

სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოს  
გადაწყვეტილება № 430  
(ოქმი № 388 )

თბილისი

2018 წლის 17 აგვისტო

სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ 2018-2021 წლების  
პროგრამული პრიორიტეტების განსაზღვრის შესახებ

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

განისაზღვროს სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ 2018-2021 წლების პროგრამული პრიორიტეტები თანდართული დანართის მიხედვით.

დანართი: სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ 2018-2021 წლების პროგრამული პრიორიტეტები.

სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოს თავმჯდომარის მოადგილე:

ირინა ფუტყარაძე



სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სამეურვეო საბჭოს წევრები:

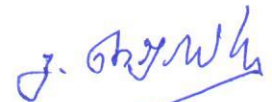
ბესიკ ლილუაშვილი



ქეთევან მსხილაძე

ნინო-ნინია კაკაბაძე

გიორგი ნიჟარაძე



იზაბელა ოსიპოვა

ირაკლი ჰაპავა



ზაზა შათირიშვილი



გიორგი იაკობაშვილი



# საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2018-2021 წლების პროგრამული პრიორიტეტები

## 1. შესავალი

### 1.1. პროგრამული პრიორიტეტების სამართლებრივი სტატუსი და სტრუქტურა

საქართველოს კონსტიტუციის ახალი რედაქციით, „კანონი უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დამოუკიდებლობას სახელმწიფო უწყებებისგან და თავისუფლებას პოლიტიკური და არსებითი კომერციული გავლენისგან“ (მუხლი 17.6; ძალაში შევა 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების შემდეგ).

მაუწყებლობის შესახებ საქართველოს კანონი საზოგადოებრივ მაუწყებელსავალდებულებს, მიაწოდოს საზოგადოებას პოლიტიკური და კომერციული გავლენისაგან თავისუფალი, საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისი, მრავალფეროვანი პროგრამები (მუხლი 15). კანონის მე-16 მუხლში მოცემულია საზოგადოებრივი მაუწყებლის შინაარსობრივი ვალდებულებები კონკრეტული ჩამონათვალის სახით.

ზემოაღნიშნული ვალდებულებების შესრულებისას საზოგადოებრივი მაუწყებელი ხელმძღვანელობს პროგრამული პრიორიტეტებით - მაუწყებლის ნორმატიული დოკუმენტით, რომელსაც ქმნის და ამტკიცებს სამეურვეო საბჭო (მუხლი 20). პროგრამული პრიორიტეტები მიიღება საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით.

პროგრამული პრიორიტეტები, რომლებიც სამეურვეო საბჭომ 2015 წელს შეიმუშავა, არეგულირებდა მაუწყებლის 2015-2016 წლების საქმიანობას. შემდგომში მათი მოქმედება 2018 წლის 20 აგვისტომდე გაგრძელდა. ახალი პროგრამული პრიორიტეტები, რომლებიც ამ დოკუმენტით განისაზღვრა, განკუთვნილია სამწლიანი პერიოდისთვის და მოიცავს 2018-2021წლებს, თუმცა ამ სამი წლის განმავლობაში მოსალოდნელია დოკუმენტში გარკვეული ცვლილებების შეტანა მისი შემდგომი განვრცობის მიზნით.

დოკუმენტი მომზადებულია 2014-2016 წლებში ჩატარებული კვლევების საფუძველზე, რომლებიც ინარჩუნებს ვალიდურობას („საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ დამოკიდებულება და მაუწყებლის გაუმჯობესების გზების იდენტიფიკაცია“, 2014-2015; „სატელევიზიო ბაზრის კვლევა“-სატელევიზიო აუდიტორიის სეგმენტაცია, -2016 წლის მაისი.)

