



# საზოგადოებრივი განუწყობის კონსტრუქციები შეადგური ანგარიში

თბილისი  
2016



ანგარიშის დამზადება შესაძლებელი გახდა ამერიკელი ხალხის მხარდაჭერის შედეგად ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) დაფინანსებით. ანგარიშის შინაარსზე პასუხისმგებელია საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო; ის შესაძლოა არ გამოხატავდეს USAID-ის და ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობის შეხედულებებს.

# 1. შესავალი

“საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო” 2016 წლის მარტიდან ახორციელებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მონიტორინგს გამჭვირვალობის პრინციპებისა და კარგი მმართველობის კუთხით. მონიტორინგის მიზანია საზოგადოებრივი მაუწყებლის, როგორც ინსტიტუტის შესწავლა და შეფასება, საზოგადოებრივი მაუწყებლის შიგნით არსებული პრობლემების წარმოჩენა და რეკომენდაციების შემუშავება მათი ეფექტური გადაჭრის მიზნით. ცალსახაა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვერ შეძლებს კანონით დაკისრებული მოვალეობების შესრულებას თუ ის არ იქნება ინსტიტუციურად გამართული უწყება, რომელიც ეფექტურად მართავს როგორც მატერიალურ, ასევე ადამიანურ რესურსებს.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი წლების განმავლობაში იდგა გამოწვევების წინაშე: საზოგადოებაში იგი ხშირად სახელისუფლებო ტელევიზიად აღიქმებოდა, მუდმივი რეორგანიზაციისა და ხელმძღვანელობის ხშირი ცვლილება კი მაუწყებელს განვითარებაში ხელს უშლიდა. ამის ერთ-ერთი შედეგი საზოგადოებრივი მაუწყებლის დაბალი რეიტინგია.

ეს მონიტორინგის პირველი, შუალედური ანგარიშია და იგი ყურადღებას საზოგადოებრივ მაუწყებელზე მიმდინარე რეორგანიზაციაზე ამახვილებს. ანგარიშში მიმოხილულია რეორგანიზაციის ფონზე არსებული გამოწვევები, როგორცაა კომუნიკაციის პრობლემა თანამშრომლებსა და მენეჯმენტს შორის, ადამიანური რესურსების პოლიტიკის არარსებობა, თანამშრომელთა გულგრილობა მაუწყებელზე მიმდინარე პროცესების მიმართ და განწყობა, რომ სამუშაო გარემო მაუწყებელზე არასამართლიანია. ჩვენ ასევე მიმოვიხილავთ მაუწყებლის ფინანსებს, რეიტინგებსა და კონტენტის მონიტორინგის შედეგებს.

ჩვენი მომდევნო, წლიური ანგარიში კი ყურადღებას გაამახვილებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მუშაობაზე, რადგან საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ ნდობაზე მნიშვნელოვნად იმოქმედა მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს ირგვლივ ბოლო წლებში განვითარებულმა მოვლენებმა. 2013 წელს შეიცვალა საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს ფორმირების წესი. 15-ის ნაცვლად სამეურვეო საბჭოს შემადგენლობა 9 წევრით განისაზღვრა, საიდანაც სამ წევრს წარადგენს საპარლამენტო უმრავლესობა, სამს - უმრავლესობის გარეთ დარჩენილი წევრები, ორს - სახალხო დამცველი, ერთს კი აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭო.

საბჭოს რეფორმა მოქმედი წევრებისთვის უფლებამოსილების ვადამდე შეწყვეტას ითვალისწინებდა, რაც წევრებმა გააპროტესტეს. ამასთან, საბჭო ორმა მოქმედმა წევრმა დატოვა, რის შედეგადაც სამეურვეო საბჭო ხუთი თვის განმავლობაში [უმოქმედო იყო](#), საბჭოს ცალკეული წევრები კი მათზე განხორციელებულ ზეწოლაზე საუბრობდნენ. ამან გააჩინა ეჭვები, რომ არსებული საბჭოს ვადაზე ადრე დაშლა პოლიტიკური მოტივებით იყო ნაკარნახევი. მოგვიანებით, საბჭოს წევრებმა, რომლებიც კვორუმის გამო გადაწყვეტილებებს ვერ იღებდნენ, უფლებამოსილების ვადაზე ადრე შეწყვეტა საკონსტიტუციო სასამართლოში გააპროტესტეს. საკონსტიტუციო სასამართლომ საკითხი მათ სასარგებლოდ [გადაწყვიტა](#), რის შემდეგაც საზოგადოებრივ მაუწყებელზე შეიქმნა მონიტორინგის საბჭო, რომელიც საბჭოს მოქმედი წევრებისგან დაკომპლექტდა, ახალი წესით კი პარლამენტმა ახალი საბჭო დაამტკიცა.

მიუხედავად იმისა, რომ გატარებული საკანონმდებლო ცვლილებები საბჭოს დაკომპლექტების უფრო პლურალისტურ მიდგომას ითვალისწინებდა, რეფორმის იმპლემენტაციის პროცესმა ცხადყო, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი კვლავ პოლიტიკური თამაშების ასპარეზად იქცა. ამასთან, პარლამენტმა ოპოზიციის კვოტით წარდგენილი ორი კანდიდატი 2016 წლამდე არ აირჩია, რის გამოც კანონით გათვალისწინებული პლურალიზმი პრაქტიკაში არ იყო უზრუნველყოფილი.

პროექტის მომდევნო, წლიური ანგარიშის ფოკუსში იქნება ასევე, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მეორე არხსა და აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებლის წინაშე არსებული გამოწვევები, საზოგადოებრივი მაუწყებლის რადიო არხებსა და ონლაინ პლატფორმასთან დაკავშირებული საკითხების ანალიზი.

აღსანიშნავია, რომ „საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო“ არ ახორციელებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის კონტენტის მუდმივ მონიტორინგს. ამ კუთხით მდგომარეობის ანალიზისას ჩვენ ვეყრდნობით სხვა ორგანიზაციების მიერ განხორციელებული მედია მონიტორინგის შედეგებს და ასევე ჩვენი პერიოდული დაკვირვებების მიგნებებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის შინაარსზე.

ანგარიშის მომზადების პროცესში ჩვენთან აქტიურად ითანამშრომლეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტმა, სამეურვეო საბჭომ და სხვა თანამშრომლებმა, რისთვისაც მათ ვუხდით განსაკუთრებულ მადლობას.

## 2. კვლევის მთავარი მიზნები

- საზოგადოებრივ მაუწყებელზე სტრუქტურული რეორგანიზაცია განხორციელდა. ახალი ორგანიზაციული სტრუქტურის მიხედვით, მაუწყებელს აქვს [ხუთი ბლოკი](#), რომლის ხელმძღვანელებიც აღმასრულებელ საბჭოში ერთიანდებიან და დირექტორს ექვემდებარებიან. შესაბამისად, შეიცვალა მაუწყებლის ბიუჯეტის სქემაც და თანხები კონკრეტული ბლოკების მიხედვით ნაწილდება. რეორგანიზაციის შემდეგი ეტაპი თანამშრომელთა ატესტაციას და კადრების ოპტიმიზაციას მოიცავს. სტრუქტურის შექმნის პროცესში არ გამართულა საჭარო შეხვედრები სამოქალაქო საზოგადოების მონაწილეობით, რაც პროცესის მეტ გამჭვირვალობას და საჭაროობას უზრუნველყოფდა.
- მაუწყებელზე გაუმჯობესებულია მდგომარეობა ჟურნალისტების პროფესიული თავისუფლების თვალსაზრისით. თანამშრომლები მიუთითებენ, რომ წინა წლებისგან (2012-ის შემდეგ) განსხვავებით, არ სმენიათ შემთხვევების შესახებ, როდესაც მასალის მომზადებაში ვინმე ჩარეულა. თუმცა, ჩვენთან ინტერვიუების შედეგად გამოვლინდა შემთხვევები, როდესაც თანამშრომლები საუბრობენ მათ საქმიანობაში მენეჯმენტის მხრიდან ზედმეტ ჩარევაზე.
- თანამშრომლებს ბუნდოვანი წარმოდგენა აქვთ მაუწყებლის ორგანიზაციულ სტრუქტურაზე. ხშირ შემთხვევაში, მათ იციან მხოლოდ საკუთარი ხელმძღვანელების შესახებ. თანამშრომლებს აქვთ მცირე ინფორმაცია მაუწყებელზე მიმდინარე რეორგანიზაციასთან დაკავშირებით. მათი უმეტესობა პროცესის მიმართ გულგრილია, რადგან მაუწყებელზე “სულ რეორგანიზაციაა.”
- თანამშრომლები მიუთითებენ მაუწყებელზე არსებულ არასამართლიან სამუშაო გარემოზე. მაუწყებელზე არ არსებობს სამუშაოს შეფასების სისტემა. მათი განცხადებით, არის ხელმძღვანელობასთან დაახლოებული პრივილეგირებულ თანამშრომელთა ჯგუფი. საზოგადოებრივ მაუწყებელზე წარმატების მისაღწევად განმსაზღვრელია პირადი ურთიერთობები.
- საზოგადოებრივ მაუწყებელზე არ არის მიღებული კადრების აყვანა საჭარო კონკურსის მეშვეობით, თუმცა ბოლო რამდენიმე თვის განმავლობაში ეს პრაქტიკა ინერგება. უპირატესობა ენიჭება კადრების აყვანას რეკომენდაციის საფუძველზე. მაუწყებლის განცხადებით, გარკვეულ შემთხვევებში კადრების აყვანა ე.წ. Headhunting-ს პრინციპით ხდება. თანამშრომელთა ნაწილი მიუთითებს, რომ ნეპოტიზმი გავრცელებული პრაქტიკაა.



- საზოგადოებრივ მაუწყებელზე წლების განმავლობაში არ არსებობდა ადამიანური რესურსების მართვის პოლიტიკა. ისეთი მნიშვნელოვანი დოკუმენტები, როგორიცაა სამუშაოების აღწერილობა, ამჟამად შემუშავებულია და გადაცემულია სამეურვეო საბჭოსთვის დასამტკიცებლად. სამუშაოს შეფასების, წახალისებისა და მოტივაციის პოლიტიკის არარსებობამ წლების განმავლობაში უარყოფითი გავლენა მოახდინა თანამშრომლების მოტივაციაზე. ამას ხელი შეუწყო სამსახურში აყვანის არაჯანსაღმა პრაქტიკამ და ხელმძღვანელობის ხშირმა ცვლილებამაც.
- მაუწყებელში თანამშრომელთა ატესტაცია დაგეგმილი, რომელიც დეკემბერში უნდა დასრულდეს. პროცესის წარმართვისთვის მაუწყებელმა საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი (GIPA) დაიქირავა.
- შრომითი პირობების თვალსაზრისით მაუწყებელში სიტუაცია არადაამაკმაყოფილებელია. მანქანები და შენობა, ისევე როგორც მაუწყებლის შიდა ინფრასტრუქტურა და ინვენტარი ვერ აკმაყოფილებს თანამედროვე უსაფრთხოების სტანდარტებს, რაც მაუწყებლისთვის დღემდე დიდ გამოწვევად რჩება.

### 3. რეკომენდაციები

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის ადამიანური რესურსების პოლიტიკა უნდა უზრუნველყოფდეს კადრების მართვის გამართული, ყოვლისმომცველი სისტემის დანერგვას. მათ შორის კადრების სამსახურში აყვანის, დაწინაურების, გათავისუფლების პროცედურებს, ასევე თანამშრომელთა ფუნქცია-მოვალეობების კონკრეტულად გაწერას და თანამშრომელთა წახალისების სიტემას.
- საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია დანერგოს შიდა კომუნიკაციის ეფექტური სისტემა. ძირეული ცვლილებების გატარება, როგორიცაა რეორგანიზაცია, უნდა მოხდეს მაქსიმალურად კოორდინირებულად. თანამშრომლებისთვის ნათელი უნდა იყოს პროცესის საკვანძო ეტაპების ვადები და კონკრეტული ნაბიჯები.
- მაუწყებლის მენეჯმენტმა რეორგანიზაციის პროცესში თანამშრომელთა ატესტაცია უნდა განახორციელოს მაქსიმალურად კვალიფიციურად და გამჭვირვალედ რათა მოახდინოს კადრების ოპტიმიზაცია ახალ სტრუქტურასთან შესაბამისობაში და ამავე დროს გაანეიტრალოს თანამშრომელთა უარყოფითი დამოკიდებულება რეორგანიზაციის პროცესის მიმართ.
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭომ და მენეჯმენტმა უნდა უზრუნველყოს სამოქალაქო სექტორის დროული ჩართულობა ისეთი მნიშვნელოვანი პროცესების მიმდინარეობისას, როგორიცაა საზოგადოებრივ მაუწყებელში რეორგანიზაციის პროცესი.
- მაუწყებელმა უნდა იზრუნოს საზოგადოებრივი ნდობის გაძლიერებაზე და თავი შეიკავოს ისეთი გადაწყვეტილებების მიღებისაგან, რომლებიც შეიცავენ მაუწყებლის სახელის პოლიტიკური სპეკულაციებისთვის გამოყენების რისკს. მაგალითად 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნებისთვის ეგზიტპოლების კერძო ტელეკომპანიებთან ერთად ჩატარების გეგმა შესაძლოა უარყოფითად აისახოს მაუწყებლის მიმართ ნდობაზე.
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტმა აუდიტის დახმარებით უნდა გაანალიზოს მის ბალანსზე არსებული მატერიალური საშუალებები და მოახდინოს მათი ოპტიმალურად გამოყენება. საჭიროების შემთხვევაში მათი ჩამოწერა ან გასხვისება კანონით დადგენილი წესით.

- ინფრასტრუქტურის კუთხით არსებული გამოწვევების გათვალისწინებით, მაუწყებლის მენეჯმენტმა თანამშრომლებისთვის უსაფრთხო გარემო უნდა უზრუნველყოს. უნდა შემუშავდეს ევაკუაციის გეგმა, მოწესრიგდეს ინვენტარი, რომელთაც თანამშრომლებს უშუალო შეხება აქვთ.

## 4. პირობები

ანგარიში ეფუძნება საჯარო ინფორმაციის გამოთხოვის შედეგად მიღებულ ინფორმაციას, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ანგარიშებს და სხვა საჯარო დოკუმენტაციის ანალიზს.

