის გადაცემაში სიახლე: პროექტის წინა სეზონისაგან განსხვავებით, ფილმის სერიები მეტწილად დატვირთულია მხატვრული სცენებით და ბევრად მაღალ დონეზეა შესრულების ხარისხი.

პრობლემები: პროექტის მაღალ დონეზე განხორციელების ძირითადი ხელისშემშლელი გარემოება გახლავთ გადასაღები ტექნიკის სიმცირე და ხშირ შემთხვევაში, არქონა.

სამომავლო ხედვები: გვაქვს დიდი სურვილი გავაგრძელოთ საქართველოს ისტორია და 2016 წლის ბოლომდე გადავიღოთ კიდევ 13 სერია.

27. გადაცემა „ხანმოკლე XX საუკუნე“

ყოველ შაბათს 20:30-ზე

მოკლე ანოტაცია: „ხანმოკლე XX საუკუნე” არის გადაცემა მეოცე საუკუნის შესახებ. ხანმოკლე იმდენად, რამდენადაც ის, ფაქტობრივად, 1914 წლიდან 1991 წლამდე გრძელდებოდა. მას წინ უძღოდა ხანგრძლივი მეცხრამეტე საუკუნე, რომელიც 1789 წელს ფრანგული რევოლუციით დაიწყო და 1914 წლამდე გაგრძელდა. სწორედ 1914 წელს პირველი მსოფლიო ომის დაწყებითა და შემდგომ უკვე საბჭოთა კავშირის შექმნით იწყება ახალი ერა - XX საუკუნე, რომელიც აღბეჭდილია რევოლუციებით, ომებით, მასშტაბური მოვლენებით კულტურისა და მეცნიერების სფეროში. მთელი ეს პერიოდი განისაზღვრა დაპირისპირებით დასავლეთსა და ტოტალიტარიზმს შორის. მისი დასასრული კი საბჭოთა კავშირის ნგრევით, 1991 წელს დადგა.

სამიზნე აუდიტორია: (14-15 წლიდან)

პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა: როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2015-16 წლების პროგრამული პრიორიტეტების პროექტშია მითითებული: „კვლევამ აჩვენა, რომ მაყურებელთა ყველაზე დიდი სეგმენტი/33%/შემეცნებით, საგანმანათლებლო, კულტურასა და წარსულთან დაკავშირებულ გადაცემებს მოისაკლისებს.“ გადაცემაში „ხანმოკლე მეოცე საუკუნე“ საუბარია რევოლუციებზე, ომებზე, აღმოჩენებზე, ადამიანებსა და კულტურაზე, ყველაფერ იმაზე, რამაც საბოლოოდ ერთი მთლიანობა - XX საუკუნე შექმნა. შესაბამისად, თავისი არსით გადაცემა სრულ თანხვედრაშია საზოგადებრივი მაუწყებლის მიმდინარე სტრატეგიასა და პრიორიტეტებთან.

გადაცემის საზოგადოებრივი ღირებულებები: თითოეული გადაცემა მოიცავს ერთ წელს, თანმიმდევრულად 1914-დან 1991 წლამდე. მრავალფეროვანი ამბები, საქართველოსა და მსოფლიოში მომხდარი მნიშვნლოვანი მოვლენების ანალიზი და პარალელები. დიდი ხელოვნების, მეცნიერების, პოლიტიკოსების, მოგზაურებისა და ა.შ პორტრეტები. აგრეთვე, ლიტერატურული, მუსიკალური, მხატვრული თუ არქიტექტურული შედევრების შექმნის ისტორია. უდიდესი ბრძოლები, გამოგონებები და აღმოჩენები. წამყვანის (ზაზა შათირიშვილი) დინამიური თხრობა, იაკობ ნიკოლაძის სახლ-მუზეუმის შთამაგონებელი გარემო, გაფორმებულია იშვიათი კადრებით არქივიდან, რაც გადაცემას დასამახსოვრებელსა და ერთი ამოსუნთქვით საყურებელს ხდის. გადაცემა საკუთარ წვლილს შეიტანს მაყურებლის ზოგადი განათლების დონის ამაღლებაში.

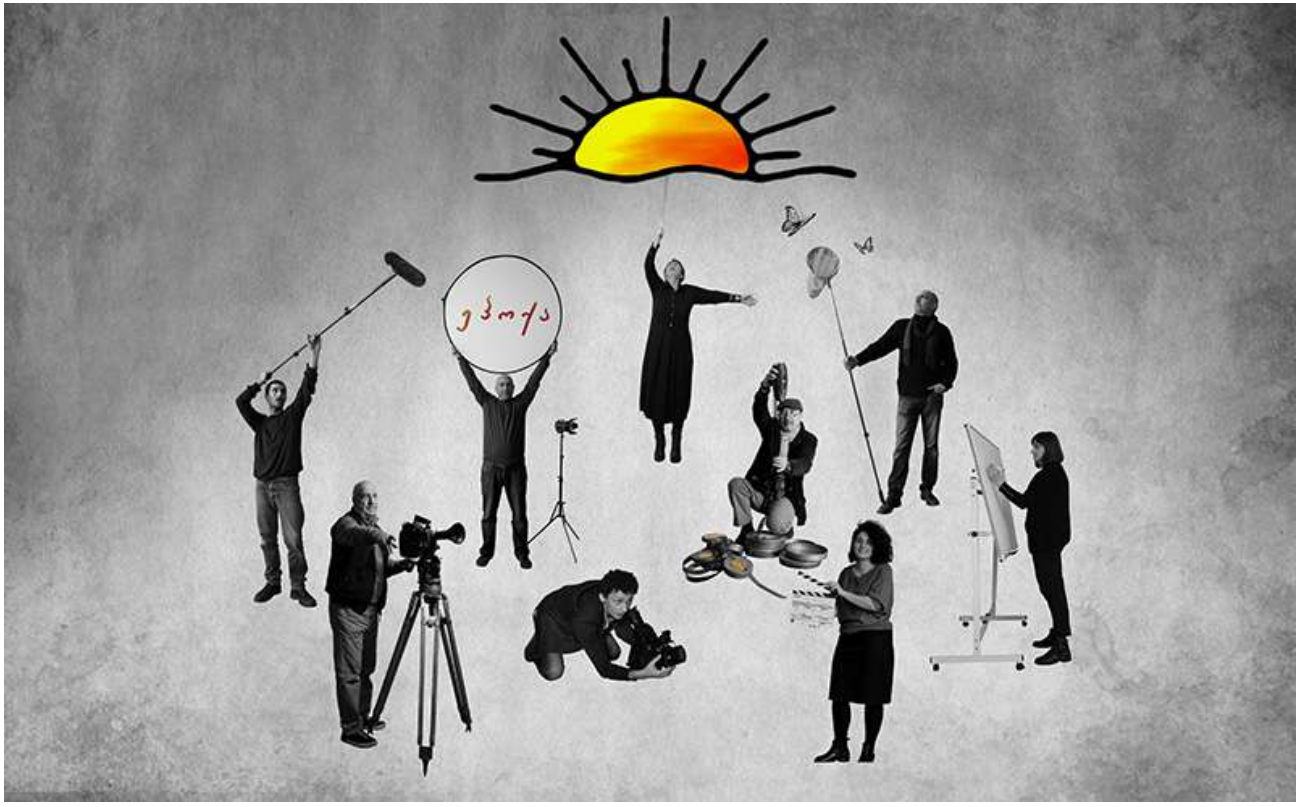
სამუშაოს აღწერა: მრავალფეროვანი მასალის მოძიება, შესწავლა, გადარჩევა, სცენარის დაწერა, გადასაღები სივრცის შესაბამისი რეკვიზიტებითა და დეკორაციით გაფორმება. გადაღებისას გამოიყენება ორი კამერა და განათებისთვის საჭირო ტექნიკა.

სამომავლო ხედვები: ახალი სეზონიდან იწყება მეოცე საუკუნის შუა პერიოდი და მეორე ნახევარი. შესაბამისად, ეპოქის გათვალისწინებით მოხდება გადასაღები მოედნის განახლება, დეკორაციისა და რეკვიზიტების შეცვლა. 50-70 - იანი წლების მიმოხილვა საშუალებას მოგვცემს, რომ გავიდეთ გადასაღები მოედნის „კამერული სივრციდან“, მეტი ვიზუალური ეფექტისა და მრავალფეროვნებისთვის დაინიშნოს გარე გადაღებები.

P.S. 2014 – 2015 წლებში საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის ეთერში გავიდა 10 გადაცემა „ხანმოკლე მეოცე საუკუნე“ (1914 – 1923 წლები).

28. შემოქმედებითი ჯგუფი „ეპოქა“

ეპოქა-ფილმები - ადამიანების შესახებ, რომლებიც ცხოვრობენ ჩვენს ეპოქაში და



თავად ქმნიან ეპოქას კულტურასა და ხელოვნებაში.

სამუშაოს აღწერა: შემოქმედებითი ჯგუფი „ეპოქა“ ამზადებს სრულმეტრაჟიან დოკუმენტურ ფილმებს და მიკროფილმებს. გასული წლის მანძილზე საეთეროდ მომზადდა სრულმეტრაჟიანი დოკუმენტური ფილმი (ჯიბსონ ხუნდაძე) და 24 ერთეული მიკროფილმი (3–დან 15 წუთამდე) საინტერესო ადამიანების, პროფესიების, არქიტექტურულად ღირებული შენობების შესახებ – ეთერში გადის ყოველ სამშაბათს და ოთხშაბათს, 2016 წლის 7 იანვრიდან.

გადაღებულია და მონტაჟდება სრულმეტრაჟიანი ფილმები: ჟანრი ლოლაშვილის, ელისო ვირსალაძის და ანზორ ერქომაიშვილის შესახებ.

დამონტაჟებული და საეთეროდ გამზადებულია ელისო ვირსალაძის 7 მასტერკლასი, რომლის ადგილი ეთერში არ აღმოჩნდა.

ჯგუფი „ეპოქა“ მუშაობს აგრეთვე სატელევიზიო თეატრის პროექტზე, რომელიც რეჟისორ თემურ ჩხეიძისა და მწერალ აკა მორჩილაძის თანამშრომლობით, 10 ორიგინალური ტელესპექტაკლის შექმნას ითვალისწინებს. ამ ეტაპზე მიმდინარეობს დრამატურგისა და რეჟისორის ერთობლივი მუშაობა პიესებზე.

29. გადაცემა „ტელებლოგი”

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის პროექტი „ტელებლოგი“ 2015 წლის იანვრიდან – სექტემბრამდე ყოველ კვირას, 20:30 საათზე, გადიოდა ეთერში. ახალი სატელევიზიო სეზონიდან (2015 წლის ოქტომბრიდან) „ტელებლოგი“ პირველი არხის სამაუწყებლო ბადეში ყოველდღეა წარმოდგენილი. გადაცემა, ორშაბათიდან პარასკევის ჩათვლით, 19:00 საათზე გადის ეთერში. „ტელებლოგის“ ავტორები - ჟურნალისტები და რეჟისორები აქტუალურ თემებზე ამზადებენ სატელევიზიო ფილმებს. ყოველდღიურად ერთი ავტორის მიერ მომზადებული ფილმი გადის ეთერში. „ტელებლოგის“ ფილმებში ავტორები სვამენ პრობლემებს, რომელიც საზოგადოებას აწუხებს და ცდილობენ ამ პრობლემის გადაჭრის გზები აჩვენონ.

გადაცემის ანოტაცია: „ტელებლოგის“ ფილმების თემატიკა მრავალფეროვანია. გადაცემის შემოქმედებითი ჯგუფის პრიორიტეტები საზოგადოების მნიშვნელოვანი მოვლენები და პრობლემებია. „ტელებლოგის“ ფორმატში მომზადებული ფილმები 2015 წელს შეეხებოდა საქართველოში ეროვნული და რელიგიური უმცირესობების, მზრუნველობას მოკლებული და სოციალურად დაუცველი ადამიანების, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირების პრობლემებს, ქალთა მიმართ ძალადობის, გარმოს დაცვის საკითხებს. „ტელებლოგმა“ გადაიღო თბილისის ზოოპარკის შესახებ ფილმი,

რომელიც 13 ივნისის მოვლენებამდე ზოოპარკის ცხოვრების ერთგვარ დოკუმენტურ ტელემატიანედ იქცა, ხოლო ივნისის ტრაგედიის შემდეგ კვლავ დაუბრუნდა ამ თემას და აღდგენილი ზოოპარკის პრობლემებზე მოუთხრო მაყურებელს. მნიშვნელოვანია, რომ კვლავ გრძელდება თანამშრომლობა პირველი არხის ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკთან. ამ თანამშრომლობის შედეგად „მოამბის“ ჟურნალისტმა ქეთევან ბერაიამ ექსკლუზიურად იორდანიაში გადაიღო სირიელი დევნილების ბანაკები. რეპორტაჟი ამ თემაზე მომზადდა „მოამბის“ კვირის გამოშვებისთვის, ვრცლად ამ თემაზე – ფილმი „ტელებლოგისთვის“. ყურადღება ეთმობოდა კულტურის მნიშვნელოვანი მოვლენების და პერსონების შესახებ ფილმების მომზადებას. „ტელებლოგის“ ფარგლებში გადაღებულია ორი ფილმი მსოფლიო საოპერო ხელოვნების ცნობილ სახეებზე – ანიტა რაჭველიშვილზე და ნინო მაჩაიძეზე.

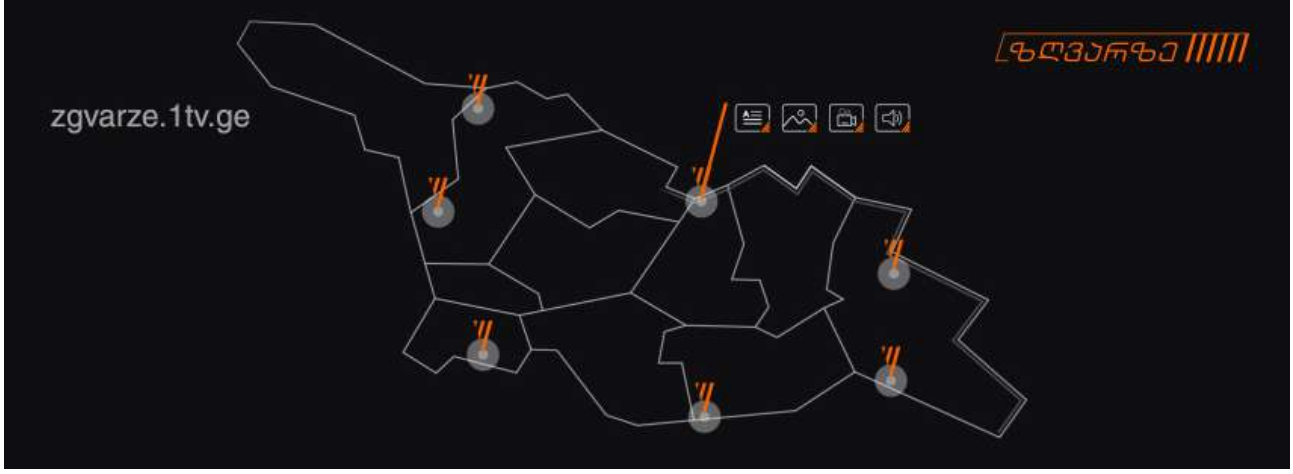
„ტელებლოგის“ სამუშაო პროცესი ფილმების თემატიკის დამუშავებით იწყება. თითოეული ფილმის სინოფსისის განხილვა ხდება მიმართულების პროდიუსერის და არხის კრეატიული დირექტორის მონაწილეობით, რის შემდეგაც ხდება გადაწყვეტილების მიღება ფილმის წარმოების დაწყებაზე.

ერთი ფილმის გადაღებისთვის ავტორს ეძლევა 5 სამუშაო დღე გადაღებისთვის და 5 სამუშაო დღე მონტაჟისთვის. ფილმის ეთერში გასვლის წინ ანონსების განთავსება ხდება როგორც ეთერში, ასევე მაუწყებლის ვებ-გვერდზე. გასული ფილმების ნახვის შესაძლებელობა მაყურებელს ასევე აქვს როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებ-გვერდზე, ასევე მაუწყებლის Youtube-ის გვერდზე.

2015 წლის განმავლობაში სულ მომზადდა და ეთერში გავიდა 59 ფილმი. მათ შორის ახალ სამაუწყებლო ბადეზე გადასვლის შემდეგ, ანუ 2015 წლის მეოთხე კვარტალში გადაღებული და ეთერში გავიდა 33 ფილმი (კვირაში ორი ახალი ფილმი).

30. გადაცემა „ეკიპაჟი“

გასული წლის დეკემბრიდან გადაცემა იმყოფება მოსამზადებელ რეჟიმში. პირველ ეტაპზე მომზადდა 2 საპილოტე ვარიანტი. ჩატარდა შსს-ს საპატრულო სამსახურის წარმომადგენელთა ქასთინგი, სადაც შეირჩა გადაცემის მონაწილე 6 გმირი. ჩატარდა და კვლავ მიმდინარეობს ოპერატორების ქასთინგი. ჯერჯერობით შერჩეულია მხოლოდ 2. განხორციელდა საცდელი გადაღებების რამოდენიმე ეტაპი. გამოიცადა ჟურნალისტების და ოპერატორების კომპეტენტურობა, ჩამოყალიბდა გადაცემის სახე. ამჟამად მიმდინარეობს გადაღებული მასალის მონტაჟი, სადაც გამოჩნდება მემონტაჟეთა კვალიფიციურობა. ვაწარმოებთ მოლაპარაკებებს 112-ის სამსახურის ხელმძღვანელობასთან.



31. გადაცემა „ზღვარზე“ (გადაცემა გავიდა 2016 წლის იანვარში, მანამდე კი იყო მოსამზადებელი პერიოდი)

გადაცემის მოკლე ანოტაცია: ტრანსმედია პროექტი “ზღვარზე” აღწერს საქართველოს საზღვრისპირა და საოკუპაციო ხაზის პირას მდებარე ადგილების ცხოვრებას, ატმოსფეროს, ადამიანებს, მათ პრობლემებსა და შეხედულებებს ამა თუ იმ საკითხზე კალეიდოსკოპური ვიდეოების, ფოტო-ამბების, ტექსტისა და ხმების საშუალებით. ყველა ეს მასალა თავსდება პროექტის ვებ-გვერდსა და სოციალურ ქსელებში, ხოლო პროექტის სატელევიზიო ვერსია - 26 წუთიანი მასალა კვირაში ერთხელ გადის ტელეეთერში.

სამიზნე აუდიტორია მოიცავს:

ა) ყველა იმ ადამიანს, ვისაც აქვს სურვილი იცოდეს მეტი საქართველოს საზღვრისპირა ადგილების დღვანდელი ცხოვრების შესახებ. ვისაც სურს დაინახოს და შეიგრძნოს სივრცე, სადაც იწყება და მთავრდება ეს ქვეყანა.

ბ) კულტურათა და რელიგიათა შეხვედრის თემებით დაინტერესებულ ადამიანებს, რამდენადაც საქართველოს საზღვრისპირა რეგიონი ხშირად იძლევა საამისო საილუსტრაციო მაგალითებს.

გ) ახალი, ინოვაციური თხრობის ფორმებით დაინტერესებულ ადამიანებს.

პროექტმა გაიმარჯვა საზოგადოებრივი მაუწყებლის შიდა კონკურსში.

რა არის სიახლე: ეს არის ახალი გადაცემა და პირველი ტრანსმედია პროექტი ქართულ ტელევიზიაში.

- მიმდინარე პროცესები

მიმდინარეობს პროექტის საწარმოო ციკლი.

სამომავლო ხედვები: სამომავლოდ ვფიქრობთ, ჩვენი პროექტის განვითარებას, მათ შორის: საიტზე ლაივ რეჟიმში ჩართვას გადაღების ამა თუ იმ ლოკაციიდან, გამოფენის (ფოტოები, ვიდეო-ინსტალაციები) ორგანიზებას ჩვენ მიერ გადაღებებისას დაგროვილი გამოქვეყნებული და გამოუქვეყნებელი მასალით და ჩვენ მიერ მოვლილი სოფლების მაცხოვრებლებისაგან აქტიური ე.წ. ქომუნითის შექმნას.

1.11 რადიო დრამატული პროექტები

რადიოთეატრი

მოკლე ანოტაცია: რადიოთეატრი ხელოვნების დამოუკიდებელი ჟანრია, რომელსაც გააჩნია მხოლოდ მისთვის დამახასიათებელი გამომსახველობითი საშუალებები: სიტყვა, მუსიკა და სხვადასხვა სახის (მოქმედების ადგილის განმსაზღვრელი ან აბსტრაქტული – ემოციური ფონის შესაქმნელი) აკუსტიკური ხმები. ამ კომპონენტების კომბინირებით, სადაც უცილობელი პირველობა ეკუთვნის სიტყვას, ხდება პიესაში ან პროზაულ ნაწარმოებში ასახული მოქმედების სმენითი აღქმა.

ძირითადი ამოცანაა ორიგინალური რადიოპიესების და ცნობილი მხატვრული ნაწარმოებების ინსცენირება და დადგმა.

პარალელურად მიმდინარეობს ძველი რადიოსპექტაკლების განახლება (მუსიკის, ხმაურების დამატება, ტექსტის მონტაჟი, ჩანაწერის ფირიდან ციფრულ ფორმატში გადატანა.) და რადიოსერიალების განხორციელება, რაც მსმენელთა განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს.

დიდი ყურადღება ექცევა საერთაშორისო რადიოფესტივალებში მონაწილეობას. ამისთვის სპეციალურად ვდგამთ ახალ რადიოპიესას, რომელიც შეესაბამება ფესტივალის მოთხოვნებს.

შემოქმედებითი ჯგუფი: მთავარი რეჟისორი ზურაბ კანდელაკი, ხმის რეჟისორი ბაკო ხვიჩია, რედაქტორი ზეზვა ზვიადაური, ადმინისტრატორ–ორგანიზატორი აკაკი ხმალაძე. აგრეთვე ცალკეულ დადგმებზე მოწვეული რეჟისორები.

რეპერტუარი: რეპერტუარის შედგენაში, საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრინციპებიდან გამომდინარე, ყურადღებას ვაქცევთ ნაწარმოების მორალურ-ეთიკურ და შემეცნებით მნიშვნელობას.

სამიზნე აუდიტორია: ვცდილობთ გავითვალისწინოთ მსმენელთა სხვადასხვა კატეგორიის ინტერესები. ჩვენთვის ძალიან სასიამოვნოა ახალგაზრდების დაინტერესება ამ ჟანრით. ეს განსაკუთრებით გამოიკვეთა ჩვენი სპექტაკლების ინტერნეტში განთავსების შემდეგ. ჩვენს ვებ–გვერდზე და youtube არხზე განთავსებულია სამასამდე რადიოსპექტაკლი და ევროპის რადიოსადგურებში განხორციელებული ქართული პიესები, აგრეთვე ევროპული აუდიოსპექტაკლების საუკეთესო ნიმუშები.

რადიო სპექტაკლების საეთერო ბადეში განთავსება.

შაბათი: 10:05,18:00 (ქრონომეტრაჟი 55 წუთამდე) და 01:05(ღამე– ქრ.1სთ:30 წუთამდე)

კვირა: 01: 05

რადიო სერიალები ყოველდღე შაბათ–კვირის გარდა 12: 30 – 12:50

2015 წელს გადაცემული ახალი რადიოსპექტაკლები.

ლია მოლარიშვილი – „თავისუფლების შუაღამე“

ბექა ქურხული – „ცარიელი საფერფლე“

კობა ცხაკაია – „მექანიკური პიესა“

აკაკი წერეთელი – „გამზრდელი“

კატო ჯავახიშვილი – „ნირვანაში ჩაკარგულები“

მამუკა მაღულარია – „თამაში ედემის ბაღში“

მაია ჯალიაშვილი – „სუსო“

„ვეფხისტყაოსანი“ – ფრაგმენტები.

აღდგენილი რადიოსპექტაკლები: აკა მორჩილაძე - „სიცივე“, ალექსანდრე გრინი -„ალისფერი იალქანი“, ვასილ ბიკოვი - „ობელისკი“, ბრისვილი - „ვახშამი“, თამაზ გოდერძიშვილი - „მიწისქვეშა სასახლეები”, ონორე დე ბალზაკი - „პოლკოვნიკი შაბერი“, ჯონ გოლსუორსი - „ვაშლის ყვავილი“.

გარდა ამისა მომზადდა რადიოპიესების „ნირვანაში ჩაკარგულები“ და „ნეტა სიკვ-დილის შემდეგ თუ ვნახავთ სიზმრებს“ ინგლისური თარგმანები და ამ რადიოსპექტაკლებმა მონაწილეობა მიიღეს რადიოდადგმების საერთაშორისო ფესტივალებში: „GRANPRIX NPOVA” და “PRIX EUROPA”. აქვე აღვნიშნავთ, რომ ორივე სპექტაკლმა წარმატებით გაიარა შესარჩევი ტური და მოხვდა ფესტივალის ძირითად კონკურსში.

სამომავლო გეგმები: ამჟამად მზადდება მრავალსერიანი რადიოსპექტაკლი მაქს ფრიშის ცნობილი რომანის „ჰომო ფაბერის“ მიხედვით. სერიალი სავარაუდოდ ეთერში გავა 2016 წლის მარტში. ასევე მზადების პროცესშია შოთა რუსთაველის „ვეფხისტყაოსანი“ (თავიდან ბოლომდე). ამ აუდიოსპექტაკლში გამოყენებული იქნება რადიოს ოქროს ფონდის უნიკალური ჩანაწერები და თანამედროვე ქართველი მსახიობების მიერ

წაკითხული სხვადასხვა ფრაგმენტები.

განზრახული გვაქვს ბექა ქურხულის, კობა ცხაკაიას, მამუკა მაღულარიას, ნინო ჩხიკვიშვილის ახალ რადიოპიესებზე მუშაობა. ასევე ბერლინის საერთაშორისო ფესტივალში მონაწილეობა და ამისთვის ახალი რადიოპიესის დადგმა (პიესა შერჩევის პროცესშია).

1.12 ინოვაციური ლაბორატორია

ინოვაციათა ლაბორატორიის მუშაობის პრინციპად განისაზღვრება ჰიპოთეზა და ექსპერიმენტი. მას გააჩნია განსხვავებულ ინოვაციათა მართვის სისტემა - ინოვაციათა ლაბორატორია მუშაობს ეფექტურობის სისტემისაგან განცალკევებით. მისი საქმიანობის შეფასება სპეციფიკურია და განსხვავდება ორდინალურ პირობებში მოქმედი სამსახურების შეფასების სისტემისაგან; ინოვაცია და ორიგინალურობა; ინოვაციების ლაბორატორია სასწავლო ცენტრში აყალიბებს სპეციალურ მიმართულებას, რათა მოხდეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომელთა გადამზადება ახალი ტექნოლოგიებისა და მეთოდების ასათვისებლად, ამავდროულად, საზოგადოებრივი მაუწყებელი მოწოდებულია საზოგადოებას შესთავაზოს ახალი ორიგინალური პროდუქცია, რაც საჭიროებს მედია სივრცეში არსებული თეთრი ლაქების გამოვლენასა და შევსებას, რასაც განსაზღვრავს პროდუქტის შექმნისა და შესყიდვის ერთ-ერთ კრიტერიუმად.

1.13 ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკი

ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკში არსებული გადაცემები პასუხობენ სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებულ პროგრამულ პრიორიტეტს „ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები“. 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.

საინფორმაციო სამსახური

„მოამბე“ ტელემაყურებელს აწვდის ამომწურავ, ობიექტურ ინფორმაციას საქართველოსა და მის ფარგლებს გარეთ მიმდინარე მნიშვნელოვანი მოვლენების შესახებ.

დილიდან გვიან ღამემდე ეთერში ყოველდღიურად „მოამბის“ რამდენიმე გამოშვება გადის, მათ შორის პრაიმ-თაიმში დღის მთავარი საინფორმაციო გამოშვება, „მოამბე” 20:00 საათზე.

20:00 საათიანი გამოშვება აქცენტს აკეთებს მიმდინარე ამბების ყველაზე მნიშვნელოვან თემებზე, და მათ ანალიზზე. ანალიტიკური მიმოხილვა გრძელდება თოქ-შოუების ნახევრსაათიან ბლოკში, რაც ერთიანი საინფორმაციო-ანალიტიკურ ბლოკს ქმნის.

