



საზოგადოებრივი  
მაუწყებელი

წლიური ანგარიში- 2014 წელი

**სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“  
2014 წლის ანგარიში**

დანართი N1



## შინაარსი

1. სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მიმდინარე და სამომავლო პროგრამული პრიორიტეტები _____	3
2. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მომავალი წლის ბიუჯეტის შესახებ _____ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის შესრულების შესახებ	20
3. განხილული საჩივრების რაოდენობა და შინაარსი _____	29
4. საზოგადოებასთან ურთიერთობის და მარკეტინგის სამსახური _____	35
5. მიმდინარე და სამომავლო პროგრამათა განრიგი _____	41
6. სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მეორე არხი _____	73
7. ეროვნული უმცირესობების ენებზე მაუწყებლობა _____	75
8. საინფორმაციო სამსახური _____	77
9. ვებ-პორტალი _____	81
10. საზოგადოებრივი რადიო _____	85
11. ტექნიკური სამსახური _____	91



## სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ 2013-2014 წლის პროგრამული პრიორიტეტები

დამტკიცებულია სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ სამეურვეო საბჭოს მიერ 2013 წლის 24 ივნისს გადაწყვეტილება № 257 (ოქმი № 241) და გაგრძელებულია სამეურვეო საბჭოს მიერ 2014 წლის 30 დეკემბრის ოქმი № 286

### ზოგადი დებულებები

საზოგადოებრივი მაუწყებელი კანონით შექმნილი სამაუწყებლო ინსტიტუციაა, რომლის ვალდებულებაა გადასცეს სამოქალაქო აქტივობის, სოციალური სოლიდარობის და სხვა სამოქალაქო ღირებულებების, კულტურისა და განათლების ხელშემწყობი, პოლიტიკური და კომერციული გავლენისაგან თავისუფალი, მრავალფეროვანი პროგრამები საქართველოს ყველა მოქალაქისათვის, ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე. მაუწყებელი მოქმედებს საჯარო დაფინანსებით, ხელისუფლებისაგან დამოუკიდებლად და ანგარიშვალდებულია საზოგადოების წინაშე.

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭო "მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-16, მე-20, 21-ე, 30-ე, 33-ე და 55(1) მუხლებიდან გამომდინარე მისთვის მინიჭებული უფლებამოსილებებისა და ვალდებულებების საფუძველზე საზოგადოებას საჯარო განხილვისათვის წარუდგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტების პროექტს.

პროგრამული და საბიუჯეტო პრიორიტეტების განსაზღვრისას სამეურვეო საბჭო ხელმძღვანელობს ამ სფეროში არსებული საერთაშორისო გამოცდილებით და საქართველოს კანონმდებლობით. პრიორიტეტები წარმოდგენილია სამაუწყებლო არხების მიხედვით და მაუწყებელს ავალდებულებს დაიცვას გაზომვადი ხარისხობრივი და რაოდენობრივი კრიტერიუმები (პროგრამულ ნაწილში დროითი მასშტაბები, ხოლო საბიუჯეტო ნაწილში დაფინანსების წყაროები და ფინანსირების პარამეტრები).

პროგრამული პრიორიტეტების დროითი მასშტაბებით წარმოდგენა გულისხმობს საერთო დროის ამ დოკუმენტით განსაზღვრულ განაწილებას საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ, შემეცნებით-საგანმანათლებლო და გასართობ პროგრამებს შორის არხების მიხედვით. პროგრამული პრიორიტეტები განისაზღვრება იმ არხებისა და პროექტებისათვის, რომელთა საყოფაცხოვრებო ანტენებით მიღების საშუალება არსებობს საქართველოს ტერიტორიაზე:

1. „პირველი არხი“,
2. „მეორე არხი“,



- 3. „რადიო-1“ ,
- 4. „საქართველოს ენებზე მაუწყებლობა“

ბიუჯეტის პრიორიტეტების განსაზღვრისას სამეურვეო საბჭო ხელმძღვანელობს იმ მოსაზრებით, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის სახელმწიფო სუბსიდიის ნაწილი მთლიანად უნდა მოხმარდეს პრიორიტეტებით ზემოთ განსაზღვრული არხებისა და პროექტების, ასევე, მაუწყებლის ტექნიკური ბაზისა (მათ შორის მაუწყებლის ვიდეო-აუდიო არქივის) და ადმინისტრირების ფინანსურ უზრუნველყოფას. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ წარმოებული დროებითი ან გრძელვადიანი პროდუქტები და პროექტები, რომელთა საყოფაცხოვრებო ანტენებით მიღების საშუალება საქართველოს ტერიტორიაზე არ არსებობს, ან მათი მიღება შეზღუდულია უნდა იქმნებოდეს მხოლოდ ორგანიზაციის ბიუჯეტის საკუთარი შემოსავლების ნაწილის ხარჯზე. საკუთარი შემოსავლებიდან მიღებული სახსრებით მაუწყებელმა შესაძლებელია დამატებით დაათინანსოს პრიორიტეტებით განსაზღვრული არხები და პროექტები, გააუმჯობესოს ორგანიზაციის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა და ადმინისტრირება (უფრო დანვრილებით, იხ. სარეკომენდაციო ნაწილი).

2013 – 2014 წლების საეთერო სეზონის პრიორიტეტების განსაზღვრისას სამეურვეო საბჭომ გაითვალისწინა ის მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესი, რომელიც თან ახლავს 2013 წლის საპრეზიდენტო და 2014 წლის მუნიციპალურ არჩევნებს და იმ ფაქტს, რომ საქართველოში ახალი საკონსტიტუციო წყობილება მყარდება.

„1 არხი“

პირველი სატელევიზიო არხი მაუწყებლობს საერთო მაუწყებლობის პრინციპით: წარმოდგენილია საზოგადოებრივ-პოლიტიკური (ახალი ამბების ჩათვლით), შემეცნებით-საგანმანათლებლო და გასართობი მიმართულებები. პროგრამები ვრცელდება მაუწყებლის საკუთარი გადამცემების მეშვეობით და მოიცავს საქართველოს მოსახლეობის 85%-ს. არხი ტრანსლირდება ინტერნეტით. საეთერო დრო არის არანაკლებ 20 საათი დღეღამეში. საერთო მაუწყებლობის პრინციპიდან გამომდინარე არხისათვის აუცილებელია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-16 და 55 (1) მუხლებით განსაზღვრული უკლებლივ ყველა შინაარსობრივი ვალდებულება (იხ. დანართი 1).

- 1. საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მიმართულება  
პრიორიტეტები:



- საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მიმართულებისათვის განკუთვნილი საეთერო დრო გაიზარდოს არანაკლებ 50%-მდე. მათ შორის ახალი ამბებისათვის (საქართველოს ენებზე ახალი ამბების ჩათვლით) არანაკლებ 30%.
- რეგულარული საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თოქშოუები და პროექტები ხორციელდებოდეს ყოველდღიურად, სასურველია ერთსა და იმავე საეთერო ზოლში.
- შეიქმნას სპეციალური პროექტი ურნალისტური გამოძიების ფორმატში, სიხშირით არანაკლებ 12 გადაცემა წელიწადში.

### რეკომენდაციები

- გაიზარდოს საინფორმაციო გამოშვებების სიხშირე, შემცირდეს ცალკე აღებული გამოშვების ქრონომეტრაჟი (ეუთოს მედიამონიტორინგის მისიის რეკომენდაცია).
- ხელისუფლებაზე საზოგადოებრივი მონიტორინგი შინაარსის მატარებელი პუბლიცისტური - საგამოძიებო სიუჟეტები და პროგრამები;
- საქართველოს რეგიონებში მიმდინარე პოლიტიკური და სოციალური პროცესების სრულყოფილად ასახვა
- სიუჟეტები და პროგრამები პენსიონრების, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა, უმუშევრებისა და საზოგადოების სხვა დაუცველი ფენების პრობლემების შესახებ;
- სიუჟეტებსა და პროგრამებში მკაფიოდ გაშუქდეს ევროკავშირისა და რეგიონში მიმდინარე პროცესები, NATO-სა და ევროსტრუქტურების საქმიანობა;
- საქართველოში არსებული სხვადასხვა რელიგიური და ეთნიკური ჯგუფების ცხოვრებისა და ყოფის, მათი ეთნოკულტურული ტრადიციების ამსახველისიუჟეტები და პროგრამები;
- საინფორმაციო მაუწყებლობაში განსაკუთრებული ყურადღება მიექცეს ოკუპირებულ ტერიტორიებზე მიმდინარე პროცესებს.
- სპეციალური პროგრამები დიასპორების შესახებ;

## 2. საგანმანათლებლო და კულტურის მიმართულება

### პრიორიტეტები:

- იმის გათვალისწინებით, რომ ქართულ ტელევიზორებში არ არსებობს სპეციალიზებული შემეცნებითი ან კულტურაზე ორიენტირებული არხები, ხოლო კერძო სამაუწყებლო არხები, კომერციული ინტერესებიდან გამომდინარე, თითქმის არ ათავსებენ ამ მიმართულების პროგრამულ პროდუქტებს საკუთარ ეთერში, საზოგადოებრივი მაუწყებელმა საგანმანათლებლო და კულტურის მიმართულებისათვის განკუთვნილი საეთერო დრო გაზარდოს არანაკლებ 35%-მდე.



- გაძლიერდეს საბავშვო და ახალგაზრდული პროგრამების მიმართულება ყველა ასაკობრივი (სკოლამდელი, უმცროსი სასკოლო, უფროსი სასკოლო, სტუდენტობა) ჯგუფისათვის.

**რეკომენდაცია :**

- პროგრამირებაში აქცენტის მაქსიმალურად გამახვილება შემეცნებით კომპონენტზე. შემეცნებით პროგრამებში გამოყენებულ იქნას მეცნიერულად დადასტურებული და მეცნიერულ ცოდნაზე დაყრდნობილი ინფორმაცია;
- იმ მხატვრული კინოპროდუქციისათვის განკუთვნილი საეთერო დრო, რომელიც წარმოადგენს მსოფლიო ლიტერატურის კლასიკის ან ცნობილი ადამიანების ცხოვრების მაღალმხატვრულ და ხარისხიან ეკრანიზაციას გათვალისწინებული იქნება მიმართულების საეთერო დროში.
- ზუსტი და საბუნებისმეტყველო მეცნიერებისა და ტექნოლოგიების პოპულარიზაციისაკენ მიმართული სპეციალური პროგრამები;
- ცხოვრების ჯანსაღი წესის დანერგვის ხელშემწყობი პროგრამები;
- ისტორიული პუბლიცისტიკა. პროგრამები საქართველოს კულტურულ საგანძურზე საარქივო მასალების გამოყენებით.
- უცხოური ტელეკომპანიების მიერ დამზადებული მაღალი ხარისხის შემეცნებითი და საგანმანათლებლო პროდუქციის ხვედრითი წილის ზრდა.
- კინოზე, თეატრზე, მუსიკაზე და ხელოვნების სხვა დარგებზე მომზადებული პროგრამების ხვედრითი წილის ზრდა;

**3. გართობისა და სპორტის მიმართულება**

**ზოგადი პრიორიტეტი:**

- მიმართულების საეთერო დრო განისაზღვროს არაუმეტეს 15%-ით.
- მაუწყებლობაში "საპნის ოპერების" ჩანაცვლება მხატვრული და შემეცნებითი სატელევიზიო ფილმებით; უნდა გამოიკვეთოს ადგილობრივი წარმოების პროდუქციის ზრდის ტენდენცია.

**რეკომენდაცია :**

- სპორტული ასპარეზობების ტრანსლაციის დაგეგმვისას აქცენტი გამახვილდეს მხოლოდ განსაკუთრებული საზოგადოებრივი ინტერესის მქონე ასპარეზობებზე.

**რეკომენდაცია**

- მასობრივი მუსიკალური, ან ქორეოგრაფიული კონკურსების (მაგალითად „ევროვიზია“) ორგანიზებისას გამოყენებულ იქნას დაფინანსების საკუთარი (და არა სახელმწიფო სუბსიდის) წყაროები.



„რადიო -1“

პირველი რადიო არხი მაუწყებლობს საერთო მაუწყებლობის პრინციპით: წარმოდგენილია საზოგადოებრივ-პოლიტიკური (ახალი ამბების ჩათვლით), შემეცნებით-საგანმანათლებლო და გასართობი მიმართულებები. პროგრამები ვრცელდება მაუწყებლის საკუთარი გადამცემების მეშვეობით და მოიცავს საქართველოს მოსახლეობის 70%-ს. არხი ტრანსლირდება ინტერნეტით. საეთერო დრო 24 საათი დღე-ღამეში. საერთო მაუწყებლობის პრინციპიდან გამომდინარე არხისათვის აუცილებელია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-16 და 55 (1) მუხლებით განსაზღვრული უკლებლივ ყველა შინაარსობრივი ვალდებულება (იხ.დანართი 1).

პრიორიტეტები:

- არხმა განახლებული ფორმატით დაიწყო მაუწყებლობა 2010 წლის 23 მაისს. ახალ საეთერო სეზონში არხზე, როგორც საერთო მაუწყებლობის პრინციპით მომუშავე მედიაზე, ვრცელდება ყველა ის პროგრამული პრიორიტეტი და რეკომენდაცია, რომელიც მიღებულია პირველი სატელევიზიო არხის მიმართ.

რეკომენდაცია :

- განსაკუთრებული ყურადღება მიექცეს ინტერმედიული პროექტების (რადიო ტელევიზიასთან ერთად) განხორციელებას.
- პროგრამირებაში აქცენტირება ინტერაქტიულ პროექტებზე

„2 არხი“

მეორე სატელევიზიო არხი ასახავს საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებს სარედაქციო ჩარევის გარეშე (განახლებული ფორმატით მაუწყებლობა დაიწყო 2010 წლის 1 მარტიდან) და ფარავს მოსახლეობის 65%-ს. არხი ტრანსლირდება ინტერნეტით. საეთერო დრო 15 საათი დღე-ღამეში. მაუწყებლობის სპეციალიზებული ფორმიდან გამომდინარე, არხისთვის სავალდებულოა მხოლოდ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-16 მუხლის ა) ბ) ე) ვ) კ) და მ) მუხლებით განსაზღვრული შინაარსობრივი ვალდებულება (იხ. დანართი 1).

პრიორიტეტები:

- საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მაუწყებლობისათვის (მათ შორის საქართველოს ენებზე ტრანსლირებული ახალი ამბების გამოშვებისათვის) განკუთვნილი საეთერო





დრო არანაკლებ 80%. საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ მაუწყებლობაში არხის პრიორიტეტებს განსაზღვრავს 2010 წლის 22 თებერვალს, საქართველოს პარლამენტს, საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის ამერიკის ეროვნული დემოკრატიული ინსტიტუტის პატრონაჟით გაფორმებული შეთანხმება (იხილეთ დანართი 3);

- საგანმანათლებლო და კულტურული მიმართულებისათვის გამოყოფილი საეთერო დრო არაუმეტეს 20%. მიმართულება უნდა ასახავდეს არხის ძირითად ფუნქციას და მან უნდა წარმოაჩინოს პოლიტიკური აზროვნების ჩასახვისა და განვითარების ეტაპები შემეცნებითი და საგანმანათლებლო თოქშოუებისა და ფილმების ფორმით.

რეკომენდაცია :

- არხის ეთერში შენარჩუნდეს საქართველოს ენებზე ახალი ამბების გამოშვებები.
- საგანმანათლებლო და კულტურის მიმართულების წარმოჩენა სასურველია შემეცნებითი და საგანმანათლებლო თოქშოუებისა და ფილმების ფორმით.

### „საქართველოს ენებზე მაუწყებლობა“

პროექტი არსებობს 2003 წლიდან და მისი მიზანია საქართველოში მცხოვრები ეთნიკური უმცირესობების კულტურული და ლინგვისტური საჭიროებების მომსახურება და იმავდროულად ქართულ სახელმწიფოში მათი ინტეგრაციის ხელშეწყობა. 2010 წლამდე საქართველოში და მსოფლიოში მიმდინარე პროცესების შესახებ ინფორმირების მიზნით ყოველი ეთნიკური უმცირესობისათვის მზადდებოდა ყოველკვირეული საინფორმაციო კოლაჟი „პირველი არხის“ დღის მაყურებლისათვის მოუხერხებელ დღის ეთერში. 2010 წლიდან პროექტის მიერ ახალი ამბების 4 სხვადასხვა ენაზე ყოველდღიურად წარმოებული გამოშვება ტრანსლირდება „პირველი არხის“ (დილით), „მეორე არხის“ (დილით და ღამით) და 4 რეგიონული არხის საღამოს ეთერში („პრაიმთაიმში“).

პრიორიტეტები:

- პროექტის გაფართოება მონაწილე ადგილობრივი ტელეკომპანიების რიცხოვნების გაზრდის ხარჯზე
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ წარმოებული საგანმანათლებლო და კულტურის მიმართულების პროდუქტების (სემინარები არანაკლებ 2 პროდუქტისა) გახმოვანება საქართველოს ენებზე და მათი ტრანსლაცია რეგიონული ქსელით





### რეკომენდაციები საფინანსო-საბიუჯეტო და სამეურნეო სფეროში

- ბიუჯეტის პრიორიტეტების განსაზღვრისას სამეურნეო საბჭო ხელმძღვანელობს იმ მოსაზრებით, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის სახელმწიფო სუბსიდიის ნაწილი მთლიანად უნდა მოხმარდეს პრიორიტეტებით ზემოთ განსაზღვრული არხებისა და პროექტების, ასევე, მაუწყებლის ტექნიკური ბაზისა (მათ შორის მაუწყებლის ვიდეოაუდიო არქივის) და ადმინისტრირების ფინანსურ უზრუნველყოფას. კერძოდ:
  1. „პირველი არხი“ - სუბსიდიის არანაკლებ 40%
  2. „მეორე არხი“ - სუბსიდიის არანაკლებ 5%
  3. „რადიო-1“ - სუბსიდიის არანაკლებ 5%
  4. „საქართველოს ენებზე მაუწყებლობა“ - სუბსიდიის არანაკლებ 5%
  5. მაუწყებლის არქივი - სუბსიდიის არანაკლებ 5%
  6. მაუწყებლის ტექნიკური უზრუნველყოფა და ადმინისტრირება - სუბსიდიის არაუმეტეს 40%
- ორგანიზაციის ინსტიტუციონალური მდგრადობის განვითარების პროგრამის შემუშავება, რაც პირველ რიგში გულისხმობს: მაუწყებლის განვითარების გრძელვადიანი გეგმის, ტექნიკური გადაიარაღების გრძელვადიანი პოლიტიკის, შესყიდვების პოლიტიკის, ადამიანური რესურსების პოლიტიკის, ფინანსური ანგარიშგების სისტემის შექმნას. ყველა ხსენებული დოკუმენტის მიღებით შეიქმნება მაუწყებლის საქმიანობის ერთგვარი კოდექსი, რომელიც სრულად ასახავს ზემოაღნიშნულ ასპექტებს.
- ორგანიზაციის რესურსების გადანაწილება საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი სატელევიზიო და პირველი რადიოარხის გავრცელების მაქსიმალური უზრუნველყოფის მიზნით.
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტელე და რადიოარქივების ახალ, ციფრულ მატარებლებზე გადატანის პროექტის გაგრძელება „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის მე-19 მუხლის მოთხოვნების განუხრელი შესრულების მიზნით.
- გენერალური დირექტორის მიერ პროგრამული ანგარიშის წარმოდგენა სამეურნეო საბჭოს მიერ დამტკიცებული შესაბამისი ფორმით, ხოლო წლიური ბიუჯეტისა და ფინანსური ანგარიშგების წარდგენა სამეურნეო საბჭოს მიერ დამტკიცებული „საალრიცხვო პოლიტიკის სრუქტურული საფუძვლების“ ბაზაზე.
- დოკუმენტურად დასაბუთებული კრიტერიუმების განსაზღვრა, რომელთა მიხედვითაც ხდება სატელევიზიო პროექტების შიდა, ან გარე წარმოებად გამოჭვნა.
- ორგანიზაციის რესურსების (მატერიალურ-ტექნიკური, ადამიანური) გამოყენების ტარიფების მკაფიოდ განსაზღვრა გარე და შიდა წარმოებისას.
- რეგულარულად, საეთერო წლის დაწყებამდე ორგანიზაციის წლიური სამოქმედო გეგმის მომზადება და დამტკიცება.



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

## საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტების პროექტი

(2015 – 2016)

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

საზოგადოებრივი მაუწყებელი თავისუფალი უნდა იყოს პოლიტიკური და კომერციული გავლენისგან, ხელს უნდა უწყობდეს ქართული სახელმწიფოს, სამოქალაქო საზოგადოების განვითარებას და მოქალაქეთა კეთილდღეობის დონის ამაღლებას.

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

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

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

### I. მაუწყებლობისზოგადიპრინციპები



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 პასუხისმგებელობას 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 კონსტრუქციული 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, რომლებიც მაუწყებელზე მაღალი პროფესიული სტანდარტების დამკვიდრებას მოემსახურება

- **კრეატიულობა და ინოვაციურობა:** მაუწყებელმა აუდიტორიას უნდა შესთავაზოს კრეატიული პროდუქტები, ახალი იდეები და იყოს ექსპერიმენტების და თამამი, ინოვაციური პროექტების პლატფორმა
- **დამოუკიდებლობა და მიუკერძოებლობა:** მაუწყებელი პოლიტიკური, კომერციული, იდეოლოგიური და სხვა გავლენისგან თავისუფლად უნდა 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 უანრების მიხედვით (საზოგადოებრივ-პოლიტიკური, შემეცნებითი, კულტურასა და საზოგადოებასთან დაკავშირებული, გასართობი და სპორტული, სერიალები და საბავშვო გადაცემები), მიწოდების არხების მიხედვით, გემოვნების მრავალფეროვნების გათვალისწინებით.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემათა მონიტორინგმა შესაძლოა გამოავლინოს ღირებულებრივი პრეფერენციების ცვლილების ან კორექტირების აუცილებლობა. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა უნდა განავითაროს მეთოდები და მიდგომები საზოგადოებაში არსებული განსხვავებული ჯგუფების გამოსავლენად და წარმოსაჩინად. ამ მიზნით სამეურვეო საბჭოსთან უნდა ჩამოყალიბდეს საზოგადოებრივი საბჭო, რომელიც შეათვასებს 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/.



## II. 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:

1. ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები
2. შემეცნება, კულტურა და საზოგადოება
3. გართობა და სპორტი
4. სერიალები და საბავშვო გადაცემები

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

მაუწყებლის პროდუქციის უანრი, ფორმატი, შინაარსი და მიწოდების არხები/დრო უნდა იყოს მიზნობრივად ორიენტირებული შესაბამისი აუდიტორიის გემოვნებაზე 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 შანრებზე.

საზოგადოებრივი მაუწყებლისთვის სავალდებულო საჯარო ფასეულობების დამკვიდრებაში მნიშვნელოვანი როლი უნდა შეასრულოს დოკუმენტალისტიკის უანრმა /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 მულტიმედია 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 მოთხოვნა, რომ გადაცემებმა<sup>1</sup> პირველ ყოვლისა რიგითი მოქალაქის პოზიცია ასახონ, ხოლო შემდეგ - ხელისუფლების, არასამთავრობო ორგანიზაციათა წარმომადგენლების და ექსპერტების შეხედულებები. მათთვის მნიშვნელოვანია შემეცნებითი, სოციალური, საქართველოს კულტურისა და წარსულის შესახებ 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, ვ) 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

<sup>1</sup>აქ და შემდგომაც ცნება “გადაცემა/გადაცემები“ გულისხმობს მაუწყებლის ტელე, რადიო, ინტერნეტ პროდუქციას

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 პრაიმათაიმში 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 შერჩევასას სახელმძღვანელო უნდა იყოს არა სხვა მედია საშუალებების დღის წესრიგი, არამედ - ქვეყნის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი და აქტუალური საკითხები /მაგ: ჯანდაცვა, მიგრაცია და ემიგრანტები, დევნილები, დასაქმება, ეკოლოგია, შებლუდული 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 მიექცეს ჟურნალისტურ გამოძიებას, როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვალდებულებას და კონკურენტულ უპირატესობას. გადაცემები უნდა მომზადდეს როგორც სატელევიზიო, ისე - რადიო და ინტერნეტ ფორმატებში, შესაბამისი სპეციფიკის გათვალისწინებით. თემების შერჩევა უნდა მოხდეს არა მხოლოდ გახმაურებულ ამბებზე/შემთხვევებზე, არამედ იმ თემებზე, რომლებიც სამოქალაქო კულტურის, სამართლებრივი ცნობიერების, კანონის უზენაესობის, ხელისუფლების ანგარიშვალდებულების, ადამიანის უფლებების დარღვევის საკითხებს და სხვა სახელმწიფოებრივად და საზოგადოებრივად აქტუალურად 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 /მაგალითად: 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 დაკავშირებული 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 % - ს მედიაში უპირატესობას გართობასა და სპორტს ანიჭებს. გარდა ამისა, მათ აქვთ შემეცნებითი, საქართველოს კულტურასა და ისტორიასთან დაკავშირებული გადაცემების ინტერესი, რაც საზოგადოებრივ მაუწყებელს ავალდებულებს:

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

3.2. უზრუნველყოს ხარისხიანი იუმორისტული და სატირული გადაცემების შექმნა

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

3.4. შექმნას გადაცემები, სადაც წარმოდგენილი იქნება ქართული კულტურისთვის მნიშვნელოვანი და გარკვეული ისტორიის მქონე სპორტის სახეობები და სხვა ქვეყნების



გამოცდილება, აქცენტით იმ სახეობებზე, რომელთა განვითარების პერსპექტივა არსებობს საქართველოში

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

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

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

#### 4. სერიალები და საბავშვო გადაცემები

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

ამ ჯგუფის ინტერესების დასაკმაყოფილებლად საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა შეიძლება გამოიყენოს რამდენიმე მიდგომა:

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

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



4.3. ეთერი დაუთმოს ბავშვებისთვის და მოზარდებისთვის, მაღალი 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. მაგრამ ინტერნეტმომსახურების 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 ინტერესჯგუფების ფორმირების, პროდუქტიული თანამშრომლობისა და დიალოგის შესაძლებლობას.

