

საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2022-2025 წლების პროგრამული
პრიორიტეტები

1. შესავალი

1.1. პროგრამული პრიორიტეტების სამართლებრივი სტატუსი და სტრუქტურა

საქართველოს კონსტიტუციით, „კანონი უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დამოუკიდებლობას სახელმწიფო უწყებებისგან და თავისუფლებას პოლიტიკური და არსებითი კომერციული გავლენისგან“ (მუხლი 17.6).

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი საზოგადოებრივ მაუწყებელს ავალდებულებს, საზოგადოებას მიაწოდოს პოლიტიკური და კომერციული გავლენისგან 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 - სამეურვეო საბჭო საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტების შესახებ გადაწყვეტილებას იღებს საჯარო ადმინისტრაციული წარმოების წესით (მუხლი 20¹).

1.2. ახალი პროგრამული პრიორიტეტები, რომელიც ამ დოკუმენტით განისაზღვრა, განკუთვნილია სამწლიანი პერიოდისთვის და მოიცავს 2022-2025 წლებს, თუმცა ამ სამი წლის განმავლობაში დასაშვებია დოკუმენტში გარკვეული ცვლილებების შეტანა მისი შემდგომი განვრცობის მიზნით.

დოკუმენტი მომზადებულია, 2019 და 2020 წლებში საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მხრიდან საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ პროგრამული პრიორიტეტების შესრულების შეფასების დოკუმენტების გათვალისწინებით, და ასევე, 2021² წელს სამეურვეო საბჭოს მიერ ჩატარებული კვლევის საფუძველზე.

¹ მუხლი 20. პროგრამული პრიორიტეტები.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მიერ 2019 და 2020 წლის შიდა შეფასებებით (მოიცავდა ტელევიზიას, რადიოს და სხვა პლატფორმებს), დაცული იყო 2018-2021 წლების ძირითადი პროგრამული პრიორიტეტები. კერძოდ, საზოგადოებას მიეწოდებოდა პოლიტიკური და კომერციული გავლენისგან თავისუფალი, მათი ინტერესების შესაბამისი, მრავალფეროვანი პროგრამები. მოცემულმა შეფასებებმა ასევე აჩვენა 2022-2025 წლებში პროგრამული პრიორიტეტების შეფასების კრიტერიუმებისა და ინსტრუმენტების უფრო მკაფიოდ განსაზღვრის საჭიროება.

2021 წელს გამოკითხული სეგმენტის თანახმად (სტუდენტი ახალგაზრდები და პროფესორ-მასწავლებლები; სულ გამოკითხული რესპოდენტების რაოდენობა შეადგენს 410-ს. - რესპოდენტების გადანაწილება ასაკის მიხედვით: 13-17 ასაკის - 9.6%, 18-34 ასაკის - 68.6%, 35-49 ასაკის - 12.0% და 50+ ასაკის - 9.8%), საზოგადოებრივი მაუწყებელი დიდწილად მოიცავს საზოგადოების ყველა ჯგუფის ინტერესს და მაუწყებლისადმი ნდობა საშუალოზე მაღალია. კვლევის შედეგების თანახმად, გამოიკვეთა შემდეგი საჭიროებები:

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის პლატფორმებზე შემცირებითი გადაცემების წილის გაზრდა;
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემებში რეგიონების ცხოვრების მეტად ასახვა, როგორც სოციალური პრობლემების თვალსაზრისით, ასევე წარმატების ისტორიების და ახალი წამოწყებების ჩვენების კუთხით;
- საზოგადოებრივ მაუწყებელზე არაპოლიტიკური სადისკუსიო სივრცის გაფართოება;
- საგანმანათლებლო პლატფორმაზე თანამედროვე ელემენტების დამატება;
- სოციალურ მედიაში აქტიურობის გაზრდა.

