

სსიპ “საზოგადოებრივი მაუწყებლის” მართვის ხედვა

ვასილ მაღლაფერიძე

საზოგადოებრივი მაუწყებელი მიზნად ისახავს საზოგადოებაში მაღალი სტანდარტის დამკვიდრებას და ლიდერობას ქართულ მედიასივრცეში. იგი მომხმარებელს უნდა აწვდიდეს ხარისხიან პროდუქციას და, ამავე დროს, თავისი საქმიანობით, განუწყვეტლივ არწმუნებდეს მას ამ პროდუქციის ხარისხსა და მიუკერძოებლობაში. საზოგადოებრივი მაუწყებელი არის კომერციული თუ პოლიტიკური ინტერესებით მოქმედი მედიასაშუალებების ერთადერთი ალტერნატივა ქვეყანაში და იგი უნდა ემსახურებოდეს თავისუფალ მოქალაქეებს, კულტურას და დემოკრატიას.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის არსებული მდგომარეობის და შესაძლებლობების დასადგენად საჭიროა სრული ინვენტარიზაციის ჩატარება, მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის დეტალური აღწერა და შეფასება, კვლევების მიხედვით მედიაბაზარზე საზოგადოებრივი მაუწყებლის პოზიციის დადგენა.

პირველი რიგის ამოცანას წარმოადგენს მაუწყებლისთვის ახალი შენობის აგება და მისი თანამედროვე სტანდარტების შესაბამისად აღჭურვა. ამასთანავე, ტექნიკური ბაზის განახლება და მოდერნიზაცია ბიუჯეტების მუდმივ და უმთავრეს პრიორიტეტად უნდა რჩებოდეს.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიზნებიდან და ინვენტარიზაციის შედეგებიდან გამომდინარე, სამეურვეო საბჭოს და არსებული კანონმდებლობით დადგენილი პრიორიტეტების გათვალისწინებით, შემუშავდება და სამეურვეო საბჭოს დასამტკიცებლად წარედგინება საზოგადოებრივი მაუწყებლის განვითარების გრძელვადიანი და დროში გაწერილი სამოქმედო გეგმა, რაც უნდა იყოს საზოგადოებისთვის ღია დოკუმენტი და ბიუჯეტების დაგეგმვის და ყველა სხვა აქტივობის საფუძველი. ხარჯების ოპტიმიზაცია, მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის განახლება, გადაცემების მომზადება თუ მათი გარე მწარმოებლებისგან შესყიდვა მხოლოდ გრძელვადიან გეგმასთან შესაბამისობაში განხორციელდება. აღნიშნულ დოკუმენტში გაწერილი ქმედებების შესრულების გრაფიკი და ხარისხი სამეურვეო საბჭოსა და საზოგადოების მხრიდან მენეჯმენტის შეფასების უმთავრეს კრიტერიუმს წარმოადგენს.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიზნებიდან და მედიაბაზარზე არსებული კონკურენტული გარემოდან გამომდინარე, პარლამენტს წარედგინება კანონმდებლობაში ცვლილებების პროექტი, რათა ამუშავდეს შესყიდვების, ანაზღაურების, წახალისების და ხარისხის მართვის მოქნილი მექანიზმები, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის დანახარჯების ეფექტიანობას და მაუწყებლის კონკურენტუნარიანობას.

ციფრული მაუწყებლობის განვითარება უკვე იძლევა იმის საშუალებას, რომ მომხმარებელთა ცალკეული სეგმენტების დაკმაყოფილების მიზნით საზოგადოებრივი მაუწყებელი უფრო ახლოს მივიდეს ინტერესთა ჯგუფებთან და ცალკეული პლატფორმების მეშვეობით და მაღალი ეფექტიანობით შეასრულოს კანონით მასზე დაკისრებული ვალდებულებები, მათ შორის, ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური და კულტურული მრავალფეროვნებისა და უმცირესობათა ჯგუფების ინტერესების გათვალისწინების შესახებ.

უნდა დაიწყოს მთელი რიგი მიმართულებების (საინფორმაციო, კულტურულ-საგანმანათლებლო, შემეცნებითი, გასართობი, სპორტული, საბავშვო, ახალგაზრდული) ცალკეულ პლატფორმებზე კონცენტრირების პროცესი მიზნობრივი აუდიტორიის გათვალისწინებით, რაც კომფორტს შეუქმნის ინტერესთა ჯგუფებს და ამასთან საშუალებას მისცემს მაუწყებლის პირველ სატელევიზიო არხს, მაქსიმალურად გაითვალისწინოს ფართო მომხმარებლის ინტერესები და გახდეს საოჯახო არხი, რომელსაც ყველა უყურებს.