## 1.2. მაუწყებლის ზოგადი ორიენტირები და და მართვის ამოცანები.

დამოუკიდებელი, პოლიტიკური და კომერციული გავლენებისგან თავისუფალი მაუწყებელი ვალდებულია, თავისი პროგრამირება მომხმარებელზე ორიენტირებით ააგოს. ამდენად, მაუწყებლის სტრატეგიული მიზანია, მიაწოდოს საზოგადოებას ის მედია მომსახურება და პროდუქცია, რაც მომხმარებლებს და მთლიანად საზოგადოებას პირველ რიგში სჭირდება და ვერ ღებულობს სხვა მედია საშუალებებით.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი უნდა ისწრაფოდეს, გახდეს მთავარი სადისკუსიო სივრცე საქართველოს მოსახლეობისათვის, სადაც შესაძლებელი იქნება ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი საკითხების განხილვა, განსახვავებული მოსაზრებების გამოთქმა, დისკუსია სწორედ საზოგადოების მაქსიმალური ჩართულობით.

ჰიბრიდული ომის ვითარებაში მაუწყებელმა ყველა საჭირო ზომა უნდა მიიღოს ყალბი ინფორმაციის გავრცელების თავიდან ასაცილებლად; ამავე დროს უნდა უზრუნველყოს მოსახლეობის ინფორმირება აღნიშნული პრობლემის შესახებ.

მაუწყებელი უნდა ისწრაფოდეს, გახდეს გამორჩეული მედიასაშუალება, რომელიც ავითარებს და ამკვიდრებს საკუთარ მიდგომებს დამომსახურების მაღალ სტანდარტებს, იზიდავს მომხმარებლებს ინოვაციის, სიახლის, წინსვლის ხელშეწყობითა და წარმოჩენით. მაუწყებელი უნდა ისწრაფოდეს, რომ წარმოებულ იქნას თუ შესყიდული ნებისმიერი პროდუქტისაუკეთესო იყოს შესაბამისუაზრში, ხოლო თითოეული პლატფორმის პროდუქციის მთელი სპექტრი გამოირჩეოდეს კონკურენტებისგან.

ახალი და მიმდინარე ამბების შესახებ საზოგადოებისთვის ინფორმაციის მიწოდებისადა გასართობი პროდუქციის გარდა მაუწყებელი აწარმოებს ისეთ პროდუქციას, რომელიც საზოგადოებისთვის სასარგებლო და ფასეული რჩება ხანგრძლივი დროის განმავლობაში. ამდენად, საზოგადოების საჭიროებების ოპტიმალურად მომსახურების მიზნით, მაუწყებელმა სათანადო ბალანსი უნდა დაიცვას პროდუქციის შემდეგ სამ კატეგორიას შორის:

ა. ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები - ამ პროდუქციას დღესდღეობით ყველაზე მაღალი წილი უკავია მაუწყებლის ბიუჯეტში;

ბ. კულტურა, შემეცნება, განათლება, ისტორია და ჯანსაღი ცხოვრების წესი - ამ ტიპის პროდუქციის შეთავაზება მაუწყებლის მიერ დღესდღეობით არ

შესაბამება საზოგადოების მოთხოვნებს როგორც პროდუქციის რაოდენობით, ასევე მისი მრავალფეროვნებით;

გ. ბავშვებისთვის და მოზარდებისთვის განკუთვნილი პროდუქცია - ყველაზე გრძელვადიანი ინვესტიციაა საზოგადოების განვითარებაში. მაუწყებელმა ამ ტიპის პროდუქციის წარმოება არა მარტო უნდა ზარდოს, არამედ ამავედროულად იზრუნოს მაუწყებლის შიგნით შესაბამისი კომპეტენციების შექმნა-განვითარებაზე.

შინაარსობრივ სრულყოფასთან ერთად მენეჯმენტმა უნდა იზრუნოს, რათა პირველი არხის სიგნალი ხელმისაწვდომი გახდეს მაქსიმალურად ბევრი მომხმარებლისთვის. ამასთან, მაქსიმალურად უნდა განვითარდეს სხვა პლატფორმები (რადიო, ვები, სხვა მულტიმედიური პლატფორმები), რომლებითაც მაუწყებელი მომხმარებელს საკუთარ პროდუქციას მიაწვდის. ასევე უნდა შესრულდეს ახალ შენობაში გადასვლის და ტექნიკური გადაიარაღების გეგმა; დასრულდეს სტრუქტურული რეფორმა და მართვის ახალი მეთოდების დანერგვა, მათ შორის ახალი ნიუსრუმის სახელმძღვანელო პრინციპების განხორციელება და მულტიმედიური წარმოების პროცესის აგება. ორგანიზაციის სწორმა მართვამ, მათ შორის შიდა სტანდარტების დანერგვამ შედეგად უნდა მოიტანოს კორპორატიული კლიმატის გაუმჯობესება, მაუწყებლის შემოქმედებითი პოტენციალის გაძლიერება, დასაქმებულთა პროფესიონალიზმის და კმაყოფილების მაჩვენებლების ზრდა.