1.3. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ზოგადი ორიენტირები

[საზოგადოებრივი მაუწყებლის](#) პოლიტიკის ერთ-ერთი მთავარი ორიენტირია ნდობის მიმართულების გაზრდა, რომელიც შემუშავდება სხვადასხვა კვლევების სიღრმისეული ანალიზის საფუძველზე.

ამასთან, საზოგადოებრივი მაუწყებელი უზრუნველყოფს ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის ზრდას სხვადასხვა პლატფორმების საშუალებით.

ასევე, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ორიენტირია მიაწოდოს საზოგადოებას ის მედიამომსახურება და პროდუქცია, რაც მომხმარებლებს და მთლიანად საზოგადოებას უპირველესად სჭირდება და ვერ ღებულობს სხვა მედია საშუალებებით.

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

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

მაუწყებელი უნდა ისწრაფოდეს, რომ წარმოებული თუ შესყიდული ნებისმიერი პროდუქტი საუკეთესო იყოს შესაბამის ჟანრში, ხოლო თითოეული პლატფორმის პროდუქციის მთელი სპექტრით გამოირჩეოდეს კონკურენტებისგან.

საზოგადოების საჭიროებების ოპტიმალურად მომსახურების მიზნით, მაუწყებელმა სათანადო ბალანსი უნდა დაიცვას პროდუქციის შემდეგ სამ კატეგორიას შორის:

ა. ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები;

ბ. კულტურა, შემეცნება, განათლება და ჯანსაღი ცხოვრების წესი - უნდა მოხდეს მოცემული ტიპის პროდუქტის გამრავალფეროვნება და, საზოგადოების მოთხოვნების შესაბამისად, მსგავსი გადაცემების გაზრდა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველა პლატფორმაზე;

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

შინაარსობრივ სრულყოფასთან ერთად ორგანიზაციამ მუდმივად უნდა იზრუნოს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის სხვადასხვა პლატფორმების განვითარებაზე თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენებით.

2. მაუწყებლის ძირითადი სამოქმედო პრიორიტეტები

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

1. საყოველთაო წვდომა: მაუწყებლის ყველა პლატფორმისა და პროდუქციის მომხმარებელთა რაოდენობრივი ზრდის უზრუნველყოფა როგორც კომბინირებულ მაჩვენებლებში (სატელევიზო, რადიო და მულტიმედიური არხები), ასევე ცალკე, პირველი არხის მაცურებლების მაჩვენებლებში;
2. საყოველთაო მომსახურება: მრავალფეროვანი აუდიტორიის, მათ შორის, განსაკუთრებული საჭიროებების მქონე აუდიტორიის მომსახურება. ამ მიზნით პროდუქცია და ხარჯები უნდა განაწილდეს საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის მომსახურებისთვის, მათ შორის, ეთნიკური და რელიგიური ჯგუფების, შშმ პირების, რეგიონის მოსახლეობის მომსახურებისთვის.
2.2 საზოგადოების სხვადასხვა მცირე ჯგუფის რეპრეზენტაციის ზრდის უზრუნველყოფა;
3. თვალთახედვების მრავალფეროვნება: საზოგადოებაში არსებული სხვადასხვა მსოფლმხედველობის, მოსაზრების, ფასეულობის და საჭიროების ასახვა და წარმოჩენა;
4. საგანმანათლებლო, კულტურული, შემეცნებითი, საზოგადოებრივი პოლიტიკური პროდუქციის წარმოების და ხარისხის ზრდა. ამ პროდუქციის ადგილობრივი და უცხოელი მწარმოებლებისგან შესყიდვა;
5. ბავშვებისთვის და მოზარდებისთვის (საგანმანათლებლო, გასართობი, სხვა) პროდუქციის წარმოების და ხარისხის ზრდა. ამ პროდუქციის ადგილობრივი და უცხოელი მწარმოებლებისგან შესყიდვა.
6. ტელესკოლის, როგორც საგანმანათლებლო პლატფორმის განვითარება
7. პროდუქციის ხარისხის, მრავალფეროვნების და ზეგავლენის წლიდან წლამდე ზრდა, მათ შორის, ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკის პროდუქციის სანდოობის ზრდის უზრუნველყოფა;
8. არქივი - არქივის გაციფრულების და შენახვის უზრუნველყოფა.