## III. მაუწყებლის მართვა და ფინანსები

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტი უნდა მოხმარდეს პრიორიტეტებით განსაზღვრულ პროექტებს, მაუწყებლის ტექნიკური ბაზის გაუმჯობესებას და 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 სრულყოფილი 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.

## ფინანსური სამსახური

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მიერ სახელმწიფო ასვინებებისა და საკუთარი ეკონომიკური საქმიანობის ფარგლებში მიღებული შემოსავლებისა და ხაჯების შესახებ

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ საქართველოს 2013 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად ფინანსდებოდა 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.

2014 წლის განმავლობაში გაგრძელდა და კიდევ უფრო დაიხვეწა ის ცვლილებები და რეფორმები, რომლის გატარებაც მაუწყებლის მენეჯმენტმა 2013 წელს დაიწყო. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა მმართველობითი აღრიცხვისა და ტელეწარმოების ხარჯთაღრიცხვის სისტემა. ტელეწარმოებისა და პროდიუსინგის ბიუჯეტები დაიყო ცალკეულ გადაცემების ბიუჯეტებად, საფუძველი ჩაეყარა გადაცემების ხარჯების კონტროლსა და ხარჯისა და ეფექტურობის კორელაციის კონტროლს. მაუწყებლის მენეჯმენტის მიერ შემუშავებული და ფინანსურ ბლოკში დანერგილი ახალი სტრუქტურის საშუალებით გაიზარდა ფინანსური სამსახურის სხვა დეპარტამენტებთან კომუნიკაცია, ინფორმაციის მოძრაობის, ხარჯების კონტროლისა და სხვადასხვა პროექტებზე ბიუჯეტების ეფექტური დაგეგმვის მიზნით.

მნიშვნელოვანია, რომ ფინანსური რესურსების სწორი მართვისთვის, მაუწყებლის მენეჯმენტმა 2014 წელს გააგრძელა 2013 წელს დასახული პოლიტიკა მიმდინარე საგადასახდო ვალდებულებების პირნათლად შესრულებასთან, მიმდინარე ვალდებულებების დროულ გადახდასთან და წინა წლებში აკუმულირებული დავალიანებების დაფარვასთან დაკავშირებით. აღნიშნულის შედეგად 2014 წელს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა დაფარა წინა წლებში აკუმულირებული შემდეგი დავალიანებები

- სახელმწიფო სესხი - 1,238.0 ათასი ლარი
- ევროპის მაუწყებელთა კავშირის ვალი - 3,383.8 ათასი ლარი
- მაუწყებლის ძირითად საქმიანობასთან დაკავშირებული სხვა კრედიტორული დავალიანებები - 953.4 ათასი ლარი

ჯამურად მაუწყებლის მიერ 2014 წელს გადახდილმა დავალიანების მოცულობამ 5,575.2 ათასი ლარი შეადგინა, რაც მთლიანი ბიუჯეტის 17.2% შეადგენს.

ზემოაღნიშნული მოცულობის გადახდილი დავალიანების გარდა მაუწყებელმა, სახელმწიფო ასიგნებებიდან, ასევე გადაიხადა მიმდინარე საგადასახდო





ვალდებულებები რამაც 2,077.0 ათასი ლარი შეადგინა, ხოლო საკუთარი სახსრებიდან გადახდილმა მიმდინარე საგადასახადო ვალდებულებებმა 347.6 ათასი ლარი შეადგინა.

ფინანსურმა ბლოკმა, დანერგილი ფინანსური პოლიტიკის შედეგად, 2014 წელს გააგრძელა ბიუჯეტის დეტალური დაგეგმვა, ყოველდღიური და ყოველთვიური კონტროლი გასაწევ თუ განუელი ხარჯების შესახებ, მიმდინარე საგადასახადო ვალდებულებების პირნათლად შესრულება, მიმდინარე ვალდებულებების დროული შესრულება და დაგროვილი დავალიანების გადახდა, ფინანსური რესურსების მაქსიმალურად ეფექტიანი მართვა და ფინანსური ოპერაციების სრულ შესაბამისობაში მოყვანა მარეგულირებელ ნორმებთან.

*იხილეთ ინფორმაცია გადახდილი დავალიანებებისა და ბიუჯეტში შეტანილი თანხების შესახებ*

ხარჯის ტიპი	თანხა (ლარში)
სულ გადახდილი გადასახდელები	6,995,227

აქედან მიმდინარე საგადასახადო ვალდებულებების დაფარვის მიზნით გადახდილია: (ლარში)	
დღგ	334,543
უკუდაბეგვრის დღგ	921,256
არარეზიდენტის საშემოსავლო გადასახდი	744,587
მოგების გადასახდი	29,884
მიწის გადასახდი	16,691
<b>სულ</b>	<b>2,047,221</b>

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

2014 წელს სახელმწიფო ასიგნების ფარგლებში მაუწყებლისთვის გამოყოფილმა ბიუჯეტმა 32,300.0 ათასი ლარი შეადგინა. წლის მანძილზე ასევე მოხდა 267.0 ათასი ლარის გამოყოფა სარეზერვო ფონდიდან 26 მაისის ღონისძიების დასაფინანსებლად.





აღნიშნული თანხიდან ჯამურად გაიხარჯა 194.0 ათასი ლარი, ხოლო მაუწყებლის მიერ განეული ეკონომიის შედეგად, სარეზერვო ფონდიდან გამოყოფილი თანხიდან, მაუწყებელმა ბიუჯეტში უკან დააბრუნა 74.0 ათასი ლარი 2014 წლის განმავლობაში სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში მაუწყებლის მიერ ჯამურმა განეულმა საკასო ხარჯმა 32,492.8 ათასი ლარიშეადგინა.

აღნიშნული თანხა მოხმარდა შემდეგი სახის ხარჯების დაფარვას:

2014 წლის განმავლობაში განეული საკასო ხარჯები

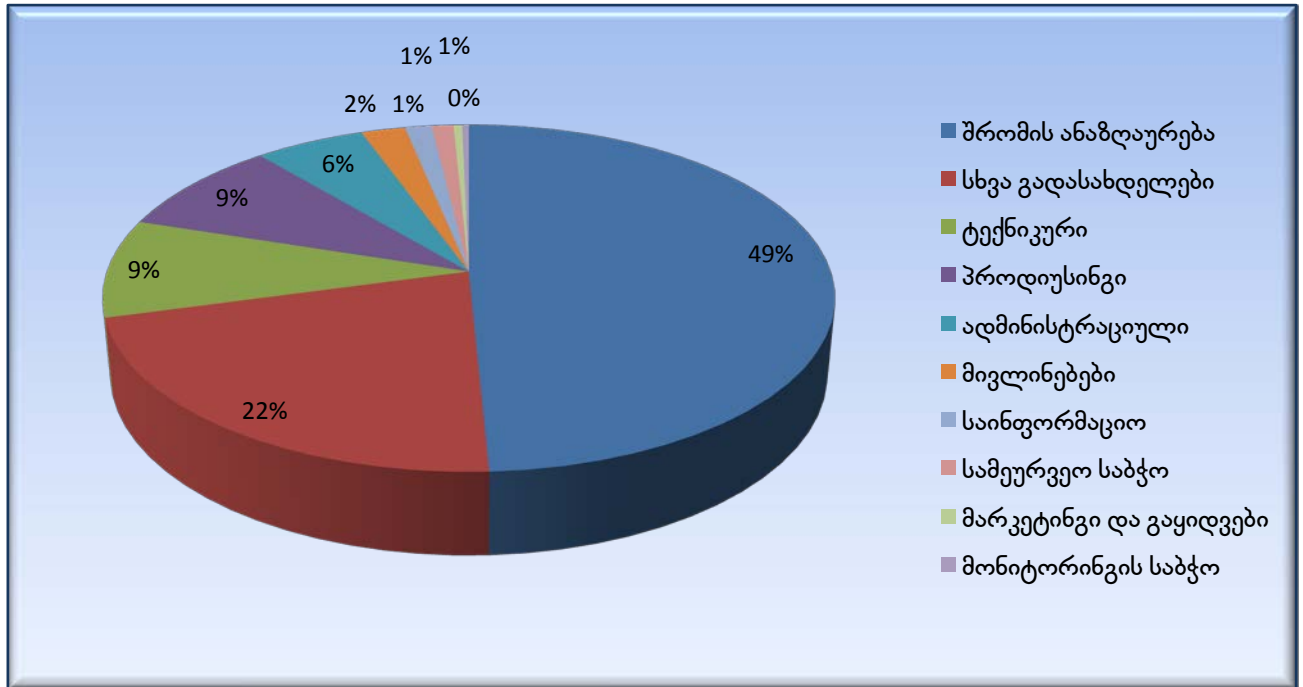
ხარჯის ჯგუფები	თანხა (ლარი)
შრომისანაზღაურება	15,998,438
მივლინებები	731,248
სამეურვეოსაბჯო	361,251
მონიტორინგის საბჯო	111,042
ადმინისტრაციული ხარჯი	1,827,901
მარკეტინგიდაგაყიდვები	141,991
პროდიუსინგი	2,892,384
საინფორმაციოსამსახური	445,392
ტექნიკური ხარჯი	2,987,902
სხვაგადასახდელები	6,995,227
<b>სულ</b>	<b>32,492,775</b>

იხილეთ 2014 წელს სარეზერვო ფონდებიდან გამოყოფილი თანხების მიზნობრიობა, ხარჯვისა და დაბრუნებული თანხების მოცულობა

მიზნობრიობა	გამოყოფილი	გახარჯული	ბიუჯეტისთვის დაბრუნებული თანხა
26 მაისისადმიძღვნილილონისძიებისგაშუქება	267,000	193,965	73,034
<b>ჯამი</b>	<b>267,000</b>	<b>193,965</b>	<b>73,034</b>

სახელმწიფო ბიუჯეტიდან გამოყოფილი თანხის 49.2% მოხმარდა შრომის ანაზღაურებას, 21.5% მოხმარდა სხვა გადასახდელების დაფარვას, ტექნიკური სახის ხარჯებზე განეულმა ფულადმა სახსრებმა შეადგინა 9.2%, ხოლო პროდიუსინგზე განეულმა დანახარჯმა შეადგინა 8.9%. ხოლო დანაჩენი 11.1% მოხმარდა სხვა ადმინისტრაციულ, სამივლინებო, მარკეტინგულ, საინფორმაციო, სამეურვეო და მონიტორინგის საბჯოზე განეულ ხარჯებს.

მაუწყებლის მიერ სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში განეული საკასო ხარჯები (2014 წელი)



### პროგრამის ანაზღაურება და სამივლინებო ხარჯები

მაუწყებლის მიერ 2014 წლის განმავლობაში სახელმწიფო ასიგნების ფარგლებში პროგრამის ანაზღაურების სახით განეული ხარჯმა შეადგინა 15,998.4 ათასი ლარი. სამივლინებო მუხლიდან ხარჯმა 2014 წელს ჯამურად 731.2 ათასმა ლარმა შეადგინა. აღნიშნული მოცულობიდან უმსხვილესო წილი 674.5 ათასი ლარი - რაც 92%-ია სამივლინებო მუხლიდან განეული ხარჯის- მოხმარდა სხვადასხვა გადაცემების, პროგრამებისა თუ ტელეტრანსლიაციებს შექმნას.

### ადმინისტრაციული ხარჯი



2014 წელს სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“-ს სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში განუღებო ადმინისტრაციულმა ხარჯმა შეადგინა 1,827.9 ათასი ლარი. უნდა აღინიშნოს, რომ იგი მთლიანი ხარჯის 5.6% შეადგენს.

*იხილეთ 2014 წლის განმავლობაში განუღებული ადმინისტრაციული ხარჯების ტიპები*

ადმინისტრაციული ხარჯი	თანხა (ლარი)	% წილი ჯამური ხარჯიდან
კომუნალური ხარჯები	467,217	25.56%
სანვაგ-საპოხი მასალები	382,155	20.91%
დაცვის ხარჯი	334,600	18.31%
კავშირგაბმულობა	192,144	10.51%
ტრანსპორტის შენახვა/შეკეთება	121,637	6.65%
თანამშრომელთა დაზღვევის ხარჯი	98,093	5.37%
შენობის დასუფთავება	79,000	4.32%
აუდიტორული მომსახურება	49,560	2.71%
მცირეფასიანი საოფისე ტექნიკა	20,477	1.12%
სამშენებლო-სარემონტო სამუშაოები	19,171	1.05%
სხვა ადმინისტრაციული ხარჯები	63,844	3.49%
<b>სულ</b>	<b>1,827,900</b>	<b>100%</b>

### ტექნიკური ხარჯის მუხლი

ტექნიკურ ხარჯების მუხლში 2014 წელს ჯამურმა დანახარჯმა შეადგინა 2,987.9 ათასი ლარი. მოცემული თანხები ძირითადად მოხმარდა სიგნალის გავრცელების, სატელიტით მომსახურებასა და მოძრავი სატელიტური სადგურის ქირავნობას. აღნიშნული ტიპის მუხლებზე ჯამურად განუღებო ხარჯმა 2,123.8 ათასი ლარი შეადგინა, რაც 2014 წელს სახელმწიფო ასიგნებებიდან განუღებული მთლიანი ტექნიკური ხარჯის 71% შეადგენს.



2014 წლის განმავლობაში განეული ტექნიკური ხარჯების ტიპები

ტელერადიოცენტრი (სიგნალისგავრცელება)	1,260,000	42.2%
სატელიტისმომსახურება	512,932	17.2%
მოძრავი სატელევიზიო სადგური (PTS) -სიჯარა	350,900	11.7%
ვებმაუწყებლობადასტრინინგი	156,000	5.2%
კასეტებისადაელემენტებისშეძენა	138,970	4.7%
დაცვისსისტემებისშეძენამონტაჟი	104,291	3.5%
საოფისეტექნიკა	82,376	2.8%
ვიდეოაუდიოტექნიკისსათადარიგონაწილები	62,205	2.1%
ლიფტისშეძენა/მონტაჟი	61,350	2.1%
ელექტრომასალები	55,674	1.9%
კონდენციონერებისშეკეთება/შეძენა	39,874	1.3%
საკომუნიკაციოარხებისქირავნობა	33,433	1.1%
ნათურები, ფილტრები	30,945	1.0%
სერვერუმისმონაცობა	28,391	1.0%
სხვა	70,560	2.4%
<b>სულ</b>	<b>2,987,901</b>	<b>100%</b>

### პროდიუსინგის მუხლი

მაუწყებლის მიერ 2014 წელს პროდიუსინგზე განეული ხარჯის მოცულობამ 2,892.4 ათასი ლარი შეადგინა. აღნიშნულ მუხლში ხარჯის ძირითადი ნაწილი მოდის შემდეგი ტიპის მუხლებზე:

- სპორტული ლიცენზიების შესყიდვა - 1,435.1 ათასი ლარი
- სპორტულ ტრანსლიაციებისთვის სიგნალების გადმოგორება - 544.8 ათასი ლარი
- უცხოური მექანიკური პროდუქციის (ფილმები, სერიალები, ანიმაცია და აშ) შეძენა - 457.7 ათასი ლარი
- ევროვიზიის პროექტი - 233.3 ათასი ლარი

### სხვა გადასახდელები

სხვა გადასახდელების მუხლი მოიცავს 2014 წელს მაუწყებლის მიერ სხვადასხვა სახის მომსახურებიდან ან პროდუქტის მოწოდებიდან წინა წლებში წარმოქმნილი დაგროვილი დავალიანებების დაფარვისთვის განეულ დანახარჯებს, მიმდინარე საგადასახადო ვალდებულებების დაფარვას. ევროპის მაუწყებელთა კავშირის სანევროს გადასახადს. მათ შორის მნიშვნელოვან წილს მოიცავდა შემდეგი სახის კატეგორიები:

- ევროპის მაუწყებელთა კავშირი (EBU) დავალიანების დაფარვა – 3,383.8 ათასი ლარი
- სახელმწიფო სესხის დაფარვა და სესხის პროცენტი - 1,238.0 ათასი ლარი
- უკუდაბეგვრის დღგ - 921.3 ათასი ლარი
- დღგ - 334.5 ათასი ლარი
- სხვა მიმდინარე დავალიანებები - 506.0 ათასი ლარი
- ევროპის მაუწყებელთა კავშირი (EBU) სანევრო გადასახადი - 325.8 ათასი ლარი

2014 წელს მაუწყებლის მიერ სახელმწიფო ასიგნების თარგლებში სხვა გადასახდელებზე განეულმა ჯამურმა საკასო ხარჯმა შეადგინა 6,801.3 ათასი ლარი.

### ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლები და ხარჯები

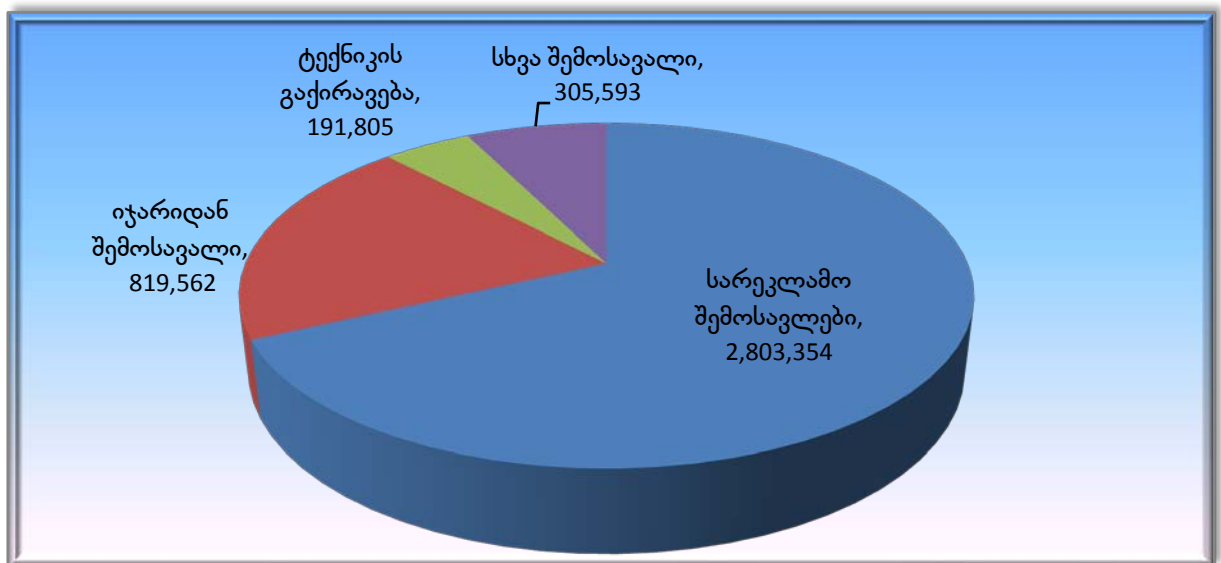
საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ეკონომიკური საქმიანობიდან აკუმულირებული ფულადი სახსრები გამოიყენება ორგანიზაციის ძირითადი საოპერაციო დანახარჯების დასაფარად.

ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლის ძირითად წყაროს წარმოადგენს:

- სპონსორობიდან/რეკლამიდან მიღებული შემოსავლები
- შემოსავლები იჯარიდან
- შემოსავალი ტექნიკის გაქირავებიდან
- სხვა შემოსავლები

2014 წლის განმავლობაში სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“-ს მიერ ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებულმა ჯამურმა ფულადმა შემოსავალმა შეადგინა 4,120.3 ათასი ლარი, რაც თითქმის 2 ჯერ აღემატება 2013 წლის განმავლობაში ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებულ შემოსავალს. გაყიდული სპონსორობიდან/რეკლამებიდან მიღებულმა შემოსავალმა შეადგინა 2,803.4 ათასი ლარი, რაც მაუწყებლის ისტორიაში საუკეთესო მაჩვენებელს წარმოადგენს. აღნიშნული ძირითადად განპირობებულია ფეხბურთში 2014 წლის მსოფლიო ჩემპიონატის ფაქტორით. გაზრდილია უძრავი ქონების გაქირავებდან მიღებული შემოსავლებიც, 2014 წელს აღნიშნული საქმიანობიდან შემოსავალმა 819.6 ათასი ლარი შეადგინა. ტექნიკის გაქირავებიდან შემოსავალმა 191.8 ათასი ლარი, ხოლო სხვა შემოსავლების მუხლიდან მიღებულმა შემოსავალმა 305.6 ათასი ლარი შეადგინა

2014 წელს მიღებული შემოსავლების დიაგრამა



მიუხედავად იმის, რომ 2014 წელს მნიშვნელოვნად გაიზარდა ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლები, მაუწყებლმა პარალელურად მოახერხა ხარჯების ოპტიმიზაცია. 2014 წელს საკუთარი სახსრებიდან გახარჯულმა ჯამურმა საკასო ხარჯმა შეადგინა 1,344.6 ათასი ლარი, რაც 640 ათასი ლარით ნაკლებია 2013 წელს განეულ ხარჯზე.

2014 წლის განმავლობაში ეკონომიკური საქმიანობიდან განეული ფულადი სახსრების გასავლის ცდხრილი

ხარჯის კატეგორია	თანხა (ლარიში)	წილობრივი კოეფ.
სხვაგადასახდელები	378,294	28.13%
პროდიუსინგის ხარჯები	310,988	23.13%
ადმინისტრაციული ხარჯები	207,664	15.44%
მივლინებები	149,935	11.15%
ტექნიკური ხარჯები	88,311	6.57%
სოციალური ზრუნველყოფა	81,687	6.08%
საინფორმაციო ხარჯები	76,585	5.70%
სხვა დანარჩენი ხარჯები	51,140	3.80%
<b>სულ</b>	<b>1,344,605</b>	<b>100.00%</b>

მსგავსად სახელმწიფო ასიგნებებიდან განეული ხარჯისა, აქაც დიდია სხვა გადასახდელების მუხლის ხარჯის წილი, რომელმაც 378.3 ათასი ლარი შეადგინა, რაც მთლიანი საკასო ხარჯის - 28.13%-ს შეადგენს. აღნიშნული მუხლიდან განეული ხარჯები ძირითადად მოიცავს:

- დამატებითი ღირებულების გადასახადს (დღგ) – 226.8 ათასი ლარი
- უკუდაბეგვრის დღგ - 95.8 ათასი ლარი

პროდიუსინგზე განეულმა ხარჯმა 311.0 ათასი ლარი შეადგინა, რაც მთლიანი ხარჯის 23.13%-ს მოიცავს. აღნიშნულ მუხლში ძირითადი წილი დანახარჯის მოდის შემდეგ ტიპის ხარჯებზე:

- „რადიო თავისუფალ ევროპაზე“ - გადაცემა წითელი ზონა- 114.5 ათასი ლარი
- უცხოური ფილმების შესყიდვა - 78.5 ათასი ლარი
- წყალბურთის ევროპის ჩემპიონატი - 31.0 ათასი ლარი
- ქართული ფილმების შეძენა - 20.0 ათასი ლარი

სხვა დანარჩენი ხარჯი მოიცავს მთლიანი ხარჯის 3.8%-ს და მასში შესულია ისეთი ხარჯები როგორცაა: პრომის ანაზღაურება, პრემია და მარკეტინგული ხარჯები.

