

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს
მხრიდან საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული
პრიორიტეტების შესრულების შეფასება

2020

Contents

❖ ავტორები.....	3
❖ თავი I - შესავალი და ძირითადი სახელმძღვანელო პრინციპები.....	3
❖ თავი II - შეფასების მეთოდოლოგია, პროცესი და დოკუმენტის შემუშავება.....	6
❖ თავი III - საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2020 წლის საქმიანობის ზოგადი შეფასება ...	9
❖ თავი IV - საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მიერ საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტით (2018-2021 წწ.-ის დოკუმენტი) გათვალისწინებული საკითხების შესრულების შეფასება 2020 წელს.....	14
❖ დასკვნა და რეკომენდაციები:.....	48
❖ ცნობარი.....	51

ავტორები

აღნიშნული დოკუმენტის შემუშავებაში მონაწილეობდნენ

ნინო ჭალაგანიძე, ჟურნალისტიკის დოქტორი, თსუ-ს პროფესორი;

ნიკა გონაშვილი, სამეურვეო საბჭოს აპარატის კონსულტანტ-ანალიტიკოსი;

ირინა ფუტკარაძე, სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორანტი; სამეურვეო საბჭოს თავმჯდომარე;

მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს წევრები:

ბონდო მძინარაშვილი;

ზაზა აბაშიძე;

მიხეილ ჩიკვილაძე;

იზაბელა ოსიპოვა;

გიორგი ნიჟარაძე;

ირაკლი პაპავა;

გრიგოლ მურდულია;

ბესიკ ლილუაშვილი.

თავი I - შესავალი და ძირითადი სახელმძღვანელო პრინციპები

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად დაფუძნებული სტრუქტურაა, რომლის მიზანია პოლიტიკური

და კომერციული გავლენისაგან თავისუფალი, საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისი, მრავალფეროვანი პროგრამების მიწოდება საზოგადოებისათვის.¹

აღნიშნული მიზნის მიღწევა კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი გახდა პოლარიზებულ მედიაგარემოში, სადაც ყოველდღიურად ვხვდებით მკაფიო დაპირისპირებას ვიწრო პოლიტიკური ინტერესების მქონე ჯგუფებს შორის. შესაბამისად, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფუნქციებისა და პრიორიტეტების შესრულება კიდევ უფრო მოთხოვნადი და მნიშვნელოვანი ხდება საზოგადოების სხვადასხვა ფენის ინტერესების დასაცავად.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინსტიტუციის არსებობის მნიშვნელობა და საჭიროება განსაკუთრებით გამოიკვეთა 2020 წელს, ვინაიდან აღნიშნულ წელს კოვიდ-19-ით გამოწვეულმა პროცესებმა რადიკალურად შეცვალა არა მხოლოდ ჩვენი ქვეყნის, არამედ მთელი მსოფლიოს დღის წესრიგი და გამოიკვეთა სატელევიზიო მედიის როლი და მსოფლიოსთვის წარმოადგინდა მნიშვნელოვანი საინფორმაციო ინსტრუმენტს. მით უფრო, საზოგადოებრივი მაუწყებლის როლი და პასუხისმგებლობა განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენდა, რასაც ამავე დროს აძლიერებდა პრიორიტეტების დოკუმენტის მნიშვნელობა.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-15 მუხლის თანახმად, მაუწყებელი სწორედ საზოგადოების წინაშეა ანგარიშვალდებული. აღნიშნული ვალდებულების ფარგლებში, ამავე კანონის მე-16, მე-20, 21-ე, 33-ე და 55-ე მუხლებით განმტკიცებული პასუხისმგებლობისა და მოვალეობის გათვალისწინებით, საზოგადოებრივი მაუწყებელი შეიმუშავებს პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტს. თავის მხრივ, დოკუმენტი ეფუძნება როგორც საქართველოს კანონმდებლობას, ასევე საზოგადოებრივი აზრის, მედია ბაზრისა და სხვა კვლევებს, საუკეთესო საერთაშორისო გამოცდილებასა და ეროვნულ ინტერესებს.

¹<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=59>

აქვე აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ მიუხედავად პრიორიტეტებით გათვალისწინებული ვალდებულებებისა, მაუწყებელი უნდა დარჩეს მოქნილ სტრუქტურად, რომელიც შეძლებს სწრაფად ცვალებადი საინფორმაციო გარემოს გამოწვევებთან გამკლავებას და შექმნილ მდგომარეობაში დაიცავს საზოგადოების ინტერესებს.

სწორედ ამ ფაქტორების გათვალისწინებით და საზოგადოების დაინტერესებული ჯგუფების ჩართულობით შეიქმნა საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2018-2021 წლების პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტი. იგი შემდეგ ნაწილებს აერთიანებს:

1. შესავალი
 - 1.1. პროგრამული პრიორიტეტების სამართლებრივი სტატუსი და სტრუქტურა
 - 1.2. მაუწყებლის ზოგადი ორიენტირები და მართვის ამოცანები
2. მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტები
3. მაუწყებლის შინაარსობრივი პრიორიტეტები
4. პროდუქციის მიწოდების გზები, პლატფორმები
5. საქმიანობის შეფასების საზომები

დოკუმენტის ამგვარი სტრუქტურირება საშუალებას იძლევა, მკაფიოდ გაიწეროს ყველა ის ძირითადი მიმართულება, რასაც მაუწყებელი 2018-2021 წლებში ისახავს მიზნად.

აქვე აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ განსხვავებით წინა დოკუმენტისაგან, რომელიც 2015 წელს შემუშავდა და 2018 წლამდე მოქმედებდა, უკვე შემდეგი დოკუმენტის შემთხვევაში ჩვენ ვხვდებით იმ მექანიზმებსა და პარამეტრებს, რითიც მაუწყებლის საქმიანობის შეფასება უნდა გაიზომოს. მიუხედავად შეფასების ინსტრუმენტებისა, მისი პრაქტიკაში დანერგვის ეფექტურობა, კერძოდ, საქმიანობის შეფასების საზომები დასახვეწია.

ამდენად, 2018-2021 წლის დოკუმენტი შესაძლებლობას იძლევა, გაუმჯობესდეს საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებულების მექანიზმები და დაინტერესებულმა ჯგუფებმა, მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს დახმარებით, თვალი ადევნონ მენეჯმენტის მიერ მაუწყებლის განვითარების პროცესს, ხოლო საჭიროების შემთხვევაში, მიუთითონ იმ ხარვეზებზე, რომელიც ხელს უშლის დასახული ამოცანების ეფექტიანად შესრულებას.

2018-2021 წლების დოკუმენტი ცალსახად წინ გადადგმული ნაბიჯია და საზოგადოების ინტერესებსა და მოთხოვნილებებს სწორად ეხმიანება.

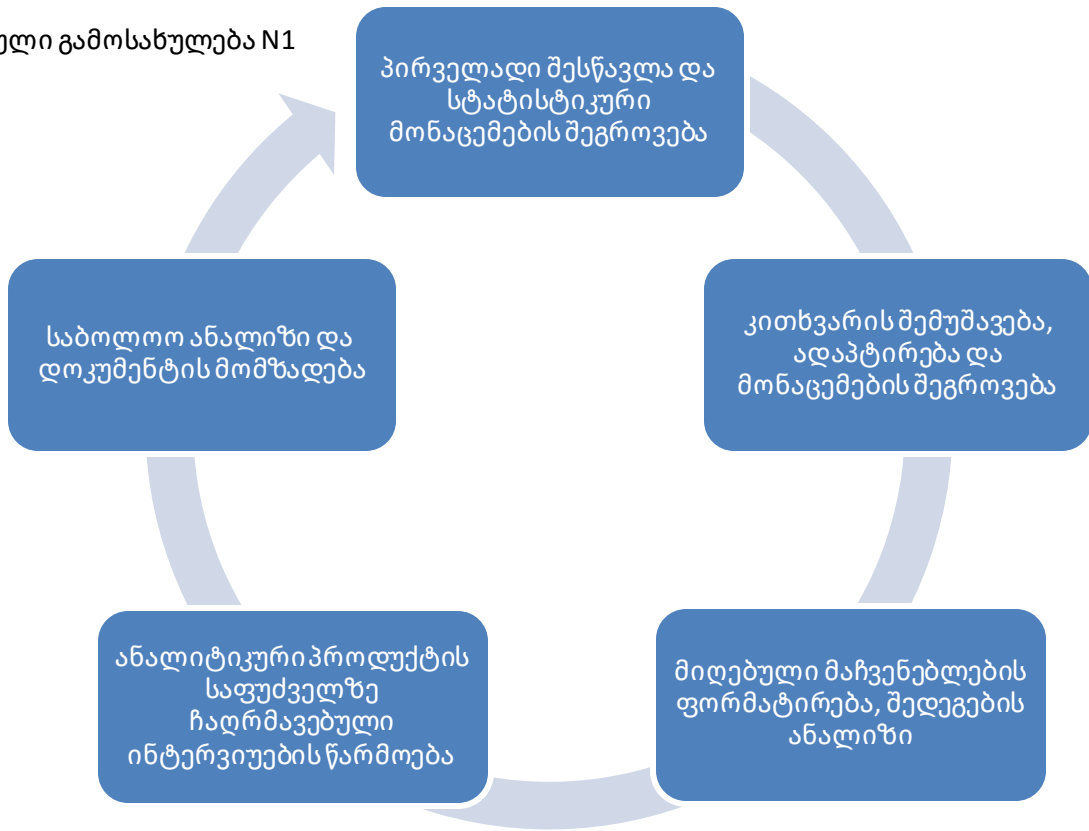
წინამდებარე დოკუმენტი წარმოადგენს მაუწყებლის მენეჯმენტის მიერ 2020 წელს პრიორიტეტების შესრულების მონიტორინგის პროცესის შედეგად მიღებულ ანგარიშს, რომელიც აერთიანებს როგორც რაოდენობრივ, ასევე თვისებრივ მახასიათებლებს, სამეურვეო საბჭოს წევრების შეფასებასა და რეკომენდაციებს. დოკუმენტი ეყრდნობა „საქმიანობის შეფასების საზომებში“ მითითებულ პროცესს და იზიარებს მის სულისკვეთებას - ობიექტურად ასახოს შექმნილი ვითარება, რათა ხელი შეუწყოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2018-2021 წლების პროგრამული პრიორიტეტების განხორციელებას და საზოგადოების ინტერესის გათვალისწინების პროცესს.

თავი II - შეფასების მეთოდოლოგია, პროცესი და დოკუმენტის შემუშავება

2020 წელს საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მხრიდან საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტების შესრულების შეფასებისას სამეურვეო საბჭომ იხელმძღვანელა ანალიტიკისა და შეფასების სხვადასხვა მოდელითა და კვლევის როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი კომპონენტებით.

კვლევა მოიცავს ხუთ ძირითად ფაზას. (იხ. გრაფიკული გამოსახულება N1)

გრაფიკული გამოსახულება N1



თითოეული ფაზა მოიცავს სამუშაოთა წინასწარ დადგენილ ერთობლიობას, მაგრამ, ამასთანავე, ტოვებს სივრცეს იმ საკითხებისთვის, რომლებიც, შესაძლოა, კვლევის პროცესში გამოვლინდეს.

პირველადი შესწავლა და სტატისტიკური მონაცემების შეგროვება

აღნიშნულ ეტაპზე მკვლევარი ახდენს საჯარო ინფორმაციის გამოთხოვას, შეგროვებასა და სტატისტიკის პირველად შესწავლას, რაც საშუალებას იძლევა, გამოიკვეთოს ის ძირითადი საკითხები და შეკითხვები, რომელსაც პირველადი კითხვარი უნდა აერთიანებდეს.

კითხვარის შემუშავება, ადაპტირება და მონაცემების შეგროვება

მეორე ეტაპზე მკვლევარი, სამეურვეო საბჭოს წარმომადგენლების ჩართულობით, ამზადებს კითხვარს, რომელიც ემსახურება საბჭოს წევრების დამოკიდებულებების იდენტიფიცირებას. კითხვარის შემუშავების შემდეგ მზადდება გამოკითხვის ელექტრონული ფორმა² და ეგზავნება სამეურვეო საბჭოს ყველა წევრს. აღნიშნულ ეტაპზე, მონაცემების შეგროვების პროცესში დაცულია ანონიმურობა, რაც საბჭოს წევრებს შესაძლებლობას აძლევს, იყვნენ უფრო გახსნილი საკუთარ შეფასებებში.

მიღებული მაჩვენებლების ფორმატირება, შედეგების ანალიზი

ამ ეტაპზე ხდება, ერთი მხრივ, კითხვარის შესწავლის შედეგად მიღებული ინფორმაციისა და, მეორე მხრივ, სტატისტიკური მონაცემების შედეგად მიღებული მასალის ანალიზი და მაჩვენებლების დაზუსტება.

ეს ეტაპი მნიშვნელოვანია იმის დასადგენად, თუ რამდენად ემთხვევა საბჭოს წევრების მიერ მენეჯმენტის მუშაობისა და პრიორიტეტების შესრულების ხარისხის აღქმა სტატისტიკურ მაჩვენებლებსა და წლის განმავლობაში ჩატარებული სხვადასხვა კვლევის შედეგებს.

ანალიტიკური პროდუქტის საფუძველზე ჩაღრმავებული ინტერვიუების წარმოება

აღნიშნული ეტაპი მიზნად ისახავს კვლევის წინა ფაზისას მიღებული ანალიტიკური მაჩვენებლების ტრანსფორმირებას ჩაღრმავებული ინტერვიუს კითხვებად, სადაც დაზუსტდება საბჭოს წევრების შეფასებები და გამოვლინდება საკითხები, რომელთა გათვალისწინება შესაძლებელი გახდება სარეკომენდაციოდ.

საბოლოო ანალიზი და დოკუმენტის მომზადება

კვლევის ბოლო საფეხურზე განსაზღვრულია მიღებული მონაცემების დაჯგუფება, დამუშავება და ანალიზი. დამუშავებული ინფორმაციის საფუძველზე მომზადდება

²<https://forms.gle/3G1ve5guLjt8P5jr9>

შეფასების დოკუმენტი, რომელიც მოიცავს სრული პროცესის აღწერას, კვლევის შედეგებსა და რეკომენდაციებს.

საკვლევ პერიოდში წარმოდგენილი იყო შუალედური ანგარიში, რომელიც მომზადდა „მიღებული მაჩვენებლების ფორმატირება, შედეგების ანალიზის“ ფაზის პარალელურად.

კვლევის პროცესში გამოყენებულია შემდეგი მეთოდები და მოდელები:

- მონაცემთა ანალიზი;
- რეტროსპექტული ანალიზი;
- შავი ყუთის მეთოდი;
- პრაქტიკის შედარებითი ანალიზი;
- კონტენტ-ანალიზი;
- სიღრმისეული (ჩაღრმავებული) ინტერვიუ;
- მოდელირება.

საბოლოო ჯამში, ყველა ამ საფეხურისა და მეთოდის დაცვით შესაძლებელია მიუკერძოებელი და ეფექტიანი შეფასების პროცესის წარმართვა და ვალიდური, მაღალი აკადემიური სტანდარტისა და პრაქტიკული გამოყენების მქონე დოკუმენტის შემუშავება, რომელიც 2018-2021 წელს საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტებით გათვალისწინებული საკითხების სრულყოფილად შესრულებას უზრუნველყოფს.

თავი III - საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2020 წლის საქმიანობის ზოგადი შეფასება

2020 წლის ზოგადი შეფასება ეყრდნობა სხვადასხვა საერთაშორისო ორგანიზაციისა და მონიტორინგის ჯგუფების, ასევე მენეჯმენტის მიერ განხორციელებული კვარტალური შეფასების შედეგებს.

წარმოდგენილი მონაცემების საფუძველზე უნდა ითქვას, რომ 2020 წელს მაუწყებელს თითქმის ყველა მიმართულებით აქვს გაუმჯობესება.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ საჯაროდ გამოქვეყნებული კვარტალური ანგარიშების თანახმად, ზრდა ფიქსირდება საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტით გათვალისწინებული საქმიანობის შეფასების საზომების უმრავლესობაში.

2020 წელს საზოგადოებრივი მაუწყებელი ორიენტირებული იყო მაყურებლის რაოდენობის ზრდასა და ხარისხის შენარჩუნება/გაუმჯობესებაზე. თვლადი კრიტერიუმებით ნათელი ხდება, რომ 2020 წლის ოთხივე კვარტალში საზოგადოებრივი მაუწყებელი სხვადასხვა პლატფორმებზე მომხმარებელთა რაოდენობას თანმიმდევრულად ზრდიდა. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტის მიერ მოწოდებული ინფორმაციისა და დამოუკიდებელი პლატფორმების მიერ საჯაროდ გამოქვეყნებული მონაცემების ანალიზის შედეგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მაუწყებელი საშუალოდ 0.2 პუნქტით ზრდის აუდიტორიას.

ქვემოთ მოცემულ ცხრილში (ცხრილი N1) წარმოდგენილი მონაცემები საშუალებას გვაძლევს, თვალსაჩინოდ დავინახოთ აღნიშნული პროგრესი და დავასკვნათ, რომ მაუწყებლის აუდიტორიის ზრდა შეიმჩნევა როგორც სატელევიზიო სივრცეში, ასევე რადიოსა და ინტერნეტში. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ მაუწყებლის მენეჯმენტის მუშაობა ინტერნეტ სივრცეში წამყვანი პოზიციების მოსაპოვებლად ეფექტიანია და ამ მიმართულებით აუდიტორიის ზრდა ყველაზე მაღალია.

