



# თინათინ ბერძენიშვილი

## კლოფესიული გამოცდილება

21.11.2016- დღემდე	საზოგადოებრივი მუშაობის გენერალური დირექტორის მოვალეობის შემსრულებელი
2015-2016	საზოგადოებრივი მუშაობის მედიის და კომუნიკაციების ბლოკის დირექტორი
2014- 2015	საზოგადოებრივი მუშაობის მარკეტინგის დეპარტამენტის დირექტორი
2011-2014	საზოგადოებრივი მუშაობის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის უფროსი
2012-2013	საზოგადოებრივი მუშაობის წამყვანი
2005-2009	სადაზღვევო საბროკერო კომპანია "NLI LTD" მარკეტინგის/PR-მენეჯერი (აზერბაიჯანი)
2001-2003	"არტ იმედი" ვიდეო პროდუქციის მენეჯერი
11.05.2003	თელეკომპანია "იმედი" გადაცემა "კლიპ-ლოტო" წამყვანი
2000-2003	თელე-რადიო კომპანია "აუდიენცია" ბანდსმენ "მელომანია" - ავტორი და ხელმძღვანელი.
1999-2000	თელე-რადიო კომპანია "აუდიენცია" ჟურნალისტი
1997-1999	ბაზეთი "ქართული ფილმი" ჟურნალისტი

## ბანათლება

2015-დღემდე	შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სადოქტორო პროგრამა: მედიის კვლევა (კულტურა მედიაში)
1997 -2002	შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი; სამაგისტრო პროგრამა - კინოჟურნალისტიკა



## PROFILE

• ევროკავალ მუშაობის კავშირი, ცენტრალური ევროპის ქვეყნების კომიტიტის წევრი.

• ევროკავალის საერთაშორისო კონკურსის პრემია ხელმძღვანელი.

• მედიასა და მარკეტინგული კომუნიკაციის მიმართულ მუშაობის 15-წლიანი გამოცდილება, მედიამენეჯმენტი, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, პარტნიორებთან ერთობლივი მუშაობა, სამოქმედო გეგმის შემუშავება, ინფორმაციის მენეჯმენტის დიდი გამოცდილება, კომუნიკაცია და თანამშრომლობა, მათ შორის, საჯარო ორგანიზაციებთან, მედიასთან, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან, ბიზნეს და არასამთავრობო სექტორებთან;

• კრიზისულ სიტუაციებში კომუნიკაციის და მართვის გამოცდილება, კონფლიქტის კონტექსტ-ში საზოგადოებასთან ურთიერთობის საკითხებზე მუშაობა;

• ადგილობრივი მედიაგარემოს ცოდნა და საკონტაქტო ქსელის შექმნის უნარი;

• პროექტის მართვის და საზოგადოებასთან ურთიერთობის გამოცდილება;

• მულტიკულტურული და და მულტიენოვანი ღონისძიებების დაგეგმვის გამოცდილება;

• საერთაშორისო კონფერენციების, მედიის მართვის, მედიასამართლის საკითხების შესახებ ფორუმებში, სემინარებში, ტრენინგებში მონაწილეობა;

• ბიზნეს და კორპორატიული ღონისძიებების ორგანიზება

## სხვა უნარები

საორგანიზაციო უნარი ● ● ● ● ● ● ● ●

სტრატეგიული დაგეგმვა ● ● ● ● ● ● ● ●

საკრედიტაციო უნარი ● ● ● ● ● ● ● ●

დაგეგმვის უნარი ● ● ● ● ● ● ● ●

ბაყიდვების უნარი ● ● ● ● ● ● ● ●

## ტრენინგები

ტომსონის ფონდი (Thomson Foundation)-  
გარემოსდაცვითი საკითხების გაშუქება

საერთაშორისო სემინარი ტელე-რადიო  
მაუწყებლობის ხელმძღვანელებისთვის-KHP-  
პეინი, ჩინეთი.

ტომსონის ფონდი (Thomson Foundation)-  
სამაუწყებლო მედიის მენეჯმენტი

GIPA-მედია ბიზნეს მენეჯმენტი

GIPA-მედია მარკეტინგი

BBC Media Action - მედიის მენეჯმენტი

“Itar Tass”-მედია მენეჯმენტი (აზერბაიჯანი)

BEMARK-სოციალური მედიის მენეჯმენტი

## ენების ცოდნა

ქართული            მშობლიური

რუსული            ძალიან კარგად

ინგლისური        ძალიან კარგად

## კომპიუტერული უნარები

MS Office Word

MS Office Excel

MS Office Outlook

MS Office Power Point

## სამოტივაციო წერილი

### შესავალი

ამ ბოლო დროს ხშირად ისმის შეკითხვა, უნდა არსებობდეს თუ არა საზოგადოებრივი მაუწყებელი?!