ხარჯის კატეგორია	თანხა (ლარიში)
------------------	----------------





პრემია	25,082
მარკეტინგული ხარჯები	13,551
შრომის ანაზღაურება	12,507
<b>სულ</b>	<b>51,140</b>

2014 წლის დასაწყისში ფულადი სახსრების ნაშთი შეადგენდა 49.6 ათას ლარს. 2014 წლის განმავლობაში ხარჯების ობტიმიზაციისა და ფინანსური სახსრების ეფექტური მართვის შედეგად, წლის ბოლოს აკუმულირებულმა ნაშთმა 2,825.3 ათას ლარი შეადგინა, რაც მაუწყებლის ისტორიაში უპრეცედენტო შედეგია. მაუწყებელი აღნიშნულ ფულად სახსრებს მიმართავს ახალი პროდუქტების შესაქმნელად, საინვესტიციო თუ სხვა ტიპის პროექტების დასაფინანსებლად.

## განხილული საჩივრების რაოდენობა და შინაარსი

ინფორმაცია სსიპ “საზოგადოებრივ მაუწყებელში“ 2014 წლის განმავლობაში

განხილული საჩივრების რაოდენობისა და შინაარსის შესახებ

### ა) ადმინისტრაციული საჩივრების შესახებ

2014 წლის განმავლობაში სსიპ “საზოგადოებრივ მაუწყებელში“ საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით გათვალისწინებული ადმინისტრაციული საჩივარი არ შემოსულა.

### ბ) თვითრეგულირების ორგანოში 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.



2014 წლის განმავლობაში სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ თვითრეგულირების მექანიზმის ფარგლებში განხილული იქნა შემდეგი საჩივრები:

1.

სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ თვითრეგულირების ორგანოს 2014 წლის 24 აპრილს საჩივრით მიმართა არასამთავრობო ორგანიზაციებმა და ფიზიკურმა პირმა, იერუსალიმიდან წინასააღდგომო ცეცხლის გადმოსვლის ტრადიციის აღსანიშნავი ღონისძიების ტრანსლაციის პროცესში სასულიერო პირის მიერ გაკეთებული კომენტარებისას სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მხრიდან “მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის, მაუწყებელთა ქცევის კოდექსისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსის მოთხოვნების დარღვევების შესახებ.

საჩივარში აღნიშნული იყო, რომ რელიგიური რიტუალის კომენტარებისას, სასულიერო პირმა საქართველოს პარლამენტის მიერ პირველი მოსმენით მიღებულ ანტიდისკრიმინაციულ კანონზე ისაუბრა, რა დროსაც, ლგბტ პირების სექსუალური ორიენტაციის ნიშნით დისკრიმინაციას და მათი შეურაცხმყოფელი ტერმინებით მოხსენიებას ჰქონდა ადგილი. საჩივრის ავტორებმა განაცხადეს, რომ გადაცემის წამყვანი სასულიერო პირის განცხადებები ლგბტ პირების მიმართ სიძულვილის და შუღლის გაღვივებას უწყობს ხელს. აქედან გამომდინარე, საჩივრის ავტორებს მიაჩნდათ, რომ სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მიერ დარღვეულია “მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის 16(ა) მუხლი, მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის 17(2), 31-ე და 33(3) მუხლები, სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ ქცევის კოდექსის მე-15 მუხლი. შესაბამისად, მათ მოითხოვეს სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ თვითრეგულირების ორგანომ განიხილოს წარმოდგენილი საჩივარი და იმსჯელოს ქცევის კოდექსის ზემოთ ხსენებული მუხლების დარღვევის შემთხვევებზე. გარდა ამისა, მათ შესაბამისი რეკომენდაციით მიმართეს სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ ხელმძღვანელობას.

აღნიშნულ საჩივართან დაკავშირებით, სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ გენერალური დირექტორის მიერ 2014 წლის 22 მაისს მიღებული იქნა შესაბამისი გადაწყვეტილება, რომლითაც საჩივარი არ დაკმაყოფილდა.

არასამთავრობო ორგანიზაციების და ფიზიკური პირის მიერ აღნიშნულ გადაწყვეტილებაზე სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოში



(თვითრეგულირების სააპელაციო ორგანოში) წარდგენილი იქნა სააპელაციო საჩივარი. საჩივარში მხარეები აპელირებდნენ საზოგადოებრივი მაუწყებლის თვითრეგულირების ორგანოს მიერ გადაწყვეტილების მიღებისას “მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით“ გათვალისწინებული პროცედურების დარღვევასთან დაკავშირებით. გარდა ამისა, სააპელაციო საჩივარში აღნიშნული იყო, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი ფუნდამენტურად არასწორად განმარტავს საქმის არსს და სადავო ნორმების განხილვას პროფესიული ეთიკისა და საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებულების პრიზმის ნაცვლად, სამართლებრივ ჭრილში ახორციელებს. შესაბამისად, “მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის 16(ა) მუხლის, მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის 1-ლი, მე-4 და მე-17 მუხლების საფუძველზე, სააპელაციო საჩივრით არასამთავრობო ორგანიზაციებმა და ფიზიკურმა პირმა მოითხოვეს სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭომ გადახედოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის გენერალური დირექტორის 2014 წლის 22 მაისის გადაწყვეტილებას და შეისწავლოს 19 აპრილს, 13:00 საათზე, საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირდაპირ ეთერში იერუსალიმიდან წინასააღდგომო ცეცხლის გადმოსვლის ტრადიციის აღსანიშნავი ღონისძიების ტრანსლაციის დროს კომენტატორად მონვეული სასულიერო პირის განცხადების შესაბამისობა მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის მე-17, 31-ე და 33-ე მუხლებთან და სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ ქცევის კოდექსის მე-15 მუხლთან მიმართებაში. გარდა ამისა, სააპელაციო საჩივრის ავტორებმა ამ შემთხვევაშიც გარკვეული რეკომენდაციებით მიმართეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ადმინისტრაციას.

სააპელაციო საჩივართან დაკავშირებით სამეურვეო საბჭოს სხდომა ჩატარდა 2014 წლის 14 ივლისს. სამეურვეო საბჭომ გაიზიარა სააპელაციო საჩივრის ავტორთა მოსაზრება იმასთან დაკავშირებით, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის თვითრეგულირების ორგანოს მიერ საჩივრის განხილვა განხორციელდა მაუწყებლობის ქცევის კოდექსით დადგენილი პროცედურების დარღვევით, რადგან დაინტერესებული მხარეები არ იყვნენ მონვეული თვითრეგულირების ორგანოს/კომისიის სხდომაზე და არ მიეცათ საშუალება მონაწილეობა მიეღოთ საჩივრის განხილვაში. სხვა მხრივ, სამეურვეო საბჭოს უმრავლესობა არ დაეთანხმა სააპელაციო საჩივარში აღნიშნულ მოსაზრებებს იმასთან დაკავშირებით, რომ სასულიერო პირის მიერ გაკეთებული კომენტარი არ უნდა ყოფილიყო განხილული სამართლებრივ ჭრილში და მისი ანალიზი თვითრეგულირების ორგანოს არ უნდა



განხორციელებინა სიტყვისა და აზრის გამოხატვის თავისუფლებასთან დაკავშირებით შესაბამისი საკანონმდებლო ნორმებით დადგენილი რეგულაციების საფუძველზე. ამდენად, სამეურვეო საბჭოს 4 წევრმა გაიზიარა და დაეთანხმა ამ მხრივ საზოგადოებრივი მაუწყებლის გენერალური დირექტორის 2014 წლის 22 მაისის გადაწყვეტილებაში აღნიშნული დასაბუთებას და ჩათვალა, რომ სასულიერო პირმა, რომელმაც ფაქტიურად გამოხატა ეკლესიის პოზიცია და აზრი ანტიდისკრიმინაციული კანონის პროექტთან დაკავშირებით, არ შეიცავდა რაიმე სახის მოწოდებებს და არ აღვივებდა შულს და სიძულვილს საჩივარში აღნიშნული პირების მიმართ. სამეურვეო საბჭო 2 წევრმა: ქეთევან მსხილაძემ და ლელა გაფრინდაშვილმა არ გაიზიარა ზემოთ აღნიშნული არგუმენტები და მხარი არ დაუჭირა დანარჩენი საბჭოს წევრების მიერ მიღებულ გადაწყვეტილებას (ქეთევან მსხილაძის და ლელა გაფრინდაშვილის წერილობითი პოზიცირება წარმოდგენილ სააპელაციო საჩივრთან დაკავშირებით იხილეთ მაუწყებლის ვებ-გვერდზე: [www.gpb.ge](http://www.gpb.ge) - სამეურვეო საბჭოს გადაწყვეტილება N267 და მისი დანართი).

სააპელაციო საჩივარში მითითებულ რეკომენდაციებთან დაკავშირებით სამეურვეო საბჭომ აღნიშნა, რომ კანონით მინიჭებული უფლებამოსილების და კომპეტენციის ფარგლებში, სამეურვეო საბჭო შეეცდება მაქსიმალურად უზრუნველყოს ისეთი ღონისძიებების გატარება, რათა თავიდან იქნას აცილებული მსგავსი შინაარსის დავები.

ამდენად, სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოს გადაწყვეტილებით, სააპელაციო საჩივარი დაკმაყოფილდა ნაწილობრივ. კერძოდ, გაუქმდა სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ გენერალური დირექტორის 2014 წლის 22 მაისის გადაწყვეტილება პროცედურული დარღვევის გამო და მიღებული იქნა ახალი გადაწყვეტილება, რომლის თანახმად, 2014 წლის 19 აპრილს, სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ პირდაპირი ეთერით წინასააღდგომო ცეცხლის გადმოსვლის ტრადიციის აღსანიშნავი ღონისძიების ტრანსლაციის დროს სასულიერო პირის მიერ გაკეთებული კომენტარის პროცესში სამეურვეო საბჭოს მიერ არ იქნა დადგენილი მაუწყებლობის შესახებ კანონის 16(ა) მუხლის და მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის მე-17, 31-ე და 33(3) მუხლების, ასევე, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსის მე-15 მუხლის დარღვევა.



მოქმედი კანონმდებლობის თანახმად, სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოს (თვითრეგულირების სააპელაციო ორგანოს) გადანაცვეტილება საბოლოოა და გასაჩივრებას არ ექვემდებარება.

2.

2014 წლის 12 აგვისტოს, სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ თვითრეგულირების ორგანოს საჩივრით მიმართეს ფიზიკურმა პირებმა საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის ეთერში 2014 წლის 6 აგვისტოს საინფორმაციო პროგრამა “მოამბე“-ში გასულ სიუჟეტთან დაკავშირებით, რომელიც მშობლების მიერ მანქანაში 30 გრადუსიან სიცხეში დატოვებულ და ამის შედეგად გარდაცვლილ, 10 თვის ბავშვს ეხებოდა.

საჩივარში აღნიშნული იყო, რომ საინფორმაციო პროგრამა “მოამბის“ წამყვანის მიერ ინფორმაციის გადმოცემა დაიწყო ფრაზით - “ტრაგედია ამერიკის კანზასის შტატში. არატრადიციული ორიენტაციის წყვილს ათი თვის ქალიშვილი მანქანაში დარჩა...“. შესაბამისად, საჩივრის ავტორებმა განაცხადეს, რომ სიუჟეტში მშობლების სექსუალური ორიენტაციის აღნიშვნა არ იყო და ვერც იქნებოდა დაკავშირებული შინაარსობრივად მომხდარ ტრაგედიასთან, ადამიანის ქცევა, რომელიც სხვებისთვის ზიანის მომტანია, დამოკიდებულია მის ინდივიდუალურ მახასიათებლებზე და არა მისი პიროვნების რომელიმე მახასიათებელზე, მაგალითად ეთნიკურ წარმომავლობასა თუ სექსუალურ ორიენტაციაზე. საზოგადოებრივი არხის მაყურებლისთვის ინფორმაციის ამგვარად მიწოდება, კერძოდ, მშობლების არატრადიციულ ორიენტაციაზე მინიშნება დამდგარ ტრაგედიასთან დაკავშირებით, პირდაპირ ნიშნავს ლგბტ იდენტობის მქონე ადამიანების ჯგუფის ცუდ მშობლებად და ზოგადად, ცუდ ადამიანებად წარმოჩენის მცდელობას.

შესაბამისად, საჩივრის ავტორებმა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსის 15.9 და “მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 56(3) მუხლის თანახმად მოითხოვეს: 1) სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებელმა“ გამოიყენოს თვითრეგულირების მექანიზმი 2014 წლის 6 აგვისტოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის ეთერში გასულ გადაცემაში გაუღწერებული ფრაზის: “ტრაგედია ამერიკის კანზასის შტატში. არატრადიციული ორიენტაციის წყვილს ათი თვის





ქალიშვილი მანქანაში დარჩათ...“ გამო; და 2) “მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის და “საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსის“ მოთხოვნათა დარღვევასთან დაკავშირებით დაევალოს ადმინისტრაციას საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის შესაბამისი თანამშრომლების მიმართ დისციპლინარული ზომების გატარება და გადაცემის იმავე ფორმატით 2014 წლის 6 აგვისტოს გასულ გადაცემაში დაშვებული შეცდომის შესახებ ინფორმაციის გავრცელება.

წარმოდგენილ საჩივართან დაკავშირებით სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ გენერალური დირექტორის მიერ გადანაცვეტილება მიღებული იქნა 2014 წლის 2 სექტემბერს. გადანაცვეტილებაში აღინიშნა, რომ საინფორმაციო პროგრამა “მოამბე“-ში გასულ სიუჟეტში ჟურნალისტი, სხვადასხვა წყაროდან მოძიებული ინფორმაციის საფუძველზე მხოლოდ ფაქტის კონსტატირებას აკეთებს და აღნიშნავს, რომ ბავშვის მშობლები იყვნენ არატრადიციული ორიენტაციის პირები. შესაბამისად, ამ მხრივ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მხრიდან შეცდომის დაშვებას ადგილი არ ჰქონია, რაც თავისთავად გამორიცხავდა საჩივარში აღნიშნული მოთხოვნის დაკმაყოფილებას 2014 წლის 6 აგვისტოს საინფორმაციო პროგრამა “მოამბე“-ში დაშვებული შეცდომის შესახებ ინფორმაციის გავრცელებასთან დაკავშირებით. ასევე უსაფუძვლო იყო მოთხოვნა საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლების მიმართ დისციპლინარული ზომების გატარების შესახებ, რადგან, აღნიშნული საკითხი სცდება თვითრეგულირების მექანიზმის ფარგლებს და საჩივრის დაკმაყოფილების შემთხვევაშიც კი, მისი გადანაცვეტა მხოლოდ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ადმინისტრაციის დისკრეციულ უფლებამოსილებას წარმოადგენს. რაც შეეხება საკითხს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მხრიდან “მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 56(3) მუხლის დარღვევის შესახებ, არ იქნა გაზიარებული საჩივრის ავტორების მოსაზრება ამასთან დაკავშირებით, რადგან, ჟურნალისტის მხრიდან მხოლოდ ფაქტის კონსტატირება (რაც სრულად შეესაბამება როგორც “მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის, ასევე, მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის მოთხოვნებს), არ შეიძლება ჩაითვალოს მისი მხრიდან ისეთი ქმედების განხორციელებად, რომელიც კონკრეტულ შემთხვევაში შეიძლება მიმართული ყოფილიყო სექსუალური ორიენტაციის გამო პირის ან ჯგუფის შეურაცხყოფის ან დისკრიმინაციისკენ და ა.შ. მით უფრო, გათვალისწინებული იქნა ის გარემოება, რომ სხვა რაიმე სახის გამონათქვამებს სიუჟეტის კომენტარებისას ჟურნალისტის მხრიდან ადგილი არ ჰქონია.





ამდენად, სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ გენერალური დირექტორის 2014 წლის 2 სექტემბრის გადაწყვეტილებით, საჩივარი დაკმაყოფილდა ნაწილობრივ, კერძოდ, იმ ნაწილში, რომლითაც საჩივრის ავტორები “მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 56(3) მუხლის დარღვევასთან დაკავშირებით ითხოვდნენ თვითრეგულირების მექანიზმის გამოყენებას.

აღნიშნული გადაწყვეტილება სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოში (თვითრეგულირების სააპელაციო ორგანოში) არ გასაჩივრებულა.

## **საზოგადოებასთან ურთიერთობის და მარკეტინგის სამსახური**

### ***მარკეტინგის სამსახური***

მარკეტინგის სამსახური 2014 წლის განმავლობაში უზრუნველყოფდა სატელევიზიო ბაზრის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის და სხვა ტელეარხების გადაცემების მონიტორინგს და ანალიზს “people meters“-ების საშუალებით.

გადაცემები სპროდიუსერებს, ყოველდღიურად, თითოეული გადაცემის ეთერში გასვლის შემდეგ ეგზავნებოდათ სარეიტინგო მონაცემები.

მომზადდა პირველი არხისა და კონკურენტი არხების შედარებითი ანალიზი ბადის პროგრამირებისათვის. მიმდინარეობდა მუშაობა ბადეში გადაცემების განთავსების ეფექტური დროების დასადგენად. პროგრამირებისათვის და ბადის დასაგეგმად, ჩატარდა სხვადასხვა მიზნობრივი ჯგუფის ქცევის ანალიზი და მომზადდა რეპორტები.

ყველა საერთაშორისო პროექტზე სისტემატურად მზადდებოდა რეპორტი და ეგზავნებოდათ საერთაშორისო ორგანიზაციებს. ევროპის მაუწყებელთა კავშირის



წევრობა გვავალდებულებს ყველა საერთაშორისო პროექტის ჩვენების შემდეგ გავგზავნოთ სარეიტინგო მონაცემები.

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

მიმდინარეობდა სამუშაო შეხვედრები ახალი გადაცემების შემოქმედებით ჯგუფებთან („მშვიდობით იარაღო“, „კომუნიკატორი“).

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეთვალყურეო საბჭოს დაკვეთით, კომპანია „ვი-სი-თი“ ჩაატარა კვლევა საქართველოს მასშტაბით. კვლევის მიზანი საზოგადოებრივი მაუწყებლობის მიმართ საქართველოს მოსახლეობის დამოკიდებულების შესწავლა იყო. მარკეტინგის სამსახურმა მონაწილეობა მიიღო არსებული კითხვარის განხილვაში და წარმოადგინა თავისი კომენტარები.

ჩატარდა საქართველოს სატელევიზიო სივრცეში სარეკლამო ბაზრის მიმოხილვა:

- მედია ბაზრის ზოგადი მიმოხილვა
- საქართველოს სარეკლამო ბაზარზე არსებული ფასების ანალიზი
- სარეკლამო შეთავაზებების ანალიზი
- საანონსო სტრატეგიის განსაზღვრა

განალიზდა ყველაზე მსხვილი რეკლამის დამკვეთების სარეკლამო სტრატეგიები, საანონსო და სასპონსორო შეთავაზებები. ამ ანალიზის შედეგად განისაზღვრა საზოგადოებრივი მაუწყებლის საანონსო და სარეკლამო სტრატეგია. მომზადდა 2013–2014 წლის სარეიტინგო მონაცემების შედარებითი ანალიზი.

***საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური-საერთაშორისო ურთიერთობები:***



კოორდინაცია გაენიასაერთაშორისო პროექტე ვროვიზია 2014-ის და საბავშვო ევროვიზიის ფარგლებში პრესასთან და სხვადასხვა ორგანიზაციებთან კომუნიკაციას.

მნიშვნელოვან საკითხებთან დაკავშირებით საერთაშორისო ორგანიზაციებთან, საელჩოებთან, ევროპის ქვეყნების საზოგადოებრივ მაუწყებლებთან თანამშრომლობას, კონფერენციებზე, სემინარებზე დასწრებას და საერთაშორისო კონკურსებში საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროდუქციის გაგზავნას. ასევე მომზადდა მაუწყებლის გადამღები ჯგუფებისთვის საერთაშორისო ღონისძიებებზე დასასწრები აკრედიტაციები.

ორგანიზება გაენია საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლების საერთაშორისო ტრენინგებში მონაწილეობას.

დაიგეგმა ევროპელ მაუწყებელთა კავშირის წარმომადგენლების ვიზიტები, რომლის ფარგლებშიც გაიმართა შეხვედრები საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტთან სტრატეგიის დოკუმენტის შემუშავების მიზნით. განხორციელდა შეხვედრები სამეურვეო საბჭოსთან, აჭარის ტელევიზიასთან და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან.

პერმანენტულად იმართებოდა შეხვედრები საერთაშორისო ორგანიზაციებთან სხვადასხვა საკითხებზე, ასევე კოორდინაცია ეწეოდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის გენერალური დირექტორის შეხვედრებს ამ ორგანიზაციების პირველ პირებთან.

### **წერილები დამოქალაქებთან შეხვედრა**

2014 წლის განმავლობაში ტელევიზიასთან რამდენიმე აქცია გაიმართა.

1. ემიგრაციიდან დაბრუნებული ადამიანები უყურადღებობაში და თანხების არამიზნობრივ ხარჯვაში ადანაშაულებენ შესაბამის სამსახურებს. 2 იენისს- „რეალურ სივრცეში“-განიხილეს აღნიშნული პრობლემები.

2. სოციალურად დაუცველი ადამიანების აქცია.

სოციალურად დაუცველ ადამიანებს კუთვნილი დახმარება აბსურდული მიზეზებით მოუხსნეს (აქციის მონაწილეები სოციალურ მუშაკებს ადანაშაულებდნენ, განსაკუთრებით რეგიონებში) ისინი მოითხოვდნენ საარსებო მინიმუმის თანაბარი თანხის დანიშვნას. სოციალური თემატიკით დაინტერესებულმა უყრნალისტებმა

აღნიშნული პრობლემა რამდენჯერმე გააშუქეს საინფორმაციო გამოშვებაში და მეორე არხის გადაცემაში „არგუმენტების დრო“.

3. იპოთეკით დაზარალებულების აქცია. მათში ტელევიზიასთან რამდენიმე მრავალრიცხოვანი აქცია გაიმართა. შეკრებილები ჟურნალისტურ გამოძიებას მოითხოვდნენ. 30 მაისს გადაცემაში-„რეალური სივრცე“ აღნიშნული თემა განიხილეს. სოციალური პრობლემებით უკმაყოფილო დევნილების ნაწილი საზოგადოებრივ მაუწყებელთან და ლტოლვილთა და განსახლების სამინისტროსთან მართავდა აქციებს. სილატაკეში მცხოვრები დევნილები მაუწყებლისგან მათი მდგომარეობის ჟურნალისტურ გამოძიებას ითხოვდნენ (პოსტტრაავმული სტრესებით გამოწვეული ჯანმრთელობის პრობლემები, ადამიანური და ტერიტორიული დანაკლისი, იდენტობის კრიზისი-22 წლიანი დევნილობა).
4. ქალთა მიმართ ძალადობის და მკვლევლობების თემის გაშუქების თხოვნით მოგვმართა რამდენიმე მოქალაქემ, ისინი სპეციალური სიუჟეტების გაკეთებას მოითხოვდნენ (ფსიქოლოგიური, ეკონომიკური, სექსუალური, ფიზიკური ძალადობა, გენდერული თანასწორობის და ქალთა როლის გაძლიერება).
5. პენიტენციალურ სისტემაში დაგროვილი პრობლემები (ყოფილი მსჯავრდებულების დასაქმების პრობლემები, ნასამართლეობის სტიგმა).
6. საყოველთაო დაზღვევის პაკეტით და რეცეპტების შემოღებით უკმაყოფილო მოქალაქეები.
- 7.სოციალურად დაუცველი მოქალაქეების აქცია. აქციის მონაწილეები (ყოფილი ნევროლოგიის ინსტიტუტში მცხოვრები ოჯახები, ერისთავის #8-ში მცხოვრები ოჯახები, კარდეოლოგიის ინსტიტუტში თავმჯდომარეობის მოქალაქეები) მოითხოვდნენ სოციალურად დაუცველი ოჯახების სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის განსაზღვრის ახალი მექანიზმის შემუშავებას.

აღნიშნული თემები შეძლებისდაგვარად გაშუქდა საინფორმაციო პროგრამაში „მოამბე“, ასევე მეორე არხის პროგრამებში.