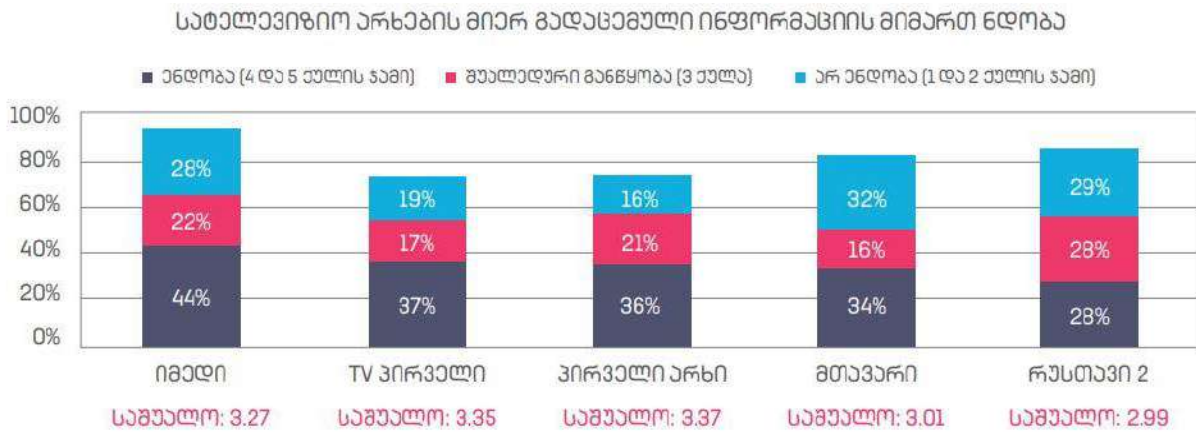
ცხრილი N1

	I კვარტალი	II კვარტალი	III კვარტალი	IV კვარტალი
სატელევიზიო არხები	0.7	0.9	1.0	1.1
რადიო	0.4	0.4	0.6	0.6
ინტერნეტი	1.1	1.5	1.7	2.1
ჯამური	1.5	1.6	1.8	2.1

აუდიტორიის ზრდასთან ერთად, მზარდია საზოგადოებრივი მაუწყებლის სხვადასხვა პლატფორმების მიმართ აუდიტორიის ნდობის მაჩვენებელიც.

კომპანია „სონარის“ მიერ 2020 წლის ოქტომბერში ჩატარებულ კვლევაზე დაყრნობით, შეგვიძლია ნათლად დავინახოთ (გრაფიკული გამოსახულება N2), რომ

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი სანდოობის მაჩვენებლით ქვეყანაში მესამეა.



გრაფიკული გამოსახულება N2

თუ იმას გავითვალისწინებთ, რომ პირველი არხის მიერ გავრცელებულ ინფორმაციას ორჯერ მეტი ადამიანი ენდობა, ვიდრე არ ენდობა (ამ მაჩვენებელში პირველი არხი ლიდერია), შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ პირველი არხი ეფექტიანად ასრულებს დაკისრებულ მოვალეობას და ზეგავლენის ნაწილში ქმნის იმგვარ გარემოს, რომლითაც ეხმარება მაყურებელს გაერკვეს ქვეყანასა და მსოფლიოში მიმდინარე მნიშვნელოვან პოლიტიკურ, ეკონომიკურ და სოციალურ პროცესებსა და საკითხებში, უქმნის შესაძლებლობას, იფიქროს მოვლენებზე ახალი და განსხვავებული კუთხით, ქმნის მოტივაციას აუდიტორიაში, რათა მოხდეს სხვადასხვა მოვლენებსა და აქტივობაში ჩართვა. მაუწყებელი ქმნის ისეთ პროგრამებს, სიუჟეტებს, რომლებიც ხელს უწყობს მაყურებლის შემდგომ ჩართულობას, მასალა იწვევს გამოხმაურებასა და რეაგირებას, ცვლის და აუმჯობესებს დღის წესრიგს სამოქალაქო საზოგადოებაში ან/და პოლიტიკაში, როგორც ეს პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტიტაა განსაზღვრული.

³ მონაცემები წარმოდგენილია კვლევითი კომპანია „სონარის“ მიერ მომზადებული გრაფიკის გამოყენებით.

პრიორიტეტების დოკუმენტის შესაბამისად, მაუწყებელი არ ცდილობს მაყურებლით ფარულ მანიპულირებას რაიმე სპეციფიკური პოლიტიკური ან კომერციული ინტერესების სასარგებლოდ და რეალობის აღსაქმელად სტიმულს აძლევს მომხმარებელს.

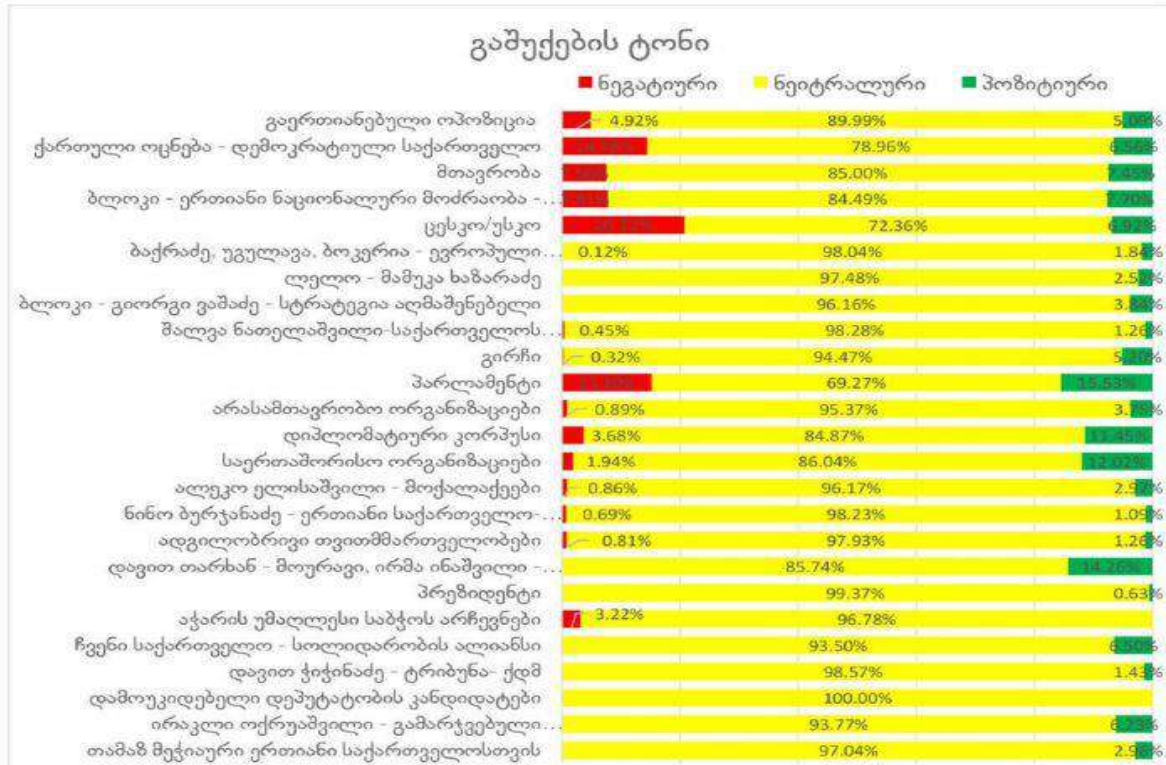
საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი პასუხობს მომხმარებლის ინტერესებს და საჭიროებებს. იგი წარმოაჩენს წარმოაჩენს და პოპულარიზაციას უწევს როგორც საქართველოს თვითმყოფად კულტურას, ხელოვნებას, მეცნიერებას, ასევე მსოფლიო კულტურას, ხელოვნებას და მეცნიერებას.

მრავალფეროვნების კომპონენტში საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ შესრულებული სამუშაოები ზრდის მოქალაქეების მოწყვლადი ჯგუფების წვდომას ინფორმაციაზე. ამ მიმართულებით გადადგმული ნაბიჯების ეფექტიანობას საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭო დადებითად აფასებს, რასაც შემდგომ თავში დეტალურად განვიხილავთ.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტის მიერ მოწოდებული ინფორმაციის საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მაუწყებელი წარმოაჩენს ფართო მსოფლმხედველობას, პოლიტიკურ თვალთახედვას და ინტერესს. აღნიშნული საკითხი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი იყო წინასაარჩევნო პერიოდში, რასაც მაუწყებელმა მაღალი პროფესიონალიზმით უპასუხა. ამის თქმის საფუძველს გვაძლევს არჩევნების გაშუქების მონიტორინგის⁴ შედეგები. მაგალითად, თუკი განვიხილავთ გრაფიკულ გამოსახულება N3-ზე მოცემულ მონაცემებს, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საბოლოო ჯამში, მაუწყებელი სათანადო ყურადღებას უთმობს ყველა პოლიტიკურ სუბიექტს და ხელმძღვანელობს ნეიტრალურობის პრინციპით და ბალანსის დაცულობით.

⁴ <http://bit.ly/MonitoringisAngarishi>

გრაფიკული გამოსახულება N3



აღსანიშნავია, რომ მაუწყებელი ქმნის ჯანსაღ გარემოს საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფისთვის მნიშვნელოვანი თემების, პრობლემების და ინტერესების წარმოსაჩენად. მაუწყებელი კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს ცრურწმენებს, სტერეოტიპებს - წარმოაჩენს მრავალფეროვან კულტურასა და თვალთახედვას, ადგილობრივ და მსოფლიო ტენდენციებს, როგორც ეს პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტშია გაწერილი.

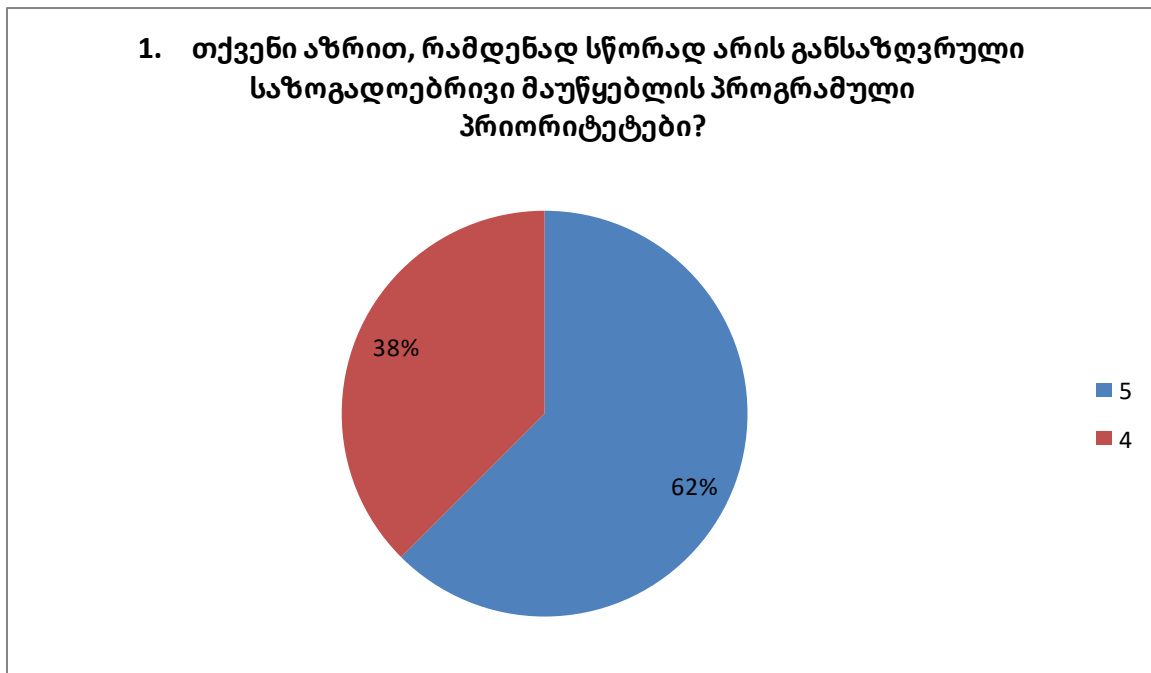
2020 წელს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი იყო მაუწყებლის მიერ დისკუსიებისა და დებატების ისეთ ფორმატების განვითარება, სადაც შესაძლებელი იყო რაციონალური აზრის ჩამოყალიბება, სიღრმისეული ანალიზი. ამ მხრივ, როგორც წინასაარჩევნო, ასევე ზოგადი შინაარსობრივი მონიტორინგის კვლევის საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ 2020 წლის განმავლობაში, საზოგადოებრივი მაუწყებელი მაყურებელს ეხმარებოდა რეალობის დანახვაში და მიმდინარე მოვლენებთან დაკავშირებით ანალიზის გაკეთების და დასკვნების გამოტანის შესაძლებლობას უქმნიდა.

თავი IV - საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მიერ საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტით (2018-2021 წწ.-ის დოკუმენტი) გათვალისწინებული საკითხების შესრულების შეფასება 2020 წელს

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მიერ საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტის შესრულების შეფასება ეყრდნობა როგორც რაოდენობრივ, ისე თვისებრივ მაჩვენებლებს. აღნიშნული შედეგები წარმოდგენილია თითოეულ კითხვასთან მიმართებაში არსებული პასუხებისა და პროცენტული მაჩვენებლების გათვალისწინებით. მნიშვნელოვანია, რომ მაჩვენებლების პირველი ნაწილი წარმოადგენს ანონიმური კვლევის შედეგებს, ხოლო მეორე ნაწილში წარმოდგენილი მონაცემები ეყრდნობა საბჭოს წევრებთან ჩაღრმავებული ინტერვიუების შედეგად მიღებულ ინფორმაციას.

პირველი ნაწილი:

1. თქვენი აზრით, რამდენად სწორად არის განსაზღვრული საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტები?



რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ პასუხები ვარიანტებიდან 1 (ძალიან არასწორად)-დან 5 (ძალიან სწორად)-მდე.

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან 5-მა (62.5%) შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით და სამმა (37.5%) - 4 ქულით.

ანალიზი: საბჭოს ყველა წევრის მიერ დადებითი შეფასების საფუძველზე საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტები სწორად არის განსაზღვრული.

2. თქვენი აზრით, მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტებიდან რომელი სრულდება ყველაზე კარგად?

გამოიკვეთა შემდეგი პრიორიტეტები, როგორც ყველაზე კარგად შესრულებული:

- საგანმანათლებლო, კულტურულ-შემეცნებითი, სოფლის მეურნეობა, ეკონომიკა, სპორტი, კულტურა;
- „მიაწოდოს საზოგადოებას ის მედიამომსახურება და პროდუქცია, რაც მომხმარებლებს და მთლიანად საზოგადოებას პირველ რიგში სჭირდება და ვერ ღებულობს სხვა მედია საშუალებებით.“;
- „წარმოებული თუ შესყიდული ნებისმიერი პროდუქტი საუკეთესო იყოს შესაბამის ჟანრში, ხოლო თითოეული პლატფორმის პროდუქციის მთელი სპექტრი გამოირჩეოდეს კონკურენტებისგან.“;
- მულტიმედიური მეთოდების ეფექტიანად გამოყენება პროდუქციის წარმოებისა და გავრცელებისთვის (ინტერნეტ პლატფორმები, სოციალური ქსელები: „Facebook“, „Instagram“, „Youtube“, მობილური აპლიკაციები Android-ის და IOS-ის სმარტფონებისთვის);
- საყოველთაო წვდომა საქართველოს ტერიტორიაზე; ასევე, საქართველოს რადიოს ემსახურება 52 გადამცემი, რომელსაც დაემატა 25 ახალი გადამცემი 24 სამაუწყებლო ზონაში;
- მაუწყებლის საინფორმაციო და ანალიტიკურ გადაცემებში მონაწილე პოლიტიკური აქტორების მრავალფეროვნება 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების გაშუქებისას.

ერთი რესპონდენტის შეფასებით: „მაუწყებლის პრიორიტეტები მუშავდებოდა ჯერ კიდევ წინა სამეურვეო საბჭოში ექსპერტების მონაწილეობითა და საერთაშორისო მედია ექსპერტების გამოცდილებაზე დაყრდნობით (დიდი ბრიტანეთი, ფინეთი, საფრანგეთი, სხვა.); შესაბამისად, შემუშავებული პრიორიტეტების ნუსხა მაქსიმალურად აკმაყოფილებს საზოგადოებრივი მაუწყებლობის მოთხოვნებსა და გამოწვევებს.“

ასევე, ერთი რესპონდენტის აზრით, ყველა პრიორიტეტი სრულდება საშუალოზე მაღალი ეფექტიანობით.

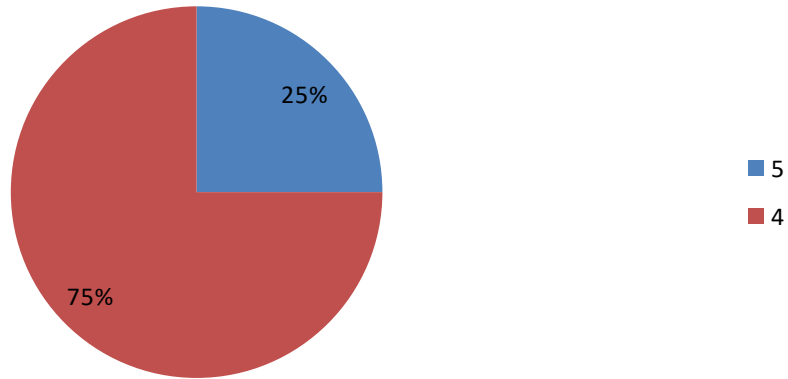
ანალიზი: პროდუქციის რაოდენობის, ხარისხის და წვდომის ზრდა გამომდინარეობს და ეფუძნება აუცილებელ და წარმატებულ პროგრამებს: „ტელესკოლა“, „პირადი ექიმი“, „აკუსტიკა“, საინფორმაციო და ანალიტიკური გადაცემები, შოუ „მასტერშეფი“.

