

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლების მედია მონიტორინგის ანგარიში

24 თებერვალი, 2015

პროექტი ხორციელდება ორგანიზაცია „ეროვნული წვლილი
დემოკრატიისათვის“ ფინანსური მხარდაჭერით



შინაარსი

1. შესავალი 3
2. მეთოდოლოგია 4
3. . საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სისტემის მიმოხილვა 6
3.1. სტრუქტურა 6
3.2. დაფინანსება 11
4. ისტორია 12
5. ძირითადი მიგნებები/შეჯამება 14
5.1. რეზიუმე 14
5.2. გადაცემები (პრიორიტეტები და შესრულება) 16
5.1.1 სსმ პირველი არხი 16
5.1.2. სსმ მეორე არხი 22
5.1.3. აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი 26
5.3. რეკლამა და სპონსორობა 29
5.3.1. სსმ 29
5.3.2. აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი 33
5.4. მრავალფეროვნება ახალ ამბებში 35
5.4.1. პოლიტიკური მრავალფეროვნება 35
5.4.2. თემატური მრავალფეროვნება 36
5.4.3. რეგიონული მრავალფეროვნება 36
6. რეკომენდაციები 37

1. შესავალი

საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია, (შემდგომში „ქარტია“), პროფესიონალ ჟურნალისტთა არაკომერციული, დამოუკიდებელი გაერთიანება, რომელიც ხელს უწყობს თავისუფლებისა და დემოკრატიული ფასეულობების დამკვიდრებას, მონიტორინგს უწევდა საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელთა გადაცემებს. საზოგადოებრივი მაუწყებლების მონიტორინგი იმავე პროექტის გაგრძელება იყო, რომლის ფარგლებშიც ქარტია სატელევიზიო მედიის მიერ ადგილობრივი არჩევნების პირველი (15 ივნისამდე) და მეორე (12 ივლისის) ტურების გაშუქებას აკვირდებოდა. შედეგები გაანალიზდა სლოვაკური მედია მონიტორინგის ორგანიზაციასთან MEMO 98 ერთად. პროექტი განხორციელდა ორგანიზაცია „ეროვნული წვლილი დემოკრატიისათვის“ (NED) ფინანსური მხარდაჭერით.

ქარტიისა და MEMO 98 მიზანი იყო შეეფასებინათ, თუ რამდენად ასახავენ საზოგადოებრივი მაუწყებლები საკუთარ ვალდებულებებს ყოველდღიურ გადაცემებში და ასრულებენ თუ არა შესაბამის საკანონმდებლო და გადაცემებთან დაკავშირებულ მოთხოვნებს, განსაკუთრებით მათი დამფინანსებლების ანუ გადასახადის გადამხდელთა თვალსაწიერიდან გამომდინარე.

მიუხედავად იმისა, რომ ყველა არხის მონიტორინგი მიმდინარეობდა სრულად, საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის (პირველი არხის),¹ შემთხვევაში ყურადღება გამახვილდა ასევე არხის საინფორმაციო გადაცემებში პოლიტიკური სუბიექტებისა და მოვლენების მრავალფეროვან და მიუკერძოებელ გაშუქებაზე. ამ პროექტის შედეგები განისაზღვრა ზუსტი და მკაფიოდ ჩამოყალიბებული მეთოდოლოგიით და მიზნად ისახავს ხელი შეუწყოს და განავითაროს საქართველოს მედია გარემო, განსაკუთრებით კი მისი ერთ-ერთი კომპონენტი, საზოგადოებრივი/საჯარო მედია.

2014 წლის 15 ოქტომბრიდან 15 დეკემბრამდე, ქარტია აკვირდებოდა სამ საზოგადოებრივ მაუწყებელს (საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი, პირველი არხი: სსმ 1, საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი, მეორე არხი: სსმ 2; აჭარის ტელევიზია) და **ერთ კერძო მაუწყებელს** (რუსთავი 2). საზოგადოებრივი არხის მონიტორინგის დროს ყურადღება ექცეოდა მათ ყველა გადაცემას, კერძო არხის, რუსთავი 2-ის შემთხვევაში კი მხოლოდ საღამოს მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებს.

ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია იყენებდა მეთოდოლოგიას, რომელიც შემუშავებულია MEMO 98 -ის მიერ და რომელმაც ბოლო 16 წლის განმავლობაში მსგავსი პროექტები განახორციელა მსოფლიოს 50 ქვეყანაში. მისი შინაარსზე ორიენტირებული მიდგომა სპეციალურად არის შექმნილი მედიის პლურალიზმისა და მრავალფეროვნების უზრუნველსაყოფად, რაც ნიშნავს, რომ მონიტორინგის შედეგები უნდა წარმოადგენდეს სათანადო კონტექსტში შესწავლილ, მედიაში მიმდინარე პოლიტიკური და სოციალური მრავალფეროვნების დონის დეტალურ ანალიზსა და შეფასებას. ამავე დროს, მონიტორინგის მიზნებისათვის, მეთოდოლოგია სპეციალურად იყო შერჩეული სატელევიზიო გადაცემების მრავალფეროვანი ასპექტების ასახვის მიზნით. შესაბამისად, მონიტორინგის შედეგები დაფუძნებულია დეტალურ ანალიზსა და არსებული გადაცემების სტრუქტურის შეფასებაზე და განხილულია საჭირო კონტექსტში.

¹ შედარების მიზნით მონიტორინგი აკვირდებოდნენ კერძო რეიტინგულ არხს, “რუსთავი2-ს”.

2. მეთოდოლოგია

2.1. გადაცემები

მონიტორინგი ორიენტირებული იყო სამი საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემათა სხვადასხვა ასპექტზე, რათა შეეფასებინა თუ რამდენად წინ მიდიან ქართული საზოგადოებრივი მაუწყებლები საზოგადოებრივი ინტერესების უფრო ფართო სპექტრის ამსახველი გადაცემების შექმნის საკითხში, რომელიც, თავის მხრივ, სამოქალაქო საზოგადოების განვითარებას ასახავს. მონიტორინგის მიზანს ასევე წარმოადგენდა საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელში კულტურული მრავალფეროვნების ხელშეწყობა - შექმნა თანამშრომლობისა და სოლიდარობის ატმოსფერო და დაეგმო შეუწყნარებლობა/არატოლერანტობა.