### პრესა

2014 წლის განმავლობაში მიმდინარეობდა საზოგადოებრივ მაუწყებელში ყოველდღიურად შემოსული ჟურნალ-გაზეთების მონიტორინგი.

საზოგადოებრივ მაუწყებელში და სატელევიზიო მედიაში არსებული ვითარების ამსახველი პუბლიკაციების სისტემატიზაცია და შესაბამისი სამსახურებისთვის გაცნობა.



შესრულდა 2014 წელს პრესასთან დაკავშირებული ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებები.

2014 წელს ბიბლიოფონდში დაცული ჩანაწერების საშუალებით, მაუწყებლის ონლაინ მუზეუმისთვის მომზადდა მასალები-საქართველოს რადიოს ლიტერატურული.

გადაცემების ციკლზე- „ქართული სალიტერატურო ენის სინამდისთვის“ (1979 წელი). ასევე მაუწყებლის ონლაინ-მუზეუმისთვის მომზადდა გურამ ასათიანის, გურამ რჩელიშვილის და გურამ თიკანაძის ჩანაწერთა კოლექციის აღწერილობა (როგორც ტელევიზიაში, ისე რადიოში). ამას გარდა მასალები მომზადდა-ანტონ კელენჯერიძემ, (საქართველოს კულტურის სამინისტროსთან არსებული რადიო კომიტეტის პირველი თავმჯდომარე -1947 წლიდან), ტელე და რადიო მაუწყებლობის განვითარების გზაზე, მის სახელთან დაკავშირებულ უმნიშვნელოვანეს ეტაპებზე.

### **2014 წელს მიღებული წერილების ძირითადი თემები:**

1. სადაზღვევო კომპანიების მიერ მოქალაქეთა უფლებების დარღვევა.
2. სამედიცინო დახმარების ჩასატარებლად მატერიალური დახმარების განცხადების თხოვნა. მორბენალი სტრიქონის საშუალებით 30 თხოვნა განთავსდა პირველი და მეორე არხის ეთერში.
3. სახელმწიფოს მიერ დევნილებისთვის გადასაცემი ბინების კორუფციული გარიგებებით გაყიდვა.
4. სამართლიანობის აღდგენის მოთხოვნა.

### **ღონისძიებები**

საზოგადოებრივი მაუწყებლის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური 2014 წლის განმავლობაში აქტიურად იყო ჩართული პირველი არხის ახალი გადაცემების პრომოუშენის პროცესში. მედიისთვის მზადდებოდა და იგზავნებოდა პრესრელიზები და თავსდებოდა სხვადასხვა ვებ-პორტალზე, სოციალურ ქსელში, ასევე დაიგეგმა და განხორციელდა პრომო აქტივობების ბაღე თითოეული ახალი გადაცემისთვის. მომზადდა გადაცემების პრომო-რგოლები და განთავსდა კინოთეატრ რუსთაველსა და ამირანში.



საზოგადოებრივი მაუწყებლის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის ორგანიზებით თანამშრომლების ნაწილმა GIPA-ში გაიარა მედია მარკეტინგის კურსი.

მარკეტინგის და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურების ორგანიზებით დაიბეჭდა ფეხბურთის 2014 წლის მსოფლიო ჩემპიონატის ბრენდირებული ატრიბუტიკა. ასევე დაიგეგმა და ორგანიზება გაენია 12 ივნისს ჩემპიონატის გახსნის ცერემონიას და საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფან კლუბის ჩართვებს კუს ტბიდან. სულ ორგანიზება გაენია 5 ჩართვას.

მარკეტინგის და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურების ორგანიზებით საზოგადოებრივი მაუწყებლის შენობაზე განთავსდა სარეკლამობურთი (ფიფას 2014 წლისმსოფლიოჩემპიონატისსარეკლამობანერი).

სარეკლამო ბურთის საზეიმო გახსნა 23 მაისს გაიმართა და მოამბის 20:00-საათიანი გამომშვების პირდაპირ ეთერში გადაიყა.

2014 წლისფეხბურთისმსოფლიოჩემპიონატის განმავლობაში პირველი არხის Facebook-ზე ყოველდღიურად რამდენიმე გათამაშება ტარდებოდა.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის შიდა პორტალ Infoletters-ზე გათამაშდა 2014 წლის მსოფლიო ჩემპიონატის პრიზები. გარდა ამისა პორტალზე თავსდებოდა მედიისთვის და მედიაზე გავრცელებული საინტერესო და საჭირო ინფორმაცია.

კოორდინაცია გაენია ექსკურსიებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დათავლიერების მსურველთათვის.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის და მარკეტინგის სამსახურმა ორგანიზება გაუწიეს ტელევიზიის პირველი ტელევიარსკვლავებისთვის სატელევიზიო ანძასთან სახელობითი ვარსკვლავების გახსნას. უანეტა არჩვაძისთვის, თენგიზ ნათაძისთვის და ნუგზარ ჯულელისთვის ვარსკვლავები მთაწმინდის პარკში გაიხსნა.

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა განახორციელა სოციალური კამპანია „ქალი არ არის სამიზნე“. კამპანია მიმართული იყო ქალთა მიმართ განხორციელებულ ყველა სახის ძალადობის წინააღმდეგ და აღნიშნული თემა მაუწყებლის არხების ეთერში აქტიურად შუქდებოდა. წამყვანების მონაწილეობით მომზადდა ვიდეორგოლები, რომლებიც განთავსდა სატელევიზიო ეთერში, ასვე ონლაინ პლატფორმებზე, მათ შორის სოციალურქსელში.





### **მედიაპარტნიორობა**

2014 წლის განმავლობაში საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა მედიაპარტნიორობა გაუწია სხვადასხვა სფეროს 30-ზე მეტ ღონისძიებას.

### **მივლინებები**

6 თვის განმავლობაში მომზადდა 403 სამივლინებო განაცხადი, აქედან 820 სასტუმროს ნომრის, 81 ავიაბილეთის, 16 მატარებლის ბილეთის დაჯავშნა/შეძენა, საზოგადოებრივი მაუწყებლის 11 თანამშრომლისთვის და ევროვიზიის საერთაშორისო სიმღერის კონკურსზე საქართველოს დელეგაციის წევრების (32 ადამიანი)შენგენის ვიზის მისაღებად საკონსულოში ვიზიტის დაგეგმვა, საბუთების მოგროვება, ანკეტის შევსება, სატელეფონო ლიმიტების განსაზღვრა მივლინების დროს. ფინანსური სამსახურისთვის მომზადდა 26 მოხსენებითი ბარათი და მიღება-ჩაბარების აქტი, ტურისტული სააგენტოების მიერ გაწეულ მომსახურებაზე.

### **მიმდინარე და სამომავლო პროგრამათა განრიგი:**

2013-2014 წლების სეზონში ეთერში გავიდა რამდენიმე ახალი პროექტი. მეყურებელთა ინტერესი და პოზიტიური შეფასება დაიმსახურა ახალმა თოქ-შოუმ „რეალური სივრცე“. გადაცემამ შეავსო მთელ ქართულ ტელევიზორებში არსებული ნიშა სოციალურ საკითხებზე პროფესიული და არანგაუირობელი მსჯელობის.

ყოველ სამუშაო დღეს პირველ არხზე გადის ინტერნეტში ინტეგრირებული სატელევიზიო ინტერაქტიური თოქ შოუ „კომუნიკატორი“. ეს არის უნივერსალური მედია პლატფორმა, რომელიც საშუალებას აძლევს მაყურებელს და მომხმარებელს გამოხატოს და იმსჯელოს მთავის მნიშვნელოვან საკითხზე. ქართულ ტელევიზორებში „კომუნიკატორის“ ინოვაცია იმაში მდგომარეობს, რომ პროექტი სატელევიზიო და ინტერნეტმაუწყებლობის სრულფასოვან ჰიბრიდს წარმოადგენს.

მაუწყებლის დადებითი შეფასება დაიმსახურა, ასევე, ტელეგადაცემამ „სიტყვების თამაში“.

ყოველ კვირა დღეს ღამის ეთერში გადის ახალი გადაცემა „მშვიდობით იარაღი“.

დღევანდელ სატელევიზიო ბაზარზე მხოლოდ საზოგადოებრივი მაუწყებელი ქმნის ტელედოკუმენტალისტიკის უანრის პროდუქციას. დოკუმენტური ფილმების სტუდიის პროდუქციას აქვს საერთაშორისო აღიარება და მონონებით სარგებლობს მაყურებელშიც. სტუდია გეგმავს უფრო გააძლიეროს ტელედოკუმენტალისტიკის მიმართულება.



თოქ-შოუ „პირველი სტუდია“ არის კვირის ყველაზე მნიშვნელოვანი მოვლენების შემაჯამებელი პოლიტიკური თოქ-შოუ, რომელიც საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის ეთერშია ყოველ პარასკევს, 22 საათზე.

2014 წლის იანვრიდან სექტემბრამდე გადაცემა პირდაპირ ეთერში იყო კვირაში ორჯერ - ოთხშაბათსა და პარასკევს. ოთხშაბათობით გადაცემაში წარმოდგენილი იყვნენ მხოლოდ მთავარ მოვლენებთან დაკავშირებული სტუმრები, პარასკევობით კი თოქ-შოუს ფორმატი ითვალისწინებდა ფართო აუდიტორიის მონაწილეობას და



ახალი სეზონიდან (2014 წლის სექტემბერი) სწორედ ამ ფორმატით აგრძელებს მუშაობას „პირველი სტუდია“ რომლის ავტორი და წამყვანია ეკა მიშველაძე.

კვირის შემაჯამებელ გადაცემაში აქტიურადაა ჩართული აუდიტორია, რომელიც მთავარ სტუმრებთან ერთად მონაწილეობს დისკუსიაში, სვამს შეკითხვებს და განსაზღვრავს თოქ-შოუში მრავალმხრივი პოზიციების წარმოდგენას. მაყურებელს საშუალება აქვს

ყველაზე მნიშვნელოვანი მოვლენების განხილვაში უშუალოდ მიიღოს მონაწილეობა.

თოქ-შოუ „პირველ სტუდიაში“ წარმოდგენილია კვირის ყველაზე მნიშვნელოვანი და აქტუალური თემები. ხელისუფლების და ოპოზიციის წარმომადგენლების გარდა გადაცემაში მონაწილეობენ სხვადასხვა მიმართულების ექსპერტები, არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლები.

საანგარიშო პერიოდში პირველ სტუდიაში გაშუქდა როგორც საგარეო ისე საშინაო პოლიტიკის ყველა მნიშვნელოვანი საკითხი. მათ შორის: გახმაურებული საქმეების გამოძიება, ბრალდებები პოლიტიკურ დევნასთან დაკავშირებით და სამართლიანობის აღდგენასთან დაკავშირებული განცხადებები. რამდენჯერმე გაშუქდა უკრაინაში არსებული ვითარება და შედგა დისკუსია თუ რა გავლენა შეიძლება ქონდეს ამ პროცესებს საქართველოზე. რა არის საქართველოს მთავარი საშინაო და საგარეო გამოწვევები. თოქ-შოუში გაიმართა დისკუსია მუხროვანის ამბოხებასთან დაკავშირებით გავრცელებული კადრების გარშემო, რამდენიმე გადაცემა დაეთმო სოჭის ოლიმპიადაში საქართველოს მონაწილეობას, ამ თემაზე პოლიტიკოსების და სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლების მონაწილეობით შედგა მწვავე დებატებიც. გადაცემაში გაშუქდა ციხეებში არსებული ვითარება, მათ შორის გეგუთის ციხესთან გამართული აქციები და პატიმართა მოთხოვნები. ყოფილი პრემიერის ზურაბ ჟვანიას გარდაცვალებასთან დაკავშირებით პირველი სტუდიის მაყურებელს საშუალება ქონდა მოესმინა განსხვავებული შეფასება და პოზიციები. გაშუქდა ყოფილი მაღალჩინოსნების სასამართლო პროცესები, თვითმმართველობის არჩევნებისთვის მზადება და საარჩევნო კოდექსი, ყველა ის კანონპროექტი თუ ინიციატივა, რომელიც წარმოადგენდა მოსახლეობის ინტერესს. ცალკე გადაცემა დაეთმო მაუნცებლობის შესახებ კანონში ცვლილებებს, რომლის საფუძველზეც შეიქმნა საზოგადოებრივი მაუნცებლის ახალი სამეურვეო საბჭო.



თვითმმართველობის არჩევნების წინ „პირველი სტუდიის“ ეთერი დაეთმო არჩევნებში მონაწილე პარტიებს. გადაცემაში როგორც კვალიფიციურ, ისე არაკვალიფიციურ საარჩევნო სუბიექტებს საშუალება ქონდათ მოსახლეობისთვის გაეცნოთ საკუთარი პროგრამა.

საანგარიშო პერიოდში „პირველ სტუდიაში“ ასევე ვრცლად და არაერთხელ გაშუქდა საქართველოს ევროინტეგრაციის პროცესი, საქართველოს ყოფილი პრეზიდენტის სასამართლოში მონაწილეობის ფაქტი და მასთან დაკავშირებული პროცესები. სპეციალური გამოშვება დაეთმო ოკუპაციის კვირეულს. გაშუქდა საქართველოს პრემიერის აშშ-ში ვიზიტი და პრეზიდენტ ობამასთან შეხვედრა.

წლის მეორე ნახევარშიც თოქ-შოუს პირდაპირ ეთერში წარმოდგენილი იყო ყველა მნიშვნელოვანი საკითხი. მათ შორის: ევროსაბჭოს საპარლამენტო ასაბლეს რეზოლუცია, რუსეთთან ურთიერთობის პოლიტიკა, აფხაზეთის და ცხინვალის ანექსიის საფრთხე, უკრაინაში ქართველი ყოფილი მაღალჩინოსნების დანიშვნა და მისი გავლენა საქართველო-უკრაინის ურთიერთობებზე. ასოცირების ხელშეკრულების რატიფიცირება ევროპარლამენტის მიერ. ე.წ. მოსმენების შესახებ კანონი და პრეზიდენტის მიერ ვეტოს გამოყენება, მთავრობაში განხორციელებული საკადრო ცვლილებები, თავდაცვის მინისტრის გადაყენება და ამ ცვლილებებთან დაკავშირებული პოლიტიკური ვითარება, დედაქალაქში დაგეგმილი სადავო ინფრასტრუქტურული პროექტები და დისკუსია ამ თემებზე თბილისის მერის და საზოგადოების წარმომადგენლების მონაწილეობით, ქალთა მიმართ ძალადობის პრობლემას მიეძღვნა სპეციალური გადაცემა.

წლის განმავლობაში „პირველ სტუდიაში“ მიმდინარე პოლიტიკურ თემებზე არაერთხელ გაიმართა დეპატები ხელისუფლებისა და ოპოზიციის წარმომადგენლებს შორის. გადაცემის წამყვანის შეკითხვებს პასუხობდნენ როგორც სხვადასხვა სამინისტროს პირველი პირები და დეპუტატები, ასევე არასაპარლამენტო ოპოზიციის წარმომადგენლები, არასამთავრობო სექტორის წევრები და ექსპერტები. გადაცემის სტუმრებს შორის ასევე იყვნენ საქართველოს პრეზიდენტი, უცხოელი ელჩები და დიპლომატები, პირველ სტუდიაში ამ პერიოდში წარმოდგენილი იყო ყველა ის საკითხი, რომელიც აქტუალური იყო საზოგადოებისთვის.

„პირველი სტუდია“ მაყურებელს საშუალებას აძლევს მოისმინოს კვალიფიციური ანალიზი და შეფასებები, გაეცნოს ყველა მხარის პოზიციას და თავადაც აქტიურად იყოს

ჩართული იმ მოვლენებისა თუ გადაწყვეტილებების განხილვაში რაც მნიშვნელოვანია საზოგადოებისთვის.



### თოქ-შოუ „რეალური სივრცე“

საზოგადოებრივ-სოციალური თოქ-შოუს ფორმატი გულისხმობს სოციალური თემატიკის შემცველ გადაცემათა ციკლს, სადაც კონკრეტული ადამიანის ან ადამიანების ყოფითი პრობლემა ხდება განსჯის და დისკუსიის საგანი. ამ პრობლემასთან დაკავშირებული ყველა სუბიექტი იღებს გადაცემაში მონაწილეობას. პრობლემის გაშლა იწყება ერთი კონკრეტული მაგალითით, ერთი კონკრეტული ადამიანის პრობლემით და ხდება ამ პრობლემის განზოგადება. პროექტის მიზანია მოხდეს კონკრეტულიდან ზოგადისკენ სვლა და მოძიება პრობლემის იმ სათავის, საიდანაც იწყება ესა თუ ის რთული სოციალური პრობლემა. მსგავსი ფორმატის გადაცემა ქართულ ტელევიზორებში არ არის. მხოლოდ სოციალური შინაარსის საკითხის გამწვავების შემთხვევაში მიმართავდნენ პოლიტიკური თოქ-შოუები ამ ტიპის თემატიკას. ჩვენს მიერ შეთავაზებულ გადაცემაში კი ხშირად საუბარია ისეთ საზოგადოებრივ-სოციალურ თემებზე, რომლებიც აქტუალობას არ კარგავენ, რომლებიც პრობლემად რჩება საზოგადოებაში, მაგრამ მათ ხშირად იგინწყებს მედია, თუ რაიმე კონკრეტულმა ფაქტმა ან მოვლენამ არ გაამძაფრა საკითხი. (მაგ. ნარკომანია, ძალადობა ოჯახში, ყოფილი პატიმრების რეაბილიტაციის, ბავშვთა და ქალთა უფლებების, ეკოლოგიის საკითხები და ა.შ.).

საზოგადოების მხრივ სოციალურ თემაზე შექმნილ მსგავსი ფორმატის გადაცემას პოზიტიური შეფასება მოჰყვა.

უნდა აღინიშნოს, რომ გადაცემამ გაიჩინა თავისი ერთგული მაყურებელი და დაიმკვიდრა თავისი ნიშა ტელეზაზარზე.

გადაცემის ფორმატი ითვალისწინებს რეპორტაჟს, რასაც მოჰყვება საუბარი სპეციალურ სტუმრებთან და ხდება პრობლემის სხვადასხვა ჭრილში გაშლა.

წამყვანი - ნინო ზაუტაშვილი.



გადაცემა „ჩვენი დილა“

სარჩევი:

ზოგადიაღწერა
შინაარსობრივიმხარე
<ul style="list-style-type: none"> <li>• განახლებული მიმართულებები</li> <li>• პერიოდული (მოვლენითი) მიმართულებები</li> </ul>
ვიზუალურიმხარე
<ul style="list-style-type: none"> <li>• სტუდიისდეკორაციისგანახლება</li> <li>• დინამიური, მორბენალიდასტატიკურიპლაშკებისფორმირება</li> </ul>
Promotion
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promotion სოციალური მედიის საშუალებით</li> <li>• Promotion ტელემეუნწყებლობის საშუალებით</li> <li>• Cross Promotion</li> </ul>

ზოგადი აღწერა

"ჩვენი დილა" გასართობ-შემეცნებითი შოუა მთელი ოჯახისათვის, რომლის ფორმატშიც შერწყმულია სასარგებლო და საინტერესო ინფორმაცია,





კულტუროლოგიური, შემეცნებითი, ინფორმაციული, ინტერაქტიული, სოციალური, მუსიკალური, საბავშვო, სპორტული და გასართობი თემატიკის რუბრიკები.

ყოველ სამუშაო დღეს, 07:30 - დან 10:30 საათამდე "ჩვენი დილის" ეთერში პირველი არხის მაყურებელი ინფორმაციას და რჩევებს იღებს სხვადასხვა პროფესიის ადამიანებისგან: მსახიობებისგან, მუსიკოსებისგან, იურისტებისგან, ფსიქოლოგებისაგან, ექსპერტებისგან, კონსულტანტებისგან და სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლებისგან. გადაცემაში ინტეგრირებულია აქტუალური თემები, საავტორო რუბრიკები, ექსკლუზიური სიუჟეტები, საინტერესო ისტორიები, მუსიკა, ამინდი, ჰოროსკოპი. ყოველდღესტუდიაშიმოდის სხვადასხვაპროფესიის 2 ან მეტი სტუმარი.

**შინაარსობრივი მხარე**

**განახლებული მიმართულებები:**

**თქვენი უფლებები** - გადაცემის ეს სეგმენტი ორიენტირებულია საზოგადოების ინფორმირებულობაზე იურიდიული თემატიკის მიმართულებით. მაყურებელს საშუალება აქვს მიიღოს ინფორმაცია და რჩევები პროფესიონალი იურისტებისგან.

**სოციალური სივრცე** - მიმართულება განხილულია საქართველოში არსებული სოციალური თემატიკის პრობლემები/საკითხები. შესაბამისი დარგის ექსპერტები საჭირო რჩევებს აძლევენ მოსახლეობას მათთვის საინტერესო სოციალური პრობლემების/საკითხების მოგვარების მიზნით.

**ფსიქოლოგიური თემები** -

გადაცემისამანწილშისაზოგადოებაიღებსრჩევებსპროფესიონალიფსიქოლოგებისგან. სხვადასხვა აქტუალურიცხოვრებისეულისიტუაციებისშესახებსაზოგადოებისთვისაქტუალურთემებზე.

**„ევროპისდროით“** - 2014

წლისპირველკვარტალშიპროგრამასდაემატაახალირუბრიკა „ევროპისდროით“.

„ევროპის დროით“

საქართველოსმოსახლეობასესაუბრებასაქართველოსევროპულიინტეგრაციაზე.

რუბრიკა ყოველი თვის ყოველ მეორე პარასკევს გადის ეთერში. „ევროპის

დროით“ კონრადდენაუერისფონდისდასაქართველოსპარლამენტისევროპასთანინტე

გრაციისკომიტეტის მხარდაჭერით ხორციელდება და შემეცნებით ხასიათს ატარებს.



**ტელე პორტრეტი** - პორტრეტული ტიპის ინტერვიუში მაყურებელს საშუალება აქვს შეხვდეს მისთვის კარგად ნაცნობ და ნაკლებად ცნობილ ადამიანებს. მოისმინოს და გაიზიაროს საინტერესო ადამიანების ზოგადი ღირებულებები და ცხოვრებისეული გამოცდილება.

**მუსიკალური ბლოკი** - გადაცემას დაემატა მუსიკალური ბლოკი, რომელსაც უძღვებანამყვანი ლადო ტატიშვილი. პროგრამის ამ ნაწილში ლადო ტატიშვილი ყოველდღიურად მაყურებელს მოუთხრობს ამათუიმ მუსიკალური კომპოზიციისა თუ ავტორის შესახებ, საინტერესო ფაქტებსა და სიახლეებს. რუბრიკის სტუმრები დილიდან ზრუნავენ მაყურებლის განწყობის ამაღლებაზე.

**ამოუცნობი და საინტერესო მოვლენები** - გადაცემის ეს ნაწილი ეთმობა საქართველოსა და მსოფლიოში მიმდინარე და აღმოჩენილი საინტერესო და უცნაური მოვლენების და ფაქტების მაყურებლისთვის გაზიარებას.

**რჩევები** - გადაცემის ეს სეგმენტი ორიენტირებულია საზოგადოებას მისცეს საჭირო და სასარგებლო რჩევები სხვადასხვა მიმართულებით. რუბრიკის მთავარი ამოცანაა მაყურებელს მივანოდოთ ინფორმაცია ყველა იმ საკითხზე, რომელიც პასუხობს კითხვას - „ როგორ“?

**კულტურის ბლოკი** - „ჩვენი დილის“ ერთერთ პრიორიტეტულ ნაწილს კვლავ წარმოადგენს კულტურის სფეროს პოპულარიზაცია. ამ მიზნით გადაცემაში ყოველდღიურად კეთდება სიუჟეტები როგორც საქართველოში, ისე საქართველოს ფარგლებს გარეთ კულტურის სფეროს მნიშვნელოვანი მოვლენების შესახებ.

**სპორტის მიმოხილვა** - გადაცემაში ყოველდღიურად კეთდება სიუჟეტები როგორც საქართველოში, ისე საქართველოს ფარგლებს გარეთ სპორტის სფეროს მნიშვნელოვანი მოვლენების შესახებ.