საინფორმაციო გამოშებების სტრუქტურა, პერიოდულობა და ხანგრძლივობა წლის განმავლობაში შეიცვალა რის თაობაზეც ზემოთ უკვე მოგახსენეთ.

„მოამბის" გამოშვებების დრო და ქრონომეტრაჟი ამჟამად ასე გამოიყურება:

07:00 – 5 წთ	07:30 –15 წთ	08:00 – 5 წთ	08:30 – 1 წთ	09:00 – 10 წთ
09:30 – 1 წთ	10:00 – 10 წთ	12:00 – 30 წთ	16:00 – 45 წთ	20:30 – 30 წთ
00:00 – 5 წთ.				

„მოამბეში" დასაქმებულია 66 თანამშრომელი. მათ შორის 6 წამყვანი, 9 პროდუსერი და 43 კორესპონდენტია.

„მოამბისთვის" ერთ-ერთ პრიორიტეტს რეგიონული ბიუროების მუშაობა წარმოადგენს. მათი მეშვეობით ფართოდ შუქდება რეგიონებსა და თვითმმართველობებში მიმდინარე პროცესები.

რეგიონული ბიუროს მუშაობის მიუხედავად „მოამბე" თბილისიდან პერმანენტულად აგზავნის გადამღებ ჯგუფებს ქუთაისში, რათა სრულფასოვნად გაშუქდეს პარლამენტში მიმდინარე პოლიტიკური მოვლენები და კანონშემოქმედებითი საქმიანობა.

საანგარიშო პერიოდში რეგიონებში მიმდინარე პროცესებს აქტიურად აშუქებდა „მოამბის" 8 რეგიონული ჯგუფი: კახეთის, შიდა ქართლის, ქვემო ქართლის, იმერეთის და რაჭა-ლეჩხუმის, სამეგრელო-ზემოსვანეთის, ფოთისა და გურიის, სამცხე-ჯავახეთის და აჭარის. განსაკუთრებით გამოსაყოფია რეგიონული ბიუროების მიერ გაშუქებული რეპორტაჟები სტიქიური უბედურების და კონფლიქტის ზონებიდან. ხშირად სოციალური, ენერგეტიკული და ინფრასტრუქტურული პრობლემების თაობაზე მომზადებული სიუჟეტების შემდეგ პრობლემები ადგილობრივი ხელისუფლების ყურადღების ცენტრში ექცეოდა და დადებითად წყდებოდა.

„მოამბე" ეთნიკური უმცირესობების ენებზე

„მოამბე" ეთნიკური უმცირესობების ენებზე (აფხაზური, რუსული, აზერბაიჯანული, სომხური და რუსული) მე-2 არხის ეთერით გადის ყოველდღე (შაბათ -კვირის გარდა) 20.00 საათზე. სამწუხაროა, რომ საპარლემენტო სესიების დროს გადაცემა ისევ იხსნება ეთერიდან. 5-ენოვანი გადაცემა, როგორც წესი, გადის პირდაპირი ეთერის რეჟიმში. უნდა აღინიშნოს, რომ კვლავინდებურად გრძელდება თანამშრომლობა რეგიონულ ტელეკომპანიებთან, რომლებიც ავრცელებენ „მოამბეს" ნაციონალური უმცირესობების ენებზე:

- ბოლნისის ტელეკომპანია „ბოლნელი" ავრცელებს „მოამბეს" აზერბაიჯანულ ენაზე;
- ზუგდიდის „ოდიში" ავრცელებს ,,მოამბეს" აფხაზურ ენაზე;
- ნინოწმინდის „ფარვანა" და ახალქალაქის „ატვ 12" - მაყურებელს აწვდის „მოამბეს" სომხურ ენაზე.

აგვისტოდან, არხზე რეორგანიზაციის გამო „ცოცხალი ეთერი" იყო დროებით ჩანაცვლებული საინფორმაციო კოლაჟით, თუმცა მისი ქრონომეტრაჟი კვლავინდებურად შეადგენდა 55 წუთს.

ამ ეტაპზე მომდინარეობს მზადება ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის. მოწესრიგდა ახალი სტუდია, იყო მომზადებული ახალი საიმიჯო კლიპი ჩვენი წამყვანების მონაწილეობით.

ასევე გრძელდება „საზოგადოებრივი რადიო 1-ის" ეთერით ნაციონალური უმცირესობების ენებზე რადიო მაუწყებლობაც. საზოგადოებრივი მაუწყებლის

რადიოეთერში გადის „ნაციონალური მოამბის“ ახალი ამბების სრულყოფილი აუდიოვერსია აფხაზურ, ოსურ, აზერბაიჯანულ, სომხურ და რუსულ ენებზე.

საერთო ჯამში ეთნიკური უმცირესობების ენებზე მაუწყებლობის განყოფილებაში 21 ადამიანია დასაქმებული. შემოქმედებითი ჯგუფი ასევე მონაწილეობს საინფორმაციო-ანალიტიკური ერთობლივი გადაცემის „ნამდვილი დრო“ («Настоящее время») მომზადებაში.

აღსანიშნავია კიდევ ერთი პროგრამა, რომელიც ეთნიკური უმცირესობების ენაზე მაუწყებლობს - ქურთულენოვანი ყოველკვირეული რადიოპროგრამა „რონკაი“ (განთიადი) საზოგადოებრივი რადიოს ეთერში ჯერ კიდევ 1978 წლიდან გადის.

საზოგაოდებრივი რადიო 1-ის საინფორმაციო გამოშვება

პირველი სამი კვარტლის განმავლობაში რადიოს საინფორმაციო სამსახური რადიომაუწყებლობის სამსახურს ექვემდებარებოდა.

2015 წლის 5 ოქტომბერს სამეურვეო საბჭომ დაამტკიცა ახალი სტრუქტურა, რომელიც მულტიმედიური მაუწყებლობისა და ინტეგრირებული რედაქციების პრინციპს ეფუძნება. მე-4 კვარტალში ახალი სტრუქტურის იმპლემენტაცია დაიწყო. საზოგადოებრივი რადიოს საინფორმაციო სამსახური ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკში, კერძოდ ერთიან საინფორმაციო სამსახურში გაერთიანდა.

გარდამავალი პერიოდის გათვალისწინებით, რადიოს საინფორმაციო სამსახური კვლავ აგრძელებს რადიოს ხელმძღვანლობასთან და რადიოპროგრამებთან მჭიდრო თანამშრომლობას და კოორდინაციას. ახალი ამბების სამსახური კვლავ მონაწილეობს რადიო ეთერის დაგეგმვაში.

რადიოს საინფორმაციო სამსახურისათვის ერთიან საინფორმაციო სამსახურში გაერთიანება სიახლეს არ წარმოადგენს. 2012 წლამდე არსებობდა ერთიანი საინფორმაციო სამსახური. მიუხედავად ამისა, ძველი სტრუქტურა არ გულისხმობდა სრულ ინტეგრაციას და ხშირად „ინტეგრაცია“ ფორმალობას წარმოადგენდა.

„საზოგადოებრივი რადიო 1“-ის საინფორმაციო გამოშვებები პირდაპირ ეთერშია დილის 8 საათიდან ღამის 11 საათის ჩათვლით, ყოველ სრულ საათზე. 5-წუთიან გამოშვებაში ოპერატიულ და ობიექტურ ინფორმაციას მოისმენთ დღის მნიშვნელოვან მოვლენებზე. 19:00 საათზე ეთერშია 15 წთ-იანი გამოშვება.

საინფორმაციო სამსახურში დასაქმებულია 9 ჟურნალისტი: პროდუსერი, რედაქტორი, 3 წამყვანი და 4 კორესპონდენტი.

1.14 პირველი არხის ტელეგადაცემები

მთავარი

პროექტი საანგარიშო პერიოდში დაიწყო. „მთავარი“ კვირაში სამჯერ (ორშაბათი, ოთხშაბათი და პარასკევი) 20-საათიანი მოამბის შემდეგ 20:30 სთ-ზე იწყება. მისი ქრონომეტრაჟია 26 წთ. გადაცემა, როგორც წესი, ორი 10-15-წუთიანი ინტერვიუსაგან შედგება. ერთი ერთზე ფორმატის ინტერვიუ მაუწყებლის სტუდიაში პირდაპირ ეთერში მიმდინარეობს.

გადაცემაზე მუშაობს სამკაციანი ჯგუფი: წამყვანი თამარ ჩიქოვანი, პროდუსერები ნინო თარგამაძე და მარიამ ტყებუჩავა.

გადაცემის შემოქმედებითი ჯგუფი საინფორმაციო ნაკადიდან არჩევს საზოგადოებისთვის უმნიშვნელოვანეს თემებს; ხდება ამ თემების სიღრმისეულად განხილვა. საზოგადოებას მიეწოდება ინფორმაცია, არა მხოლოდ პრობლემების, არამედ მათი შესაძლო მოგვარების გზების შესახებაც.

გადაცემა უზრუნველყოფს მაყურებლისთვის სანდო, გადამოწმებული და დაბალანსებული ინფორმაციის და მრავალფეროვანი პოზიციების მიწოდებას, პროფესიული სტანდარტის დაცვით.

გადაცემის სამიზნე აუდიტორიას შეადგენენ ადამიანები, რომლებიც ყურადღებით ადევნებენ თვალს, ქვეყანაში და მის ფარგლებს გარეთ, მიმდინარე მოვლენებს. გაშუქდება პოლიტიკური, სოციალური, ეკონომიკური, ასევე სხვადასხვა სფეროს ყველაზე მნიშვნელოვანი თემები - ის, რაც საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო გამოშვებების ყურადღების ცენტრში იქნება.

პირველი გადაცემა გავიდა 9 ნოემბერს. საანგარიშო პერიოდში სულ 23 გადაცემა მომზადდა. „მთავარმა“ 41 რესპონდენტს უმასპინძლა, მათ შორის იყვნენ პარლამენტის თავმჯდომარე და ვიცე-სპიკერი, პარლამენტარები, ომბუდსმენი, მინისტრები და სხვა უწყებების ხელმძღვანელები, თვითმმართველობების წარმომადგენლები, ქართველი და უცხოელი დიპლომატები, არასამთავრობო და ბიზნეს სექტორის, ასევე საერთაშორისო ორგანიზაციების წარმომადგენლები, ექსპერტები. გადაცემათა თემატიკისა და სტუმრების დეტალური ჩამონათვალი შეგიძლიათ იხილოთ კვარტალურ ანგარიშში.

ინტერVIEW

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხისა და „რადიო თავისუფლების“ მეორე ერთობლივი სატელევიზიო პროექტი დაიწყო საანგარიშო პერიოდში და პირველი გადაცემა გავიდა 10 დეკემბერს.

გადაცემაზე ორივე მაუწყებლის ერთობლივი ჯგუფი მუშაობს: წამყვანი - სალომე ასათიანი (რადიო თავისუფლება). პროდიუსერები - ლელა ბოჯგუა (საზოგადოებრივი მაუწყებელი) და ნანა პლიევა -(რადიო თავისუფლება).

გადაცემის ჩაწერა „რადიო თავისუფლების“ პრაღის სტუდიაში ხორციელდება. რესპონდენტები გადაცემაში ვიდეოკავშირით ერთვებიან.

გადაცემა ეთერში გადის ყოველ ხუთშაბათს 20:00-სთ-იანი მოამბის დასრულების შემდეგ 20:30 სთ-ზე.

„ინტერview“ ჟანრული თვალსაზრისით წარმოადგენს სიღრმისეულ ინტერვიუს პირებთან, რომლებიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ქვეყნის პოლიტიკურ და

საზოგადოებრივ ცხოვრებაში. საუბრის მსვლელობისას ჟღერდება მწვავე კითხვები და აუდიტორიას მიეწოდება საკითხების ის ფართო კონტექსტი, რომელიც მიმდინარე, ყოველდღიური ახალი ამბების გაშუქებისას, როგორც წესი ყურადღების მიღმა რჩება.

გადაცემის რესპონდენტები არიან ძირითადად ქართული პოლიტიკური ისტებლიშმენტის წარმომადგენლები. სტუმრების ნაწილი ერთვება უცხოეთიდან (ბრიუსელი, ვაშინგტონი და სხვ). საუბარია იმ რესპონდენტებზე, რომლებიც პირდაპირ გავლენას ახდენენ საქართველოს პოლიტიკურ რეალობაზე. პოლიტიკური ფიგურების გარდა გადაცემას სტუმრობენ საზოგადოების აქტიური პირები, მკვლევრები, ადგილობრივი და საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგებლები.

გადაცემის ფუნქციაა ხელისუფლების საზოგადოებრივი კონტროლი და საზოგადოების მიუკერძოებელი ინფორმირება. ე.წ. „გადაწყვეტილებების მიმღებები პირებისთვის“ სერიოზული კითხვების დასმა და ამით მოქალაქეების წინაშე მათი ანგარიშვალდებულების წარმოჩენა.

გადაცემა ეხმაურება როგორც მიმდინარე მწვავე პოლიტიკურ და სოციალურ საკითხებს, ისე სოციო-კულტურულ პრობლემატიკას: რელიგიის თემა, შემწყნარებლობის დეფიციტი, ქალების და გოგონათა უფლებები, უმცირესობის მდგომარეობა.

ეკონომეტრი – 15 წუთიანი გადაცემა ყოველ სამუშაო დღეს 16:00-საათიანი მოამბის შემდეგ 16:45 სთ-ზე გადის ეთერში. „ეკონომეტრი“ მიმოიხილავს ეკონომიკის სიახლეებს და მიმდინარე პროცესების ეკონომიკურ ანალიზს აწვდის აუდიტორიას. გადაცემის მიზნებიდან გამომდინარე, „ეკონომეტრის“ სლოგანია „სასარგებლო და დროული ინფორმაცია“, რაც გადაცემის ფორმატში აისახება ადგილობრივი და საერთაშორისო ახალი ამბების მომზადებასა და მაყურებლისათვის შესაბამისი ფორმით მიწოდებაში. გადაცემა ეთერშია 2013 წლის ოქტომბრიდან.

ახალ სეზონზე მოხერხდა მხოლოდ ერთი, მარტივი სიახლის განხორციელება: თუკი ადრე სამი პირობითი ბლოკი იყო: „ადგილობრივი ეკონომიკა“, „მთავარი თემა“ და „უცხოეთის სიახლეები“, ადგილობრივი და უცხოური ახალი ამბები ერთ ბლოკში გაერთიანდა და გადაცემის დასასრულს დაემატა მოკლე ბლოკი სავალუტო კურსის შესახებ. ამ ბლოკში ქვეყნდება უახლესი ინფორმაცია, რომელსაც ეროვნული ბანკი ზუსტად გადაცემის მსვლელობისას აქვეყნებს.

რამდენადაც, გადაცემა მორგებულია რიგითი მაყურებლის ინტერესს, თემატიკა ფართოა. მნიშვნელოვანია მაყურებელმა მიიღოს მაქსიმალურად საჭირო ინფორმაცია, რომელსაც გამოიყენებს საკუთარი ცხოვრებისა და საქმიანობის დაგეგმვაში. ამავე

დროს, გადაცემის ინტერესში შედის თემები, რომლებიც შეეხება ეკონომიკის პრობლემურ თემებს და იმ პერსპექტივებს, რასაც ესა თუ ის გადაწყვეტილება ან ცლილება გამოიწვევს ქვეყნის ეკონომიკურ ცხოვრებაში.

გადაცემის ინტერესთა სფერო ფართოა: სოფლის მეურნეობა, ფინანსები, საბიუჯეტო საკითხები, ტრანზიტი, ტრანსპორტი, ენერგეტიკა, გარემოს დაცვის საკითხები, რომლებიც შეიცავს ეკონომიურ მდგენელს. საგანმანათლებლო ცვლილებები, რომელიც უკავშირდება დასაქმების საკითხებს, შრომის კანონმდებლობა, ცვლილებები საგადასახადო, კერძო და ადმინისტრაციულ სამართალში, რომლებიც აისახება ბიზნესგარემოზე, მთავრობის ინიცირებული პროგრამები, რომლებიც კერძო სექტორის წახალისებაზეა ორიენტირებული, საერთაშორისო მოვლენები, რომლებსაც გავლენა აქვთ ქვეყნის ეკონომიკაზე. აქტუალური ინფორმაციის მიწოდებასთან ერთად „ეკონომეტრი“ ცდილობს აუდიტორიას ეკონომიკის საბაზისო ცოდნა მისცეს და გაარკვიოს ელემენტარულ ეკონომიკურ ცნებებსა და ტენდენციებში.

გადაცემაში წამოჭრილ მრავალ თემას მოჰყოლია ფართო გამოხმაურება და გარკვეული კუთხით შეუცვლია საზოგადოებრივი აზრი. მაგალითად: დოლარიზაცია და გაძვირებული სესხები, ინფლაცია და ხელფასები, ეკონომიკური ზრდის მაჩვენებელი და დასაქმების საკთხები; საფონდო ბირჟის განვითარების პრობლემები და ინკლუზიური ეკონომიკის განვითარების საკითხები, გადაცემაში ფართოდ გაშუქდა დავოსის და პარიზის სამიტის საკითხები, ტანაპის პროექტის და სხვა ტრანსნაციონალური პროექტების მდგომარეობისა და განვითარების საკითხები და.ა.შ.

„ეკონომეტრს“ ხშირად აქვს ექსკლუზიური ინფორმაცია სხვადასხვა ბიზნესკომპანიების საქმიანობის შესახებ, საქართველოს რეგიონებიდან, გადაცემაში უახლესი ექსკლუზიური ინფორმაცია ხშირად პირდაპირ ეთერში ჟღერდება სტუმრების მიერ, რომლებსაც შემდგომ არაერთი საინფორმაციო სააგენტო იყენებს და ავრცელებს. რამდენჯერმე მომზადდა თბილისში მოწყობილი ბიზნეს და ეკონომიკური ფორუმებიდან ექსკლუზიური ინტერვიუები.

აღსანიშნავია, რომ სოციალური საწარმოების შესახებ მომზადებული საუკეთესო სიუჟეტისათვის სპეციალური პრიზით დაჯილდოვდა ჩვენი ჟურნალისტი მარიანა ბაბაიანი.

ასევე, შესაძლებელია ერთი დღე გამოიყოს ეკონომიკური ხასიათის თოქ-შოუს მოსამზადებლად, სადაც უკვე ფართო ფორმატში გაიშლება აქტუალური თემები.

პირველი სტუდია – პოლიტიკური თოქ-შოუ პირველი არხის ეთერში გადიოდა ყოველ პარასკევს 22:00 საათზე. გადაცემის ქრონომეტრაჟი - 90 წუთი. წამყვანი - ეკა მიშველაძე.

თოქ-შოუ განიხილავდა დღის და კვირის მთავარ მოვლენებს, მთავარ მოქმედ გმირებთან ერთად. ყოველკვირეულ გადაცემაში ხდებოდა ყველაზე აქტუალური პოლიტიკური მოვლენებისა და გადაწყვეტილებების ანალიზი.

ხსენებული პროექტი ივნისში შეჩერდა. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა აქცენტი გააკეთა ახალ ფორმატებსა და მაუწყებლისათვის ახალ სახეებზე. პირველმა არხმა პოლიტიკური თოქ-შოუების რაოდენობა და მრავალფეროვნება თვისობრივად გაზარდა. გარდა ამისა, ამ ტიპის გადაცემებმა ყველაზე რეიტინგულ დროში გადაინაცვლა. საანგარიშო პერიოდში დაიგეგმა თოქშოუების ზოლი, რომელიც ეთერში 20:00 საათიანი „მოამბის“ შემდეგ გადის. გადაცემების ქრონომეტრაჟია 26 წუთი. „მთავარი“ და „ინტერვიუ“ საანგარიშო პერიოდში დაიწყო, ხოლო „ცხოვრება ციფრებში“ - 2016 წელს.

„ჩვენი ეზო” – საანგარიშო პერიოდში დასრულდა ყოველკვირეული პროგრამა „ჩვენი ეზო“. გადაცემა გადიოდა ყოველ შაბათს 17:00 სთ-ზე. ეს პროექტი რამდენიმე წლის წინ დაიწყო, როგორც თოქ-შოუ, თუმცა 2015 წლის განმავლობაში გადაცემას ტელეჟურნალის სახე ქონდა. გადაცემა მიყავდათ გიორგი გუგუშვილს და ქეთი ელეიშვილს. ყოველკვირეულ დოკუმენტურ ფილმებში საუბარი იყო ეთნიკურად და რელიგიურად მრავალფეროვან რეგიონებში არსებულ პრობლემებზე, მათი მოგვარების პერსპექტივებზე, საერთო ღირებულებებსა და წარმატებული თანაცხოვრების მაგალითებზე, საქართველოში მცხოვრები ეროვნული და რელიგიური უმცირესობების ისტორიაზე, მათ წვლილზე

ქვეყნის აღმშენებლობის პროცესში, კულტურულ და რელიგიურ მრავალფეროვნებაზე.

გადაცემა მიზნად ისახავდა საქართველოში მცხოვრები სხვადასხვა ეროვნების ადამიანების საზოგადოებაში სამოქალაქო ინტეგრირების ხელშეწყობას და სახელმწიფოებრივი ერთიანობის გრძნობის გაღრმავებას.

გადაცემის მთავარი მიზნობრივი ჯგუფი – ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობებია. ასევე, ქართული საზოგადოება, რომელიც გაეცნო ქვეყანაში მცხოვრებ სხვადასხვა ეროვნების ადამიანებს, მათ ეთნიკურ, რელიგიურ და კულტურულ თავისებურებებს.

მიღებულიქნაგადაწყვეტილება,რომუმცირესობათათემებისგაშუქებაგანხარციელდეს არა ერთი გადაცემის მეშვეობით, არამედ მოხდეს ამ საკითხის ინტეგრირება სხვადასხვა პრაიმ პროდუქტში და განხორციელდეს წარმოშობილი პრობლემებისა, თუ მიღწევების ინტეგრირება ერთიან საინფორმაციო ველში.

1.15 მე-2 არხის ტელეგადაცემები

მეორე არხის პოლიტიკურ თოქ-შოუებზე საერთო ჯამში 32 ადამიანი მუშაობს. ზოგიერთი მათგანი ასევე დასაქმებულია რადიო 1-ის პროგრამებზე.

პოლიტალტერნატივა – საანგარიშო პერიოდში მე-2 სატელევიზიო არხმა დაიწყო პროექტი „პოლიტალტერნატივა“. პირველი გადაცემა გავიდა ეთერში 2015 წლის – 16 ნოემბერს, 17:00 საათზე, „მეორე არხის“ განახლებული სტუდიიდან. „პოლიტალტერნატივა“ ეთერშია ყოველ ორშაბათს, ოთხშაბათსა და პარასკევს 17:00-დან 17:55 საათამდე.

„პოლიტალტერნატივა“ წარმოადგენს მე-2 არხის კიდევ ერთი პროექტის „თავისუფალი ტრიბუნის“ ალტერნატივას იმ არაკვალიფიციური სუბიექტებისთვის, ვინც 2014 წლის საკრებულოების არჩევნებში, თუნდაც ერთი მანდატი მოიპოვა, მაგრამ მათ არა აქვთ სახელმწიფო დაფინანსება. პროექტში მონაწილეობენ საპარლამენტო პარტიებიც და ის პოლიტიკური გაერთიანებებიც, რომლებიც ასევე ითვლებიან არაკვალიფიციურ სუბიექტებად, მაგრამ რეგიონებში მათ მაღალი შედეგი აჩვენეს. პროექტის მონაწილე სუბიექტების შერჩევა ცენტრალური საარჩევნო კომისიის შედეგებს ეყრდნობა.

თითოეულ პოლიტიკურ სუბიექტს ეთმობა 25 წუთი. ერთ გადაცემაში მონაწილეობს 2 პოლიტიკური გაერთიანება. ამჟამად სულ ასეთი 12 სუბიექტია: პარტია ,,სოციალ–დემოკრატები საქართველოს განვითარებისათვის“; საქართველოს მწვანეთა პარტია; პოლიტიკური ბლოკი ,,არასაპარლამენტო ოპოზიცია“ -,,მემრჯვენეები“ +,,თავისუფალი საქართველო“; პოლიტიკური ბლოკი ,,თვითმმართველობა ხალხს“; საქართველოს ძალოვან ვეტერანთა პოლიტიკური მოძრაობა; პოლიტიკური ბლოკი ,,თავისუფლება“; პოლიტიკური ბლოკი ,,ჩვენი საქართველო“; პოლიტიკური ბლოკი ,,ერთიანობის დარბაზი“; „მერაბ კოსტავას საზოგადოება“; „ქართული პარტია“; პარტია ,,საქართველოს გზა“ და ,,სახალხო პარტია“.

პროექტის მიზანია რეგიონებში საზოგადოებრივ–პოლიტიკური მუშაობის წარმოჩენა, ახალგაზრდული და ქალთა მოძრაობების გააქტიურება და მაყურებლისთვის მათი მუშაობის გაცნობა.

გათვალიწინებულია მოსახლეობის მზარდი ინტერესი საქართველოს სხვადასხვა მხარეში მიმდინარე საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროცესების მიმართ.

სამომავლოდ გათვალისწინებულია, ,,პირდაპირ ეთერში“ სატელეფონო ზარების შემოყვანა, რასაც ითხოვს მაყურებელიც და არაკვალიფიციური სუბიექტებიც

თავისუფალი ტრიბუნა – გადაცემა შეიქმნა საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელს, საქართველოს პარლამენტსა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის 2010 წლის 22 თებერვალს გაფორმებული მემორანდუმის საფუძველზე, რომლის თანახმადაც, კვალიფიციურ პოლიტიკურ პარტიებს, ყოველდღე (შაბათ-კვირის გარდა), 22-დან - 23 საათამდე

„მეორე არხის“ პირდაპირ ეთერში დაეთმო ერთი საათი. მემორანდუმზე ხელი მოაწერა 21-მა პოლიტიკურმა პარტიამ და მოძრაობამ. 5 წლის განმავლობაში გადაცემამ განიცადა მცირედი ცვლილება და მონაწილე პარტიათა შემადგენლობაც იცვლებოდა არჩევნების შედეგების მიხედვით, იცვლებოდა „ღია ეთერში“ გასვლის დროც. მაგრამ დარჩა მთავარი – ამ ხნის განმავლობაში ინტერაქტიულმა გამოკითხვებმა და მოქალაქეების უშუალო ჩართულობამ გადაცემის მსვლელობისას აჩვენა, რომ მოსახლეობა სულ უფრო მეტ ინტერესს იჩენს პოლიტიკური სუბიექტების მუშაობის, პარტიათა ახალგაზრდული და ქალთა ორგანიზაციების მოღვაწეობის, ასევე პოლიტიკური პროცესების მიმართ, აცნობიერებს და აფიქსირებს თავის მოქალაქეობრივ დამოკიდებულებას ქვეყანაში მიმდინარე ყველა ძირითად პოლიტიკურ თუ საზოგადოებრივ მოვლენასთან დაკავშირებით.

აქედან გამომდინარე, 2013 წლის იანვარში, საქართველოს პარლამენტის თავმჯდომარის ინიციატივით გაიმართა შეხვედრები კვალიფიციურ პოლიტიკურ პარტიებსა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის ხელმძღვანელობას შორის მემორანდუმის ტექსტის გადასინჯვისა და ,,მეორე არხის“ პროგრამების განხილვის მიზნით. შეხვედრების შედეგად მხარეები შეთანხმდნენ ძირითად პრინციპებზე, სადაც აღნიშნულია, რომ საკუთარი მუშაობის უკეთ წარმოსაჩენად და მოსახლეობასთან უშუალო კონტაქტისთვის ,,თავისუფალ ტრიბუნას“ გამოიყენებდნენ მხოლოდ კვალიფიციური პარტიები, რაც დადასტურდა მემორანდუმზე ხელმომწერი სუბიექტების მიერ: საქართველოს პარლამენტი, საზოგადოებრივი მაუწყებელი და პოლიტიკური პარტიები.

გადაცემაზე მუშაობენ წამყვანი ელენა ტრეხლებოვა, პროდუსერი ბაია შარაშიძე და რეჟისორი გიორგი ჭალელაშვილი.