მონიტორინგი ითვალისწინებდა რამდენიმე ასპექტს, რომელიც საზოგადოებრივი სამსახურის კონცეფციას ქმნის, ეს განსაკუთრებით ეხებოდა არხის გადაცემებს - რა ტიპის გადაცემები იყო წარმოდგენილი და წინ წამოწეული ყოველდღიური მაუწყებლობის პერიოდში.

გადაცემათა ტიპები:

- საინფორმაციო,
- საგამოძიებო
- მიმდინარე მოვლენები (პოლიტიკური და სხვა),
- დოკუმენტალისტიკა (ადგილობრივი და უცხოური),
- დრამატურგია/დრამა (მოზრდილთათვის, ბავშვებისა და ახალგაზრდებისათვის, სერიალები),
- საგანმანათლებლო
- გასართობი,
- კულტურული,
- მუსიკალური,
- რელიგიური,
- სპორტული.

გარდა ამისა, მონიტორინგის ქვეშ მოექცა და სტატისტიკურად გაიზომა შემდეგი სფეროები (გამომდინარე იქიდან, თუ რა ღობით სთავაზობდნენ მათ მაყურებელს):

- გადაცემათა სიახლე: პრემიერა/გამეორება;
- წარმოება: გადაცემა შექმნილია/არ არის შექმნილი მაუწყებლის მიერ;
- ეროვნული წარმოება: ქართული/არაქართული წარმოების გადაცემა;
- გადაცემის ენა: ქართული, რუსული, აფხაზური, ოსური, სომხური, აზერბაიჯანული.
- მულტიმედიალური პრეზენტაციები: ტიტრები, უესტების ენა, კომენტარები, მხედველობადაქვეითებულ პირთათვის.

2.2. საინფორმაციო გადაცემათა მრავალფეროვნება - პოლიტიკური, თემატური და რეგიონალური მრავალფეროვნება

მედია მონიტორინგის შედეგები მოიცავს იმ დროის რაოდენობრივ ანალიზს, რომელიც შერჩეული პოლიტიკური სუბიექტების გაშუქებას დაეთმო და იმ ტონს, რომლითაც ეს პოლიტიკური სუბიექტები არიან წარმოდგენილნი - დადებითი ტონი, ნეიტრალური ტონი და უარყოფითი ტონი.

თვისებრივი ანალიზი აფასებს მედიის მოქმედებას გარკვეულ პრინციპებთან მიმართებაში, როგორცაა, პროფესიული და ეთიკური სტანდარტები - ბალანსი, სიზუსტე, დროულობა, თემატიკის შერჩევა, ადმინისტრაციული რესურსების უპირატესობა, ინფორმაციის გამოტოვება, სიუჟეტების რიგითობა, სიძულვილის ენა - რისი დადგენაც რაოდენობრივად ადვილი არ არის. ეს მონაცემები ცალკე იკრიბება და ინტეგრირებული კომენტარებისა და დასკვნების სახით ხვდება ანგარიშში.

გარდა ამისა, მონიტორინგი ყურადღებას ამახვილებდა საინფორმაციო გადაცემების სტრუქტურაზეც - რამდენად მრავალფეროვანია თემატიკა, როგორ შუქდება რეგიონები და რა ხანგრძლივობისაა სიუჟეტები.

ა) მონიტორინგის სუბიექტები:

პრეზიდენტი

მთავრობა

პრემიერ მინისტრი

ადგილობრივი მთავრობა/ხელისუფლება

კოალიცია „ქართული ოცნება“

ქართული ოცნება

რესპუბლიკური პარტია

ეროვნული ფორუმი

ჩვენი საქართველო - თავისუფალი დემოკრატები

ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა

გაერთიანებული ოპოზიციური კოალიცია

დემოკრატიული მოძრაობა - ერთიანი საქართველო

ქრისტიან დემოკრატიული მოძრაობა

ლეიბორისტული მთავრობა

თავისუფალი საქართველო

ახალი მემარჯვენეები

დამოუკიდებელი კანდიდატები

სხვა პარტიები

ყოფილი პრეზიდენტი სააკაშვილი

ყოფილი პრემიერ-მინისტრი ივანიშვილი

ბ) მონიტორინგის ქვეშ მყოფი თემები:

სიუჟეტები საქართველოდან:

სოფლის მეურნეობა

ჯარი/სამხედრო თემატიკა

ბიზნესი/ეკონომიკა
კულტურა
კონფლიქტური რევიონები
დანაშაული
განათლება
გარემოს დაცვა
ჯანმრთელობა
იძულებით გადაადგილებული პირები
მართლმსაჯულება
მედია
უმცირესობები (ეროვნული, რელიგიური, სექსუალური უმცირესობები, შებლუდული
შესაძლებლობების მქონე პირები)
პოლიტიკა
რელიგია
სოციალური საკითხები
სპორტი
სხვა
უცხოეთის ახალი ამბები

3. საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სისტემის მიმოხილვა

საზოგადოებრივი მაუწყებლობა საქართველოში ხორციელდება სამი სატელევიზიო არხის (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, მეორე არხი, აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი) და სამი რადიოსადგურის მეშვეობით (რადიო1, რადიო2, აჭარის რადიო) რომელთა სიხშირეებიც განაწილებულია მაუწყებლობის შესახებ საქართველოს კანონის შესაბამისად.²

3.1 სტრუქტურა

მაუწყებლობის შესახებ კანონის 22-32- ე მუხლები განსაზღვრას საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტრუქტურას, ხოლო იმავე კანონის 35³-35¹¹ აჭარის ტელევიზიის სტრუქტურას.

3.1.1 საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ხელმძღვანელი ორგანოები არიან:

- ა) სამეურვეო საბჭო;
- ბ) გენერალური დირექტორი.

² კანონი მაუწყებლობის შესახებ, მუხლი 17 (2) და მუხლი 35².

ა) სამეურვეო საბჭო

- სამეურვეო საბჭო შედგება 9 წევრისგან – მეურვისგან.
- არჩევის პროცედურა:

✓ ყველას აქვს უფლება, წარადგინოს მეურვის კანდიდატურა, მათ ირჩევს პარლამენტი სიითი შემადგენლობის უმრავლესობით. საკონკურსო კომისია, რომელიც 9 წევრისგან შედგება და რომელიც დანიშნულია პარლამენტის სიითი შემადგენლობის უმრავლესობით, ირჩევს, ადგენს სამეურვეო საბჭოს კანდიდატების სიას, იმ კრიტერიუმებზე დაყრდნობით, რაც შემუშავებულია კომისიის მიერ.