ტენდენციის მიხედვით, სულ უფრო მეტი მომხმარებელი იყენებს ინფორმაციის წყაროდ ინტერნეტს, რითაც იგი ნებისმიერ დროს და ადგილას სხვადასხვა მოწყობილობით იღებს მისთვის საჭირო პროდუქციას. აქედან გამომდინარე, ინტერნეტმაუწყებლობის განვითარება დაუყოვნებლივ უნდა იქცეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ერთ-ერთ მთავარ პრიორიტეტად და გაითვალისწინოს ბიუჯეტმა.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი კანონის მიხედვით ვალდებულია და, ამავე დროს, განვითარების ინტერესები მოითხოვს, რომ შეძლებისდაგვარად მოკლე დროში დაიწყოს გარემწარმოებელი კომპანიების პროდუქციის შექმნა და სამაუწყებლო ბადეში მათი სწორი ინტეგრირება, რაც ხელს შეუწყობს თანხების ეფექტიანად ხარჯვას, ხარისხიანი პროდუქციის შექმნას, კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, გარესტუდიების განვითარებას და მათ შორის კონკურენციის გაჩენას;

საზოგადოებრივი მაუწყებელს აქვს დაფინანსების გარანტირებული წყარო, კერძო მედიასაშუალებები მის კონკურენტებს არ წარმოადგენენ ფინანსების მოპოვებაში, მაგრამ კონკურენტებად რჩებიან მომხმარებელთა მოზიდვის თვალსაზრისით. საბოლოო ჯამში, გადასახადის გადამხდელების მიერ გაღებული თანხის

ხარჯვის ეფექტიანობის ერთ-ერთ მთავარ მდგენელს სწორედ მომხმარებელთა რაოდენობა წარმოადგენს. მცდარია მოსაზრება, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს რეიტინგი არ უნდა აინტერესებდეს. შეიძლება, ამგვარმა მიდგომებმა გამოიწვია საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ბაზარზე პოზიციების დათმობა. ვინაიდან საზოგადოებრივი მაუწყებელი ოპერირებს ღია მედიაბაზარზე და მაღალი კონკურენციის პირობებში, პროგრამირება მედიაბაზარზე არსებული კონკურენციის და მოთხოვნების გათვალისწინებით უნდა ხდებოდეს. საზოგადოებრივ-პოლიტიკური, შემეცნებით-საგანმანათლებლო, კულტუროლოგიური და გასართობი გადაცემები უნდა იყოს მაღალი ხარისხის და საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრესტიჟის შესაბამისი, მაგრამ, ამასთანავე, კონკურენტუნარიანი და ფართო მომხმარებელზე ორიენტირებული. საზოგადოებრივი მაუწყებელი მუდმივად უნდა იბრძოდეს მაღალი სტანდარტის დამკვიდრებისა და პირველობისთვის. სწორედ ამ ორი მოცემულობით უნდა შეფასდეს როგორც მომხმარებლისთვის მიწოდებული ცალკეული პროდუქციის ხარისხი, ასევე - მთელი მაუწყებლის ეფექტიანობა. ამ მიზნის მიღწევაზე უნდა იყოს ორიენტირებული ბიუჯეტი და ყველა სხვა აქტივობა. აუცილებელია საკუთარი თუ გარე პროდუქციის შეფასებაზე პასუხისმგებელი და ეფექტიანი მექანიზმის შექმნა, რომლის მუშაობაც დაეფუძნება კვლევებს და კომპეტენციას.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მუდმივი ზრუნვის საგანს უნდა წარმოადგენდეს სამოქალაქო მშვიდობა, საზოგადოების კონსოლიდაცია, ზოგადსაკაცობრიო ფასეულობების დამკვიდრება, ეროვნული იდენტობისა და კულტურული სუვერენიტეტის დაცვა.

რასაკვირველია, საზოგადოებრივი მაუწყებლის უმთავრეს მიმართულებად დარჩება მოქალაქეების ობიექტურად და დროულად ინფორმირება, რეპორტაჟების გაკეთება ქვეყნის შიგნით და გარეთ მიმდინარე მოვლენების შესახებ, პოლიტიკურ-ეკონომიკური მდგომარეობის ექსპერტული შეფასება, თოქშოუ და ჟურნალისტური გამოძიება. აუცილებელია რეგიონული ბიუროების ტექნიკური უზრუნველყოფა და ახალი ამბების გამოშვებებში რეგიონული ინფორმაციების წილის გაზრდა. პრიორიტეტად უნდა დარჩეს საზოგადოებაში არსებულ გამოწვევებზე მეცნიერული რეაგირების ტენდენცია, რისთვისაც აუცილებელია მაუწყებელმა უზრუნველყოს სოციალურ თემატიკაზე მომზადებული ინტერაქტიული მედიაპროდუქციის მომზადება.