2020 წელს, კოვიდ პანდემიის პირობებში, საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა აწარმოა და აუდიტორიას წარმატებულად მიაწოდა ის გადაცემები, რომლებიც არსებითია საქართველოს მოსახლეობისთვის.

მაღალქულიანი შეფასება ლოგიკურია.

3. შეაფასეთ მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტის - „საყოველთაო წვდომა“ - შესრულება

3. შეფასეთ მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტის - „საყოველთაო წვდომა“ - შესრულება.



რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულდება ძალიან ცუდად) 5-მდე (სრულდება ძალიან კარგად).

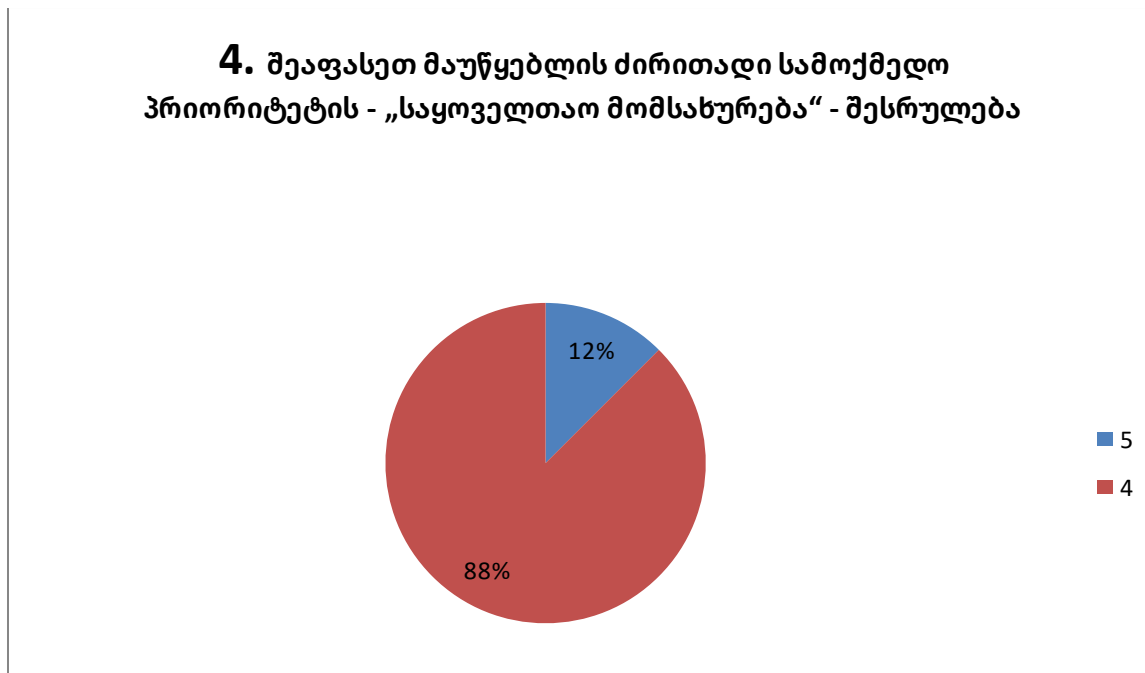
საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ორმა (25%) დასმული საკითხი შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით, ხოლო ექვსმა (75%) - 4 ქულით.

ანალიზი: საქართველოს რადიოს გადამცემების რაოდენობის ზრდა, ინტერნეტ პლატფორმის წარმატებული ათვისება მიუთითებს გაუმჯობესებულ და გაზრდილ წვდომას (ეს ფაქტი ეფუძნება მაუწყებლის მიერ ჩატარებულ კვარტალურ ⁵კვლევებს).

შესაბამისად, მაღალქულიანი შეფასება ლოგიკურია. ხოლო ის ფაქტი, რომ ექვსმა რესპონდენტმა წვდომა შეაფასა 4 ქულით და არა მაქსიმუმით, ნიშნავს იმას, რომ „საზოგადოებრივ მაუწყებელს“ კიდევ აქვს ზრდის პოტენციალი და კვლავ უნდა გაუმჯობესდეს ამ მიმართულებით.

⁵ <https://1tv.ge/document/ssip-sazogadoebrivi-mauwyebli-2020-wlis-angarishi/>
<https://1tv.ge/document/1064871/>

4. შეაფასეთ მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტის - „საყოველთაო მომსახურება“ - შესრულება



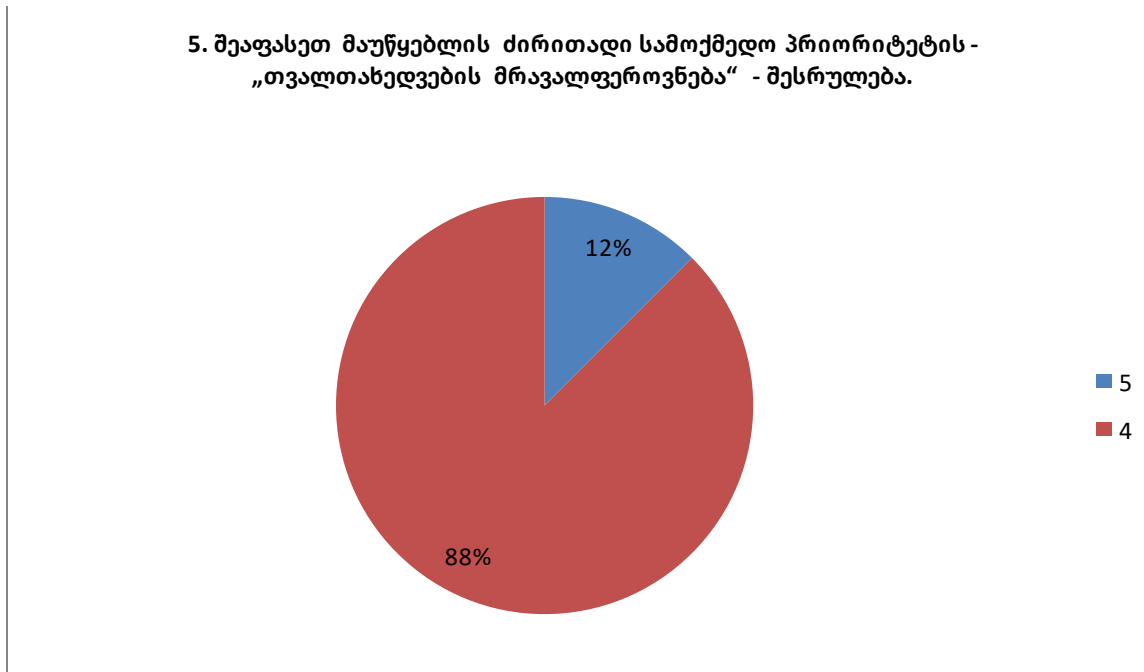
რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულდება ძალიან ცუდად) 5-მდე (სრულდება ძალიან კარგად).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ერთმა (12.5%) შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით, ხოლო შვიდმა (87.5%) - 4 ქულით.

ანალიზი: აქ აღსანიშნავია საინფორმაციო პროგრამის - „მომბე უმცირესობების ენაზე“ მიერ განხორციელებული პროექტი „მრავალფეროვანი საქართველო“, რომლის ფარგლებშიც შეიქმნა აზერბაიჯანული და სომხური ინტერნეტ-ტელევიზიები: Birinci Kanal (პირველი არხი) და Առաջին Ալիք (პირველი არხი), რაც ქვეყნის მოსახლეობის ინფორმირებას ემსახურება.

შესაბამისად, მაღალქულიანი შეფასება ლოგიკურია. ხოლო უმრავლესობის მიერ 4 ქულის (5 მაქსიმუმი) არჩევა ნიშნავს, რომ „საზოგადოებრივ მაუწყებელს“ კიდევ აქვს ზრდის პოტენციალი და კვლავ უნდა გაუმჯობესდეს ამ მიმართულებით.

5. შეაფასეთ მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტის - „თვალთახედვების მრავალფეროვნება“ - შესრულება.



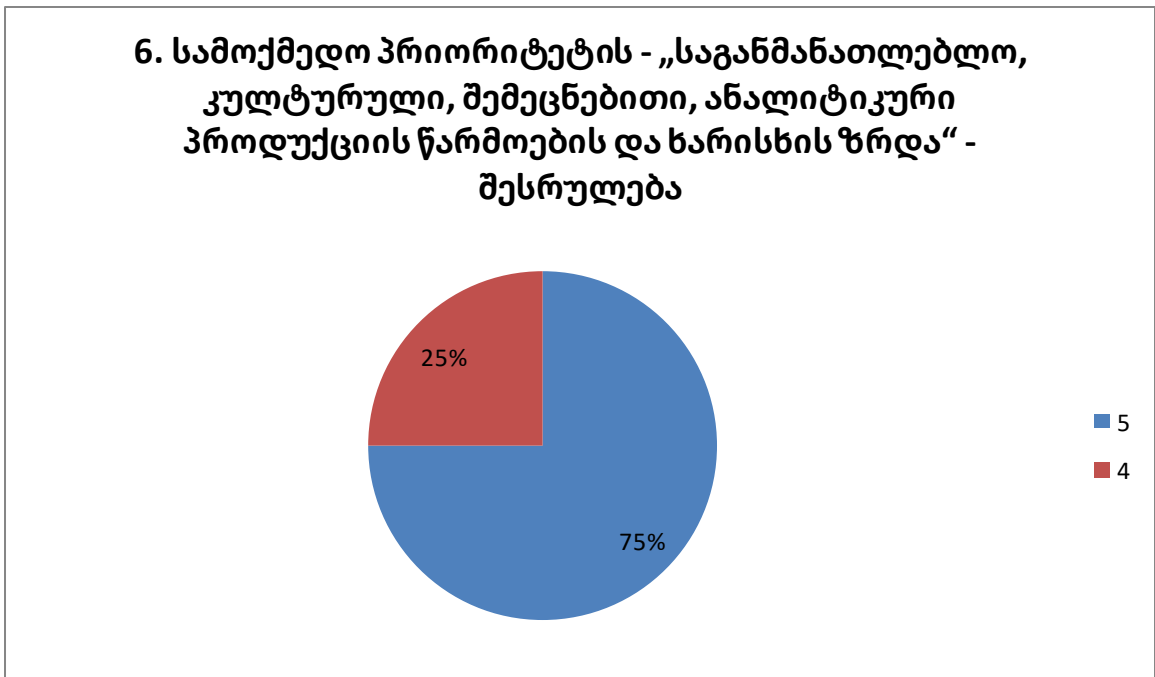
რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულდება ძალიან ცუდად) 5-მდე (სრულდება ძალიან კარგად).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ერთმა (12.5%) შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით, ხოლო შვიდმა (87.5%) 4 ქულით.

ანალიზი: მრავალფეროვნება განსაკუთრებით გამოიკვეთა მოწვეული სტუმრების რაოდენობაში, პოზიციების, მოსაზრებების, ფასეულობების და საჭიროებების ასახვასა და საზოგადოებისთვის წარდგენაში პოლიტიკურ და საინფორმაციო გადაცემებში („დებატები“ და ყოველდღიური „მომხმის“ მთავარ გამოშვებაში დათმობილი 5 წუთი პოლიტიკური კვალიფიციური თუ არაკვალიფიციური სუბიექტებისთვის).

შესაბამისად, მაღალქულიანი შეფასება ლოგიკურია. ხოლო უმრავლესობის მიერ 4 ქულის (5 მაქსიმუმი) არჩევა ნიშნავს, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს კიდევ აქვს ზრდის პოტენციალი და კვლავ უნდა გაუმჯობესდეს ამ მიმართულებით: უნდა მოხდეს აბსოლუტურად ყველა პოლიტიკური სუბიექტის ჩართვა გადაცემებში (რადგან ზოგჯერ, ამა თუ იმ სუბიექტის სურვილის არარსებობის პირობებში, ეს შეუძლებელი იყო).

6. შეაფასეთ მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტის - „საგანმანათლებლო, კულტურული, შემეცნებითი, ანალიტიკური პროდუქციის წარმოების და ხარისხის ზრდა“ - შესრულება



რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულდება ძალიან ცუდად) 5-მდე (სრულდება ძალიან კარგად).

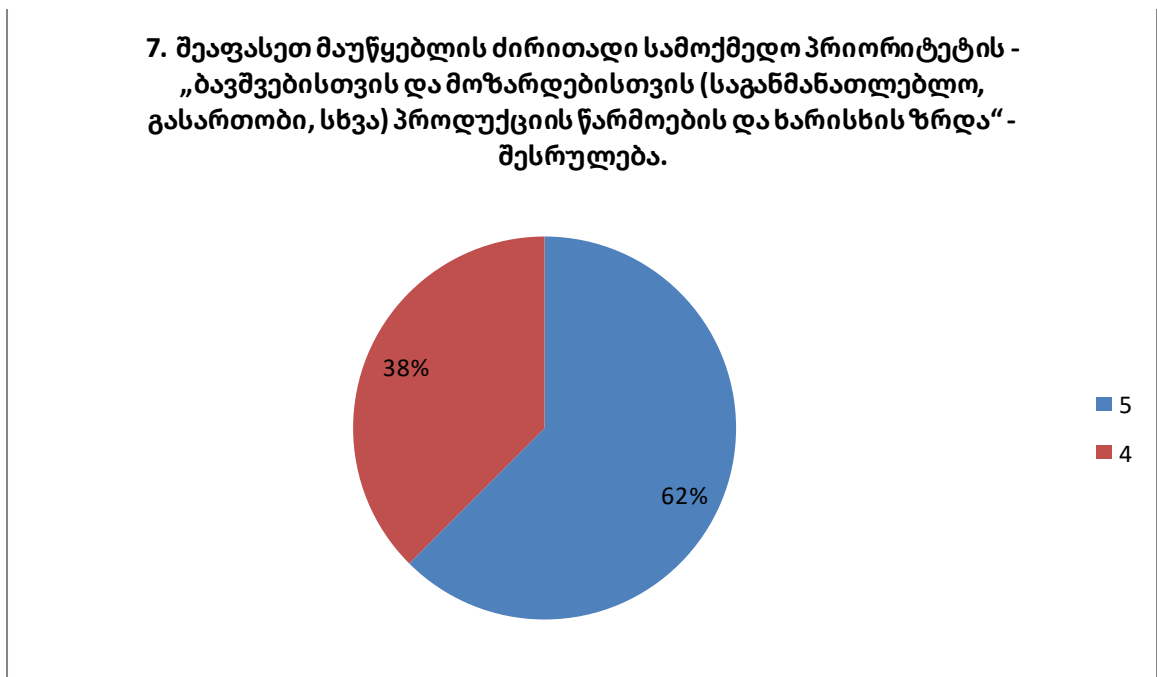
საბჭოს რვა გამოკითხული წევრიდან ექვსმა (75%) შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით და ორმა (25%) - 4 ქულით.

ანალიზი: 2020 წელს შეიქმნა: „ტელესკოლა“, „პირადი ექიმი“, „42-ე პარალელი“, „მასტერშეფი“, „მარტივი ლოგიკა“, „ტელემუზეუმი“, „წიგნების თარო“, და სხვა

მრავალი (30-ზე მეტი უნიკალური პროექტი). ეს ემსახურება მოსახლეობის განათლებასა და ინფორმირებულობას.

შესაბამისად, უმრავლესობის მიერ უმაღლესი ქულით შეფასება სავსებით ლოგიკურია, რადგან კოვიდ პანდემიის პირობებში ამ პროდუქციის მნიშვნელობა განსაკუთრებით გაიზარდა არამხოლოდ შემეცნებითი, არამედ პრაქტიკული თალსაზრისითაც.