✓ საქართველოს პარლამენტის თავმჯდომარე საპარლამენტო უმრავლესობასთან, საპარლამენტო უმრავლესობის გარეთ დარჩენილ პარლამენტის წევრებთან, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლეს საბჭოსთან და საქართველოს სახალხო დამცველთან კონსულტაციების შედეგად საქართველოს პარლამენტს დასამტკიცებლად წარუდგენს საკონკურსო კომისიის წევრთა კანდიდატურებს. საკონკურსო კომისიის შემადგენლობაში უნდა შედიოდნენ სამოქალაქო საზოგადოებისა და აკადემიური წრეების წარმომადგენლები.

✓ კომისია წარადგენს 1 ადგილზე მინიმუმ 3 კანდიდატს, რომელთაგან თითო შეარჩევენ საპარლამენტო უმრავლესობა (უმრავლესობის არარსებობის შემთხვევაში, საპარლამენტო ფრაქციების) უმრავლესობის გარეთ მყოფი დეპუტატები, სახალხო დამცველისა და აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭო;

✓ საკონკურსო კომისიის მიერ შერჩეულ მეურვეობის კანდიდატთაგან ორს საქართველოს სახალხო დამცველი, სამს საპარლამენტო უმრავლესობა (საპარლამენტო უმრავლესობის არარსებობის შემთხვევაში – საპარლამენტო ფრაქციები), სამს საპარლამენტო უმრავლესობის გარეთ დარჩენილ პარლამენტის წევრთა არანაკლებ ერთი მეოთხედი და ერთს აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭო წარუდგენს საქართველოს პარლამენტს ასარჩევად. აღნიშნული სუბიექტები კანდიდატებს შეარჩევენ და კანდიდატურებს წარადგენენ შემდეგი რიგითობით: თავდაპირველად – საქართველოს სახალხო დამცველი, შემდეგ – აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭო, შემდეგ – საპარლამენტო უმრავლესობის გარეთ დარჩენილი პარლამენტის წევრები და ბოლოს – საპარლამენტო უმრავლესობა (საპარლამენტო უმრავლესობის არარსებობის შემთხვევაში – საპარლამენტო ფრაქციები).

✓ საქართველოს პარლამენტი სიითი შემადგენლობის უმრავლესობით, ცალ-ცალკე ირჩევს საქართველოს სახალხო დამცველის, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭოს, საპარლამენტო უმრავლესობის (საპარლამენტო უმრავლესობის არარსებობის შემთხვევაში – საპარლამენტო ფრაქციების) და საპარლამენტო უმრავლესობის გარეთ დარჩენილ პარლამენტის წევრთა არანაკლებ ერთი მეოთხედის (საპარლამენტო უმრავლესობის არარსებობის შემთხვევაში – საპარლამენტო ფრაქციების) მიერ წარდგენილ კანდიდატებს

- კანდიდატი უნდა აკმაყოფილებდნენ შემდეგ მოთხოვნებს:

✓ უნდა იყოს საქართველოს მოქალაქე;

✓ უნდა იყოს საზოგადოებრივი აღიარებისა და ნდობის მქონე პირი.

✓ უნდა ფლობდეს მაგისტრის ან მასთან გათანაბრებულ ხარისხს

✓ უნდა ჰქონდეს მინიმუმ 10 წლიანი გამოცდილება, მათ შორის, სულ ცოტა 5 წლისა – ურუნალისტიკის, ადამიანის უფლებათა დაცვის, საფინანსო, ელექტრონული კომუნიკაციების, სახელოვნებო, სამწერლო ან/და სამეცნიერო-პედაგოგიურ სფეროში.

○ მეურვის უფლებამოსილების ვადა არაუმეტეს 6 წლისა. სამეურვეო საბჭოს შემადგენლობის ერთი მესამედი იცვლება 2 წელიწადში ერთხელ, როტაციის წესით. ერთი და იგივე პირი არ შეიძლება აირჩეს მეურველ 1 ვადაზე მეტი ხნით.

- სამეურვეო საბჭოს ფუნქციები და მეურვის უფლება-მოვალეობები
- ✓ განსაზღვრავს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამულ პრიორიტეტებს;
- ✓ გენერალური დირექტორის წარდგინებით, სრული შემადგენლობის არანაკლებ ორი მესამედით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დებულებას, რომელიც უნდა ითვალისწინებდეს შესაბამისი სტრუქტურული ერთეულების რედაქციული დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფას; უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით ან გენერალური დირექტორის წინადადებით, ცვლილებები შეიტანოს დებულებაში;
- ✓ გენერალური დირექტორის წარდგინებით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტს და ამტკიცებს მისი შესრულების ანგარიშს; უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით ან გენერალური დირექტორის წინადადებით, ცვლილებები შეიტანოს ბიუჯეტში;
- ✓ ისმენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობის ყოველკვარტალურ ანგარიშს, მათ შორის, ფინანსურ ანგარიშს (ფინანსური ანგარიშგების საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად), კვარტალის დასრულებიდან 1 თვის ვადაში;
- ✓ თანხმობას აძლევს გენერალურ დირექტორს ისეთი გარიგების დადებაზე, რომლის ღირებულება აღემატება საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის 1%-ს;
- ✓ განსაზღვრავს გენერალური დირექტორის შრომის ანაზღაურების პირობებსა და ოდენობას
- ✓ გენერალური დირექტორის წარდგინებით ამტკიცებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საშტატო განრიგს და თანამშრომელთა თანამდებობრივ სარგოებს, სახელფასო ფონდს, მათ შორის, საპრემიო ფონდს და პრემიების ზღვრულ ოდენობებს;
- ✓ ადგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლების შრომითი ხელშეკრულების ძირითად პირობებს, მათ შორის, ხელშეკრულების ვადაზე შეწყვეტის პირობებს, იმის გათვალისწინებით, რომ შრომითი ხელშეკრულების მოქმედების ვადა 1 წელზე ნაკლები არ უნდა იყოს, გარდა საინჟინრო-ტექნიკური მუშაკებისა, რომელთა შრომითი ხელშეკრულების მოქმედების ვადა 5 წელზე ნაკლები არ უნდა იყოს (გამონაკლისია ისეთი პროგრამების შესრულებასთან დაკავშირებული ხელშეკრულებები, რომელთა მოქმედების ვადაც 1 წელზე ნაკლებია);