3. მაუწყებლის შინაარსობრივი პრიორიტეტები

3.1 საზოგადოების წინაშე ხელისუფლების ანგარიშვალდებულების უზრუნველსაყოფად, ახალი და მიმდინარე ამბების მიმართულების და სხვა შესაბამისი თემატიკის პროდუქციამ მოქალაქეებს საშუალება უნდა მისცეს, გაეცნონ და მკაფიო წარმოდგენა შეიქმნან საშინაო და საგარეო პოლიტიკის საკითხებზე, საკანონმდებლო, აღმასრულებელი, სასამართლო ხელისუფლებების, ადგილობრივი თვითმმართველობების მუშაობაზე, ქვეყნისთვის მნიშვნელოვან შიდაპოლიტიკურ პროცესებზე, ძირითად ორიენტირებზე და გამოწვევებზე, იმ საერთაშორისო მოვლენებსა და ორგანიზაციებზე, რომლებიც საქართველოში მიმდინარე პროცესებთან კავშირშია ან გავლენას ახდენს მასზე.

პროდუქციაში აისახოს: ა) სოციალური პრობლემები, განსაკუთრებული აქცენტით მოწყვლადი ჯგუფების პრობლემებსა და საჭიროებებზე; ბ) 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) საქართველოს შიდა და საგარეო 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) ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონებისთვის აქტუალური საკითხები; ლ) სოფლის მეურნეობის განვითარების მნიშვნელოვანი საკითხები.

3.2. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა ჟურნალისტური გამოძიება.

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.

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;

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.

3.4. საქართველოში არსებული რელიგიური და ეთნიკური უმცირესობების კულტურის, ტრადიციების, ფასეულობების, ყოფის, საჭიროებების, პრობლემების, წარმატებების, მნიშვნელოვანი თარიღებისა და სხვა მნიშვნელოვანი და საინტერესო საკითხების ამსახველი მედიაპროდუქტის მომზადება საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ 2017-2020 წლების მიღებული საქართველოს ეროვნული ერთიანობის, სამოქალაქო ინტეგრაციის, ეთნოსთაშორისი და რელიგიათაშორისი ურთიერთობების ხელშეწყობის [მედია სტრატეგიის და სამოქმედო გეგმის](#) შესაბამისად.

უზრუნველყოფილი იქნეს ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობების წარმომადგენელთა ჩართულობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ მომზადებულ გადაცემებში.

3.5. საგანმანათლებლო, სამეცნიერო, პოპულარული და სხვა დოკუმენტური ფილმების წარმოების, როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მიმართულების შენარჩუნება.

3.6. მოზარდების მონაწილეობით მედიაპროდუქტის მომზადება მათთვის აქტუალურ და საინტერესო თემებზე.

3.7. მედიაპროდუქტის მომზადება ეკოლოგიის, ბუნებრივი რესურსების და გარემოს დაცვის საკითხებზე.

3.8. სპორტული გადაცემების მომზადება, შესყიდვა და ტრანსლირება.

3.9. ჯანსაღი ცხოვრების წესის პოპულარიზება.

4.0. ქართული მხატვრული და სატელევიზიო, ასევე ანიმაციური ფილმების შექმნა და მათი მხარდაჭერა.

4. პროდუქციის მიწოდების გზები, პლატფორმები

წინამდებარე პროგრამული პრიორიტეტების შესასრულებლად მენეჯმენტმა ყოველწლიურად უნდა შეიმუშაოს და წარმოადგინოს პროდუქციის სამაუწყებლო/ საკომუნიკაციო პლატფორმებზე განთავსების გეგმა.