მაუწყებელზე არსებული შრომითი გარემოს შესახებ დეტალური ინფორმაციის მოპოვების მიზნით „საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველომ“ ჩაატარა 50-მდე პირისპირი ნახევრად სტრუქტურირებული ინტერვიუ საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლებთან. გამოკითხულთა შორის არიან თანამშრომლები მაუწყებლის ყველა ბლოკიდან, ასევე, ბლოკების ხელმძღვანელები, გენერალური დირექტორი და სამეურვეო საბჭოს თავმჯდომარე.

გამომდინარე იქიდან, რომ ჩვენი მთავარი ინტერესი ჟურნალისტების სამუშაო პირობები იყო, გამოკითხულთა უმეტესობა არიან თანამშრომლები, რომლებსაც აქვთ შეხება მაუწყებლის კონტენტის წარმოებასთან, თუმცა, ინტერვიუების მცირე ნაწილი ასევე ჩატარდა თანამშრომლებთან, რომლებიც ადმინისტრაციულ ან სხვა სახის სამუშაოს ასრულებენ.

საზოგადოებრივ მაუწყებელზე არსებული შრომითი გარემოს შეფასებისას ჩვენ მეტწილად ვეყრდნობით ინტერვიუების შედეგად მიღებულ ინფორმაციას და საჯარო ინფორმაციის გამოთხოვის შედეგად მიღებულ მონაცემებს.

## 5. რა არის საზოგადოებრივი მაუწყებელი? მოკლე ისტორიული ექსკურსი

საზოგადოებრივი მაუწყებელი ამჟამად აერთიანებს ორ ტელეარხს: “პირველი არხი” (მაუწყებლობს 1956 წლიდან), და “მეორე არხი” (1991 წლიდან), ასევე რადიოარხებს - საქართველოს რადიო პირველი არხი FM 102.4 (1925 წლიდან) და “რადიო ორი - ქართული რადიო” FM 100.9 (1995 წლიდან). მაუწყებლობის შესახებ კანონის თანახმად საზოგადოებრივი მაუწყებელი რადიო მაუწყებლობას უნდა ახორციელებდეს სამ არხზე.

საზოგადოებრივი მაუწყებლობის დაფინანსების ძირითადი წყაროა საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტი. საზოგადოებრივი მაუწყებლობის დაფინანსების ოდენობაა საქართველოს სახელმწიფოს წინა წლის მთლიანი შიდა პროდუქტის არანაკლებ 0,14%-ისა. თითოეული ზრდასრული გადასახადის გადამხდელი მოქალაქე მაუწყებელს წელიწადში საშუალოდ 1 ლარსა და 10 თეთრს უხდის.

კანონი [“მაუწყებლობის შესახებ”](#) საზოგადოებრივ მაუწყებლობას და მაუწყებელს განმარტავს როგორც:

საზოგადოებრივი მაუწყებლობა – საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად სახელმწიფო ქონების საფუძველზე ტელე-რადიო მაუწყებლობისათვის შექმნილი, საჯარო დაფინანსებით მოქმედი, ხელისუფლებისაგან დამოუკიდებელი და საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირის, რომელიც არ ექვემდებარება არც ერთ სახელმწიფო უწყებას (შემდგომში – საზოგადოებრივი მაუწყებელი), მიერ განხორციელებული მაუწყებლობა, რომლის მიზანია პოლიტიკური და კომერციული გავლენისაგან თავისუფალი, საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისი, მრავალფეროვანი პროგრამების მიწოდება საზოგადოებისათვის.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი 2004 წელს მაუწყებლობის შესახებ კანონის საფუძველზე [შეიქმნა](#) და ტელევიზია მმართველობის ახალ ფორმაზე გადავიდა.

2005 წლის 10 ივნისს, საქართველოს პარლამენტმა აირჩია სამეურვეო საბჭო, საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებული წარმომადგენლობითი ორგანო, რომელიც განსაზღვრავს საზოგადოებრივი მაუწყებლობის პროგრამულ პრიორიტეტებს. თავის მხრივ კი სამეურვეო საბჭომ ღია კონკურსის წესით, 2005 წლის 19 აგვისტოს მაუწყებლის გენერალური დირექტორი [დაამტკიცა](#). საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი დირექტორი თამარ კინწურაშვილი გახდა.

ახალმა დირექტორმა „დამოუკიდებელი სარედაქციო პოლიტიკა“ მთავარ პრიორიტეტად დასახა და მაუწყებლის „დემოკრატიული, სამოქალაქო ღირებულებების მატარებლად“ ჩამოყალიბების გეგმები წარმოადგინა. თუმცა, ამის განხორციელება რთული იყო მაუწყებლის ფინანსური და ქონებრივი მდგომარეობიდან გამომდინარე. თავად კინწურაშვილის თქმით, მაუწყებელში, ამ მხრივ, „აბსოლუტური ქაოსი“ სუფევდა. სუბიექტის დავალიანების დასადგენად, კინწურაშვილმა შემოწმების ჩატარების თხოვნით, ფინანსურ პოლიციას მიმართა. მაუწყებელს 6 მლნ. ლარის (3.3 მლნ. აშშ დოლარი) ოდენობის ვალი [აღმოჩნდა](#).

თანამდებობაზე არჩევიდან ექვსი თვის შემდეგ კინწურაშვილი პირველი სერიოზული კრიზისის წინაშე აღმოჩნდა. თანამშრომელთა ჯგუფმა მაუწყებელი დატოვა, კინწურაშვილს მაუწყებლის არასწორ მართვაში დასდო ბრალი და პარლამენტს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობის გამოძიების მოთხოვნით მიმართვა გაუგზავნა.

კინწურაშვილი საკუთარი სურვილით დირექტორობიდან 2008 წელს გადადგა, ამ დროის შემდგომ მაუწყებელმა კიდევ სამი დირექტორი გამოიცვალა, არხის ამჟამინდელი დირექტორი გიორგი ბარათაშვილი [თანამდებობიდან ორჯერ გათავისუფლდა](#). სასამართლო წესით მან ორჯერვე აღიდგინა [თანამდებობა](#) და 2013 წლის დეკემბრიდან დღემდე საზოგადოებრივი მაუწყებლის დირექტორის პოზიციას [იკავებს](#).

მიუხედავად რეფორმის არაერთი მცდელობისა, საზოგადოებრივი მაუწყებელი წლების განმავლობაში ვერ ახერხებდა პოლიტიკური გავლენებისგან თავისუფალ მედია საშუალებად ჩამოყალიბებას, რომელიც მოსახლეობას ხარისხიან პროდუქციას შესთავაზებდა. საზოგადოებრივი მაუწყებლის დირექტორები ხშირად ხელისუფლების სასურველ კანდიდატებად [აღიქმებოდნენ](#). მოქმედი გენერალური დირექტორის, გიორგი ბარათაშვილის გარდა, ყველა სხვა დირექტორმა თანამდებობა ვადის ამოწურვამდე დატოვა.

გენერალური დირექტორი	თანამდებობაზე ყოფნის წლები	თანამდებობის დატოვების მიზეზები
თამარ კინწურაშვილი	2005-2008	გადადგა
ლევან ყუბანეიშვილი	2008-2009	გადადგა
გიორგი ჭანტურია	2009-2012	გადადგა
გიორგი ბარათაშვილი	დეკემბერი 2012 - მარტი 2013	სამეურვეო საბჭომ გაათავისუფლა
გიორგი ბაქრაძე (მოვალეობის შემსრულებელი)	მარტი 2013 - აპრილი 2013	სასამართლომ თანამდებობაზე გიორგი ბარათაშვილი აღადგინა
გიორგი ბარათაშვილი	აპრილი - სექტემბერი. 2013	სამეურვეო საბჭომ გაათავისუფლა
თამაზ ტყემალაძე (მოვალეობის შემსრულებელი)	სექტემბერი-დეკემბერი, 2013	სასამართლომ თანამდებობაზე გიორგი ბარათაშვილი აღადგინა
გიორგი ბარათაშვილი	2013 წლის დეკემბრიდან - დღემდე	

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს წევრები წლების განმავლობაში საბჭოს პოლიტიკური ნიშნით ინიშნებოდნენ და ტოვებდნენ. იყო არაერთი შემთხვევა, როდესაც საბჭო დამოუკიდებელმა წევრებმა პროტესტის ნიშნად დატოვეს ან ისაუბრეს მათზე განხორციელებულ პოლიტიკურ ზეწოლაზე. სხვადასხვა პერიოდებში საბჭო კვორუმის არქონის გამო ვერ იკრიბებოდა, ან მასში არ ფიგურირებდნენ ოპოზიციური პარტიების მიერ წარდგენილი კანდიდატები.

ასევე, გასული წლების განმავლობაში იყო არა ერთი შემთხვევა, როდესაც საზოგადოებრივი მაუწყებლის ყურადღების მიღმა დარჩა მნიშვნელოვანი თემები, რაც საზოგადოების პროტესტს [იწვევდა](#).

საზოგადოებრივი მაუწყებლის არსებობის პირველი ათწლეულის მძიმე გამოცდილება, რაც არხზე არსებულ არასტაბილურობასა და მასზე განხორციელებულ ზეწოლაში გამოიხატებოდა, მაუწყებლისთვის მძიმე ტვირთია. ამან ზეგავლენა იქონია არა მარტო საზოგადოების დამოკიდებულებაზე, არამედ მაუწყებლის თანამშრომლების განწყობებზეც. წლების განმავლობაში მაუწყებელზე ადამიანური რესურსების მართვის მიმართულებით



არატანსადი პრაქტიკა იყო დამკვიდრებული. შედეგად, შეიქმნა არადაამაკმაყოფილებელი სამუშაო გარემო, რაც ხელს უშლის ორგანიზაციას განახორციელოს ფუნდამენტური ცვლილებები, მათ შორის, მიმდინარე რეორგანიზაციის ფარგლებში.

## 6. რეორგანიზაცია საზოგადოებრივ პაუჩაზაღა

საზოგადოებრივ მაუწყებელზე უკვე თითქმის ერთი წელია, მნიშვნელოვანი ცვლილებების განხორციელება დაიწყო. შეიცვალა ორგანიზაციული სტრუქტურა, დაიგეგმა ახალი ნიუსრუმი და განხორციელდა აუდიტორიის ძირეული კვლევა, პროდუქციის აუდიტორიაზე უკეთ მორგების მიზნით. რეორგანიზაცია მაუწყებელზე არჩევნების შემდეგაც გაგრძელდება. მისი შემდეგი ეტაპი თანამშრომელთა ატესტაცია იქნება. პროცესი დეკემბერში უნდა დასრულდეს.

### 6.1 სტრუქტურული რეორგანიზაცია

2015 წლის ოქტომბერში სამეურვეო საბჭომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ახალი დებულება [დაამტკიცა](#), რომელიც ახალ ორგანიზაციულ [სტრუქტურას](#) ითვალისწინებს. შეიქმნა რამდენიმე ძირითადი მმართველი ბლოკი, დაინიშნა თითოეული მათგანის ახალი დირექტორი, რომელთა ერთობლიობა წარმოადგენს აღმასრულებელ საბჭოს, გენერალური დირექტორის სათაბირო-საკოორდინაციო ორგანოს:

ახალი და მიმდინარე ამბების ბლოკი - ხელმძღვანელობს გიორგი გვიმრაძე  
მედიისა და კომუნიკაციის ბლოკი - ხელმძღვანელობს თინათინ ბერძენიშვილი  
მედია წარმოების ბლოკი - ხელმძღვანელობს სერგი გვარჯალაძე

წარმოებისა და ტექნიკური უზრუნველყოფის ბლოკი - ამჟამად ვაკანტური თანამდებობა (გენერალური დირექტორის, გიორგი ბარათაშვილის განმარტებით, ვერ ხერხდება შესაბამისი კადრის მოძიება. მისი თქმით, შესაძლოა ამ თანამდებობაზე კონკურსი გამოცხადდეს.)  
ფინანსური და ადმინისტრაციული ბლოკი - ხელმძღვანელობს [კახა სონიშვილი](#). აღნიშნული ბლოკები აერთიანებენ სხვადასხვა სამსახურსა და დეპარტამენტს.

ახალ სტრუქტურაზე აღნიშნული ბლოკების დირექტორები და სამეურვეო საბჭოს ხელმძღვანელი მუშაობდნენ. ჩვენთან საუბარში სერგი გვარჯალაძემ განაცხადა, რომ სტრუქტურა სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილების საფუძველზე სწორედ მათი შექმნილია. მისგანვე გავიგეთ, რომ სტრუქტურამ ჩამოყალიბების შემდეგაც განიცადა გარკვეული ცვლილებები. მაგალითად, სპორტული განყოფილება მედია წარმოების ბლოკს გამოეყო.

რეორგანიზაციის სხვადასხვა ეტაპზე მაუწყებელს კონსულტანტები და სხვადასხვა ადგილობრივი თუ საერთაშორისო ორგანიზაცია ეხმარებიან, თუმცა, რეორგანიზაციის პროცესს, მაუწყებელი, მეტწილად საკუთარი ძალებით წარმართავს. აღსანიშნავია, რომ სტრუქტურის შექმნის პროცესში არ გამართულა საჯარო შეხვედრები სამოქალაქო საზოგადოების მონაწილეობით, რაც პროცესის მეტ გამჭვირვალობას და საჯაროობას უზრუნველყოფდა. იმის გათვალისწინებით, რომ მაუწყებელზე რეორგანიზაცია არა ერთხელ განხორციელებულა, რასაც, არ გამოუწვევია ძირეული ცვლილებები, შესაძლოა, მიმდინარე რეორგანიზაციაც უფრო ეფექტურად წარმართულიყო, თუ მაუწყებელი თავიდანვე დაიქირავებდა კვალიფიციურ ორგანიზაციას პროცესის მენეჯმენტისთვის. მით უმეტეს, რომ როგორც მენეჯმენტი, ისე სამეურვეო საბჭო ისედაც გადატვირთულია საკუთარი მოვალეობებით.