აღსანიშნავია, რომ მსგავს კითხვას მხოლოდ ჩვენს ქვეყანაში არ სვამენ, ის აქტუალურია ევროპის ბევრ ქვეყანაში, მხოლოდ განსხვავებული რაკურსითა და აქცენტებით. დღეს ყველა საზოგადოებრივ მაუწყებელს უწევს დაფიქრება, როგორ გაუმკლავდეს აუდიტორიის ქცევის ცვლილებას, ტექნოლოგიურ განვითარებას, ბაზრის გამონწვევებსა და საზოგადოების ახალ მოთხოვნებს.

თუმცა საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელს და არც თავად საზოგადოებას არასოდეს „აცადეს“ საკუთარი თავისთვის დაესვა ეს შეკითხვა და კიდევ უფრო ფუნდამენტურ საკითხებზე ემსჯელა „დამოუკიდებლად“. 2005 წლიდან სახელმწიფო ტელევიზია საზოგადოებრივმა ჩაანაცვლა, თუმცა ტერმინის ცვლილებამ მხოლოდ ზედაპირული გავლენა მოახდინა ორგანიზაციაზე და ინერცია მრავალი წლის განმავლობაში უძლეველ მტრად იქცა.

მაშინ როცა ახალი მედიის საზღვრები ფართოვდება, ვთვლი, რომ საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა უნდა გადახედოს თავის პროდუქტს, გავრცელების სტრატეგიებს, სერვისს, ასევე კომპეტენციასა და ლეგიტიმაციას. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ დასავლური დემოკრატიების და ნეოლიბერალიზმის დომინანტური პოზიციით განპირობებული სოციო-ეკონომიკური კონტექსტი თვისებრივად განსხვავდება იმ გარემოგან, რომელშიც საზოგადოებრივი მაუწყებლობის იდეას ჩაეყარა საფუძველი. სწორედ ამიტომ დღეს პოლიტიკოსები, სამოქალაქო სექტორი, ბაზრის მოთამაშეები და რაც მთავარია, მოქალაქეები ვერ იგებენ, რას ემსახურება ეს იდეა და რა ღირებულების გავრცელება ევალება საზოგადოებრივ მაუწყებელს. რეალურად, ბევრი კომერციული მედია აცხადებს პრეტენზიას, რომ მას შეუძლია უზრუნველყოს საზოგადოება იმავე საზოგადოებრივი ბენეფიტებით და უფრო დინამიკური და ოპერატიული გზით მიაღწიოს შედეგს.

ძირითად კითხვებზე - რა საჭიროა საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რის გაკეთება შეუძლია მას სოციუმისთვის, რასაც სხვა მედია ვერ შესთავაზებს მოქალაქეებს, როგორ იყენებს საჯარო დაფინანსებას - არ არსებობს ამომწურავი, არგუმენტირებული და ნათელი პასუხები. ფაქტია, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი დღეს არასახარბილო მდგომარეობაში იმყოფება და ავინყდება ხაზი გაუსვას იმ ღირებულებებს, რომელსაც

ის ავრცელებს. შესაბამისად, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ლეგიტიმურობა, როლი და კომპეტენცია ხშირად ეჭვის ქვეშ დგება.

**მაშ რა არის ის ძირითადი და აუცილებელი, რაც მაუწყებელს „შეუცვლელს“ გახდის?!**

შევეცდები ამ შეკითხვას ჩემ მიერ წარმოდგენილ ხედვაში გავცე არგუმენტირებული პასუხები.

## მოტივაცია

პირადად ჩემთვის საზოგადოებრივ მაუწყებელში მუშაობა ნიშნავს - პასუხისმგებლობას, თვითრეგულაციის უმაღლეს ხარისხს, ანგარიშვალდებულებას, სამართლიანობას და საჭაროობას. თუ ადამიანს არ აქვს გააზრებული პასუხისმგებლობა, რომელიც საზოგადოების სამსახურში დგომას, ამ ინტერესების გატარებას და დაცვას უკავშირდება, გაურკვეველია, რატომ უნდა გაუჩნდეს ამ ორგანიზაციაში გარკვეულ პოზიციებზე თანამდებობის დაკავების სურვილი.