**ხალხური მედიცინა** - მაყურებელი იღებს რჩევებს, ხალხური მეთოდებით მკურნალობის შესახებ.

**ბენდი**- გადაცემაში მოვახდინეთ ბენდის ინტეგრაცია. ბენდი დილიდან ზრუნავს 1 არხის მაყურებლის განწყობის ამაღლებაზე.

**საბავშვო ბლოკი** - წარმოდგენილია 12 წუთიანი მულტფილმის ჩვენებით.



**პერიოდული მიმართულებები:**

**საფეხბურთო მიმოხილვა** -2014 წლისმეორე კვარტალში ჩვენს დილას დაემატა რუბრიკა „საფეხბურთო მიმოხილვა“. მსოფლიო ჩემპიონატის ფარგლებში ურნალისტი ელენე ბილიხოძე მიმოვიხილავდა მსოფლიო ჩემპიონატს, თითოეული ტურის ყოველ მატჩს. მოწვეულ სტუმრებთან ერთად საუბრობა გასულ მაჩვენებელს და სამომავლო პროგნოზებზე.

**„ფორბსი წარმოგიდგინო“** - 2014 წლისპირველკვარტალშიდაიწყო და III კვარტალში დასრულდა რუბრიკა „ფორბსიწარმოგიდგინო“. ყოველორშაბათს, ოთხშაბათსდაპარასკევს „ჩვენიდილის“ ეთერშიგადაცემისწამყვანებიყველაზეგავლენიანიქართულიბიზნეს-გამოცემის „Forbes Georgia“ - სმასალებზედაყრდნობით,მაყურებელსანვდენინფორმაციასსაინტერესოადამიანებზე, იდეებსადატექნოლოგიებზე, რომლებიცცვლიანსამყაროს. ყოველი თვის ბოლო პარასკევს „Forbes Georgia“ -სწარმომადგენელისტუმრობსგადაცემას და წამყვანებთანერთადმაყურებელსუყვებოდაცალკეულიმწარმეების, ბიზნესმენებისადასხვაპროფესიისადამიანებისწარმატებისისტორიებს, რომლებიცმნიშვნელოვანკვალსტოვებენდაცვლიანსახელმწიფოსადასაზოგადოებისზე დს.

**ვიზუალური მხარე**

**სტუდიის დეკორაციის განახლება** -

განხორციელდა დილის სტუდიის დეკორაციის განახლების პროექტი.

**დინამიური, მორბენალი და სტატიკური პლაშკების ფორმირება** - მომზადდა და

ეთერში ჩაეშვა დინამიური პლაშკები საეთეროდ. დინამიურ პლაშკებზე განთავსებულია ინფორმაცია შემდეგი მიმართულებით:

- ეს დღე ისტორიაში
- უფასო, იურიდიული, ფსიქოლოგიური, სამედიცინო და აშ. ცხელი ხაზის საკონტაქტო ინფორმაცია
- მატარებლების, თვითმფრინავების განრგი
- სიუჟეტის/ სტუმრის საუბრის მოკლე ანოტაცია
- ჰოროსკოპი



- აფიშა

### Promotion

**Promotion სოციალური მედიის საშუალებით** - წლის განმავლობაში მნიშვნელოვნად გაიზარდა აქტივობების მაჩვენებელი სოცქსელში. ინტერნეტ მომხმარებელს საშუალება აქვს მიიღოს განახლებადი ინფორმაცია შემდეგი მიმართულებით:

- გადაცემის/ კონკრეტული სიუჟეტის ანონსი (ერთი დღით ადრე)
- გადაცემის/ კონკრეტული სიუჟეტის ანონსი (ეთერში გასვლამდე რამდენიმე საათით ადრე)
- გადაცემის სრული ვიდეო ვერსია
- გადაცემაში გასული სიუჟეტების ვიდეო ვერსია
- გადაცემაში მონვეული სტუმრების ვიდეო ვერსია

გადაცემის ფეისბუქის გვერდის საშუალებით მომხმარებელს საშუალება აქვს:

- ჩართოს ინტერაქტიული გამოკითხვებში
- დასვას კითხვები
- მოგვანოდოს მოსაზრებები/შენიშვნები

### **Promotion ტელემუწყებლობის საშუალებით** -

ყოველდღიურად ვამზადებთ გადაცემის ანონსს ძირითადი, საკვანძო თემების შესახებ მაყურებლის ინფორმირების მიზნით. ანონსი ერთი დღით ადრე, საღამოს 5 საათის შემდეგ მუდმივად ტრიალებს 1 არხის ეთერის პრაიმთაიმში.

**Cross Promotion** - Cross Promotion-ის გაძლიერების მიზნით დავინწყეთ აქტიური თანამშრომლობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველა ქვედანაყოფთან. მუდმივად ვაშუქებთ:

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის აქტივობებს
- 1 არხის სხვა გადაცემების/აქტივობებს.
- 2 არხის აქტივობებს
- საზოგადოებრივი რადიოს აქტივობებს



რუბრიკაში „პორტრეტი“ კვირაში ერთხელ ვიწვევთ საზოგადოებრივი  
მაუწყებლის წარმომადგენლებს ( წამყვანებს; მენეჯერებს და ა.შ.) მათი  
პოპულარიზაციის მიზნით

## გადაცემა „დღეს“

2014 წლის ივლისის ჩათვლით პირველი არხის ეთერში ყოველ სამუშაო დღეს 11:30-  
დან 14:00-მდე, გადიოდა პროგრამა „დღეს“.

პროგრამა ატარებდა შემეცნებით-გასართობ ხასიათს. პროექტი იყო  
მრავალწამყვანი და მრავალსეგმენტიანი. ყოველდღიურად პროგრამაში  
წამყვანები განიხილავდნენ 7 ძირითად მიმართულებას:

**ინფორმაციული** - აწვდიდნენ მაყურებელს ინფორმაციას მომხდარი მოვლენების  
(ძირითადად სოციალური) შესახებ;

**შემეცნებითი** - მაყურებელს პოპულარული ენით უხსნიდნენ კონკრეტული  
გადაწყვეტილებების, ახალი სოციალური ხასიათის კანონპროექტების თუ კანონების და  
ა.შ. მნიშვნელობას; **კულტურული** - განიხილებოდა იმ დღის მნიშვნელოვანი  
კულტურული მოვლენა; **სამედიცინო** - ყოველდღიურად ექიმი და წამყვანი მარი  
მალაზონია სტუმართან ერთად განიხილავდა კონკრეტულ დაავადებას;

**მუსიკალური** - წამყვანი ლაღო ტატიშვილი ყოველდღიურად მაყურებელს აწვდიდა  
ინფორმაციას ამა თუ იმ მუსიკალური კომპოზიციისა თუ ავტორის შესახებ,

**კულინარიული** - პროგრამის მსვლელობისას სტუდიაში მზადდებოდა დღის კერძი და  
მაყურებელი იღებდა არა მხოლოდ რეცეპტს მზარეულისაგან, არამედ ამომწურავ



ინფორმაციას ექიმისგან, იმ ინგრედიენტების შესახებ, რომელიც იმ კონკრეტული კერძის მომზადებისას გამოიყენებოდა.

**ინტერაქტიული** - წამყვანები პირდაპირი სატელეფონო ზარებითა თუ ინტერნეტის საშუალებით მუდმივ კავშირში იყვნენ გარესამყაროსთან, იქნებოდა ეს საძიებო სისტემა, ფორუმი თუ ფეისბუქი;

პროგრამაში ყოველდღიურად გადიოდა ორი თემატური სიუჟეტი - ერთი სამედიცინო, მეორე კი დღის მთავარი თემის შესახებ. ასევე გადაცემაში ინტეგრირებული იყო პირდაპირი ჩართვა მოვლენითი ღონისძიების შესახებ. პროგრამის ძირითადი ღერძი აგებული იყო აქტუალურ სოციალურ თემატიკაზე. პროექტმა სოციალური მიმართულება სწორედ 2014 წლის პირველი კვარტლიდან აიღო, რამაც მნიშვნელოვნად გაზარდა პროექტის ზოგადი რეიტინგი.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტის გადანყვეტილებით, პროგრამა 2014 წლის 1 აგვისტოს დაიხურა და მის ბაზაზე შეიქმნა დღის ეთერის ცალკეული გადაცემები.



პირადი ექიმი

**სარჩევი:**

ზოგადიალწერა
შინაარსობრივიმხარე
განახლებული მიმართულებები
ვიზუალურიმხარე
<ul style="list-style-type: none"> <li>• სტუდიისდეკორაციისგანახლება</li> </ul>
Promotion
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promotion სოციალური მედიის საშუალებით</li> </ul>





- Promotion ტელემუწყებლობის საშუალებით

### ზოგადი აღწერა

ყოველდღიურად ექიმიდანამყვანი მარი მალაზონია მონვეულს ტუმარებთან ერთად კონკრეტული დაავადებას განიხილავს. მაყურებელი პირდაპირ ეთერში იღებს კვალიფიციურის პეციალისტის კონსულტაციას კონკრეტულ ჩვილებზე და ისმენს ამათუი დაავადების შესახებ სრულყოფილ ინფორმაციას. 2014 წლის მეოთხე კვარტალში პროგრამა განახლებული სახით გავიდა ეთერში, როგორც დამოუკიდებელი გადაცემა.

### შინაარსობრივი მხარე

#### განახლებული მიმართულებები

- ყოველ ორშაბათს Skype-ს საშუალებით გადაცემაში ერთვებიან საქართველოს საზღვრებს გარეთ მომუშავე ექიმები, რომლებიც თავიან გამოცდილებას უზიარებენ მაყურებელს
- ყოველ სამშაბათს და ხუთშაბათს ეთერში გადის მაყურებლის მიერ გამოგზავნილი ვიდეო კითხვები, რომელსაც მონვეული სტუმრები პირდაპირ ეთერში პასუხობენ
- ყოველ ოთხშაბათს გადაცემაში მონვეულნი არიან სამედიცინო პროფილის სტუდენტები, რომლებიც საუბრობენ სხვადასხვა აქტუალურ თემებზე და სვამენ კითხვებს, რომელსაც მონვეული ექსპერტები/ექიმები პირდაპირ ეთერში პასუხობენ.
- ყოველ პარასკევს მარი მალაზონია მონვეულ სტუმრებთან ერთად აწყობს კონსილიუმს ერთ კონკრეტულ პრობლემასთან დაკავშირებით. კონკრეტული ექისი მომზადებულია სიუჟეტის სახით.

### ვიზუალური მხარე

**სტუდიის დეკორაციის განახლება** - განხორციელდა გადაცემის დეკორაციის განახლების პროექტი.

### Promotion

**Promotion სოციალური მედიის საშუალებით**- წლის განმავლობაში მნიშვნელოვნად გაიზარდა აქტივობების მაჩვენებელი სოციალურ ქსელში. ინტერნეტ მომხმარებელს საშუალება აქვს მიიღოს განახლებადი ინფორმაცია შემდეგი მიმართულებით:

- გადაცემის/ კონკრეტული სიუჟეტის ანონსი (ერთი დღით ადრე)
- გადაცემის/ კონკრეტული სიუჟეტის ანონსი (ეთერში გასვლამდე რამდენიმე საათით ადრე)
- გადაცემის სრული ვიდეო ვერსია
- გადაცემაში გასული სიუჟეტების ვიდეო ვერსია
- გადაცემაში მონაწილე სტუმრების ვიდეო ვერსია

გადაცემის ფეისბუქის გვერდის საშუალებით მომხმარებელს საშუალება აქვს:

- ჩაერთოს ინტერაქტიულ გამოკითხვებში
- დასვას კითხვები
- მოგვანოდოს მოსაზრებები/შენიშვნები

**Promotion ტელემაუწყებლობის საშუალებით** - ყოველდღიურად ვამზადებთ გადაცემის ანონსს ძირითადი, საკვანძო თემების შესახებ მაყურებლის ინფორმირები სმიზნით. ანონსი ერთი დღით ადრე, საღამოს 5 საათის შემდეგ მუდმივად ტრიალებს 1 არხი სეტერი სპრაიმ თაიმში.



გადაცემა „სადილის დრო“

სარჩევი:



ზოგადიაღწერა
ვიზუალური მხარე

- სტუდიის დეკორაციის ფორმირება

Promotion

- Promotion სოციალური მედიის საშუალებით
- Promotion ტელემუნიციაციების საშუალებით
- Cross Promotion

### ზოგადი აღწერა

კულინარიული შოუ პირველი არხის ეთერში, საინტერესო რჩევებით, ორიგინალური რეცეპტებით და ხალისიანი სტუმრებით ყოველ დღე სადილის დროს ხვდება მაყურებელს. მაყურებელი სწავლობს სადილის მომზადების ახალ მეთოდებს და იგებს საინტერესო ისტორიებს.

„სადილი სდრო“ ვახო კანდელაკთან ერთად ყველდღე, 12:30 საათზე გადის ეთერში.

### ვიზუალური მხარე

სტუდიის დეკორაციის ფორმირება - მომზადდა გადაცემის დეკორაცია. აღიჭურვა შესაბამისი ტექნიკით.

### Promotion

Promotion სოციალური მედიის საშუალებით- წლის განმავლობაში მნიშვნელოვნად გაიზარდა აქტივობების მაჩვენებლის სოციალურ ქსელში. ინტერნეტ მომხმარებელს საშუალება აქვს მიიღოს განახლებადი ინფორმაცია შემდეგი მიმართულებით:

- გადაცემის/ კონკრეტული სიუჟეტის ანონსი (ერთი დღით ადრე)
- გადაცემის/ კონკრეტული სიუჟეტის ანონსი (ეთერში გასვლამდე რამდენიმე საათით ადრე)
- გადაცემის სრული ვიდეო ვერსია
- გადაცემაში გასული სიუჟეტების ვიდეო ვერსია

• გადაცემაში მონვეული სტუმრების ვიდეო ვერსია  
გადაცემის ფეისბუქის გვერდის საშუალებით მომხმარებელს საშუალება აქვს:

- ჩაერთოს ინტერაქტიულ გამოკითხვებში
- დასვას კითხვები
- მოგვანოლოს მოსაზრებები/შენიშვნები

**Promotion ტელემუწყებლობის საშუალებით -**

ყოველდღიურად ვამზადებთ გადაცემის ანონსს ძირითადი, საკვანძო თემების შესახებ მაყურებლის ინფორმირების მიზნით. ანონსი ერთი დღით ადრე, საღამოს 5 საათის შემდეგ მუდმივად ტრიალებს 1 არხის ეთერის პრაიმთაიმში.

**Cross Promotion - Cross Promotion**-ის გაძლიერების მიზნით დავინწყეთ აქტიური თანამშრომლობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველა ქვედანაყოფთან. მუდმივად ვაშუქებთ:

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის აქტივობებს
- 1 არხის სხვა გადაცემების/აქტივობებს.
- 2 არხის აქტივობებს
- საზოგადოებრივი რადიოს აქტივობებს  
რუბრიკაში - „პორტრეტი“ კვირაში ერთხელ ვინვევთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის წარმომადგენლებს ( წამყვანებს; მენეჯერებს და აშ.) მათი პოპულარიზაციის მიზნით



გადაცემა „სამოთხის ვაშლები“

სარჩევი:



ზოგადიაღწერა
შინაარსობრივიმხარე
ვიზუალურიმხარე

- სტუდიისდეკორაციისგანახლება

Promotion

- Promotion სოციალური მედიის საშუალებით
- Promotion ტელემუწყებლობის საშუალებით
- Cross Promotion

### ზოგადი აღწერა

შემეცნებით-გასართობი ყოველდღიური პროგრამა - სამოთხის ვაშლების V სეზონი, ეთერში გადის ყოველ დღე 11:00 საათზე შაბათ-კვირის გარდა. პროგრამა შემეცნებით-საგანმანათლებლო ხასიათს ატარებს. „სამოთხის ვაშლების“ წამყვანები ნინო ზაუტაშვილი, ნინო კურატაშვილი, ნანა ფაჩუაშვილი და სალომე დადუნაშვილი სტუმრებთან ერთად, მსუბუქი იუმორით განიხილავდნენ და აფასებდნენ საზოგადოებისთვის ცნობილი ადამიანების მოღვაწეობის, პირადი ცხოვრების დეტალებს, ამა თუ იმ სოციალურ პრობლემატიკას.

2014 წლის იანვრიდან ივლისის ჩათვლით პროგრამამ, რომელიც V სეზონის განმავლობაში უცვლელი კონცეფციით გადიოდა ეთერში, განიცადა ტრანსფორმაცია. 2014 წლის სექტემბრამდე, გადაცემა სამოთხის ვაშლების შემეცნებით-საგანმანათლებლო ყოველკვირეული პროგრამის სახით, ეთერში გადიოდა ყოველ კვირას 13:00-დან 14:00-მდე. ეს იყო პროექტი, რომელიც ეფუძნებოდა თოქ-შოუს პრინციპს. იყო მრავალ სტუმრიანი და ატარებდა შემეცნებით-საგანმანათლებლო ხასიათს. ქართული საავტორო კინოს ფენომენი, ლიტერატურული გმირები - გმირი და უგმირო დრო, თანამედროვე მუსიკალური მიმდინარეობები, 25 წელი 9 აპრილის



ტრადიციიდან და ა. შ. ეს არასრული ჩამონათვალია იმ თემებისა, რაც პროგრამაში განიხილებოდა. თუმცა ტელევიზიის მენეჯმენტის მოთხოვნით, 2014 წლის სექტემბრიდან კვლავ დაუბრუნდა ძველ კონცეფციას.

### შინაარსობრივი მხარე

მაყურებელი იღებს რჩევებს და იზიარებს გამოცდილებას სხვადასხვა ცხოვრებისეული სიტუაციების შესახებ საზოგადოებისთვის აქტუალურ თემებში.

მაყურებელს საშუალება აქვს შეხვდეს მისთვის კარგად ნაცნობ და ნაკლებად ცნობილ ადამიანებს. მოისმინოს და გაიზიაროს საინტერესო ადამიანების ზოგადი ღირებულებები და ცხოვრებისეული გამოცდილება.

ერთერთ პრიორიტეტულ ნაწილს კვლავ წარმოადგენს კულტურული და საგანმანათლებლო სფეროს პოპულარიზაცია. ამ მიზნით გადაცემაში მუდმივად ინტეგრირებულია კულტურული და საგანმანათლებლო სფეროში მიმდინარე მნიშვნელოვანი მოვლენები.

### ვიზუალური მხარე

#### სტუდიის დეკორაციის განახლება -

განხორციელდა დილის სტუდიის დეკორაციის განახლების პროექტი.

### Promotion

Promotion სოციალური მედიის საშუალებით- წლის განმავლობაში მნიშვნელოვნად გაიზარდა აქტივობების მაჩვენებელი სოცქსელში. ინტერნეტ მომხმარებელს საშუალება აქვს მიიღოს განახლებადი ინფორმაცია შემდეგი მიმართულებით:

- გადაცემის ანონსი (ერთი დღით ადრე)





- გადაცემის ანონსი (ეთერში გასვლამდე რამდენიმე საათით ადრე)
  - გადაცემის სრული ვიდეო ვერსია
  - გადაცემაში გასული სიუჟეტების ვიდეო ვერსია
  - გადაცემაში მონვეული სტუმრების ვიდეო ვერსია
- გადაცემის ფეისბუქის გვერდის საშუალებით მომხმარებელს საშუალება აქვს:

- ჩაერთოს ინტერაქტიულ გამოკითხვებში
- დასვას კითხვები
- მოგვანოლოს მოსაზრებები/შენიშვნები

**Promotion ტელემარშრუტების საშუალებით -**

ყოველდღიურად ვამზადებთ გადაცემის ანონსს მთავარი

სასაუბროთემების შესახებ მაყურებლის ინფორმირების მიზნით. ანონსი ერთი დღით ადრე, საღამოს 5 საათის შემდეგ მულტიმედია პორტალზე 1 არხის ეთერის პრაიმთაიმში.

**Cross Promotion - Cross Promotion**-ის გაძლიერების მიზნით დავინწყეთ აქტიური თანამშრომლობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველა ქვედანაყოფთან. მულტიმედია ვაშუქებთ:

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის აქტივობებს
- 1 არხის სხვა გადაცემების/აქტივობებს.
- 2 არხის აქტივობებს
- საზოგადოებრივი რადიოს აქტივობებს



**გადაცემა „ჩემი წიგნი“**

წამყვანი: რატი ამაღლობელი



დიდიბრიტანეთის საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროექტი, რომელსაც დიდი გამოხმაურება აქვს საზოგადოებაში დარომლის შესახებაც არხის მიმართ ყველაზე კრიტიკულად განწყობილი მოქალაქეებიც თანხმდებიან, რომ ეს სწორედ ის პროექტია, რატივის პროექტებიც უნდა იყოს საზოგადოებრივი მაუწყებელზე. პროექტის უმთავრესი მიზანია რისი მაცურებლის მობრუნება წიგნიერების კენ. განსაკუთრებით ახალგაზრდების. ამავდროულად, პროექტი კარგად აღწერს წიგნიერების დღევანდელ სახესაც.

გადაცემის შემოქმედებითმა ჯგუფმა ეთერში გასვლამდე რამდენიმე თვით ადრე დავიწყეთ წიგნების სამყაროში მოგზაურობა, რაც ითვალისწინებდა ქვეყანაში არსებული ყველა ლიტერატურულ პროცესში ჩართვას და პირიქით ხელოვნურ ბიძგებსაც ვაძლევდით, რომ მკითხველთა კლუბები შექმნილიყო. წინასწარ ვწერდით ინტერვიუს მაცურებლისთვის და მკითხველისთვის საინტერესო ადამიანებთან. გადაცემის წამყვანი - რატი ამალალობელი ხვდებოდა არსებულ და პოტენციურ მკითხველს რეგიონებში, რომლებსაც უხსნიდა და ესაუბრობოდა მათ როლზე ამ პროექტში, თუ როგორი მნიშვნელოვანი იყო თითოეული მათგანის ჩართულობა და აქტივობა.

### გადაცემა - „ყოჩაღების ქუჩაზე“

ორშაბათიდან პარასკევის ჩათვლით 08:05 წუთზე ქრონ: 20 წუთი და შაბათ-კვირას დილის 11:30 საათზე. ქრონ: 30 წუთი

ასაკობრივი ჯგუფი 3 დან 7 წლამდე



„ყოჩაღებისქუჩაზე“ საბავშვო, შემეცნებით-გასართობი გადაცემაა. გადაცემის წამყვანი კეთილი და მხიარული კაპიტანი გოგიჩაა. მასთან ყოველ დღით თავს იყრიან ყოჩაღები და კეთილ საქმეებს აკეთებენ, ეხმარებიან ბავშვებს, უფროსებს, ცდილობენ დაიცვან წესები, გაუფრთხილდნენ ბუნებას, ცხოველებს.

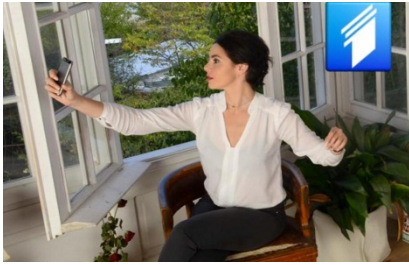
ყოჩაღების ქუჩას ყოველ შაბათ- კვირას სტუმრობენ, ყოჩაღების ერთგული მეგობრები, ისინი ბავშვებთან ერთად დროს მხიარულად ატარებენ.

თითოეული გადაცემა თემატურია.

გადაცემა შედგება რუბრიკებისაგან.

- 1.თამაშები (შემეცნებითი ან სპორტული)
2. ხელსაქმე
3. მუსიკალური ნომერი (თემატური - კოსტიუმირებული)
- 4.ანიმაციური გმირი მზეკატერინე საუბრობს ეკოლოგიურ თემებზე

საბავშვო საიტზე, სადაც კვირის განმავლობაში ბავშვები აგზავნიდნენ გადაცემაში მოცემულ დავალებას ნახატებს (თემატურს), ხოლო რომლის ნახატმაც ბევრი მონონება დაიმსახურა საჩუქარები გადაეცემა. პირველ ივნისს ბავშვთა დაცვის დღეს მუშტაიდის პარკში გაიმართა საქველმოქმედო-აქცია კონცერტი და ტელემაყურებელი ბავშვების მიერ გამოგზავნილი ნახატების გამოფენა გაყიდვა. შემოსული თანხა ლეიკემიით დაავადებულ ბავშვებს გადაეცათ.



## გადაცემა „მშვიდობით იარაღო“

პროექტი „მშვიდობით იარაღო“

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში გადასაცემი კვირადღეს, 22.00 საათზე, 2014 წლის 14 დეკემბრიდან.

პროექტის ავტორი დანამყვანი - ოლგა ბაბლუანი

პროექტის პირველი სეზონი ( 15 გადაცემა)

უკვე გადასაცემი საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში.

პროექტის მეორე სეზონი ჩანერის პროცესშია.