## 6.2 პოლიტიკური ახალი ნიუსრუმი

ახალი ამბების ბლოკში გაერთიანდა ახალი ამბების სამსახური, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მიმართულების სამსახური, საგამოძიებო ჟურნალისტიკის ჯგუფი და წარმოებისა და ტექნიკური უზრუნველყოფის ჯგუფი. ამ ბლოკში შემავალი სამსახურები მულტიმედიური პრინციპით მუშაობენ და მასალებს ამზადებენ მაუწყებლის ყველა პლატფორმისთვის. მულტიმედიურობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეორგანიზაციის ამოსავალი წერტილია და ამ გზით მაუწყებელი ცდილობს უპასუხოს მედიის გარდაქმნის საერთაშორისო ტენდენციებს. ახალი ამბების სამსახურის უფროსის პოზიცია 2016 წლის 4 იანვარს ჟურნალისტმა გიორგი ფუტყარაძემ დაიკავა.

2017 წლის თებერვალში უნდა დასრულდეს ახალი ნიუსრუმის მშენებლობა, რომლის კონცეფცია და განვითარების გეგმის შემუშავებაში მონაწილეობა კომპანია INNOVATION-მა მიიღო. ახალი ნიუსრუმის მშენებლობა და მისი შესაბამისად აღჭურვა მაუწყებელს დაახლოებით 5-6 მლნ. ევრო დაუჯდება.

## 6.3 თანამშრომელთა დამოკიდებულება რეორგანიზაციის მიმართ

თანამშრომელთა განმარტებით, მაუწყებელზე “სულ რეორგანიზაციაა”, ამიტომაც მათ პროცესების მიმართ ინტერესი აღარ აქვთ. ამ გამოცდილების გამო, თანამშრომლები სკეპტიკურად და უნდობლობით უყურებენ მენეჯმენტსა და მათ მიერ გატარებულ ნებისმიერ ცვლილებას.

ჩვენთან საუბარში მაუწყებლის თანამშრომლები აცხადებენ, რომ ისინი არ მონაწილეობდნენ სტრუქტურის შექმნის პროცესში. ისინი აღნიშნავენ, რომ რეორგანიზაციის შესახებ ჩატარდა შეხვედრები ორგანიზაციის დაქირავებულ კონსულტანტებთან (მაგალითად, გიორგი გვიმრაძესთან), რომლებიც, მოგვიანებით, მაუწყებელში მაღალ თანამდებობებზე დაინიშნენ. კონსულტანტების მაღალ თანამდებობებზე დანიშვნასთან დაკავშირებით თანამშრომლებს კითხვები გაუჩნდათ. ამან, ერთი მხრივ, დააზიანა ნდობა როგორც ზოგადად რეორგანიზაციის პროცესის, ასევე, კონკრეტული მენეჯერების მიმართ.

ზოგიერთმა თანამშრომელმა სტრუქტურის არსებობის შესახებ ჩვენთან ინტერვიუს პერიოდში შეიტყო. მათ არ იცოდნენ ისიც, რომ ეს სტრუქტურა უკვე თვეებია, მაუწყებლის ვებსაიტზე გამოქვეყნებული. ინტერვიუების პროცესში გამოიკვეთა ისიც, რომ თანამშრომლებს ბუნდოვანი წარმოდგენა აქვთ, თუ ზოგადად, სად არის მათი ადგილი ორგანიზაციულ სტრუქტურაში. თანამშრომლებმა იციან მხოლოდ მათი უშუალო ხელმძღვანელების შესახებ. მათთვის, ხშირ შემთხვევაში, უცნობია იერარქიის მთლიანი სტრუქტურა; მაგალითად, თუ რამდენი რგოლია მათ და ბლოკის დირექტორს შორის.

განსხვავებულია საშუალო რანგის მენეჯერების (სამსახურების უფროსების) პოზიციები აღნიშნულ საკითხთან მიმართებით. როგორც წესი, ისინი კარგად იცნობენ იერარქიას და პირადადაც აქვთ ურთიერთობა მიმართულების ხელმძღვანელებთან.

სამეურვეო საბჭოს თავმჯდომარის განცხადებით, რომელიც სტრუქტურის შემუშავებაზე მენეჯმენტთან ერთად მუშაობდა, სტრუქტურული რეორგანიზაციის პროცესი დიდ დროს მოითხოვს და არაერთგვაროვანი დამოკიდებულება თანამშრომლების მხრიდან პროცესში ნორმალურია.

რამდენიმე გამოკითხულმა მიუთითა, რომ მათთვის უფრო მისაღები ახალი სტრუქტურაა, რადგანაც მათი სტრუქტურული ერთეული ახლა უფრო შესაფერის ადგილასაა. ზოგიერთის აზრით, კი, პირიქით, რეორგანიზაციამ და სამსახურების გადაადგილებამ გაართულა კომუნიკაცია და სამუშაო პროცესი.

ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი გამოწვევა რეორგანიზაციის პროცესში გატარებული ცვლილებების თანამშრომლებთან ეფექტური კომუნიკაციაა.

## 7. ადამიანური რესურსის პარტვის პოლიტიკა საზოგადოებრივ პანაქიბაში

### 7.1 დასაქმება პანაქიბაში

ზოგადად, გასული წლების განმავლობაში, საზოგადოებრივი მაუწყებელი დასაქმების სატარო პოლიტიკით არ გამოირჩეოდა. კარგ გამოწაკლისად შეიძლება ჩაითვალოს ამა წლის ივლისის თვეში საზოგადოებრივი მაუწყებლის გამოცხადებული ვაკანსია მარკეტინგის დეპარტამენტში და ასევე, სატარო კონკურსები სხვადასხვა ტიპის გადაცემების სცენარის, იდეის თუ პროექტის განსახორციელებლად. გიორგი ბარათაშვილის განმარტებით, სატარო კონკურსები ახალ ნიუსრუმში გადასვლის შემდეგაც გამოცხადდება.

ჩვენ მიერ გამოკითხულთა აბსოლუტურმა უმრავლესობამ, კითხვაზე, როგორ დაიწყეთ მუშაობა მაუწყებელში, განაცხადა, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელში ძირითადად რეკომენდაციის, მაუწყებლის მხრიდან შეთავაზების და გასაუბრების საფუძველზე მოხვდა. გამოკითხვის პერიოდში ჩვენ შეგვხვდა მხოლოდ რამდენიმე ადამიანი, რომელმაც განაცხადა, რომ მაუწყებელში სატარო კონკურსის საფუძველზე აიყვანეს სამუშაოდ. მიუხედავად მსგავსი პრაქტიკისა, თანამშრომელთა ნაწილისთვის აღნიშნული ნეპოტიზმი არაა და “ეს ამ სფეროში მიღებული პრაქტიკაა.”

თანამშრომლებმა ასევე ისაუბრეს რიგ შემთხვევებზე, როდესაც მაუწყებელზე მუშაობენ ერთმანეთის ახლობლები, მეგობრები ან ნაცნობები. რამდენიმე გამოკითხულმა [ნეპოტიზმის](#) შემთხვევების სიმრავლეზეც ისაუბრა, თუმცა ნეპოტიზმის ფაქტები არ დაადასტურა ყველა გამოკითხულმა. ჩვენ მიერ გამოკითხული ადამიანები ამბობენ, რომ მაუწყებელში ჯერ კიდევ არსებობენ “უჩინარი თანამშრომლები”, რომლებიც იღებენ ხელფასს თუმცა “თვალთ არავის უნახავთ.” ეს ფაქტი მხოლოდ ერთმა მაღალი რანგის მენეჯერმა დაადასტურა, გენერალურმა დირექტორმა კი ცალსახა პასუხი ვერ გაგვცა. მისი განმარტებით, მას არ ჰგონია, რომ მაუწყებელზე ასეთი რამ ხდება, თუმცა, ზუსტად არ იცის.

წლებანდელი წელი გამონაკლისია იმითაც, რომ წელს პირველად მაუწყებელს აღარ ჰყავს სტაჟიორები. ამ მიმართულებით, წინა წლებში მძიმე სიტუაცია იყო მაუწყებელში, ახალგაზრდები სტაჟირების პროგრამაში ზოგჯერ წლების განმავლობაში იყვნენ ჩართული. მსგავსი მანკიერი პრაქტიკა მაუწყებელში აღარ არსებობს. ამჟამად, საბჭო განიხილავს დოკუმენტს, რომელიც მაუწყებელში სტაჟირების პროგრამას დაარეგულირებს.

მიუხედავად იმისა, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს კანონი არ ავალდებულებს სატარო კონკურსის საფუძველზე თანამშრომლების აყვანას, ისეთ ორგანიზაციას, როგორიც საზოგადოებრივი მაუწყებელია, რომელიც მეტწილად სატარო ფინანსებით არსებობს, სასურველია, მეტი გამჭვირვალობის სტანდარტს აკმაყოფილებდეს აღნიშნული მიმართულებით.

## 7.2 ხელშეკრულება, გვარჯიშება და ზებანაქვეთური პოპოლაცია

ყველა გამოკითხულმა განაცხადა, რომ კონტრაქტები აქვთ და მათ კონტრაქტი სამსახურში აყვანისთანავე გაუფორმდათ. თანამშრომლებს, რომლებიც 2 წელიწადზე ნაკლებია მაუწყებელში მუშაობენ, კონტრაქტი წელიწადში ერთხელ უახლდებათ, მათ ვისაც 2 წელიწადზე მეტი დაჰყვეს მაუწყებელში, უვადო კონტრაქტები აქვთ.

მაუწყებელში დასაქმებული თანამშრომლები სარგებლობენ ისეთი ბენეფიტებით როგორცაა: დაზღვევა, მობილურის ბალანსი, მანქანის მომსახურება. მობილურ ტელეფონზე გარკვეული ოდენობის ბალანსით სარგებლობენ მხოლოდ ის თანამშრომლები, რომელთა სამსახურეობრივი მოვალეობა მოითხოვს განსაკუთრებულად დიდი დროის დათმობას სატელეფონო კომუნიკაციისთვის. მანქანა ემსახურება მხოლოდ იმ თანამშრომლებს, რომლებსაც გრაფიკით დილის 8 საათამდე ან გვიან ღამემდე უწევთ ცვლაში მუშაობა, დღის განმავლობაში მანქანა ემსახურება მხოლოდ იმ თანამშრომლებს, რომლებიც სამსახურეობრივი მოვალეობის შესრულების მიზნით გადაადგილდებიან ქალაქში და ქალაქს გარეთ. მაუწყებლის თანამშრომელთა ბენეფიტები თითქმის ისეთივეა, როგორიც მაღალი რანგის მენეჯერების ბენეფიტები, მცირედი განსხვავებით, მაგალითად, მობილურის ბალანსის ოდენობასთან ან მანქანით მომსახურებასთან მიმართებაში. თუმცა, ზოგიერთმა მაღალი რგოლის მენეჯერმა აღნიშნა, რომ ისინი საერთოდ არ სარგებლობენ მანქანის მომსახურებით.

მაუწყებლის თანამშრომლებს შეუძლიათ ისარგებლონ კანონით განსაზღვრული შვებულებით წელიწადში 24 დღე, რომელიც შეუძლიათ გადაანაწილონ სურვილისამებრ. ჩვენ მიერ გამოკითხულ თანამშრომელთა ნაწილი აცხადებს, რომ თითქმის ყოველდღიურად უწევს ზეგანაკვეთური მუშაობა, რაც არ უნაზღაურდება. ამასთან დაკავშირებით განსხვავებული პოზიცია აქვს მენეჯმენტს. მათი განცხადებით, ზეგანაკვეთური მუშაობა უქმე დღეებით ანაზღაურდება.

## 7.3 კვალიფიკაცია, ატესტაცია და ხელფასები

საზოგადოებრივ მაუწყებელში თანამშრომელთა ატესტაციისთვის ემზადებიან. ატესტაციის პროცესი საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტთან (GIPA) ერთად იგეგმება და ის დეკემბერში უნდა დასრულდეს. GIPA-სთან დადებული კონტრაქტის [თანახმად](#), ინსტიტუტი ვალდებულია ოპერატორის, კორესპონდენტის, მემონტაჟის, პროდუსერის პოზიციების საქმიანობის ინდიკატორების სქემა შეიმუშაოს, გაწეროს შეფასების კრიტერიუმები და ამავე სახელფასო ბადე ამავე პოზიციებზე. ხელშეკრულების ღირებულება თითქმის 5,000 ლარია. ტესტებს მაუწყებელი GIPA-თან ერთად შეიმუშავებს.

აღსანიშნავია, რომ ატესტაციის პროცესს თანამშრომელთა ნაწილი მაინც სკეპტიკურად უყურებს. მათ არ აქვთ ინფორმაცია პროცესის შესახებ და ეჭვი შეაქვთ მის სამართლიან განხორციელებაში.

როგორც ჩვენთან საუბარში სერგი გვარჯალაძემ, არხის წარმოების ბლოკის დირექტორმა განაცხადა, ატესტაციის მიზანია, გამოიკვეთოს თანამშრომელთა კვალიფიკაცია და ამ კუთხით არსებული სისუსტეები. შემდეგი ეტაპი იქნება კადრების ოპტიმიზაცია და მათი გადაწყობა შესაფერისი საკვალიფიკაციო პოზიციების მიხედვით. ასევე ატესტაციით უნდა გამოიკვეთოს, თუ რა ტიპის კვალიფიკაციის ასამაღლებელი სამუშაოებია გასატარებელი.

გვარჯალაძე არ გამოირიცხავს ატესტაციის შემდგომ იმ თანამშრომელთა გათავისუფლებას, რომლებიც შესაბამის დონეს ვერ დააკმაყოფილებენ, მისი თქმით ეს: “მტკივნეული პროცესი იქნება ყველასთვის”. გვარჯალაძე აღნიშნავს, რომ ატესტაციის გარეშეც გამოკვეთილია რამდენიმე პრობლემური სფერო.



როგორც მენეჯმენტის წარმომადგენლები ამბობენ, ვერ ხერხდება კადრების ოპტიმიზაცია, ვინაიდან აღნიშნული სერიოზულ იურიდიულ და სოციალურ პასუხისმგებლობასთან დაკავშირებულ სირთულეებს მოიცავს, კადრების ოპტიმიზაციის საჭიროებას მაღალი რგოლის მენეჯმენტის არაერთი წარმომადგენელი ხედავს.

კვალიფიკაციის განსაზღვრის შემდგომ, მაუწყებელში გამართივდება სახელფასო პოლიტიკის განსაზღვრაც, თუ რა კვალიფიკაციისა და პოზიციის თანამშრომელს რა სახელფასო განაკვეთი ეკუთვნის.