საზოგადოებრივ მაუწყებელზე უნდა შეიქმნას მძლავრი და მობილური მრავალფუნქციური საინფორმაციო ცენტრი, რომელიც ოცდაოთხი საათის განმავლობაში ოპერატიულად მოიპოვებს ინფორმაციას და შესაბამისი ფორმით განათავსებს მას სხვადასხვა პლატფორმებზე (ვებ, სოციალური ქსელები, სააგენტო, რადიო, ტელევიზია და ა.შ.), რომლებთანაც წვდომაც შესაძლებელი იქნება სხვადასხვა მოწყობილობებით. თანამედროვე ტექნიკური საშუალებები შესაძლებლად იძლევა, რომ უახლესი ინფორმაციის ოპერატიულად მისაღებად ფართოდ გამოვიყენოთ უკვე კარგად აპრობირებული მოქალაქე-ჟურნალისტის ფენომენი, რისთვისაც საჭირო იქნება ანაზღაურების შესაბამისი სისტემის დანერგვა.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პოზიციას მედიაბაზარზე მნიშვნელოვნად განაპირობებს გასართობი პროდუქციის ხარისხი და პოპულარობა. აუცილებელია მაუწყებლის ბაღე შეიცავდეს მაღალი ხარისხის იუმორისტულ გადაცემებს, მსოფლიოში უკვე აპრობირებულ და პოპულარულ მეგაშოუებს. პოპულარულ უცხოურ სერიალებთან ერთად მომხმარებელს უნდა მიეწოდებოდეს სხვადასხვა ჟანრის ქართული სერიალი; მუსიკალურ-შემეცნებითი გადაცემები. საზოგადოებრივ მაუწყებელს ყველა წინაპირობა აქვს საიმისოდ, რათა მაყურებელს შესთავაზოს საუკეთესო სპორტული მედიაპროდუქტი (გადაცემები, სპორტული რეპორტაჟები და ა.შ.).

მაუწყებელმა საგანგებო ყურადღება უნდა დაუთმოს უმნიშვნელოვანეს აუდიტორიას - ახალგაზრდობას და ბავშვებს, მოამზადოს საინტერესო და კრეატიული პროდუქცია და მიაწოდოს მათთვის მოხერხებული და პოპულარული პლატფორმების მეშვეობით. ბავშვობიდანვე მიაჩვიოს ისინი საზოგადოებრივ მაუწყებელს, როგორც ბრენდს.

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა უნდა განავითაროს საქართველოში არსებული შემეცნებითი და საგანმანათლებლო დოკუმენტური ფილმების წარმოება, როგორც საკუთარი პროდუქციის შექმნით, ისე - დამოუკიდებელი სტუდიებიდან პროდუქციის შესყიდვით.

განსაკუთრებული ზრუნვის საგანს წარმოადგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივი, რომელიც ნაციონალური მნიშვნელობის საგანძური და ოქროს ფონდია. სრულიად გადაუდებელი პრიორიტეტია მთელი მასალის ციფრულ ფორმატში გადატანა და სათანადოდ დაცვა. ამავე დროს, არქივი წარმოადგენს კულტურულ-საგანმანათლებლო გადაცემების უმრეტ მასალას და შემოსავლის წყაროს მაუწყებლისთვის.

გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება მაუწყებლის ბრენდინგის და მარკეტინგის საკითხს. აუცილებელია, ბრენდის პოპულარიზაციისთვის სწორი მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება და დანერგვა, რისთვისაც აუცილებელია საერთაშორისო გამოცდილების გათვალისწინება და მაუწყებლის თანამშრომელთა ტრენინგი.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის წარმატების უმნიშვნელოვანეს წინაპირობას წარმოადგენს მაღალი კორპორაციული სულისკვეთება და სოლიდარობა - ერთი ყველასთვის, ყველა ერთისთვის! თითოეული თანამშრომელი უნდა გულშემატკივრობდეს კოლეგების და მთლიანად ორგანიზაციის წარმატებას, ამასთან, მუდმივად გრძნობდეს გუნდის მხარდაჭერას. უმნიშვნელოვანესია თანამშრომლების ტრენინგების და კვალიფიკაციის ამაღლების პროგრამები, რომლებიც მათ ახალი გამოწვევებისთვის მოამზადებს და კარიერული წინსვლისა და საკუთარი შესაძლებლობების მაქსიმალურად გამოვლენის საშუალებას მისცემთ.