პროექტის კონცეფციით განსაზღვრული ფორმატის მიხედვით, წამყვანი, გადაცემაში მონაწილეობის მისაღებად, იწვევს ნებისმიერი პროფესიის, სოციალური ფენისა თუ ასაკის წარმომადგენელ საზოგადოების წევრებს. ადამიანები იკრიბებიან სტუმრად პროექტის წამყვანთან ვახშამზე და თავისუფალ ფორმატში, საუბრობენ ყველა იმ თემაზე, რომელიც მათთვის აქტუალური და საინტერესოა. შესაბამისად, განსჯისა და დისკუსიის საგანი, ასევე საინტერესოა ჩვენი საზოგადოების ნებისმიერი წარმომადგენლისათვის.

პროექტში მონაწილეობას იღებენ სტუდენტები, მედიცინის თანამშრომლები, ხელოვნების სფეროს წარმომადგენლები, პოლიტიკოსები, სოციალური სფეროს მუშაკები, სასულიერო პირები, მეხანძრე, მძღოლი, მევენახე, პედაგოგი, გიდი, ბიზნესმენი, მენეჯერი, მფრინავი და მრავალი სხვა.

გადაცემის სტუმრების შერჩევისას, აქცენტი კეთდება არა ამ ადამიანების ცნობადობაზე, არამედ მათ პროფესიონალიზმზე.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, პროექტის „მშვიდობით იარაღო“ სამიზნე ჯგუფი გახლავთ, ჩვენი საზოგადოების ის ნაწილი, რომლის სურვილია, ტელეეთერის საშუალებით, მოისმინოს ჩვეულებრივი ადამიანების მიერ გაჟღერებული მოსაზრებები არა დებატების, არამედ საუბრის ფორმატში.



### გადაცემა „ჩვენი ეზო“

თოქ-შოუ „ჩვენმა ეზო“-მ 2013 წლის 1 ოქტომბრიდან შეცვალა ფორმატი და გასულ წელს გადიოდა თვეში 4 ჯერ როგორც სრულყოფილი ფილმების ციკლი საქართველოში მცხოვრები სხვადასხვა ეთნიკური, რელიგიური ჯგუფების შესახებ. გადაცემას ჰყავს 2 წამყვანი -გიორგი გუგუშვილი და ქათევან ელიეშვილი. 2014 წელს შემოქმედმა ჯგუფმა მოამზადა ფილმები რომლებშიც იყო ასახული საქართველოში მცხოვრები დუხობორების, აზერბაიჯანელების და სხვა ნაციონალური თუ რელიგიური უმცირესობების ტრადიციები და დღესასწაულები. მომზადდა მსოფლიოში სახელგანთქმული კინორეჟისორის სერგო ფარაჯანოვის და სხვა წარმატებული არაქართული წარმოშობის ცნობილი ადამიანების შესახებ გადაცემები . სულ გასულ წელს „ჩვენი ეზოს“ მიერ მომზადებულია 40 ტელეგადაცემა.



### „ქართული ჯარი“

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველ არხის ეთერში 2014 წლის 1 იანვრიდან 2014 წლის 31 დეკემბრის ჩათვლით 52 გადაცემა გავიდა ეთერში (150-მდე სიუჟეტი, მათ შორის ვრცელი ინტერვიუები).



მიზანი: ინფორმირებულობის გაზრდა ქვეყნის უსაფრთხოებასთან, არმიის რეფორმის, ვეტერანთა პრობლემების, სამხედრო მოსამსახურეთა სოციალურ მდგომარეობასთან დაკავშირებით, ასევე საგარეო პოლიტიკის კუთხით, ევროკავშირსა და ნატოში ინტეგრაციის გზის შესახებ კონკრეტული ინფორმაციის მიწოდება, მათ შორის მისიების შესახებ როგორც ავღანეთში, ასევე აფრიკის კონტინენტზე (ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკა, მალი).

შინაარსობრივი და ვიზუალური მხარე

გადაცემისთვის, რომლის ქრონომეტრაჟიც 26 წუთია მზადდება 3 სიუჟეტი. შინაარსობრივად რეპორტაჟები მეტწილად ანალიტიკური ხასიათისაა, თუმცა შესაძლებელია მოვლეთიც დაემატოს (იგულისხმება საბრძოლო მოქმედებების განახლება ან დანყება რეგიონში). ასევე, გადაცემაში მაყურებელმა იხილა მნიშვნელოვანი პოლიტიკური, თუ სამხედრო პირებთან ჩანერილი ინტერვიუები, „პორტრეტები“, როგორც მოქმედი სამხედროების, ასევე გამორჩეული გმირების (პირველი რესპუბლიკის, თუ მანამდე პერიოდის) პორტრეტები, მიმდინარე სამხედრო წვრთნები, ახალი ტექნოლოგიები (ტექნიკა მაგ: ახალი ტექნიკა, ახალი ჯავშანსილეთები და ა.შ.), რეგიონური უსაფრთხოების მნიშვნელოვანი მხარეები.

მაყურებლის ასაკობრივი ჯგუფები: 13-დან -70 წლამდე (ძირითადად) მამაკაცები, პოტენციური რეზერვისტები, სამხედრო ძალები და (იგულისხმება შეიარაღებული ძალები (37000), შსს (40 000), გარდა ამისა - გასამხედროებული - მაგ: დაზვერვის დეპარტამენტი და ა.შ.), ვეტერანები (70 000) და მათი ოჯახის წევრები (პოტენციური მაყურებელი).

როგორც მოგვხსენებთ საქართველო რთულ გეოგრაფიულ და გეოპოლიტიკურ არეალში მდებარეობს. უკრაინის აღმოსავლეთში მიმდინარე საბრძოლო მოქმედებები, შეტაკებები ჩრდილოეთ კავკასიაში, აფხაზეთისა და ცხინვალის რეგიონის ოკუპაცია, სნაიპერული ომი ყარაბაღში, სასტიკი ბრძოლები სირიაში, ერაყსა და ავღანეთში, - ეს საქართველოს უსაფრთხოების გარემოს მხოლოდ მცირე ჩამონათვალია. ქართულ მედიასივრცეში „ქართული ჯარი“ ერთადერთი ვიდეო გადაცემაა, რომელიც კონკრეტულად უსაფრთხოების გარემოს ეხება.





**ნატოს თემატიკა გადაცემაში**

NATO – ს შესახებ გადაცემაში მომზადდა არაერთი რეპორტაჟი, მათ შორის ალიანსისა და საქართველოს დაახლოვების, გამონვევებისა თუ დღის წესრიგით გათვალისწინებული ეტაპების გაშუქების კუთხით.

**ISAF**

- განსაკუთრებული აქცენტი კეთდებოდა და კეთდება ნატოს მისიაზე ავღანეთში. ქართველები ავღანეთში: დღეს ბევრად მეტი ინფორმაციაა ხელმისაწვდომი მოქალაქეებისთვის ქართველი ჯარისკაცების მონაწილეობის შესახებ.
- ავღანეთში არსებული რთული ვითარების გათვალისწინებით, სირთულეს წარმოადგენს ადგილზე ჩასვლა და მუშაობა.
- თავდაცვის სამინისტროს დახმარებით გადაცემის შემოქმედებითი ჯგუფი იმყოფებოდა ჰელმანდის პროვინციაში.

**აისაფის ოპერაცია დასრულდა, თუმცა ქართველი ჯარისკაცები ავღანეთში რჩებიან**

- „ქართული ჯარი“ ყურადღებას უთმობდა „ISAF“ მისიის დასრულების და მტკიცე მხარდაჭერის მისიის დაწყების პროცესს,თუ რა როლი და ფუნქცია ექნებოდათ ქართველ ჯარისკაცებს.
- შექდებოდა ავღანური არმიის გადამზადების პროცესიც.
- მაყურებელი კვლავაც დაინტერესებული იქნება მიიღოს ახალი და საინტერესო ცნობები ავღანეთიდან.
- ამასთან, მედიის ყურადღების ცენტრში იყო ძირითადი ძალების გამოყვანის მარშრუტიც და შესაბამისი ბენეფიტებიც.

**ნატოს სწრაფი რეაგირების ძალები**

როგორც მოგეხსენებათ, 2015 წლიდან საქართველო მიუერთდა ჩრდილო-ატლანტიკური ალიანსის სწრაფი რეაგირების ძალებს. ქართული ქვედანაყოფის



მომზადებისა და წვრთნის ეტაპები შესაბამისად იყო „ქართული ჯარის“ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მისია.

ევროკავშირის მისიები

2014 წლის მაისიდან საქართველო ჩაერთო ევროკავშირის მისიაში, ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკაში. 3 წლიანი ომების ფონზე, ევროკავშირის რამდენიმე ქვეყნის სამხედროები (500 ჯარისკაცი) კონკრეტულ ამოცანას ასრულებენ. საქართველოდან გაიგზავნა ქვედანაყოფი. სამწუხაროდ გადაცემის შემოქმედებითი ჯგუფი ვერ მოხვდა ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკაში, თუმცა აქტიურად აშუქებდა ამ კონტინენტიდან მიღებულ მასალებს. შესაბამისად „ქართული ჯარი“ს მაყურებელს მიეწოდებოდა ინფორმაცია ამ მისიის შესახებ.



გადაცემა „ფერმა“

ქრონო - 26წთ.

დროის სეგმენტი - კვირა, 12:30

გადაცემის მიზანია მაყურებლის ინფორმირება აგრარულ სექტორში არსებულ სიახლეებზე, პრობლემებზე და მათი გადაჭრის გზებზე. გადაცემაში წარმოჩენილია ჩვეულებრივი გლეხი, თავისი ტრადიციული მეთოდებით და თანამედროვე ფერმერი, უახლესი ცოდნით და ახალი ტექნოლოგიებით შეიარაღებული. გადაცემის მიზანია, კონკრეტულმა სამიზნე ჯგუფმა მიიღოს საჭირო და სასარგებლო რჩევები- რა და როგორ აწარმოოს სოფლის მეურნეობის სხვადასხვა დარგში და ეს ცოდნა გამოიყენოს პრაქტიკაში.

სულ 2014 წელს ეთერში გავიდა 28 გადაცემა.



### გადაცემა „კომუნიკატორი“

თემატიკა: სოციუმი, ცხოვრების სტილი, პოპკულტურა

ხანგრძლივობა: 150 წუთი

სამუწყებლო პლატფორმა: 1 არხი და ინტერნეტ პორტალი

სიხშირე: კვირაში 5 გამოშვება

ეთერში გასვლის დრო: 17:00-19:30:00

პროექტის ავტორი და წამყვანი : სერგი გვარჯალაძე

### გადაცემის ანოტაცია

კომუნიკატორი არის ინტერნეტში ინტეგრირებული ყოველდღიური სატელევიზიო ინტერაქტიული თოქ-შოუ, რომელიც ეთერშია ყოველ სამუშაო დღეს.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში გადაცემა გრძელდება 150 წუთი და რამდენიმე მოდულისგან შედგება. ერთი წინადადებით რომ დავახასიათოთ, „კომუნიკატორი“ არის უნივერსალური მედია პლატფორმა, რომელიც საშუალებას აძლევს მაყურებელსა და მომხმარებელს გაახმაურონ და იმსჯელონ მათთვის მნიშვნელოვან, ამა თუ იმ აქტუალური თემების შესახებ და გამოხატონ თავიანთი პოზიცია ჩვენი რეალობის აქტუალურ საკითხებთან დაკავშირებით.

ქართულ ტელე-ეთერში „კომუნიკატორის“ ინოვაცია იმაში მდგომარეობს, რომ პროექტი სატელევიზიო და ინტერნეტ-მაუწყებლობის სრულფასოვან ჰიბრიდს



წარმოადგენს, რაც თანამედროვე უცხოური ინტერაქტიული სატელევიზიო პროექტების უკვე აპრობირებული სახეა (Huffpost Live, Дождь ТВ ).

ორსაათნახევრიანი საეთერო მაუწყებლობის გარდა, „კომუნიკატორი“ 24-საათიან რეჟიმშია, ჩართული ინტერნეტ სივრცეში (სპეციალურად აგებული სტუდია-სამუშაო სივრციდან) რომელიც ტელევიზიასთან ერთად, თანაბარი მნიშვნელობის რესურსია გადაცემის ფუნქციონირებისას. „კომუნიკატორის“ ინტერნეტ-პლატფორმიდან ხდება საეთერო თემების დამუშავება და კონტაქტი მაყურებელთან. გადაცემის დროს, სატელეფონოს გარდა, ყველა სხვა სახის კავშირი მაყურებელთან ხდება „კომუნიკატორის“ ინტერნეტ-პლატფორმის გავლით, საიდანაც ყველა მსურველს აქვს საშუალება გამოთქვას თავისი მოსაზრება პირდაპირ ეთერში პირდაპირ თავისი პერსონალური კომპიუტერიდან (ტელეფონიდან, პლანშეტიდან) ფეისბუკის, სკაიპის, გუგლისა და სხვა პოპულარული საკომუნიკაციო ინტერნეტ-სერვისების გამოყენებით.

### გადაცემის სტრუქტურა

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში გადაცემას უჭირავს 2.5 საათი (17:00-19:30) და იყოფა 5 ნახევარსაათიან ბლოკად, რომლებს შორისაც გათვალისწინებულია ახალი ამბების ერთნუთიანი ჩართვები.

მომზადებული თემები / ინტერაქცია მაყურებელთან: ყოველ გადაცემაში, 2 სხვადასხვა ბლოკში გადის ორი სიუჟეტი წინასწარ შერჩეულ თემებზე, რასაც მოყვება წამყვანებისა და სტუმრების დისკუსია სტუდიაში და მაყურებლის გამომხატვება თემასთან დაკავშირებით.

მიმდინარე მოვლენები / ინტერაქცია მაყურებელთან: გადაცემის დანარჩენ ბლოკებში ხდება აქტუალური თემების მიმოხილვა წამყვანების, მაყურებლისა (სატელეფონო/ინტერნეტ ჩართვებით) და სტუმრების მხრიდან.



ვიდეომასალა: ყველა ბლოკში გათვალისწინებულია სხვადასხვა სახის წინასწარ მომზადებული დაიჯესტური თუ სპონტანურად, საუბრის საილუსტრაციოდ გაშვებული ვიდეოგროლები თუ სხვა აუდიოვიზუალური მასალის გამოყენება შემდეგ თემებზე: ახალი ტექნოლოგიები, პოპკულტურა, ცხოვრების სტილი ა.შ

მუსიკა: ყველა გადაცემაში გამოიყენება “კომუნიკატორის” სტუდიაში სპეციალურად ჩანერილი სხვადასხვა ჟანრის შემსრულებლების ცოცხლად შესრულებული მუსიკალური ნომერები და მუსიკალური კლიპები.

**ხედვა და მისია**

„კომუნიკატორი“ ეწყობა სოციალური ტელევიზიის მედია-მოდელის მიხედვით, რომელიც ტელევიზიისა და ინტერნეტის 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.

„კომუნიკატორის“ ძირითადი მისიებია:

- **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 დანიშნულება. შესაბამისად, გადაცემა წარმოადგენს ინტერაქტიული ტელევიზიის არსებული მოდელების უფრო დახვეწილ, თანამედროვე ვერსიას.
- **ინფორმირებულობის გაზრდა**: ინფორმირებულობა „კომუნიკატორის“ კონტენტში გულისხმობს არა მხოლოდ საინფორმაციო ჩართვებს გადაცემის



ბლოკებში (ლოკალური და საერთაშორისო), არამედ თანამედროვე საზოგადოებრივი, ტექნოლოგიური, სოციო-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 დანიშნულებასთან.

- **არხის პროდუქციის კროსპრომოუშენი:** მედიუმის სპეციფიკიდან გამომდინარე, „კომუნიკატორი“ ასრულებს ასევე საზოგადოებრივი მაუწყებლის მაყურებელთან მაკავშირებლის დამატებით ფუნქციას, რომლის მიზანაც საზოგადოებრივი მაუწყებლის ამა თუ იმ პროდუქციის პრომოუშენი და, რაც მთავარია, ურთიერთკოლაბორაციაა. 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 მონოღებულია საზოგადოებაში პოლარიზაციის შემცირებისკენ. პლურალიზმისა და შემეცნებით ჭრილში, „კომუნიკატორის“ ერთ-ერთი პრიორიტეტია პროფესიონალური და ცოცხალი მუსიკის ხელშეწყობა და განვითარება პოპ, ხალხურ, კლასიკურ და სხვა ჟანრებში.

### სამიზნე აუდიტორია

გამომდინარე იქიდან, რომ „კომუნიკატორი“ ყოველდღიურად აშუქებს, როგორც მიმდინარე მოვლენებს, ასევე სპეციალურად დამუშავებულ აქტუალურ თემებს და ინტერაქციაში შედის ყველა ასაკის თუ სოციალური ჯგუფის წარმომადგენელთან, ის არ ექცევა ვიწრო სამიზნე კლასიფიკაციაში. გადაცემა ორიენტირებულია მაყურებლის მაქსიმალურად ფართო სპექტრზე, რომელიც მოიცავს 13+ აუდიტორიას.





„კომუნიკატორის“ ტექნიკური სქემაც ამ მიზანზეა ორიენტირებული, რადგან ის ორ - ტრადიციულ (სატელევიზიო) და თანამედროვე (ინტერნეტი) მედია მაუწყებლობის პლატფორმებს აერთიანებს, რითიც უზრუნველყოფს შესაძლო სამიზნე აუდიტორიის მაქსიმალურ დაფარვას.



**სატელევიზიო დოკუმენტალისტიკა** - საზოგადოებრივი მაუწყებელი დღევანდელ სატელევიზიო ბაზარზე ერთადერთია, რომელიც ქმნის ტელედოკუმენტალისტიკის უანრის პროდუქციას. მაყურებელს საშუალება აქვს ქართულ დოკუმენტურ ფილმს უყუროს სრულიად განსხვავებულ თემებზე. შესაძლებელია, კონკრეტულ დოკუმენტურ ფილმთან ან შერჩეულ თემასთან არსებობდეს გარკვეული პრეტენზია, მაგრამ თავისთავად მოვლენა, რომ ამ, ხერხდება მაყურებლისთვის ახალი ორიგინალური დოკუმენტური ფილმის შეთავაზება, აღნიშვნის ღირსია. წელს შექმნილი ფილმებიდან რამდენიმე წარდგენილი იყო ფესტივალებზეც. ახალ სეზონზე გადასაღები ფილმების დაგეგმვისას, გასათვალისწინებელია მნიშვნელოვანი მოვლენები, თარიღები და მნიშვნელოვანი ადამიანები, რომლებზეც შეიქმნება ფილმები. ანუ საჭიროა მეტი პუბლიცისტიკის ჩართვა ამ სტუდიის მიერ შექმნილ პროდუქციაში. რამდენადაც სამაუწყებლო მედიაში ტელედოკუმენტალისტიკა არის სამაუწყებლო ბადის ნაწილი, ის უპირობოდ უნდა მისდევდეს სატელევიზიო პუბლიცისტიკისთვის დამახასიათებელ სტრუქტურას და უმეტეს შემთხვევაში უნდა ეხმარებოდეს ყველა იმ მნიშვნელოვან მოვლენას, პრობლემას თუ საკითხს, რომელიც დროის კონკრეტულ მონაკვეთში არის საყურადღებო მაყურებლისთვის. ანუ სატელევიზიო დოკუმენტური ფილმი უნდა გახდეს იმ ჟურნალისტური პროდუქციის მნიშვნელოვანი ნაწილი, რომელიც იქმნება არხზე სხვა ჟურნალისტურ ნაწარმოებებთან ერთად.



სიტყვებისთამაში

წამყვანი: მარიკოებრალიძე

გადაცემის ეთერში გასვლის დრო:ორშაბათიდან-პარასკევისჩათვლით 19:30 საათზე

გასული გადაცემების რაოდენობა: 20 გადაცემა

„სიტყვებისთამაში“ ეს არის გასართობ-ინტელექტუალური შოუ, რომელშიც მონაწილეები ერთმანეთს სიტყვების შედგენაში ეჯიბრებიან. თუმცა, ეს არ არის თამაში, რომლის მოგებაც მხოლოდ მონაწილეების ინტელექტზეა დამოკიდებული. ეს არის შოუ, სადაც თითოთოეული სიტყვა ფულით ფასდება. ეს მოთამაშეებისგან დამატებით უნარებს მოითხოვს, თამაშს კი, კიდევ უფრო დაძაბულს, აზარტულსა და საინტერესოს ხდის.

გადაცემის მიზანია თამაშის დახმარებით მაყურებელს გაახსენოს მივიწყებული ქართული სიტყვები და პოპულარიზაცია გაუწიოს ქართულ ენას. შესაბამისად პროექტის კონსულტანტიაა. ჩიქობავას სახელობის ენათმეცნიერების ინსტიტუტი და თამაშის პროცესში აქტიურად არის ჩართული მათი წარმომადგენელი - ენათმეცნიერი, პროფესორი - თამარვაშაკიძე.

მოთამაშეების მთავარი მიზანია, რომ შეზღუდულ დროში, მოცემული ასობგერებით შეადგინონ მაღალქულიანი სიტყვა. თუმცა, მონაწილეებს არა მხოლოდ სიტყვის შედგენა, არამედ ტაქტიკური თამაშიც მოეთხოვებათ, რადგან მას შემდეგ, რაც ისინი დაწერენ სიტყვებს, თითოეული საკუთარ სიტყვას ფულით აფასებს. სიტყვების შეფასება წინასწარ შემუშავებული სქემით ხდება. თითოეულ ეტაპზე განსაზღვრული ასი ტყვის მინიმალური და მაქსიმალური ღირებულება. თითოეული მოთამაშის საწყისი სათამაშო თანხა 100 ლარია. გამარჯვებული მხოლოდ ერთია და ის მინიმუმ 200 ლარს, მაქსიმუმ კი - 1000 ლარს იგებს.



გადაცემა პირველად ეთერში დეკემბრის თვეში გავიდა. გადაცემის პოპულარიზაციის მიზნით და იმისათვის, რომ მაყურებელს კარგად გაეგო და აეთვისებინა თამაშის წესები და პრინციპი, პირველ ეტაპზე შოუს სტუმრებს მხოლოდ საზოგადოებისათვის კარგად ნაცნობი სახეები წარმოადგენდნენ.



### უცნობიმუსიკა

**გადაცემის წამყვანები:** კახათოლორდავადაგიორგიხაღერი

**გადაცემის პროდიუსერი დარეჟისორი:** თამარციციშვილი

**გადაცემის ქრონომეტრაჟი:** 1:30 სთ (±5)

**გასული გადაცემების რაოდენობა:** 32 გადაცემა

„უცნობი მუსიკა“ ეს არის 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 უანრებში. ასევე გადაცემის ფორმატი საშუალებას აძლევს ბევრ მუსიკოსსა თუ მუსიკალურ ექსპერტს ისაუბროს სხვადასხვა მუსიკალური ფენომენის მნიშვნელოვან ასპექტებზე.

2014 წელს, გასული წლების მსგავსად, „უცნობი მუსიკის“ ძალიან მდიდარი და საინტერესო არქივის შექმნა მოხერხდა და ეს არქივი შეიცავს მსოფლიოში არსებული სრულიად უნიკალური მუსიკალური უანრების მრავალფეროვნებას, დაწყებული სხვადასხვა ქვეყნების ტრადიციული მუსიკით და დასრულებული ჯაზით თუ თანამედროვე ავანგარდული კლასიკით. მთელი წლის განმავლობაში შეიქმნა



გადაცემები როგორც მსოფლიოს ყველაზე მნიშვნელოვან მუსიკოსებზე - ასევე, მუსიკალურ კულტურებზე აფრიკის, ჩინეთის ქვეყნებში, ცალკეულ ინსტრუმენტებზე, დაწყებული იაპონური შაკუჰაჩით და დასრულებული ბანჯოს “მოგზაურობით” აფრიკიდან ამერიკის კონტინენტზე. გადაცემაში მონაწილეები იყვნენ წარმატებული ქართველი მუსიკოსები ჯორჯ მელი, ბექა გოჩიაშვილი, ჰაპუნა შარიქაძე და ასევე მომზადდა გადაცემები ქართულ საბჭოთა ესტრადაზე, ქართული ჯაზის ისტორიაზე და ბრისტოლს პრეზენტზე, რომელშიც ასევე ქართველი მუსიკოსები იყვნენ ჩართული.

გადაცემას ჰყავს ორი წამყვანი და მათი დახმარებით გადაცემაში თანაბრად არის გადანაწილებული ვერბალური (ინფრომატიული) და მუსიკალური ელემენტები.

### სპორტული მიმართულება

2014 წელი დატვირთული იყო რიგი მნიშვნელოვანი სპორტული ღონისძიებებით, განსაკუთრებით კი აღსანიშნავია ზამთრის ოლიმპიური თამაშები, რომელიც საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა საგანგებოდ გააშუქა. ახალი წლის პირველივე დღეებში, პირველი არხით ტრადიციულად ორშაბათობით და ხუთშაბათობით ეთერში იყო სპორტული პროგრამები: „საფეხბურთო მიმოხილვა“ და „არენა“.