მნიშვნელოვანია, გამოვყოთ ისიც, რომ თუ, ერთი მხრივ, მენეჯმენტი საუბრობს თანამშრომლების კვალიფიკაციის პრობლემაზე, მეორე მხრივ, თანამშრომლები მიუთითებენ მმართველი რგოლის არაკვალიფიციურობაზე.

ამ მომენტისათვის თანამშრომლების ანაზღაურება, რომლებსაც ჩვენ ვესაუბრეთ 1000-2000 ლარამდე მერყეობს, ხოლო მაღალი რგოლის მენეჯერების ანაზღაურება 3000-7500 ლარამდე. საზოგადოებრივი მაუწყებლიდან გამოთხოვილი ინფორმაციის თანახმად, მაუწყებელზე მინიმალური ანაზღაურება 300 ლარია, მაქსიმალური კი 5000 ლარი. თუმცა, ჩატარებულ ინტერვიუებში დაფიქსირდა ერთი შემთხვევა, როდესაც თანამშრომლის ანაზღაურება 5000 ლარს აღემატებოდა. საინფორმაციო სამსახურში მინიმალური ანაზღაურება 375 ლარია, მაქსიმალური კი 4500 ლარი.

საყურადღებოა ისიც, რომ გაზაფხულზე შრომითი უფლებების გაუმჯობესების მოთხოვნით 100-მდე თანამშრომელი გაიფიცა. ისინი შრომის ანაზღაურების გაზრდას და სამუშაო გარემოს გაუმჯობესებას ითხოვდნენ. გაფიცულებმა, რომელთა დიდ ნაწილს ოპერატორები და მემონტაჟები წარმოადგენდნენ, დახმარებისათვის პროფკავშირებს მიმართეს და ჯანდაცვის სამინისტროს მიერ დანიშნული მედიატორის დახმარებით საკუთარი მოთხოვნები მენეჯმენტს წარუდგინეს.

მოლაპარაკების შედეგად, მაუწყებელმა საკუთარ თანამშრომლებს ხელფასები 20-30%-ით მოუმატა. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ მოწოდებული ინფორმაციის თანახმად, 2016 წლის იანვრიდან ხელფასი 720 თანამშრომელს გაეზარდა. აქედან, 191 თანამშრომელს 10%-ით, 412 თანამშრომელს 20%-ით, ხოლო 117 თანამშრომლის შემთხვევაში პროცენტული მაჩვენებელი მაუწყებელს დათვლილი არ აქვს. თუმცა, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფინანსური დირექტორის განცხადებით, ხელფასების ზრდასთან დაკავშირებული გადაწყვეტილება გაფიცვის ნიადაგზე არ მომხდარა, ზრდა ისედაც დაგეგმილი იყო სექტემბრისთვის და გაფიცვამ ამ პროცესს დაასწრო.

## 7.4 კომუნიკაცია და პოტივაცია

“საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოსთან” საუბარში სერგი გვარჯალაძემ ორგანიზაციაში არსებულ ერთ-ერთ მთავარ პრობლემად კომუნიკაცია დაასახელა. მისი განმარტებით, ვერ მოხერხდა/ხერხდება ინფორმაციის “თანამშრომლებამდე ჩატანა,” რაც იწვევს მისკომუნიკაციას.

იმავეს ადასტურებს სამეურვეო საბჭოს ხელმძღვანელი გრიგოლ გოგელია. მან ჩვენთან საუბარში აღნიშნა, რომ კომუნიკაცია მთელი ორგანიზაციის მასშტაბით, შესაძლოა, პრობლემას წარმოადგენდეს. მან ისაუბრა, როგორც მენეჯმენტის მხრიდან გადამგული ნაბიჯების არაეფექტურობაზე, ასევე ინტერნის არარსებობაზე თანამშრომლებში.

მაუწყებელი ამ მომენტისათვის თანამშრომლებთან კომუნიკაციისთვის რამდენიმე პლატფორმას იყენებს, მათ შორის “Freedcamp”, რომელზეც წვდომა მაღალი რანგის მენეჯერებს აქვთ, ასევე, ელექტრონულ ფოსტას და Facebook ჯგუფებს; ტელეფონებზე იგზავნება sms შეტყობინებები.

როგორც ჩვენთან საუბარში განიმარტა, სოციალურ ქსელებში არსებული ჯგუფები, ძირითადად, თანამშრომელთა აზრთა გაცვლა-გამოცვლისთვის გამოიყენება, ე.წ. Brainstorming-ისთვის. იქ შეჯერებული იდეები, ასე ვთქვათ, “ვიზირებისთვის” გადმოდის ფრიდკამპზე, სადაც უკვე გადაწყვეტილების მიმღები რგოლები განიხილავენ კონკრეტულ იდეებსა თუ შემოთავაზებებს.

მიუხედავად აღნიშნულისა, გამოკითხულთა ნაწილი მიუთითებს, რომ მაუწყებელზე კომუნიკაციის სისტემა მოუქნელია. თანამშრომელთა უმეტესობას არ აქვს უშუალო ხელმძღვანელთან კომუნიკაციის პრობლემა, თუმცა სიტუაცია იცვლება სხვა სტრუქტურულ ერთეულებში დასაქმებულებთან კომუნიკაციის შემთხვევაში. ელექტრონული კომუნიკაცია მხოლოდ კონკრეტული სტრუქტურული ერთეულების შემთხვევაშია გამართული, ისიც, თუ ამას ხელმძღვანელი ახერხებს.

პრობლემის მოსაგვარებლად შექმნილი იყო კოლეგიური ჯგუფები. კონკრეტულ ჯგუფებს უნდა აერჩიათ ლიდერი, რომელიც მენეჯმენტთან კომუნიკაციაზე იქნებოდა პასუხისმგებელი. ამ იდეამ არ იმუშავა, რადგან არჩეულ ლიდერებს შორის ვერ მოხვდნენ ადამიანები, ვინც დაინტერესდებოდნენ ამ ფუნქციით. მაუწყებელი “სინერჯი ჯგუფთან” ერთად ცდილობს კოლეგიალური ჯგუფების ხელახლა ამუშავებას. ამჯერად, ჯგუფებიდან მოხდება კონკრეტული, დაინტერესებული ადამიანების შერჩევა.

კომუნიკაციის პრობლემასთან ერთად, თანამშრომლები და მენეჯმენტის წარმომადგენლები მიუთითებენ თანამშრომლებს შორის მოტივაციის ნაკლებობაზე. ამის ერთ-ერთ მიზეზად, ზოგიერთმა თანამშრომელმა პირად ურთიერთობებზე აწყობილი სისტემაც დაასახელა. ზოგიერთი გამოკითხული ხაზს უსვამს მენეჯმენტთან პირადი ურთიერთობის მნიშვნელობას და აღნიშნავს, რომ მაუწყებელზე არსებობს მენეჯმენტთან დაახლოებული ადამიანების ჯგუფი, რომლებიც პრივილეგირებულ მდგომარეობაში არიან, ამასთან, შესაძლოა, მათი მუშაობის ხარისხი არ იყოს მაღალი. მათი განმარტებით, კარგად გაკეთებული სამუშაო არ ფასდება, რაც დემოტივაციას იწვევს.

მენეჯმენტის ზოგიერთი წარმომადგენლის და ასევე თანამშრომელთა ნაწილის განმარტებით, საზოგადოებრივ მაუწყებელში მუშაობის მოტივაცია ძალიან დაბალია, და იგი ძირითადად სტაბილურ შემოსავალს უკავშირდება. “მაუწყებელზე მუშაობა პენსიასავითაა,” - განმარტავენ როგორც მენეჯმენტში, ასევე თანამშრომლები. “აქ ხელფასი მაინც დროულად მაქვს - სხვა ტელევიზიებში ეგეც პრობლემაა,” - განაცხადა ჩვენთან საუბარში ერთ-ერთმა გამოკითხულმა.

თუ თანამშრომლები მოტივაციის ნაკლებობას, ძირითადად, მენეჯმენტს უკავშირებენ, საპირისპიროა ხელმძღვანელ პოზიციებზე მყოფი პირების დამოკიდებულება. მენეჯმენტის წარმომადგენლებმა აღნიშნეს, რომ მათი მხრიდან იყო არაერთი მცდელობა, აქტიურად ჩაერთოთ თანამშრომლები მაუწყებელზე მიმდინარე პროცესებში, თუმცა ამას დაინტერესება არ მოყვა. თანამშრომლები არ კითხულობენ ელექტრონულ მიმოწერას, არ სარგებლობენ ინტრანეტით და არ იჩენენ ინიციატივას. “საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოსთან” საუბრისას მულტიმედია ბლოკის ხელმძღვანელმა თინათინ ბერძენიშვილმა განაცხადა, თანამშრომლების ნახევარიც კი არ ხსნის სამსახურებრივ ელექტრონულ ფოსტას ყოველდღიურად.

ჩვენ მიერ გამოკითხულ თანამშრომელთა ნაწილი საერთოდ არ ახდენს თვითიდენტიფიკაციას სამუშაო ადგილთან.

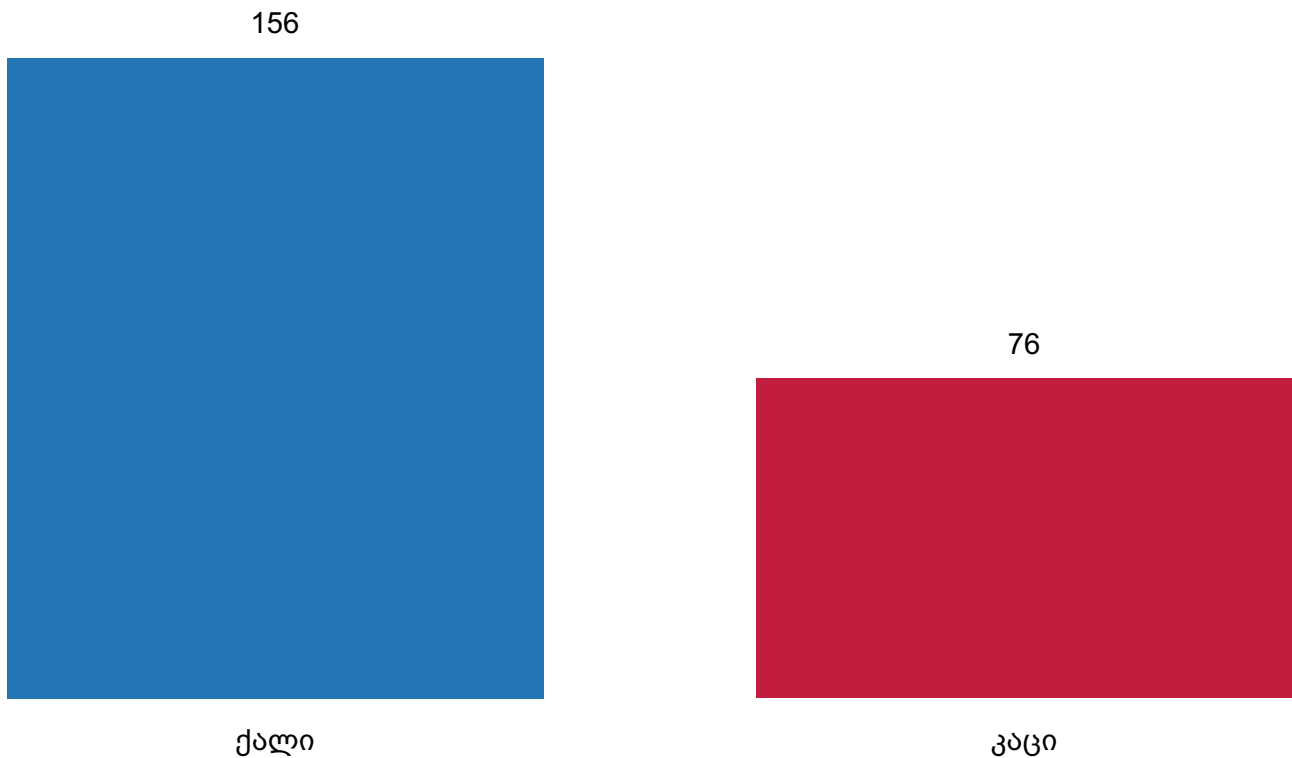
მაუწყებლისთვის სირთულეს წარმოადგენს დემოტივირებულ თანამშრომლებთან ურთიერთობა, განსაკუთრებით იმ პირობებში, როცა არხზე არ არსებობს ადამიანური რესურსების მართვის პოლიტიკა.

## 7.5 გენდერული გადანაწილება

2016 წლის 25 თებერვლის მონაცემებით მაუწყებელში 232 ჟურნალისტი მუშაობს, აქედან 156 ქალი და 76 მამაკაცი. საყურადღებოა ის რომ, ხუთი ძირითადი მიმართულების ხელმძღვანელიდან მხოლოდ ერთია ქალი - თინათინ ბერძენიშვილი (ერთი ბლოკის დირექტორის პოზიცია ვაკანტურია) საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლები, ორსულობის, მშობიარობისა და ბავშვის მოვლის გამო შვებულების (დეკრეტული შვებულების) ანაზღაურებადი 183 ან 200 კალენდარული დღის განმავლობაში იღებენ, ამ პერიოდში საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლები დამატებითი ანაზღაურების სახით იღებენ ხელფასის 100 პროცენტს - აღნიშნული სერვისით სარგებლობა ყველა თანამშრომელს შეუძლია.

მაუწყებელს არ ქონია არც ერთი შემთხვევა ან დავა გენდერული ნიშნით დისკრიმინაციის შესახებ, ამავე ნიშნით არ მომხდარა თანამშრომელთა გათავისუფლება.

### ჟურნალისტების გენდერული გადანაწილება



საზოგადოებრივ მაუწყებელში 232 ჟურნალისტიდან 156 ქალია

## 7.6 საუბაო პირობები საზოგადოებრივ მაუწყებელში

საზოგადოებრივ მაუწყებელში ამ მომენტისათვის 1130 თანამშრომელი მუშაობს. მაუწყებელს ამ დრომდე არ აქვს შემუშავებული საშტატო განრიგი.

“საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოსთან” ინტერვიუებში გამოკითხულმა თანამშრომლებმა განაცხადეს, რომ მათ არ სმენიათ ორგანიზაციის ადამიანური რესურსების მართვის პოლიტიკის შესახებ. აქ იგულისხმება სამუშაოს აღწერილობები, ხელფასების

რანჟირების სისტემა, მოტივაციისა და წახალისების პოლიტიკა. პოლიტიკის არარსებობას ადასტურებს არხის მენეჯმენტი, რომლის განცხადებით, ადამიანური რესურსების მართვის პოლიტიკის არაერთი დოკუმენტი უკვე შემუშავებულია. მედიაწარმოების ბლოკის ხელმძღვანელის სერგი გვარჯალაძის განმარტებით, რამდენიმე დოკუმენტი, როგორცაა სამუშაოების აღწერილობა, სამეურვეო საბჭოს დასამტკიცებლად გადაეგზავნა. მისი თქმით, მომავალ წელს ადამიანური რესურსების პოლიტიკის არარსებობა მაუწყებელზე პრობლემა აღარ იქნება. საყურადღებოა ისიც, რომ პოლიტიკის სამუშაო დოკუმენტი მენეჯმენტს ბორდისთვის ჯერ კიდევ გაზაფხულზე უნდა წარედგინა, თუმცა ვადის დაცვა ვერ მოხერხდა.

ადმინისტრაციის სხვადასხვა სამსახურის წარმომადგენლები, რომლებიც პასუხისმგებელი არიან, სამუშაო პირობების მომწესრიგებელი დოკუმენტების შექმნასა და შესაბამისი პოლიტიკის დანერგვაზე, მიუთითებენ, რომ მათსავე სამსახურებში გაურკვეველია, თუ როგორ ნაწილდება პასუხისმგებლობა, იკვეთება ზერელე დამოკიდებულება კონკრეტული ხელმძღვანელების მხრიდან, შედეგად კი, ბუნდოვანია მაუწყებლის ეფექტური მუშაობისთვის აუცილებელი პოლიტიკის და დოკუმენტების შემუშავების და პოლიტიკის პრაქტიკაში დანერგვის პროცესი.

## 8. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფინანსური და ტექნიკური გამოწვევები

### 8.1 შენობა, უსაფრთხოება და ტექნიკა

მენეჯმენტი და თანამშრომლები თანხმდებიან, რომ მაუწყებელში სამუშაო პირობები მისაღები არაა. ამ მხრივ გადაუჭრელ პრობლემას საზოგადოებრივი მაუწყებლის შენობა წარმოადგენს. ჩვენ მიერ გამოკითხული ადამიანების თითქმის აბსოლუტურმა უმრავლესობამ, მათ შორის მაღალი რგოლის მენეჯერებმა, კითხვაზე, თუ “რამდენად მისაღებია თქვენთვის სამუშაო ინფრასტრუქტურა?” გავცეს პასუხი, რომ ინფრასტრუქტურა “მისაღები არაა” ან მხოლოდ მეტ-ნაკლებადაა მისაღები.

“საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოსთან” აღნიშნულ თემაზე საუბრისას, არხის ადმინისტრაციამ განაცხადა, რომ შენობა ამორტიზებულია, მისი საძირკველი დაზიანებულია, რასაც ადასტურებს სამხარაულის ექსპერტიზის ბიუროს დასკვნა. ამავე დასკვნის მიხედვით შენობა არ ექვემდებარება განახლებას.

შენობაში დაზიანებულია ქერი, იატაკი, ფანჯრები გამოსაცვლელია, ბლოკების დამაკავშირებელ ხიდებში ქერიდან ჩამოდის წყალი და დგება გუბები. განსაკუთრებით პრობლემურია სველი წერტილები, სადაც ნაკლებადაა დაცული ჰიგიენის ნორმები და ინფრასტრუქტურა დაზიანებული და მოძველებულია. ორგანიზაციას არ აქვს საევაკუაციო გეგმა. თანამშრომლებმა შეგვატყობინეს, რომ შენობაში არის ჯანმრთელობისთვის საშიშრო აზბესტის კედლები და მოძველებული კაბელები, რომელთა დაზიანების რისკი მაღალია. მაუწყებელს ასევე ემსახურება მოძველებული მაღალი ძაბვის ქვესადგურები.

თანამშრომლების განცხადებით, ძველი და ხშირად დაზიანებულია ინფრასტრუქტურა მათ სამუშაო ოთახებში. მაუწყებელში დასაქმებულებმა განაცხადეს, რომ ცალკეულ შემთხვევებში, საეთეროშიც და უშუალოდ სტუდიებშიც დაზიანებული ინვენტარი დგას.



არაერთგვაროვანი შეფასებაა მოჰყვა კითხვას ტექნიკასთან დაკავშირებით. ზოგიერთი რესპონდენტისთვის ტექნიკა მოძველებული და დაზიანებულია, რაც მუშაობისას ქმნის ტექნიკურ ხარვეზებს. თუმცა, რამდენიმე გამოკითხულმა მიუთითა, რომ ტექნიკასთან დაკავშირებით პრობლემები არ აქვს. მიუხედავად ამისა, აშკარაა ტექნიკური გადაიარაღების და ამ მხრივ, საერთო სტანდარტების შემუშავების საჭიროება.

მაუწყებლის თანამშრომლების ნაწილი კომპიუტერებს, რომელთანაც უშუალოდ უწევთ მუშაობა, ახასიათებს როგორც “ტექნიკურად გაუმართავს” და “მოძველებულს.”

მენეჯმენტში ადასტურებენ, რომ ამ მომენტისათვის მაუწყებელში ტექნიკის პრობლემა ნამდვილად დგას, თუმცა ამბობენ იმასაც, რომ მიმდინარეობს ეტაპობრივი გადაიარაღების პროცესი. 2015 წლის [აუდიტის დასკვნის](#) მიხედვით მაუწყებელს დაახლოებით 10 მლნ. ლარის მანქანა-დანადგარები და ინვენტარი და 150,000 ლარზე მეტის ღირებულების ტექნიკა აქვს.

პრობლემას წარმოადგენს მაუწყებლის საკუთრებაში არსებული მანქანებიც. თანამშრომელთა განმარტებით, მანქანების უმრავლესობაში არ არის კონდიციონერა და უსაფრთხოების ბალიშები. მაუწყებელს ამ მხრივ გამართული მხოლოდ რამდენიმე მანქანა ჰყავს. ამ ინფორმაციას ადასტურებს მაუწყებლის მენეჯმენტიც. გიორგი ბარათაშვილის განცხადებით ავტოპარკის განახლება იგეგმება. ამჟამად, აუდიტის დასკვნის მიხედვით, მაუწყებელს დაახლოებით 300,000 ლარის ღირებულების ავტოსატრანსპორტო საშუალებები აქვს.

## 8.2 საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფინანსური აღმოჩენა

2016 წელს საზოგადოებრივი მაუწყებელი სახელმწიფოსგან 44.1 მლნ. ლარით დაფინანსდა, რაც წინა წლის დაფინანსებას დაახლოებით 3.3 მლნ. ლარით აღემატება. ამ თანხის ნაწილი აჭარის ტელევიზიასა და რადიოზე მოდის. ამასთან, წინა წლისგან განსხვავებით, მაუწყებელი 2016 წელს კომერციული შემოსავლების ზრდასაც მოელის, რაც ევროპის საფეხბურთო ჩემპიონატისა და ზაფხულის ოლიმპიადის ტრანსლირებითაა გამოწვეული. მაუწყებლის პროგნოზის მიხედვით, 2016 წელს 5.8 მლნ. ლარის ოდენობის კომერციული შემოსავლები უნდა მიიღოს. 2016 წლის იანვრიდან ივლისის ჩათვლით მაუწყებელმა 1.5 მლნ. ლარის კომერციული შემოსავლები მიიღო.

2016 წლიდან მაუწყებელი ბიუჯეტის ახალ ფორმაზე გადავიდა, რაც სტრუქტურული ცვლილებების შედეგად შექმნილი ახალი მიმართულებებისთვის ცალკე დაფინანსების გამოყოფას გულისხმობს. მაუწყებლის გეგმის მიხედვით პრიორიტეტული მიმართულებები მედიაწარმოების, წარმოებისა და ტექნიკური უზრუნველყოფის ბლოკებია. ბიუჯეტი 2016 წელს შემდეგნაირად იქნება განაწილებული:

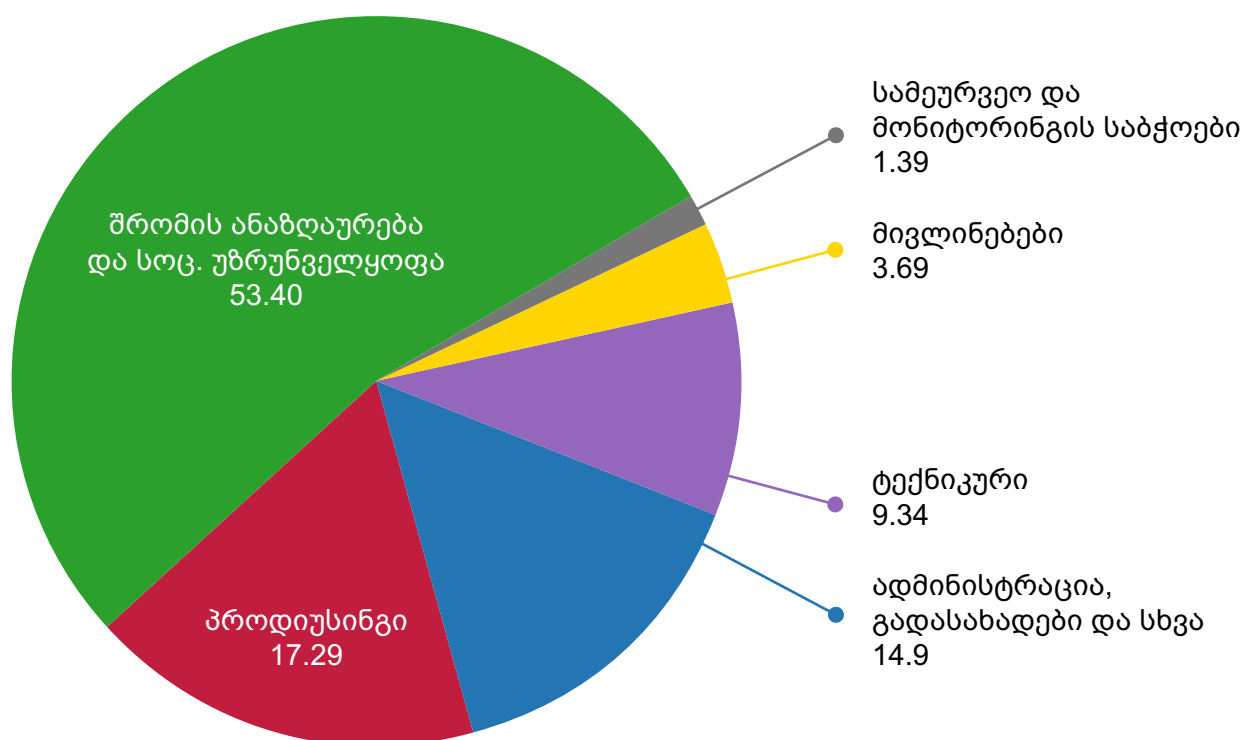
ახალი და მიმდინარე ამბები	7,390,785
მედია და კომუნიკაცია	5,277,805
მედიაწარმოება	11,287,968
წარმოება და ტექ. უზრუნველყოფა	10,809,697
ადმინისტრაცია	5,640,038

2015 წელს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა სრულად დაფარა წინა წლებში აკუმულირებული ვალები, რაშიც ჯამში 2 მლნ. ლარი გადაიხადა. აქედან, 1.1 მლნ. ლარი სახელმწიფოს წინაშე არსებული დავალიანება იყო, დანარჩენი კი ევროპის მაუწყებელთა კავშირის (EBU).

*საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის გადანაწილება სახელმწიფო ასიგნებების ფარგლებში*

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ გამოქვეყნებული კვარტალური ანგარიშების მიხედვით მაუწყებელმა სახელმწიფო დაფინანსებიდან იანვარი-ივლისის პერიოდში 22.5 მლნ. ლარი დახარჯა. დახარჯული თანხების ნახევარზე მეტი თანამშრომლების ანაზღაურებაზე მოდის, პროდუსინგზე დახარჯული თანხები კი დანახარჯების მეხუთედსაც არ შეადგენს.

## საზოგადოებრივი მაუწყებლის დანახარჯების გადანაწილება (იანვარი-ივლისი, 2016, %)



ბიუჯეტის დიდი ნაწილი ხელფასებზე იხარჯება, კონტენტის წარმოებისთვის კი მცირე თანხები რჩება. 2015 წელსაც, თანხების თითქმის ნახევარი შრომით ანაზღაურებას მოხმარდა, პროდუსინგის წილი კი 17.3% იყო.

შედარებისთვის, ევროკავშირის ზოგიერთი ქვეყნის საზოგადოებრივი მაუწყებლების დანახარჯებში, თანამშრომელთა ანაზღაურების ნაწილი 25-30%-ის ფარგლებში მერყეობს. თუმცა, მაუწყებლის განცხადებით, ევროპის მაუწყებელთა კავშირის კონსულტანტების რეკომენდაციით, რომლებიც საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტრატეგიის დოკუმენტის შემუშავებაში იღებდნენ მონაწილეობას, ორგანიზაციის მთლიანი ბიუჯეტის 60 %-მდე უნდა იყოს სახელფასო ბიუჯეტი, რადგან სწორედ ადამიანური რესურსი აწარმოებს პროდუქტს, ახორციელებს ადმინისტრირებას და მენეჯმენტს.

## ხელფასების წილი ევროკავშირის ქვეყნების საზოგადოებრივი მაუწყებლებში (2016)

მაუწყებელი	ხელფასების წილის ბიუჯეტში
ჩეხეთის საზ. მაუწყებელი	25.9%
ხორვატიის საზ. მაუწყებელი	32%
დიდი ბრიტანეთის საზ. მაუწყებელი (BBC)	27%
სლოვაკეთის საზ. მაუწყებელი	24%

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა 2016 წლის იანვარი-ივლისის პერიოდში კომერციული საქმიანობიდან 1.5 მლნ. ლარის შემოსავლები მიიღო, საიდანაც 700,000 ლარამდე ბიუჯეტის ახალი ფორმის მიხედვით გადაანაწილა. თანხების უმეტესობა საინფორმაციო და მედია წარმოების ბლოკებზე გადანაწილდა.