შინაარსობრივ პარამეტრებთან ერთად, სამეურვეო საბჭო ყოველწლიურად შეაფასებს მენეჯმენტის საქმიანობას მაუწყებლის ორგანიზაციული სრულყოფის, საქმიანობის ეფექტიანობის ზრდის და სხვა ამოცანების მიღწევის თვალსაზრისით, რისთვისაც გამოიყენებს შეფასების სხვადასხვა საშუალებას.

## 2. მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტები

მომდევნო 3 წლის განმავლობაში სამეურვეო საბჭო ბიუჯეტის დამტკიცებისას და სხვა გადაწყვეტილებების მიღებისას პირველ რიგში იხელმძღვანელებს შემდეგი სტრატეგიული მიზნებით:

1. საყოველთაო წვდომა: მაუწყებლის ყველა პლატფორმისა და პროდუქციის მომხმარებელთა რაოდენობრივი ზრდის უზრუნველყოფა როგორც კომბინირებულ მაჩვენებლებში (სატელევიზო, რადიო და მულტიმედიური არხები), ასევეცალკე, პირველი არხის მაყურებლების მაჩვენებლებში.

2. საყოველთაო მომსახურება: მრავალფეროვანი აუდიტორიის, მათ შორის სპეციფიკური საჭიროებების მქონე აუდიტორიის მომსახურება. ამ მიზნით

პროდუქცია და ხარჯებიუნდა განაწილდეს საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფისმომსახურებისთვის, მათ შორისეთნიკური და რელიგიური ჯგუფების, შშმ პირების, რეგიონის მოსახლეობის მომსახურებისთვის.

2.1 თანაბრად ემსახურება სხვადასხვა სამომხმარებლო ქცევის მსხვილ სოციალურ ჯგუფებს (სოციოლოგიური კვლევებით დადგენილი მსხვილი ჯგუფები).

2.2 მზარდად უზრუნველყოფს საზოგადოების სხვადასხვა მცირე ჯგუფის რეპრეზენტაციას საკუთარ პროდუქციაში.

3. თვალთახედვების მრავალფეროვნება: საზოგადოებაში არსებული სხვადასხვა მსოფლმხედველობის, მოსაზრების, ფასეულობის და საჭიროების ასახვა და წარმოჩენა.

4.საგანმანათლებლო, კულტურული, შემეცნებითი, ანალიტიკური პროდუქციის წარმოების და ხარისხის ზრდა. ამ პროდუქციის ადგილობრივი და უცხოელი მწარმოებლებისგან შესყიდვა;

5.ბავშვებისთვის და მოზარდებისთვის (საგანმანათლებლო, გასართობი, სხვა) პროდუქციისწარმოების და ხარისხის ზრდა. ამ პროდუქციის ადგილობრივი და უცხოელი მწარმოებლებისგან შესყიდვა. ამავე დროს, 2018 წლის განმავლობაში მაუწყებელმა სპეციალისტების თანამონაწილეობით უნდა შეიმუშაოს ამგვარი პროდუქციის წარმოების და შესაბამის პლატფორმებზე განთავსების სტრატეგიული გეგმა და უზრუნველყოს ამ გეგმის განხორციელება;

6. მულტიმედიური მეთოდების ეფექტიანად გამოყენებაპროდუქციის წარმოებისა და გავრცელებისთვის; ალტერნატიული პლატფორმებისაუდიტორიის და მათ მიერ გავრცელებული პროდუქციის ოდენობის და მრავალფეროვნებისზრდა;

7.პროდუქციის ხარისხის, მრავალფეროვნების და ზეგავლენის წლიდან წლამდე ზრდა, მათ შორის, ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკის პროდუქციის სანდოობის ზრდის უზრუნველყოფა.