7. შეაფასეთ მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტის - „ბავშვებისთვის და მოზარდებისთვის (საგანმანათლებლო, გასართობი, სხვა) პროდუქციის წარმოების და ხარისხის ზრდა“ - შესრულება



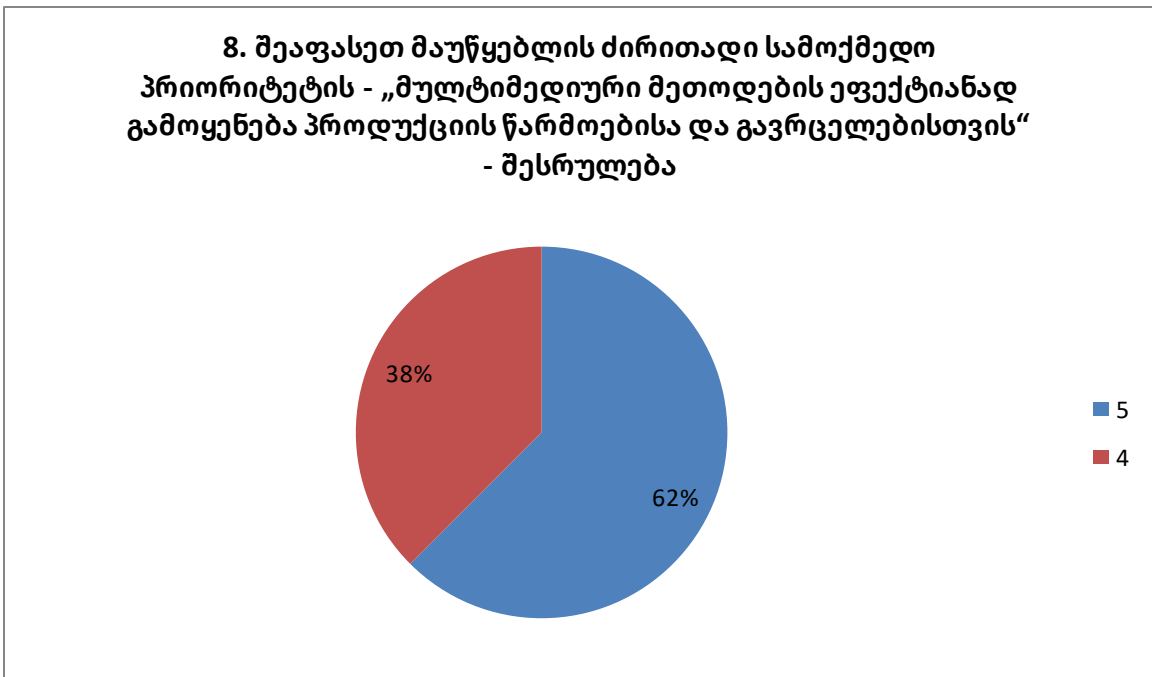
რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულდება ძალიან ცუდად) 5-მდე (სრულდება ძალიან კარგად).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ხუთმა (62.5%) შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით, ხოლო სამმა (37.5%) - 4 ქულით.

ანალიზი: 2020 წლის პროექტებში შედიოდა: „ტელესკოლა“, „ხარ თუ არა მეექვსეკლასელზე ჭკვიანი“, „მარტივი ლოგიკა“ და სხვა კულტურული თუ მუსიკალური გადაცემები, რაც ბავშვებისა და მოზარდების სეგმენტზე იყო გათვლილი.

შესაბამისად, აღნიშნული პრიორიტეტის უმრავლესობის მიერ მაღალი ქულით შეფასება ლოგიკურია, რადგან საგანმანათლებლო სისტემაში შექმნილი პრობლემების, კერძოდ, საგაკვეთილო და სალექციო პროცესების პარალიზების შემდეგ, ამ პროდუქციით შეივსო როგორც სასწავლო, ისე შემეცნებითი დეფიციტი.

8. შეაფასეთ მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტის - „მულტიმედიური მეთოდების ეფექტიანად გამოყენება პროდუქციის წარმოებისა და გავრცელებისთვის“ - შესრულება



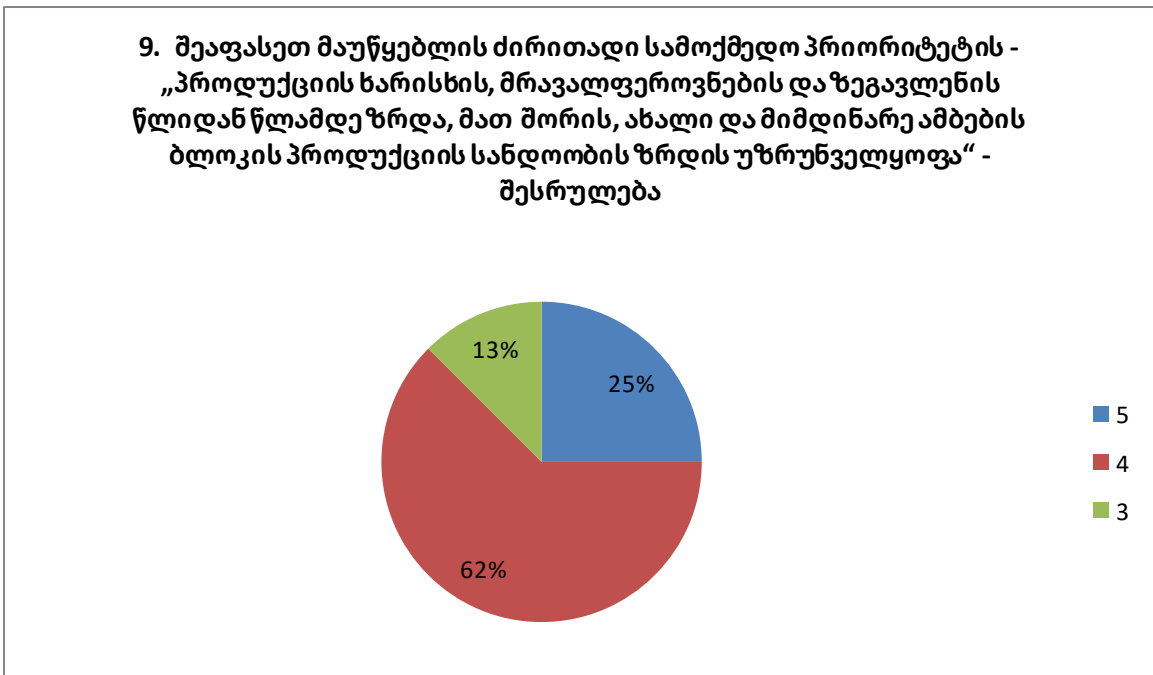
რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულდება ძალიან ცუდად) 5-მდე (სრულდება ძალიან კარგად).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ხუთმა (62.5%) საკითხი შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით და სამმა (37.5%) - 4 ქულით.

ანალიზი: 2020 წელს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა განახორციელა ტექნიკის თუ სერვერების შესყიდვა/გაუმჯობესება, რამაც ხელი შეუწყო მაღალ-ხარისხიან და ეფექტიან წარმოებას.

შესაბამისად, უმრავლესობის მიერ პრიორიტეტის მაღალი ბალით შეფასება ლოგიკურია.

9. შეაფასეთ მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტის - „პროდუქციის ხარისხის, მრავალფეროვნების და ზეგავლენის წლიდან წლამდე ზრდა, მათ შორის, ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკის პროდუქციის სანდოობის ზრდის უზრუნველყოფა“ - შესრულება



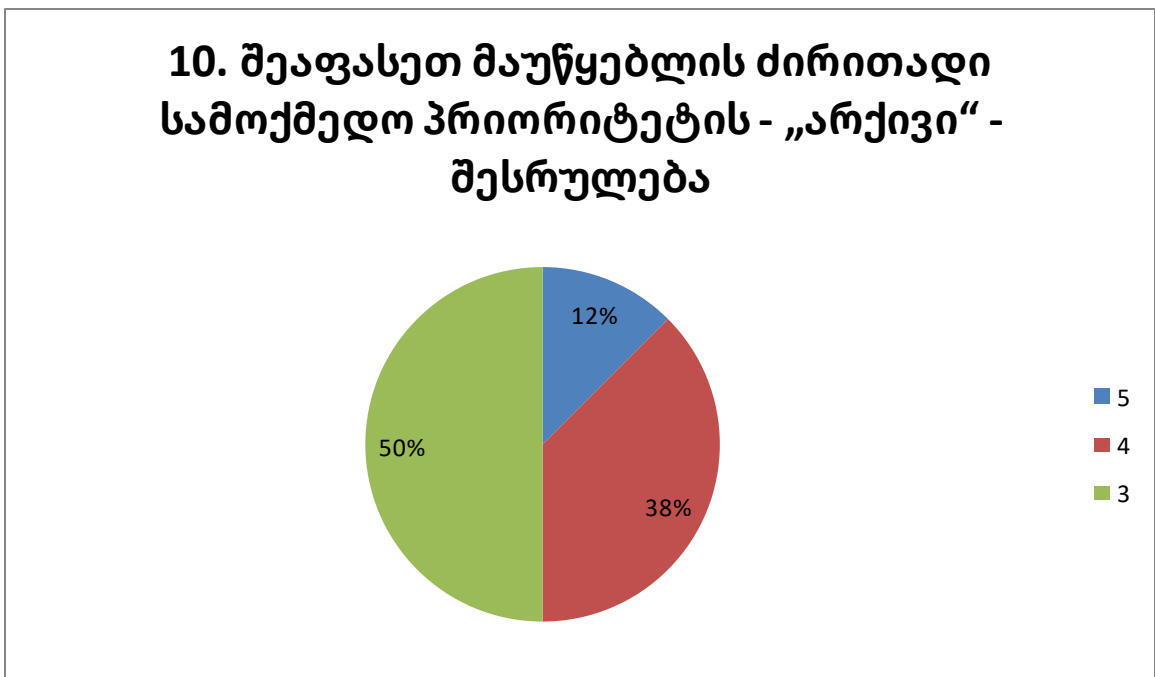
რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულდება ძალიან ცუდად) 5-მდე (სრულდება ძალიან კარგად).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ორმა (25%) შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით, ხუთმა (62.5%) - 4 ქულით და ერთმა (12.5%) - 3 ქულით.

ანალიზი: 2020 წელს საზოგადოებრივი მაუწყებლის კვარტალურ ანგარიშებში თვალსაჩინოა როგორც კვარტალური ზრდა, ისე წინა წლებთან შედარებით გაზრდილი პოპულარობა და მომხმარებლის რაოდენობა, რაც ნაწილობრივ ინტერნეტსივრცის ათვისების შედეგად მოხდა.

მაღალქულიანი შეფასება ლოგიკურია. თუმცა, პასუხებიდან გამომდინარე (რომლებიც უმეტეს წილად 4 და 5 ქულა იყო და ერთი პასუხი - 3 ქულა), პროდუქციის სანდოობის უზრუნველყოფისთვის მაუწყებელს მეტი მუშაობა სჭირდება.

10. შეაფასეთ მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტის - „არქივი“ - შესრულება



რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულდება ძალიან ცუდად) 5-მდე (სრულდება ძალიან კარგად).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ერთმა (12.5%) შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით, სამმა (37.5%) - 4 ქულით და ოთხმა (50%) - 3 ქულით.

ანალიზი: საბჭოს წევრების პასუხები, უმეტესწილად, საშუალო შეფასებაზე მიუთითებს, რაც ნიშნავს იმას, რომ „საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა“ უფრო მეტი რესურსი უნდა დახარჯოს ამ მიმართულებით.

11. თქვენი აზრით, როგორი უნდა იყოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პოლიტიკა რეიტინგებთან მიმართებაში? (მნიშვნელოვანია თუ არა რეიტინგული პროდუქციის წარმოება)

რესპონდენტების პასუხებში გამოიკვეთა შემდეგი:

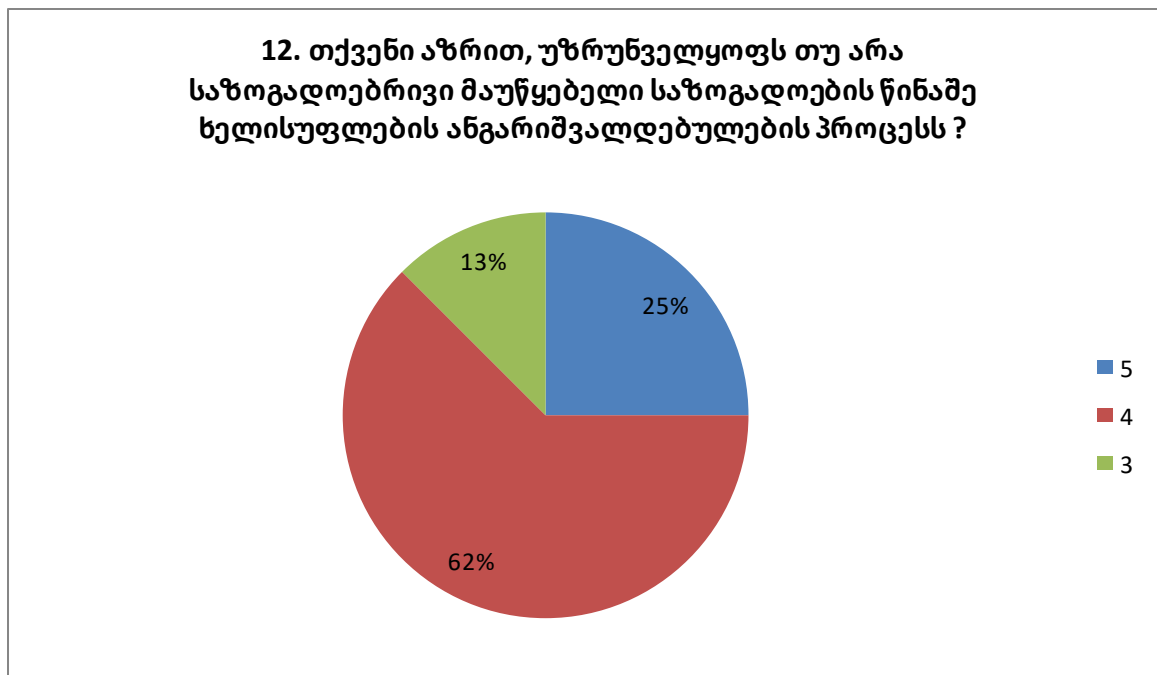
- ხარისხი განსაზღვრავს რეიტინგს;
- უნდა დაწესდეს ხარისხის მაღალი სტანდარტები, რაც მაღალ რეიტინგს განაპირობებს;
- რეიტინგი მნიშვნელოვანია გავლენის მისაღწევად და გასაზრდელად, რაც აუცილებელია დასახული მიზნების მისაღწევად;
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტრატეგიიდან და მისიიდან გამომდინარე, უფრო მნიშვნელოვანია განათლების და კულტურის პოპულარიზაცია;
- რეიტინგი უნდა იყოს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი შემადგენელი, მაგრამ არა ერთადერთი;
- არ უნდა გამოვეკიდოთ რეიტინგს, თუმცა მისი სრული იგნორირებაც არ შეიძლება;
- საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რომელიც უნდა პასუხობდეს საზოგადოების ყველა ჯგუფის ინტერესებს, ვერ იქნება მთლიანად

რეიტინგზე დამოკიდებული, თუმცა თანამედროვე ტელე-რადიო კონკურენციის ეპოქაში, საზოგადოებრივ მაუწყებელს აუცილებლად სჭირდება რეიტინგული პროდუქციის წარმოება, რომელიც მეტად მოიზიდავს და გაზრდის არხის მაყურებელთა რაოდენობას;

- მაუწყებლის რეიტინგზე ორიენტირება შეცდომაა და ეს დააზიანებს მასზე დაკისრებული ვალდებულებების სრულფასოვნად შესრულების მიზანს. ამიტომ, უპირველესად, მნიშვნელოვანია ამ ვალდებულებების შესრულება და ნელ-ნელა რეიტინგის ზრდა, ვიდრე რეიტინგისთვის პრიორიტეტული მიმართულებების დაზიანება.

უმრავლესობის აზრით, უპირველესად, აქცენტი უნდა გაკეთდეს პრიორიტეტების შესრულებაზე, თუმცა, და ამის შემდეგ, ყურადღება უნდა მიექცეს რეიტინგს, რაც საზოგადოებრივ მაუწყებელს მიზნების შესრულებაში დაეხმარება და ასევე თანამედროვე მედია-კონკურენციის პირობებში რეიტინგზე ზრუნვა აუცილებელია.

12. თქვენი აზრით, უზრუნველყოფს თუ არა საზოგადოებრივი მაუწყებელი საზოგადოების წინაშე ხელისუფლების ანგარიშვალდებულების პროცესს?



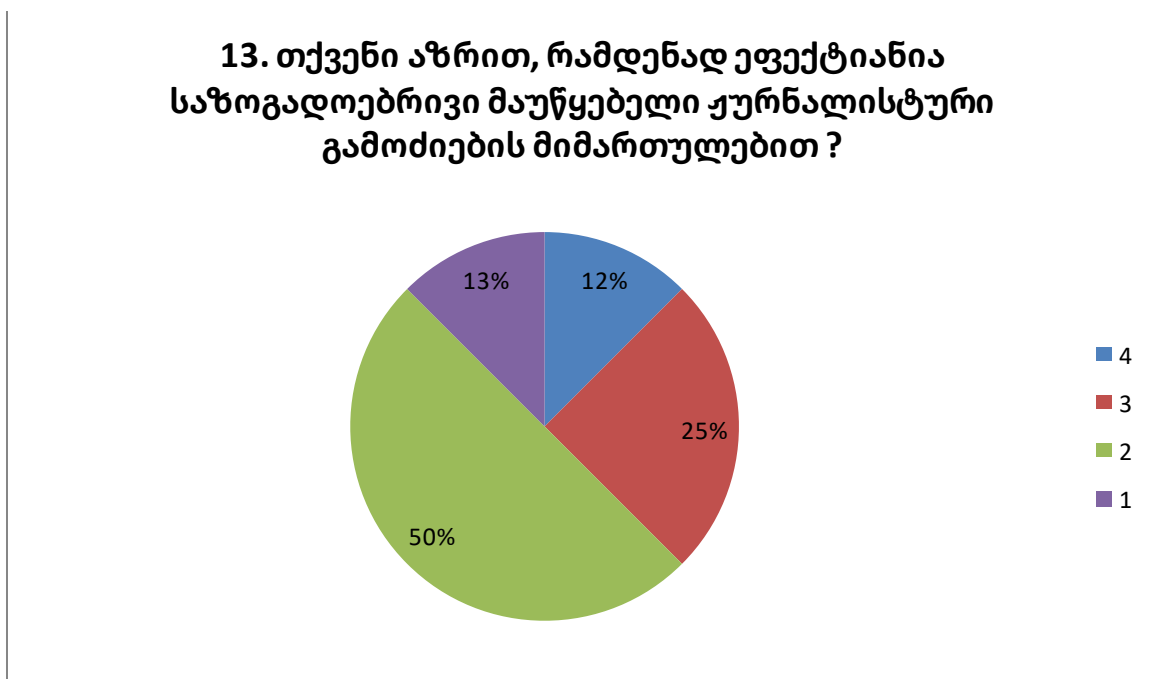
რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულიად ვერ უზრუნველყოფს) 5-მდე (სრულიად უზრუნველყოფს).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ორმა (25%) შეაფასა უმაღლესი 5 ქულით, ხუთმა (62%) - 4 ქულით და ერთმა (13%) - 3 ქულით.