## საზოგადოებრივი მაუწყებლის დანახარჯები კომერციული შემოსვლებიდან (ლარი, იანვარი-ივლისი, 2016)

სამეურვეო საბჭო	4,273
ადმინისტრაციული	65,133
მედიისა და კომუნიკაციის ბლოკი	27,577
საინფორმაციო	286,254
მედიაწარმოების ბლოკი	212,665
ტექნიკური	15,965
სხვა გადასახდელები	83,795

საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს თავმჯდომარე გრიგოლ გოგელიამ „საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოსთან“ ინტერვიუში თანხების სიმცირეზე ისაუბრა, რაც ხელს უშლის მაუწყებელს უკეთესი პროდუქციის შექმნაში. იგივე პრობლემაზე ისაუბრეს მაუწყებლის მენეჯმენტის წარმომადგენლებმაც. თუმცა, გენერალურმა დირექტორმა განაცხადა, რომ მაუწყებელს საკმარისი თანხები აქვს და ის ინფრასტრუქტურული პროექტების განხორციელებასაც ახერხებს (მაგ: ახალი ნიუსრუმი).

## 8.3 საზოგადოებრივი მაუწყებლის შესყიდვები

2015 წელს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა 5.8 მლნ. ლარის ღირებულების შესყიდვები განახორციელა (2.1 ლარის შესყიდვები გამართივებული შესყიდვების მეშვეობით, 3.7 ლარის კი ელექტრონული ტენდერის მეშვეობით). საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტენდერებიდან 76 წარმატებით დასრულდა და ხელშეკრულება გაფორმდა, 8 კი წარუმატებლად დამთავრდა.

2016 წლის პირველ ნახევარში საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა 1.4 მლნ. ლარის ღირებულების ელექტრონული ტენდერები გამოაცხადა, რის შედეგადაც 1.2 მლნ. ლარის ღირებულების ხელშეკრულებები გააფორმა. შესყიდვების უმეტესი ნაწილი სხვადასხვა სახის აპარატურის შეძენას მოხმარდა. 2016 წლის დასაწყისიდან დღემდე საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა 64 ტენდერი გამოაცხადა, საიდანაც, 58 ტენდერზე ხელშეკრულება გააფორმა. 2016 წლის პირველ ნახევარში მაუწყებელმა დაახლოებით 290,000 ლარის ოდენობის გამართივებული შესყიდვები განახორციელა.

### 2016 წლის იანვარი-ივნისის ტენდერების ყველაზე ძვირი კატეგორიები (ლარი)

სიგნალის მიმღები, ჩამწერი, აღწარმოების აპარატურა	402.089
გასანათებელი მოწყობილობები	306.724
კომპიუტერული მოწყობილობები	140.263
სამშენებლო სამუშაოები	85.147
გამოკითხვები და სტატისტიკა	41.000
იზოლირებული მავთული და კაბელი	33.000
გამაგრილებელი და სავენტილაციო მოწყობილობები	29.499
ელ. ძრავები, გენერატორები, ტრანსფორმატორები	26.775
ავტო	24.300
პირადი ჰიგიენის საშუალებები	19.920



## 9. საზოგადოებრივი პაუჩყაბლის სარაქლაპო პაპოსაფდაზი და რაგადაცვიზი რაქლაპაზა

“მაუწყებლობის შესახებ კანონში” 2015 წლის პირველ აპრილს შესული ცვლილებების შედეგად, საზოგადოებრივ მაუწყებელს სპონსორობის უფლება მხოლოდ სპორტული ღონისძიებების, საერთაშორისო ფესტივალებისა და კონკურსების მიმდინარეობისას აქვს (მაგ., ევროვიზიის სიმღერის კონკურსი). კომერციული რეკლამის მოცულობა დღე-ღამის განმავლობაში არ უნდა აღემატებოდეს 30 წუთს, ხოლო ყოველ საათში – 6 წუთს (10%-ს).

რაც შეეხება ე.წ პროდუქტის განთავსებას, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში პროდუქტის განთავსება მხოლოდ გასართობ გადაცემებშია დასაშვები, მაგრამ ამ დროს დაუშვებელია პროდუქტის გამოკვეთა; პროდუქტის ჩვენება ბუნებრივად უნდა ერწყმოდეს შინაარსს და ის ნახსენები არ უნდა იყოს.

აღნიშნული რეგულაციების საფუძველზე, მნიშვნელოვნად შემცირებულია სპონსორობიდან და რეკლამიდან მიღებული შემოსავალი. თუკი ეს თანხა 2014 წელს 2,8 მლნ ლარი იყო 2015 წელს რეკლამიდან და სპონსორობიდან მიღებულმა შემოსავალმა 700 ათას ლარი შეადგინა. განსხვავებულია 2016 წლის პირველი რამდენიმე კვარტლის შემოსავლები, ამ წელს მაუწყებელს რამდენიმე დიდი სპორტული ღონისძიების ექსკლუზიური ტრანსლირების უფლება ჰქონდა - ევროპის საფეხბურთო ჩემპიონატი (ივნისში და ივლისში) და ზაფხულის ოლიმპიური თამაშები (აგვისტოში). რეკლამიდან და სპონსორობიდან მიღებულმა შემოსავალმა 2016 წლის ივლისის ჩათვლით 700,000 ლარზე მეტი შეადგინა.

პრობლემურ საკითხად რჩება, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვებ-გვერდზე რეკლამის განთავსების საკითხიც, რომელიც ამ მომენტისათვის დაურეგულირებულია. კანონში მაუწყებლობის შესახებ ფარავს მაუწყებლობის სფეროს და იგი არ ვრცელდება ვებზე, შესაბამისად, არ ზღუდავს ვებიდან კომერციული შემოსავლების მიღებას. თუმცა, საზოგადოებრივი მაუწყებელში აცხადებენ რომ რეგულაციის არარსებობის გამო ისინი ამ რესურსს ვერ ითვისებენ.

აღსანიშნავია ისიც, რომ საერთაშორისო პრაქტიკა ამ მიმართულებით განსხვავებულია: მაგალითად, საკუთარ ვებგვერდზე რეკლამას ათავსებენ [ავსტრიული](#), [ბრიტანული](#) და [ჩეხური](#) საზოგადოებრივი მაუწყებლები, რეკლამაზე მთლიანად უარს ამბობენ [შვედეთი](#), [ფინეთი](#), [ლიტვა](#) და სხვა.

მაუწყებელში მიაჩნიათ, რომ “მაუწყებლობის შესახებ” კანონი ასევე ნათლად [არ განმარტავს](#) სოციალურ რეკლამას.

### 9.1 პოლიტიკური რაქლაპა საზოგადოებრივი პაუჩყაბლის ეთერში

14 აგვისტოს საქართველოს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა [ეთერიდან მოხსნა](#) ცენტრალური საარჩევნო კომისიის მიერ რეგისტრირებული საარჩევნო სუბიექტის, პარტია “ცენტრისტების” [რეკლამა](#). საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში საარჩევნო სუბიექტებისთვის განკუთვნილ უფასო საეთერო დროში აღნიშნული რეკლამის განთავსებას მოჰყვა მოქალაქეების, მაყურებლის არაერთგვაროვანი რეაქცია რეკლამის აშკარა პრორუსული და ანტისახელმწიფოებრივი შინაარსის გამო.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ რეკლამის ჯერ ეთერში განთავსებას და შემდეგ მისი ეთერიდან მოხსნას გამოეხმაურა ასევე კომუნიკაციების ეროვნული მარეგულირებელი კომისია ოფიციალური [განცხადებით](#). მოგვიანებით არათუ რეკლამა, ცენტრალურმა საარჩევნო კომისიამ უშუალოდ პარტია [“ცენტრისტები” მოხსნა საარჩევნო რეგისტრაციიდან](#).

22 სექტემბრიდან საზოგადოებრივი მაუწყებლის და სხვა ტელეარხების ეთერში გავიდა პარტია „პატრიოტთა ალიანსის“ წინასაარჩევნო რეკლამა, რომლის შინაარსიც თურქოფობიული იყო. ამ შემთხვევაში, საზოგადოებრივ მაუწყებელმა პარტიასთან მოლაპარაკების შემდგომ, მასალიდანამ ამოიღო თურქეთთან დაკავშირებული ნაწილი.

ამ შემთხვევებმა გამოკვეთა კანონმდებლობაში არსებული ხარვეზი. მაუწყებლებს არ აქვთ უფლება პოლიტიკური რეკლამა მისი შინაარსის გამო მოხსნან ეთერიდან. კანონმდებლობაში ნათლად უნდა იყოს განმარტებული ის შემთხვევები, რომლის დროსაც მაუწყებელს რეკლამის ეთერიდან მოხსნის უფლება მიეცემა.

“საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველომ” მოამზადა კომპლექსური საკანონმდებლო ცვლილებების პაკეტი. ცვლილებები შეეხება რამდენიმე კანონს, მათ შორის საქართველოს კანონს მაუწყებლობის შესახებ.

იმ პერიოდში, როდესაც საქართველოს ტერიტორიები ოკუპირებულია რუსეთის ფედერაციის სამხედრო აგრესიის შედეგად, აღნიშნული საკანონმდებლო ცვლილებები იქნება საშუალება დარეგულირდეს ისეთი პროგრამების ან რეკლამის გადაცემა და ისეთი შინაარსის პოლიტიკური აგიტაცია, რომელიც შეიცავს რუსეთის ფედერაციის მიერ საქართველოს ტერიტორიულ მთლიანობისა და კონსტიტუციური წყობის, ქვეყნის დამოუკიდებლობისა და სუვერენიტეტის დარღვევის, პირდაპირ ან ირიბ საფრთხეს.

## 10. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ახალი ეტაპის სამსახური

ბოლო პერიოდში საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახურის კონტენტი გაუმჯობესდა, ამას არაერთი შიდა თუ გარე კვლევა ადასტურებს. საზოგადოებრივი მაუწყებლის შიდა კვლევის მიხედვით, საინფორმაციო გამოშვებისადმი ნდობა წინა წელთან შედარებით გაზრდილია. თუმცა საინფორმაციო სამსახურთან მიმართებით მაინც რჩება ყველაზე მთავარი პრობლემა - ძალიან დაბალი რეიტინგი.

მაუწყებლის მენეჯმენტის მხრიდან პრობლემურ საკითხად დასახელებული იყო საინფორმაციოდან კვალიფიციური კადრების გადინება სხვა მედიასაშუალებებში, რის გამოც სამსახურს მუდმივად კვალიფიციური თანამშრომლების ნაკლებობა აქვს. ზოგადად მაუწყებლებს შორის კადრების მიგრაცია ჯანსაღი პროცესია, თუმცა, მაუწყებლის შემთხვევაში პრობლემურია რადგან იგი გარკვეულწილად წარმოადგენს ტრანპლინს საიდანაც “უკეთეს” ტელევიზიებში გადადიან ჟურნალისტები. ჩვენთან საუბარში მაუწყებლიდან წასვლის რამდენიმე მიზეზი სახელდება, ყველაზე ხშირად: უკეთესი ანაზღაურება, უკეთესი სამუშაო გარემო, განვითარების მეტი შესაძლებლობა. აღნიშნულის ნიადაგზე საზოგადოებრივი მაუწყებელი კარგავს ერთი მხრივ კვალიფიციურ კადრებს და მეორე მხრივ არხთან იდენტიფიცირებულ პირებს, არხის სახეებს, რომელთანაც მაყურებლებს მიჭაჭვულობა და ნდობა უნდებოდა.

ამასთან ერთად, პრობლემურ საკითხებად სახელდება სამაუწყებლო ბადის დროული დაგეგმვა, სტუდიების დროული მოწესრიგება და გადაცემების დროული დაგეგმვა ფინანსური კუთხით.

წინასაარჩევნოდ მედიის შინაარსობრივ მონიტორინგს არაერთი ორგანიზაცია ატარებს. შუალედური ანგარიშის მომზადების პერიოდში მედია მონიტორინგის შედეგები ჟურნალისტურმა ეთიკის ქარტიამ და კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ გამოაქვეყნეს. მონიტორინგის ანგარიშების მიხედვით, არ გამოვლენილა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ რაიმე მნიშვნელოვანი საკანონმდებლო ან ეთიკური ხასიათის გადაცდომა, რაც გვაფიქრებინებდა, რომ მაუწყებელი არაჯეროვნად და მიუკერძოებლად აშუქებს წინასაარჩევნო პერიოდს, თუმცა გამოიკვეთა რამდენიმე ყურადსაღები ფაქტი.

- კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ მედიამონიტორინგის ორი შუალედური ანგარიში გამოაქვეყნა. ანგარიშებში ნაჩვენებია, თუ როგორ არის გადანაწილებული ეთერი საზოგადოებრივ მაუწყებელზე სხვადასხვა პოლიტიკურ პარტიებს შორის. საზოგადოებრივ მაუწყებელზე ყველაზე მეტი დრო ქართულ ოცნებას, ნაციონალურ მოძრაობას და თავისუფალ დემოკრატებს ეთმობათ.
- ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია მხოლოდ პრაიმ ტაიმს [აკვირდებოდა](#). საანგარიშო პერიოდში ქარტიის ორი ანგარიში გამოქვეყნდა. მონიტორინგის შედეგების მიხედვით I არხი მეტწილად ნეიტრალურად აშუქებს არჩევნებთან დაკავშირებულ სუბიექტებს, თუმცა დაფიქსირდა დაუბალანსებელი გაშუქების ცალკეული მაგალითები. მონიტორინგის მეორე ანგარიშში აღნიშნულია, რომ “პირველმა არხმა 15 აგვისტოს საინფორმაციო გამოშვებაში 24 წუთი დაუთმო „ქართული ოცნების“ თბილისის მაჟორიტარების წარდგენას. ამხელა დრო პირდაპირ ეთერში სამონიტორინგო პერიოდში არც ერთ სხვა სუბიექტს არ დათმობია.”
- საზოგადოებრივი მაუწყებლის შინაარსის შესახებ რამდენიმე მასალა გამოაქვეყნა ვებპორტალმა „მედიანეკერმა,” რომელსაც ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია მართავს. თებერვალში [გამოქვეყნებული მასალის](#) მიხედვით, ძირითადი საინფორმაციო გამოშვების (“მოამბე” 20:00 საათზე) მიღმა დარჩა რამდენიმე მნიშვნელოვანი მოვლენა, როგორიცაა ასწლოვანი ხეების გადარგვის პროცესი ბიძინა ივანიშვილთან დაკავშირებული კომპანიის მიერ, „ჯორჯიან მანგანუმის” თანამშრომელთა საპროტესტო აქცია და სხვ. თუმცა, აღსანიშნავია, რომ საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა [ერთ-ერთმა პირველმა გააშუქა](#) მარტში თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში მიმდინარე სტუდენტური აქციები, მაშინ, როდესაც ეს აქცია მიმდინარეობის პირველ დღეებში საერთოდ ვერ მოხვდა წამყვანი მაუწყებლების ძირითად საინფორმაციო გამოშვებებში.