საფეხბურთო მიმოხილვაში მთავარი ყურადღება დაეთმო საქართველოს ჩემპიონატის უმაღლეს ლიგაში მოასპარეზე გუნდების მზადებას მეორე წრისათვის. გარდა ამისა, საუბარი იყო ევროპის ჩემპიონატის შესარჩევი ეტაპისათვის ეროვნული ნაკრების მზადებასა და ახალგაზრდული გუნდების ელიტრაუნდში მოსახვედრად.

გადაცემა „არენამ“, ძირითადი ყურადღება დაეთმო ზამთრის ოლიმპიურ თამაშებში მონაწილე ქართველი სპორტსმენების მზადებას. გარდა ამისა, სპეციალური სიუჟეტები დაეთმო რაგბისტების ერთა თასისათვის მორიგ მატჩებში მონაწილეობას, ქართველი წყალბურთელების და კალათბურთელების ევროპის ჩემპიონატის შესარჩევი ტურნირებს. სტუდიის სტუმრები, სხვადასხვა სახეობების სპეციალისტები და სპორტსმენები იყვნენ.

12 ივნისიდან საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ფეხბურთში მსოფლიოს ჩემპიონატის ფინალური ეტაპის მატჩები შესთავაზა ტელემაყურებელს. დღეში სამი შეხვედრა და ორი საფეხბურთო მიმოხილვა „ბრაზილია 2014“ . მომიხილვებში ტელემაყურებელს საშუალება ჰქონდა ეხილა მატჩების დეტალური განხილვა, ჩართულიყო ტელევიქტორინებში, მოეგო პრიზები. გარდა ამისა სტუდიაში მონაწილეები იყვნენ



ვეტერინარი და მოქმედი ფეხბურთელები. ენცობოდა პირდაპირი ჩართვები ფანკლუბებიდან. ტელემაყურებელს საშუალება მიეცა პირდაპირ ეთერში ტელეფონით ჩართულიყო მიმოხილვებში და თავისი აზრი გამოეთქვა. სპორტული ღონისძიებებით იყო გადატვირთილი 2014 წლის ივლისის, აგვისტოს და სექტემბრის თვეები. პირველი არხის ეთერით გაშუქდა მსოფლიოსა და ევროპის ჩემპიონატები, ევროპის და ჩემპიონთა ლიგის, ასევე კონტინენტის შესარჩევი მატჩები ფეხბურთში, წყალბურთში, ძიუდოსა და კალათბურთში. საქართველოს ჩემპიონატები და საერთაშორისო ტურნირები, გვეგმიური ყოველკვირეული გადაცემები და სპეცრეპორტაჟები.

ბრაზილია მიმდინარე მსოფლიოს ჩემპიონატი ფეხბურთში საფინიშო სწორზე გავიდა დარჩენილი 12 დღე და ყოველი გადამწყვეტი შეხვედრა. ფეხბურთის გულშემატკივარს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა საშუალება მისცა ყველა მატჩისთვის ედევნებინა თვალი.

პირველადქართულ სატელევიზიო სივრცეში, მოენყო პირდაპირი საფეხბურთო რეპორტაჟი ქობულეთიდან- „შუქურამ“ საქართველოს ჩემპიონატის უმაღლესი ლიგის საგზური მოიპოვა. პირველი რეპორტაჟი მოენყო ასევე საჩხერედან. საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველმა არხმა საქართველოს ჩემპიონატის ჩვენება განაახლა. პირდაპირ ეთერში გადაიყა ფეხბურთში ევროპის 2016 წლის ჩემპიონატის შესარჩევი ტურნირის მატჩები საქართველოს ნაკრების მონაწილეობით- 11 ოქტომბერს შოტლანდიასთან, 14 ოქტომბერს გიბრალტართან და 14 ნოემბერს პოლონეთთან.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირდაპირ ეთერში გადაიყა ფეხბურთში ჩემპიონთა ლიგის 2014-15 წლის ჯგუფური ეტაპის 9 მატჩი.

## სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მეორე არხი

განვლილ საანგარიშო წელს მეორე არხი მაუწყებლობდა იმ საეთერო ბადით,რომელიც განისაზღვრება არხის კონცეფციის,პრიორიტეტებისა და იმ მემორანდუმის საფუძველზე, რომელიც გაფორმებულია საქართველოს პარლამენტს,კვალიფიციურ პოლიტიკურ პარტიებსა და საზოგადოებრივ მაუწყებელს შორის.



პიველ რიგში უნდა აღინიშნოს, რომ ეთერში გადაიყვანა საპარლამენტო ყველა მნიშვნელოვანი საკომიტეტო მოსმენა, სხდომა და ის აქტივობა, რომელიც საზოგადოების მაღალ ინტერესს წარმოადგენდა.

მემორანდუმზე ხელმომწერ პოლიტიკურ პარტიებს ჰქონდათ შესაძლებლობა საკუთარი მოსაზრება და პოზიცია დაეფიქსირებინათ პროგრამებით „თავისუფალი ტრიბუნა“ და „ბრიფინგის დრო“. პროგრამაში „ბრიფინგის დრო“ ჩვენ ვაშუქვებით არა მხოლოდ მემორანდუმზე ხელმომწერი კვალიფიციური პარტიების ბრიფინგებს, პრესკონფერენციებსა და სხვა აქტივობებს, არამედ ყველა იმ ძირითადი პოლიტიკური აქტიორების პოზიციებს, ვისი აზრიც საზოგადოებისათვის საინტერესოა.

პროგრამით „არგუმენტების დრო“ ჩვენ მოწვეულ სტუმრებთან- პოლიტიკოსებთან, დეპუტატებთან და ექსპერტებთან ვმსჯელობდით ახალ საკანონმდებლო ინიციატივებზე, მიღებულ მნიშვნელოვან კანონებზე, საზოგადოებისთვის აქტუალურ თემებზე.

პროგრამაში „ეპიცენტრი“ აღმასრულებელი და საკანონმდებლო ხელისუფლების წარმომადგენლები საზოგადოებასი მათ მიმართ დაგროვებულ კითხვებს პასუხობდნენ.

გასული წლის ოქტომბრიდან მეორე არხის ეთერში ჟურნალისტური გამოძიება გავიდა. „გამომძიებელი ჟურნალისტი“ ერთერთი ყველაზე რეიტინგული პროგრამაა არა მხოლოდ მეორე არხის არამედ პირველი არხის ეთერში. უკვე მომზადდა 9 გადაცემა- საზოგადოებისათვის ყველაზე საჭირობოროტო და აქტუალურ თემებზე.

განვლილ წელს ამერიკულმა არასამთავრობო ორგანიზაციამ NDI მეორე არხს გადმოსცა ტექნიკა, რომლითაც ჩვენ დავინწყეთ საპარლამენტო გადაცემის- „ჩვენი პარლამენტის“ მომზადება. ეთერში გადის პროგრამა, სადაც პარლამენტის მუშაობის მნიშვნელოვანი მოვლენების ქრონიკაა, ამის გარდა, მზადდება სიუჟეტი იმ საკანონმდებლო გადაწყვეტილების შესახებ, რომელიც საზოგადოებისათვის მნიშვნელოვან ცვლილებებს შეეხება, გადაცემის ბოლო ნაწილი კი პარლამენტის უმრავლესობისა და უმცირესობის დებატებს ეთმობა.

მეორე არხის ეთერში გადის აგრეთვე ეროვნული უმცირესობებისათვის მომზადებული საინფორმაციო პროგრამა „მოამბე“- აფხაზურ, ოსურ, სომხურ, აზერბაიჯანულ და რუსულ ენებზე





მეორე არხის ეთერში კვირაში ერთხელ, აფხაზეთის მთავრობასა და საზოგადოებრივ მაუწყებელს შორის გაფორმებული მემორანდუმის საფუძველზე, გადის აფხაზეთის საინფორმაციო ცენტრის მიერ მომზადებული გადაცემა „აფხაზეთი“.

საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და ივ.ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტს შორის გაფორმებული მემორანდუმის საფუძველზე, მეორე არხის ეთერში, კვირაში ერთხელ განთავსებულია უნივერსიტეტის მედიაცენტრის მიერ მომზადებული პროგრამა- „ჩვენი უნივერსიტეტი“.

რადიო „თავისუფლებასა“ და „გერმანული ტალღის“-DW ურთიერთ თანამშრომლობის შეთანხმების საფუძველზე მეორე არხის ეთერში გადის მათ მიერ მომზადებული რუსულენოვანი საინფორმაციო პროგრამები- „ნამდვილი დრო“ და „გეოფაქტორი“.

### ეროვნული უმცირესობების ენებზე მაუწყებლობა

2014 წლის სატელევიზიო სეზონის განმავლობაში გაგრძელდა რამდენიმე პროექტის წარმოება რომელიც უშუალოდ ეხება ეროვნულ უმცირესობებს - „მოამბე“ მეორე არხზე (ახალი ამბები აფხაზეთ, ოსურ, სომხურ, აზერბაიჯანულ და რუსულ ენებზე), ამ ტელეგადაცემის რადიოვერსია, ყოველკვირეული რადიომაუწყებლობა ქართულ ენაზე და ტელეპროგრამა „ჩვენი ეზო“. ამის გარდა, 2014 წლის ოქტომბრიდან, შაბათ-კვირისგარდა, ყოველ დღე 23.00 საათზე მეორე არხის ეთერშია რუსულენოვანი სატელევიზიო გადაცემა - „ნამდვილი დრო“. საინფორმაციო-ანალიტიკური გადაცემა „ნამდვილი დრო“ («Настоящее время») წარმოადგენს რადიოთავისუფალი ევროპა/რადიოთავისუფლების ადაამერიკის ხმის ერთობლივ პროექტს, რომელიც ხორციელდება საქართველოში, ესტონეთში, ლატვიაში, ლიტვაში,

მოდერნიზაციის და უკრაინაში მოქმედ საზოგადოებრივ და კერძო მაუწყებლებთან თანამშრომლობით. გადაცემა დაფუძნებულია მიუკერძოებელ ჟურნალისტიკაზე და აუდიტორიას სთავაზობს საინტერესო ანალიზს მსოფლიოში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებთან დაკავშირებით. ამ პროექტის კურიერება და ევროპულ კოლეგებთან თანამშრომლობა დაევალა მე-2 არხის ეროვნული უმცირესობების ენებზე მაუწყებლობას.

2014 წელს, ტოლერანტობის საერთაშორისო დღეს 16 ნოემბერს, სახალხო დამცველის აპარატმა, ნაციონალური უმცირესობების საბჭოს გადანწყვეტილებით, გადაცამა „მოამბეს“ მეორე არხზე გადასცა ჯილდო წლის - „ტოლერანტობის ქომაგი“ .



### საინფორმაციო გადაცემა „მოამბე“ მე 2 არხზე - ეროვნული უმცირესობების ენებზე

2014 წელს ყოველდღე მზადდება 5 ენოვანი საინფორმაციო გამოშვება „ცოცხალი ეთერის“ ფორმატში. რედაქციები ამზადებდნენ გამოშვებას რომელიც 12-13 მნიშვნელოვან ამბავს მოიცავდა. თემების შერჩევა ხდებოდა ძირითადად ქართულენოვანი „მოამბი“-ს მასალებზე დაყრდნობით. თითოეული სიუჟეტი სქრონომეტრაჟი საშუალოდ 1წუთს შეადგენს. ერთ ენაზე გამოშვება საშუალოდ 10-12წუთს გრძელდება. ეროვნული უმცირესობების რედაქციებს ქონდათ შესაძლებლობა თავად გადაეღოთ რეპორტაჟები მათთვის საინტერესო თემებზე, რაც 2014 წელს არაერთხელ განახორციელეს. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა, როგორც წინა წლებში, გასულ სატელევიზიო სეზონშიც შესთავაზა მაყურებელს თავის პროდუქცია არა მარტო საკუთარი ეთერის მეშვეობით არამედ რეგიონალური ტელესადგურების ეთერთავე, რისთვისაც საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ჩაატარა ტენდერი და მის შედეგად შეიძინა 2013-2014 წწ. სატელევიზიო სეზონისთვის ჯავახეთის და ქვემო ქართლის ტელეკომპანიების საუკეთესოსათვრად (ე. წ. „პრაიმთაიმი“ 20:00 სთ-დან- 23:00- სთ-მდე). ბოლნისის „ბოლნელ“-ს მიენოღება აზერბაიჯანულენოვანი „მოამბე“. ნინოწმინდის ტვ „ფარვანა“ და ახალქალაქის „ვერიკა +“ კი სომხურენოვანი „მოამბე“. ასევე ზუგდიდის „ოდიშის“ ეთერით გადის აფხაზურენოვანი „მოამბე“. ამ პროდუქციას პარტნიორი ტელევიზიები უშუალოდ თანამგზავრის მეშვეობით იწერენ. ადგილობრივ სადგურებს აქვთ გადაცემების განმეორებითი ტრანსლირების საშუალება დილისა და საღამოს საათებში, ასევე რეკლამის განთავსების უფლება გამოშვების წინ ან დამთავრების შემდეგ.

რაც შეეხება „მოამბეს“, როგორ სოციალოგიურმა გამოკითხვამ უჩვენა მაყურებელთა სულ ყფრო მზარდი რაოდენობა უყურებს და ენლობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ახალ ამბებს. ამასვე იმეორებენ ექსპერტები.

## საინფორმაციო სამსახური - პროგრამა „მოამბე“



საზოგადოებრივი მაუწყებლისთვის მნიშვნელოვანია ის პოლიტიკა, რომელსაც პირველი არხის საინფორმაციო სამსახური ატარებს. „მოამბისთვის“ პრიორიტეტული ამოცანა საზოგადოების ყველაფერის ინტერესის დაკმაყოფილებაა. საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახურის მთავარი პრიორიტეტია სოციალური სფერო და ის საკითხები, რომელიც მოსახლეობას ყველაზე მეტად აწუხებს და აინტერესებს.

პირველი არხის საინფორმაციო სამსახურის ყოველდღიურის აინფორმაციო გამოშვება „მოამბე“ ეთერში ყოველდღიურად გადაიცემა 8:00სთ; 9:00სთ; 10:00სთ; 12:00სთ; 16:00სთ; 19:00 და 20:00 საათზე. დილის გამოშვებების ქრონომეტრაჟი 15 წუთია. 12:00 და 16:00 საათზე - შესაბამისად 40 და 45 წუთი. 19:00საათზე მთავარი საინფორმაციო გამოშვების ანონსი გადაიცემა, ხოლო მთავარი საინფორმაციო გამოშვება 20 საათზე 1 საათიანი ქრონომეტრაჟით გადაიცემა პირდაპ ეთერში.

შაბათს და კვირას დილის გამოშვებები არ არის და მაუწყებლობას საინფორმაციო სამსახური 12:00 იწყებს. შაბათის მთავარი საინფორმაციო გამოშვება ერთი საათის ხანგრძლივობისაა, ხოლო კვირას - 30 წუთი, რომლის დამთავრების შემდეგ ეთერში „ტელებლოგი“ გადაიცემა.



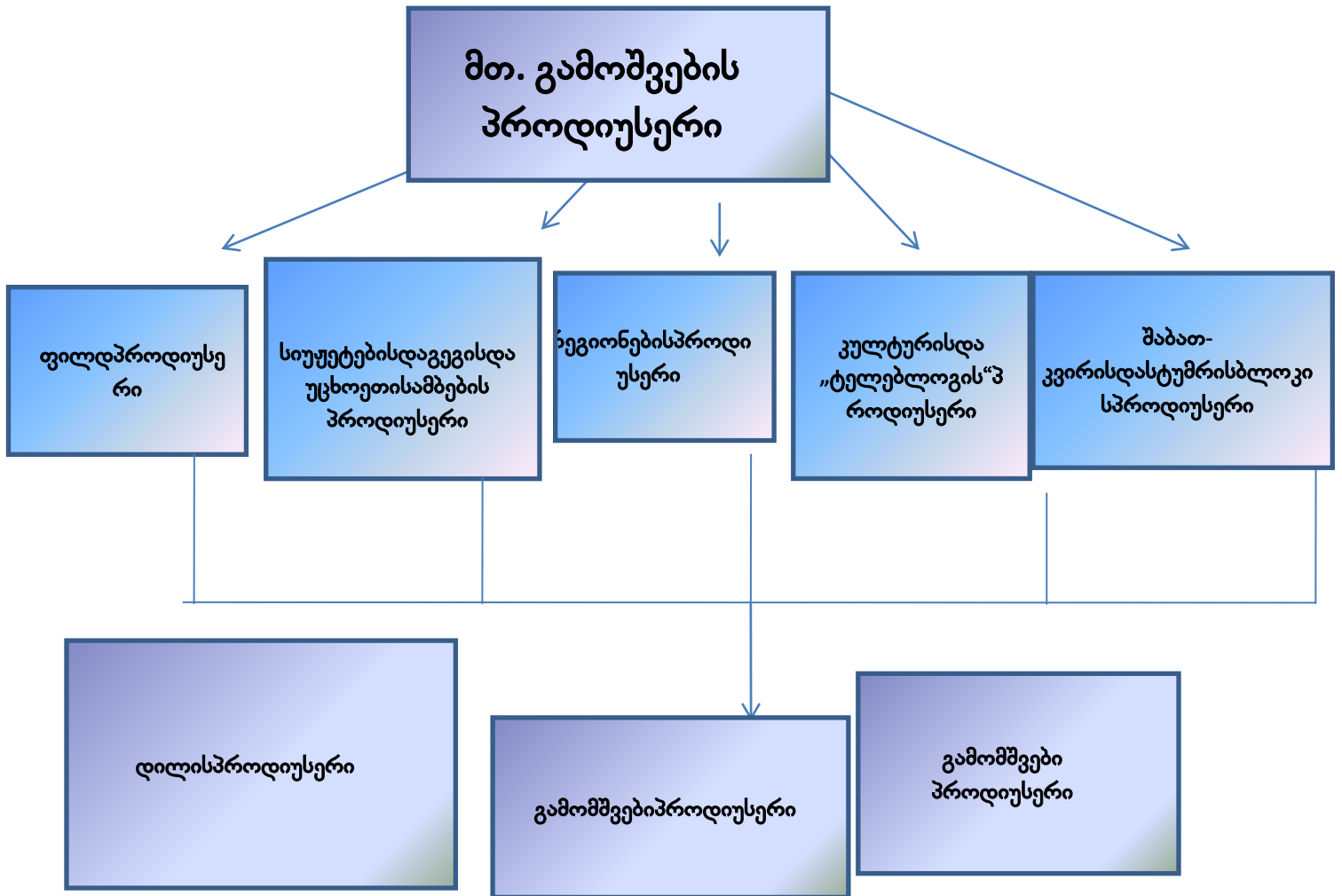
2014 წლის შემოდგომიდან გარკვეულად შეიცვალა საინფორმაციო სამსახურის ფორმატი. 16 საათსა 45 წუთზე „მოამბის“ დასრულებისთანავე საინფორმაციო სამსახური ეკონომიკის და ბიზნესის სიახლეებს გადასცემს. „ეკონომეტრი“ 15 წუთიანი პროექტია, რომელიც ორშაბათიდან პარასკევის ჩათვლით გადის ეთერში. გამოშვებას ყოველდღიურად აქვს სტუმრის ბლოკი.

„მოამბის“ მთავარი გამოშვების დასასრულს დაინერგა დღის მთავარი თემის ირგვლივ სტუმრების მონვევა პირდაპირ ეთერში. „მოამბის“ სტუმრის ბლოკის წამყვანი ვასილივანოვ-ჩიქოვანი პოლიტიკურ და საზოგადოებრივად აქტუალურ თემებზე სტუდიაში ესაუბრება პოლიტიკოსებს, აღმასრულებელი და საკანონმდებლო ხელისუფლების უმრავლესობისა და უმცირესობის წარმომადგენლებს, ექსპერტებს.

კვირას ეთერი 20 საათსა და 30 წუთზე ეთმობა პროგრამა „ტელებლოგს“, რომელიც საინფორმაციო სამსახურში მზადდება. გადაცემის ქრონომეტრაჟი- 26 წუთია. „ტელებლოგში“ პირველი არხის ჟურნალისტები, მონვეული სცენარისტები და რეჟისორების საზოგადოებრივი ცხოვრების აქტუალურ თემებზე სატელევიზიო ფილმ-რეპორტაჟებს ამზადებენ. ყოველ კვირას ერთი ავტორის მიერ მომზადებული ფილმი გადაიცემა. თითოეული ჟურნალისტი საკუთარ ხედვას წარმოადგენს და სვამს პრობლემას, რომელიც საზოგადოებას აწუხებს. შემოდგომიდან დაინერგა „ტელებლოგის“ წარდგენის ახალი ფორმატი - ავტორები ფილმის გასვლის წინ, „მოამბის“ მთავარი გადაცემის ბოლოს, სტუდიაში თავად წარადგენენ საკუთარ ფილმს.

გადაცემა „კომუნიკატორში“, რომელიც ეთერში შაბათ-კვირის გარდა ყოველდღე გადაიცემა, „მოამბის“ კორესპონდენტები პირდაპირი ეთერის მიმდინარეობისას სამჯერ (17:30სთ; 18:00სთ და 18:30სთ) ერთვებიან და იმ ძირითადი თემების შესახებ საუბრობენ, რომლებსაც მთავარი გამოშვებისთვის ამზადებენ.

საინფორმაციო საზოგადოების ხელმძღვანელი





პროდუსინგი სრული მუშაობს სამიმ იმართულებით:

- ინფორმაციის მოპოვება
- ინფორმაციის დამუშავება
- ინფორმაციის გავრცელება

✓ **წამყვანები:**

დილის წამყვანები

დღის წამყვანი

მთ. გამოშვების წამყვანი;

სტუმრის ბლოკის წამყვანი;

შაბათი-კვირის წამყვანი;

„მოამბის“ კორესპონდენტები -სულ: 37 (რეგიონის კორესპონდენტების ჩათვლით)

რეგიონში მომუშავე კორესპონდენტები - 8

2014 წელს „მოამბეში“ ქვეყანასა და მის ფარგლებს გარეთ მიმდინარე ყველა აქტუალური ფაქტი და მოვლენა გაშუქდა. მაყურებელს საშუალება ჰქონდა ოპერატიულად მიეღო ინფორმაცია და გაცნობოდა სხვადასხვა პოზიციას. მთელი წლის განმავლობაში საინფორმაციო გამოშვების ყურადღები სცენტრში მოხდა არაერთი პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური პრობლემა. „მოამბე“ ყურადღებას აქცევდა პრიორიტეტებს, რაც მისთვის, როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახურისთვის, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია.



## ვებ-პორტალი

მომხმარებლის მხრიდან გაზრდილი მოთხოვნების დაკმაყოფილების მიზნით, საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა შეიმუშავა ვებ-პორტალის (1tv.ge) ახალი კონსტრუქცია და დიზაინი. გავითვალისწინეთ ის იდეები და კომენტარები, რაც წლების განმავლობაში მუშაობის პროცესში შეგვხვდებოდა.

ახალი ორენოვანი ვებ-პორტალის მიზანი იყო თანამედროვე ვებ-ტექნოლოგიების ჩანერგვა ვებ-გვერდში და მომხმარებლის ფუნქციების მაქსიმალური ინტეგრაცია, რაც გამოიხატა შემდეგში:

- მომხმარებლებს საშუალება აქვთ იქონიონ საკუთარი ვებ-გვერდი, სადაც დაწერონ ბლოგებს, ექნებათ ფავორიტი სტატიები და ნიშნულები სამომავლოდ წასაკითხი სტატიების;
- მომხმარებლებს საშუალება აქვთ მთავარ ვებ-გვერდზე გაფილტრონ საინტერესო, ახალი დამატებული და ტოპ-სიახლეები;
- საიტზე გათვლილია ადგილები სტატიკური და ანიმაციური ბანერებისთვის;
- საიტი ტექნიკურად გამართულია, ორი ენის მხარდაჭერით. გათვალისწინებულია ვებ-გვერდების ჩატვირთვის სისწრაფე, ტექსტისა და სიახლეების მართვის მოქნილი მექანიზმი, მოქნილი და რელევანტური საძიებო სისტემა და ა.შ.
- დიზაინი, რომელიც ერგება ნებისმიერი გაფართოების მონიტორს, გატესტილი ყველა ინტერნეტ-ბრაუზერზე.
- პლანშეტებზე, სმარტფონებზე და მობილურ ტელეფონებზე მორგებული დიზაინი.
- ინტეგრირებული სოციალურ ქსელებთან  
**სამოქალაქო ჟურნალისტიკა IREPORTER**

საზოგადოებრივ ინტერესებზე ორიენტირების, ასევე საზოგადოებასთან უფრო მეტი კავშირის დამყარების მიზნით, პირველი არხის საიტზე იტვირთება საზოგადოების მხრიდან შემოთავაზებული აუდიო, ვიდეო და ფოტომასალა.