ამჟამად, „თავისუფალი ტრიბუნის“ „ღია ეთერში“ გასვლის დროა: ყოველდღე (შაბათ-კვირის გარდა) –19 სთ–19.50წთ. და მასში მონაწილეობს 11 კვალიფიციური სუბიექტი: „ქართული ოცნება-დემოკრატიული საქართველო“; „საქართველოს კონსერვატიული პარტია“; „მრეწველობა გადაარჩენს საქართველოს“, „საქართველოს რესპუბლიკური პარტია“; „თავისუფალი დემოკრატები“; „ეროვნული ფორუმი“; „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“; „საქართველოს ქრისტიან-კონსერვატიული პარტია“; „დემოკრატიული მოძრაობა“; „საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი“ და „საქართველოს ლეიბორისტული პარტია“.

პარტიები მუდმივად ცდილობენ გადაცემაში მოვიდნენ პარტიის თავმჯდომარეები, პარლამენტარები, საკრებულოს წარმომადგენლები ან ლიდერები და პარტიის გამორჩეული სახეები, მათ შორის ახალგაზრდა სახეები და ქალთა ორგანიზაციების წარმომადგენლები, საკუთარი მუშაობის და პოზიციების უკეთ წარმოსაჩენად.

არგუმენტების დრო – საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თოქ-შოუ „არგუმენტების დრო“ კვირაში სამჯერ, სამშაბათს, ხუთშაბათს და პარასკევს პრაიმ-თაიმში (21:30 სთ), პირდაპირ ეთერში მაყურებელს აქტუალურ თემებს სთავაზობს. გადაცემის ქრონომეტრაჟია 90 წთ. წარმოდგენილი პროექტი გულისხმობს პოლიტიკური დებატების ფორმატის ჩამოყალიბებას. მისი მიზანია სამოქალაქო და პოლიტიკური დისკუსიის ფარგლებში დაამკვიდროს თანამედროვე პოლიტიკური დებატების ფორმატი საზოგადოებისათვის პრობლემატურ საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ-ეკონომიკურ თემებთან დაკავშირებით.

მოწვეული სტუმრები არიან სამოქალაქო სექტორის, აკადემიური წრეების, არასაპარლამენტო პარტიების, საპარლამენტო უმცირესობისა და უმრავლესობის, პროფკავშირების, მინისტრთა კაბინეტის და სამთავრობო უწყებების წარმომადგენლები და ექსპერტები. „არგუმენტების დრო“ საზოგადოების ყველა ფენაზეა ორიენტირებული. ის ცდილობს პოლიტიკური კამათისა და დიალოგის კულტურის დამკვიდრებას.

თოქ-შოუში ხშირია პირდაპირი ჩართვები რეგიონებიდან და უცხოეთიდან.

გადაცემაზე მუშობენ წამყვანი ზვიად ავალიანი, პროდუსერი მაკა ასათიანი, რეჟისორი ხათუნა ვაშაძე, ადმინისტრატორი მიხეილ ჭაბუკაშვილი.

თოქ-შოუმ „არგუმენტების დრო“ ახალი სატელევიზიო სეზონი 21 ნოემბერს გახსნა.

ახალმა სტუდიამ, დიდმა სივრცემ, გარკვეული ცვლილებები შემოგვთავაზა, რაც გადაცემის ხარისხის გაუმჯობესებაზე პირველივე გადაცემიდან აისახა. მაგრამ დასახვეწია დეტალები, როგორც ტექნიკური, ისე შინაარსობრივი. მათი გამოსწორება თოქ-შოუს უფრო ეფექტიანს და ხარისხიანს გახდის.

ახალი სტუდია ახალ წესრიგს გვთავაზობს, რაც კვირის განმავლობაში უცვლელია. მთელი კვირის მანძილზე მიმდინარეობს თემების შერჩევა - გადალაგება, ოპერატიული მასალების წამოწევა, 90-წთ-იანი გადაცემის რამდენიმე ბლოკად დაყოფა; ცხელი, ოპერატიული თემების გადაცემაში მოქცევის მიზნით. თემატიკის მიხედვით მიმდინარეობს სტუმრების შერჩევა და მოწვევა, ჩართვების დაგეგმვა. ტექნიკური უზრუნველყოფის ჯგუფთან უწყვეტი კავშირია. მათთან თანხმდება პირდაპირ ჩართვებთან და ნებისმიერ ცვლილებებთან დაკავშირებული საკითხები. ფეისბუქის საშუალებით მაყურებელთან უწყვეტი კავშირია. გადაცემის შემდეგ ფეისბუქის საშუალებით ხდება მაყურებელთან გასაუბრება, მათ მიერ გადაცემის შეფასება და მათი სურვილების გაზიარება.

ჩვენი პარლამენტი – ყოველკვირეული საინფორმაციო-ანალიტიკური პროგრამა ეთერში გადის შაბათს 20:00 საათზე და მისი ქრონომეტრაჟია 30 წუთი. პროექტი, ამერიკული ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტის ტექნიკური დახმარებით განხორციელდა. ყოველკვირეული პროგრამა, არა მხოლოდ საპარლამენტო ცხოვრების დაიჯესტია, არამედ მასში ასახულია, ყველა ის რეალური შედეგი, რაც საკანონმდებლო ორგანოს მუშაობის ნაყოფს წარმოადგენს.

გადაცემაში წარმოდგენილია, კვირის განმავლობაში, საქართველოს პარლამენტში, კომიტეტებში და პლენარულ სხდომებზე განხილული მნიშვნელოვანი საკითხებისა და კანონპროექტების მიმოხილვა, განხილვა სტუმრებთან ერთად.

გადაცემა შედგება სამი ნაწილისგან:

- მაყურებლისათვის საქართველოს პარლამენტში განხილული კვირის მნიშვნელოვანი თემების ვიდეოკოლაჟი:
  - » პარლამენტში ინიცირებული, ან განსახილველი კანონპროექტები;
  - » ბოლო პერიოდში მიღებული საკანონმდებლო აქტები;
  - » პარლამენტში მიმდინარე საქმიანობა (კაბინეტის დამტკიცება, სამთავრობო საათი, პრეზიდენტის ყოველწლიური გამოსვლა პარლამენტში, პალამენტის მიერ განხორციელებული მნიშვნელოვანი ვიზიტები);
  - » ადგილობრივი მნიშვნელობის საკითხები (რეგიონალური ტელევიზიისთვის დამზადებული გადაცემების შემთხვევაში).
- სიუჟეტი კვირის მნიშვნელოვან თემაზე;
- გადაცემაში მოწვეულ პარლამენტარებთან ერთად, კვირის მნიშვნელოვანი თემების განხილვა.

გადაცემაზე მუშაობს 4 თანამშრომელი: წამყვანი - ნიკა კაცია, პროდიუსერი - მაია ბოკერია, ჟურნალისტი - მაია დემეტრაშვილი და ტექნიკური პროდიუსერი - ნათია შენგელია.

ეპიცენტრი – საზოგადოებრივი მაუწყებლის „მეორე არხის“ პირდაპირ ეთერშია ყოველ შაბათს 19:00 საათზე (ქრონომეტრაჟი 56 წთ) . გადაცემის სტუმრები არიან ქვეყნის აღმასრულებელი და საკანონმდებლო ორგანოს პირველი პირები, რომლებიც მოსახლეობისთვის ყველა საინტერესო კითხვას პირდაპირ ეთერში პასუხობენ.

ბრიფინგის დრო – გადაცემა ეთერშია ყოველდღე 15:00, 17:00, 21:00 და 23:00 საათზე. „მეორე არხის“ და ამერიკის დემოკრატიული ინსტიტუტის მემორანდუმზე ხელმომწერი პოლიტიკური პარტიების ბრიფინგები დაუმონტაჟებლად თავსდება „მეორე არხის“

ეთერში. ბრიფინგის გარდა, პროგრამაში შეიქმნება ქვეყანაში მიმდინარე ყველა მნიშვნელოვანი მოვლენა.

ნამდვილი დრო (Настоящее время) - რუსულენოვანი სატელევიზიო გადაცემა მე-2 არხის ეთერშია ყოველ დღე 23.00 საათზე. გადაცემა წარმოადგენს რადიო თავისუფალი ევროპა/რადიო თავისუფლებისა და ამერიკის ხმის ერთობლივ პროექტს, რომელიც ხორციელდება საქართველოში, ესტონეთში, ლატვიაში, ლიტვაში, მოლდავეთსა და უკრაინაში მოქმედ საზოგადოებრივ და კერძო მაუწყებლებთან თანამშრომლობით. გადაცემა დაფუძნებულია მიუკერძოებელ ჟურნალისტიკაზე და აუდიტორიას სთავაზობს საინტერესო ანალიზს მსოფლიოში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებთან დაკავშირებით.

ამ პროექტის კურირება და ევროპელ კოლეგებთან თანამშრომლობა დაევალა მე-2 არხის ეროვნული უმცირესობების ენებზე მაუწყებლობის ჯგუფს. მე-2 არხის გუნდი ამ გადაცემისთვის ასევე ამზადებს სიუჟეტებს.

აფხაზეთი – აფხაზეთის საინფორმაციო უზრუნველყოფის ცენტრის მიერ მომზადებული გადაცემა „აფხაზეთი“ საზოგადოებრივი მაუწყებლის „მეორე არხის“ ეთერშია ყოველ კვირას 17:00 საათზე. გადაცემა თემატურად მრავალფეროვანია: დისკუსია, პრობლემები, ტრადიციები, დიალოგი, რელიგია, კულტურა, სპორტი, ეკოლოგია. გადაცემა მოიცავს არა მხოლოდ აფხაზეთიდან, არამედ სამაჩაბლოდან დევნილთა პრობლემებს; წარმოაჩენს და გააანალიზებს ხელისუფლების ხედვას ამ პრობლემების მოსაგვარებლად. გადაცემა წარმოაჩენს ცნობილ, წარმატებულ ადამიანებს და ახალ სახეებს.

1.16 რადიო 1-ის გადაცემები

2015 წლის პირველი სამი კვარტლის განმავლობაში რადიოს საზოგადოებრივ-პოლიტიკური რედაქცია რადიომაუწყებლობის სამსახურს ექვემდებარებოდა. სტრუქტურული ცვლილების შემდეგ საზოგადოებრივი რადიოს საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მიმართულების რედაქცია გაიყო. გადაცემების უმეტესობა დაექვემდებარა კრეატიულ ბლოკს. გადაცემათა ის ნაწილი, რომელშიც პოლიტიკური ასპექტები დომინირებდა ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკში, კერძოდ, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მიმართულების სამსახურში გაერთიანდა.

საზოგადოებრივი რადიოს საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები დღის საეთერო ზოლშია განთავსებული. ყველა მათგანი ინტერაქტიულია და მსმენელები მასში აქტიურად მონაწილეობენ. „საღამოს პიკის საათი“ და „ღია სტუდია“ ყოველდღიური პროგრამებია, დანარჩენი კი ყოველკვირეული.

ყველა გადაცემის ტექსტური ანოტაცია, აუდიო და ვიდეო ჩანაწერები განთავსებულია „საზოგადოებრივი რადიო 1“-ის ვებ-გვერდზე http://radio1.ge. ამავე საიტზე შეგიძლიათ იხილოთ ეს გადაცემები რეალურ დროში ან გადახვევით.

გადაცემების ნახვა შესაძლებელია YouTube-ზეც (Georgian Public Radio), სადაც განთავსებულია საზოგადოებრივი რადიოს არხი. აქ თვალსაჩინოდაა დახარისხებული გადაცემები და ვიდეო მასალას ტექსტური ანოტაცია ახლავს. გადაცემების ხილვა ასევე შესაძლებელია ფეისბუქის გვერდზე „საზოგადოებრივი რადიო 1“.

ყველა ჩამოთვლილ გვერდზე მნახველს გაზიარებისა და კომენტირების საშუალება გააჩნია.

საზოგადოებრივი რადიოს საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები ასე გამოიყურება:

საღამოს პიკის საათი - გადაცემა არის რადიოს ცენტრალური პოლიტიკური თოქშოუ. ის ინტერაქტიულია და გადის ყოველ სამუშაო დღეს 17:10-დან 17:50 სთ-მდე. შემაჯამებელ პოლიტიკურ თოქშოუში მოუსმენთ აქტუალური თემების დეტალურ ანალიზს, დღის

მთავარი თემების განხილვას კომპეტენტურ სტუმრებთან და მსმენელებთან ერთად. გადაცემის მიზანია აუდიტორიისათვის საზოგადოებრივ-პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური მოვლენების ანალიზის მიწოდება. მიმდინარე მოვლენების განხილვაში საზოგადოების ჩართვა. სამიზნე აუდიტორიას წარმოადგენენ პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური ახალი ამბებით დაინტერესებული მოქალაქეები.

ღია სტუდია - ინტერაქტიული, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თოქ-შოუ - ყოველ სამუშაო დღეს (14.10-14.50 სთ) გადის. გადაცემის მიზანია აუდიტორიისათვის აქტუალური მოვლენების შესახებ მრავალფეროვანი ინფორმაციისა და ანალიზის მიწოდება. მიმდინარე მოვლენების განხილვაში საზოგადოების ჩართვა. პროგრამის სამიზნე აუდიტორიას წარმოადგენენ პოლიტიკურ, ეკონომიკური და სოციალური საკითხებით და მათი ანალიზით დაინტერესებული მოქალაქეები.

„ღია სტუდია“ რადიოს სხვა პროგრამებისაგან თემატიკის ფართო სპექტრით გამოირჩევა. მიუხედავად ამისა, მისი ძირითადი მიმართულებებია პოლიტიკა (ორშაბათი), სოციალური თემატიკა, თვითმმართველობები (პარასკევი), ეკონომიკა, კულტურა, მეცნიერება და განათლება.

საანგარიშო პერიოდში, მსმენელთა თხოვნით, აღდგა „ღია სტუდიის“ პროექტი „რეგიონის დროით“. პარასკევი ეთმობა თვითმართველობებს. პროექტი ჯერჯერობით შემოიფარგლება თბილისისა და კახეთის რაიონების გამგებლებით. პროექტის არეალის გაფართოება საჭიროებს დამატებით დაფინანსებას, რათა შემოქმედებითმა ჯგუფმა შეძლოს ადგილზე გასვლა და გადაცემაში ადგილობრივი საზოგადოების ფართო სპექტრის ჩართვა. ამ შემთხვევაში პირდაპირ ეთერში ჩართვა სატელეფონო და ინტერნეტ კავშირის მეშვეობით განხორციელდება.

ეს პროექტი განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს რეგიონული აუდიტორიის წინაშე, რადგან მსმენელს საშუალება აქვს უშუალოდ თვითმმართველობის ხელმძღვანელობას დაუსვას კითხვები.

უფლება და თავისუფლება - ინტერაქტიული 45-50 წთ-იანი თოქ-შოუ გადის ყოველ ხუთშაბათს 16:10 სთ-ზე. გადაცემა ეძღვნება ადამიანის უფლებებს. წლის განმავლობაში მომზადდა 43 გადაცემა. გადაცემაზე დასაქმებულია ერთი წამყვანი.

გადაცემის მიზანია ადამიანის უფლებების და სამოქალაქო ღირებულებების პოპულარიზაცია, ადამიანის უფლებების სფეროში საზოგადოების ინფორმირებულობის გაზრდა და ადამიანის უფლებების სფეროში მიმდინარე მოვლენების საზოგადოებრივი მონიტორინგი.

მომზადებული გადაცემები შეგვიძლია რამდენიმე თემატურ ჯგუფად ჩამოვაყალიბოთ: ადამიანის უფლებათა დაცვა საქართველოში; მშვიდობიანი შეკრების და გამოხატვის უფლება; ქალთა უფლებები; შშმ პირთა უფლებები; სამართლიანი სასამართლოს უფლება; ბავშვთა უფლებები; კანონი „დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ“; პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობა და პერსონალურ მონაცემთა დაცვა; შრომის უფლება; მედია და ადამიანის უფლებები; ხანდაზმულთა უფლებები; დევნილთა უფლებრივი მდგომარეობა საქართველოში; უვნებელ გარემოში ცხოვრების უფლება; მომხმარებელთა უფლებების დაცვა; ადამიანის უფლებები და საბჭოთა წარსულის გააზრება.

ერთად ევროპისკენ - ყოველკვირეული ინტერაქტიული პროგრამა „ერთად ევროპისაკენ“ უკვე რამდენიმე წელია გადის საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში, თუმცა აქამდე ეს პროექტი ენთუზიაზმის საფუძველზე ხორციელ-დებოდა და მისი ავტორები შესაბამის ანაზღაურებას არ იღებდნენ. გასულ კვარტალში პროექტმა საზოგადოებრივი მაუწყებლის კონკურსში გაიმარჯვა.

გადაცემა ძირითადად ეძღვნება ევროანტლანტიკურ სტრუქტურებში საქართველოს გაწევრიანების ძალისხმევას და მიმდინარე პროცესებს: უსაფრთხოებას, თავდაცვას, ევროკავშირსა და ნატოში მიმდინარე პროცესებს, საქართველოს ევროატლანტიკურ ინტეგრაციას, რუსეთ-საქართველოს ურთიერთობებს, დემოკრატიულ რეფორმებს, ვალდებულებებს და სტანდარტებს, რომელიც საქართველომ უნდა შეასრულოს.

ეკომეტრი - ინტერაქტიული, გარემოსდაცვითი თოქ-შოუ გადის ყოველ ოთხშაბათს 16:10-დან 16:50-სთ-მდე. გადაცემის მიზანია ეკოპოლიტიკის გაშუქება და მისი მონიტორინგი, გარემოსდაცვითი ცნობიერების ამაღლება. პირველ რიგში სამიზნე აუდიტორიას წარმოადგენენ გარემოსდაცვითი ინფორმაციით დაინტერესებული მოქალაქეები. გადაცემაზე დასაქმებულია ერთი წამყვანი, რომელიც სხვა რადიო და ტელეპროექტებშიცაა ჩართული.

საანგარიშო პერიოდში გადაცემის თემატიკა მოიცავს ტყის მართვის სტრატეგიას, გამწვანების პროექტებს, გარემოსდაცვით სტრატეგიებს, განაშენიანების პოლიტიკას, ეკოლოგიური და სანიტარული გარემო, კლიმატის ცვლილება.

ისევ განათლების საკითხებზე - ინტერაქტიული გადაცემა, შაბათი, 15:10-15:50 სთ. გადაცემის მიზანია: საზოგადოების ინფორმირება განათლების სფეროში მიმდინარე რეფორმებსა და სიახლეების თაობაზე, აბიტურიენტთა და სტუდენტთა მიერ ინფორმირებული გადაწყვეტილების ხელშეწყობა. თოქშოუ ეძღვნება განათლების სფეროში მიმდინარე რეფორმებსა და სიახლეებს, პროფესიულ, საშუალო და უმაღლეს სასწავლებლებში სწავლების წესებს, სამეცნიერო გრანტებს, ერთიან ეროვნულ, სამაგისტრო და სასერთიფიკაციო გამოცდებს, საერთაშორისო გაცვლით პროგრამებსა და სტიპენდიებს. სტუდიაში მოწვეული სტუმრები საუბრობენ წინასწარ შერჩეულ თემაზე და პასუხობენ მსმენელთა სატელეფონო ზარებს. გადაცემის სამიზნე ჯგუფს პირველ რიგში წარმოადგენენ აბიტურიენტები, სტუდენტები, მოსწავლეები და მათი მშობლები, მეცნიერები და პედაგოგები. გადაცემაზე დასაქმებულია წამყვანი, რომელიც სხვა რადიოპროექტებშიცაა ჩართული;

რონკაი - აღსანიშნავია კიდევ ერთი პროგრამა, რომელიც ეთნიკური უმცირესობების ენაზე მაუწყებლობს. საზოგადოებრივი „რადიო 2“ კვირაში ერთხელ გადასცემს ქურთულ ენაზე მოსაუბრე რადიოპროგრამას „რონკაი“ (განთიადი). გადაცემა ეთერში გადის კვირა დღეს 20:30 სთ-ზე. მისი ქრონომეტრაჟია 15 წუთი. პროგრამა იწერება და მონტაჟდება საზოგადოებრივი რადიოს სტუდიაში და ეთერში ჩანაწერის სახით გადის. გადაცემის წამყვანია ბელა კასოევა(სტურკი). პროგრამაზე ასევე მუშაობს ქურთი საზოგადო მოღვაწე ქერიმ ანყოსი.

გადაცემის მიზანია ქურთულ სათვისტომოში მიმდინარე პროცესების გაშუქება, მათი კულტურის ისტორიისა და ტრადიციების პოპულარიზაცია. აღსანიშნავია, რომ ეს გადაცემა საზოგადოებრივი რადიოს ეთერში 1978 წლიდან გადის.

1.17 საგამოძიებო ჟურნალისტიკა

გამომძიებელი რეპორტიორი - ჟურნალისტური გამოძიების პროექტი, საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელში 2014 წლის ოქტომბრიდან დაიწყო. პროექტის მიზანია საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ცხოვრების დაფარული ფაქტებისა და მხარეების ძიება და გამოვლენა. გამოძიების თემები შეირჩევა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მაყურებელთა წერილების მიხედვით.

მომზადებულ ფილმებს მაღალი რეიტინგი ჰქონდა, როგორც სატელევიზიო ეთერში, ასევე Youtube-ის მომხმარებელთა შორის.

ფილმს „სახელმწიფოს უკანონო შვილები“ ფართო გამოხმაურება მოჰყვება როგორც მაყურებლის, ასევე სახელმწიფო სტრუქტურების მხრიდან. ფილმში ასახული პრობლემით - აჭარის ეკომიგრანტთა მდგომარეობით - დაინტერესდა ევროკავშირის მისია საქართველოში. მისიის წარმომადგენლები ეწვივნენ ეკომიგრანტთა დასახლებას ხელვაჩაურში, შეისწავლეს მათი მდგომარეობა. შედეგად რამდენიმე ოჯახი დაკმაყოფილდა საცხოვრებელი ბინით, ეკომიგრანტთა დასახლებაში გაუმჯობესდა საცხოვრებელი პირობები, გაჩნდა პრობლემის უფრო სწრაფი მოგვარების პერსპექტივა.

ფილმმა „უცნობი „რუსთავი 2“ ასევე გამოიწვია მაყურებლის დიდი ინტერესი, რაც აისახა საგრძნობლად მაღალ რეიტინგში როგორც საეთერო ჩვენებისას, ასევე ელექტრონული ფორმატით გავრცელებისას.

2015 წლის 20 იანვარს „გამომძიებელი რეპორტიორი“ დაჯილდოვდა ევროკავშირის პრიზით ფილმისთვის „ოქროსთვის შეწირულთა ქალაქი“.

2015 წლის დეკემბრის დასაწყისში პროექტი შეჩერდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახურის ხელმძღვანელის ზეპირი მითითების საფუძველზე. პროექტის შეჩერების მიზეზად დასახელდა საგამოძიებო მიმართულების გაძლიერების აუცილებლობა, ჯგუფის ტექნიკური აღჭურვილობითა და ადამიანური რესურსით გაძლიერების საჭიროება.

2. სამომავლო გეგმები

საინფორმაციო სამსახური

მნიშვნელოვნად გაიზრდება საინფორმაციო სამსახურების ინტეგრაციის ხარისხი. 2016 წელს საკონსულტაციო კომპანიასთან ერთად შემუშავდება ერთიანი საინფორმაციო სამსახურის თანამშრომელთა სამუშაო აღწერილობა, რაც ახალი გზამკვლევი გახდება ერთიანი ნიუსრუმის მშენებლობის გზაზე.

პარალელურად დაიწყება ახალი ნიუსრუმის საპროექტო და სამშენებლო სამუშაოები.

მომავალ საანგარიშო პერიოდში კიდევ უფრო გააქტიურდება წინასაარჩევნო მოვლენები. საინფორმაციო სამსახური მეტი მოცულობით გააშუქებს წინასაარჩევნო გარემოს მონიტორინგის შედეგებს, პარტიების საარჩევნო კამპანიებს და მათ პროგრამებს.

20:00-საათიანი „მოამბის“ ახალი ფორმატის ჩამოყალიბება დასრულდება. ამავე დროს, 2016 წლის პირველი კვარტლიდან პროგრამაში ჯდება 18:00 საათიანი „მოამბის“ გამოშვება, რომლის ხანგრძლივობაც 1 საათით განისაზღვრა, ეს გამოშვება „ყველა ახალი ამბავის“ გაშუქების პრინციპით მუშობს და რესპონდენტების პირდაპირ ეთერში ჩართვას ითვალისწინებს. 18:00 საათიანის ფორმატი განსაკუთრებით აქტუალური გახდება საარჩევნო პერიოდში, როდესაც მნიშვნელოვანია საარჩევნო სუბიექტების აქტივობის მაქსიმალურად გაშუქება.

2016 წელი მნიშვნელოვანია ახალი სტრუქტურისა და ინტეგრირებული რედაქციების იმპლემენტაციის თვალსაზრისით. მნიშვნელოვნად გაიზრდება საინფორმაციო სამსახურსა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ გადაცემებს შორის კოორდინაცია.

2016 წელს საქართველოში საპარლამენტო არჩევნები იმართება. საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების მთავარი მიზანია არჩევნების ეფექტურად, დაბალანსებულად და ობიექტურად გაშუქება. განსაკუთრებული ყურადღება მიექცევა საარჩევნო გარემოსა და პროცესების მონიტორინგს, საარჩევნო სუბიექტების პროგრამების გაშუქებასა და ანალიზს. გაიმართება წინასაარჩევნო დებატები.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი გეგმავს აუდიტორიის კვლევის ჩატარებას, რაც მნიშვნელოვანი გზამკვლევი გახდება საზოგადოებრივი მაუწყებლისათვის. კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით მომზადდება ცვლილებების პაკეტი. შესაძლოა კორექტივები განიცადოს საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების თემატიკამ, მიწოდების ფორმებმა და სამაუწყებლო ბადემ.

საანგარიშო პერიოდში მეორე არხის შემოქმედებითი გუნდის მიერ შემუშავდა და მენეჯმენტს წარედგინა, დილის საინფორმაციო ანალიტიკური პროგრამის პროექტი -„პოლიტიკური დილა“. მეორე არხის შემოქმედებითი გუნდის ღრმა რწმენით, ასეთი პროექტი სჭირდება პოლიტიკით დაინტერესებულ მაყურებელს, მით უფრო, რომ ასეთი ნიშა, ქართულ ტელე ბაზარზე ჯერ დაუკავებელია.

მეორე არხის შემოქმედებითი გუნდის მიერ ასევე შემუშავებულია საღამოს თოქ-შოუს ფორმატი, რომელიც ასევე წარდგენილია მენეჯმენტისთვის.

2016 წლის პირველ კვარტალში საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში ჩაეშვება შემდეგი გადაცემები:

მოამბე კვირას - ახალი პროგრამა საანგარიშო პერიოდში დაიგეგმა და ეთერში 2016 წლის 17 იანვარს გავიდა. გადაცემაზე „მოამბის“ შემოქმედებითი ჯგუფი მუშაობს. კვირის შემაჯამებელი საინფორმაციო-ანალიტიკური პროგრამა გადის 20:00 საათზე და მისი ქრონომეტრაჟია 1 საათი;

გადაცემის მიზანია მაყურებელს შესთავაზოს ანალიტიკური და დაბალანსებული რეპორტაჟები კვირის განმავლობაში მიმდინარე ყველაზე აქტუალურ თემებზე. გადაცემა დაყოფილია ბლოკებად, თითოეულ სეგმენტში გაშლილია კვირის ერთი მთავარი თემა (პოლიტიკური, ეკონომიკური ან სოციალური), სტუდიაში თემაზე სასაუბროდ ვიწვევთ სტუმარს, ძირითადად აღმასრულებელი ხელისუფლების წარმომადგენელს. ინტერვიუს მიზანია მაყურებელმა შეიტყოს რა შედეგს იქონიებს მოცემული საკითხი საზოგადოებაზე ან სად არის პრობლემის გადაჭრის გზები.

მეორე ბლოკი ძირითადად საერთაშორისო პოლიტიკას და მსოფლიოში მიმდინარე კონფლიქტების მიმოხილვას და ანალიზს ეთმობა.

„კვირის მოამბის“ მაყურებელს შეუძლია გადაცემაში ინტეგრირებული კოლაჟების საშუალებით გაიგოს გასული კვირის ძირითადი შიდა და საგარეო პოლიტიკური მოვლენები.