## ეფექტიანი მუშაობა

მედიაში სხვადასხვა პოზიციებზე მუშაობის გამოცდილებამ, ფორმალურმა, არაფორმალურმა და აკადემიურმა განათლებამ/მუშაობამ მედიის მიმართულებით მომცა ის თეორიული ცოდნა და ტრანსფერული უნარები, რომელთა საშუალებითაც შემიძლია მენეჯერულ პოზიციებზე წარმატებით მუშაობა - ორგანიზაციის განვითარებისთვის შესაბამისი, ახალი იდეების გენერაციიდან დაწყებული, მათი მაქსიმალურად ოპტიმალური გზით და მაღალი შედეგით განხორციელებით დასრულებული.

## მედიაში მუშაობის გამოცდილება

ვფიქრობ, რომ მედიის და კომუნიკაციების სფეროს ცოდნა, ამ მიმართულებით მუშაობის გამოცდილება და ძლიერი მენეჯერული უნარების კომბინაცია სწორედ ის მოცემულობაა, რომელიც ამჟამად მაუწყებლის განვითარებას ყველაზე მეტად სჭირდება. გარდა ამისა, მნიშვნელოვნად ვთვლი მაუწყებლის გენერალურ ღირებულებებს ჰქონდეს ორგანიზაციის ღირებულებებისა და მიზნების მიმართ ემპათიის განცდა და ემთხვეოდეს მის ღირებულებებს, რაც განაპირობებს, რომ ორგანიზაციის

მიზნების განხორციელების სურვილი მენეჯერისთვის მძლავრი და შეუცვლელი მოტივაცია იყოს. ჩემ შემთხვევაში ვთვლი, რომ სწორედ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ღირებულებები, მიუკერძოებლობა, გამჭვირვალობა და ობიექტურობა ჩემს პიროვნულ ღირებულებებს ემთხვევა და მათი განხორციელება ჩემთვის უფრო მეტია, ვიდრე სამსახურეობრივი მოვალეობა.

## **სხვა ბენეფიტების/ სარგებლის პირდაპირი ან ირიბი ძიების გარანტია**

სრულად ვაცნობიერებ საზოგადოებრივი მაუწყებლის გამონვევებს, როგორც საქართველოში, ასევე ზოგადად საზოგადოებრივი მედიის შესახებ არსებულ დისკურსს საერთაშორისო ასპარეზზე. საზოგადოებრივ მაუწყებელში მუშაობის პერიოდში აქტიურად ვთანამშრომლობდი ევროპის მაუწყებელთა კავშირთან და მის წევრ საზოგადოებრივ მაუწყებლებთან, რამაც გაამდიდრა ჩემი გამოცდილება საერთაშორისო პარტნიორებთან ურთიერთობის მიმართულებით და დამანახა ის უამრავი გამონვევა, რომელთა განხორციელებაც ამ თანამშრომლობის შედეგად ხდება შესაძლებელი. ეს არის დასავლეთის მედიასაშუალებების საუკეთესო პრაქტიკების ადაპტირება და დანერგვა, სხვადასხვა პროგრამებში მონაწილეობით კადრების კომპეტენციის ამაღლება და უამრავი სერვისის და საგრანტო პროექტის შესაძლებლობის გამოყენება, რომელიც მაუწყებლის პროდუქტს და წარმოებას უფრო მრავალფეროვანს გახდის.

როგორც საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტის წარმომადგენელი ყოველთვის უდიდეს მნიშვნელობას ვანიჭებ მედიასაქმიანობაში ეთიკური ნორმების დაცვას, რაც, ვფიქრობ, ორგანიზაციის თვითრეგულირების ერთ-ერთი უმთავრესი მექანიზმია და არის ის უნიკალური მახასიათებელი, რაც საზოგადოებრივ მაუწყებელს სხვა მედიასაშუალებებისგან უნდა გამოარჩევდეს.

## **სამართლიანობა**

იმ წლების განმავლობაში, რომელიც საზოგადოებრივი მაუწყებლის გუნდთან ერთად ვმუშაობ, ჩემი უპირველესი მიდგომა სამართლიანობაა, სამართლიანობა თითოეული თანამშრომლის და მათ მიერ შესრულებული საქმის მიმართ. სწორედ ამიტომ უმნიშვნელოვანესად ვთვლი შესრულების შეფასების ინდიკატორების სისტემის დანერგვას, რომელიც საშუალებას მოგვცემს მუშაობის პროცესი მაქსიმალურად

ეფექტიანი იყო, ყველა იყოს თანასწორი ორგანიზაციის სისტემაში და არავინ „უფრო თანასწორი“.