ბ) გენერალური დირექტორი

- გენერალურ დირექტორს თანამდებობაზე ნიშნავს სამეურვეო საბჭო ღია კონკურსის წესით, 6 წლის ვადით
 - გენერალური დირექტორობის კანდიდატი უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს:
 - ✓ უნდა იყოს საქართველოს მოქალაქე
 - ✓ უნდა იყოს საზოგადოებრივი აღიარებისა და ნდობის მქონე პირი
 - ✓ მას უნდა ჰქონდეს მაგისტრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხი
 - ✓ უნდა ჰქონდეს არანაკლებ 10 წლის მუშაობის გამოცდილება, მათ შორის, ხელმძღვანელ თანამდებობაზე მუშაობის სულ ცოტა 3 წლისა
 - ✓ უნდა ჰქონდეს უურნალისტიკის, ადამიანის უფლებათა დაცვის ან/და სამეცნიერო-პედაგოგიურ სფეროში მუშაობის გამოცდილება არანაკლებ 5 წლისა.
- გენერალური დირექტორი ხელმძღვანელობს ამ კანონით, საზოგადოებრივი მაუწყებლის დებულებით და გენერალურ დირექტორსა და სამეურვეო საბჭოს შორის გაფორმებული შრომითი

ხელშეკრულებით, წარმართავს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობას, წარმოადგენს მას მესამე პირებთან ურთიერთობაში.

საზოგადოებრივი საბჭოები

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში საზოგადოებრივი ინტერესებისა და მოთხოვნილებების წარმოდგენის, აგრეთვე ამ კანონის მე-16 მუხლით განსაზღვრული შინაარსობრივი ვალდებულებების განხორციელების უზრუნველსაყოფად იქმნება საზოგადოებრივი საბჭოები, რომლებიც უფლებამოსილნი არიან საზოგადოების უშუალო მონაწილეობით შეიმუშაონ რეკომენდაციები საზოგადოებრივი მაუწყებლისათვის.
- საზოგადოებრივი საბჭოების რაოდენობა, ფორმირებისა და საქმიანობის წესი და ფუნქციები განისაზღვრება საზოგადოებრივი მაუწყებლის დებულებით.

3.1.2. აჭარის ტელევიზია

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს ხელმძღვანელი ორგანოები არიან:

- ა) მრჩეველთა საბჭო;
- ბ) დირექტორი.

ა) მრჩეველთა საბჭო;

- შედგება 5 წევრისგან
- არჩევის პროცედურა:
 - ✓ ყველას აქვს უფლება, წარადგინოს მრჩეველის კანდიდატურა, რომლებიც არჩეულნი იქნებიან ჭარის ავტონომიური
 - ✓ რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭოს სიითი უმრავლესობით.
 - ✓ საკონკურსო კომისია, რომელიც 5 წევრისგან შედგება და არჩეულია სიითი შემადგენლობის უმრავლესობით, არჩევს კანდიდატებს და აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლეს საბჭოს წარუდგენს ასარჩევზე სულ ცოტა სამჯერ მეტ კანდიდატურას. კანდიდატების შეფასება მოიცავს, კანდიდატების მიერ აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლის განვითარების გეგმის საჯაროდ წარმოდგენას, ასევე დებატებში მონაწილეობის მიღებას.
 - ✓ საკონკურსო კომისია იქმნება აჭარის უმაღლესი საბჭოს თავმჯდომარის გადაწყვეტილებით და მასში უნდა შედიოდნენ სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლები;
 - ✓ საკონკურსო კომისია 1 ადგილზე წარადგენს მინიმუმ 3 კანდიდატურას;
 - ✓ საკონკურსო კომისიის მიერ შერჩეულ კანდიდატთაგან სამს აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭოს ფრაქციები, მათში შემავალ დეპუტატთა რაოდენობის პროპორციულად, ხოლო ორს – აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭოს დანარჩენი წევრების არანაკლებ ერთი მეოთხედი წარუდგენს აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლეს საბჭოს ასარჩევად
 - ✓ აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭო კანდიდატურების ვადაში, სიითი შემადგენლობის უმრავლესობით, ცალ-ცალკე ირჩევს აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭოს ფრაქციებისა და აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭოს დანარჩენი წევრების

არანაკლებ ერთი მეოთხედის მიერ წარდგენილ კანდიდატებს. თუ ვაკანსია ერთზე მეტია და ისინი უნდა შეივსოს უმაღლესი საბჭოს ფრაქციებისა და დანარჩენი წევრების კვოტებით, თავდაპირველად აირჩევა კანდიდატი იმ დეპუტატების კვოტით, რომლებიც არ შედიან ფრაქციებში