ცხოვრება ციფრებში - პროექტის პირველი გადაცემა ეთერში 2016 წლის 9 თებერვალში გავიდა. მისი ავტორი და წამყვანია შოთა დიღმელაშვილი. გადაცემა ეთერში გადის ყოველ სამშბათს „მოამბის“ შემდეგ;

ვექტორი - ყოველკვირეული საინფორმაციო-შემეცნებითი და ანალიტიკური გადაცემა მიმოიხილავს საქართველოს ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციის პროცესს. გადაცემის ქრონომეტრაჟია 26 წუთი. პროგრამა ორიენტირებულია 18-45 წლის აუდიტორიაზე, რეგიონების მოსახლეობასა და ეთნიკურ უმცირესობებზე. პროექტზე დასაქმებულია 2 წამყვანი, პროდუსერი და კორესპონდენტი. პროექტი 2016 წლის იანვრიდან იწყება;

ჩვენი საქართველო - ყოველკვირეული ინტერაქტიული თოქ-შოუს მიმართულებაა ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობები. პროექტის ავტორები არიან საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომელი გიორგი გუგუშვილი და საზოგადოებრივი რადიოს ყოფილი თანამშრომელი კობა ჩოფლიანი. პროგრამა იქნება ყოველკვირეული და ის გავა დღის საეთერო ზოლში (16:10-16:50 სთ).

საზოგადოებრივი მაუწყებელი
2016

საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2015 წლის ანგარიში

დანართი №2

GEORGIAN PUBLIC BROADCASTER

ახალი გადაცემების შერჩევა, კონკურსის და პრიორიტეტების თანხვედრა

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის საეთერო ბადე წლის განმავლობაში განიცდიდა გარკვეულ ცვლილებებს, თუმცა არსებითად განახლდა მეოთხე კვარტლიდან (ახალი სატელევიზიო სეზონიდან). დაემატა რამდენიმე ახალი გადაცემა, ხოლო არსებული გადაცემები გავიდა განახლებული ფორმატით.

ღირებულებები, რის მიხედვით მოხდა გადაცემის შერჩევა და საეთერო ბადეში ჩაშ-ვება.

- როგორ მოხდა შერჩევა (შერჩევის პრონციპი და პროცესი)
- ჩამონათვალი შემოსული გადაცემების, რომელი გადაცემა დაიბლოკა და რატომ
- კომისიის წევრები
- ახალი გადაცემების საზოგადოებრივი ღირებულებები, სამიზნე აუდიტორია და პროგრამულ პრიორიტეტებთან თანხვედრა

2015 წლის 20 ივლისს გამოცხადდა სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის პროექტების შერჩევა, რომლის ფარგლებში პროექტების წარმოდგენა ხორციელდებოდა ელექტრონულად, მაუწყებლის ვებ - გვერდზე - www.gpb.ge განთავსებული აპლიკაციის მეშვეობით.

გენერალური დირექტორის 2015 წლის 7 აგვისტოს #110 ბრძანებით დამტკიცდა წარმოდგენილი პროექტების შერჩევის პროცედურა, რომლის თანახმად, შეიქმნა შესაბამისი კომისია (სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ გენერალური დირექტორის 17.08.2015წ. #116 ბრძანება) შემდეგი შემადგენლობით:

» გიორგი ებრალიძე - კომისიის თავმჯდომარე;

კომისიის წევრები:

» რუსუდან მანჯგალაძე;

» დონარა შონავა;

» ქეთევან სადღობელაშვილი;

» კონსტანტინე ჯანდიერი;

» სერგო გვარჯალაძე;

» ელდარ შენგელაია;

» გოგი გვახარია;

» დავით ბუხრიკიძე;

» თინათინ ბერძენიშვილი

» დეა გველესიანი - კომისიის მდივანი.

პროექტების შეფასება ხორციელდებოდა ორ ეტაპად.

შერჩევის პირველ ეტაპზე განხორციელდა პროექტების შეფასება კომისიის თითოეული წევრის მიერ #1 დანართში განსაზღვრული კრიტერიუმებით 0 - დან - 5 - მდე ქულიანი სისტემის შესაბამისად;

გთხოვთ, თითოეული კრიტერიუმი შეაფასეთ 0 - დან 5 - მდე ქულით							
	პროეტის დასახელება	ორიგინალური იდეა	სინოფსისი	პროფესიული გამოცდილება	საწარმოო პროცესი	ბიუჯეტი	შენიშვნა
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

შერჩევის მეორე ეტაპზე გადავიდა ის პროექტები, რომლებმაც ყველა კრიტერიუმის შესაბამისად დასმული ქულების საერთო ჯამით დააგროვეს არანაკლებ 15 ქულა.

შერჩევის მეორე ეტაპზე წარმოდგენილი „პილოტებიდან" გამარჯვებული პროექტი გამოვლინდა კომისიის წევრების კენჭისყრის საფუძველზე ხმათა უმრავლესობით.

წარმოდგენილი პროექტების პროცედურების დაცვით განხილვის საფუძველზე კომისია გამარჯვებულად აცხადებს პროექტს და შესაბამისი რეკომენდაციით მიმართავს მაუწყებლის გენერალურ დირექტორს, რომელიც იღებს საბოლოო გადაწყვეტილებას პროექტის განხორციელებასთან დაკავშირებით.

შერჩევის გამოცხადების დღიდან, 2015 წლის 20 ივლისიდან 2015 წლის 15 აგვისტომდე, წარმოდგენილ იქნა სულ 151 (ასორმოცდათერთმეტი) პროექტი შემდეგ კატეგორიებში: „ახალგაზრდული მიმართულება „, „იუმორისტული მიმართულება „, „კულტურის მიმართულება „, „საბავშვო მიმართულება „, „მიმართულება - სოფლის მეურნეობა „.

თითოეულ კატეგორიაში წარმოდგენილი პროექტების სრული ჩამონათვალი:

(პროექტების წარმოდგენის გამოცხადებული ვადის ამოწურვის, ელ - ფოსტის მეშვეობით წარმოდგენილი იყო ერთი პროექტი, რომლის ავტორი ითხოვდა მის მიღება/ განხილვას, ვადის გასვლის შესახებ ინფორმაციის არასწორად აღქმის მოტივით. კომისიის წევრების ერთხმად მიღებული გადაწყვეტილებით, აღნიშნული პროექტი არ იქნა მიღებული და შესაბამისად შეფასებული.)

მიმართულება: ახალგაზრდული

1. „სტერეო+ტიპი" - გიორგი ჩომახაშვილი
2. „კულტურის დრო" - ლევან ლომაშვილი
3. „უფლებამოსილნი" - ნანა გაბუნია
4. „საუბრები ხელოვნებაზე" - ნატო არჩვაძე
5. „ეკო - მითი" - ნინო სულხანიშვილი

6. „ეკო - სახელოსნო” - ნინო სულხანიშვილი
7. „ანfalი” - ანი ლეკიშვილი
8. „სარკესთან” - ბელა გელაშვილი
9. „სოფლის მაშენებლები” - ზიზი ჩანტლაძე
10. „ ვაშლის არომატი” - ლიდა ჩიხლაძე
11. „ახალგაზრდა ჟურნალისტი” - ლუკა ხაჩიძე
12. ,,უცხო სახლის ბინადრები „ - მაია ქუფარაშვილი
13. „რეალობა” - მარიამ ჟღენტი
14. „პირველი” - ნიკა საჯაია
15. „ფილმმეიკერთა კლუბი” - ნიკოლოზ ხომასურიძე
16. „თაობა” - პაატა ბერიკაშვივლი
17. „მოიხსენი ჰალსტუხი” - სოფიო კიკვაძე, ნათია ხოშტარია
18. „შენი პროფესია” - ქეთევან ქებაძე
19. „თაობა” - კოკა ყანდიაშვილი
20. „სტუდენტური დემოკრატია” - მანანა ღოღობერიძე
21. „პროცესორი” - ნაჯა ორაშვილი
22. „ტელეფორუმი” - ნინო გელაშვილი
23. „Startup Show” - ანა ნავდრაშვილი
24. „რეტრო სტარი” - გია ღარიშვილი
25. „ახალგაზრდული პოზიცია” - ზვიად ავალიანი
26. „ავტორჩევები” - ზურაბ ბეჟაშვილი
27. „მწვანემაცია” - მარიამ გოგიაშვილი
28. „ჩვენი თვალთახედვა” - სალომე კახეთელიძე
29. „ინტერ/FACE „ - თამარ კაციტაძე
30. „25 - ე საათი „ - ლიკა ხორბალაძე
31. „თინეიჯერული ამბები” - თინათინ გაბუნია
32. „მომავალი მსოფლიო” - გოგა სურგულაძე

მიმართულება: იუმორისტული

1. „სიყვარულის ანატომია” - ნარგიზა გარდაფხაძე
2. „შარი” - ნინო გველესიანი
3. „კიკიბეთი” - გიორგი ნიკოლაძე
4. „სიცილიადა” - გიორგი ნიკოლაძე
5. „საზოგადოებრივი იუმორი” - დავით გოგიჩაიშვილი
6. „სიცილის ოთახი „ - კოკა ყანდიაშვილი
7. LOL (Laugh Out Loud) –ბაჩო კვირტია
8. „ ანარეკლი „ - ბიძინა მახარაძე
9. „ნიკოლშოუ” „nikolshow” - გიორგი ნიკოლაძე
10. „ტელეთერაპია „ - სოფიო თუმანიშვილი
11. „გრიშას კუთხე „ - ვანო სხირტლაძე

მიმართულება: კულტურა

1. „ფლეილისტი” - გარდაფხაძე ნარგიზა
2. „ქვათა ღაღადი” - გიორგი ბაქანიძე
3. „მკითხველის კონკურსი” - გიორგი წეროძე
4. „ორატორული ხელოვნება ნებისმირ პროფესიაში” - დავით ჩომახაშვილი
5. „ მშვიდობის ფოსტა” - ლევან ლომაშვილი
6. „ემიგრანტები” - მამუკა ჯიჯიეიშვილი
7. „ქაღალდის ჩიტები” - მერაბ ნინიძე
8. „მუსიკოსის მოგზაურობა” - ნატალია პაჭკორია
9. „პარალელი” - ნატალია პაჭკორია
10. „მომავლისათვის „ - გიორგი ქველაძე
11. „ არტი - დასაბამიდან დღემდე „ - აბრამ (ალეკო) ბათაშვილი
12. „რადიო ბლოგი ნიუ - იორკიდან „ - ანა სიდამონიძე
13. „მე მიყვარს როკი” - ანა ქადიეშვილი
14. „ მე ვუკრავ” - ანა ქადიეშვილი
15. „ნაციონალური ფოლკლორი” - ანა ქადიეშვილი
16. „რადიობლოგერი” - ბაჩო კვირტია
17. „პეპლის ეფექტი” - გიორგი კალანდაძე
18. 4th Generation - გოჩა ვანაძე
19. „ქართული კულტურა ტურიზმის სარკეში” - ელიზბარ ზანგურაშვილი
20. „ტფილისი და ტფილისელები „ - თამარ თავაძე
21. „ცოდნის გემო” - თამარელა წოწორია
22. „ფეხბურთის სამყარო „ - კახა კახურაშვილი
23. „ამბავი ერთი ხელნაწერისა „ - კახაბერ იმნაიშვილი
24. „მუსიკალური საღამოები” კოტე ყიფიანთან ერთად - კონსტანტინე ყიფიანი
25. „კინომანია „ - კოტე ჩლაიძე
26. ,,ვიდი” - ლევან აფციაური
27. „ ჩ ა კ რ უ ლ ო „ (ან „ფესვები”) - ლევან ჯიჯურიძე
28. „რიბირაბო” - მაია ქავთარაშვილი
29. „ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები „ - მანანა მახარაძე
30. „ეპოქა და ადამიანი „ - მარიამ ადამაშვილი
31. პოეზიის თეატრი /რამოდენიმე ლექსი/ - მიხეილ კიწნურაშვილი
32. ”ამ სახლში ცხოვრობდა” - ნათია ბერიძე
33. „გრავიტაცია” - ნანა თუთბერიძე / ნინელი ქანკვეტაძე
34. „ერთი კოსტიუმის ისტორია” - ნანა შონია
35. „წერილები” - ნანა შონია
36. ტელეჟურნალი „კულტურა” - ნატო ნიჟარაძე
37. პარანორმალური მოვლენები საქართველოში - ნიკა ნიკოლაიშვილი

38. „თავისუფლება,ეს უფლებაა!,, ან ,,თავისუფალი მე” - ნიკა ქავჭავაძე
39. „იმოგზაურე ნიქსთან ერთად „ - ნიკოლოზ ბარტყულაშვილი
40. „საქმე ქართული „ - ნიკოლოზ მენაბდე
41. „უცნობი ისტორიები” - ნინო განუგრავა
42. „საქართველო „ - ნორეტა კუტიბაშვილი
43. „ისტორია ნოტებში ანუ გული მღერის „ - ნუცა ჯანელიძე
44. „ბაბილონის გოდოლი „ - რუსუდან სტრელკოვა
45. „ლიტერატურიული დისკურსი „ - საბა მეტრეველი
46. „კულტურული პანორამა „ - საბა მეტრეველი
47. „სპექტაკლი მიკროფონთან „ - სალომე გოფოძე
48. „Artექსპერტი „ - ქეთევან კინწურაშვილი
49. „ღამის არტ თამაშები” - ბესიკ სოლომანაშვილი
50. „ემიგრანტები” - მამუკა ჯიჯიეიშვილი
51. „ქაღალდის ჩიტები” - მერაბ ნინიძე
52. „მუსიკოსის მოგზაურობა” - ნატალია პაჭკორია
53. „პარალელი” - ნატალია პაჭკორია
54. „მოკლე ჩართვა „ - ხათუნა ხუნდაძე
55. არტ ლაიფი (ART LIFE) - ეკატერინე ლემონჯავა
56. „მრავალსახეობა თეატრისა” - ელიზბარ ზანგურაშვილი
57. „ზარი ახლობელთან„ - ზურაბ ინაშვილი
58. „ფოლკთაიმი” - კახაბერ გრიგალაშვილი
59. „ART კოდი” - მარინე გერმანიშვილი
60. „ფლეილისტი” - ნარგიზა გარდაფხაძე
61. „ასტრონიქსი” - ნიკოლოზ ბარტყულაშვილი
62. „ხარისხვა” - რევაზ შალიბაშვილი
63. „ჩვენი მემკვიდრეობა” - სოფიო თუმანიშვილი
64. „მომავლის გზა „ - ლანა გაბისონია
65. „ანარეკლები „ - დავით გურგენიძე
66. „ტრანსმისია „ - ნაჯა ორაშვილი
67. „გურული ფირალები „ - ვასილი დოლიძე
68. „ვიდეო - ბლოგი ART MUSIC „ - არჩილ გიორგობიანი და ნინო ჟვანია
69. „ექვსეულის ხუთეული” - ბესიკ სოლომანაშვილი
70. „REDRUM” - შალვა ცხოვრებაძე
71. „მუსიკალური პრიზმა” - გიორგი ხუციშვილი

მიმართულება: საბავშვო

1. „შაბათის დილა” - გარდაფხაძე ნარგიზა
2. „საკითხვეთი” - ნინო გველესიანი
3. „ჩემი ოქრო ჩემთან” - ნინო გველესიანი

4. „ასფურცელა” - სოფო კვინტრაძე
5. „დეტექტივი „ - გიორგი ვარსიმაშვილი
6. „მუსიკა სარდაფში „ - გიორგი კუხიანიძე
7. „ანო-ვანოს ამბები” - ზიზი ჩანტლაძე
8. „სატელევიზიო თეატრალურ - ქორეოგრაფიული სტუდია „ - ირმა თევდორაშვილი
9. „ვოკალის აკადემია” - ლანა ქუთათელაძე
10. ,,ცნობერების შოუ” - ნანა კაკაბაძე
11. „მაშველები „ - ნანა კაკაბაძე
12. „მშობლები & ბავშვები „ - ნატო ნოზაძე
13. „ვებინარია „ - პაატა ბერიკაშვივლი
14. „ჩვენ გვიყვარს სიცოცხლე!! „ - შორენა ჯანაძე
15. „შესანიშნავი შვიდეული „ - ელენე ჭიქაბერიძე
16. „პატარა ვარსკვლავი” - კოკა ყანდიაშვილი
17. სასკოლო სპორტული ოლიმპიადა - მხიარული სტარტები - ლევან კიკალიშვილი
18. „ეტალონი „ - გოჩა ტყეშელაშვილი
19. „ვისწავლოთ ხატვა” - ზაალ სულაკაური
20. „დაკარგული განძი „ - ნიკოლოზ ხომასურიძე
21. „წიგნების თარო” - ნინო კელაურიძე
22. „ვისწავლოთ ერთად „ - სოფიო თუმანიშვილი
23. „კეთილი წიგნების კვალდაკვალ „ - მამუკა ყუფარაძე
24. „არაჩვეულებრივი შვიდეული” - თამარ სხვიტარიძე
25. „პირველები” - ირაკლი ჯაფარიძე
26. „მიამბე მოამბე „ - ირაკლი ჯაფარიძე

მიმართულება: სოფლის მეურნეობა

1. „მარანი „ - მამუკა ჯიჯიეიშვილი
2. „სოფლის შენებას რა უნდა?!” - ნატალია პაჭკორია
3. „სოფლის შენებას რა უნდა” - ნინო გველესიანი
4. „აგრონიუსი” - ბელა ნოზაძე
5. „სოფლის შენებას რა უნდა „ - მარიამ შენგელია
6. „სოფლის საქმე” - ბესიკ სოლომანაშვილი
7. „გლეხიდან ფერმერამდე” - თამარ ბუთურიშვილი
8. „მარანი „ - მამუკა ჯიჯიეიშვილი (რადიოვერსია)
9. „სოფლის შენებას რა უნდა?!” - ნატალია პაჭკორია (რადიოვერსია)
10. „26 წუთი - სოფელი „ - ნუგზარ სუარიძე
11. „სოფლად დავით ბირკაძესთან ერთად „ - დავით ბირკაძე

შერჩევის პროცედურით დადგენილი მინიმალური ზღვარი - 15 ქულა და მეტი

შემოსული პროექტებიდან დააგროვა 18 - მა პროექტმა: „ახალგაზრდული მიმართულებიდან „ - 3, „იუმორისტული მიმართულებიდან „ - 2, „კულტურის მიმართულებიდან „ - 8,

„საბავშვო მიმართულებიდან „ - 4, „მიმართულება - სოფლის მეურნეობა „ – 1. აღნიშნული 18 პროექტიდან ორი პროექტის - „საზოგადოებრივი იუმორი „ და „უცნობი ისტორიები „ შემდგომ ეტაპზე გადასვლის საკითხი კომისიის წევრების ერთობლივი გადაწყვეტილებით დაყენებული იქნა კენჭისყრაზე, რადგან, როგორც სხდომაზე იყო აღნიშნული პროექტების ანალოგები უკვე გადის სხვა მაუწყებლების ეთერში. გადაწყვეტილება - აღნიშნული პროექტები არ გადასულიყო შემდგომ ეტაპზე, - მიღებულია ერთხმად.

შესარჩევი კომისიის წევრებმა დაადგინეს, რომ მეორე ტურში მონაწილეობის მისაღებად გადავიდა:

- კატეგორიაში „ახალგაზრდული მიმართულება „:
  1. „პროცესორი" - ნაჯა ორაშვილი - 16 ქულა;
  2. „ახალგაზრდული პოზიცია" - ზვიად ავალიანი - 15 ქულა;
  3. „ინტერ/FACE „ - თამარ კაციტაძე - 16 ქულა.
- კატეგორიაში „იუმორისტული მიმართულება „:
  1. „ტელეთერაპია „ - სოფიო თუმანიშვილი - 16 ქულა.
- კატეგორიაში „კულტურის მიმართულება „:
  1. „რადიო ბლოგი ნიუ - იორკიდან „ - ანა სიდამონიძე - 15 ქულა;
  2. „რადიობლოგერი „ - ბაჩო კვირტია - 15 ქულა;
  3. „კინომანია „ - კოტე ჩლაიძე - 15 ქულა;
  4. „ზარი ახლობელთან „ - ზურაბ ინაშვილი - 15 ქულა;
  5. „ანარეკლები „ - დავით გურგენიძე - 16 ქულა;
  6. „ტრანსმისია „ - ნაჯა ორაშვილი - 16 ქულა;
  7. „ვიდეო - ბლოგი ART MUSIC „ - არჩილ გიორგობიანი და ნინო ჟვანია - 16 ქულა.
- კატეგორიაში „საბავშვო მიმართულება „:
  1. „ასფურცელა „ - სოფო კვინტრაძე - 15 ქულა;
  2. „ცნობერების შოუ „ - ნანა კაკაბაძე - 15 ქულა;
  3. „წიგნების თარო „ - ნინო კელაურიძე - 15 ქულა;
  4. „არაჩვეულებრივი შვიდეული" - თამარ სხვიტარიძე - 15 ქულა.
- კატეგორიაში „მიმართულება – სოფლის მეურნეობა „:
  1. „სოფლის საქმე „ - ბესიკ სოლომანაშვილი - 15 ქულა.

შერჩევის პირველი ეტაპის შედეგად მეორე ეტაპზე გადასული 16 პროექტიდან 2 პროექტზე - „ახალგაზრდული პოზიცია „ (ზვიად ავალიანი) და „სოფლის საქმე „ (ბესიკ სოლომონაშილი) ე.წ. „პილოტი „ ვერ იქნა წარმოდგენილი. შესაბამისად, მეორე ეტაპზე ე.წ. „პილოტები „ წარმოდგენილი იყო 14 პროექტზე, რომელთა დამატებითი შეფასება კომისიამ განახორციელა შერჩევის პირველ ეტაპზე გამოყენებული კრიტერიუმებით, რის შედეგად შეირჩა შვიდი პროექტი.

კატეგორიაში „კულტურის მიმართულება „ ორი პროექტის „პილოტმა „ - „ზარი ახლობელთან „ (ზურაბ ინაშვილი) და „ტრანსმისია „ (ნაჯა ორაშვილი), - შეფასების შედეგად 15 - ზე მეტი ქულა დააგროვა. კომისიის წევრებმა მიიჩნიეს, რომ აღნიშნული ორი პროექტი არ არის ერთმანეთთან შესადარებელი და, შედეგად, კენჭისყრაზე დააყენეს საკითხი პროექტის „ტრანსმისია „ (ნაჯა ორაშვილი) კატეგორიაში „ახალგაზრდული მიმართულება „ გადატანის შესახებ. გადატანის შესახებ გადაწყვეტილებას მხარი დაუჭირა კომისიის 9 წევრმა.

შერჩევის მეორე ეტაპზე ღია კენჭისყრის შედეგად ხმები გადანაწილდა შემდეგნაირად:

- კატეგორიაში „ახალგაზრდული მიმართულება „:

4. „პროცესორი” - ნაჯა ორაშვილი - 2 ხმა;
5. „ინტერ/FACE „ - თამარ კაციტაძე - 4 ხმა;
6. „ტრანსმისია „ - ნაჯა ორაშვილი - 10 ხმა;

- კატეგორიაში „კულტურის მიმართულება „:

8. „ზარი ახლობელთან „ - ზურაბ ინაშვილი - 7 ხმა;
9. „ვიდეო - ბლოგი ART MUSIC „ - არჩილ გიორგობიანი და ნინო ჟვანია - 9 ხმა;
10. „რადიობლოგერი „ - ბაჩო კვირტია - 9 ხმა.

- კატეგორიაში „საბავშვო მიმართულება „:

5. „წიგნების თარო „ - ნინო კელაურიძე - 9 ხმა.

შესარჩევი კომისიის წევრებმა დაადგინეს:

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის პროექტების შერჩევის შედეგად საუკეთესო პროექტებად დასახელდნენ:

1. „ზარი ახლობელთან „ - ზურაბ ინაშვილი
2. „ტრანსმისია „ - ნაჯა ორაშვილი
3. „ვიდეო - ბლოგი ART MUSIC „ - არჩილ გიორგობიანი და ნინო ჟვანია
4. „რადიობლოგერი „ - ბაჩო კვირტია
5. „წიგნების თარო „ - ნინო კელაურიძე

2015 წლის 4 აგვისტოს გამოცხადდა სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ თანამშრომლებისაგან წარმოდგენილი პროექტების პროექტების შერჩევა (შემდგომში - „შერჩევა „), რომლის ფარგლებში პროექტების წარმოდგენა ხორციელდებოდა ელექტრონული აპლიკაციის მეშვეობით.

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ გენერალური დირექტორის 2015 წლის 14 სექტემბრის #128 ბრძანებით დამტკიცდა წარმოდგენილი პროექტების შერჩევის პროცედურა, რომლის თანახმად შეიქმნა შესაბამისი კომისია:

თეიმურაზ გოგოლაძე - კომისიის თავმჯდომარე;

კომისიის წევრები:

- ელდარ შენგელაია;
- ოგი გვახარია;
- დავით ბუხრიკიძე;
- იაგო კაჭკაჭიშვილი
- დეა გველესიანი - კომისიის მდივანი.

თანამშრომლებისგან მიღებული პროექტების შეფასების სისტემა იყო გარე პირებისგან მიღებული პროექტების შეფასების სისტემის ანალოგიური.

შერჩევის გამოცხადების დღიდან, 2015 წლის 4 აგვისტოდან 2015 წლის 15 სექტემბრამდე, წარმოდგენილი იქნა სულ 45 პროექტი შემდეგ კატეგორიებში: „Weekend - დღის შოუ „, „გასართობი შოუ „, „კულტურის მიმართულება „, „საბავშვო მიმართულება „, „მიმართულება - სოფლის მეურნეობა „, „ტელე - ურნალი ევროპაზე „, „ტელე - ჟურნალი ეთნიკურ უმცირესობებზე „, „ტელე - ჟურნალი საქართველოზე „.

თითოეულ კატეგორიაში წარმოდგენილი პროექტების სრული ჩამონათვალი:

WEEKEND დღის შოუ

1. „ატლანტიკური დრო „ - ირაკლი ტაბლიაშვილი

ახალგაზრდული

1. „ - - - - - „ მაკო სანიკიძე
2. „ემიგრანტული ქრონიკა „ - ნანა ლომიძე
3. „ვინ არის დამნაშავე? „ - ირაკლი ქეიშვილი
4. „აქცია" - კახაბერ ბუხრაშვილი - ნიკოლოზ წერეთელი
5. „განათლება საზღვრებს მიღმა „ - ნანა ქავჭანიძე

გასართობი შოუ

1. „ტელე დეტალები"; ან „ახლო ხედი" - თამუნა გელიაშვილი; ელენე პაპიაშვილი

იუმორისტული

1. „ყველაზე ცენტრალური შოუ" - ნიკოლოზ წერეთელი

კულტურა

1. „TV რევიუ „ - თეა კახიანი
2. „ალუბლების სეზონი" - ოლგა ბაბლუანი, მაგდა ანიკაშვილი
3. „მასტერ - კლასი „ - ეკატერინე მაჭავარიანი
4. „თბილისი „ - თამაზ ტყემალაძე
5. „ტფილისური ისტორიები" - თამაზ ტყემალაძე
6. „ძველი, ახალი, უახლესი" - თამაზ ტყემალაძე
7. „ქართველები საზღვარგარეთ „ - თამაზ ტყემალაძე
8. „აი ია" - თამაზ ტყემალაძე
9. „არ დავიწყება მოყვრისა" - თამაზ ტყემალაძე
10. „კინოლიტერატურა" - ლია მირცხულავა, ია დანელია
11. „ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები" - მანანა მახარაძე
12. „ღამის განათება „ - სალომე დადუნაშვილი
13. „მსოფლიოს მუზეუმები „ - სალომე დადუნაშვილი
14. „ფოტოგრაფი" „ადამიანი კამერით" - სერგი გვარჯალაძე, თემო კვირკველია.
15. „ცივი შხაპი „ - ქეთევან სადღობელაშვილი
16. „ვისაც გვიყვარს პოეზია „ ან „ლექსი თვითონ მწერს „ - ქეთევან ჯოჯიშვილი

საბავშვო

1. „მოუგე დროს" - გვანცა მეფარიშვილი
2. „დროის მანქანა/ნივთების ისტორია „ - ირაკლი ქეიშვილი
3. „5x5 - ზე „ - ირაკლი ქეიშვილი

სოფლის მეურნეობა

1. „აგარაკი „ (ან ნაკვეთი) - ბესიკ შარაშიძე
2. „გზაჯვარედინი” ან „38–ე პარალელი” - ბესიკ შარაშიძე, იასე ცინცაძე
3. „ფერმა” - თამარ ბოლქვაძე

ტელეთამაში

1. „ჩემი საქართველო” - თამაზ ტყემალაძე
2. ტელეჟურნალი ევროპაზე
3. „ევროპა საზღვრებს გარეშე” - ოლგა ბაბლუანი
4. „საქართველო - NATO„ - გიორგი ცხვიტავა
5. „ევროატლანტიკური საქართველო” - გიორგი ცხვიტავა
6. „არაჩვეულებრივი ევროპა „ - ირაკლი ტაბლიაშვილი
7. „ერთად ევროპისაკენ” - ირაკლი ტაბლიაშვილი, გიორგი ცხვიტავა

ტელეჟურნალი ეთნიკურ უმცირესობებზე

1. „ჩვენი საქართველო „ - გიორგი გუგუშვილი კობა ჩოფლიანი

ტელეჟურნალი საქართველოზე

1. „ზღვარზე „ - ანა ჯეგნარაძე
2. „ეს საქართველოა” - თამაზ ტყემალაძე
3. ,,კარგი ამბების დრო” - მზია ლომთათიძე

შემეცნებითი გადაცემა მუსიკაზე

1. „მუსიკალური რადიოანშლაგი” - მარიამ ჩიჯავაძე
2. „25 - ე საათი „ - მარიამ ჩიჯავაძე
3. „ხმები წარსულიდან” - მიხეილ ჯავახიშვილი, დავით ცინცაძე
4. „ჩვენ” - ირაკლი ჭეიშვილი

შერჩევის პროცედურით დადგენილი მინიმალური ზღვარი - 15 ქულა და მეტი შემოსული პროექტებიდან დააგროვა 15 - მა პროექტმა: კატეგორიაში „Weekend - დღის შოუ „ - 1, კატეგორიაში „გასართობი შოუ „ - 1, კატეგორიაში „კულტურის მიმართულება „ - 4, კატეგორიაში „საბავშვო მიმართულება „ - 1, კატეგორიაში „მიმართულება - სოფლის მეურნეობა „ - 1, კატეგორიაში „ტელე - ურნალი ევროპაზე „ - 5, კატეგორიაში „ტელე - ჟურნალი ეთნიკურ უმცირესობებზე „ - 1, კატეგორიაში „ტელე - ჟურნალი საქართველოზე „ - 1.