ანალიზი: 2020 წელს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა განახორციელა რამდენიმე მონიტორინგი, რომლის ანგარიშებშიც გამოკვეთილია ხელისუფლებისთვის დათმობილი დრო წინასაარჩევნო პერიოდში. ასევე, საინფორმაციო გამოშვება დიდ ყურადღებას უთმობდა მთავრობის საქმიანობას.

უმრავლესობამ დადებითად და ძალიან კარგად შეაფასა ამ მხრივ გაწეული სამუშაო, თუმცა ერთი საშუალო და ხუთი 4-ქულიანი შეფასება ასევე ნიშნავს, რომ აღნიშნული მიმართულება გასაუმჯობესებელია.

13. თქვენი აზრით, რამდენად ეფექტიანია საზოგადოებრივი მაუწყებელი ჟურნალისტური გამოძიების მიმართულებით ?



რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (ძალიან ეფექტიანი) 5-მდე (ძალიან არაეფექტიანი).

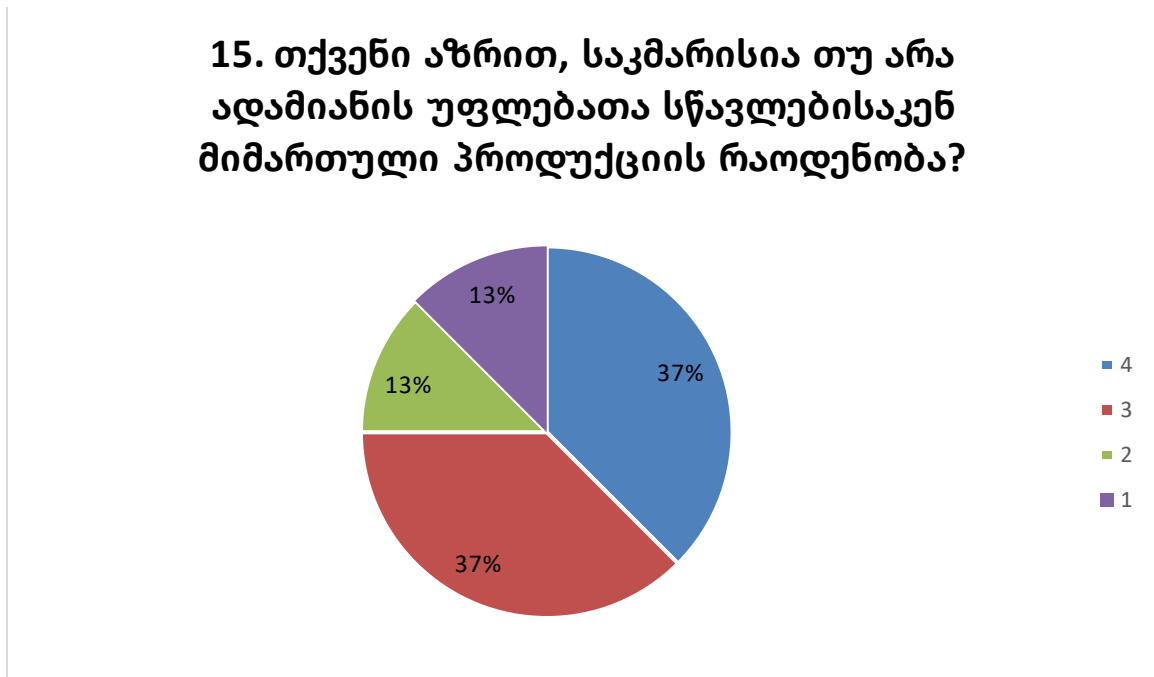
საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან, ერთმა (12.5%) შეაფასა ეფექტიანი 4 ქულით, ორმა (25%) - 3 ქულით, ოთხმა (50%) - 2 ქულით და ერთმა (12.5%) - 1 ქულით.

ანალიზი: პასუხებში გამოიკვეთა, რომ აუცილებელია ჟურნალისტური გამოძიების მიმართულებით მუშაობის ეფექტიანად წარმართვა. სამეურვეო საბჭოს წევრების უმრავლესობა თანხმდება, რომ ამ კუთხით საზოგადოებრივ მაუწყებელს სერიოზული ძალისხმევა მოუწევს.

14. გთხოვთ, დაასახელოთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ის პროდუქცია, რომელიც საგამომიებო ჟურნალისტიკის ჟანრს წარმოადგენს

დასახელდა ორი გადაცემა „გამომძებელი რეპორტიორი“ და „ახალი კვირა“ - რეპორტაჟები. საბჭოს წევრების აზრით, ამ მხრივ, დიდი სამუშაოა გასაწევი.

15. თქვენი აზრით, საკმარისია თუ არა ადამიანის უფლებათა სწავლებისაკენ მიმართული პროდუქციის რაოდენობა?

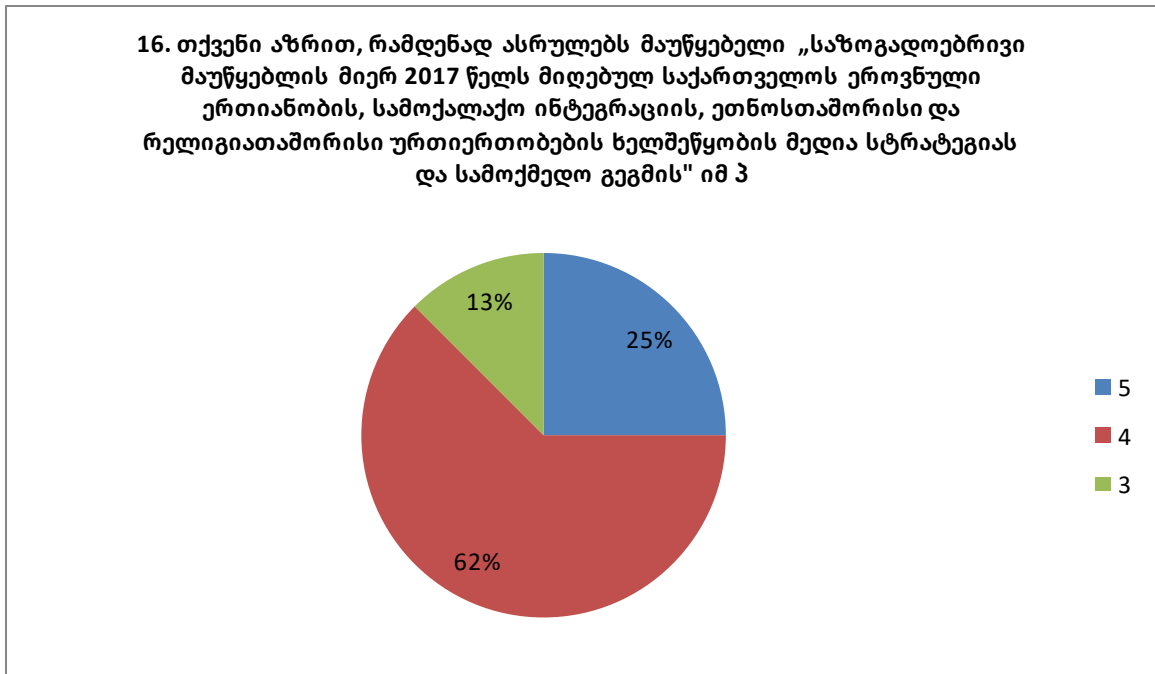


რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულიად არასაკმარისია) 5-მდე (სრულიად საკმარისია).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან 3 (37%) შეაფასა 4 ქულით, სამმა (37%) - 3 ქულით, ერთმა (13%) - 2 ქულით და ერთმა (13%) - 1 ქულით.

ანალიზი: ზოგიერთი წევრის მიერ არჩეული 4 და 3 ქული საშუალოდ საკმარის პროდუქციას ნიშნავს. თუმცა, თუ გავითვალისწინებთ 2 და 1-ქულიან შეფასებას, ის ამ მიმართულებით მეტი სამუშაოს გაწევის აუცილებლობისკენ მიანიშნებს.

16. თქვენი აზრით, რამდენად ასრულებს მაუწყებელი „საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ 2017 წელს მიღებულ საქართველოს ეროვნული ერთიანობის, სამოქალაქო ინტეგრაციის, ეთნოსთაშორისი და რელიგიათაშორისი ურთიერთობების ხელშეწყობის მედია სტრატეგიას და სამოქმედო გეგმის" იმ კუნძტებს, რომელიც კავშირშია მაუწყებლის შინაარსობრივი პრიორიტეტების შესრულებასთან?

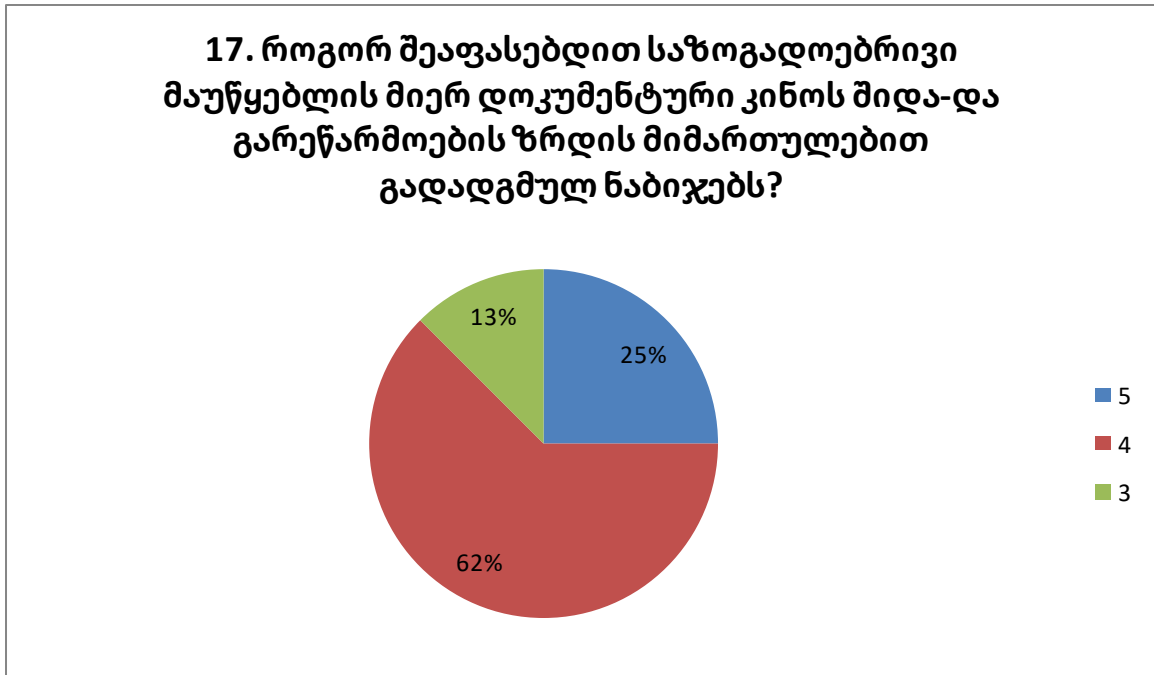


რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (ძალიან ცუდად) 5-მდე (ძალიან კარგად).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ორმა (25%) შეაფასა 5 ქულით, ხუთმა (62.5%) - 4 ქულით და ერთმა (12.5%) - 3 ქულით.

ანალიზი: უმრავლესობის აზრით, ამ მხრივ გარკვეული სამუშაოა გაწეული, შეინიშნება პოზიტიური დინამიკა და ამ მიმართულებით მუშაობის გაგრძელებას მოითხოვს.

17. როგორ შეაფასებდით საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ დოკუმენტური კინოს შიდა-და გარეწარმოების ზრდის მიმართულებით გადადგმულ ნაბიჯებს?



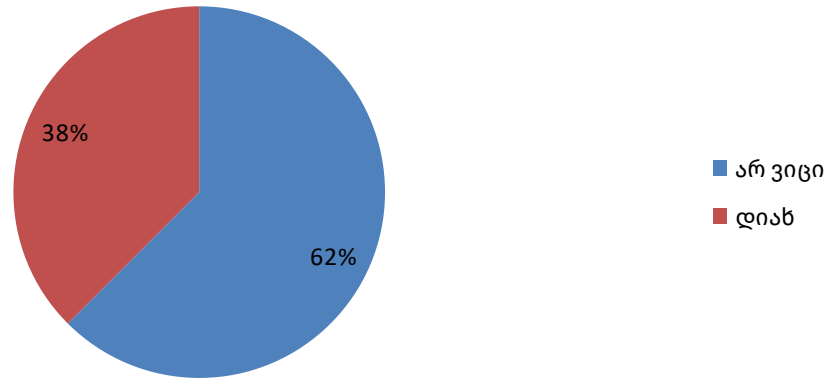
რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (ძალიან ცუდად) 5-მდე (ძალიან კარგად).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ორმა (25%) შეაფასა 5 ქულით, ხუთმა (62%) - 4 ქულით და ერთმა (13%) - 3 ქულით.

ანალიზი: უმრავლესობის აზრით, ამ მხრივ გაწეული სამუშაო დამაკმაყოფილებელია, თუმცა ნეიტრალური პოზიციის დაფიქსირების გათვალისწინებით, საზოგადოებრივ მაუწყებელს ამ მიმართულებით მუშაობის გაუმჯობესება სჭირდება.

18. თქვენ ხელთ არსებული ინფორმაციით, შემუშავდა თუ არა ქართული დოკუმენტური ფილმების შიდა-და გარეწარმოების ზრდის მიმართულების განვითარების გეგმა, კონტროლისა და გადაწყვეტილების მიღების მექანიზმები?

18. თქვენ ხელთ არსებული ინფორმაციით, შემუშავდა თუ არა ქართული დოკუმენტური ფილმების შიდა-და გარეწარმოების ზრდის მიმართულების განვითარების გეგმა, კონტროლისა და გადაწყვეტილების მიღების მექანიზმები?



რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ ვარიანტი შემდეგი პასუხებიდან:

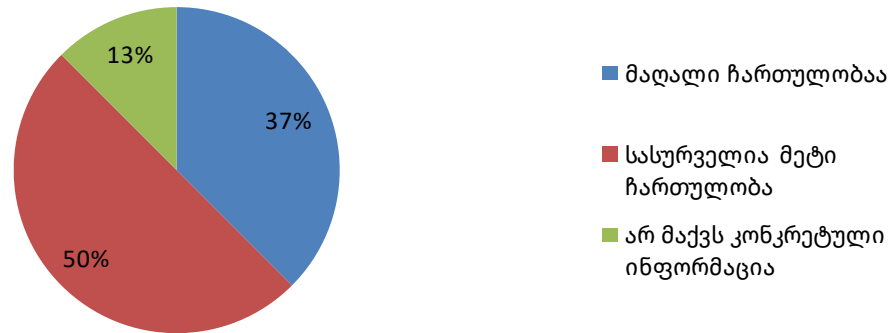
- დიახ;
- არა;
- არ ვიცი;
- ამ ინფორმაციით არ დავინტერესებულვარ.

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ხუთმა (62.5%) აირჩია „არ ვიცი“ და სამმა (37.5%) - „დიახ“.

ანალიზი: ერთმანეთისგან დაშორებული ორი პასუხი იმის მაჩვენებელია, რომ საბჭოს წევრები არ ფლობენ სრულყოფილ ინფორმაციას და ეს საკითხი მეტ კომუნიკაციასა და ყურადღებას საჭიროებს მენეჯმენტის და სამეურვეო საბჭოს მხრიდან, რათა შედეგი თვლად მონაცემებში აისახოს.

19. როგორ შეაფასებთ მოზარდების ჩართულობას (მონაწილეობას) მათთვის საინტერესო თემებზე მედიაპროდუქტის მომზადებაში?

19. როგორ შეაფასებთ მოზარდების ჩართულობას (მონაწილეობას) მათთვის საინტერესო თემებზე მედიაპროდუქტის მომზადებაში?



ამ ღია შეკითხვაზე რესპონდენტების პასუხებში გამოიკვეთა შემდეგი:

- სასურველია მოზარდების მეტი ჩართულობა და მათი მოსაზრებების გაზიარება;
- მოზარდებისთვის გადაცემები ნამდვილად უმაღლეს დონეზე მზადდება;
- არ მაქვს კონკრეტული ინფორმაცია, რამდენად არიან ჩართულები მოზარდები;
- მოზარდები ინტენსიურად არიან ჩართულნი;
- მედიაპროდუქტის მომზადებაში ჩართულობას ვერ ვხედავ;
- ამ მხრივ, საზოგადოებრივი მაუწყებელი ლიდერია ქართულ მედიასივრცეში. მაუწყებელზე ბევრი პროდუქტი მზადდება მოზარდებისთვის და მათი ჩართულობით.

