

საზოგადოებრივი მაუწყებელი - გამორჩეული მედია ინსტიტუცია - ინფორმაციისთვის, აღქმისთვის, შემეცნებისთვის და ანალიზისთვის.

მთავარი - აუდიტორია (მაყურებელი, მსმენელი, მკითხველი) მისი ინტერესების, უფლებების და თავისუფლების დაცვა.

მართვის ხედვა

იმისათვის, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის დირექტორმა შეასრულოს თავისი ფუნქცია, ზუსტად უნდა გაიაზროს რა პრობლემებია დღეს ინსტიტუციაში, იცოდეს, როგორ გადაჭრას ისინი და ეყოს გამბედაობა, სწრაფად მიიღოს გადაწყვეტილებები და სწრაფადვე დაიწყოს მათი შესრულება.

პრობლემების იდენტიფიცირებისთვის დღესაც გამოდგება 2013 წელს საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის გენერალური დირექტორის მრჩეველთა ჯგუფის რეკომენდაციები და მიუხედავად იმისა, რომ პრობლემის გამოსასწორებლად გარკვეული სამუშაო ჩატარებულია, ეს არ აღმოჩნდა საკმარისი, რომ მაუწყებელს გამართულად ემუშავა და ამ ხნის განმავლობაში მისი რეიტინგი დაეცა კიდევ.

იმისათვის, რომ მაუწყებელი იყოს სანდო და საინტერესო საზოგადოებისთვის, პირველ რიგში ხელი უნდა მიუწვდებოდეს მასზე, ზუსტად იცოდეს, როდის რას უნდა ელოდოს მაუწყებლის ეთერში და რასაც უსმენს ან უყურებს უნდა იყოს ხარისხიანი შინაარსისა და ვიზუალური თვალსაზრისით.

შესაბამისად, პირველი რიგის ამოცანებია:

- **მაუწყებლობის გავრცელება მთელ საქართველოზე**

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ჩატარებული კვლევის მიხედვით, აუდიტორიის 14.9 % საერთოდ ვერ იჭერს პირველ არხს, 23.7% მეორე არხს. კარგი ხარისხით მაუწყებლის პირველ არხს უყურებს აუდიტორიის მხოლოდ 63%, მეორე არხს კი - 49%.

- **სტაბილური სამაუწყებლო ბადის შექმნა**

პროგრამული ბადე არის მაუწყებლის კონსტიტუცია და მისი არასტაბილურობა მაუწყებლის არაკადემიურობასა და მაყურებლის უპატივცემულობაზე მეტყველებს. ჩემი პრიორიტეტია ისეთი სამაუწყებლო ბადის შექმნა, რომ აუდიტორიამ ზუსტად იცოდეს, რა დროს რა გადაცემას უნდა დაელოდოს.

- **პროგრამული პრიორიტეტების შესრულება**

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული ბადე დღეს ვერ პასუხობს იმ პროგრამულ პრიორიტეტებს, რომელიც მაუწყებელმა თვითონ განსაზღვრა.

ამ პროექტების მიხედვით ბაღში უნდა გაჩნდეს საბავშვო გადაცემები, რომელსაც გამოკითხული აუდიტორიის 29% პროცენტი ითხოვს.

უნდა მომზადდეს გადაცემები, რომლებიც ბავშვის განვითარებაზე იქნება ორიენტირებული. გახდის მას უფრო შემოქმედებითს, განუვითარებს წარმოსახვის უნარს, ასწავლის კრიტიკულ აზროვნებას. აიღებს არაფორმალური განათლების ფუნქციას, განსაკუთრებით იმ ბავშვებისთვის და მოზარდებისთვის, რომელთა ოჯახი ვერ უზრუნველყოფს მათთვის სრულფასოვანი განათლების მიცემას.

რეალითი შოუ; რომელიც ხელს შეუწყობს საინტერესო ბიზნეს იდეების წახალისებას. მაგალითად, ისეთი სახელმწიფო პროექტები, როგორებიც არის „დანერგე მომავალი“, „უმასპინძლე საქართველოში“, „აწარმოე საქართველოში“, იდეის შეთავაზებიდან დაწყებული, შეფასების პროცესის, დაფინანსების გადაწყვეტილებისა და ბიზნესის დაწყების ჩვენებით უნდა იქცეს სატელევიზიო პროდუქტად. ეს ერთი მხრივ, ხელს შეუწყობს სახელმწიფო პროექტების გამჭვირვალობას, მეორე მხრივ, ინოვაციური იდეების ტირაჟირების სტიმული იქნება და გაზრდის ამ პროექტებით სარგებლობის ხელმისაწვდომობას.

ხარისხიანი გართობა ასევეა განსაზღვრული საზნაუს პრიორიტეტებში, ამ პრიორიტეტის დასაკმაყოფილებლად დასაწყება მუშაობა სახალხო *მეგაშოუებზე*.

- **ინტეგრირებული ნიუსრუმის და მულტი-პლატფორმულობის იდეის განხორციელება**

ამისთვის, პირველ რიგში, აუცილებელია შიდა ქსელის შექმნა ვიდეო, აუდიო და ტექსტუალურ მასალაზე წვდომის გასამარტივებლად. პროდიუსერთა და რეპორტიორთა ჯგუფების გადამზადება ისეთი ხედვის პროფესიონალებად, რომლებიც ჟურნალისტურ პროდუქტს დაინახვენ არა მხოლოდ ერთი პლატფორმისთვის, არამედ მაუწყებლის ყველა არხისთვის (რადიოსთვის, ტელევიზიისთვის, ვებისთვის). ამისთვის, პირველ რიგში, საჭიროა მოიხსნას დისბალანსი ამ სამ სხვადასხვა პლატფორმაზე დასაქმებულთა სამუშაო პირობებს შორის (ანაზღაურება, ადამიანური რესურსი, აპარატურა).

- **ხარისხიანი სამაუწყებლო პროდუქტის წარმოება**

ამისათვის სულ ორი რამ არის საჭირო, პროფესიონალი კადრები და მაუწყებლის სრული ტექნიკური გადაირადება. ასევე სტრუქტურის ისე გამარტივება, რომ წარმოებაში ჩართულ თანამშრომლებს ნებისმიერი პრობლემის მოგვარება შეეძლოთ უსწრაფესად. მენეჯმენტი უნდა ემსახურობოდეს მათ და არა პირიქით.