8. არქივი - გადაიდგას სასწრაფოდ ქმედითი ნაბიჯები უნიკალური საარქივო მასალების (დაცვა, გაციფრვა) შენარჩუნების მიზნით.

### 3. მაუწყებლის შინაარსობრივი პრიორიტეტები

### 3.1

საზოგადოების წინაშე ხელისუფლების ანგარიშვალდებულების უზრუნველსაყოფად, ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკის და სხვა შესაბამისი თემატიკის პროდუქციამ

მოქალაქეებს საშუალება უნდა მისცეს, გაეცნონ დამკაფიო წარმოდგენაში ქმნან საშინაო და საგარეო პოლიტიკის საკითხებზე, საკანონმდებლო, აღმასრულებელი, სასამართლო ხელისუფლებების,

ადგილობრივი თემ მართველობების მუშაობაზე,

ქვეყნისათვის მნიშვნელოვანში და პოლიტიკურ პროცესებზე,

ძირითადორიენტირებზე და გამოწვევებზე,

იმსაერთაშორისო მოვლენებსა და ორგანიზაციებზე,

რომლებიც საქართველოში მიმდინარე პროცესებთან კავშირში ან გავლენას ახდენს მასზე.

პროდუქციაში აისახოს: ა) სოციალური პრობლემები, განსაკუთრებული აქცენტით მოწყვლადი ჯგუფების პრობლემებსა და საჭიროებებზე (რიგითი მოქალაქის პრობლემები; გ)

საქართველოს ევროატლანტიკურ ინტეგრაციასთან დაკავშირებული საკითხები/ პროცესები: ნატოში გაწევრიანების შესაძლებლობები, ქვეყნის განვითარებაზე დასავლეთთან ინტეგრაციის დადებითი გავლენა, ასოცირების ხელშეკრულებით მიღებული შესაძლებლობები, სხვა.; დ)

საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესები; ე) ტერიტორიული მთლიანობის საკითხები, ოკუპირებულ ტერიტორიებზე მიმდინარე პროცესები, ოკუპირებულ და მიმდებარე ტერიტორიებზე მცხოვრები მოსახლეობის მდგომარეობა მათ შორის უფლებების დაცვის თვალსაზრისით არსებული ვითარება; ვ)

საქართველოში და დასაგარეო პოლიტიკასთან დაკავშირებული საკითხები და პროცესები; ზ) უცხოეთში მიმდინარე მოვლენები; თ) საერთაშორისო პოლიტიკა, რომელიც გავლენას ახდენს ქვეყნის სტაბილურობაზე და ქვეყნის შიგნით მიმდინარე პროცესებზე; ი) საქართველოს რეგიონებში მიმდინარე სამოქალაქო, პოლიტიკური, სოციალური, ეკონომიკური, კულტურული ცხოვრების ამსახველი პროცესები; კ) ეროვნული უცმირესობებით დასახლებული რეგიონებისთვის აქტუალური საკითხები; ლ) სოფლის მეურნეობის განვითარების მნიშვნელოვანი საკითხები.

3.2. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ერთ-ერთი ვალდებულებაა ჟურნალისტური გამოძიება. ამ ჟანრის შემდგომი განვითარებისა და პროდუქციის გაუმჯობესებისთვის, ჟურნალისტური გამოძიების შიდა

წარმოების გარდა, შეიქმნას პლატფორმა გარე წარმოებისთვის. 2018 წლის ბოლომდე მენეჯმენტმა შეიმუშაოს ამ პლატფორმის კონცეფცია, საგამოძიებო პროდუქციის გარე წარმოების და შესაბამის პლატფორმებზე განთავსების გეგმა და უზრუნველყოს ამ გეგმის განხორციელება.

ჟურნალისტური გამოძიება არ უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ გახმაურებული ამბებით/შემთხვევებით, არამედ უნდა იკვლევდეს ისეთ თემებს, რომლებიც კანონის უზენაესობას, ხელისუფლების ანგარიშვალდებულებას, ადამიანის უფლებების დარღვევებს და სახელმწიფოებრივად და საზოგადოებრივად აქტუალურ სხვა საკითხებს ეხება. ჟურნალისტური გამოძიება უნდა გახდეს საჯარო სექტორზე საზოგადოებრივი/სამოქალაქო მეთვალყურეობისა და მონიტორინგის ერთ-ერთი ძლიერი მექანიზმი.

