

საზოგადოებრივი მაუწყებლის განვითარების კონცეფცია

ზაალ ანჯაფარიძე საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის გენერალური დირექტორობის კანდიდატი

წარმოდგენილი კონცეფცია ეფუძნება საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის (აქ და შემდგომ „მაუწყებელი“) განვითარებასთან და საქმიანობასთან დაკავშირებულ სტრატეგიული და პროგრამული დოკუმენტების, კვარტალური ანგარიშების და სხვა თანმდევი დოკუმენტების (www.gpb.ge) ანალიზს, ასევე საზოგადოებრივი მაუწყებლობის საქმიანობისა და განვითარების საერთაშორისო კონცეფციებსა და პრაქტიკებს.

მაუწყებელი უნდა ემსახურებოდეს ინფორმაციული საზოგადოების ჩამოყალიბებას, თანამედროვე განვითარების ტენდენციებთან და ეროვნულ ტრადიციებთან და კულტურასთან თავსებადი ღირებულებების, აზროვნების, ესთეტიკისა და ქცევის წესების დამკვიდრებას. ასეთი „ოქროს შუალედის“ პოვნა კი შესაძლებელია მხოლოდ ფართო საზოგადოებრივი ჩართულობით, რომ საზოგადოებას გაუჩნდეს მაუწყებლის მიმართ თანამესაკუთრეობისა და თანამონაწილეობის განცდა. ამიტომაც, უნდა გააქტიურდეს მაუწყებელთან არსებული საზოგადოებრივი საბჭოები, შეიცვალოს მათი მუშაობის ფორმატი, გაუჩნდეთ მეტი სტიმულები შეისწავლონ თავიანთ სფეროებში საზოგადოების ინტერესები, საჭიროებები და მოთხოვნილებები და საზოგადოებრივ მაუწყებელს წარუდგინონ რეკომენდაციები. საბჭოს სხდომები ჩატარდება ყოველკვარტალურად და მათი რეკომენდაციები გახდება როგორც მენეჯმენტის, ასევე სამეურვეო საბჭოს განხილვის საგანი. წლის ბოლოს საბჭოს წევრებს შესაძლოა გადაეცეთ სიმბოლური საჩუქრები გაწეული შრომისათვის.

მაუწყებლის გენერალური დირექტორი ყოველკვარტალურად უნდა აწყობდეს შეხვედრებს ფართო საზოგადოებრიობასთან, სადაც მოხდება მოსაზრებების, შენიშვნების, წუხილების გაზიარება და აზრთა გაცვლა-გამოცვლა.

დღეს მაუწყებელი არის საზოგადოების კრიტიკის ობიექტი, იმის გამო რომ ტელეაუდიტორიას ვერ სთავაზობს მისთვის მოსაწონ ტელეპროდუქტს და რეიტინგით ჩამოუვარდება ქვეყნის მასშტაბით მაუწყებელ სხვა ტელევიზიების რეიტინგს. აქედან გამომდინარე, მაუწყებლის მთავარი მიზანია მაღალი ხარისხის კონკურენტული ტელეპროდუქციის შექმნა. ასეთი ტელეპროდუქციის შექმნა შესაძლებელია მხოლოდ მაღალპროფესიონალი და მოტივირებული ადამიანური რესურსით, აღჭურვილი სათანადო და მუდმივად განახლებადი ცოდნითა და უნარებით, და კონკურენტული ტელეპროდუქციის შესაქმნელად საჭირო ინსტრუმენტებით.