- კანდიდატი უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს:
 - ✓ უნდა იყოს საქართველოს მოქალაქე;
 - ✓ უნდა იყოს საზოგადოებრივი აღიარებისა და ნდობის მქონე პირი.
 - ✓ უნდა ფლობდეს მაგისტრის ან მასთან გათანაბრებულ ხარისხს
 - ✓ უნდა ჰქონდეს მინიმუმ 10 წლიანი გამოცდილება, მათ შორის, სულ ცოტა 5 წლისა – უურნალისტიკის, ადამიანის უფლებათა დაცვის, საფინანსო, ელექტრონული კომუნიკაციების, სახელოვნებო, სამწერლო ან/და სამეცნიერო-პედაგოგიურ სფეროში.
- უფლებამოსილების ვადა - 6 წელი
- სამეურვეო საბჭოს ფუნქციები და მეურვის უფლება-მოვალეობები
 - ✓ მაუწყებლობის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებებისა და პრიორიტეტების შესაბამისად, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ინტერესების გათვალისწინებით, განსაზღვრავს საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს პროგრამულ პრიორიტეტებს
 - ✓ ღირეფტორის წარდგინებით, სრული შემადგენლობის არანაკლებ ორი მესამედით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს დებულებას, რომელიც უნდა ითვალისწინებდეს შესაბამისი სტრუქტურული ერთეულების რედაქციული დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფას; უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით ან ღირეფტორის წინადადებით, ცვლილებები შეიტანოს დებულებაში;
 - ✓ გენერალური ღირეფტორის წარდგინებით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტს და ამტკიცებს მისი შესრულების ანგარიშს; უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით ან გენერალური ღირეფტორის წინადადებით, ცვლილებები შეიტანოს ბიუჯეტში;
 - ✓ ისმენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობის ყოველკვარტალურ ანგარიშს, მათ შორის, ფინანსურ ანგარიშს (ფინანსური ანგარიშგების საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად), კვარტალის დასრულებიდან 1 თვის ვადაში;
 - ✓ თანხმობას აძლევს გენერალურ ღირეფტორს ისეთი გარიგების დადებაზე, რომლის ღირებულება აღემატება საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის 1%-ს;
 - ✓ განსაზღვრავს გენერალური ღირეფტორის შრომის ანაზღაურების პირობებსა და ოდენობას
 - ✓ გენერალური ღირეფტორის წარდგინებით ამტკიცებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საშტატო განრიგს და თანამშრომელთა თანამდებობრივ სარგოებს, სახელფასო ფონდს, მათ შორის, საპრემიო ფონდს და პრემიების ზღვრულ ოდენობებს;
 - ✓ ადგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლების შრომითი ხელშეკრულების ძირითად პირობებს, მათ შორის, ხელშეკრულების ვადაზე შეწყვეტის პირობებს, იმის გათვალისწინებით, რომ შრომითი ხელშეკრულების მოქმედების ვადა 1 წელზე ნაკლები არ უნდა იყოს, გარდა საინჟინრო-ტექნიკური მუშაკებისა, რომელთა შრომითი ხელშეკრულების მოქმედების ვადა 5 წელზე ნაკლები არ უნდა იყოს (გამონაკლისია ისეთი პროგრამების შესრულებასთან დაკავშირებული ხელშეკრულებები, რომელთა მოქმედების ვადაც 1 წელზე ნაკლებია);

✓ დირექტორის წარდგინებით მსჯელობს საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს ბიუჯეტის პროექტზე და, ამ კანონის 33-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, ბიუჯეტს დასამტკიცებლად წარუდგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს;

✓ ისმენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს ბიუჯეტის შესრულების ანგარიშს და მას დასამტკიცებლად წარუდგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს. უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით ან დირექტორის წინადადებით, შეიმუშაოს პროექტი ბიუჯეტში ცვლილების შეტანის შესახებ და ის დასამტკიცებლად წარუდგინოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს;

✓ ისმენს დირექტორის საქმიანობის ყოველკვარტალურ ანგარიშს, მათ შორის, ფინანსურ ანგარიშს, კვარტალის დასრულებიდან 15 დღის ვადაში

✓ თანხმობას აძლევს დირექტორს ისეთი გარიგების დადებაზე, რომლის ღირებულება აღემატება საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს ბიუჯეტის 1%-ს

✓ განსაზღვრავს დირექტორის შრომის ანაზღაურების პირობებსა და ოდენობას;

✓ დირექტორის წარდგინებით ამტკიცებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს სამტატო განრიგს და თანამშრომელთა თანამდებობრივ სარგოებს, სახელფასო ფონდს, მათ შორის, საპრემიო ფონდს და პრემიების ზღვრულ ოდენობებს;

✓ ადგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს თანამშრომლების შრომითი ხელშეკრულების ძირითად პირობებს, მათ შორის, ხელშეკრულების ვადამდე შეწყვეტის პირობებს

დ) დირექტორი

- დირექტორს თანამდებობაზე ნიშნავს მრჩეველთა საბჭო ღია კონკურსის წესით
- კანდიდატი უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს
- ✓ უნდა იყოს საქართველოს მოქალაქე;
- ✓ უნდა იყოს საზოგადოებრივი აღიარებისა და ნდობის მქონე პირი.
- ✓ უნდა ფლობდეს მაგისტრის ან მასთან გათანაბრებულ ხარისხს
- ✓ უნდა ჰქონდეს არანაკლებ 10 წლის მუშაობის გამოცდილება, მათ შორის, ხელმძღვანელ თანამდებობაზე მუშაობის სულ ცოტა 3 წლისა
- ✓ უნდა ჰქონდეს უურნალისტიკის, ადამიანის უფლებათა დაცვის ან/და სამეცნიერო-პედაგოგიურ სფეროში მუშაობის გამოცდილება არანაკლებ 5 წლისა.

- უფლებამოსილების ვადა - 3 წელი
- დირექტორი ხელმძღვანელობს ამ კანონით, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს დებულებით და დირექტორსა და მრჩეველთა საბჭოს შორის გაფორმებული შრომითი ხელშეკრულებით, წარმართავს საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს საქმიანობას, წარმოადგენს მას მესამე პირებთან ურთიერთობას.

3.2. დაფინანსება³

„მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის მუხლები 34 და 35¹² საზოგადოებრივი მაუწყებლებისათვის ითვალისწინებს შემდეგი სახის ფინანსურ წყაროებს:

³ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტი 2014 წელს იყო 38 მილიონი ლარი, ხოლო 2015 წლის ბიუჯეტი 40.8 მილიონი ლარი.

3.2.1. საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი (სსმ)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტი ყალიბდება საზოგადოებრივი მაუწყებლობის გადასახადის/მოსაკრებლისა და სხვა წყაროებიდან, რომლებიც კანონმდებლობით არის განსაზღვრული ან ნებადართული.

„მაუწყებლის შესახებ“ კანონის მიხედვით „ნებისმიერი დასაბეგრი შემოსავლის მქონე ფიზიკური პირი ვალდებულია გადაიხადოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადასახადი. ეს გადასახადი ყოველთვიურად გადაირიცხება საზოგადოებრივი მაუწყებლის ანგარიშზე“.

თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ამ კანონის ამოქმედებამდე, რომელიც საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადასახადს უზრუნველყოფს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის დაფინანსების მთავარი წყარო იქნება საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტი. მისი დაფინანსების თანხა უნდა იყოს წინა წლის მთლიანი შიდა პროდუქტის არანაკლებ 0.14 %.

3.2.2. აჭარია ტელევიზია

აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტელე და რადიომაუწყებლობა ფინანსდება საქართველოს საზოგადოებრივი ტელევიზიის ბიუჯეტიდან, მისი ბიუჯეტის არანაკლებ 15%. მას შემდეგ, რაც ბიუჯეტი დამტკიცდება, გამოყოფილი თანხა გადაირიცხება აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტელე და რადიომაუწყებლობის ანგარიშზე.

აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლის მრჩეველთა საბჭო წარუდგენს ბიუჯეტის პროექტს საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის დამტკიცებამდე ერთი თვით ადრე. სამეურვეო საბჭო ამტკიცებს მომავალი წლის ბიუჯეტს სსმ გენერალური დირექტორის მიერ წარდგენილი ბიუჯეტის პროექტისა და აჭარის მრჩეველთა საბჭოს მიერ წარდგენილი ბიუჯეტის პროექტის შედარების საფუძველზე.

4. ისტორია

ევროსაბჭოში გაწევრიანების⁴ შემდეგ საქართველოს ხელისუფლებამ აიღო ვალდებულება, რომ ერთი წლის განმავლობაში განახორციელებდა საკანონმდებლო ცვლილებებს ქვეყანაში მედიის მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად, თუმცა ეს პროცესი მხოლოდ 2004 წლიდან დაიწყო.

2004 წელს პოლიტიკური და კომერციული გავლენისაგან თავისუფალი, საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისი, მრავალფეროვანი პროგრამების საზოგადოებისათვის მიწოდების მიზნით დაფუძნდა ერთი საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რომელიც საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად სახელმწიფო ქონების საფუძველზე ტელერადიომაუწყებლობისათვის შექმნილი, საჯარო დაფინანსებით მოქმედი, ხელისუფლებისაგან დამოუკიდებელი და საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირია და არ ექვემდებარება არც ერთ სახელმწიფო უწყებას⁵. მაუწყებლის

⁴ 1999 წელს საქართველოს ევროპის საბჭოს (ევროსაბჭო) სრულყოფილი წევრი გახდა.

⁵ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი. მუხლი 15.

საქმიანობის მნიშვნელოვანი საკითხები განისაზღვრა კანონით. ამავე დროს 2006 წლიდან BBC- ის სტანდარტების გაზიარებით შეიქმნა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსი⁶, რომელიც კიდევ უფრო დეტალურად არეგულირებს სსმ-ს საქმიანობის დეტალებს, მათ შორის ეთიკურ საკითხებს.

სამართლებრივი და მატერიალური მხარდაჭერის მიუხედავად, 2004 წლიდან დღემდე სსმ არაერთხელ იქცა საზოგადოების კრიტიკის საგნად. უმეტეს შემთხვევაში უარყოფითად ფასდებოდა ის, რომ მაუწყებელი სრულყოფილად ვერ ასახავდა ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენებს, ამასთან, მუდმივად იყო ეჭვქვეშ დაყენებული სსმ-ის ხელმძღვანელების⁷ და სამეურვეო საბჭოს წევრების⁸ პოლიტიკური დამოუკიდებლობა.

2013 წელს სსმ-ის პოლიტიკური დამოუკიდებლობის ხელშეწყობისა და უზრუნველყოფის მიზნით საპარლამენტო უმრავლესობამ („კოალიცია-ქართული ოცნება“) ინიცირება გაუკეთა სამოქალაქო საზოგადოების მიერ წარდგენილ საკანონმდებლო წინადადებას და მიიღო ცვლილებები „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონში, რომელიც საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს დაკომპლექტების ახალ წესს, აჭარის სახელმწიფო ტელევიზიის საზოგადოებრივ მაუწყებლად გარდაქმნას⁹, სავალდებულო ტრანზიტის ე.წ. MUST CARRY-სა და MUST OFFER-ის დაკანონებას და ტელევიზიების მეტი ფინანსური გამჭვირვალობის უზრუნველყოფას შეეხებოდა¹⁰. ახალი კანონით შეიცვალა საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს დაკომპლექტების წესი და მისი შემადგენლობა არსებული 15-დან 9 წევრამდე შემცირდა.

უფლებამოსილების შეწყვეტის თაობაზე მიღებული ნორმა საკონსტიტუციო სასამართლოში გაასაჩივრა იმდროისათვის მოქმედმა სამეურვეო საბჭოს ნაწილმა¹¹. საკონსტიტუციო სასამართლომ მოსარჩელეთა მოთხოვნა დააკმაყოფილა. პასუხად საქართველოს პარლამენტმა კიდევ ერთი ცვლილება შეიტანა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში და საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს ძველ შემადგენლობას მონიტორინგის საბჭოს¹² სტატუსით საქმიანობის გაგრძელების უფლება მისცა, რომელიც მხოლოდ სარეკომენდაციო ფუნქციების მქონეა.

⁶ http://gpb.ge/uploads/documents/044b075e-3c2b-4859-9940-aa29a93fdd17GPB_Code_of_Conduct.pdf - პროფესიული სტანდარტები და ჟურნალისტური ეთიკის პრინციპები სსმ-ის პროგრამებში ის პროგრამებში ის პროგრამებში

⁷ 2005 - 2008 წელი სსმ-ის გენ დირექტორი იყო თამარ კინწურაშვილი. 2008 წლის 4 აპრილიდან - 2009 წლის 20 ივლისამდე - ლევან ყუბანიშვილი. 2009 წლის 10 აგვისტოდან 2012 წლის 13 დეკემბრამდე გიორგი ჭანტურია. 2012 წლის დეკემბრიდან დღემდე გენერალური დირექტორია გიორგი ბარათაშვილი, რომელიც უნდობლობის საფუძველზე სამეურვეო საბჭომ ორჯერ გადააყენა თანამდებობიდან, თუმცა ის სასამართლომ ორჯერვე აღადგინა პოსტზე.

⁸ ინიციატივა მოდიოდა მედია ადვოკატების კოალიციისგან, რომელიც 10-ზე მეტ არასამთავრობო ორგანიზაციას აერთიანებს.

⁹ აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის საქვეუწყებო დანესებულების სტატუსს ატარებდა.