- მომხმარებელს საშუალება აქვს თავად დაწეროს და განათავსოს სტატია ვებ-პორტალზე



- მომხმარებელს საშუალება აქვს დაამატოს თავისი ვიდეო მასალა ვებ გვერდზე.
- მომხმარებელს საშუალება აქვს გააზიაროს და გააპიაროს თავისი და სხვისი სტატიები და გვერდები სიციალური ქსელების მეშვეობით.
- მომხმარებლის სამართავი პანელი მაქსიმალურად დაცულია.
- კომენტარების დატოვების საშუალება აქვთ, როგორც ფეისბუქის და გუგლ პლუსის, აგრეთვე ჩვეულებრივად რეგისტრირებულ მომხმარებლებს.
- **შენიშვნა:**
  - ყველა სტატია მოდერირებადია ვებ გვერდის ადმინისტრაციის მიერ
  - საიტზე არის კომენტარების წაშლა -მოდერირების ფუნქცია

[www.1tv.ge](http://www.1tv.ge) - განთავსებულია პროგრამა „მოამბის“ ახალი ამბების ორენოვანი მრავალწლიანი არქივი კატეგორიების მიხედვით, რომელსაც ახლავს ფოტო და ვიდეო მასალა, ასევე სხვა წყაროებზე დაყრდნობით მნიშვნელოვანი და საინტერესო მასალები, სხვადასხვა გადაცემების ვიდეო არქივი, პოლიტიკური თოქშოუებიდან საინტერესო მონაკვეთები, პირდაპირი ეთერი ერთკვირიანი გადახვევის ფუნქციით, ტელეპროგრამა. ასევე კვლავ ფუნქციონირებს პირველი არხის ცალკეული გადაცემებისთვის დამზადებული პრომო საიტები განსხვავებული დიზაინითა და ფუნქციებით: [1tv.ge/Kids](http://1tv.ge/Kids); [1tv.ge/RealuriSivrc](http://1tv.ge/RealuriSivrc); [Komunikatori.ge](http://Komunikatori.ge), რაც წარმოადგენს სატელევიზიო და ინტერნეტ-მაუწყებლობის სრულფასოვან ჰიბრიდს.

### Komunikatori.ge

- ორსაათნახევრიანი საეთერო მაუწყებლობის გარდა, “კომუნიკატორი” 24-საათიან რეჟიმშია ჩართული ინტერნეტ სივრცეში, ორი დამატებით კამერის საშუალებით, მომხმარებელს შეუძლია მუდმივად ადევნოს თვალი სტუდიაში მიმდინარე პროცესებს. როგორც ეთერის დროს "ალტერნატიული ხედი", ასევე დღის ნებისმიერ დროს, კერძოდ მათ შეუძლიათ უყურონ გადაცემის მომზადების ეტაპებს, ცოცხალი მუსიკის ჩანერის პროცესს და ა.შ.



- საიტი [komunikatori.ge](http://komunikatori.ge) ტელევიზიასთან ერთად, თანაბარი მნიშვნელობის რესურსია გადაცემის ფუნქციონირებისას. “კომუნიკატორის” ინტერნეტ-პლატფორმიდან ხდება საეთერო თემების დამუშავება და კონტაქტი მაყურებელთან.
- გადაცემის დროს, სატელეფონოს გარდა, ყველა სხვა სახის კავშირი მაყურებელთან ხდება “კომუნიკატორის” ინტერნეტ-პლატფორმის გავლით, საიდანაც ყველა მსურველს აქვს საშუალება გამოთქვას თავისი მოსაზრება პირდაპირ ეთერში თავისი პერსონალური კომპიუტერიდან (ტელეფონიდან, პლანშეტიდან) ფეისბუკის, სკაიპის, გუგლისა და სხვა პოპულარული სოციალური ქსელის დახმარებით საზოგადოებრივი მაუწყებელი ინტერნეტ სივრცეში წარმოდგენილია კიდევ რამდენიმე ვებ-გვერდით. ესენია:
  - [www.gpb.ge](http://www.gpb.ge) - განთავსებულია საზოგადოებრივი მაუწყებლის, როგორც საჯარო სამართლის იურიდიული პირის შესახებ ოფიციალური ინფორმაცია, დოკუმენტაცია, სამეურვეო საბჭოს სხდომები და დადგენილებები, საბჭოს სხდომების ვიდეოგერსიები, კანონმდებლობა და ა.შ.
  - [www.2tv.ge](http://www.2tv.ge) - განთავსებულია მე-2 სატელევიზიო სამაუწყებლო არხის გადაცემები, ტელეპროგრამა და პირდაპირი ეთერი ერთკვირიანი გადახვევის ფუნქციით.
  - [www.radio1.ge](http://www.radio1.ge) - განთავსებულია საზოგადოებრივი რადიო 1-ის გადაცემები, აუდიო/ვიდეო არქივი, ანონსები, რადიო 1-ის და რადიო2-ის-[www.radio2.ge](http://www.radio2.ge)live მაუწყებლობა აუდიო/ვიდეო (ერთკვირიანი გადახვევის ფუნქციით), ასევე მობილური ვერსია.
  - [www.eurovision-georgia.ge](http://www.eurovision-georgia.ge) - ევროვიზიის სიმღერის კონკურსთან დაკავშირებით საიტზე განთავსდა შიდაშესარჩევ კონკურსში მონაწილე კონკურსანტების, ფოტოები, ბიოგრაფიები.

საბავშვო ევროვიზიის კონკურსის სპერიოდში განახლდა საიტი - [junior.eurovision-georgia.ge](http://junior.eurovision-georgia.ge) და განთავსდა კონკურსში მონაწილე ლიზი პოპის შესახებ ინფორმაციები, ასევე კონკურსთან დაკავშირებული ახალი ამბები და ვიდეო ფაილები.

ამჟამად მიმდინარეობს ევროვიზიის კონკურსთან დაკავშირებული საიტების სრული რებრენდინგი.



## YouTube-არხები

გაიხსნა და ამოქმედდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის Youtube არხები, კერძოდ "სსმ", "სსმ სპორტი", "თქვი.ge", ცალკე გვერდები აქვს "გურმანიას", "რეალურ სირცეს", "ჩემ წიგნს", "კომუნიკატორს", ასევე ცალკე არხი გვაქვს პირდაპირი რეპორტაჟებისთვის და Live-გადაცემებისთვის - 1tv Live, არხს ვიყენებთ სპორტული რეპორტაჟების, "მოამბის", სპეციალური გამოშვებების, "რეალური სივრცის", "პირველი სტუდიის", "კომუნიკატორის" პირდაპირ ეთერში ტრანსლირებისთვის.

"სსმ"-ზე განთავსებულია საინფორმაციო გამოშვებები, სიუჟეტები, პირველი და მეორე არხის ტოქ-შოუები, პირველი არხის ყველა ის გადაცემა, რომლებზეც საავტორო უფლებები ეკუთვნის საზოგადოებრივ მაუწყებელს.

სპორტს აქვსცალკე YouTube-არხი, <https://www.youtube.com/user/SportGPB>

"სსმ სპორტზე" იტვირთება ყველა სპორტული გადაცემა ("არენა", "საფეხბურთო მიმოხილვა", აგრეთვე ატვირთულია 2013 წლის გადაცემები "კომენტატორი", "საფეხბურთო დღიურები ლაშა დვალისიძელთან ერთად") და ყველა სპორტული რეპორტაჟი, რომელთა საავტორო ან მაუწყებლობის უფლებები ეკუთვნის საზოგადოებრივ მაუწყებელს.



## საზოგადოებრივი რადიო

საანგარიშო პერიოდში „საზოგადოებრივი რადიო“-მ გააგრძელა პროგრამული პრიორიტეტების შესრულება, მოიზიდა ახალი დაფინანსების წყაროები და გააფართოვა მულტიმედიური პროექტი.

### 1. მულტიმედიური მაუწყებლობა

საზოგადოებრივი რადიოსთვის პრიორიტეტულ პროექტს წარმოადგენს მულტიმედიური მაუწყებლობის პროექტი. 2014 წელს საზოგადოებრივი რადიოს მულტიმედიურმა მაუწყებლობამ აუდიტორიას სიახლეები შესთავაზა. პირველ რიგში რადიოს ვიდეოსიგნალი ხელმისაწვდომი გახდა სმარტფონების მფლობელებისათვის. გარდა ამისა, იანვრიდან სმარტფონებისა და ინტერნეტის მომხარებლებს საზოგადოებრივი რადიოს საიტზე შეუძლიათ ეთერის გადახვევა.

დაიწყო რამდენიმე პილოტპროგრამა, რომელშიც გამოყენებულია მხოლოდ ვიდეომასალა. ამ პილოტპროექტების გამოცდილება მაქსიმალურად იქნება გაზიარებული მუსიკალურ და დილის პროგრამებში.

საანგარიშო პერიოდში, საზოგადოებრივი რადიოს ძალებით დაიწერა ახალი კომპიუტერული პროგრამა, რომელმაც მორბენალი სტრიქონის ავტომატიზაციის ხარისხი გაზარდა.

საზოგადოებრივი რადიომ მაუწყებლის ვებგვერდის სამსახურთან ერთად დაიწყო ახალ საიტზე მუშაობა. ცვლილება ხდება მაუწყებლის ვებგვერდის რესტრუქტურის ფარგლებში. ახალი ვებგვერდი 2015 წლის პირველ კვარტალში ამოქმედდება.



2014 წელს ასევე ჩატარდა Youtube-ის არხის მოსამზადებელი სამუშაოები. ამ არხმა მაუწყებლობა 2015 წლის იანვრიდან დაიწყო. ამ არხზე განთავსებულია „საზოგადოებრივი რადიო 1“-ის გადაცემების ვიდეოჩანაწერები.

Youtube-ის არხი, ვებგვერდთან და ფეისბუქთან ერთად წარმოადგენს საზოგადოებრივი რადიოს გავრცელების კიდევ ერთ მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს და აუდიტორიის გაფართოების საშუალებას. Youtube-ის მრიცხველი გადაცემების მიხედვით მნახველთა რაოდენობის დათვლის შესაძლებლობას იძლევა.

## 2. ადგილობრივი თვითმართვლობის არჩევნების გაშუქება

არჩევნების გაშუქება საზოგადოებრივი რადიოს პრიორიტეტს წარმოადგენს. საინფორმაციო სამსახურმა გააშუქა ყველა საარჩევნო სუბიექტის ღონისძიებები და განცხადებები, ცესკო-ს, პარლამენტის და მთავრობის გადანყვეტილებები, ადგილობრივი არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციების შეთავსებები.

უკვე ტრადიციად დამკვიდრებული სქემის მიხედვით, საარჩევნო სუბიექტებს შორის ბალანსი დაცულია. არჩევნების დღეებში საინფორმაციო სამსახური საგანგებო რეჟიმში მუშაობდა.

„ღია სტუდიის“ და „სალამოს პიკის საათის“ არაერთი გადაცემა მიეძღვნა არჩევნების თემას. „სალამოს პიკის საათის“ რამდენიმე გადაცემა დაეთმო თბილისის მერობის კანდიდატებს.

## 3. ერთობლივი პროექტი „აირჩიე ქალაქის მერი“

საზოგადოებრივმა რადიომ და არასამთავრობო ორგანიზაციამ „ჟურნალისტთა ქსელი გენდერული თანასწორობისათვის“ საერთაშორისო ორგანიზაციების USAID-ისა და IFES-ის მხარდაჭერით განახორციელა პროექტი „აირჩიე ქალაქის მერი“.

პროექტის მიხედვით არასამთავრობო ორგანიზაციამ მოამზადა 8 რადიოგადაცემა. პირდაპირი ეთერი მიეძღვნა 12 თვითმართველი ქალაქის მერობის კანდიდატთა დებატებს.

## 4. მსოფლიო ჩემპიონატის ტრანსლაცია





საზოგადოებრივი რადიოს ორივე არხი ახორციელებდა ბრაზილიის მსოფლიო ჩემპიონატის მატჩების ტრანსლაციას. ამასთან დაკავშირებით ცვლილებები შევიდა სადამოს საეთერო ბადეში.

**5. ახალი ერთობლივი პროექტები და დაფინანსების წყაროები**

საზოგადოებრივმა რადიომ პროგრამული პრიორიტეტების გათვალისწინებით, გააგრძელა დამატებითი ფინანსური წყაროების მოძიება და ახალი პროექტები განხორციელა:

**ყოველთვიური გადაცემა ენერგოეფექტურობაზე** -საზოგადოებრივი მაუწყებელი არასამთავრობო ორგანიზაციის „ენერგოეფექტურობის ცენტრი საქართველო“ დაფინანსებით, გადაცემის „შაბათ-კვირარადიოერთზე“ ფარგლებში თვეში ერთხელ აშუქებდა ენერგოეფექტურობისადამდგრადი ენერგეტიკის საკითხებს;

**„ეკომეტრის“ დაფინანსება** - „ენერგოეფექტურობის ცენტრი საქართველო“ საზოგადოებრივმა მაუწყებელთან გააფორმა კიდევ ერთი კონტრაქტი, რომელიც არსებული გადაცემის „ეკომეტრის“ ფარგლებში ენერგოეფექტურობისადამდგრადი ენერგეტიკის საკითხების ყოველთვიურ გაშუქებას ითვალისწინებდა;

**Giz-ის პროექტის მხარდაჭერა** - გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოებასთან Giz-სთან გაფორმდა კონტრაქტი, რომელიც პროექტის „ბიომრავალფეროვნების მდგრადი მართვა სამხრეთ კავკასიაში“ მხარდაჭერას გულისმობდა. კონტრაქტის მიხედვით ყოველკვირეული ეკოლოგიური გადაცემა „ეკომეტრი“ თვეში ერთხელ ამ პროექტს აშუქებდა.

**6. პოგრამული ბადე**

ქართულ მედიასივრცეში „საზოგადოებრივი რადიო 1“ კვლავ გამოირჩევა თავისი პროგრამების მრავალფეროვნებით, ხარისხით და რაოდენობით. რადიო 1-ის პროგრამული ბადე ყალიბდება ყველა იმ პრიორიტეტის მიხედვით, რომლებიც მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მიერ არის განსაზღვრული.

**7.1 ინფორმაცია და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მიმართულება**

„საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ 2013-2014 წლის პროგრამული პრიორიტეტებში გათვალისწინებულია რეკომენდაციები საზოგადოებრივ-პოლიტიკური



მიმართულებისათვის. ყველა ეს რეკომენდაცია რადიოს ფორმატის გათვალისწინებით შესრულებულია.

საზოგადოებრივ პოლიტიკური გადაცემებს უკავია 14:00 - 21:00 საეთერო ზოლი. ამ ზოლში რადიო 1-ის ყველა გადაცემა ინტერაქტიულია. ამას ემატება ეთნიკური უმცირესობების ენებზე 25 წუთიანი მაუწყებლობა. საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ დატვირთვა ნაწილობრივ აქვს დილის გადაცემას „პიკის საათი“.

## 7.2 საგანმანათლებლო და კულტურის მიმართულება

საგანმანათლებლო და კულტურის მიმართულება საზოგადოებრივი რადიოს პრიორიტეტს ტრადიციულად წარმოადგენს. რადიო 1 -ს აქვს პროგრამები, რომლებიც თამამად შეიძლება ითქვას, რომ არის უნიკალური ქართულ მედიასივრცეში. ამ პროგრამების მომხადებისას საზოგადოებრივი რადიო იყენებს „ოქროს ფონდს“, რაც ჩვენ პროდუქციას ასევე გამოარჩევს მედიაბაზარზე. პროგრამებზე მუშაობენ პროფესიონალები, რომლებიც მაუწყებლის სიამაყეს წარმოადგენენ.

საზოგადოებრივი რადიო ერთადერთი რადიოსადგურია, რომელსაც გააჩნია რადიო თეატრი. რადიოსპექტაკლების ხარისხზე მიუთითებს საერთაშორისო აღიარება და პრიზები.

საზოგადოებრივი რადიო ერთადერთი მედიასაშუალებაა, რომელიც სისტემატურად ინერს სპექტაკლებს და კლასიკური მუსიკის კონცერტებს, რაც მნიშვნელოვანია ქართული კულტურისათვის. საზოგადოებრივი რადიო ერთადერთი მედიასაშუალებაა, რომელსაც აქვს მუდმივი გადაცემები სადაც შეგიძლიათ მოისმინოთ თეატრალური და მუსიკალური მიმოხილვა და კრიტიკა.

რადიო 1 გამოირჩევა მუსიკალური გადაცემების მრავალფეროვნებით და ხარისხით. მუსიკალური პროგრამები მოიცავს პრაქტიკულად მთელ სპექტრს - კლასიკას, ფოლკლორს, ძველ და თანამედროვე ქართულ ესტრადას, თანამედროვე და შედარებით უცნობ მუსიკას.



საზოგადოებრივი რადიო ასევე გამოიჩინა ლიტერატურული და საბავშვო პროგრამებით.

### 7.3 გართობისა და სპორტის მიმართულება

ყველა გასართობ პროგრამას აქვს საგანმანათლებლო და საინფორმაციო მიზნები. რადიო 1-ის ეთერში ყველდღიურად გადის სპორტული თოქშოუ. რაც შეეხება სპორტულ ტრანსლაციებს გადაიცემა მხოლოდ მნიშვნელოვანი სპორტული ღონისძიებები, ძირითადად ფეხბურთში, რაგბსა და კალათბურთში საქართველოს ნაკრებების გადამწყვეტი და პრინციპულად მნიშვნელოვანი მატჩები. განსაკუთრებით აღსანიშნავია 2014 წლის ბრაზილიის მსოფლიო ჩემპიონატის მატჩების ტრანსლაცია, რომელიც საზოგადოებრივი რადიოს ორივე არხით ხორციელდებოდა. ტრანსლაციები დამატებით ხარჯებთან დაკავშირებული არ არის. სპორტული ტრანსლაციები მსმენელთა შორის განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს.

დამით გადაიცემა კლასიკური მუსიკა.

საზოგადოებრივი რადიო ახორციელებს როგორც ქართული ასევე უცხოური მუსიკალური და კულტურულ ღონისძიებების პირდაპირ ეთერში ტრანსლირებას ან აუდიჩანანერების ეთერში გაშვებას. უცხოურ მასალებს ვიღებთ EBU-საგან, რაც დამატებით ხარჯებთან დაკავშირებული არ არის.

### 7.4 საქართველოს ენებზე მაუწყებლობა

საზოგადოებრივი რადიო გადასცემს საინფორმაციო გამოშვებებს აფხაზურ, ოსურ, აზერბაიჯანულ და სომხურ ენებზე. ამ მასალას გვანჯდის საზოგადოებრივი მაუწყებლის ნაციონალური უმცირესობების ენებზე მაუწყებლობის რედაქცია. გამოშვების ქრონომეტრაჟია 25 წუთი.

ამის გარდა, საზოგადოებრივ რადიო 2-ზე გადის ყოველკვირეული გადაცემა ქართულ ენაზე.



**7. ერთობლივი პროექტები და დაფინანსების მოზიდვა**

2014 წლის განმავლობაში )საზოგადოებრივირადიო № პროექტების ნაწილს ახორციელებს მოზიდული დაფინანსებითყ მათ შორისაა როგორც საგრანტო ასევე სასპონსორო დაფინანსებაყ ყველა ეს პროექტი სრულიად შეესაბამება სამეურვეო საბჭოს მიერ დასახულ პრიორიტეტებსყ

ანგარიშის დასაწყისში ჩამოთვლილია ახალი და განახლებული ერთობლივი პროექტები, რომლებიც პარტნიორი ორგანიზაციების მხარდაჭერით ხორციელდებოდა.

საზოგადოებრივი რადიომ ასევე გააგრძელა რამდენიმე ერთობლივი და სასპონსორო პროექტი, რომლებიც წინა საანგარიშო პერიოდამდე დაიწყო.

**ერთობლივი პროექტები საერთაშორისო არასამთავრობო და სამთავრობო ორგანიზაციებთან**

- გაეროს წარმომადგენლობა საქართველოში საზოგადოებრივ მაუწყებელთან ერთა ახორციელებს პროექტს „უფლება და თავისუფლება“. 2014 წლის პროექტის საერთო ღირებულება შეადგენს 26,790 ლარს. პროექტი დაიწყო თებერვალში და წლის ბოლომდე გაგრძელდა;
- გრძელდება ხელშეკრულება ამერიკის ხმასთანყ ყოველდღიური 15წთ-იანი 2 გომომვება და 30წთ-იანი გადაცემაყყოველთვიურიანაზღაურება №%/%დოლარისყ
- **ინგლისურის გაკვეთილები** - ბრიტანეთისსაბჭოსადასაზოგადოებრივირადიოს ერთობლივისაგანმანათლებლო პროექტი.რადიომსმენელებისთვისმომზადებულიგაკვეთილებისსერია OBLA AIR. პროექტის დაფინანსებას და ლიცენზიას ბრიტანეთის საბჭო უზრუნველყოფს;
- **ღევნილთასინერგია** –გადაცემა გადიოდა თვეში ერთხელ. პროგრამა მზადდებოდა პროექტის "ღევნილთა პოლიტიკური მონაწილეობის გაძლიერება საქართველოში" ფარგლებში. პროექტი დაფინანსებულია ბრიტანეთის საგარეო და თანამეგობრობის საქმეთა სამინისტროს მიერ;
- ყოველკვირეული პროგრამა **რეგიონის დროით** - საქართველოს რეგიონების დღევანდელიობა, პრობლემები და მათი მოგვარების გზები (სიდას და



იუესეიდის დაფინანსებით). პროექტი დაიწყო 2013 წლის ნოემბერში და გაგრძელდა 2014 წლის მაისის ჩათვლით;

## ტექნიკურისამსახური

2014 წელს მოდერნიზაცია ჩაუტარდა ცენტრალურ სააპარატოს, განხორციელდა ძველი ტიპის სამომხმარებლო კავშირის აპარატურის დემონტაჟი, დამონტაჟდა ახალი ტიპის RIEDEL -ის ფირმის სამომხმარებლო კავშირის აპარატურა ყველა. ახალ Server Room-ში დამონტაჟდა ძალოვანი კვების ფარი 12 კარადისთვის. ტელევიზიის ცენტრალურ სააპარატოდან დამონტაჟდა სატელიტური ენკოდერის ელექტრონული ავარიული გადამრთველი I არხის სიგნალის მისაწოდებლად. შეიქმნა ახალი სტუდია. ტელევიზიის პირველ სართულზე საკუთარი ძალებით დამონტაჟდა და ექსპლუატაციაში გაეშვა ახალი მეექვსე – „კომუნიკატორის“ სტუდია. მეექვსე სტუდიის ნორმალური ფუნქციონირებისათვის ტელევიზიის ცენტრალურ სააპარატოში დამონტაჟდა სხვადასხვა სახის სატელევიზიო აპარატურა. ასევე ნიუსრუმში მოეწყო ჩართვის კუთხე. მე 3-ე კორპუსში დემონტაჟი გაუკეთდა „ნუის-ტივის“ სტუდიას. პროექტის მიხედვით ასევე გაკეთდა და მომზადდა მეორე არხის მთავარი საეთერო. რადიო 2-ის და რადიოს ცენტრალური სააპარატოს მკვებავ ქსელში დამონტაჟდა



ერთიანი უწყვეტი კვების სისტემა. გაშვებული იქნა რადიოპროგრამების აუდიოვიზუალური ჩამწერი-გამშვები მონოცობილობები “Markus-Pro”.

შემუშავდა რადიოპროგრამების აუდიო-ვიზუალური ჩანაწერების ვებ სერვისებზე ატვირთვის და სხვადასხვა პორტალებზე განთავსების პროექტი. რადიოს ტექნიკური სამსახურის მიერ აღმოფხვრილი იქნა ფილმების გახმოვანების სტუდიებში არსებული ის ხარვეზები, რომლებიც უმთავრესად აუდიო ჩანაწერების ხარისხზე აისახებოდა. მიმდინარეობს არსებული ტექნიკური საშუალებების ოპტიმიზაცია, მაქსიმალური ავტომატიზაციის, ადამიანური და ტექნიკური რესურსების ეფექტური გამოყენების თვალსაზრით.