“მედიანეკერმა” ასევე ყურადღება გაამახვილა მაუწყებლის მიერ სოფელ რატევანში მომხდარი შემთხვევის [გაშუქებაზე](#). სიუჟეტში სოფლის მოსახლეობა “დაუდგენელი არსების” გამოჩენაზე მიუთითებდა. ჟურნალისტის მიერ გადმოცემულია, მოსახლეობის კომენტარები, რომლებიც მოვლენას პარანორმალურად წარმოაჩენენ და სასულიერო პირის რეკომენდაციები, თუ როგორ უნდა დავიცვათ თავი მსგავსი მოვლენებისგან. მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი მიუთითებს, რომ პარანორმალური მოვლენების გაშუქება ჯეროვანი ობიექტურობით უნდა მოხდეს; ამ სიუჟეტში კი პირიქით, ყურადღება მოვლენის პარანორმალურ ხასიათზე და არა ფაქტობრივ გარემოებებზე იყო გამახვილებული. მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით ( მუხლი 14), მაუწყებელი ვალდებულია უზრუნველყოს აუდიტორია სანდო და ზუსტი ინფორმაციით და არ დაუშვას ცრუ ან შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის გავრცელება. 55-ე მუხლის თანახმად კი, „ეგზორციზმის, ოკულტიზმის, პარანორმალური მოვლენების ან ჰიპნოზის ამსახველი მასალის ჩვენება უნდა მოხდეს ჯეროვანი ობიექტურობით, გარდა იმ შემთხვევისა, როცა პროგრამა აშკარად გასართობი ხასიათისაა“.

## 10.1 პაუჩაგადოთა ქცევის კოდექსი

საზოგადოებრივ მაუწყებელში ფუნქციონირებს “სადისციპლინო კომისია”, რომელიც მაუწყებლის თანამშრომელთა მხრიდან შრომით-სამართლებრივი, ნორმატიული აქტებით გათვალისწინებული ვალდებულებების დარღვევაზე რეაგირებს, აღნიშნული საბჭო გასცემს რეკომენდაციებს კონკრეტული დისციპლინური სანქციის გამოყენების თაობაზე.

2016 წლის აგვისტოს თვის ჩათვლით სადისციპლინო კომისიამ 16 საკითხი განიხილა, თუმცა კონკრეტულად რა საკითხები იყო განხილული “საერთაშორისო გამჭვირვალობა -საქართველოსთვის” უცნობია, გამომდინარე იქიდან, რომ მაუწყებელმა პერსონალური მონაცემების დაცვის მოტივით აღნიშნული ინფორმაცია არ მოგვცა.

“საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოს” გამოკითხვის ფარგლებში კითხვით მივმართეთ რესპონდენტებს, “იცნობდნენ თუ არა მაუწყებელთა ქცევის კოდექსს” და “გადაეცათ თუ არა, როგორც გასაცნობად საგალდებულო დოკუმენტი, სამსახურში აყვანისას” - აღნიშნულთან დაკავშირებით გამოკითხულთა უმრავლესობამ განაცხადა, რომ კოდექსი, როგორც გასაცნობად საგალდებულო დოკუმენტი, არ გადასცემია. გამოკითხულთაგან მხოლოდ ერთმა ადამიანმა, თქვა, რომ “გადმოეცა ყველაფერი, მკაცრად სთხოვდნენ ცოდნას, იყო შეხვედრები”. ერთმა გამოკითხულმა აღნიშნა, რომ “დააგზავნეს რაღაცა”. რაც შეეხება იმას, იცნობენ თუ არა კოდექსს გამოკითხულთა დიდმა ნაწილმა ჩვენთან საუბარში თქვა, რომ მეტ-ნაკლებად იცნობს და საჭიროებისამებრ ეცნობა კოდექსს. მაუწყებლის მენეჯმენტის წარმომადგენლების განცხადებით, ამ პრობლემის აღმოსაფხვრელად მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის გაცნობა თანამშრომლებს კონტრაქტით დაევალებათ.

## 11. ნდობა საზოგადოებრივი პაუჩაგადის მიმართ

„საერთაშორისო გამჭვირვალობა – საქართველოს“ დაკვეთით, “კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრმა” (CRRC) 2016 წლის 16-28 მარტს ჩაატარა საზოგადოებრივი აზრის [გამოკითხვა](#), რომლის ფარგლებში გამოიკვლია ინსტიტუტების მიმართ მოქალაქეების ნდობა<sup>1</sup>

საზოგადოებრივ მაუწყებელთან დაკავშირებით მოქალაქეები წელს პირველად გამოკითხეთ. გამოკითხვაში დედაქალაქსა და რეგიონებში მცხოვრები 2032 მოქალაქე იღებდა მონაწილეობას. კვლევის შედეგების განზოგადება მთელ მოსახლეობაზე შესაძლებელია.

გამოკითხულთა უმეტესობას უჭირს აზრი დააფიქსიროს საზოგადოებრივ მაუწყებელთან დაკავშირებით, რაც მიუთითებს, რომ მაუწყებელი მოსახლეობის დიდი ნაწილისთვის არ არის კარგად ნაცნობი მედიასაშუალება.

კითხვაზე: “რამდენად ენდობით ან არ ენდობით საზ. მაუს. (I არხის) საინფორმაციო სამსახურის მიერ გაშუქებულ ინფორმაციას?” - გამოკითხულთა 21% აცხადებს, რომ უფრო ენდობა ვიდრე არ ენდობა, 12% კი მთლიანად ენდობა მაუწყებელს.

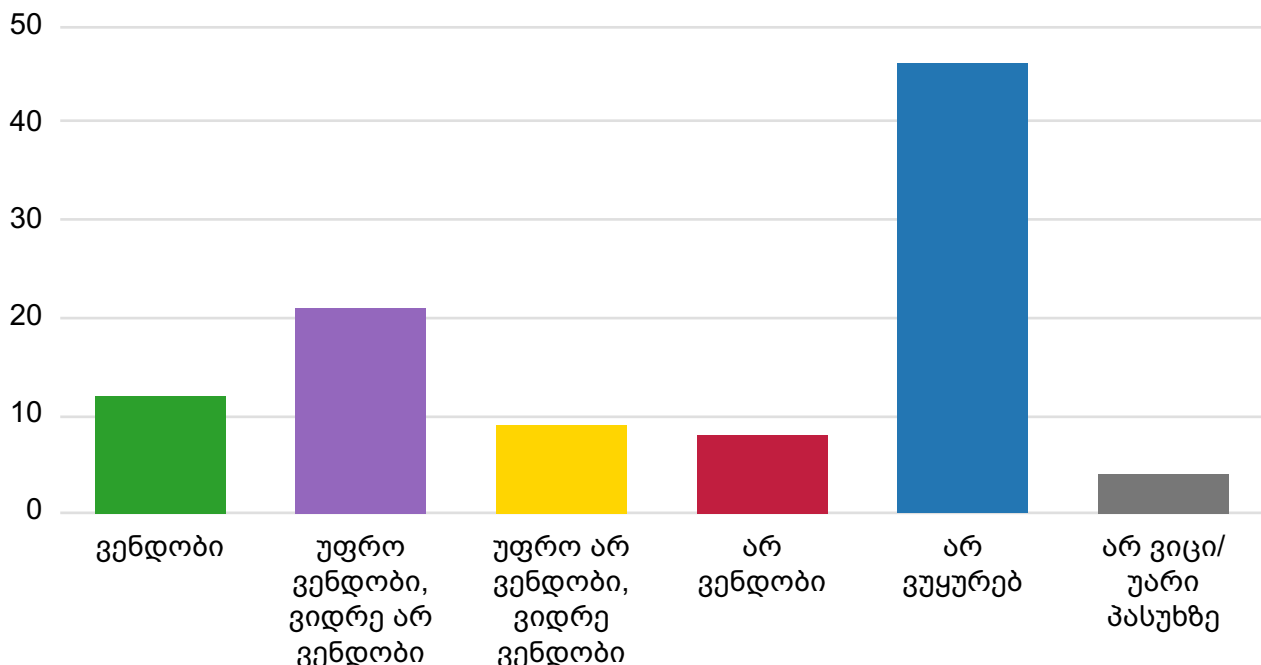
რესპონდენტთა მხოლოდ 8% აცხადებს, რომ არ ენდობა მაუწყებელს, ხოლო 9% უფრო არ ენდობა ვიდრე ენდობა.

<sup>1</sup> “საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოს” დაკვეთით CRRC-ის მიერ ჩატარებული კვლევა, <http://www.transparency.ge/blog/ramdenad-uqurebs-da-endoba-mosakhleoba-sazogadoebriv-mautsqebels>



ამავე გამოკითხვით, მაუწყებლის მიმართ ყველაზე მაღალი ნდობა სოფლადაა, შედარებით უფრო მცირე დიდ ქალაქებში, ყველაზე დაბალი კი დედაქალაქში.

## რამდენად ენდოვით ან არ ენდოვით საზოგადოებრივი მაუწყებლის (I არხის) საინფორმაციო სამსახურის პირს გახანგრძლივებულ ინფორმაციას? (q31)



ამავე კვლევაში დაისვა [კითხვა](#): ეთანხმებით თუ არა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახური აშუქებს თემებს, რომლებიც ჩემნაირ ხალხს აინტერესებს. გამოკითხულთა 36% ამ კითხვას დადებითად პასუხობს; 28%-ს მიაჩნია, რომ მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახური ემსახურება პოლიტიკური ჯგუფების ინტერესებს; 25%-ის მოსაზრებით, საინფორმაციო სამსახური მიუკერძოებელია თემების გაშუქებისას.

## ეთანხმებით თუ არ ეთანხმებით, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახური... (q32)

■ ეთანხმები ■ არ ეთანხმები ■ არ ვიცი/უარი პასუხზე

აშუქებს თემებს, რომლებიც ჩემნაირ ხალხს აინტერესებს



ემსახურება პოლიტიკური ჯგუფების ინტერესებს

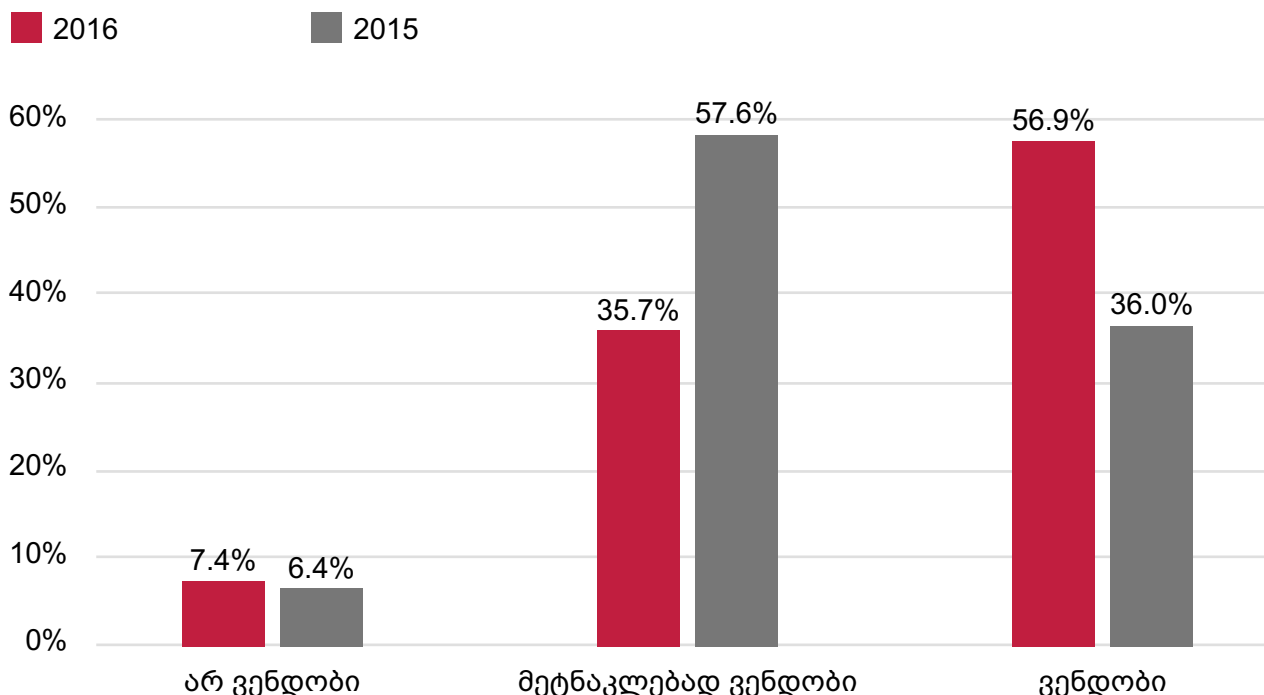


მიუკერძოებლად აშუქებს მიმდინარე მოვლენებს



2016 წელს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის დაკვეთით ჩატარებული კვლევის [თანახმად](#), მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახურის მიმართ ნდობა წინა, 2015 წელთან შედარებით, გაზრდილია. თუკი, 2015 წელს მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახურს 36% ენდობოდა წელს ამ რიცხვმა 56.9% შეადგინა.<sup>2</sup>

## 2015 წელთან შედარებით ტელევიზორების ნდობა გაიზარდა საინფორმაციო პროგრამა “მოკვლევის” მიხედვით



მაუწყებლის ზოგიერთმა თანამშრომელმა, რომლებიც წლებია, საზოგადოებრივ მაუწყებელზე მუშაობენ აღნიშნეს, რომ წინა ხელისუფლების მმართველობის პერიოდისგან განსხვავებით, მაუწყებელზე მეტადაა დაცული ჟურნალისტების პროფესიული თავისუფლება. რამდენიმე ჟურნალისტმა გაიხსენა შემთხვევები, როდესაც წინა ხელისუფლების პერიოდში, მაუწყებელს უკავშირდებოდნენ ხელისუფლებასთან დაკავშირებული პირები და ითხოვდნენ კონკრეტული მასალების ეთერიდან მოხსნას, რასაც მაუწყებელი თანხმდებოდა. ჟურნალისტების განცხადებით, მსგავსი პრაქტიკა მაუწყებელზე აღარ შეინიშნება და შესაძლო ზეწოლის შემთხვევაში მათ მენეჯმენტის მხარდაჭერის მოლოდინი აქვთ. თუმცა, თანამშრომლებმა შეგვატყობინეს ცალკეული შემთხვევების შესახებ, როდესაც მენეჯმენტი ზედმეტად ჩაერია მათ საქმიანობაში.