¹⁰ <http://www.civil.ge/geo/article.php?id=26901>

¹¹ საქმე #569 - საქართველოს მოქალაქეები - დავით კანდილაკი, ნატალია დვალი, ზურაბ დავითაშვილი, ემზარ გოგუაძე, გიორგი მელაძე და მამუკა ფაჩუაშვილი საქართველოს პარლამენტის წინააღმდეგ http://constcourt.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=6&info_id=1349

¹² საქართველოს კანონი “მაუწყებლობის შესახებ კანონში ცვლილებების შესახებ” - ცვლილებების თანახმად შექმნილ მონიტორინგის საბჭოს (შედგება 7 წევრისგან) უფლებამოსილება უწყდება მისი ბოლო წევრის უფლებამოსილების შეწყვეტისთანავე (2017 წ). მონიტორინგის საბჭოს ფუნქცია განახორციელოს სამეურვეო საბჭოსა და გენერალური დირექტორის ეფექტური შიდა კონტროლი საზოგადოებისთვის მაუწყებლის ფინანსური, საკადრო ან სხვა პრობლემის შესახებ ინფორმაციის მიწოდებით. საბჭოს ასევე შეუძლია მიმართოს პარლამენტს სამეურვეო საბჭოს ან დირექტორისადმი უნდობლობის გამოცხადების მოთხოვნით.

პარალელურად, ახალი წესით დაკომპლექტდა სამეურვეო საბჭო, იგი დღეისათვის ნაცვლად 9 წევრისა, მხოლოდ 7 მეურვეის შემადგენლობით ფუნქციონირებს. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ სამეურვეო საბჭოს დაკომპლექტებაში ჩართული იყო ახალი რგოლი - საქართველოს პარლამენტის მიერ შექმნილი საზოგადოებრივი კომისია. კომისიის მეშვეობით შესაძლებელი გახდა მეურვეობის კანდიდატთა შერჩევის პროცესის პირდაპირი ეთერის მეშვეობით გაცნობა. მაღალი მოლოდინების მიუხედავად, პირველ ჯერზე საზოგადოებრივი კომისიის მიერ წარდგენილი სიდიდან უფლებამოსილმა სუბიექტებმა - პოლიტიკურმა ძალებმა სათანადო ოდენობის კანდიდატების შერჩევა ვერ მოახერხეს. ზემოაღნიშნული საზოგადოებრივი კომისია კი ორჯერ დაამტკიცა საქართველოს პარლამენტმა შერჩევის პროცესის უზრუნველსაყოფად. საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს შერჩევის პროცესის გაჭიანურებამ კიდევ უფრო მეტი კითხვა გააჩინა პოლიტიკურ გავლენებზე.

უნდა ითქვას, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროდუქციაც ხშირად იწვევდა კრიტიკას. სწორედ ამიტომ, საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია ორი თვის განმავლობაში აკვირდებოდა სამ საზოგადოებრივ არხს, განსაკუთრებული ყურადღება ექცეოდა მის პროგრამულ სტრუქტურას, მათ შორის პოლიტიკურ, თემატურ და რეგიონულ მრავალფეროვნებას, საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის საღამოს მთავარ გამოშვებებში.

5. ძირითადი მიგნებები/შეჯამება

5.1. რეზიუმე

- მაუწყებელი სრულყოფილად ვერ ასრულებდა დადგენილ პრიორიტეტებს; საზოგადოებრივი მაუწყებელი რიგ შემთხვევაში ან არსებითად ვერ ასრულებდა განწერილ პრიორიტეტებს, ან მათ შესრულებას ფორმალურად ცდილობდა.

- პირველი არხის ბადის უდიდესი ნაწილი (დაახლოებით 20%) საპნის ოპერებს ეთმობოდა, მაშინ, როდესაც სამეურვეო საბჭოს მიერ დადგენილი პრიორიტეტების მიუხედავად (30%), საინფორმაციო მიმართულება ნაკლებად იყო წარმოდგენილი (16%)

- საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველმა არხმა ვერ შეძლო სპეციალური გადაცემის მომზადება ნატოსა და ევროკავშირის სტრუქტურებზე, როდესაც პრიორიტეტებიდან გამომდინარე, ყოველკვირეული გადაცემა უნდა დაეთმო ამ თემატიკისათვის. პირველ არხს ასევე სერიოზული ხარვეზები ჰქონდა მრავალფეროვნების მხრივაც - ეთერში არ გასულა არცერთი გადაცემა უმცირესობების თემაზე;

- დადგენილი პრიორიტეტების მიუხედავად, მონიტორინგის პერიოდში პირველ არხს არ ჰქონია საგამოძიებო ჟურნალისტიკა ან რაიმე მასალა მსგავს თემატიკაზე. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მეორე არხს (სსმ 2) სცადა გამოესწორებინა ეს ხარვეზი, თუმცა გადაცემა „საგამოძიებო რეპორტიორმა“ ამ უანრის სტანდარტები ვერ დააკმაყოფილა.

- საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებლის ახალი ამბების თვისებრივმა ანალიზმა აჩვენა, რომ საინფორმაციო გამოშვებაში არ გამოკვეთილა განსაკუთრებულად დადებითი ან უარყოფითი განწყობა რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ. ამგვარი შედეგი აჩვენა მანამდე 2014 წლის თვითმმართველობის არჩევნების მედიამონიტორინგმაც.

- ამავე დროს, საინფორმაციო გადაცემებში საზოგადოებრივი მაუწყებელი შესაბამისი პოლიტიკური ახალი ამბების გაშუქებისას დროის უმეტეს ნაწილს, ისევე, როგორც წინა მონიტორინგის პერიოდებში, მთავრობას უთმობდა, ხოლო საეთერო დროის მეორე უდიდეს ნაწილს - “ქართულ ოცნებას”. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ 2014 წლის ადგილობრივი არჩევნების სამონიტორინგო პერიოდისაგან განსხვავებით, ოპოზიციურ “ერთიან ნაციონალურ მოძრაობას” მნიშვნელოვნად მცირე დრო დაეთმო.