3 პასუხი - უმაღლეს დონეზე მზადდება და ჩართულობა მაღალია;

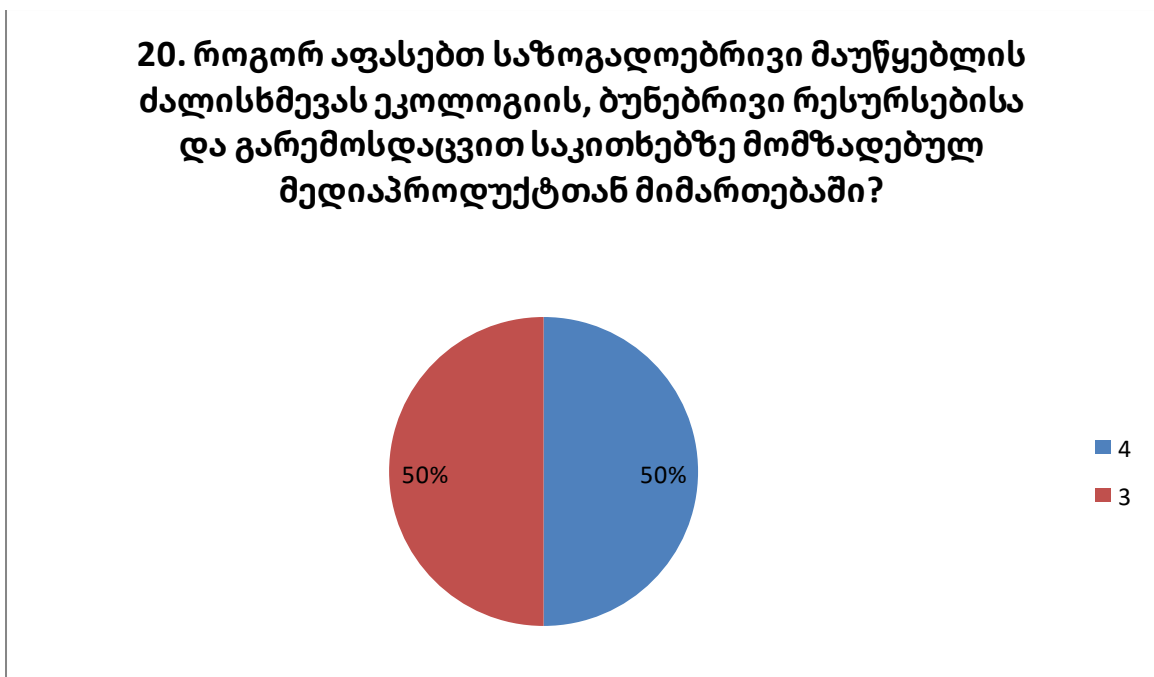
4 პასუხი - არის მედია პროდუქტი და სასურველია მეტი ჩართულობა;

1 პასუხი - არ მაქვს კონკრეტული ინფორმაცია.

საბჭოს გამოკითხული წევრთა ნახევარი თვლის, რომ მეტი ჩართულობაა საჭირო. სამ წევრს კი მიაჩნია, რომ ასეთი მედიაპროდუქტი არსებობს და მოზარდები წარმოების პროცესში უკვე ჩართული არიან; საბჭოს ერთ წევრს არ აქვს კონკრეტული ინფორმაცია.

ანალიზი: მაუწყებელი უდავოდ ქმნის ხარისხიან მედიაპროდუქციას მოზარდებისთვის, თუმცა სასურველი იქნებოდა ახალგაზრდების უფრო აქტიური ჩართულობა. ასევე, გამოიკვეთა სამეურვეო საბჭოს წევრების მეტად ინფორმირების საჭიროება.

20. როგორ აფასებთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ძალისხმევას ეკოლოგიის, ბუნებრივი რესურსებისა და გარემოსდაცვით საკითხებზე მომზადებულ მედიაპროდუქტთან მიმართებაში?

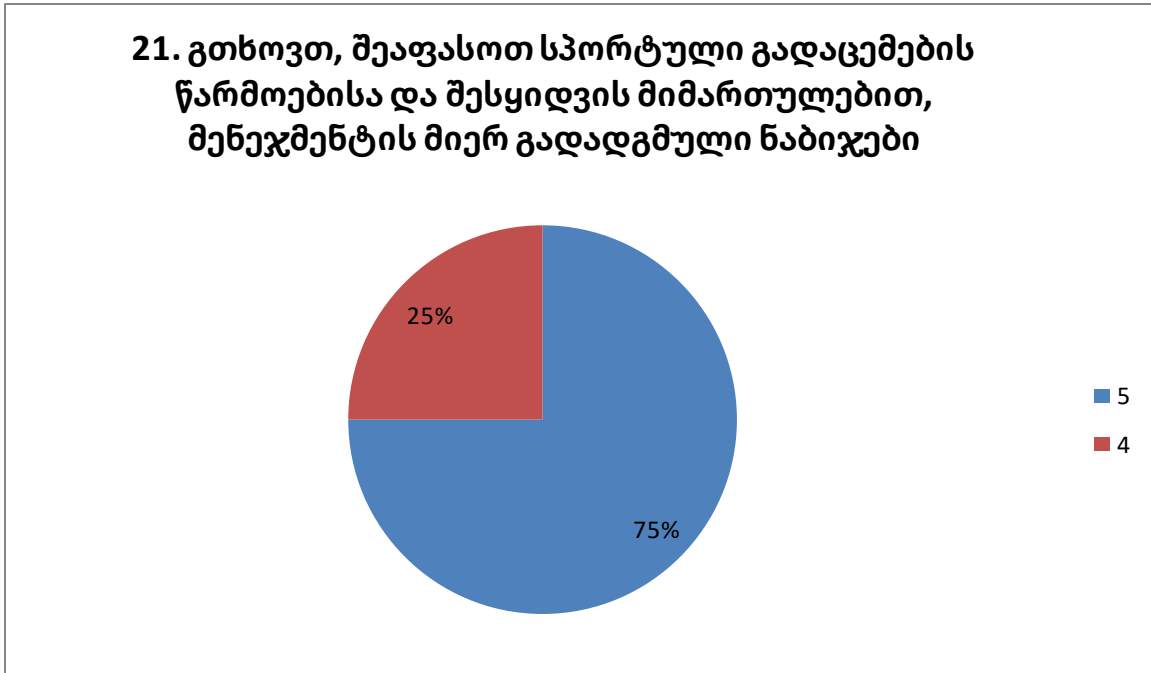


რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულიად არასაკმარისია) 5-მდე (სრულიად საკმარისია).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ოთხმა (50%) შეაფასა 4 ქულით და ოთხმა (50%) - 3 ქულით.

ანალიზი: პასუხებიდან იკვეთება საშუალო და კარგი შეფასება, რაც იმას ნიშნავს, რომ ამ მიმართულებით გასაწევი სამუშაო უნდა გაიზარდოს.

21. გთხოვთ, შეაფასოთ სპორტული გადაცემების წარმოებისა და შესყიდვის მიმართულებით მენეჯმენტის მიერ გადადგმული ნაბიჯები



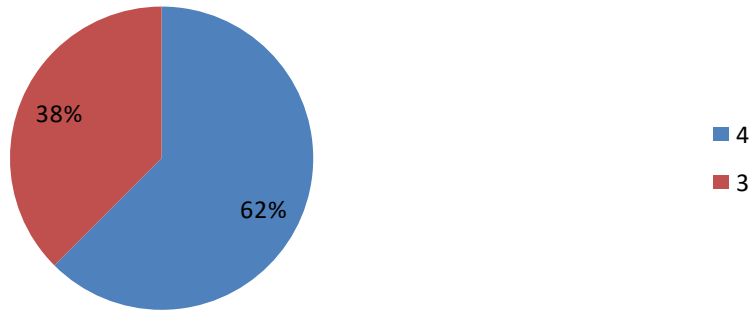
რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (ძალიან ცუდია) 5-მდე (ძალიან კარგია).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ექვსმა (75%) შეაფასა 5 ქულით და ორმა (25%) - 4 ქულით.

ანალიზი: უმრავლესობა ძალიან კარგად აფასებს ამ მიმართულებით გაწეულ სამუშაოს და ორი თვლის, რომ გაუმჯობესებაც შეიძლება.

22. თქვენი აზრით, რამდენად კარგად ახერხებს საზოგადოებრივი მაუწყებელი ჯანსაღი ცხოვრების წესის პოპულარიზებას?

22. თქვენი აზრით, რამდენად კარგად ახერხებს საზოგადოებრივი მაუწყებელი ჯანსაღი ცხოვრების წესის პოპულარიზებას?



რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულიად ვერ ახერხებს) 5-მდე (სრულიად ახერხებს).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან სამმა (37.5%) შეაფასა 4 ქულით და ხუთმა (62.5%) - 3 ქულით.

ანალიზი: 3 წევრი თანხმდება მხოლოდ 4-ქულიან შეფასებაზე, რაც თავისთავად დადებითი მაჩვენებელია, მაგრამ უმრავლესობის მიერ 3-ქულიანი შეფასება მიანიშნებს გასაუმჯობესებელი სამუშაოს საჭიროებაზე.

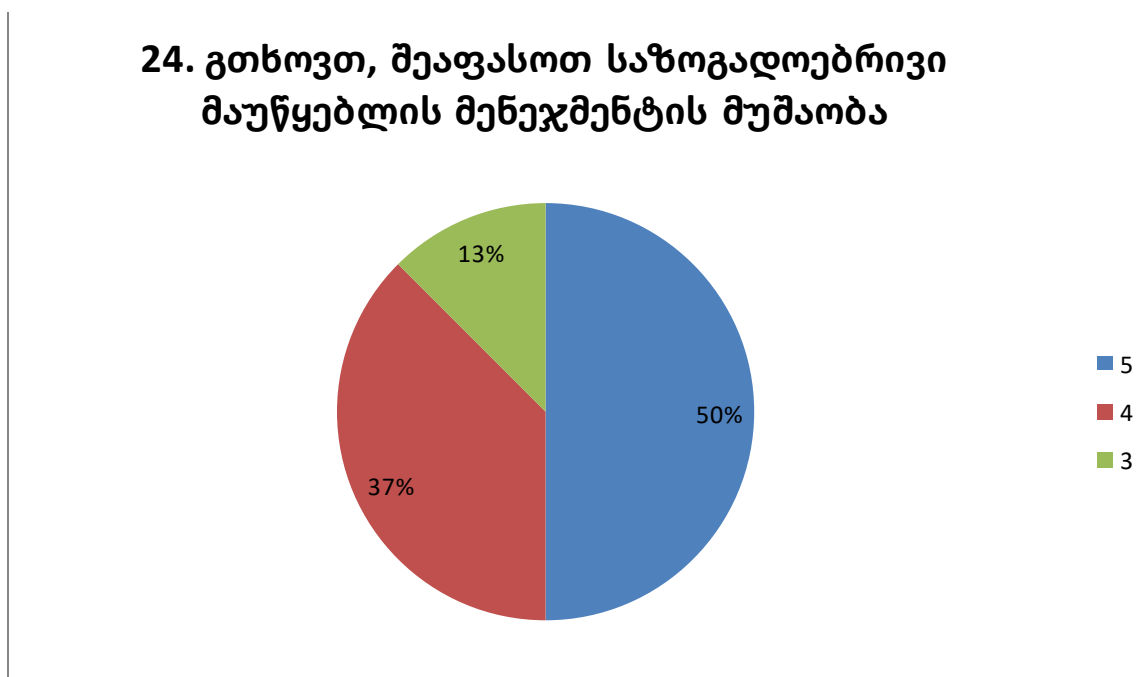
23. გთხოვთ, შეაფასოთ ერთი მედიაპროდუქტი (თქვენთვის ყველაზე მეტად საინტერესო), რომელიც შეეხება ცხოვრების ჯანსაღი წესის პოპულარიზებას. რატომ მოგწონთ კონკრეტული პროდუქტი? რას გააუმჯობესებდით?

ამ ღია შეკითხვაზე რესპონდენტების პასუხებში გამოიკვეთა შემდეგი:

- „ტაიმაუტი“ - მრავალ ფუნქციას ითავსებს; მიზანია ჯანსაღი ცხოვრების წესის პოპულარიზაცია; (3)
- „პირადი ექიმი“ - ჯანსაღ ცხოვრებასთან დაკავშირებული საკითხების პოპულარიზაცია; (4)

- ცხოვრების ჯანსაღი წესის პოპულარიზება სხვადასხვა გადაცემებშია განფენილი. საერთოდ, მაუწყებლის პოლიტიკაა, რომ პრიორიტეტები არა მხოლოდ ერთ თემატურ მედია პროდუქტში, არამედ სხვადასხვა გადაცემებში ჩანდეს, რაც უთუოდ მეტი ეფექტის მომტანია;
- საგანმანათლებლო-შემეცნებითი პროფილის გადაცემები;
- სპორტულ მიმართულებაში მომუშავე ჟურნალისტებსა და პროდიუსერებს სჭირდება წახალისება (1).

24. გთხოვთ, შეაფასოთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტის მუშაობა

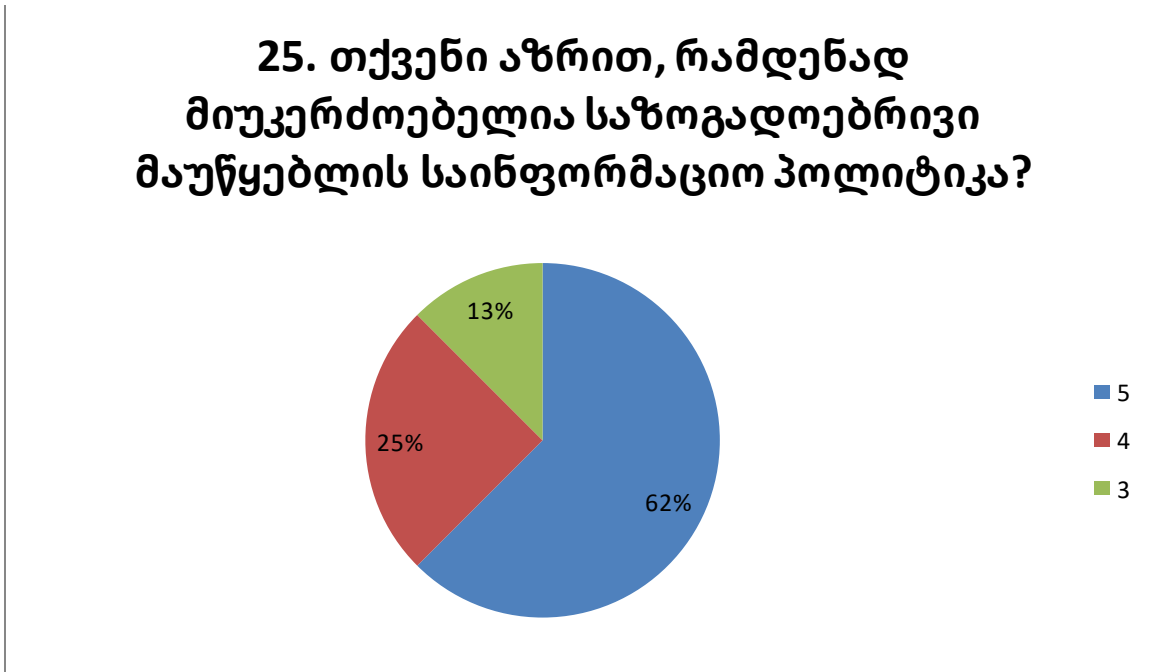


რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (მუშაობს ძალიან ცუდად) 5-მდე (მუშაობს ძალიან კარგად).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ოთხმა (50%) შეაფასა 5 ქულით, სამმა (37.5%) - 4 ქულით და ერთმა (12.5%) - 3 ქულით.

ანალიზი: საბჭოს წევრები, მენეჯმენტს, ძირითადად, მაღალ შეფასებას აძლევენ. თუმცა სამი 4-ქულიანი და ერთი 3-ქულიანი პასუხი იმის მანიშნებელია, რომ ამ მიმართულებით მენეჯმენტის მუშაობა გაუმჯობესებას საჭიროებს.

25. თქვენი აზრით, რამდენად მიუკერძოებელია საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო პოლიტიკა?

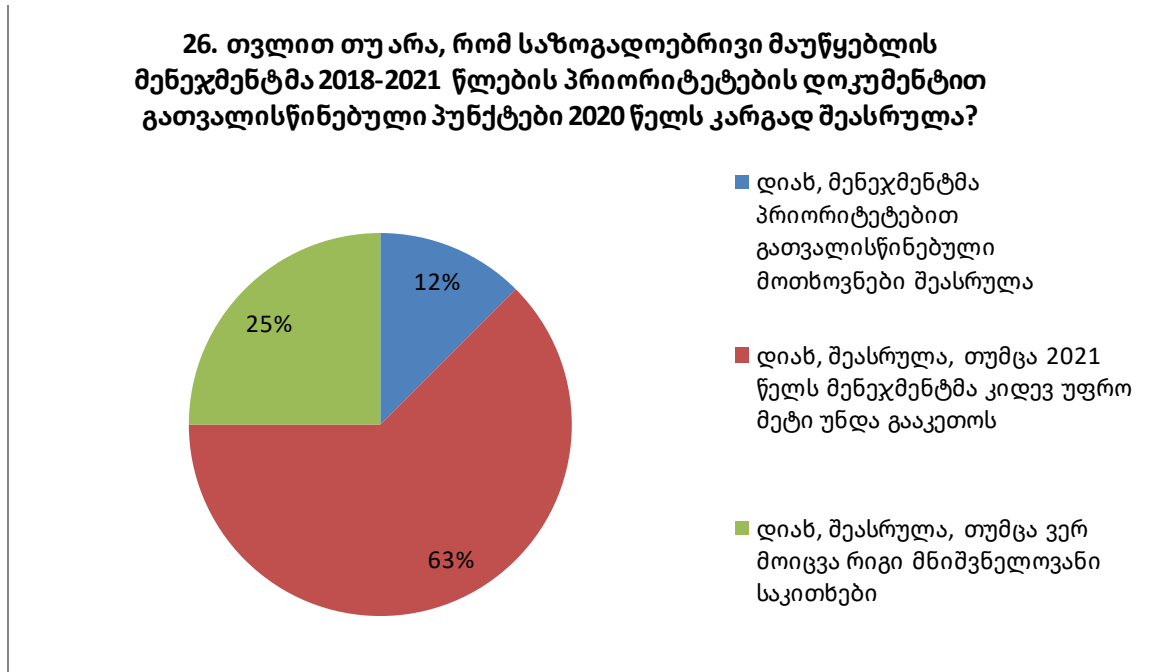


რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შეფასება 1-დან (სრულიად მიკერძოებული) 5-მდე (სრულიად მიუკერძოებელი).