აღნიშნული 15 პროექტიდან ევროპის და NATO - ს თემატიკასთან დაკავშირებულ კატეგორიებში პროექტების სიმრავლიდან გამომდინარე, კომისიის წევრებმა მიზან-შეწონილად მიიჩნიეს კენჭისყრაზე დაყენებულიყო საკითხი მეორე ეტაპზე აღნიშნული ორი კატეგორიიდან იმ პროექტების გასვლის თაობაზე, რომლებიც კომისიის წევრთა ხმათა უმრავლესობას დააგროვებენ. კენჭისყრის შედეგად ხმები გადანაწილდა შემდეგნაირად:

- „ევროპა საზღვრებს გარეშე „ - ოლგა ბაბლუანი - 1 ხმა
- „საქართველო - NATO „ - გიორგი ცხვიტავა - 0 ხმა
- „ევროატლანტიკური საქართველო” - გიორგი ცხვიტავა - 5 ხმა

- „არაჩვეულებრივი ევროპა „ - ირაკლი ტაბლიაშვილი - 5 ხმა
- „ერთად ევროპისაკენ „ - ირაკლი ტაბლიაშვილი, გიორგი ცხვიტავა - 5 ხმა

შესარჩევი კომისიის წევრებმა დაადგინეს, რომ მეორე ტურში მონაწილეობის მისაღებად გადავიდა.

- კატეგორიაში „Weekend – დღის შოუ „:

1. „ატლანტიკური დრო „ - ირაკლი ტაბლიაშვილი - 18 ქულა;

- კატეგორიაში „გასართობი შოუ „:

1. 1. „ტელედეტალები"; ან "ახლოხედი" - თამუნა გელიაშვილი, ელენე პაპიაშვილი - 16 ქულა;

- კატეგორიაში „კულტურის მიმართულება „:

1. „ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები" - მანანა მახარაძე - 15 ქულა;
2. „მსოფლიოს მუზეუმები" - სალომე დადუნაშვილი - 16 ქულა;
3. „ფოტოგრაფი" „ადამიანი კამერით" - სერგი გვარჯალაძე, თემო კვირკველია - 19 ქულა;
4. „ცივი შხაპი „ - ქეთევან სადღობელაშვილი - 19 ქულა;

- კატეგორიაში „საბავშვო მიმართულება „:

1. „დროის მანქანა/ნივთების ისტორია „ - ირაკლი ჭეიშვილი - 15 ქულა;

- კატეგორიაში „მიმართულება – სოფლის მეურნეობა „:

1. „ფერმა „ - თამარ ბოლქვაძე - 16 ქულა;

- კატეგორიაში „ტელე-ჟურნალი ევროპაზე":

1. „ევროატლანტიკური საქართველო „ - გიორგი ცხვიტავა - 16 ქულა;
2. „არაჩვეულებრივი ევროპა „ - ირაკლი ტაბლიაშვილი - 16 ქულა;
3. „ერთად ევროპისაკენ „ - ირაკლი ტაბლიაშვილი, გიორგი ცხვიტავა - 17 ქულა;

- კატეგორიაში „ტელე – ჟურნალი ეთნიკურ უმცირესობებზე „:

1. „ჩვენი საქართველო „ - გიორგი გუგუშვილი, კობა ჩოფლიანი - 18 ქულა;

- კატეგორიაში „ტელე – ჟურნალი საქართველოზე „:

1. „ზღვარზე „ - ანა ჯეგნარაძე - 15 ქულა.

შერჩევის პირველი ეტაპის შედეგად მეორე ეტაპზე ე.წ. „პილოტები „ წარმოდგენილი იყო 13 პროექტზე, რომელთა დამატებითი შეფასება კომისიამ განახორციელა შერჩევის პირველ ეტაპზე გამოყენებული კრიტერიუმებით, რის შედეგად შეირჩა ცხრა პროექტი:

- კატეგორიაში „კულტურის მიმართულება „:

5. „ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები „ - მანანა მახარაძე - 17 ქულა;
6. „მსოფლიოს მუზეუმები „ - სალომე დადუნაშვილი - 18 ქულა;
7. „ფოტოგრაფი „ „ადამიანი კამერით „ - სერგი გვარჯალაძე, თემო კვირკველია - 18 ქულა;
8. „ცივი შხაპი „ - ქეთევან სადღობელაშვილი - 19 ქულა;

- კატეგორიაში „მიმართულება – სოფლის მეურნეობა „:

2. „ფერმა „ - თამარ ბოლქვაძე - 17 ქულა;

- კატეგორიაში „ტელე – ურნალი ევროპაზე „:

4. „ევროატლანტიკური საქართველო „ - გიორგი ცხვიტავა - 17 ქულა;
5. „ერთად ევროპისაკენ „ - ირაკლი ტაბლიაშვილი, გიორგი ცხვიტავა - 16 ქულა;

- კატეგორიაში „ტელე – ჟურნალი ეთნიკურ უმცირესობებზე „:

2. „ჩვენი საქართველო „ - გიორგი გუგუშვილი, კობა ჩოფლიანი - 17 ქულა;

- კატეგორიაში „ტელე – ჟურნალი საქართველოზე „:

2. „ზღვარზე „ - ანა ჯეგნარაძე - 16 ქულა.

კატეგორიაში „კულტურის მიმართულება „ სამი სატელევიზიო პროექტის „პილოტმა „ - მსოფლიო მუზეუმები „ (სალომე დადუნაშვილი), „ფოტოგრაფი „ „ადამიანი კამერით „ (სერგი გვარჯალაძე და თემო კვირკველია) და „ცივი შხაპი „ ქეთევან სადღობელაშვილი), - შეფასების შედეგად 15 - ზე მეტი ქულა დააგროვა. კომისიის წევრებმა მიიჩნიეს და ერთხმად მიიღეს გადაწყვეტილება, რომ აღნიშნული სამივე პროექტი უნდა გავიდეს კენჭისყრაზე.

შერჩევის მეორე ეტაპზე ღია კენჭისყრის შედეგად ერთხმად მიღებული გადაწყვეტილებით შესარჩევი კომისიის წევრებმა დადგინეს:

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ ახალი სატელევიზიო სეზონისთვის მაუწყებლის თანამშრომლებისაგან წარმოდგენილი პროექტების შერჩევის შედეგად საუკეთესო პროექტებად დასახელდნენ:

- „ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები „ - მანანა მახარაძე;
- „მსოფლიოს მუზეუმები „ - სალომე დადუნაშვილი;
- „ფოტოგრაფი „ „ადამიანი კამერით „ - სერგი გვარჯალაძე, თემო კვირკველია;
- „ცივი შხაპი „ - ქეთევან სადღობელაშვილი;
- „ფერმა „ - თამარ ბოლქვაძე;
- „ევროატლანტიკური საქართველო „ - გიორგი ცხვიტავა;
- „ერთად ევროპისაკენ „ - ირაკლი ტაბლიაშვილი, გიორგი ცხვიტავა;
- „ჩვენი საქართველო „ - გიორგი გუგუშვილი, კობა ჩოფლიანი;
- „ზღვარზე „ - ანა ჯეგნარაძე.

2015 წლის ბოლოსთვის პირველი არხის ეთერში ჩაშვებულია შერჩევის შედაგად საუკეთესოდ გამოვლენილი შემდეგი გადაცემები:

საზოგადოებივი მაუწყებლის მიერ მიღებული და კომისიის მუშაობის შედეგად საუკეთესოებად გამოვლენილი ტელე და რადიო (ასევე მულტიპლატფორმული) პროექტები ეთერში განთავსდა:

1. **„ტრანსმისია „ – ყოველ შაბათს 21:30 საათზე**

სამიზნე აუდიტორია: შემეცნებითი გადაცემა ახალგაზრდებისთვის.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან თანხვედრა: აღნიშნული გადაცემა პასუხობს სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებულ პროგრამულ პრიორიტეტს: „შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება„ რაც გულისხმობს: 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. „ფერმა „ – კვირას 12:45

სამიზნე აუდიტორია: სოფლის მეურნეობით, ამ სფეროში მიმდინარე სიახლეებით დაინტერესებული საზოგადოებისთვის არის განკუთვნილი.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან თანხვედრა: აღნიშნული გადაცემა პასუხობს სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებულ პროგრამულ პრიორიტეტს: „შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება - 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 „.

იანვრიდან ეთერში ჩაეშვება შემდეგი გადაცემები:

პროგრამულ პრიორიტეტებთან თანხვედრა: აღნიშნული გადაცემები პასუხობს სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებულ პროგრამულ პრიორიტეტს: „შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება „.

1. „ზღვარზე „

პარასკევს 21:00 - ვებ - გვერდზე - პროექტი 24/7 რეჟიმში „მაუწყებლობს"

სამიზნე აუდიტორია: ეს პერიოდი ეთმობა საზოგადოებრივ-პოლიტიკური და შემეცნებითი გადაცემების მოყვარულებს.

2. „მუსიკოლოგოსი „

შაბათს17:30 - ზე

სამიზნე აუდიტორია: გადაცემა განკუთვნილია არტ მუსიკის მოყვარულთათვის, მიზნად ისახავს კლასიკური მუსიკის შესახებ საზოგადოებისთვის გასაგებ ენაზე ინფორმაციის მიწოდებას.

3. „დღე მუზეუმში „

ყოველ კვირას 15:00 საათზე

სამიზნე აუდიტორია: გადაცემა განკუთვნილია ხეოლვნებით, კულტურით და ისტორიით დაინტერესებული საზოგადოებისთის.

4. „ადამიანი კამერით „ – ყოველ შაბათს 21:00 საათზე

სამიზნე აუდიტორია: გადაცემა განკუთვნილია ხელოვნებით და ვიზუალური არტით დაინტერესებული სეგმენტისთვის.

რადიოგადაცემები:

1. „რადიობლოგერი"

ყოველ პარასკევს - 20:30 - ზე, და კვირას - 14:50 - ზე

სამიზნე აუდიტორია: განკუთვნილია საზოგადოებაში მიმდინარე პროცესებით დაინტერესებული მსმენელისთვის.

2. „ჩვენი ქალაქის პატარა ამბები"

სამიზნე აუდიტორია: განკუთვნილია მსმენელთა ფართო აუდიტორიისთვის.

3. „ჩვენი საქართველო"

სამიზნე აუდიტორია: განკუთვნილია ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობების ტოლერანტობისა და ინტეგრაციის საკითხებით დაინტერესებული მსმენელისთვის.

პროგრამულ პრიორიტეტებთან თანხვედრა: აღნიშნული გადაცემა პასუხობს სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებულ პროგრამულ პრიორიტეტს „ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები „. 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.

5. „ვექტორი"

ყოველ კვირას 23:10 საათზე. საზოგადოებრივ - პოლიტიკური თოქ - შოუ საქართველოს ევროატლანტიკური ინტეგრაციის პერსპექტივებზე.

სამიზნე აუდიტორია: გადაცემა განკუთვნილია, ევროინტეგრაციის, ნატოში ინტეგრაციის თემით და საგარეო პოლიტიკით დაინტერესებული აუდიტორიისთვის.

პროგრამული პრიორიტეტი: აღნიშნული გადაცემა პასუხობს სამეურვეო საბჭოს მიერ დამტკიცებულ პროგრამულ პრიორიტეტს: „სერიალები და საბავშვო გადაცემები - ეთერი დაუთმოს ბავშვებისთვის და მოზარდებისთვის, მაღალი სტანდარტებით დამზადებულ პროდუქციას „.

6. „წიგნების თარო"

შაბათ - კვირას 19:30

სამიზნე აუდიტორია: გადაცემის გათვლილია სკოლის დამამთავრებელი კლასის მოსწავლეებისთვის (15-16 წელი), რადგან თამაშში მონაწილეობას სწორედ ამ ასაკის ბავშვები იღებენ. თუმცა გამომდინარე იქიდან, რომ გადაცემა ძალიან აზარტულია, სამიზნე აუდიტორიაში ზრდასრული აუდიტორიის სეგმენტიც მოაზრებულია

საზოგადოებრივი მაუწყებელი
2016

საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2015 წლის ანგარიში

დანართი №3

GEORGIAN PUBLIC BROADCASTER

ინფორმაცია სსიპ "საზოგადოებრივ მაუწყებელში" 2015 წლის განმავლობაში განხილული საჩივრების რაოდენობისა და შინაარსის შესახებ

ა) ადმინისტრაციული საჩივრების შესახებ

2015 წლის განმავლობაში სსიპ "საზოგადოებრივ მაუწყებელში" წარმოდგენილი იქნა შემდეგი ადმინისტრაციული საჩივრები:

1.

2015 წლის 12 მარტს, სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს ადმინისტრაციული საჩივრით მიმართა მოქალაქე გიორგი იასაშვილმა.

საჩივარში აღნიშნული იყო, რომ მან 2015 წლის 9 და 18 თებერვალს განცხადებებით მიმართა სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს და გამოითხოვა შემდეგი საჯარო ინფორმაცია: 1) სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" თავმჯდომარის მიერ 2004 წლის 15 სექტემბრის ბრძანების გამოცემამდე სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობისა" და სახელმწიფო მაკონტროლებელ ორგანოს შორის (საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტრო) საშტატო ნუსხის შეთანხმების ოქმის დამოწმებული ასლი; 2) სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" თავმჯდომარის მიერ 2004 წლის 15 სექტემბერს #726-კ ბრძანების გამოცემამდე სახელმწიფო მაკონტროლებელ ორგანოში (საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროში) წარდგენილი სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" თავმჯდომარის მოთხოვნა (მიმართვა) საშტატო ნუსხის შეთანხმების თაობაზე, ანუ, იმ წერილის ანალოგია, რომელიც სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" თავმჯდომარის მიერ სახელმწიფო მაკონტროლებელ ორგანოში წარდგენილი იქნა 2003 წლის 21 მარტს.

აღნიშნულ განცხადებებზე გ. იასაშვილს გაეგზავნა სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელი პირის 16.02.2015წ. და 24.02.2015წ. საპასუხო წერილები.

ადმინისტრაციული საჩივრის ავტორს მიაჩნდა, რომ სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელი პირის მიერ უხეშად დაირღვა როგორც ეროვნული, ასევე, საერთაშორისო კანონმდებლობის არაერთი სამართლებრივი ნორმა, რაც გამოიხატება შემდეგი საკანონმდებლო ნორმების უხეშ დარღვევაში: 1) საქართველოს კონსტიტუციის 24-ე, 41-ე მუხლები; 2) საერთაშორისო პაქტი სამოქალაქო და პოლიტიკური უფლებების შესახებ მე-19 მუხლი; 3) საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-5, 28-ე, 37-ე, 38-ე, მე-40, 47-ე, 61(1)1, 96-ე და 97-ე მუხლები; 4) "მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის 18.4 მუხლი და საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსის 167-ე მუხლი. საჩივარში აღნიშნული იყო, რომ გ. იასაშვილს მიეწოდა არასწორი და არასრული ინფორმაცია, რაც წარმოადგენს უკანონო ქმედებას, მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი მკაფიოა: არ მოხდეს განმცხადებლის რეალური გარემოებების ამსახველი ინფორმაციის მიწოდება, რადგან ამგვარი ქმედება დაინტერესებული პირისათვის გამოიწვევს შემდგომში მის უფლებებში აღდგენას. შესაბამისად, გიორგი იასაშვილმა ადმინისტრაციული საჩივრით მოითხოვა:

1. სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელი პირის მიმართ საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭომ დაიწყოს დისციპლინარული ადმინისტრაციული წარმოება;

2. ბათილად იქნეს ცნობილი სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელი პირის 16.02.2015წ. #551/02 და 24.02.2015წ. #667/02 ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტები;

3. დაევალოს სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს გამოსცეს სრულყოფილი და სწორი ინფორმაცია გიორგი იასაშვილის მიერ 2015 წლის 09 და 18 თებერვალს წარმოდგენილი განცხადებების მიმართ.

სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს 2015 წლის 8 აპრილის გადაწყვეტილებით ადმინისტრაციული საჩივარი არ დაკმაყოფილდა.

გ. იასაშვილის მიერ სამეურვეო საბჭოს გადაწყვეტილება გასაჩივრებული იქნა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიაში. კომისიის შესაბამისი გადაწყვეტილებით, გ. იასაშვილის საჩივარი არ იქნა მიღებული წარმოებაში და დატოვებული იქნა განუხილველად.

2.

2015 წლის 4 ივნისს, სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს ადმინისტრაციული საჩივრით მიმართა მოქალაქე გიორგი იასაშვილმა.

საჩივრში აღნიშნული იყო, რომ მან 2015 წლის 19 მაისს განცხადებით მიმართა სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს შემდეგი მოთხოვნით: "გთხოვთ გვაცნობოთ, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტრომ საქართველოს პრეზიდენტის 09.12.1999წ. #658 ბრძანებულებით დამტკიცებული სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" წესდების 21-ე პუნქტის თანახმად (ასევე, იმ დროს მოქმედი კანონმდებლობის თანახმად) როდის მისცა სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობი"-ს თავმჯდომარეს თანხმობა სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობი"-ს საშტატო განრიგის დამტკიცების თაობაზე. გთხოვთ მიუთითოთ საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს თანხმობის გაცემის: 1. წელი, 2. თვე, 3. რიცხვი, 4. ნომერი". ხსენებულ განცხადებაზე, გ. იასაშვილმა მიიღო საპასუხო წერილი იმის შესახებ, რომ მის მიერ გამოთხოვილი ინფორმაცია სსიპ "საზოგადოებრივ მაუწყებელში" არ იძებნება.

ადმინისტრაციული საჩივრით გ. იასაშვილმა მოითხოვა სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელი პირის 2015 წლის 29 მაისს #1967/02 ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტის ბათილად ცნობა და სამეურვეო საბჭოს მიერ რეკომენდაციის გაცემა იმის თაობაზე, რომ დაევალოს სსიპ "საზოგადოებრივ მაუწყებელს" გამოსცეს საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 96-ე და 97-ე მუხლების შესაბამისად შესაბამისი დოკუმენტი გიორგი იასაშვილის მიერ 2015 წლის 19 მაისს სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელი პირის მიმართ წარდგენილ განცხადებაზე.

ზემოთ აღნიშნული ადმინისტრაციული საჩივრის წარდგენამდე, გ. იასაშვილმა 12.03.2015წ. ადმინისტრაციული საჩივრით მიმართა სამეურვეო საბჭოს, რაზეც სამეურვეო საბჭოს მიერ მიღებული იქნა შესაბამისი გადაწყვეტილება და გ. იასაშვილს საჩივარში აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით მიეცა სამართლებრივი განმარტებები.

გამომდინარე აქედან, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 182(1) მუხლის "გ" პუნქტის თანახმად, სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს 2015 წლის 3 ივლისის გადაწყვეტილებით, გიორგი იასაშვილს უარი ეთქვა 04.06.2015წ. ადმინისტრაციული საჩივრის განხილვაზე.

3.

2015 წლის 1 სექტემბერს სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს ადმინისტრაციული საჩივრით მიმართა მოქალაქე გიორგი იასაშვილმა.

ადმინისტრაციულ საჩივარში აღნიშნული იყო, რომ მან 2015 წლის 27 ივლისს განცხადებით მიმართა სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის

გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს, რითაც მოითხოვა სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" სტრუქტურული ქვედანაყოფის "ტელეკომპანია მე-2 არხის" ხელფასის უწყისების ასლების გადაცემა 2004 წლის პირველი სექტემბრიდან – 2005 წლის პირველ მაისამდე პერიოდზე დაშტრიხული და დამოწმებული სახით. აღნიშნული განცხადების პასუხად, მას ეცნობა, რომ მის მიერ გამოთხოვილი ინფორმაცია წარმოადგენდა პერსონალურ მონაცემებს, რის გამოც, გ. იასაშვილს უარი ეთქვა განცხადების დაკმაყოფილებაზე.

ამის შემდგომ, გ. იასაშვილმა კვლავ მიმართა სსიპ "საზოგადოებრივ მაუწყებელს" 2015 წლის 17 აგვისტოს და მოითხოვა სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" ტელეკომპანია მე-2 არხის 2004 წლის 1 სექტემბრიდან – 2005 წლის პირველ მაისამდე სახელფასო უწყისების დამოწმებული ასლების მიწოდება ხელფასის აღნიშვნის გარეშე, ანუ, მან მოითხოვა სახელფასო უწყისებში აღნიშნული ხელფასების დაშტრიხვა და ამ სახით აღნიშნული დოკუმენტაციის მიწოდება, რათა მასში არსებული პერსონალური მონაცემები, რომლებიც დაკავშირებული იყო თანამშრომლების ფინანსურ საკითხებთან, არ ყოფილიყო მისთვის ხელმისაწვდომი. პერსონალური მონაცემების გამო გ. იასაშვილს ამ შემთხვევაშიც უარი ეთქვა მის მიერ გამოთხოვილი ინფორმაციის მიწოდებაზე.

გიორგი იასაშვილმა ადმინისტრაციული საჩივრით მოითხოვა:

1. სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" 2015 წლის 5 აგვისტოს #2831/02 და 2015 წლის 26 აგვისტოს #3002/02 ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტების ბათილად ცნობა;

2. დაევალოს სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს, რათა მან დააკმაყოფილოს გიორგი იასაშვილის 2015 წლის 17 აგვისტოს განცხადება და მას დაუყოვნებლივ მიაწოდოს: სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" ტელეკომპანია "მე-2 არხის" 2004 წლის 1 სექტემბრიდან – 2005 წლის პირველ მაისამდე სახელფასო უწყისების დამოწმებული ასლები ხელფასის აღნიშვნის გარეშე.

ა/წ 25 სექტემბერს გ. იასაშვილმა კვლავ წარმოადგინა განცხადება სამეურვეო საბჭოს სახელზე და ადმინისტრაციული საჩივრის მე-3 პუნქტში აღნიშნული მოთხოვნა, მოითხოვა: დაევალოს სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს მიაწოდოს სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" ქვედანაყოფის ტელეკომპანია მე-2 არხის 2004 წლის 1 ოქტომბრიდან – 2005 წლის 1 მაისამდე გაცემული ხელფასის უწყისების დამოწმებული ასლები, ხელფასის აღნიშვნის გარეშე.

სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს 2015 წლის 28 სექტემბრის გადაწყვეტილებით გიორგი იასაშვილის 01.09.2015წ. ადმინისტრაციული საჩივარი დაკმაყოფილდა ნაწილობრივ. კერძოდ, გაუქმდა სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" 2015 წლის 5 აგვისტოს #2831/02 და 2015 წლის 26 აგვისტოს #3002/02 ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტები. სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" ქვედანაყოფის ტელეკომპანია მე-2 არხის 2004 წლის 1 ოქტომბრიდან – 2005 წლის 1 მაისამდე გაცემული ხელფასის უწყისების დამოწმებული ასლების გადაცემის შესახებ გ. იასაშვილის მოთხოვნა არ დაკმაყოფილდა.

4.

2015 წლის 29 ოქტომბერს სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" სამეურვეო საბჭოს 25.10.2015წ. ადმინისტრაციული საჩივრით მიმართა მოქალაქე გიორგი იასაშვილმა.

ადმინისტრაციულ საჩივარში აღნიშნულია, რომ მან 2015 წლის 9 ოქტომბერს განცხადებით მიმართა სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს და საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის შესაბამისად მოითხოვა შემდეგი ინფორმაციის მიწოდება, კერძოდ: სსიპ "საქტელერადიომაუწყებლობის" თავმჯდომარის 2003 წლის ბრძანება სსიპ

“საქტელერადიომაუწყებლობის“ საშტატო განრიგის დამტკიცების თაობაზე, რაზეც მას სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელი პირის 2015 წლის 20 ოქტომბრის #3745/02 წერილით ეცნობა იმის შესახებ, რომ გ. იასაშვილის განცხადებაში აღნიშნულ პერიოდში საშტატო განრიგის დამტკიცების შესახებ ბრძანება არ გამოცემულა. გ. იასაშვილის აზრით, აღნიშნული განმარტება არასწორია და ის მომზადებულია და გამოცემულია საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 96-ე და 97-ე მუხლების უხეში დარღვევით, რის გამოც, ის ბათილად უნდა იქნეს ცნობილი საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 60(1).1. მუხლის შესაბამისად.

გ. იასაშვილმა ადმინისტრაციული საჩივრით მოითხოვა: ბათილად იქნეს ცნობილი სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელი პირის მიერ 2015 წლის 20 ოქტომბერს გამოცემული ინდივიდუალური ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტი #3745/02 და დაევალოს სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს მიაწოდოს გ. იასაშვილს 2003 წლის სსიპ “საქტელერადიომაუწყებლობის“ მიერ დამტკიცებული საშტატო განრიგის დამოწმებული ასლი.

სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოს 2015 წლის 27 ნოემბრის გადაწყვეტილებით ადმინისტრაციული საჩივარი არ დაკმაყოფილდა.

5.

2015 წლის 25 დეკემბერს სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოს ადმინისტრაციული საჩივრით მიმართა მოქალაქე გიორგი იასაშვილმა.

ადმინისტრაციულ საჩივარში აღნიშნულია, რომ მან 2015 წლის 16 დეკემბერს განცხადებით მიმართა სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს და მოითხოვა სსიპ “საქტელერადიომაუწყებლობის“ თავმჯდომარის 2004 წლის 15 სექტემბრის #727-კ ბრძანების საფუძვლის, ხელშეკრულების მიწოდება, რომელიც მისი აზრით დაედო საფუძვლად მის გადანაცვლებას სხვადასხვა მომსახურე პერსონალის განყოფილებაში, მაგრამ მისი მოთხოვნა არ დაკმაყოფილდა, რის გამოც, გ. იასაშვილი ითხოვს ა) ბათილად იქნას ცნობილი სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ 2015 წლის 22 დეკემბრის #4820/02 ინდივიდუალური ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტი და ბ) დაევალოს სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს, გ. იასაშვილს მიაწოდოს სსიპ “საქტელერადიომაუწყებლობის“ თავმჯდომარის #727-კ ბრძანების საფუძველი, კერძოდ, გიორგი იასაშვილსა და სსიპ “საქტელერადიომაუწყებლობას“ შორის დადებული შრომის ხელშეკრულება, რაც საფუძვლად დაედო სსიპ “საქტელერადიომაუწყებლობის“ ტელეკომპანია მე-2 არხიდან სსიპ “საქტელერადიომაუწყებლობის“ პირველი არხის “სხვადასხვა მომსახურე განყოფილებაში“ გიორგი იასაშვილის გადანაცვლებას.

სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოს 2016 წლის 13 იანვრის გადაწყვეტილებით ადმინისტრაციული საჩივარი არ დაკმაყოფილდა.

ბ) თვითრეგულირების ორგანოში/კომისიაში წარმოდგენილი საჩივრების შესახებ

“მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-14 მუხლის 1-ლი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2009 წლის 12 მარტის #2 დადგენილებით დამტკიცებული “მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის“ საფუძველზე, სსიპ “საზოგადოებრივ მაუწყებელში“ შექმნილია თვითრეგულირების მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს ამ კოდექსით გათვალისწინებული საჩივრების განხილვას.

2015 წლის განმავლობაში სსიპ “საზოგადოებრივ მაუწყებლის“ თვითრეგულირების ორგანოში საჩივარი არ შემოსულა.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი
2016

საზოგადოებრივი მაუწყებლის

2015 წლის ანგარიში

დანართი №4

GEORGIAN PUBLIC BROADCASTER

ინფორმაცია სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მიერ სახელმწიფო ასიგნებებისა და საკუთარი ეკონომიკური საქმიანობის ფარგლებში 2015 წლის განმავლობაში მიღებული შემოსავლებისა და ხარჯების შესახებ

სსიპ„საზოგადოებრივი მაუწყებელი „საქართველოს 2015 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად ფინანსდება სახელმწიფო ბიუჯეტიდან, რაც მისი საქმიანობისათვის საჭირო ფულადი სახსრების ძირითად ნაწილს წარმოადგენს. თუმცა, გარდა სახელმწიფო ასიგნებებისა, საზოგადოებრივი მაუწყებელი ასევე გარკვეული ფულადი სახსრების აკუმულირებას ახდენს საკუთარი კომერციული საქმიანობიდან. 2015 წლის განმავლობაში საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში გამოყოფილი ბიუჯეტმა შეადგინდა 34,697.0 ათასი ლარი. დამატებით მაუწყებელმა კომერციული საქმიანობიდან 2015 წლის განმავლობაში მიიღო 2,334.7 ათასი ლარი. მაუწყებლის ჯამურმა ბიუჯეტმა შეადგინა 37,031.7 ათასი ლარი.

მაუწყებლის ფინანსური მენეჯმენტის მიერ 2015 წლის განმავლობაში გაგრძელდა პოლიტიკა წლების განმავლობაში აკუმულირებული დავალიანებების დაფარვის კუთხით. ამასთან კიდევ უფრო დაიხვეწა და მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა მმართველობითი აღრიცხვისა და ფინანსური ანალიზის სისტემა, განხორციელდა ცალკეული სტრუქტურული ცვლილებები ეფექტიანი მენეჯმენტის განხორციელების მიზნით. გატარებული მცირე რეფორმების შედეგად მიღწეულ იქნა შემდეგი ძირითადი მიზნები:

- შემუშავდა და დაინერგა ახალი ფინანსური რაპორტინგის ფორმები, რათა უფრო ეფექტიანად განხორციელებულიყო გადაცემების პროექტის დონეზე მართვა, მიმართულებებისა და ცალკეული პროგრამების ღირებულების ზუსტად განსაზღვრა, არაპირდაპირი და ზედნადები ხარჯების მიკუთვნება.
- შეიქმნა ფინანსური სახსრების ხარჯვის დამატებითი კონტროლის მექანიზმი, რაც გულისხმობს დამატებითი კონტროლის მექანიზმების შექმნას სხვადასხვა სტრუქტურული რგოლების/პოზიციების (მიმართულებებისა და გადაცემების ხელმძღვანელები, პროექტის მენეჯერები და ა.შ.) დონეზემომზადდა მომავალი წლისთვის ახალი ბიუჯეტის ფორმა, სადაც განისაზღვრა მიმართულებების, გადაცემებისა და ცალკეული პროექტების ბიუჯეტები.

მაუწყებლის მენეჯმენტმა 2015 წელს გააგრძელა 2013 წელს დასახული პოლიტიკა მიმდინარე საგადასახდო ვალდებულებების პირნათლად შესრულებასთან დაკავშირებით, მიმდინარე ვალდებულებების დროულ გადახდასთან და წინა წლებში აკუმულირებული დავალინებების დაფარვასთან დაკავშირებით. აღნიშნულის შედეგად 2015 წელს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა დაფარა წინა წლებში აკუმულირებული შემდეგი დავალიანება.

იხილეთ ინფორმაცია მაუწყებლის მიერ დაფარული კრედიტორული დავალიანების შესახებ

სახელმწიფო სესხი	1,139.3 ათასი ლარი
ევროპის მაუწყებელთა კავშირის ვალი	893.9 ათასი ლარი

ჯამურად მაუწყებლის მიერ 2015 წელს გადახდილმა დავალიანების მოცულობამ 2,033.2 ათასი ლარი შეადგინა. მაუწყებლის ფინანსური ბლოკის მიერ გატარებული პოლიტიკის შედეგად უკვე 2015 წლისათვის სრულად იქნა წინა წლებში აკუმულირებული სხვადასხვა კრედიტორული დავალიანებები დაფარული. ასევე გაგრძელდა ყოველდღიური და ყოველთვიური კონტროლი გასაწევ თუ გაწეული ხარჯების შესახებ, მიმდინარე საგადასახადო ვალდებულებების პირნათლად შესრულება, მიმდინარე ვალდებულებების დროული შესრულება და დაგროვებული დავალიანების გადახდა,

ფინანსური რესურსების მაქსიმალურად ეფექტიანი მართვა და ფინანსური ოპერაციების სრულ შესაბამისობაში მოყვანა მარეგულირებელ ნორმებთან.

ჯამურად მაუწყებლის მიერ 2015 წელს გადახდილმა დავალიანების მოცულობამ 2,033.2 ათასი ლარი შეადგინა. მაუწყებლის ფინანსური ბლოკის მიერ გატარებული პოლიტიკის შედეგად უკვე 2015 წლისათვის სრულად იქნა წინა წლებში აკუმულირებული სხვადასხვა კრედიტორული დავალიანებები დაფარული. ასევე გაგრძელდა ყოველდღიური და ყოველთვიური კონტროლი გასაწევ თუ გაწეული ხარჯების შესახებ, მიმდინარე საგადასახადო ვალდებულებების პირნათლად შესრულება, მიმდინარე ვალდებულებების დროული შესრულება და დაგროვილი დავალიანების გადახდა, ფინასნური რესურსების მაქსიმალურად ეფექტიანი მართვა და ფინანსური ოპერაციების სრულ შესაბამისობაში მოყვანა მარეგულირებელ ნორმებთან.

იხილეთ ინფორმაცია მიმდინარე საგადასახადო ვალდებულებების დაფარვის შესახებ

ხარჯის ტიპი	თანხა (ლარში)
დღგ	668,962
უკუდაბეგვრის დღგ	485,836
მოგების გადასახადი	52,631
ქონების გადასახადი	43,111
სულ	**1,206,909**

აღსანიშნავია, რომ მაუწყებლის მხრიდან ჯამურად გადახდილმა საგადასახადო ვადლებულებებისა და კრედიტორული დავალიანების მოცულობამ გამოყოფილი ბიუჯეტის 9.3% შეადგინა.

საზოგადოების მხრიდან მაუწყებლის ფინანსური მდგომარეობის მიმართ მაღალი ინტერესიდან გამომდინარე, ფინანსური გამჭვირვალეობის უზრუნველსაყოფად მაუწყებლის მენეჯმენტის ინიციატივით, მსგავსად 2013 და 2014 წლისა, 2015 წელსაც ყოველთვიურად ქვეყნდებოდა ინფორმაცია თვის ჭრილში მაუწყებლის მიერ გაწეული საკასო ხარჯების შესახებ. აღნიშნულ დოკუმენტში დეტალურად არის ასახული მაუწყებლის მიერ ყოველი თვის მანძილზე სახელმწიფო ბიუჯეტიდან გახარჯული თანხების მოცულობა და მათი მიზნობრიობა.

გარდა სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში მაუწყებლისთვის გამოყოფილი ბიუჯეტისა, რომელმაც 34,697.0 ათასი ლარი შეადგინდა, 2015 წლის მანძილზე ასევე მოხდა 224.0 ათასი ლარის გამოყოფა საქართველოს სარეზერვო ფონდიდან 26 მაისის ღონისძიების დასაფინანსებლად. აღნიშნული თანხიდან ჯამურად გაიხარჯა 158,6 ათასი ლარი, ხოლო მაუწყებლის მიერ გაწეული ეკონომიის შედეგად, მაუწყებელმა ბიუჯეტში უკან დააბრუნა 65.4 ათასი ლარი. 2015 წლის განმავლობაში მთავრობის სარეზერვო ფონდიდან გამოყოფილი თანხის ჩათვლით სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში მაუწყებლის მიერ ჯამურმა გაწეულმა საკასო ხარჯმა 34.848,9 ათასი ლარი შეადგინა.

აღნიშნული თანხა მოხმარდა შემდეგი სახის ხარჯების დაფარვას:

2015 წლის განმვლობაში გაწეული საკასო ხარჯები

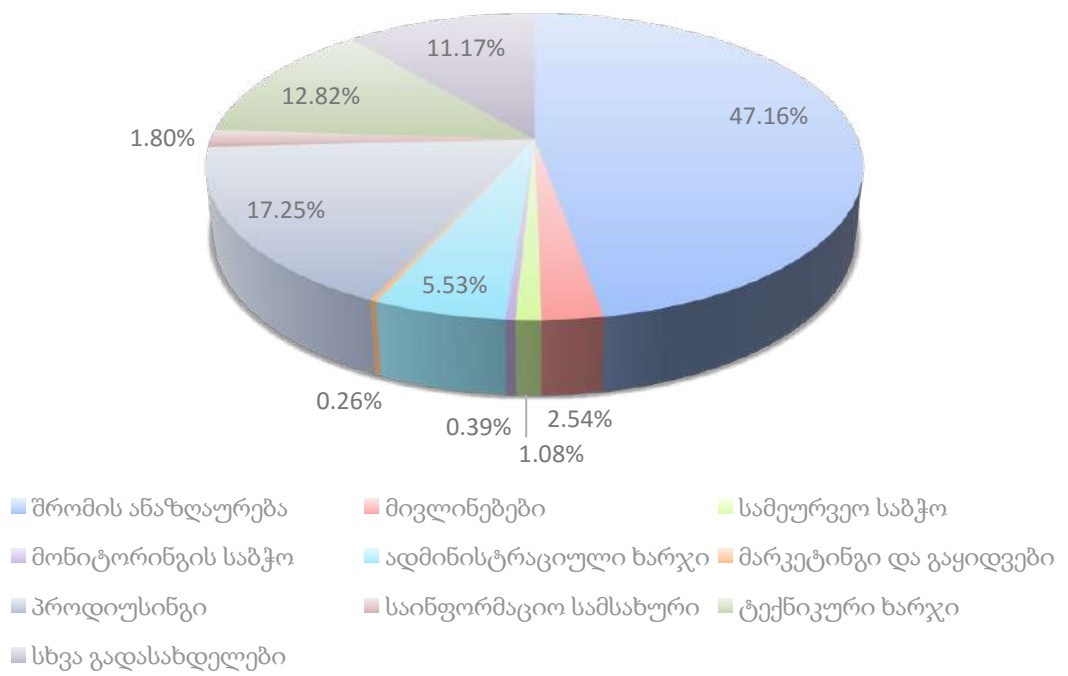
ხარჯის ჯგუფები	თანხა (ლარი)
შრომის ანაზღაურება	16,435,462

მივლინებები	884,960
სამეურვეო საბჭო	375,187
მონიტორინგის საბჭო	136,000
ადმინისტრაციული ხარჯი	1,927,203
მარკეტინგი და გაყიდვები	92,000
პროდიუსინგი	6,011,937
საინფორმაციო სამსახური	626,257
ტექნიკური ხარჯი	4,466,852
სხვა გადასახდელები	3,893,003
სულ	**34,848,861**

იხილეთ 2015 წელს სარეზერვო ფონდებიდან გამოყოფილი თანხების მიზნობრიობა, ხარჯვისა და დაბრუნებული თანხების მოცულობა

მიზნობრიობა	გამოყოფილი	გახარჯული	ბიუჯეტისთვის დაბრუნებული თანხა
26 მაისისადმი მიძღვნილი ღონისძიების გაშუქება	224,000	158,858	65,142
ჯამი	224,000	158,858	65,142

სახელმწიფო ბიუჯეტიდან გამოყოფილი თანხის 47,2% მოხმარდა შრომის ანაზღაურებას, 11,2% მოხმარდა სხვა გადასახდელების დაფარვას, ტექნიკური სახის ხარჯებზე გაწეულმა ფულადმა სახსრებმა შეადგინა 12,8%, პროდიუსინგზე გაწეულმა დანახარჯმა შეადგინა 17,3%. ხოლო ადმინისტრაციულმა ხარჯმა შეადგინა 5.5%, დანაჩენი 6 %



მოხმარდა სამივლინებო, მარკეტინგულ, საინფორმაციო, სამეურვეო და მონიტორინგის საბჭოზე გაწეულ ხარჯებს.

შრომის ანაზღაურება & სამივლინებო ხარჯები

მაუწყებლის მიერ 2015 წლის განმავლობაში სახელმწიფო ასიგნების ფარგლებში ჯამურმა შრომის ანაზღაურების ხარჯმა შეადგინა 16,435.5 ათასი ლარი, რომლიდანაც 36.0 ათასი ლარი გაიცა სოციალური უზრუნველყოფის სახით.

ადმინისტრაციული ხარჯი

2015 წელს სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი"-ს სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში გაწეულმა ადმინისტრაციულმა ხარჯმა შეადგინა 1,927.2 ათასი ლარი. უნდა აღინიშნოს, რომ იგი მთლიანი ხარჯის მხოლოდ 5,5% -ს შეადგენს.

იხილეთ 2015 წლის განმავლობაში გაწეული ადმინისტრაციული ხარჯების ტიპები

ადმინისტრაციული ხარჯი	თანხა (ლარი)	% წილი ჯამური ხარჯიდან
კომუნალური ხარჯები	508,820	26.4%
საწვავ-საპოხი მასალები	262,954	13.6%
დაცვის ხარჯი	211,200	11.0%
კავშირგაბმულობა	199,166	10.3%
ტრანსპორტის შენახვა/შეკეთება	45,596	2.4%
თანამშრომელთა დაზღვევის ხარჯი	271,251	14.1%
შენობის დასუფთავება	85,158	4.4%
აუდიტორული მომსახურება	70,648	3.7%
მცირეფასიანი საოფისე ტექნიკა	6,667	0.3%
სამშენებლო-სარემონტო სამუშაოები	33,362	1.7%
ავტოპარკის განახლება	126,998	6.6%
სამშენებლო-სარემონტო სამუშაოები	33,362	1.7%
საწყობის მოწყობა	40,673	2.1%
სხვა ადმინისტრაციული ხარჯები	31,348	1.6%
სულ	1,927,203	100%

ტექნიკური ხარჯის მუხლი

ტექნიკური ხარჯების მუხლში 2015 წელს ჯამურმა დანახარჯმა შეადგინა 4,466.8 ათასი ლარი. მოცემული თანხები ძირითადად მოხმარდა სიგნალის გავრცელების, სატელიტით მომსახურებასა და მოძრავი სატელიტური სადგურის ქირავნობას. აღნიშნული ტიპის მუხლებზე ჯამურად გაწეულმა ხარჯმა 1,703,625 ათასი ლარი შეადგინა, რაც 2015 წელს სახელმწიფო ასიგნებებიდან გაწეული მთლიანი ტექნიკური ხარჯის 38.1% შეადგენს.

2015 წლის განმავლობაში გაწეული ტექნიკური ხარჯების ტიპები

ტელე-რადიოცენტრი (სიგნალის გავრცელება)	1,080,000	24.2%

სატელიტის მომსახურება	587,732	13.2%
მოძრავი სატელევიზიო სადგური (PTS) -ს იჯარა	455,624	10.3%
ვებ-მაუწყებლობა და სტრიმინგი	168,000	3.8%
კასეტებისა და ელემენტების შეძენა	150,490	3.4%
საოფისე ტექნიკა	148,051	3.4%
ვიდეო აუდიო ტექნიკის სათადარიგო ნაწილები	658,185	14.9%
კონდენციონერების შეკეთება / შეძენა	38,530	0.9%
საკომუნიკაციო არხების ქირავნობა	21,621	0.5%
ნათურები, ფილტრები	12,900	0.3%
სტუდიური მოწყობილობები, აუდიო-ვიდეო ტექნიკა	134,650	3.0%
კამერების შეძენა	533,550	12.1%
ნიუს-რუმის მოწყობა	343,008	7.8%
სხვა ტექნიკური ხარჯები	86,512	2.0%
სულ	4,466,853	100%

პროდიუსინგის მუხლი

მაუწყებლის მიერ 2015 წელს პროდიუსინგზე გაწეული ხარჯის მოცულობამ 6,011.9 ათასი ლარი შეადგინა. აღნიშნულ მუხლში ხარჯის ძირითადი ნაწილი მოდის შემდეგი ტიპის მუხლებზე:

- სპორტული ლიცენზიების შესყიდვა - 3,687.1 ათასი ლარი
- სპორტული ტრანსლაციებისთვის სიგნალების გადმოგორება - 251.3 ათასი ლარი
- უცხოური მექანიკური პროდუქციის (ფილმები, სერიალები, ანიმაცია და ა.შ.) შეძენა - 1,323.4 ათასი ლარი.
- ევროვიზიის პროექტი - 248.7 ათასი ლარი

სხვა გადასახდელები

სხვა გადასახდელების მუხლი ძირითადად მოიცავს 2015 წელს მაუწყებლის მიერ სხვადასხვა სახის მომსახურებიდან ან პროდუქტის მოწოდებიდან წინა წლებში წარმოქმნილი დაგროვილი დავალიანებების დაფარვისთვის გაწეულ დანახარჯებს, მიმდინარე საგადასახადო ვალდებულებების დაფარვას, ევროპის მაუწყებელთა კავშირის საწევროს გადასახადს.

სხვა გადასახდელების მუხლიდან გაწეული ხარჯების ჩამონათვალი

- ევროპის მაუწყებელთა კავშირი (EBU) დავალიანების დაფარვა – 893,9 ათასი ლარი
- სახელწიფო სესხის დაფარვა და სესხის პროცენტი - 1,139.3 ათასი ლარი
- უკუდაბეგვრის დღგ - 485.9 ათასი ლარი
- დღგ - 669.0 ათასი ლარი
- მოგების გადასახადი - 52.7 ათასი ლარი

- ქონების გადასახადი - 43.1 ათასი ლარი
- საავტორო უფლებები - 93.3 ათასი ლარი
- ევროპის მაუწყებელთა კავშირი (EBU) საწევრო გადასახადი - 351.9 ათასი ლარი
- 26 მაისის ღონისძიება - 158.6 ათასი ლარი

ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლები და ხარჯები

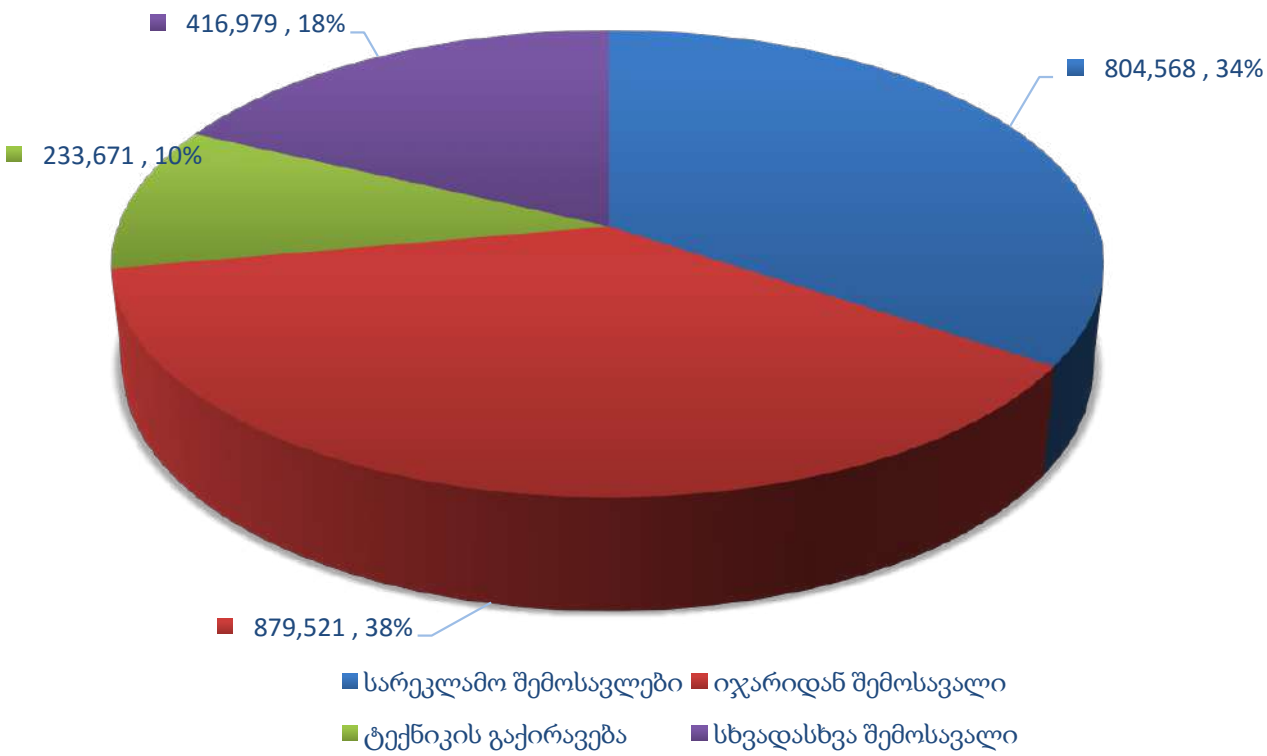
საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ეკონომიკური საქმიანობიდან აკუმულირებული ფულადი სახსრები გამოიყენება ორგანიზაციის ძირითადი საოპერაციო დანახარჯების დასაფარად.

ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლის ძირითად წყაროს წარმოადგენს:

- სპონსორობიდან/რეკლამიდან მიღებული შემოსავლები
- შემოსავლები იჯარიდან
- შემოსავალი ტექნიკის გაქირავებიდან
- სხვა შემოსავლები

2015 წლის განმავლობაში სსიპ „საზოგადეობრივი მაუწყებელი"-ს მიერ ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებულმა ჯამურმა ფულადმა შემოსავალმა შეადგინა 2,334.7 ათასი ლარი.

გაყიდული სპონსორობიდან/რეკლამებიდან მიღებულმა შემოსავალმა შეადგინა 804.6 ათასი ლარი, რაც 129 % -ით მეტია ამ მუხლში ბიუჯეტირებულ თანხაზე. 31 %- იანი გადაჭარბება იყო ასევე უძრავი ქონების გაქირავებიდან მიღებულ შემოსავლებშიც, რომელმაც 879.5 ათასი ლარი შეადგინა. ტექნიკის გაქირავებიდან შემოსავალმა შეადგინა 233.7 ათასი ლარი, ხოლო სხვა შემოსავლების მუხლიდან მიღებულმა შემოსავალმა 416. ათასი ლარი შეადგინა.



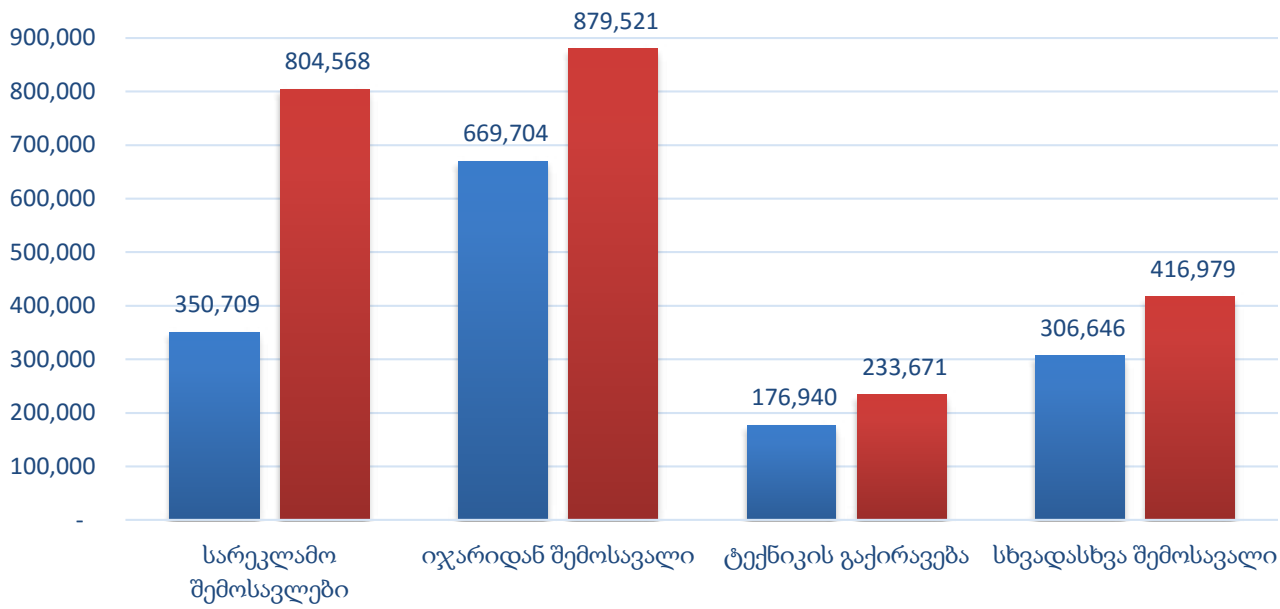
2015 წელს მიღებული შემოსავლების დიაგრამა

აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ 2015 წლის განმავლობაში მაუწყებლის მიერ კომერციული საქმიანობიდან ბიუჯეტირებული შემოსავლები შეადგენდა 1,504.0 ათას ლარს. ფაქტიურმა მიღებულმა ჯამურმა ფულადმა ნაკადმა კი შეადგინა 2,334.7 ათასი ლარი, რაც ჯამში 55.2 %-ის გადაჭარბებას გულისხმობს.