3.3. ადამიანის უფლებების შესახებ მედიაპროდუქტების წარმოება და შექმნა, რომლებიც ორიენტირებული იქნება ადამიანის უფლებათა სწავლებაზე, პოპულარიზებაზე, საზოგადოების ინფორმირებაზე საერთაშორისო და ადგილობრივი გამოცდილების და მდგომარეობის შესახებ; მედიაპროდუქტის მომზადება კონკრეტული უფლებადარღვევების შესახებ, რომლის მიზანიც იქნება საქართველოში ადამიანის უფლებების დაცვის სისტემის გაუმჯობესება და მსოფლიოს საუკეთესო ანალოგებთან შესაბამისობაში მოყვანა. მედიაპროდუქტის შექმნისას ყურადღება გამახვილდეს ისეთ საკითხებზე, როგორცაა შრომითი უფლებები, უსაფრთხოების ნორმები და მომხმარებელთა უფლებები.

ადამიანის უფლებების შესახებ მედიაპროდუქტის წარმოების და შექმნის დროს უზრუნველყოფილი იქნეს საზოგადოების დაუცველი ჯგუფების მომსახურება.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის უმთავრესი ვალდებულებაა აღმოაჩინოს, დაინახოს და დაგვანახოს დღეს არსებული ყველაზე მტკივნეული პრობლემები, ადამიანის უფლებათა დარღვევის ფაქტები და მუდმივად ეძებდეს ამ პრობლემების მოგვარების გზებს, ასახავდეს მრავალფეროვნებას, უზრუნველყოფდეს მოსახლეობის ინფორმირებას და განათლებას ამ მიმართულებით. მიზანშეწონილია, ზემოხსენებული თემები გაშუქდეს სხვადასხვა გადაცემებში და ამ გადაცემების მომზადების პროცესში მონაწილეობას იღებდნენ როგორც ადამიანის უფლებადამცველები, ასევე სხვადასხვა თემის და სოციალური ჯგუფის წარმომადგენლები.

3.4. საქართველოში არსებული რელიგიური და ეთნიკური ჯგუფების კულტურის, ტრადიციების, ფასეულობების, ყოფის, საჭიროებების





## 5. საქმიანობის შეფასების საზომები

მაუწყებლის საქმიანობა ფასდება მინიმუმ წელიწადში ერთხელ; შეფასებები აგრეთვე შეიძლება კეთდებოდეს წლის განმავლობაში დაგამოიყენებოდეს რეკომენდაციებისა და მოთხოვნების ჩამოსაყალიბებლად.

მაუწყებლის საქმიანობის შეფასებისთვის გამოყენებული იქნება სხვადასხვა საშუალება, მათ შორის რაოდენობრივი მონაცემები, კვლევები, სხვ.

### მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდა

	2017 წლის	2018 წლის	2017 წლის	2018 წლის	2017	2018
სატელევიზიო არხები						
რადიო						
ინტერნეტი						
სხვა						
ჯამური						

### საყოველთაო მომსახურება

	% ფიფქმეტრებში 1 არხი	% სხვა პლატფორმებში	აღქმა სოციოლოგიური კვლევით	გადანაწილება პროდუქციის რაოდენობა	გადანაწილება დანახარჯები, რესურსები
ეთნიკური და რელიგიური ჯგუფები					
შშმ პირები					
რეგიონები					

### საგანმანათლებლო, კულტურული, შემეცნებითი, ანალიტიკური

	2017 წლის დანახარჯები	2018 წლის დანახარჯები	2017 წლის პროდუქცია	2018 წლის პროდუქცია	2017 წვდომა	2018 წვდომა
საკუთარი						



ადგილობრივი						
უცხოური						

პროდუქცია ბავშვებისთვის და მოზარდებისთვის

	2017 წლის დანახარჯები	2018 წლის დანახარჯები	2017 წლის პროდუქცია	2018 წლის პროდუქცია	2017 წვდომა	2018 წვდომა
საკუთარი						
ადგილობრივი						
უცხოური						