არხის მიმართ ნდობის ხარისხზე შეიძლება ნეგატიურად იმოქმედოს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაწყვეტილებამ სამ კერძო ტელეკომპანიასთან: “მანესტროსთან”, “იმედთან” და “GDS”-თან - ერთად წინასაარჩევნო ეგზიტპოლების ჩატარების შესახებ, გადაწყვეტილება მენეჯმენტთან შეთანხმებით, სამეთვალყურეო საბჭომ 7 სექტემბერს მიიღო. ეგზიტპოლებს კომპანია TNS-ი ატარებს, სავსე სამუშაოებს კი კომპანია “გორბი”, რომელსაც მსგავსი ტიპის მსგავსი ტიპის კვლევა საქართველოში 2003 წლის მერე არ ჩატარებია.

<sup>2</sup> წყარო - საზოგადოებრივი მაუწყებლის ანგარიში -

<https://drive.google.com/file/d/0B8mMN9QnxaJyUEwtTGpORVRrR0E/view?usp=sharing>

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ “იმედთან”, “მანესტროსთან” და “GDS”-თან ერთად ეგზიტპოლების ჩატარების შესახებ გადაწყვეტილება სამეურვეო საბჭომ ერთსულოვნად ვერ მიიღო. საბჭოს ორმა წევრმა, [სულხან სალაძემ](#) და ქეთევან მსხილაძემ გადაწყვეტილებას მხარი პრინციპულად არ დაუჭირეს. მათი მოსაზრებით, ხსენებულ ტელეკომპანიებთან ერთად ეგზიტპოლის ჩატარება საზოგადოებრივი მაუწყებლის იმიჯისთვის რისკების შემცველია. კენჭისყრისას თავი შეიკავა მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოში სახალხო დამცველის წარმომადგენელმა ირინა ფუტკარაძემ. გადაწყვეტილებას მხარი დაუჭირეს საბჭოს თავმჯდომარემ გრიგოლ გოგელიამ, მარინა მუსხელიშვილმა, გიორგი კოხრეიძემ და ირაკლი პაპავამ.

გადაწყვეტილების არამართებულობასთან დაკავშირებით, საკუთარი პოზიციები [დააფიქსირეს](#) არასამთავრობო ორგანიზაციებმა, მათ შორის “საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველომაც”. შედგა რამდენიმე შეხვედრა როგორც მენეჯმენტთან, ასევე ბორდის წევრებთან. თუმცა აღნიშნულ შეხვედრებს გადაწყვეტილების ცვლილებაზე არ უმოქმედია. ბორდის თავმჯდომარის გადაწყვეტილებით, ამ მომენტისათვის მიღებული გადაწყვეტილების გადახედვის საკითხი დღის წესრიგში არ დგას, მაგრამ თუ მხარეები ვერ შეთანხმდებიან კონტრაქტის კონკრეტულ პირობებზე, ამ შემთხვევაში შესაძლებელია მაუწყებლის პოზიციების გადახედვა.

მიუხედავად იმისა, რომ ეგზიტპოლების ჩატარების საკითხი არხის გენერალურმა დირექტორმა დააყენა დღის წესრიგში, აღმასრულებელი საბჭოს წევრების ნაწილი ეგზიტპოლების ჩატარების წინააღმდეგი იყო და მათ ღიად დააფიქსირეს აღნიშნული პოზიცია არასამთავრობო ორგანიზაციებთან გამართულ შეხვედრაზე. 16 სექტემბერს, ეგზიტპოლების მეთოდოლოგიის კვლევის პრეზენტაციას საზოგადოებრივი მაუწყებლის წარმომადგენლები არ დასწრებიან, საზოგადოებრივ მაუწყებელს ამ დრომდე ხელი არ აქვს მოწერილი კონტრაქტისთვის.

ჩვენ მიერ ჩატარებულ ინტერვიუებში თანამშრომლებმა არაფორმალური მმართველის საკითხიც გამოკვეთეს, გამოკითხულთა ნაწილმა განაცხადა, რომ მაუწყებელში არსებობენ ადამიანები, მაგალითად ბორდის თავმჯდომარე გრიგოლ გოგელია, ასევე ბასა ჯანიკაშვილი, რომლებიც რეალურად იღებენ გადაწყვეტილებებს მაუწყებელში და ხშირად ეს გადაწყვეტილებები მენეჯმენტთან შეუთანხმებელია. რამდენიმემ პირდაპირ განაცხადა, რომ: “ბარათაშვილს არავინ არაფერს ეკითხება”, “ბარათაშვილი იმას აკეთებს რასაც ეტყვიან” - “რეალურად მანდ ყველაფერს გოგელია და სერგი წყვეტენ.”

ამ პრობლემის საილუსტრაციოდ შეიძლება მოვიყვანოთ დირექტორის მრჩევლის, ბასა ჯანიკაშვილთან დაკავშირებული სკანდალი. 2015 წლის აგვისტოში ბასა ჯანიკაშვილმა არხის ერთ-ერთ წამყვანს, ეკა მიშველაძეს მისი გადაცემის დახურვის შესახებ საჯაროდ, სასტუმრო “ჰოლიდეი ინში” გამართულ შეხვედრაზე [აცნობა](#). მაშინ, სრულიად ლეგიტიმურად საზოგადოებაში გაჩნდა კითხვა - რატომ იღებს დირექტორის მრჩეველი საკუთარ თავზე გადაცემების დახურვის უფლებამოსილებას? მოგვიანებით, მომხდართან დაკავშირებით მენეჯმენტს განმარტებების გაკეთება არამხოლოდ იმასთან დაკავშირებით მოუწია თუ რატომ დაიხურა მიშველაძის გადაცემა, არამედ იმაზეც თუ რა სტატუსით ავრცელებდა ასეთ განცხადებას ჯანიკაშვილი. ეკა მიშველაძის [განცხადებით](#) მის გათავისუფლებას უკანონო იყო.

მიგვაჩნია, რომ პრობლემაა ის გარემოება, თანამშრომლებში არსებობს ამგვარი დასაბუთებული თუ დაუსაბუთებელი ეჭვები, რომელიც დიდი ალბათობით წარსულ გამოცდილებას ეფუძნება. ამ მიმართულებითაც შესაბამისმა ორგანოებმა სათანადო ზომები უნდა მიიღონ, რათა აღარ არსებობდეს ეჭვები მენეჯმენტის და გენ. დირექტორის უფლებამოსილებასთან დაკავშირებით.

## 12. საზოგადოებრივი აზრის წვდომასთან დაკავშირებული პრობლემები

2016 წელს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ჩატარებული კვლევის მიხედვით, პრობლემურ საკითხად რჩება საზოგადოებრივ მაუწყებელზე წვდომა. კვლევის თანახმად, ტელეაუდიტორიის 14,9% საერთოდ ვერ იქერს “პირველ არხს” ხოლო 23,7% “მეორე არხს.” აღნიშნულის მიზეზი კი ისაა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი “აზერსატი” ავრცელებდა სიგნალს მაშინ, როცა მოსახლეობის უდიდესი ნაწილი თურქსატის საშუალებით “იქერს” სიგნალს. მაუწყებლების მენეჯმენტის წარმომადგენლების განცხადებით, ეს პრობლემა მოგვარებულია და ახლა მაუწყებელი ორივე სატელიტით ვრცელდება. კარგი ხარისხით პირველ არხს იქერს 63,1%; მეორე არხს - 49,4%.

ამავე კვლევაში გვითხულობთ: “პრობლემაა არხის ძიება/დაჭერაც, მაყურებლების 5,5% აღნიშნავს, რომ სეთ-თოფ ბოქსის არხების ჩამონათვალში პირველი არხი საერთოდ არ იძებნება 10,2% -მიუთითებს, რომ არხის ჩამონათვალში ხშირად იცვლის ადგილს და 7,5% - ხშირად ვერ პოულობს ამ ჩამონათვალში პირველ არხს.”<sup>3</sup> გიორგი ბარათაშვილის განცხადებით, ეს პრობლემაც მოგვარებულია, თუმცა, ახალი კვლევის ჩატარებამდე მაუწყებელი ვერ მიიღებს ინფორმაციას, თუ როგორ აისახა ეს მაუწყებლის ყურებადობაზე.

მოსახლეობის უმეტესობა 43,3% სატელევიზიო სიგნალს სატელიტური თევზით იღებს, 24% სეთ ბოქსით; განსხვავებული სურათია რეგიონების მიხედვით, კვლევა ამბობს, რომ სატელიტური თევზი, ყველაზე მეტად გავრცელებულია: სამცხე-ჯავახეთში 86%; ქვემო ქართლში 72,2%; მცხეთა-მთიანეთში 59,3%; გურიაში 54%; კახეთში-52,2%; აჭარაში -50,0%; იმერეთში - 49,4%;

“საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს” დაკვეთით ჩატარებული კვლევის თანახმად, საზოგადოებრივ მაუწყებელს ყველაზე მეტად უყურებენ სოფლად მცხოვრები ადამიანები (36%). სოფლად მცხოვრებთა შორისაა ასევე ყველაზე დიდი მაჩვენებელი მაუწყებლის არამაყურებელთა შორის და იგი 44%-ს შეადგენს. ასევე საყურადღებოა ისიც, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ ნდობა, სწორედ სოფლადაა ყველაზე მაღალი და იგი 66%-ს უტოლდება.

<sup>3</sup> “საზოგადოებრივი მაუწყებლის კვლევის ანგარიში 2016 “  
<https://drive.google.com/file/d/0B8mMN9QnxaJyUEwtTGpORVRrR0E/view?usp=sharing>

**რუ საშუალებებით იღებთ სატელევიზიო სიგნალს?  
(რეგიონების მიხედვით)**

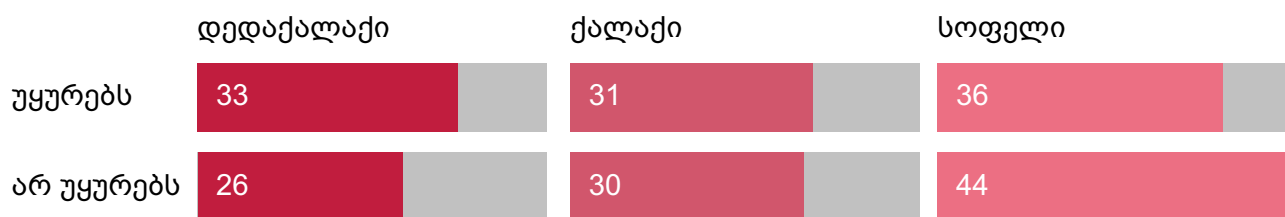
	თბილისი	გურია	აჭარა	შიდა ქართლი	კახეთი
სატელიტური თევზი	8.9%	54.0%	50.0%	31.3%	52.2%
სეთ-თოვ ბოქსი	21.7%	22.0%	7.9%	51.9%	24.5%
ინტერნეტი	8.3%		1.3%	1.4%	2.8%
სილქნეტი	21.2%	5.0%	12.5%	3.8%	3.2%
კავკასუსი	15.6%				
მაგთისატი	2.5%	28.0%	6.3%	3.4%	16.5%
7 არხი	1.8%				
აიეტი	7.5%		0.4%		
ადგილობრივი საკაბელო ტელევიზია	16.1%	1.0%	12.5%	6.7%	3.2%
სახლის ანტენა	1.5%			3.4%	
GNN	3.0%				
ერა			10.4%		
სიჭისი					



**რუ საშუალებებით იღებთ სატელევიზიო სიგნალს?  
(რეპრონების მიხედვით)**

	ქვემო ქართლი	სამეგრე- ლო	იმერეთი	სამცხე- ჯავახეთი	მცხეთა- მთიანეთი
სატელიტური თევზი	72.2%	47.9%	49.4%	86.0%	59.3%
სეთ-თოფ ბოქსი	5.1%	44.6%	27.4%	12.6%	18.6%
ინტერნეტი	1.8%	0.3%	1.8%	0.4%	3.4%
სილქნეტი	3.0%	0.3%	1.8%	1.1%	1.7%
კავკასუსი	1.2%	2.6%	0.2%		
მაგთისატი	3.0%	11.5%	9.4%	2.9%	22.0%
7 არხი			0.2%		
აიეტი	0.3%				
ადგილობრივი საკაბელო ტელევიზია	2.4%	1.6%	14.0%	2.2%	
სახლის ანტენა	0.3%		3.7%		
GNN					
ერა					
სიჭისი	11.5%				

## საზოგადოებრივი ანგვეზის ყრბალობა სცხოვრებელი აღბრის პიხაღვით (%)



ამ გარემოებების გათვალისწინებით შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის “დაჭერის” პრობლემის მოგვარების შემთხვევაში, მაუწყებლის მაყურებელთა და ნდობით გამსჭვალული ადამიანების რაოდენობა შესაძლოა კიდევ უფრო მაღალი იყოს.

რაც შეეხება ასაკობრივ გადანაწილებას, კვლევის თანახმადვე, საზოგადოებრივ მაუწყებლის მაყურებელთა უმეტესობა 36-55 წლამდე ასაკობრივ ჯგუფშია. მათი პროცენტული რაოდენობა 40%-ია. რაც შეეხება სქესის მიხედვით მაყურებელთა გაყოფას, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მაყურებელთა 52% მამაკაცია, ხოლო 48% ქალი.