მაუწყებლის მიერ 2015 კომერციული საქმინობიდან მიღებული შემოსავლები

შემოსავლები	გეგმა 2015	ფაქტი 2015	ცვლილება	(%)
სარეკლამო შემოსავლები	350,709	804,568	453,859	129.4%
იჯარიდან შემოსავალი	669,704	879,521	209,817	31.3%
ტექნიკის გაქირავება	176,940	233,671	56,731	32.1%
სხვადასხვა შემოსავალი	306,646	416,979	110,333	36.0%
	1,504,000	**2,334,739**	830,739	55.2%

2015 წელს მიღებული შემოსავლების შედარება ბიუჯეტირებულ თანხებთან



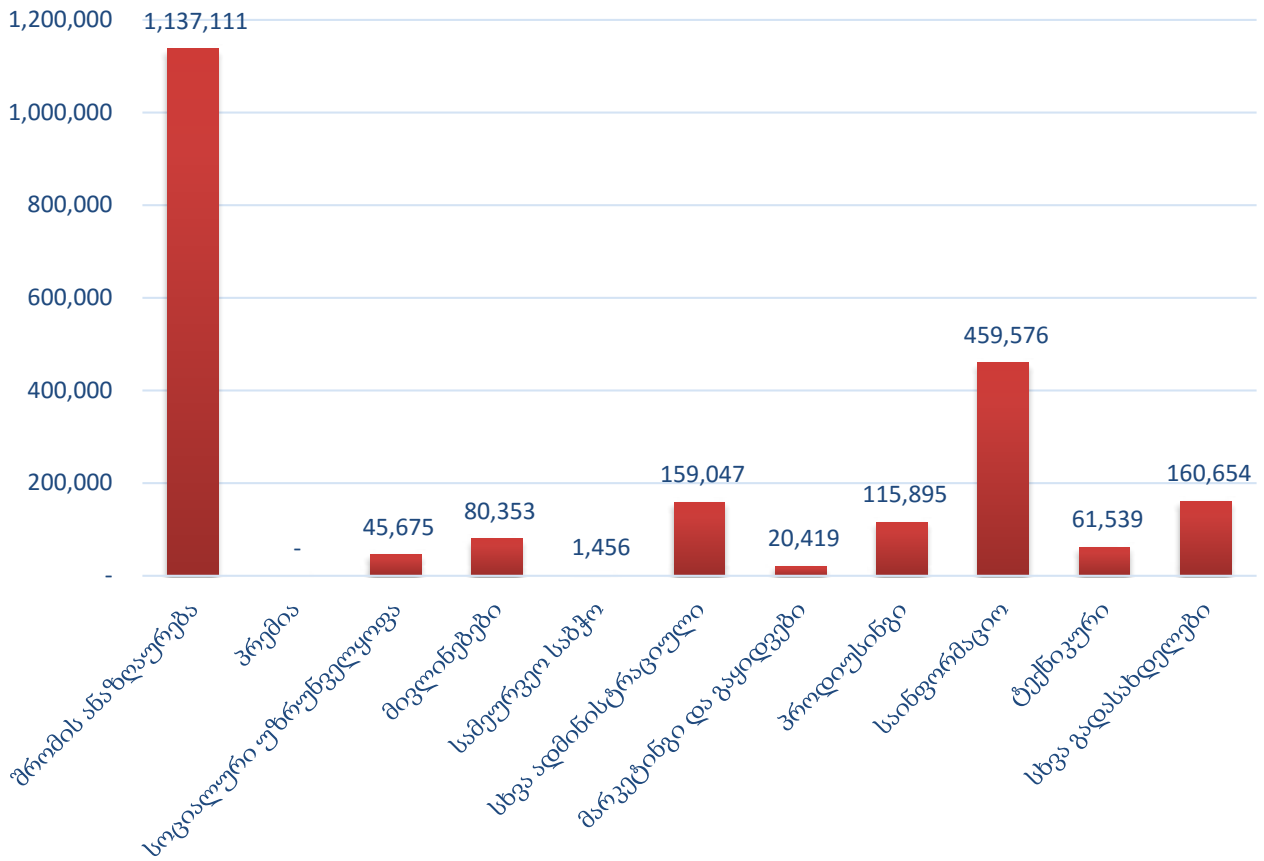
საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ წლის განმავლობაში კომერციული საქმიანობიდან მიღებული ფულადი სახსრებით მოხდა შემდეგი დამატებითი ხარჯების დაფარვა:

2015 წლის განმავლობაში ეკონომიკური საქმინობიდან გაწეული ფულადი სახსრების გასავლის ცხრილი

ხარჯის კატეგორია	თანხა (ლარში)
შრომის ანაზღაურება	1,182,786
მივლინება	80,353
სამეურვეო საბჭო	1,456
სხვა ადმინისტრაციული ხარჯები	159,047
მარკეტინგი და გაყიდვები	20,419
საინფორმაციო	115,895

პროდიუსინგი	459,576
ტექნიკური	61,539
სხვა გადასახდელები	160,654
სულ	2,241,725

მაუწყებლის მიერ 2015 წლის განმავლობაში საკუთარი სახსრებიდან გაწეული ხარჯების შესახებ



პროდიუსინგზე გაწეულმა ხარჯმა 459.6 ათასი ლარი შეადგინა, რაც მთლიანი ხარჯის 20,5%-ს მოიცავს. აღნიშნულ მუხლში ძირითადი წილი დანახარჯის მოდის შემდეგ ტიპის ხარჯებზე:

- **„რადიო თავისუფალ ევროპაზე“ - გადაცემა წითელი ზონა- 122.5 ათასი ლარი**
- **გადაცემების ჩვენებასთან დაკავშირებული ხარჯები - 130.8 ათასი ლარი**
- **დეკორაციები - 45.4 ათასი ლარი**
- **ქართული ფილმების შეძენა - 12.8 ათასი ლარი**

2015 წლის დასაწყისში ფულადი სახსრების ნაშთი შეადგენდა 2,825.1 ათას ლარს. 2015 წლის განმავლობაში გაწეული ხარჯებისა და ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლების ცვლილებით წლის ბოლოს აკუმულირებულმა ნაშთმა 2,918.1 ათასი ლარი. მნიშვნელოვანია, რომ მოხერხდა აღნიშნული მოცულობის რესურსის აკუმულირება, რომელმაც მისცა საშუალება მაუწყებელს 2016 წლისთვის დაეგეგმა სხვადასხვა ტიპის საინვესტიციო თუ საოპერაციო პროექტები.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2016 წლის ბიუჯეტი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ შემუშავებულ იქნა ბიუჯეტის ახალი ფორმა,

რომელიც თავისი ფორმით სრულად იქნა მორგებული მაუწყებლის ახალ სტრუქტურას, სტრატეგიასა და ამოცანებს. კერძოდ, გაიმიჯნა და ცალკეულ ერთეულებად იქნა გამოყოფილი სტრუქტურული ერთეულების და მიმართულებების ბიუჯეტები. საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2016 წლის ბიუჯეტი განსაზღვულ იქნა 43,285.4 ათასი ლარით, რომლიდანაც 37,485.0 ათასი ლარის ათვისება მოხდება სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში, ხოლო დანარჩენი 5,800.4 ათასი ლარი დაფინანსდება კომერციული საქმიანობიდან მიღებული ფულადი სახსრებით.

სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" 2016 წლის ბიუჯეტი

პერიოდი: 01.01.2016 -31.12.2016

ვალუტა: ლარი	ხაზინა	ბანკი	სულ
სამეურვეო საბჭო	548,250	-	548,250
მონიტორინგის სამსახური	72,000	-	72,000
ახალი და მიმდინარე ამბები	4,245,034	3,145,752	7,390,785
მულტიმედია	4,969,099	308,706	5,277,805
კრეატიული ბლოკი	10,303,817	984,151	11,287,968
წარმოება და ტექ.უზრუნველყოფა	10,122,952	686,745	10,809,697
ადმინისტრაცია	5,184,055	455,982	5,640,038
სხვა გადასახდელები	2,039,793	219,059	2,258,852
მთლიანი ბიუჯეტი:	37,485,000	5,800,395	43,285,395

საზოგადოებრივი მაუწყებელი
2016

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“
2015 წლის ანგარიში
დანართი N5

საქართველოს კანონის მაუწყებლობის შესახებ 35-ე მუხლის კ) და ლ) ქვეპუნქტის შესაბამისად წარმოგიდგენთ ბიუჯეტის შესრულების ანგარიშსა და შიდა და გარე აუდიტის დასკვნებს

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“

ბიუჯეტის შესრულების ანგარიში

2015 წელი

შინაარსი

1. ზოგადი შეფასება და შეფასების საფუძვლები 3
2. ზოგადი შეფასება 3
3. 2015 წლის საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის შესრულების მაჩვენებლები 4
4. შემოსავლების შესახებ 6

1. ზოგადი შეფასება და შეფასების საფუძვლები

ანგარიშის მომზადების სამართლებრივი საფუძვლები

ანგარიში მომზადებულია საქართველოს საბიუჯეტო კოდექსის და სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ საქართველოს კანონის 33-ე მუხლის შესაბამისად. დამტკიცებული სახელმწიფო ბიუჯეტის შესრულებასა და წლიური ანგარიშის მომზადებაზე, ასევე სახელმწიფო ბიუჯეტით გათვალისწინებული სახსრების ხარჯვაზე, აღრიცხვასა და კონტროლზე პასუხისმგებელია სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“.

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის'' გენერალური დირექტორის 2014 წლის 18 დეკემბრის სამსახურებრივი ბარათით #4729/03 წარმოდგენილი იყო სამეურვეო საბჭოსთვის 2015 წლის ბიუჯეტის პროექტი დასამტკიცებლად. სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის'' სამეურვეო საბჭოს 2014 წლის 30 დეკემბრის გადაწყვეტილება #285 - (ოქმი #286) – „მაუწყებლის შესახებ'' საქართველოს კანონის 33-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად მიღებულ იქნა და დამტკიცდა 2015 წლის ბიუჯეტი. ამავე წლის 9 დეკემბერს გენერალური დირექტორის მიერ წარმოდგენილ იქნა სამსახურებრივი ბარათი №4610/03 ბიუჯეტში შესატანი ცვილებების შესახებ. სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის'' სამეურვეო საბჭოს გადაწყვეტილებით #327 (ოქმი #308) განხორციელდა ბიუჯეტში ცვილებების შეტანა და შესაბამისად დამტკიცდა კორექტირებული ბიუჯეტი. დეტალური ინფორმაცია ბიუჯეტის შესახებ წარმოდგენილია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში.

2. ზოგადი შეფასება

შიდა აუდიტის დეპარტამენტის შეფასებით სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ 2015 წლის სახლემწიფო ბიუჯეტის შესრულების ანგარიში მომზადებულია მოქმედი მაუწყებლობის შესაბებ კანონის დაცვით.

3. 2015 წლის საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის შესრულების მაჩვენებლები

სსიპ "საზოგადოებრივი მაუწყებლის" 2015 წლის ბიუჯეტი	დამტკიცებული ბიუჯეტი 2015 წელი		კორექტირებული ბიუჯეტი 2015 წელი					ათვისებული (ფაქტიური) ბიუჯეტი 2015 წელი				შესრულება %	
	ხაზინა	ბანკი	ხაზინა კორექტირებული	ბანკი კორექტირებული	სხვაობა წარდგენილ ბიჯეტს და კორექტირებულ ბიუჯეტს შორის	სხვაობა წარდგენილ ბანკსა და კორექტირებულ ბანკს შორის	სულ ჯამური სხვაობა	ხაზინა ფაქტიური შესრულება	ბანკი ფაქტიური შესრულება	სხვაობა კორექტირებულ ხაზინასა და ფაქტიურად შესრულებულ ხაზინას შორის	სხვაობა კორექტირებულ ბანკსა და ფაქტიურად შესრულებულ ბანკს შორის	ხაზინა	ბანკი
შრომის ანაზღაურება	16,596,000	45,657	16,436,146	1,183,045	**(159,854)**	**1,137,388**	**977,534**	16,435,462	1,182,786	**684**	**259**	100.00%	99.98%
რეზერვი	2,624,109	3,073,418	-	-	**(2,624,109)**	**(3,073,418)**	**(5,697,527)**	-	-	-	-	0%	0%
მივლინებები	750,838	67,571	901,090	81,584	**150,252**	**14,013**	**164,265**	884,960	80,353	**16,130**	**1,231**	98.21%	98.49%
სამეურვეო საბჭო	520,455	-	383,487	1,456	**(136,968)**	**1,456**	**(135,512)**	375,187	1,456	**8,300**	**1**	97.84%	99.97%
მონიტორინგის საბჭო	168,000	-	136,000	-	**(32,000)**	**-**	**(32,000)**	136,000	-	**-**	**-**	100.00%	0%
ადმინისტრაციული	2,101,519	139,612	1,958,175	190,332	**(143,344)**	**50,720**	**(92,623)**	1,927,203	159,047	**30,972**	**31,285**	98.42%	83.56%
მარკეტინგი და გაყიდვები	92,000	62,084	92,000	32,921	-	**(29,163)**	**29,163**	92,000	20,419	-	**12,502**	100.00%	62.03%
საინფორმაციო	343,128	101,479	668,306	14,586	**325,178**	**(86,893)**	**238,285**	626,257	115,895	**42,049**	**(101,309)**	93.71%	794.56%
პროდიუსინგი	4,225,957	378,353	5,892,062	399,588	**1,666,105**	**21,235**	**1,687,340**	6,011,937	459,576	**(119,875)**	**(59,988)**	102.03%	115.01%
ტექნიკური	3,653,668	77,312	4,486,756	53,803	**833,088**	**(23,509)**	**809,578**	4,466,852	61,539	**19,904**	**(7,736)**	99.56%	114.38%
სხვა გადასახდელები	3,621,325	308,515	3,901,563	250,000	**280,238**	**(58,515)**	**221,723**	3,893,003	160,654	**8,560**	**89,346**	99.78%	64.26%
მთლიანი ბიუჯეტი:	**34,697,000**	**4,254,000**	**34,855,585**	**2,207,315**	**158,585**	**(2,046,685)**	**(1,888,100)**	**34,848,861**	**2,241,725**	**6,724**	**(34,410)**	**100%**	**102%**

დამტკიცებულ და კორექტირებულ ბიუჯეტს შორის ჯამურმა სხვაობამ შეადგინა 1,888,100 ლარი.

აღნიშნული ცვლილება დამტკიცებულ და კორექტირებულ ბიუჯეტს შორის გამოწვეულია შემდეგი მიზეზებით:

- შრომის ანაზღაურების ხარჯის მუხლი ხაზინით გათვალისწინებული 159,854 ლარით ნაკლები იქნა მიღებული, ხოლო ბანკიდან გასაწევი ხარჯი გაზრდილია 1,137,383 ლარით. აღნიშნული ცვილებების შედეგად მოხდა შრომის ანაზრაურების ხარჯის მუხლის ჯამური ზრდა 977,534 ლარით, რომელიც გამოწვეული იყო წლის მანძილზე დამატებული გადაცემების დამზადებისათვის სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის'' თანამშრომელთა ხელფასით უზრუნველყოფისთვის.
- სამივლინებო ხარჯის მუხლი ჯამური ცვილებების შედეგად გაზრდილია 164,265 ლარით, საიდანაც ხაზინიდან გასაწევი ხარჯი შეადგენს 150,252 ლარს და ბაკიდან კი 14,013 ლარს.
- სამეურვეო საბჭოს ხარჯის მუხლი ხაზინით გათვალისწინებული 136,968 ლარით ნაკლები იქნა მიღებული, ხოლო ბანკიდან გასაწევი ხარჯი გაზრდილია 1,456 ლარით. აღნიშნული ცვლილებების შედეგად მოხდა სამეურვეო საბჭოს ხარჯის მუხლის ჯამური შემცირება 135,512 ლარით.
- მონიტორინგის საბჭოს ხარჯის მუხლი ხაზინით გათვალისწინებული შემცირებულია 32,000 ლარით.
- ადმინისტრაციული ხარჯის მუხლი ხაზინით გათვალისწინებული 143,344 ლარით ნაკლები იქნა მიღებული, ხოლო ბანკიდან გასაწევი ხარჯი გაზრდილია 50,720 ლარით. აღნიშნული ცვლილებების შედეგად მოხდა ადმინისტრაციული ხარჯის მუხლის ჯამური შემცირება 92,623 ლარით.
- მარკეტინგის და გაყიდვების ხარჯის მუხლი ბანკით გათვალისწინებული გაზრდილია 29,163 ლარით.
- საინფორმაციო ხარჯის მუხლი ხაზინით გათვალისწინებული 325,178 ლარით იქნა გაზრდილი, ხოლო ბანკიდან გასაწევი ხარჯი 86,893 ლარით ნაკლები იქნა მიღებული. აღნიშნული ცვლილებების შედეგად მოხდა საინფორმაციო ხარჯის მუხლის ჯამური ზრდა 238,285 ლარით, რომელიც გამოწვეული იყო სიგნალების გადმოგორებით და ახალი ამბების საკონსულტაციო მომსახურებით.
- პროდიუსინგის ხარჯის მუხლი ჯამური ცვლილებების შედეგად გაზრდილია 1,687,340 ლარით, რომელიც გამოწვეული იყო ვალუტის კურსის ცვლილებებით, ასევე სარეზერვო მუხლიდან თანხების ათვისებით. საიდანაც ხაზინიდან გასაწევი ხარჯის ნაწილმა შეადგინა 1,666,105 ლარი, ხოლო ბანკიდან კი 21,235 ლარი.

- ტექნიკური ხარჯის მუხლი ხაზინით გათვალისწინებული 833,088 ლარით იქნა გაზრდილი, ხოლო ბანკიდან გასაწევი ხარჯი 23,509 ლარით ნაკლები იქნა მიღებული. აღნიშნული ცლილებების შედეგად მოხდა ტექნიკური ხარჯის მუხლის ჯამური ზრდა 809,578 ლარით, რომელიც გამოწვეული იყო სარეზერვო მუხლიდან თანხების ათვისებით და ვალუტის კურსის ცვლილებებით.
- სხვა გადასახდელების ხარჯის მუხლი ხაზინით გათვალისწინებული 280,238 ლარით იქნა გაზრდილი, ხოლო ბანკიდან გასაწევი ხარჯი 58,515 ლარით ნაკლები იქნა მიღებული. აღნიშნული ცლილებების შედეგად მოხდა სხვა გადასახდელების ხარჯის მუხლის ჯამური ზრდა 221,723 ლარით.

საერთო ჯამში განხორციელებული ცვლილებების შედეგად მოხდა ხაზინიდან გასაწევი ხარჯების 158,585 ლარით გაზრდა, რომელიც მთავრობის სარეზერვო ფონდიდან იყო გამოყოფილი 26 მაისის ღონისძიებისთვის, ხოლო კომერციული საქმიანობისათვის ბანკიდან გასაწევი ხარჯები 2,046,685 ლარით იქნა შემცირდა.

2015 წლის შეადგენდა 34,855,585 ლარს, ხოლო წლის განმავლობაში ფაქტიურად საკასო ხარჯები ათვისებულია 34,848,861 ლარის ოდენობით, მათ შორის სხვაობამ დანაზოგის სახით შეადგინა 6,724 ლარი.

4. შემოსავლების შესახებ

2015 წლის სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის'' კომერციული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლები გეგმიურზე გადაჭარბებით იქნა შესრულებული, კერძოდ, დაგეგმილი 1,504,000 ლარის ნაცვლად, მიღებულმა შემოსავალმა 830,739 ლარით მეტი შეადგინა, რის შედეგადაც მთლიანმა შემოსავალმა 2,334,739 ლარი შეადგინა:

- სარეკლამო შემოსავლები - 804,568 ლარი;
- იჯარიდან შემოსავლები - 879,521 ლარი;
- ტექნიკის გაქირავებიდან შემოსავლები - 233,671 ლარი;
- სხვადასხვა შემოსავლები - 416,979 ლარი.

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის'' 2015 წლის დაფინანსების თანხა სახელმწიფო ბიუჯეტის სახაზინო გეგმის მიხედვით შეადგენდა 34,855,584 ლარს, ფაქტიურად საბიუჯეტო დაფინანსებიდან გაიხარჯა 34,848,861 ლარი, რამაც შეადგინა გეგმის 100%.

2015 წლის განმავლობაში დაგეგმილი იყო ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლების ხარჯვითი ნაწილის თანხა 2,207,314 ლარის ოდენობით, ფაქტიურად კი გაიხარჯა 34,410 ლარით მეტი, რამაც შეადგინა გეგმის 102%, საერთო ჯამში - 2,241,725 ლარი.

2015 წლის 31 დეკემბრის მდგომარეობისთ სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის'' საბანკო ანგარიშზე რიცხულმა ფინანსური სახსრების ნაშთმა შეადგინა 2,918,162 ლარი. დეტალური ინფორმაცია მოცემულია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში:

საწყისი ნაშთი 01.01.2015	**2015 წლის ფაქტიური შემოსავალი**	**2015 წლის ფაქტიური ხარჯი**	**ნაშთი 31.12.2015**
2,825,148	**2,334,739**	**(2,241,725)**	**2,918,162**

შიდა აუდიტის სამსახურის უფროსი

ნათია გამყრელიძე

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“

2015 წლის 30 ივნისის პერიოდისთვის

სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ მონიტორინგის ანგარიში

შინაარსი

აუდიტის მიზანი 3

აუდიტის მასშტაბი 3

ანგარიშის დანიშნულება 3

ზოგადი ინფორმაცია განხორციელებული შესყიდვების შესახებ 3

გამოვლენილი გარემოებები 4

საბანკო გარანტიების შესახებ 4

ნაციონალური უმცირესობების ენებზე საინფორმაციოს გაშვების შესახებ 4

ავტომანქანების სანავიგაციო სისტემების შესახებ 5

აუდიტის მიზანი

სახელმწიფო შესყიდვების მონიტორინგის ანალიზის მიზანია, აუდიტის ჯგუფმა წარმოადგინოს ანგარიში სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მიერ მის საქმიანობასთან დაკავშირებით განხორციელებული ოპერაციები რამდენად შესაბამისობაშია შესაბამის კრიტერიუმებთან. აუდიტის ჯგუფმა საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობის შეფასების კრიტერიუმად განსაზღვრა „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონი.

სახელმწიფო შესყიდვების მონიტორინგის ანალიზის მიზანია, გაანალიზდეს ორგანიზაციის ოპერაციები რამდენად შესაბამისობაშია:

- **სახელმწიფო შესყიდვების კანონმდებლობასთან;**
- **სახელშეკრულებო მოთხოვნებთან.**

აუდიტის მასშტაბი

აუდიტის მასშტაბად განისაზღვრა სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ 2015 წლის 30 ივნისის მდგომარეობით შესრულებული სახელმწიფო შესყიდვები.

ანგარიშის დანიშნულება

სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ მონიტორინგის ანგარიშის დანიშნულებაა, მომხმარებლებს მიაწოდოს ინფორმაცია ყველა იმ საკითხზე, რისკებზე, შეუსაბამობებზე ან/და ნაკლოვანებებზე, რომელიც გამოვლენილი იქნა სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ ანალიზის პერიოდში.

ზოგადი ინფორმაცია განხორციელებული შესყიდვების შესახებ

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მიერ 2015 წლის 30 ივნისის მდგომარეობით სულ განახორციელდა 288 შესყიდვა, რომლის საერთო ღირებულებამ შეადგინა 6,149,430 ლარი:

შესყიდვის სტატუსი/სახეობა	**რაოდენობა**	**ღირებულება**
ელექტრონული ტენდერები	32	2,704,282
გამარტივებული ელექტრო ტენდერი	19	347,195
უარყოფითი შედეგით დასრულებული ტენდერები	1	16,950
შეწყვეტილი ხელშეკრულებები	3	227,630
არ შემგდარი ტენდერები	3	432,199
გამარტივებული შესყიდვები	230	2,421,174
სულ:	**288**	**6,149,430**

სახელმწიფო შესყიდვების კანონმდებლობის მიზანია;

სახელმწიფო შესყიდვებისათვის განკუთვნილი ფულადი სახსრების რაციონალური ხარჯვის უზრუნველყოფა;[1]

სახელმწიფო საჭიროებისათვის აუცილებელი საქონლის წარმოების, მომსახურების გაწევისა და სამშენებლო სამუშაოს შესრულების სფეროში ჯანსაღი კონკურენციის განვითარება.[2]

[1] საქართველოს კანონი “სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“, მუხლი 2, პუნქტი ა

[2] საქართველოს კანონი “სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ მუხლი 2, პინქტი ბ

გამოვლენილი გარემოებები

საბანკო გარანტიების შესახებ

აუდიტის ჯგუფმა შეისწავლა სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მიერ განხორციელებული შესყიდვების პროცედურების და გაფორმებული ხელშეკრულებების შესრულების შესაბამისობის მდგომარეობა 2015 წლის 30 ივნისის ჩათვლით.

სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ კანონის 21-ე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, შემსყიდველი ორგანიზაციის გადაწყვეტილებით შესაძლებელია განთავისუფლდეს პრეტენდენტი ან პოტენციური მიმწოდებელი ხელშეკრულების შესრულების გარანტიისგან ან დაზღვევის მოთხოვნის ვალდებულებისგან მისი საქმიანი რეპუტაციისა და მის მიერ წარმოებული საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს ხარისხისა და ცნობადობის გათვალისწინებით.

მრავალწლიანი საქმიანი რეპუტაციის, მომსახურების ხარისხის გათვალისწინებით სსიპ „საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა“ გააფორმა ხელშეკრულება შპს „გურამექსთან“, რომლის ღირებულებაც შეადგენს 373,990 ლარი.

რეკომენდაცია

მიუხედავად იმისა, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს არ დაურღვევია სახელმწიფო შესყიდვების ზემოთ აღნიშნული კანონის მოთხოვნები, სასურველია ანალოგიური შემთხვევის დროს დადოკუმენტირდეს საბანკო გარანტიების გათავისუფლების მიზეზები სატენდერო კომისიის სხდომის ოქმში და შესაბამისად, დასაბუთებული გადაწყვეტილება მიეთითოს სატენდერო წინადადების განხილვისას.

ნაციონალური უმცირესობების ენებზე საინფორმაციოს გაშვების შესახებ

2014 წლის დეკემბრის თვეში სსიპ „საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა“ გამოაცხადა ელექტრონული ტენდერი სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის'' სატელევიზიო პროდუქციის (ნაციონალური უმცირესობების ენებზე საინფორმაციოს გაშვება) რეგიონებში მეტრულ ან დეციმეტრულ სიხშირეზე ტრანსლირების მომსახურების სახელმწიფო შესყიდვაზე, რომელშიც გამარჯვებულად გამოვლინდა ოთხი რეგიონალური ტელევიზია, რომლის ღირებულებამაც ჯამში შეადგინა 33,600 ლარი:

- სამცხე-ჯავახეთის რეგიონი - შპს „ტელერადიო კომპანია ატვ-12“;
- სამცხე-ჯავახეთის რეგიონი - ა(ა)იპ „საზოგადოებრივი ორგანიზაცია რადიო-ტელევიზია ფარვანა“;
- ქვემო ქართლის რეგიონი - შპს „სამაუწყებლო კომპანია ბოლნელი“;
- სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონი - „დამოუკიდებელი ტელერადიო კომპანია ოდიში“.

ხელშეკრულებების შესწავლისას გამოვლინდა, რომ ხელშეკრულების შესრულებაზე პასუხისმგებელი პირების მხრიდან უნდა განხორციელებულიყო ხელშეკრულებით გათვალისწინებული რეგიონალური ტელევიზიების მიერ ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულების შესრულების კონტროლი.
აუდიტის ჯგუფმა ვერ მოიპოვა საკმარისი რწმუნება ზემოაღნუშნული ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულების შესრულების შესახებ, შესაბამისად არსებობს რისკი იმისა, რომ ხელშეკრულებით გათვალისწინებული სამუშაოები განხორციელებულიყო არაჯეროვნად და არამიზნობრივად.

რეკომენდაცია

აუცილებელია განხორციელდეს ხელშეკრულებების შესრულების კონტროლი და რეგიონალური ტელევიზიებიდან მოხდეს სატელევიზიო ბადისა და სატელევიზიო ჟურნალების მოწოდება სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლობისთვის“, სადაც მითითებული იქნება ნაციონალური უმცირესობების ენებზე გასული საინფორმაციოების ტრანსლირების დრო, ხანგრძლოვობა და ა.შ.