აქედან გამომდინარე, მაუწყებლის განვითარებაში ერთ-ერთი ცენტრალური საკითხი იქნება მაღალპროფესიული უკვე არსებული ადამიანური რესურსის შენარჩუნება და ახლის მოზიდვა ან არსებულის ჩანაცვლება იმ ბლოკებში, სადაც ამის საჭიროება გამოვლინდება. შესაბამისად, კადრების ოპტიმიზაციის პროცესი იქნება გარდუვალი. მაუწყებელში მუშაობა უნდა გახდეს პრესტიჟული და საამისოდ უნდა შეიქმნას თანამედროვე ტელემენეჯმენტიდან გამომდინარე ყველა პირობა, რომელიც მოიცავს თანამშრომელთა მოტივირების, მათი საქმიანობის კონტროლისა და კოორდინირების ეფექტურ მექანიზმებს. დღეს ერთ-ერთი კრიტიკული საკითხი, არის მაუწყებლის შენობის სავალალო მდგომარეობა, განსაკუთრებით მის ცალკეულ ფლიგელებში, რაც საზოგადოების გულისწყრომას იწვევს. ამიტომაც სასწრაფოდ საჭიროა ამ პრობლემის აღმოფხვრა, რადგანაც საქმე მაუწყებლის პრესტიჟს, კოლექტივის სამუშაო პირობებს ეხება. დაუშვებელია რომ ევროპულ სტანდარტებზე პრეტენზიის მქონე მაუწყებლის შენობაში ასეთი მდგომარეობა სუფევდეს.

მაუწყებლის წინაშე არსებული და პოტენციური პრობლემები ვერ გადაწყდება ეფექტურად, თუ არ გვეცოდინება მათი წარმომავლობა და მასშტაბი. ამიტომაც ვთვლი, რომ საჭიროა მაუწყებლის ორგანიზაციული დიაგნოსტიკა, რომელიც მოიცავს მისი სამსახურებისა და ხუთივე ბლოკის საწყისი/არსებული მდგომარეობის ყოვლისმომცველ შეფასებას (Baseline Assessment). ეს საშუალებას მოგვცემს დავინახოთ და გავითავისოთ თუ სად ვდგევართ, საიდან ვიწყებთ, სად გვაქვს მიღწევები, სად ჩავარდნები და სად სტაგნაცია. მართალია საზოგადოებრივი მაუწყებლის კვარტალური ანგარიშები

იმღევა გარკვეულ წარმოდგენას, მაგრამ ეს მაინც არ არის სრულყოფილი სურათი. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია თანამშრომელთა ატესტაცია და არსებული მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის ინვენტარიზაცია და განახლების-სრულყოფის შესაძლებლობების გამოვლენა. ამავე დროს, საჭიროა რეალისტური მიზნების დასახვა მაუწყებლის შესაძლებლობიდან და არსებული რესურსებიდან გამომდინარე, რათა გადაჭარბებულმა და შეუსრულებადმა დაპირებებმა საზოგადოების იმედგაცრუება არ გამოიწვიონ.

მაუწყებლის განვითარების ჩემული ხედვა ეფუძნება პრინციპს - შევინარჩუნოთ ის დადებითი ტენდენციები, რაც მაუწყებლის საქმიანობაში გამოიკვეთა ბოლო პერიოდში და რადიკალურად გავაუმჯობესოთ ის სფერო, სადაც ამის საჭიროება გამოიკვეთება შეფასების შედეგად მდგომარეობას ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულება იქნება უმცირესობების ინტეგრაციის გაუმჯობესება და მაუწყებელს შეუძლია და საჭიროც არის, რომ ამ მხრივ მეტი გააკეთოს, რათა უფრო სრულყოფილად იქნეს წარმოჩენილი ჩვენი საზოგადოების მრავალფეროვნება. ეს არ ეხება მხოლოდ ეთნიკურ უმცირესობებს. თუ რა ტიპის პროგრამები უნდა შეიქმნას ამისათვის, ეს დადგინდება კვლევის შედეგად, რათა გვექონდეს ობიექტური სურათი.

კიდევ ერთი სიახლე იქნება მაუწყებელზე არსებული სადისკუსიო სივრცის გაფართოება და საზოგადოებრივი დისკუსიების გახსნა ყველა, მათ შორის სენსიტიურ თემებზე. ამისათვის გამოვიყენებთ საუკეთესო საერთაშორისო გამოცდილებასა და პრაქტიკებს, რომლებიც ყველაზე კარგად ჩაჯდება ჩვენს რეალობაში. ამ კუთხით, კრიტიკულად აუცილებელია მაუწყებელმა დაიწყოს იმ ახალი შესაძლებლობების მაქსიმალურად გამოყენება, რასაც იმღევა თანამედროვე მულტიმედია ტექნოლოგიები, სოციალური ქსელები, მობილური აპლიკაციები და ა.შ. უაღრესად მნიშვნელოვანია რომ მაუწყებლისა და საზოგადოებრივი რადიოს ეთერი გავრცელების უზრუნველყოფა იმ ადგილებში, სადაც ისინი ჯერ კიდევ მიუწვდომელია მოსახლეობისათვის.

ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია მაუწყებლის არქივში დაცული უნიკალური მასალის უფრო აქტიურად მიწოდება საზოგადოებისათვის მისთვის მისაღები საინტერესო ფორმატითა და შინაარსით, რაც ვფიქრობ ყველა თაობის აუდიტორიისათვის იქნება საინტერესო და ხელს შეუწყობს ისტორიული მეხსიერების გადვიძებას და გადაფასებას.

მაუწყებლის მიერ 2016 წელს ჩატარებული საქართველოს მოსახლეობის ფართომასშტაბიანი რაოდენობრივი კვლევის შედეგები, რომლის საფუძველზეც, მოხდა ტელეაუდიტორიის ფსიქო-მარკეტინგული რუკის შემუშავება, საჭიროებს უფრო ფართო აუდიტორიაში (მაგ. საზოგადოებრივი საბჭოები) განხილვას ვიდრე მხოლოდ არხის ხელმძღვანელობასთან. ჩემი აზრით, უპრიანი იქნება, და საბიუჯეტო თანხების ეკონომიური გამოყენებით ეს შესაძლებელია, თუ საზოგადოებრივ მაუწყებელს ეყოლება საკუთარი ძლიერი სოციოლოგიური სამსახური, რომელიც თავად განახორციელებს ასეთ კვლევებს. ასეთი სამსახურის არსებობა მაუწყებელს საშუალებას მისცემს მუდმივად გრძნობდეს საზოგადოების განწყობას, ასეთი სამსახურის ყოლა სასარგებლოა წინასაარჩევნო პერიოდშიც და ის გარკვეულწილად ხელს შეუწყობდა ტელეაუდიტორიის მოზიდვას. საზოგადოებრივი მაუწყებლის კვლევების და მონიტორინგის ლომის წილი მოდის არჩევნებზე და წინასაარჩევნო პერიოდზე (<http://gpb.ge/ge/articles/view/61>), საჭიროა რომ კვლევების უმეტესობა მოდიოდეს ტელემეყურებელთა მოთხოვნების, საჭიროებების და განწყობების შესწავლაზე და ასეთი კვლევები ტარდებოდეს წელიწადში ორჯერ მაინც. გარდა ამისა, სისტემატურად, ორ თვეში ერთხელ უნდა ტარდებოდეს ჩაღრმავებული კვლევები სამაუწყებლო ბადის თვითოეულ გადაცემაზე, რაც საშუალებას მისცემს მაუწყებელს თვითოეულ გადაცემას შეურჩიოს ყველაზე ოპტიმალური დრო ტელეაუდიტორიის მოზიდვის კუთხით.

მაუწყებლის ბიუჯეტის ხარჯვის სრული გამჭვირვალობა და ანგარიშგება ფართო საზოგადოებასთან უნდა გახდეს მენეჯმენტის მუშაობის ერთ ერთი მთავარი ამოსავალი წერტილი.

მაუწყებელში უნდა მოწესრიგდეს შრომითი ურთიერთობები, სახელფასო და ფულადი წახალისებების პოლიტიკა, სოციალური გარანტიები და დაკავშირებული საკითხები. ყველა თანამშრომელს უნდა ჰქონდეს მკაფიო და არაორაზროვანი სამუშაოს აღწერილობა და წლის შუაგულში და წლის ბოლოს მოხდეს მისი მუშაობის და მოვალეობების შესრულების ხარისხის შეფასება. იგივე ეხება ხელმძღვანელ რგოლსაც.

ეს გახლავთ, მხოლოდ თეზისების დონეზე წარმოდგენილი ხედვა, რადგანაც კონკურსით მოთხოვნილი 2-გვერდიანი ფორმატი ბუნებრივია ვერ დაიტევს საკითხის ყველა ასპექტს.