## ადამიანური რესურსების ზუსტი ცოდნა და შეფასების უნარი

როგორც მენეჯერი, განსაკუთრებულად ვუდგები კადრების პოტენციალის შეფასებას, იმ მიზნით, რომ მისი შესაძლებლობა მიმართული იყოს საქმეზე, რომელსაც ყველაზე ეფექტიანად ასრულებს. კადრების სწორი შერჩევა სწორ პოზიციებზე მოკლე და გრძელვადიანი მიზნების მიღწევის პროცესში ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია.

## გადანყვეტილებების სწრაფად მიღების უნარი

ჩემი, როგორც მენეჯერის, ერთ-ერთ ძლიერ მხარედ გადანყვეტილების სწრაფად მიღების უნარს ვთვლი. სწორედ მოკლე დროში ეფექტიანი მოქმედება შესძენს საზოგადოებრივ მაუწყებელს დინამიკურობას და მოქნილობას, დღეს ბაზარზე დიდი ორგანიზაცია კი არ ერევა პატარას, არამედ სწრაფი ჯაბნის ნელს.

მოხარული ვიქნები, თუ მომეცემა შესაძლებლობა, ვუხელმძღვანელო საზოგადოებრივ მაუწყებელს და ორგანიზაციის გუნდთან ერთად განვახორციელო მიზნები, რომლებიც საზოგადოებრივ მაუწყებელს საზოგადოებისთვის „შეუცვლელს“ გახდის და ამ უმნიშვნელოვანეს ინსტიტუტს დაუბრუნებს ლიდერის, სანდოს, ძლიერის, საზოგადოების განვითარებაზე ორიენტირებულის და მისი ინტერესების გამტარებელი მედიის იმიჯს.

## დასკვნა

დღეს საზოგადოებრივ მაუწყებელს მნიშვნელოვნად დაზიანებული იმიჯით უწევს ბაზარზე ოპერირება, მიუხედავად იმისა, რომ მაყურებელს შეიძლება მოსწონდეს და უყურებდეს ცალკეულ გადაცემებს, ორგანიზაციის, როგორც ინსტიტუტის მიზნები და ფუნქციები საზოგადოებისთვის კვლავ გაუგებარია, ან არ აკმაყოფილებს იმ მოთხოვნებს, რომელსაც მაუწყებელს საზოგადოება უყენებს.

ჩემი უმთავრესი მიზანი იქნება, საზოგადოებრივი მაუწყებლის იმიჯის გაუმჯობესება და მისი შენარჩუნება, რაც უმთავრესად საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინსტიტუტის მიმართ ნდობას, სამართლიანობას და ანგარიშვალდებულებას დაეფუძნება. მხოლოდ ამ გზით

არის შესაძლებელი მაუწყებელი თავისი გადაცემებით მაყურებელამდე სწორი გზით მივიდეს, გახდეს მისთვის „შეუცვლელი“ მედია, საიდანაც მიიღებს მრავალფეროვან, სანდო, საინტერესო და სასარგებლო ინფორმაციას, რაც, თავის მხრივ, უმნიშვნელოვანეს როლს შეასრულებს საზოგადოების განვითარებისა და წინსვლის პროცესში.

მოხარული ვიქნები, თუ მომეცემა შესაძლებლობა, ვუხელმძღვანელო საზოგადოებრივ მაუწყებელს და ორგანიზაციის გუნდთან ერთად განვახორციელო მიზნები, რომლებიც საზოგადოებრივ მაუწყებელს საზოგადოებისთვის „შეუცვლელს“ გახდის და ამ უმნიშვნელოვანეს ინსტიტუტს დაუბრუნებს ლიდერის, სანდოს, ძლიერის, საზოგადოების განვითარებაზე ორიენტირებულის და მისი ინტერესების გამტარებელი მედიის იმიჯს.

## **სამოტივაციო წერილს ახლავს განვითარების ხედვა**

საზოგადოებრივი მაუწყებლის განვითარების ჩემი ხედვა ემყარება რამდენიმე მნიშვნელოვან პრინციპს:

- ამ მნიშვნელოვანი მედიაორგანიზაციის ეფექტიანად მართვა, ფუნქციების და კომპეტენციების სწორი გადანაწილება
- საზოგადოების მიმართ ანგარიშვალდებულება
- მაუწყებლის მიმართ ნდობის ამაღლება
- მაღალი უურნალისტური სტანდარტის დამკვიდრება

პატივისცემით,

თინათინ ბერძენიშვილი