მულტიმედიური სამაუწყებლო პლატფორმები

	2017 წლის დანახარჯები	2018 წლის დანახარჯები	2017 წლის პროდუქცია	2018 წლის პროდუქცია	2017 წვდომა	2018 წვდომა
ვებვერდი						
აპლიკაცია						
სხვა						

ხარისხი, მრავალფეროვნება და ზეგავლენა

შეფასების ეს სამი პარამეტრი იზომება ჯამური ქულით, რომელიც ეყრდნობა ქვემოთ გაწერილი ასპექტების შეფასებას (იხ. ქვემოთ „ზეგავლენა, მრავალფეროვნება და ხარისხი“)

ხარისხი და მრავალფეროვნება

	2018 წლის შეფასება ხარისხი	2019 წლის შეფასება ხარისხი	2020 წლის შეფასება ხარისხი	2018 წლის შეფასება მრავალფეროვნება	2019 წლის შეფასება მრავალფეროვნება	2020 წლის შეფასება მრავალფეროვნება
ახალი ამბები...						
კულტურა...						
საბავშვო						

ზეგავლენა

	2018 წლის შეფასება ზეგავლენა	2019 წლის შეფასება ზეგავლენა	2020 წლის შეფასება ზეგავლენა



ახალი ამბები...			
კულტურა....			
საბავშვო			

შენიშვნა: იმ შემთხვევაში, თუკი შეფასებისას გამოყენებული იქნა კვლევის სხვადასხვა მეთოდი (მაგ. რაოდენობრივი და თვისობრივი კვლევა), რომელთა შედეგების პირდაპირ შეჯამება შეუძლებელია, ცხრილში გაიზრდება სვეტების რაოდენობა და ყველა შეფასება შევა ცალ-ცალკე ასევე წლების მიხედვით მოხდება მოცემული ცხრილების კორექტირება.

უფრო ვიწრო კატეგორიების -ქვეყანების ან გადაცემების შეფასებისთვის შეიქმნება ცალკე ცხრილები ამ კატეგორიების სპეციფიკის შესაბამისად.

ზეგავლენა, მრავალფეროვნება და ხარისხი

ქვემოთ ჩამოთვლილი შეფასების კრიტერიუმები გამოყენებული იქნება თითოეული ჟანრისთვის დამახასიათებელი სპეციფიკის გათვალისწინებით.

ზეგავლენა

- მაყურებელს ეხმარება, გაერკვეს ქვეყანასა და მსოფლიოში მიმდინარე მნიშვნელოვან პოლიტიკურ, ეკონომიკურ და სოციალურ პროცესებსა და საკითხებში
- მაყურებელს უქმნის შესაძლებლობას, იფიქროს მოვლენებზე ახალი და განსხვავებული კუთხით
- მაყურებელს უქმნის მოტივაციას, ჩაერთოს სხვადასხვა მოვლენებსა და აქტივობაში
- მაუწყებელი ქმნის ისეთ პროგრამებს, სიუჟეტებს, რომლებზედაც მაყურებლებს შემდგომ ემთმანეთთან საუბარი მოუნდებათ
- მაუწყებელი ქმნის ისეთ პროგრამებს, სიუჟეტებს, რომლებიც იწვევს გამოხმაურებას, რეაგირებას, დღის წესრიგის ცვლილებას სამოქალაქო საზოგადოებაში ან პოლიტიკაში
- მაუწყებელი არ ცდილობს მაყურებლით ფარულ მანიპულირებას რაიმე სპეციფიკური პოლიტიკური ან კომერციული ინტერესების სასარგებლოდ
- სტიმულს აძლევს მომხმარებელს, აღიქვას რეალობა ახალი და განსხვავებული კუთხით.
- სტიმულს აძლევს მომხმარებელს, შეცვალოს საკუთარი ცხოვრება უკეთესობისკენ.