5. პროგრამული პრიორიტეტების შეფასების საზომები

საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობა ფასდება მინიმუმ წელიწადში ერთხელ. შეფასებები აგრეთვე შეიძლება კეთდებოდეს წლის განმავლობაში რამდენჯერმე და გამოიყენებოდეს რეკომენდაციებისა და მოთხოვნების ჩამოსაყალიბებლად.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობის შეფასებისთვის გამოყენებული იქნება სხვადასხვა საშუალება, რომელიც შეეხება ყველა პლატფორმას - [ტელევიზია](#), [რადიო](#), [Youtube](#), [Facebook](#), [აპლიკაციები](#), [ვებ-გვერდი](#);

-საქართველოს მოსახლეობის კვლევა - რაოდენობრივი კვლევა, რომლის შერჩევითი ერთობლიობის პარამეტრები ასახავს გენერალურ ერთობლიობას და კვლევის შედეგები იძლევა მთელ გენერალურ ერთობლიობაზე განზოგადების საშუალებას, ხასიათდება დაბალი ცდომილებით და მაღალი სანდოობით.

- რაოდენობრივი კვლევა - პირისპირ ინტერვიუს მეთოდი.
კვლევის სიხშირე: წელიწადში ერთხელ. მაქსიმუმ ორ წელიწადში ერთხელ.

- რაოდენობრივი კვლევა - სატელეფონო ინტერვიუ.
კვლევა უნდა ტარდებოდეს წლის განმავლობაში და გამოიყენებოდეს რეკომენდაციებისა და მოთხოვნების შესამუშავებლად.

შეფასების ძირითადი კრიტერიუმები: საზოგადოებრივი მაუწყებლის სხვადასხვა პლატფორმების ცნობადობა და მოხმარების სიხშირე,

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სანდოობა, საზოგადოების ყველა ჯგუფის ინტერესების მოცვა.

• თვისებრივი კვლევა - (ფოკუსური დისკუსია). არსებული და ახალი პროექტების და სარეკლამო აქტივობების ეფექტურობის და სხვა მიზნობრივი კვლევისას სიღრმისეული ინფორმაციის ოპერატიულად მისაღებად.

- შიდა მონიტორინგის სისტემა - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყველა პლატფორმაზე გაშუქებული თემების სტატისტიკა.

შეფასების ძირითადი კრიტერიუმები: გაშუქებული თემების შესაბამისობა პროგრამულ პრიორიტეტებთან, გაშუქების სიხშირე.

- ინტერნეტ აუდიტორიის ანალიზი - სხვადასხვა პროგრამების საშუალებით საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინტერნეტ-პლატფორმების მომხმარებლის ანალიზი (**Google Analytics, YouTube Analytics, Social Baker**).

შეფასების ძირითადი კრიტერიუმები: მომხმარებელთა რაოდენობა, დემოგრაფიული გადანაწილება და გეოგრაფიული მოცვა.

- საზოგადოებრივი აზრისა და სამაუწყებლო ბაზრის კვლევის შედეგების შესახებ;³
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობის ფინანსური ანგარიშგება - ხარჯვითი ანალიზი მიმართულებების მიხედვით.

შეფასების ძირითადი კრიტერიუმები: ხარჯვითი ბიუჯეტის პროგრამულ პრიორიტეტებთან შესაბამისობა.

პროგრამული პრიორიტეტების შესრულების შეფასებისთვის შესაძლოა გამოყენებული იყოს დამატებითი სოციოლოგიური კვლევები: საექსპერტო კვლევები, სოციოლოგიური კვლევები, სხვადასხვა საერთაშორისო და ადგილობრივი ორგანიზაციების მიერ ჩატარებული ანალიზი და მონიტორინგი.

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

³ საქართველოს კანონი მაუწყებლობის შესახებ, მუხლი 35 (ე).