საბჭოს გამოკითხული რვა წევრიდან ხუთმა (62%) შეაფასა 5 ქულით, ორმა (25%) - 4 ქულით და ერთმა (13%) - 3 ქულით.

ანალიზი: იმის ფონზე, თუ რამდენად სრულად და მიუკერძოებლად გაშუქდა წინასაარჩევნო და არჩევნების შემდგომი პერიოდი და მასში მონაწილე ყველა სუბიექტი, ლოგიკურია მაღალი შეფასება; თუმცა საბჭოს ორი წევრი ასევე თვლის, რომ გაუმჯობესებაც შეიძლება.

26. თვლით თუ არა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტმა 2018-2021 წლების პრიორიტეტების დოკუმენტით გათვალისწინებული პუნქტები 2020 წელს კარგად შეასრულა?



რესპონდენტებს უნდა აერჩიათ შემდეგი პასუხებიდან:

- **დიახ**, მენეჯმენტმა პრიორიტეტებით გათვალისწინებული მოთხოვნები შეასრულა (1 (12.5%));
- **დიახ**, შეასრულა, თუმცა ვთვლი, რომ 2021 წელს მენეჯმენტმა კიდევ უფრო მეტი უნდა გააკეთოს (5 (62.5%));
- **დიახ**, შეასრულა, თუმცა ვერ მოიცვა რიგი მნიშვნელოვანი საკითხები (2 (25%));
- **არა**, ვფიქრობ, მაუწყებლის პრიორიტეტების დოკუმენტი 2020 წელს ვერ შესრულდა.

ანალიზი: უმრავლესობა დადებითად აფასებს მენეჯმენტის გაწეული სამუშაოს, თუმცა, ამავდროულად, ფიქრობენ, რომ მენეჯმენტმა უფრო მეტი შედეგი უნდა აჩვენოს.

მეორე ნაწილი:

(აღნიშნული მონაცემები ეყრდნობა სამეურვეო საბჭოს წევრებთან ჩაღრმავებული ინტერვიუების შედეგებს)

1) თქვენი აზრით, 2020 წელს რა იყო საზოგადოებრივი მაუწყებლისათვის ყველაზე მნიშვნელოვანი გამოწვევა და არხის მენეჯმენტმა როგორ გაართვა თავი ამ გამოწვევას? რა როლი ეკისრებოდა ამ გამოწვევასთან გამკლავებაში სამეურვეო საბჭოს და რამდენად კმაყოფილი ხართ მიღწეული შედეგით?

გამოკითხულთა უმრავლესობა ამბობს, რომ ყველაზე მნიშვნელოვანი გამოწვევა 2020 წელს იყო პანდემია და მასთან დაკავშირებული ფორსმაჟორული სიტუაცია, ასევე 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნები და საქართველოში არსებული ეპიდემიოლოგიური ვითარების გაშუქება.

ამ მიმართულებით მენეჯმენტის მიერ გაწეული სამუშაოს ანალიზი

პირველმა არხმა უზრუნველყო როგორც კვალიფიციური, ასევე, არაკვალიფიციური პოლიტიკური სუბიექტების საარჩევნო პროგრამების გაშუქება და დებატების ორგანიზება. რაც შეეხება ეპიდემიოლოგიურ სიტუაციას, ამ მიმართულებით მყისიერად აწვდიდა მოსახლეობას ინფორმაციას. მართალია, ეთნიკური უმცირესობებისთვის სატელევიზიო ეთერით ინფორმაცია მწირად გადაიცემოდა, თუმცა მაუწყებლის სხვადასხვა პლატფორმაზე სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე მაინც ხდებოდა ინფორმირება: სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე „მომბე“ ითარგმნებოდა.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის იდეის მრავალფეროვნების პრინციპის წარმატებული მაგალითია პროექტი - “მრავალფეროვანი საქართველო” - რომელიც ეთნიკური უმცირესობის ინფორმირებისა და ინტეგრაციის მიზნით ხორციელდება. მნიშვნელოვანია და ასევე გასათვალისწინებელია უნივერსალური პრინციპიც, რაც შესაძლებლობას მისცემდა საზოგადოების ცალკეულ ჯგუფებს, კონკრეტულად კი, ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლებს, თანაბრად ესარგებლათ საზოგადოებრივი სიკეთით.

მიუხედავად იმისა, რომ მაუწყებელი ამ მიმართულებით ახორციელებს რამდენიმე პროექტს (სხვადასხვა პლატფორმაზე ეთნიკური უმცირესობებისთვის შექმნილი პროდუქცია), მოსახლეობის გარკვეული ნაწილისთვის ის არ არის ხელმისაწვდომი.

ინფორმაციის გავრცელებისთვის ძირითადი პლატფორმებია ვებები, სოციალური ქსელი, საიდანაც ზოგჯერ ვერ (უნარ-ჩვევების არქონის გამო) ან დაგვიანებით იღებენ ინფორმაციას და, ძირითადად, გართობისთვის ან ინტერპერსონალური კომუნიკაციისთვის იყენებენ გაჯეტებს. შესაბამისად, იკვთება სატელევიზიო სივრცის აქტუალიზაციის საკითხი.

2019 წელთან შედარებით, დღის განმავლობაში ეთერში გაშვებული საინფორმაციო გამოშვებების რაოდენობა გაიზარდა. 2019 წელს საზოგადოებრივ მაუწყებელს ჰქონდა 1 (ერთი) საინფორმაციო გამოშვება აზერბაიჯანულ ენაზე და „მოამბის“ მთავარი გამოშვების სინქრონული თარგმანი აზერბაიჯანულ ენაზე, ასევე, 1 (ერთი) საინფორმაციო გამოშვება სომხურ ენაზე და „მოამბის“ მთავარი გამოშვების სინქრონული თარგმანი სომხურ ენაზე.

2020 წლიდან ყოველდღიურად ეთერში გადის 4 (ოთხი) საინფორმაციო გამოშვება (12:00, 15:00, 18:00, 20:00, 21:00 სინქრონული თარგმანი აზერბაიჯანულ ენაზე) და მთავარი საინფორმაციო გამოშვების სინქრონული თარგმანი აზერბაიჯანულ ენაზე. ასევე, დღეში ეთერში გადის 4 (ოთხი) საინფორმაციო გამოშვება (12:00, 15:00, 18:00, 20:00, 21:00 სინქრონული თარგმანი სომხურ ენაზე) და მთავარი საინფორმაციო გამოშვების სინქრონული თარგმანი სომხურ ენაზე.

2020 წელს ასევე განხორციელდა ეთნიკურ უმცირესობების ენებზე სასკოლო გაკვეთილების მომზადება და „პირველი არხი-ტელესკოლის“ ეთერში განთავსება. აზერბაიჯანულ და სომხურ ენებზე ტელეგაკვეთილებისთვის სამაუწყებლო ბადეში ყოველდღიურად განკუთვნილი იყო ერთ საათი. აღნიშნული გაკვეთილები სატელევიზიო ეთერში „პირველი არხი-ტელესკოლის“ ეთერში გადიოდა, ასევე თავსდებოდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველა პლატფორმაზე, მათ შორის, სოციალურ ქსელებშიც.

გარდა ამისა, პირველი არხი 2020 წლიდან ახორციელებს მასშტაბურ პროექტს „ჩვენი ქართული ენა“. პროექტი ითვალისწინებს რამდენიმე აქტივობას და მიზნად სახელმწიფო ენის პოპულარიზაციას ისახავს. ცალკე აღსანიშნავია ქართული ენის ონლაინ ოლიმპიადის არაქართულენოვანი სკოლების მოსწავლეებისთვის, ფეისბუქ ვიქტორინა და თავისუფალი თემის კონკურსი, რომლებიც ამ პროექტის ნაწილებია. პროექტი ონლაინ პლატფორმაზე ხორციელდება.

უნდა აღინიშნოს, რომ 2019 წლის 10 აგვისტოდან საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა დაიწყო სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე ახალი ამბების გავრცელება Whatsapp-ის საშუალებით.

აზერბაიჯანულ და სომხურ ენაზე გამომწერებისთვის Whatsapp-ის ახალი ამბების გაგზავნის სისტემა ფუნქციონირებს. ამჟამად, აზერბაიჯანულენოვან Whatsapp-ის ახალ ამბებს 258 გამომწერი ჰყავს, სომხურენოვანს კი - 214 გამომწერი (2021 წლის მარტის მონაცემებით). აღნიშნული ციფრი ყოველდღიურად ცვალებადია, რადგან გამომწერს როგორც გამოწერის ფუნქციის გააქტიურება შეუძლია, ისე მისი გაუქმებაც.

შესაბამისად, დღის წესრიგში კვლავ რჩება მოთხოვნა: მოხდეს სატელევიზიო მაუწყებლობა ეთნიკური უმცირესობების ენებზე.

ამ მიმართულებით სამეურვეო საბჭოს მიერ გაწეული სამუშაოს ანალიზი

რაც შეეხება სამეურვეო საბჭოს ჩართულობას ამ გამოწვევის მოსაგვარებლად, მენეჯმენტთან ერთად, საბჭოს ინიციატივით 2020 წლის ბოლოს გატარდა ქმედითი ღონისძიებები რეგიონულ მაუწყებლებთან მჭიდრო და მრავალმხრივ თანამშრომლობასთან დაკავშირებით. ჩატარდა ონლაინ შეხვედრები, რომელთა შედეგად, საქართველოს პირველმა არხმა ქვემო ქართლსა და სამცხე-ჯავახეთში მოქმედ რამდენიმე რეგიონულ მედიასაშუალებასთან 2020 წლის ბოლოდან დაიწყო მჭიდრო თანამშრომლობა, ხოლო 2021 წელს მემორანდუმი გაფორმდა.

აღნიშნული თანამშრომლობის ფარგლებში, საზოგადოებრივი მაუწყებელი აზერბაიჯანულ და სომხურ ენებზე წარმოებულ სატელევიზიო პროდუქტს ეთერში გასაშვებად უსასყიდლოდ გადასცემს რეგიონების რამდენიმე ტელევიზიას: ტელეკომპანია „ფარვანას“, ATV 12-სა და მარნეულის ტელევიზიას.

საბოლოო ჯამში, სამეურვეო საბჭოს წევრების უმრავლესობის აზრით, მენეჯმენტმა ყველა ზემოქანოთვლილ საკითხს კარგად გაართვა თავი. წარმატებული ნაბიჯებიდან განსაკუთრებით აღინიშნა „პირველი არხი-ტელესკოლის“ ამოქმედება, რომელმაც პანდემიის პერიოდში მნიშვნელოვნად შეუწყო ხელი განათლების სისტემის ფუნქციონირებას.

აქვე აღსანიშნავია საზოგადოებრივი მაუწყებლისთვის ახალი ნაგებობის აშენების საკითხიც, რომელსაც სამეურვეო საბჭოს წევრების ნაწილი მენეჯმენტის საქმიანობის წარმატებულ მაგალითად მიიჩნევს.

რაც შეეხება სამეურვეო საბჭოს როლს, გამოკითხულ წევრთა აზრით, საბჭომ ეფექტიანად იმუშავა და დროულად მოხდა ფორსმაჟორულ ვითარებაში გადაწყვეტილებების მიღება-დამტკიცება, რამაც მენეჯმენტს საქმიანობის განხორციელებაში ხელი შეუწყო. ასევე წარმართავდა კომუნიკაციის პროცესს საქართველოს პარლამენტთან.

2) თქვენი აზრით, პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტიდან, რომელია ის საკითხი, რომელსაც მაუწყებლის მენეჯმენტი ყველაზე ნაკლებ ყურადღებას უთმობდა 2020 წლის განმავლობაში და როგორ ფიქრობთ, რით იყო გამოწვეული ეს დამოკიდებულება?

პანდემიის გამო, რთულია, დაასახელო ერთი რომელიმე კონკრეტული სფერო, რომელსაც ყურადღება ნაკლებად დაეთმო, იმიტომ, რომ ვითარებიდან გამომდინარე, სხვა და სხვა თემებმა, აქტუალურობის მიხედვით, ქვემოთ ჩამოიწია. ასეთია, მაგალითად, სპორტი. პანდემიის გამო, მთელი რიგი დაგეგმილი სპორტული ღონისძიებები გაუქმდა ან გადატანილ იქნა. ზოგადად, ყურადღება მოაკლდა თითქმის ყველა საკითხს, რომელიც არ ეხებოდა მედიცინა/ჯანმრთელობასა და განათლებას. პანდემიით გამოწვეული შეზღუდვების გამო, ხელი შეეშალა გადაღებების პროცესს.

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

ბ. ტერიტორიული მთლიანობის საკითხები, ოკუპირებულ ტერიტორიებზე მიმდინარე პროცესები, ოკუპირებულ და მიმდებარე ტერიტორიებზე მცხოვრები მოსახლეობის მდგომარეობა, მათ შორის, უფლებების დაცვის თვალსაზრისით არსებული ვითარება;

გ. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ერთ-ერთი ვალდებულებაა ჟურნალისტური გამოძიება. ამ ჟანრის შემდგომი განვითარებისა და პროდუქციის გაუმჯობესებისთვის, ჟურნალისტური გამოძიების შიდაწარმოების გარდა, უნდა შექმნილიყო პლატფორმა გარეწარმოებისთვის. 2018 წლის ბოლომდე მენეჯმენტს უნდა შეემუშავებინა ამ პლატფორმის კონცეფცია, საგამოძიებო პროდუქციის გარეწარმოების და შესაბამის პლატფორმებზე განთავსების გეგმა და უნდა უზრუნველყო 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;

დ. მეტი ყურადღება უნდა მიექცეს ადამიანის უფლებების შესახებ ისეთი მედიაპროდუქტების წარმოებასა და შექმნას, რომლებიც ორიენტირებული იქნება ადამიანის უფლებათა სწავლებაზე, პოპულარიზაციაზე, საზოგადოების ინფორმირებაზე საერთაშორისო და ადგილობრივი გამოცდილების და მდგომარეობის შესახებ. მნიშვნელოვანია მედიაპროდუქტის მომზადება კონკრეტული უფლებადარღვევების შესახებ, რომლის მიზანიც იქნება საქართველოში ადამიანის უფლებების დაცვის სისტემის გაუმჯობესება.

მიუხედავად იმისა, რომ ზემოხსენებული თემები ფრაგმენტულად შუქდება სხვადასხვა გადაცემებში, მიზანშეწონილი იქნება, ამ მიმართულებით ნებისმიერ პლატფორმაზე პერიოდული გადაცემა მომზადდეს;

ე. 2018 წლის ბოლომდე მენეჯმენტის მიერ უნდა შემუშავებულიყო ქართული დოკუმენტური ფილმების განვითარების გეგმა, კონტროლისა და გადაწყვეტილების მიღების მექანიზმები და დარგის სპეციალისტების თანამონაწილეობით, ქართული დოკუმენტალისტიკის განვითარების კონცეფცია (შიდა-და გარეწარმოების მიმართულებით);

ვ. მნიშვნელოვანია მედიაპროდუქტის მომზადება ეკოლოგიის, ბუნებრივი რესურსების და გარემოს დაცვის საკითხებზე.

მიუხედავად იმისა, რომ საბჭოს მიერ აღნიშნული საკითხები დეკლარირებულია 2018-2021 წლის პრიორიტეტებში, მენეჯმენტი მიიჩნევს, რომ ზემოაღნიშნულ თემატიკებზე რეპორტაჟებისა და სიუჟეტების სახით მომზადებული მასალა არ არის საკმარისი. მათ არაეფექტიანად მიაჩნიათ ცალკე გადაცემების მომზადება, თუმცა საბჭოს ერთი წევრის აზრით, თემების აქტუალიზაციისთვის ჩამოთვლილი საკითხები განსაკუთრებულ ყურადღებას საჭიროებს. მაგალითისთვის ნახსენებია გარემოს დაცვის საკითხს, რომელიც გლობალურ ჭრილში უნდა განიხილებოდეს და კონკრეტული გადაცემის ფორმატში გაშუქდეს. რაც შეეხება საგამომიებო ჟურნალისტიკას, ამ მიმართულებით, ასევე კონკრეტულად უნდა გაიწეროს პრიორიტეტებში, რამდენი გადაცემა უნდა მომზადდეს „არანაკლებ“ და „არაუმეტეს“ ფორმულირებით, რაც შემოქმედებით ჯგუფს დაავალდებულებს, უფრო აქტიურად მოიძიონ მნიშვნელოვანი თემები.

3) თქვენი აზრით, რა სახის პრობლემების წინაშე დგას დღეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივი და რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას ამ პრობლემების აღმოსაფხვრელად?