ავტომანქანების სანავიგაციო სისტემების შესახებ

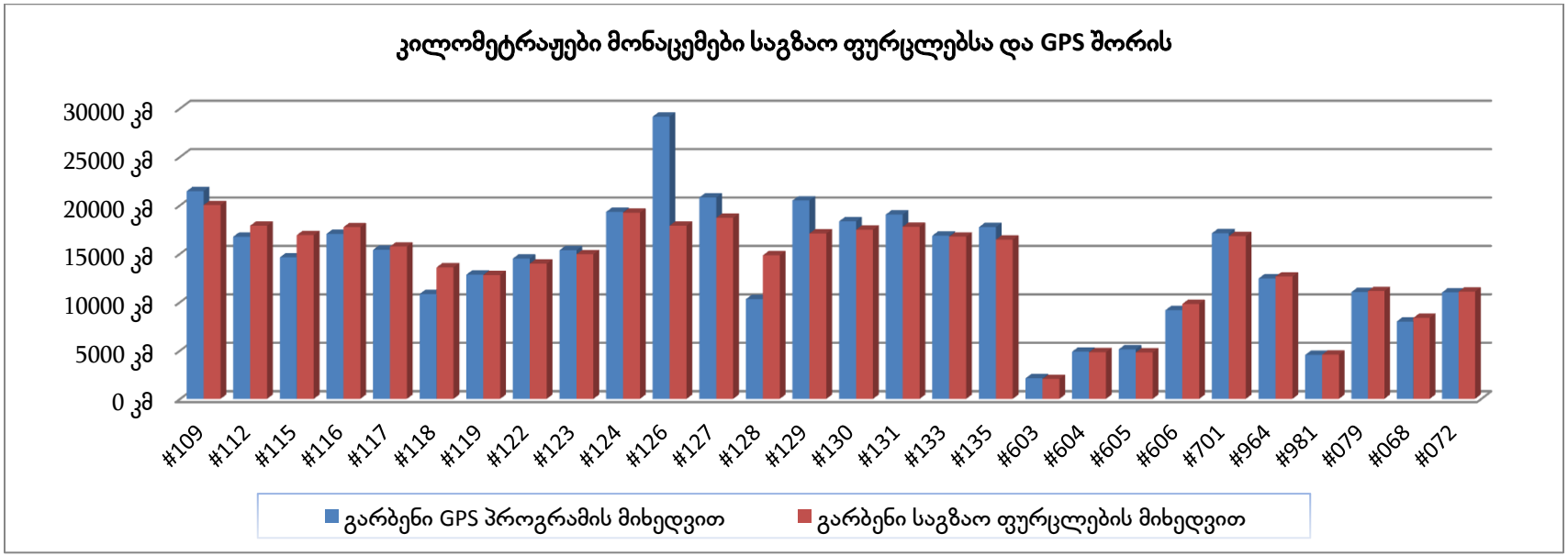
2014 წლის 28 ნოემბერს სსიპ ,,საზოგადოებრივი მაუწყებელმა'' გამოაცხადა გამარტივებული ელექტრონული ტენდერი ავტომანქანების სანავიგაციო სისტემებით აღჭურვასთან და შემდგომში მათი პროგრამული მონიტორინგის მომსახურებასთან დაკავშირებით. ტენდერში გამარჯვებულ ორგანიზაციას უნდა განეხორციელებინა ქვემოთ ჩამოთვლილი მომსახურებები:

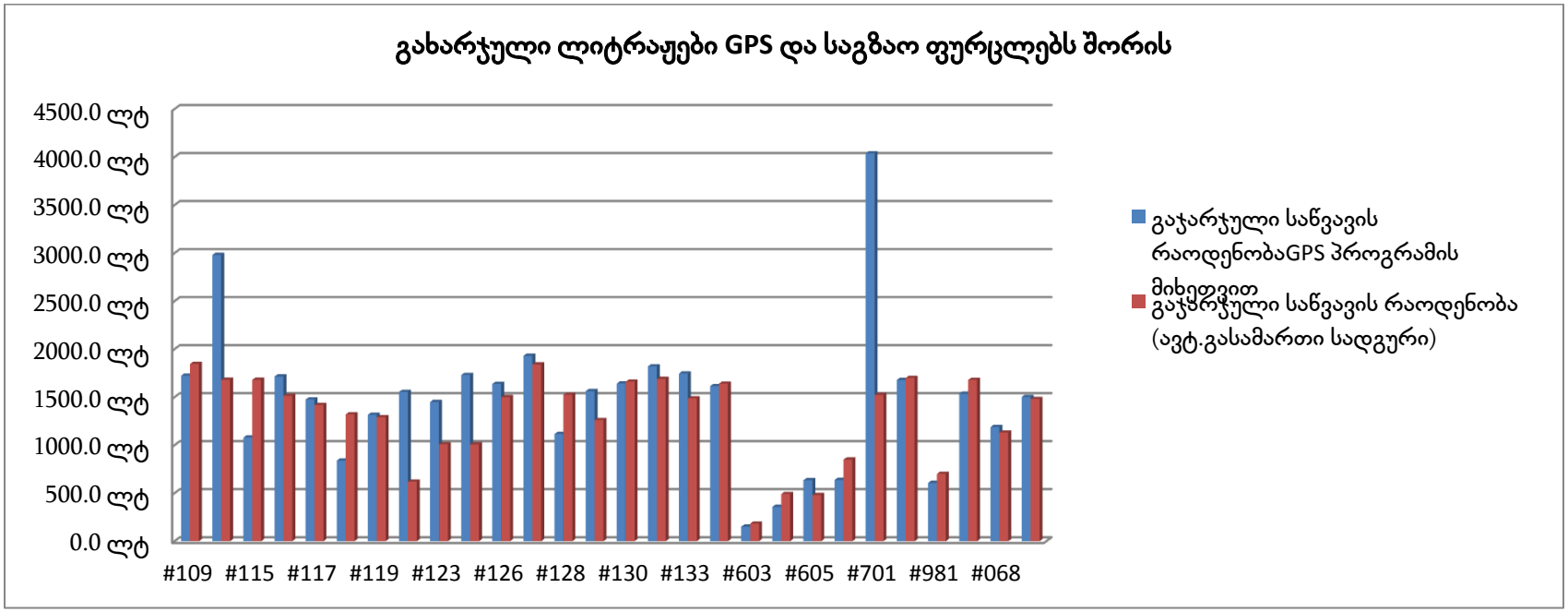
- ონლაინ მონიტორინგი;
- ავტომანქანის მოძრაობის ისტორია;
- სტატისტიკური მონაცემები;
- მარშრუტიზაცია და ზონირება;
- საწვავის მოხმარების კონტროლი და ა.შ.

სატენდერო კომისიამ გამარჯვებულად სცნო შპს I GPS ოპერატორი, რომლის ღირებულებასაც შეადგენს 10 212 ლარი.
აღნიშნული საკითხის შესასწავლად, ჩვენს მიერ შერჩეულ იქნა 28 ავტომანქანა, რომლებზეც დამონატაჟებულია ჯიპიეს მოწყობილობები. შესამოწმებელ პერიოდად შერჩეულ იქნა 2015 წლის თებერვლიდან ივნისის ჩათვლით მონაცემები.

სატენდერო დოკუმენტაციით მოთხოვნილი ერთ-ერთი პირობა, რომელიც გულისხმობს რეალურად განვლილი მანძილის მიხედვით გახარჯული საწვავის მონაცემების კონტოლს თავად ავტომანქანაში არსებული სენსორის საშუალებით, არ იძლევა ზუსტ მონაცემებს, რაც დასტურდება ავტოპარკის მიერ ყოველდღიურად წარმოებული საგზაო ფურცლის მონაცემებით, რომელიც შემუშავებულია სატრანსპორტო საშუალებების ორმაგი კონტროლის მექანიზმების განხორციელების მიზნით.

ანალიზის შედეგად შეინიშნება, რომ ზოგიერთ შემთხვევებში ჯიპიეს პროგრამის მონაცემების მიხედვით ავტომანქანების მიერ განვლილი მანძილი დღეების მიხედვით არ ემთხვევა საგზაო ფურცლების მონაცემებს. ასევე, ჯიპიესის მონაცემებით განვლილი კილომეტრაჟი გაცილებით მეტია ან/და ნაკლებია საგზაო ფურცლებთან შედარებით. ანალოგიური სურათია გახარჯული საწვავის მონაცემებთან მიმართებაში. იხილეთ დიაგრამები:





რეკომენდაცია

მოხდეს სსიპ „საზოგადოებრივ მაუწყებელსა“ და შპს „I GPS ოპერატორს“ შორის გაფორმებული ხელშეკრულების გადახედვა, რაც გულისხმობს ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულების შესრულებას კერძოდ, განვლილი მანძილის მიხედვით საწვავის მოხმარების კონტროლს და მისი ცდომილების დაყვანას მაქსიმალურ სიზუსტემდე.

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“

შიდა აუდიტის სამსახურის უფროსი

ნათია გამყრელიძე

შიდა აუდიტის სამსახურის სპეციალისტი

მამუკა ბეჟიაშვილი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2015 წლის ანგარიში

დანართი №6

GEORGIAN PUBLIC BROADCASTER

ციფრული ტელემაუწყებლობა, სახმელეთო DVB-T2 ქსელით გავრცელება

ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის განხორციელება საქართველოს მთავრობამ, შესაბამისმა სამინისტროებმა და ჩართულმა ორგანიზაციებმა დაიწყეს 2009 წლიდან. შესასრულებელი სამუშაოს დიდი მოცულობის გამო, ჩატარებული დაგეგმარების ეტაპი გაგრძელდა თითქმის 2014 წლის ბოლომდე. ქვეყანაში ციფრული გადასვლის თარიღად დადგენილი იქნა 2015წლის 17 ივნისი.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი აქტიურად იყო ჩართული ეკონომიკის სამინისტროსთან არსებულ უწყებათშორისი „ციფრული გადასვლის საბჭოს“ მუშაობაში. ჩვენი ორგანიზაციის მიერ პროექტისადმი წაყენებულ მთავარ მოთხოვნებს წარმოადგენდა;

1. დაფარვის ისეთი მოდელის იმპლემენტაცია, რომლის განხორციელებისას არცერთი მოქალაქე, რომელიც ანალგური ტელემაუწყებლობის პროგრამებს იღებდა, არ დარჩებოდა ციფრული მაუწყებლობის დაფარვის ზონების გარეთ, საზოგადოებრივი ტელეპროგრამების წვდომის შესაძლებლობის გარეშე.

2. საზოგადოებრივი მაუწყებლისათვის და სახელმწიფოს ბიუჯეტისათვის ციფრული სახმელეთო გადამცემი ქსელის ფუნქციონირება უნდა ყოფილიყო ფინანსურად ხელსაყრელი და ენერგეტიკულად მომგებიანი.

3. შპს „საქართველოს ტელერადიოცენტრთან“ ხელშეკრულების მოქმედებისას, ფინანსური ანგარიშსწორების დასარეგულირებლად, საზოგადოებრივი მაუწყებელი ითხოვდა უწყვეტ დაშვებას DVB-T2 ქსელის გადამცემი პუნქტების/საიტების დისტანციური მონიტორინგის სისტემაზე, რაც აუცილებელი იყო შპს „საქართველოს ტელერადიოცენტრის“ მიერ შესრულებული სამუშაოს ობიექტური შეფასებისათვის.

2014 წელს დაიწყო ციფრულ ფორმატზე გადასვლის პირველი ეტაპი, რაც გულისხმობდა მსხვილ დასახლებულ პუნქტებში მძლავრი სატელევიზიო ციფრული გადამცემი საშუალებების მონტაჟს და არსებული ანალოგური ფორმატის გადამცემებთან ერთად, პარალელური ტესტირების რეჟიმში გაშვებას 2015 წლის 17 ივნისამდე (სიმულკასტი). ფაქტობრივად, მთავრობის გადაწყვეტილებით, ანალოგური მაუწყებლობის ეტაპობრივი გამორთვა და 42 საყრდენი ტელეგადმცემი საიტის ციფრულ ფორმატზე გადასვლა განხორციელდა 2015 წლის 1 ივლისიდან 25 აგვისტოს ჩათვლით.

ციფრულ ფორმატზე გადაყვანის მეორე რიგის სამუშაოები დაგეგმილი იყო 2016 წლისათვის.

შესაბამისად გამოიცა საქართველოს მთავრობის დადგენილება 2015 წლის 17 ივნისის №273 დადგენილების პირველი მუხლის მე-3 და მე-4 პუნქტებში ცვლილებების შეტანის შესახებ. ცვლილებების თანახმად, ამჟამად მიმდინარე გეგმიურ ეტაპზე გასაშვებია 110 მიკრორეტრანსლატორი. პასუხისმგებელი სამუშაოს შესრულებაზე შპს „საქართველოს ტელერადიოცენტრია“. სამთავრობო გეგმის მიხედვით, მცირე სიმძლავრის რეტრანსლატორების გაშვების ვადები გაწერილია 1016 წლის აგვისტოს ჩათვლით.

დამატებითი გადამცემი საიტების ამოქმედება ნამდვილად დააკმაყოფილებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ძირითად მოთხოვნას, ციფრული ტელემაუწყებლობით არანაკლები დაფარვის მიღების შესახებ, ვიდრე ეს ანალოგური მაუწყებლობის ეტაპზე იყო დაფიქსირებული.

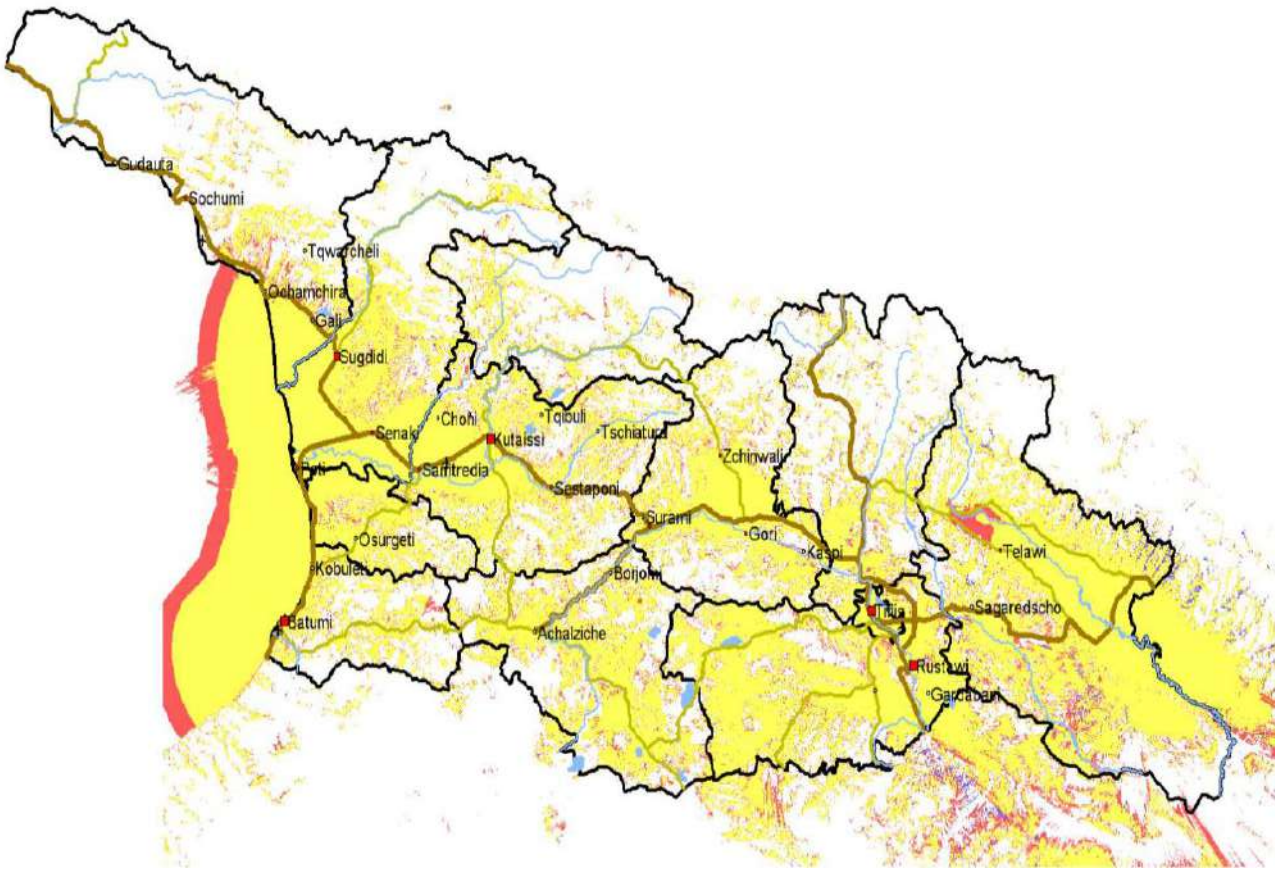
შპს “საქართველოს ტელერადიოცენტრის“ მიერ ჩართული ციფრული გადამცემების რაოდენობა ასევე განსაზღვრავს საბოლოო მომსახურების ენერგეტიკულ, ინფრასტრუქტურულ და სხვა ხარჯებს, რაც საბოლოოდ გავლენას იქონიებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამების გავრცელების ბიუჯეტზე. დღეისათვის მაუწყებელი მოქმედებს ხელშეკრულებით, რომელიც შესაცვლელი იქნება იმ პერიოდისათვის, როდესაც შპს „საქართველოს ტელერადიოცენტრი“ შეძლებს დაამთავროს DVB-T2 საიტების ინსტალაციები და ტესტირება, ანუ შემოგვთავაზოს მომსახურება დასრულებული სახით.

ისევე როგორც სხვა თანამედროვე მაღალტექნოლოგიურ ქსელებს, საქართველოში

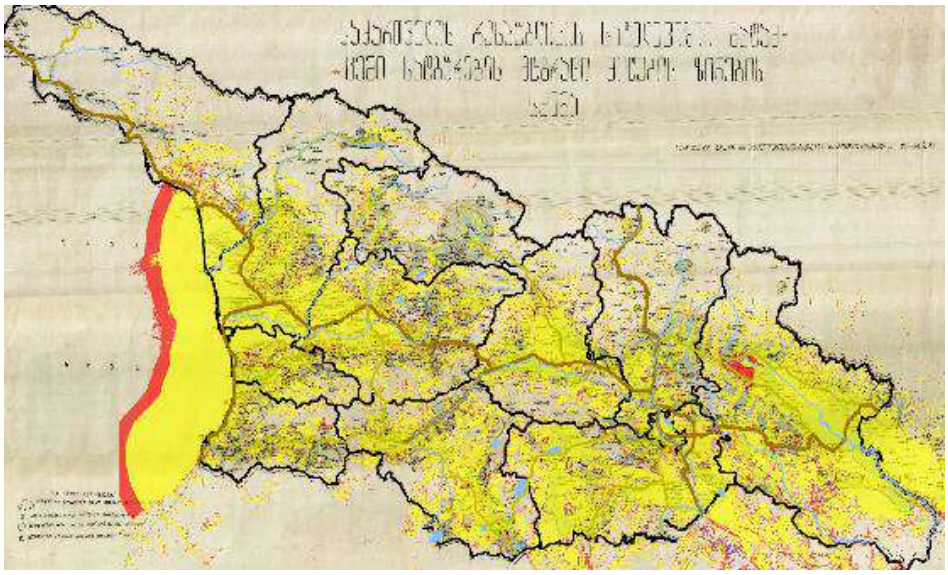
ამუშავებულ DVB-T2-ის სტანდარტის ქსელსაც გააჩნია საშუალება აწარმოოს გადამცემების, საანტენო-საფიდერო მოწყობილობების, მიწოდებული სიგნალების კონდიციურობის და სხვა გადამწყვეტი ტექნიკური პარამეტრების დისტანციური მონიტორინგი. სამწუხაროდ, საზოგადოებრივი მაუწყებელი დღეისათვის არ ფლობს აღნიშნული სისტემის ელექტრონული წვდომის გასაღებს და მომხმარებლის რეგისტრირებულ სტატუსს.

დღეისათვის შპს „საქართველოს ტელერადიოცენტრის“ მიერ DVB-T2 სახმელეთო ციფრული მაუწყებლობის ქსელით ხორციელდება “პირველი არხის“ და „მეორე არხის“ სატელევიზიო პროგრამების გავრცელება თითოეული არხისათვის გამოყოფილი სრული ნაკადური სიჩქარით 2.4 მბ/წმ. აღნიშნული სიჩქარეები ამჟამად საკმარისია SD სტანდარტული დეფინიციის პროგრამების გასავრცელებლად. მაღალი გარჩევადობის ფორმატში მაუწყებლობისათვის აუცილებელი იქნება შპს„ტელერადიოცენტრის“ სათავო სადგურის პარამეტრებში ცვლილებების შეტანა და სადგურის დაკომპლექტება შესაბამისი პროგრამული ლიცენზიებით.

DVB-T2 დაფარვა 42 ციფრული სატელევიზიო საიტით (2015 ივნისი):



სამთავრობო გეგმის მიხედვით, 2016 წლის სექტემბრამდე, არსებულ ციფრული გავრცელების შესაბამის ზონებს დაემატება 100-ზე მეტი ციფრული რეტრანსლირების საიტი და გავრცელების ზონა. აღნიშნული რეტრანსლატორების დაყენების შემდეგ, ტელერადიოცენტრის მულტიპლექს პლატფორმით საზოგადოებრივი ტელევიზიის პროგრამების(„პირველი არხი“, „მეორე არხი“, „აჭარის საზოგადოებრივი ტელევიზია“ და სავარაუდოდ , „მესამე საზოგადოებრივი“) გავრცელების ზონები გაუტოლდება „პირველი არხის“ ანალოგური სატელევიზიო ქსელის (2015 წლამდე მონაცემებით) დაფარვის ზონას, რაც საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ გარანტირებული მიღების ზონას შეესაბამება.



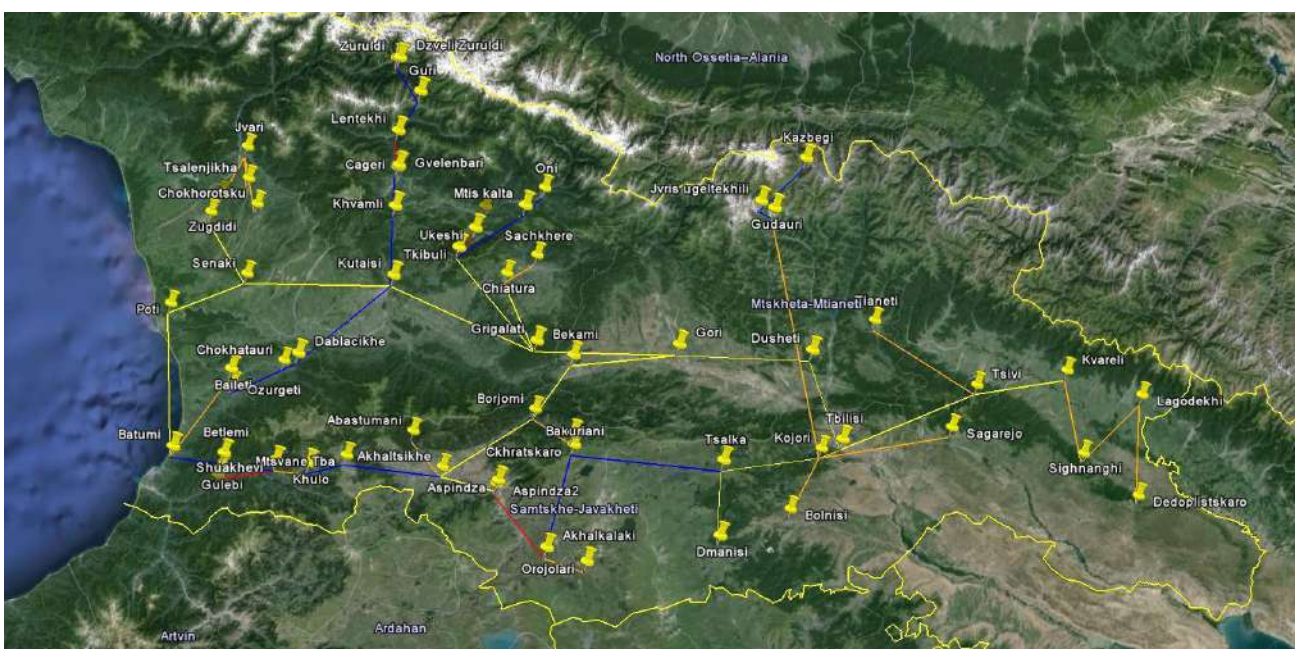
2.DVB-T2 დაფარვა დამატებითი საიტების ჩართვის შემდეგ(2016 სექტემბერი):

„საქართველოს ტელერადიოცენტრი“ განახორციელებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტელე და რადიო პროგრამების გავრცელებას შესაბამისი კანონმდებლობის დაცვით, რაც გულისხმობს დამატებითი რეტრანსლატორების დაყენების და გაშვების შემდეგ ციფრული სატელევიზიო სიგნალით გარანტირებული დაფარვის ზონა არ უნდა იყოს ნაკლები, ვიდრე ამ ნახაზზე ფერადად მონიშნული ტერიტორიები.

სატელევიზიო და რადიო მაუწყებლობის სავალდებულო დაფარვის ზონები რეგულირდება სხვადასხვა კანონმდებლობით (რადგან ტელევიზიისაგან განსხვავებით, რადიომაუწყებლობის ციფრულ ფორმატში გადაყვანა ქვეყნის მთავრობისა და მარეგულირებელი კომისიის მიერ არ იგეგმება უახლოესი 5 წლის განმავლობაში).

რადიომაუწყებლობის ანალოგური გავრცელების ქსელი უნდა ფუნქციონირებდეს ისეთი გათვლით, რომ მოსახლეობის 90%-სათვის გარანტირებული იქნას საზოგადოებრივი რადიოს პირველი და მეორე პროგრამების მდგრადი მიღების უზრუნველყოფა.

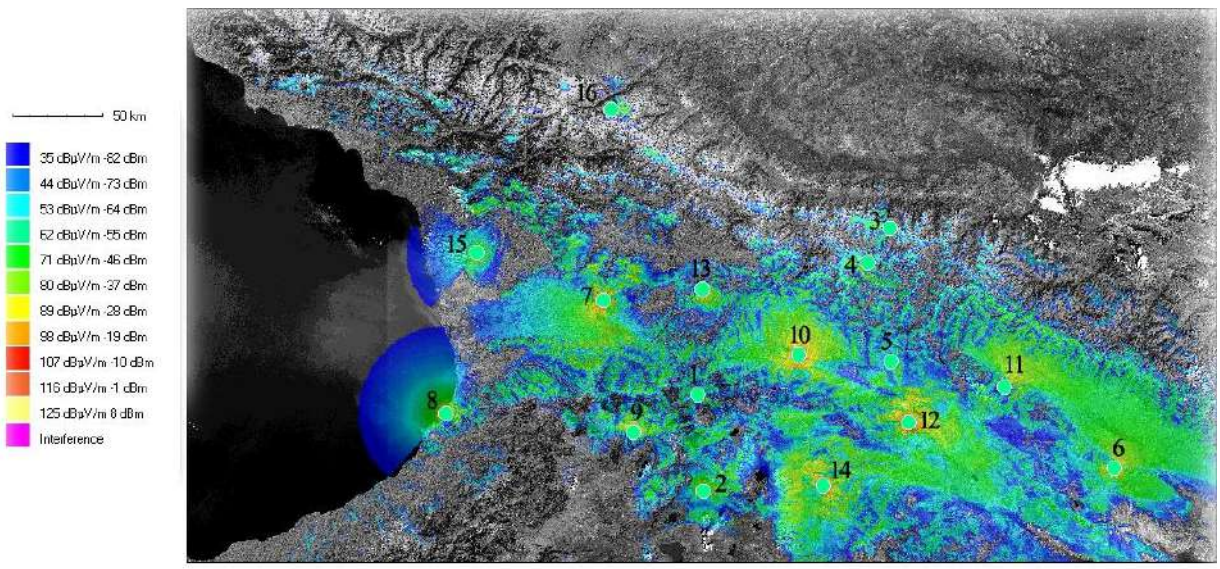
3.ტელე-რადიო პროგრამების მიწოდების ქსელი:



აქ მოყვანილია პუნქტები, სადაც საიტებზე გარანტირებულად მიეწოდება საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტელე-რადიო პროგრამები. ეს ქსელი სარელეო ქსელს წარმოადგენს; მოსახლეობისათვის ციფრული ტელემაუწყებლობის პროგრამების მიღება

შესაძლებელია იმ საიტების მიმდებარე ზონებში, სადაც უკვე მოქმედებენ ციფრული სახმელეთო გადამცემი სადგურები, სადაც მრავალარხიანი ციფრული სადგურები ჯერ არ დაყენებულა, შენარჩუნებულია ანალოგური ტელერეტრანსლატორებით „პირველი არხის“ გავრცელება.

4.FM საზოგადოებრივი „რადიო ერთის“ გავრცელების გეგმური ზონები 2016 წლისათვის:



1 - ბორჯომის ანძა
2 - ახალქალაქის ანძა
3 - ყაზბეგის ანძა
4 - გუდაურის ანძა
5 - მჭადიჯვრის (დუშეთი) ანძა
6 - დედოფლისწყაროს ანძა
7 - ქუთაისის ანძა
8 - ბათუმის ანძა
9 - ახალციხის ანძა
10 - გორის ანძა
11 - თელავის ანძა
12 - თბილისის ანძა
13 - საჩხერის ანძა
14 - დმანისის ანძა
15 - ზუგდიდის ანძა
16 - მესტიის ანძა

საზოგადოებრივი მაუწყებელი
2016