- პასუხობს მომხმარებლის ინტერესებს და საჭიროებებს.
- წარმოაჩენს და პოპულარიზაციას უწევს საქართველოს თვითმყოფად კულტურას, ხელოვნებას, მეცნიერებას.
- პოპულარიზაციას უწევს მსოფლიო კულტურას, ხელოვნებას, მეცნიერებას.

#### მრავალფეროვნება

- წარმოაჩენს მრავალფეროვან მსოფლმხედველობებს, პოლიტიკურ თვალთახედვებს და ინტერესებს
- სათანადო ყურადღებას უთმობს საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფისთვის მნიშვნელოვან თემებს, პრობლემებს, ინტერესებს
- აძლევს გამოხატვის შესაძლებლობას იმ ჯგუფებს, რომელთა ხმა არ ისმის მედია გარემოში, მათ შორის რელიგიურ და ეთნიკურ ჯგუფებს, შშმ პირებს, რეგიონის მოსახლეობას
- კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს ცრურწმენებს, სტერეოტიპებს
- წარმოაჩენს მრავალფეროვან კულტურას და თვალთახედვებს, ადგილობრივ და მსოფლიო ტენდენციებს
- აძლევს გამოხატვის შესაძლებლობას სხვადასხვა გემოვნების მქონე ჯგუფებს, რომელთა ხმა არ ისმის მედია გარემოში; ასახავს ახალ მიმდინარეობებს

#### ხარისხი

- აშუქებს მოვლენებს ოპერატიულად, მიუკერძოებლად და ობიექტურად
- აშუქებს მოვლენებს დაზუსტებულად, სანდო წყაროებზე დაყრდნობით
- საკითხებს გადმოსცემს გასაგები ენით
- მოიძიებს და წარმოაჩენს ექსკლუზიურ და აქტუალურ ინფორმაციას, თემებს
- წარმოაჩენს მოვლენებს ახლებური და განსხვავებული კუთხით
- უზრუნველყოფს დისკუსიებისა და დებატების ისეთ ფორმატს, სადაც შესაძლებელია რაციონალური აზრის ჩამოყალიბება

#### სიღრმისეულობა

- მაყურებელს ეხმარება დაინახოს რეალობა, აზრი გამოიტანოს მიმდინარე მოვლენებიდან
- აჩვენებს მაყურებელს თუ როგორ აისახება (ეკონომიკური, სოციალური, პოლიტიკური და ა.შ) მოვლენები მასზე

- ანალიზებს, არის თუ არა (ეკონომიკური, სოციალური, პოლიტიკური და ა.შ) მოვლენები ისეთი, როგორც ჩანს
- ხსნის, თუ რატომ არის (ეკონომიკური, სოციალური, პოლიტიკური და ა.შ) მოვლენები ისეთი, როგორც არის
- ანახებს მომხმარებელს თუ როგორ აისახება (კულტურული, სოციალური, პოლიტიკური და ა.შ) მოვლენები მასზე
- სიღრმისეულად ანალიზებს მოვლენებს (კულტურული, სოციალური, პოლიტიკური და ა.შ) და წარმოაჩენს თუ როგორ ეხება პიროვნებას, საზოგადოებას და სამყაროს.

#### გამორჩეულობა

- ქმნის მუდმივ ფასეულობებზე ორიენტირებულ პროდუქციას, რომელიც არ არის წარმავალ, ამ წუთიერ რეიტინგზე ორიენტირებული
- არის ექსპერიმენტების და ინოვაციების ადგილი
- პროდუქცია არის ჟანრობრივად მრავალფეროვანი
- იყენებს სხვა არხებისგან განსახვავებულ შემოქმედებით მიდგომას მოვლენების და საკითხების გაშუქების დროს
- გამოირჩევა მაღალი სარედაქციო სტანდარტით.

პროგრამული პრიორიტეტების შესრულების შესაფასებლად სამეურვეო საბჭო გამოიყენებს საექსპერტო კვლევებს, სოციოლოგიურ კვლევებს, დამოუკიდებელი მედია ორგანიზაციების მიერ ჩატარებულ ანალიზს და მონიტორინგს.

სამეურვეო საბჭოს მიერ პროგრამული პრიორიტეტების შესრულების შეფასება და რეკომენდაციები იქნება საჯარო.