არქივის საკითხი პრობლემურია და ეს მრავალი ფაქტორითაა განპირობებული. პირველი და მთავარი დრო და შენახვის პრობლემა. დიდი ხნის განმავლობაში არ არსებობდა შენახვისთვის საჭირო სათანადო პირობები, რაც მასალის გაფუჭებას იწვევდა. ტექნიკური ტიპის მეორე პრობლემაა ის, რომ საარქივო მასალების ნაწილი ისეთ მატარებლებზეა ჩაწერილი, რაც დღეს უკვე აღარ გამოდის, ამიტომ დგება მისი ჩანაცვლების, გადატანის და ა.შ. საკითხი. არის გარკვეული ძვრები ამ მიმართულებით და საბჭოს წევრები იმედოვნობენ, რომ არქივის საკითხი საბოლოოდ მოგვარდება, „ოქროს ფონდი“ კი გადარჩება.

ამ ეტაპზე მენეჯმენტმა უნდა წარმოადგინოს არქივის გადარჩენის გრძელვადიანი და მოკლევადიანი სტრატეგია.

4) თქვენი აზრით, რა არის ის პირველი ნაბიჯი, რომელიც აუცილებლად უნდა გადაიდგას პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტის შესრულების გაუმჯობესებისათვის?

საჭიროა შეფასების კრიტერიუმების არსებობა, რაც განაპირობებს შესრულებული სამუშაოს პრიორიტეტების დოკუმენტთან შესაბამისობის ანალიზს.

გარდა ამისა, აუცილებელია კარგი კომუნიკაცია მენეჯმენტთან სამუშაო პროცესის პარალელურად, რათა პროცესშივე გამოსწორდეს, შესაბამისობაში მოვიდეს და საერთო მიზანი - დასახული პრიორიტეტები შესრულდეს.

5) თქვენი აზრით, არის თუ არა საჭირო პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტში შეფასების მკაფიოდ გაწერილი (მაგალითად აუდიტორიის ზრდის ტემპი, რეიტინგის მაჩვენებელი, კრიტერიუმებისა და ე.წ. KPI (Key Performance Indicator) არსებობა? თუ ამჟამად არსებული საქმიანობის შეფასების საზომების არსებობა საკმარისად მიგაჩნიათ?

არსებული შეფასების დოკუმენტი არასაკმარისია. თუმცა ეს გამომდინარეობს იქედან, რომ საკმაოდ რთული პროცესია და შესაძლოა ზოგიერთ შემთხვევაში სუბიექტურ

შეფასებებამდე დავიდეთ. ამიტომ, ვფიქრობთ, რომ უმჯობესი იქნება თუ გავეცნობით სხვა საზოგადოებრივი მაუწყებლების საუკეთესო გამოცდილებას: როგორ ხორციელდება ეს მათთან, როგორ იქმნება შეფასების კრიტერიუმი, რა უნდა იყოს გათვალისწინებული (რეიტინგი, სტატისტიკა, ანალიტიკა და ა.შ.).

ა) პრიორიტეტებში უნდა აისახოს კონკრეტული გადაცემების რაოდენობები (მაგ. „გამომძიებელი ჟურნალისტი“ - 12 გადაცემა), ასევე უნდა განისაზღვროს პრიორიტეტები სამაუწყებლო პლატფორმების მიხედვით და პროგრამულ ნაწილში განსაზღვროს დროითი მასშტაბები ან %;

ბ) აუცილებელია ჩატარდეს აუდიტორიის საჭიროებების კვლევა, რაც ხელს შეუწყობს პრობლემების შესწავლას და ხარისხის გაუმჯობესებას. ეს საშუალებას მოგვცემს, პროგრამულ პრიორიტეტები ცვლილებების გზით დაიხვეწოს და გახდეს უნივერსალური. ხოლო კვლევებზე დაყრდნობით უნდა შემუშავდეს:

1. ზეგავლენა, მრავალფეროვნება და ხარისხი;
2. ხარისხი, სიღრმისეულობა და გამორჩეულობა.

პრიორიტეტების ეფექტიანობა განისაზღვრება კონკრეტული საკითხების სწორი და სიღრმისეული ანალიზით. პრიორიტეტების შემუშავებისას, სამეურვეო საბჭოს წევრებმა უნდა მოამზადონ კონკრეტულ საკითხთა ბაზა, რომელიც მოიცავს შემდეგ თემებს: რამდენად ეხმარება მაუწყებლის პროდუქცია მაყურებელს, გაერკვეს ქვეყანასა და მსოფლიოში მიმდინარე მნიშვნელოვან პოლიტიკურ, ეკონომიკურ და სოციალურ პროცესებსა და საკითხებში.

საბჭოს წევრების მოსაზრებით, მაუწყებელი:

- მაყურებელს უქმნის შესაძლებლობას, შეაფასოს მოვლენები რეალისტურად და ამავდროულად ახალი და განსხვავებული კუთხით;
- მაყურებელს უქმნის მოტივაციას, ჩაერთოს სხვადასხვა პროცესსა თუ აქტივობაში;
- ქმნის ისეთ პროგრამებს, სიუჟეტებს, რომლებიც იწვევს გამომხატურებას, რეაგირებას, დღის წესრიგის ცვლილებას სამოქალაქო საზოგადოებაში ან პოლიტიკაში;
- პასუხობს მომხმარებლის ინტერესებსა და საჭიროებებს;
- წარმოაჩენს და პოპულარიზაციას უწევს საქართველოს თვითმყოფად კულტურას, ხელოვნებას, მეცნიერებას;

- პოპულარიზაციას უწევს მსოფლიო კულტურას, ხელოვნებას, მეცნიერებას;
- წარმოაჩენს მრავალფეროვან მსოფლმხედველობებს, პოლიტიკურ თვალთახედვებს და ინტერესებს;
- სათანადო ყურადღებას უთმობს საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფისთვის მნიშვნელოვან თემებს, პრობლემებს, ინტერესებს;
- 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;
- აშუქებს მოვლენებს ოპერატიულად, მიუკერძოებლად და დაბალანსებულად;
- აშუქებს მოვლენებს დაზუსტებულად, სანდო წყაროებზე დაყრდნობით;
- საკითხებს გადმოსცემს გასაგები ენით;
- მოიძიებს და წარმოაჩენს ექსკლუზიურ და აქტუალურ ინფორმაციას, თემებს;
- უზრუნველყოფს დისკუსიებისა და დებატების ისეთ ფორმატს, სადაც შესაძლებელია რაციონალური აზრის ჩამოყალიბება;
- მაყურებელს აჩვენებს, თუ როგორ აისახება (ეკონომიკური, სოციალური, პოლიტიკური და ა.შ.) მოვლენები მის ცხოვრებაზე;
- აანალიზებს, არის თუ არა (ეკონომიკური, სოციალური, პოლიტიკური და ა.შ.) მოვლენები ისეთი, როგორც ჩანს;
- სიღრმისეულად აანალიზებს მოვლენებს (კულტურული, სოციალური, პოლიტიკური და ა.შ.) და წარმოაჩენს, თუ როგორ აისახება ეს მოვლენები პიროვნებასა და საზოგადოებაზე;
- ქმნის მარადიული ფასეულობებზე ორიენტირებულ პროდუქციას, რომელიც არ არის რეიტინგზე ორიენტირებული;
- არის ექსპერიმენტების და ინოვაციების ადგილი;
- პროდუქცია არის ჟანრობრივად მრავალფეროვანი;
- მოვლენების და საკითხების გაშუქების დროს იყენებს შემოქმედებით მიდგომას;
- გამოირჩევა მაღალი სარედაქციო სტანდარტით.

6) თქვენი აზრით, 2020 წელს რა იყო საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველაზე დიდი წარმატება და ყველაზე დიდი შეუსრულებელი მიზანი?

როგორც აღინიშნა, ყველაზე დიდი წარმატება იყო „ტელესკოლა“ და ის მიმართულებები, რომლებიც მიზნად ისახავდა კოვიდის შესახებ ინფორმაციის გავრცელებას (საყოველთაო წვდომა, ინფორმირებულობა და ა.შ.), თუმცა, ასევე მნიშვნელოვანია, მაგალითად, ქართული მულტიპლიკაციის ტრადიციების აღდგენა, ქართული წარმოების (კინო, მუსიკა, სერიალი) და საინტერესო და წარმატებული პროექტების ხელშეწყობა, რომლებიც საზოგადოებრივ მაუწყებელთან პირდაპირ ასოცირდება.

7) თქვენი აზრით, პროგრამული პრიორიტეტების დოკუმენტის რომელი მიმართულებები საჭიროებს დამატებით ძალისხმევას 2021 წელს, რათა მისი საბოლოო შესრულებით კმაყოფილი იყოთ?

- ჟურნალისტთა მუდმივი პროფესიული განვითარების სისტემის გაძლიერება;
- საგამომიებო ჟურნალისტიკის მიმართულების გააქტიურება;
- მეტი დროის დათმობა ქვეყნისთვის მნიშვნელოვან ისეთ საკითხებზე, როგორებიცაა: კულტურა, განათლება, სპორტი, ახალგაზრდობის პრობლემები და ა.შ.;
- მეტი დროის და ძალისხმევის დათმობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრომოუშენისთვის, მიუხედავად იმისა, რომ ეს საკმაო ხარჯებთანაა დაკავშირებული. (საჭიროა კონკრეტული გადაცემების რეკლამირება, შექმნილი პროდუქციის პოპულარიზაცია, აგრეთვე რეგიონში გასვლები და აუდიტორისათან ინტენსიური კომუნიკაცია);
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ ნდობის გაზრდის სტრატეგიის შემუშავება;
- სპეციფიკური საჭიროების ჯგუფების (მაგალითად, ეთნიკური, რელიგიური და სხვა უმცირესობები, ქართველი ემიგრანტები, ზოგადად, სამომხმარებლო ქცევის მქონე მსხვილი სოციალური ჯგუფები) ჩართულობის ხარისხის ზრდა როგორც პირდაპირი (გადაცემებში მათი წარმომადგენლების სტუმრის რანგში მოწვევა და მონაწილეობა), ასევე არაპირდაპირი (მაყურებელთა თუ მსმენელთა პრობლემების, წარმატებების წარმოჩენა) გზებით;
- გარემოს და ადამიანის უფლებების დაცვის მიმართულებით გადაცემების მომზადება;

- ახალი კონცეფციის შემუშავება და დამატებითი ყურადღების გამახვილება „ტელესკოლის“ პროექტზე, რომელიც 2020 წლის პროექტებს შორის უდავოდ წარმატებული იყო.

დასკვნა და რეკომენდაციები:

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოსა და მენეჯმენტს შორის კიდევ უფრო აქტიური თანამშრომლობის აუცილებლობა.

სამეურვეო საბჭო მიიჩნევს, რომ:

- მსოფლიო პანდემიამ საზოგადოებრივი მაუწყებლის გეგმებში მთელი რიგი ცვლილებები შეიტანა, თუმცა, მიუხედავად ფორსმაჟორული სიტუაციისა, მაუწყებელმა კარგად გაართვა თავი ახალ გამოწვევებს;
- გამოიკვეთა საზოგადოებრივი მაუწყებლის სწრაფვა სიახლეებისადმი - იგი არაერთი ინოვაციის ავტორია ქართულ მედიასივრცეში;
- საჭიროა საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა შექმნას ნდობისა და ზრდის სტრატეგიის დოკუმენტი;
- საზოგადოებრივი მაუწყებელი უნდა დარჩეს მოქნილ სტრუქტურად: ერთი მხრივ, უნდა შეასრულოს პრიორიტეტებით დაკისრებული ვალდებულებები, მეორე მხრივ კი, ყურადღება მიაქციოს საბაზრო კონკურენციას, რომ მიმზიდველი იყოს აუდიტორიისთვის, რაც თავისთავად დაეხმარება როგორც ვალდებულებების შესრულებაში, ისე დაფარვის არეალის გაფართოებაში.

სამეურვეო საბჭოს წევრებმა ჩაღრმავებული ინტერვიუს წარმოების პროცესში მნიშვნელოვანი რეკომენდაციები წარმოადგინეს, რომელთა ანალიზის შედეგად შემდეგი პუნქტები გამოიკვეთა:

1. *საჭიროა შემუშავდეს საზოგადოებასთან ურთიერთობის (ან სტრატეგიული კომუნიკაციების) კონცეფცია საზოგადოებრივი მაუწყებლის წარმოებული პროდუქციის პოპულარიზაციისთვის და კონკრეტული გადაცემების რეკლამირებისთვის:*
2. *აუცილებელია გაგრძელდეს საბაზრო კვლევები, მენეჯმენტისა და პროგრამების რეგულარული ანალიზი და შეფასებები, რაც გამოავლენს*

პრობლემებს, ხელს შეუწყობს მათ აღმოფხვრას და უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრესს;

3. *საჭიროა დამატებითი საეთერო (სატელევიზიო/რადიო) დროით უზრუნველყოფა სხვადასხვა უმცირესობების სრული და თანასწორი წარმოდგენისთვის;*
4. *უნდა შეიქმნას დამატებითი პლატფორმები ადამიანის უფლებების დაცვის კუთხით*- ეს გამოწვევა ყველა ქვეყნის წინაშე დგას, საქართველოსთვის კი, არსებული შიდა და გარე პოლიტიკური დამაბულობის ფონზე, განსაკუთრებულად მწვავე ხასიათს ატარებს. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ყურადღება უნდა მიაქციოს ადამიანების უფლებების დაცვის თემას, გააშუქოს მისი აქტუალურობა;
5. *დამატებით უნდა შეიქმნას ახალი პოლიტიკური პლატფორმა ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციის მიმართლებით;*
მართალია, საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა გასულ წელს ყველა მნიშვნელოვანი თემა დაფარა, მაგრამ გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ქვეყნისთვის ყველა თემა ერთი ხარისხის, მნიშვნელობის და სიმწვავის არ არის. ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაცია საქართველოს თავისთავად ყველაზე მნიშვნელოვანი პროცესია. ამ თემაზე ყურადღების გამახვილება, მოსახლეობისთვის გზავნილის მიწოდება და მისი ჩართვა აღნიშნულ პროცესში ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციის განხორციელებისთვის *არსებითია*. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა საკუთარ თავზე უნდა აიღოს და უზრუნველყოს ამ საკითხთა სრული და სათანადო დაფარვა და კომუნიკაცია როგორც სახელმწიფო მოხელეებთან, ისე დამოუკიდებელ ექსპერტებსა და ქვეყნის მოსახლეობასთან ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციის მხარდასაჭერად და დეზინფორმაციის წინააღმდეგ საბრძოლველად;
6. *საჭიროა მეტი საეთერო დორის დათმობა ქვეყნისთვის მნიშვნელოვან საკითხებზე დისკუსიებისთვის:* რეგიონებში არსებული პრობლემები, სოციალური პრობლემატიკა, ახალგაზრდობის საკითხები და ა.შ.;
7. *აუცილებელია ობიექტური საგამოძიებო ჟურნალისტური პროდუქტის შექმნა, რომელიც გაზრდის საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებულებას;*

8. *საჭიროა „ტელეკსოლამ“ მოამზადოს განვითარების კონცეპტუალური ხედვა შემდგომი განვითარებისთვის;*
9. *სასურველია გაგრძელდეს ან/და კვლავ შეიქმნას უნიკალური გადაცემები, ვიდეო/აუდიო ფონდის გამდიდრება და ახალი ფილმები/ტელესერიალები: უნიკალური გადაცემები, აუდიო/ვიდეო ფონდები და ახალი პოპულარული ფილმების/სერიალების შექმნა ხელს უწყობს ამ დარგის წინსვლას და არხის პოპულარიზაციას;*
10. *გადაუდებლად აუცილებელია სასწრაფო ქმედითი ნაბიჯების გადადგმა უნიკალური საარქივო მასალის (დაცვა, გაციფვრა) შენარჩუნებისა და ხელმისაწვდომობის მიზნით;*
11. *საჭიროების მიხედვით უნდა გაგრძელდეს ინვესტიცია ტექნიკურ აღჭურვასა და მომსახურებაში;*
12. *აუცილებელია გაგრძელდეს, გაუმჯობესდეს ან/და დაემატოს ჟურნალისტიკის და სხვა თანამშრომლების ტრენინგის და გადამზადების პროცესის გააქტიურება;*
13. *აუცილებელია სამეურვეო საბჭოსა და მენეჯმენტს შორის კომუნიკაციის შენარჩუნება და გაუმჯობესება: სამეურვეო საბჭოს სრული ინფორმირება ყველა მიმდინარე საკითხზე/პროცესზე, დროული და ეფექტიანი ჩართვის და ასევე როგორც მიმდინარე, ისე წინა წლის რეკომენდაციების შესრულების უზრუნველყოფის მიზნით.*

სამეურვეო საბჭო საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტების დოკუმენტით გათვალისწინებული 2020 წელს საკითხების შესრულებას დადებითად აფასებს, რაც განპირობებულია, ერთი მხრივ, მაუწყებლის მენეჯმენტის ეფექტიანი მუშაობით და, მეორე მხრივ, მიმდინარე საქმიანობაში ჩართული ძირითადი მხარეების (სამეურვეო საბჭოსა და მენეჯმენტის) მოტივაციით, ეთანამშრომლათ საზოგადოებრივი მაუწყებლის როგორც კონსტიტუციური ინსტიტუციის წარმატებისა და განვითარებისთვის .

ცნობარი

<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=59>

<https://forms.gle/3G1ve5guLjt8P5jr9>

<http://bit.ly/MonitoringisAngarishi>

<https://1tv.ge/document/ssip-sazogadoebrivi-mauwyebli-2020-wlis-angarishi/>

<https://1tv.ge/document/1064871/>