- რაც შეეხება დადებით მხარეს, სსმ 2-ზე გადიოდა პოლიტიკური გადაცემები, მათ შორის, პარლამენტის სესიების პირდაპირი ტრანსლაცია, რაც მონიტორინგის პერიოდში მთელი საეთერო დროის თითქმის 70 პროცენტს შეადგენდა და შესაბამებოდა დადგენილ პრიორიტეტებს;

- სამწუხაროდ, უნდა აღვნიშნოთ, რომ სსმ 2-ის პოლიტიკურ დისკუსიებს პოლიტიკური ბალანსი აკლდა - მაშინ, როდესაც ხელისუფლების წარმომადგენლები და მმართველი კოალიცია ფართოდ იყო წარმოდგენილი, უმეტეს შემთხვევაში, დებატებში, არ ჩანდნენ ოპოზიციური პარტიები;

- მიუხედავად იმისა, რომ სსმ 2 (ერთადერთი არხი, სხვა არხებისაგან განსხვავებით) ეთერს უთმობდა ახალი ამბების გამოშვებებს სხვადასხვა ენაზე, მან ვერ უზრუნველყო საინფორმაციო გადაცემების გამოშვება ქართულ ენაზე. ამავე დროს, არხზე საგანმანათლებლო პროდუქტის ნაკლებობაა;

- აჭარის ტელევიზია, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის საზოგადოებრივი მაუწყებელი, ძალისხმევას არ იშურებდა საკუთარი სამაუწყებლო პრიორიტეტების შესასრულებლად, თუმცა მათ განხორციელებას ყოველთვის ვერ ახერხებდა;

- ზოგადად, არხი მაყურებელს სხვადასხვა გადაცემას სთავაზობდა, თუმცა ეს გადაცემები არ იყო გათვლილი ყველა ასაკის აუდიტორიაზე. ამავე დროს, პროგრამული ბადის 40 პროცენტი ფილმებსა და საპნის ოპერებს ეთმობოდა. მიუხედავად იმისა, რომ სისტემატურად გადიოდა სოციალური და პოლიტიკური ტოკ-შოუები და პროექტები, ეს მაინც ყოველდღიურ ხასიათს არ ატარებდა, როგორც ამას მოითხოვდა არხის პრიორიტეტი;

- რაც შეეხება დადებით მხარეს, აჭარის ტელევიზიას აქვს გადაცემა ჟურნალისტური გამოძიება, თუმცა იგი ჯერჯერობით ვერ აკმაყოფილებს ამ ჟანრის სტანდარტებს;

- საზოგადოებრივ მაუწყებლებზე რეკლამის განთავსების შესახებ მკაცრი საკანონმდებლო შეზღუდვების მიუხედავად, პირველ არხზე რეგულარულად გადიოდა სხვადასხვა კომპანიების რეკლამა. ასევე, გადაცემებში ხშირად ასახელებდნენ სპონსორებსა და მათ სავაჭრო ნიშნებს. იყო შემთხვევები, როცა გადაცემაში იყენებდნენ ისეთ ტერმინებს, როგორიცაა „მეგობარი“, „პარტნიორი“ - ტერმინებს, რომელიც მნიშვნელობით ახლოს დგას ტერმინთან „სპონსორი“ -

ასეთი პოლიტიკა შეიძლება განიმარტოს იმ დებულებებისგან თავის არიდების მცდელობად, რომელიც რეკლამის განთავსებას ზღუდავს;

- როგორც მონიტორინგის შედეგებმა აჩვენა, სსმ 1-ს არ გააჩნია შიდა პოლიტიკა რეკლამის სტატუსის (სოციალური თუ კომერციული რეკლამა) მინიჭების შესახებ გადაწყვეტილების მიღებასთან დაკავშირებით, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ აჭარის ტელევიზიას ასეთი მექანიზმი აქვს;

- პოლიტიკური თემატიკა მკაფიოდ დომინირებდა სსმ 1-ის საინფორმაციო პროგრამებში და შეადგენდა 37%-ს (შედარებისათვის, "რუსთავი 2" პოლიტიკას 36%-ს უთმობდა), რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ პოლიტიკური თემები საზოგადოების ფართო ინტერესს წარმოადგენს. სასამართლო სისტემა თავისი სიხშირით მეორე ადგილზე იყო - 11 % - სსმ 1 (13% - "რუსთავი 2"). ძირითადი განსხვავება ამ ორ არხს შორის შეინიშნებოდა კონფლიქტური რეგიონების გაშუქების საკითხში: 7% - პირველი არხი, 3% - "რუსთავი 2".

- ორივე მაუწყებელმა, როგორც სსმ 1-მა, ასევე "რუსთავი 2-მა", მაყურებელს ერთნაირად შესთავაზა რეგიონული ახალი ამბები და ყურადღება მიაქცია ოთხ მხარეს: მთელი საქართველო (66% და 67%), თბილისი (12% და 17%), უცნობი/დაუკონკრეტებელი მხარე (8% და 7%) და აფხაზეთი (4% და 2%). ეს ოთხი მხარე შეადგენდა მთელი საინფორმაციო პროგრამების 90% (სსმ 1-ის შემთხვევაში) და 93%-ს ("რუსთავი 2" შემთხვევაში).

5.2. გადაცემები (პრიორიტეტები და მათი შესრულება)

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭო (შემდგომში საბჭო) "მაუწყებლობის შესახებ" კანონით დაკისრებული ვალდებულების საფუძველზე¹³ საზოგადოებას საჯარო განხილვისათვის წარუდგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტების პროექტს. საჯარო განხილვის შემდეგ კი სამეურვეო საბჭო თავისი უფლებამოსილების ფარგლებში ამტკიცებს პრიორიტეტულ მიმართულებებს, რომელიც შემდგომ იქცევა ძირითად სახელმძღვანელო მასალად საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლისათვის.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის 2013-2014 წლის პროგრამული პრიორიტეტები¹⁴ დამტკიცებულია მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მიერ 2013 წლის 24 ივნისის N257 გადაწყვეტილებით. დოკუმენტში განწერილია მონიტორინგის ორი ობიექტის, პირველი და მეორე არხის პროგრამული პრიორიტეტები.

5.2.1. საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხისათვის დადგენილი იყო სამი ძირითადი მიმართულება:

¹³ მუხლები 16, 20, 21, 30, 33, 55 (1),

¹⁴ <http://gpb.ge/ProgramPriorities.aspx?LangID=1>

- ა) საზოგადოებრივ-პოლიტიკური;
- ბ) საგანმანათლებლო და კულტურის;
- გ) გართობისა და სპორტის.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი მონიტორინგის პერიოდში მაუწყებლობას სამუშაო დღეებში 7:30 ზე, დილის გადაცემით, ხოლო შაბათ-კვირას 8 სთ -ზე მულტფილმებით იწყებდა. მაუწყებლობა დაახლოებით დამის 2-3 სთზე დღის განმავლობაში გასული გადაცემების განმეორებითი ჩვენებებით სრულდებოდა. ზემოთ მითითებული პროგრამული პრიორიტეტების შესრულების მიზნით პირველი არხის ეთერი გარდა საინფორმაციო გამოშვებებისა, ეთმობოდა შემდეგ გადაცემებს:

- „ყოჩაღების ქუჩაზე“
- „რეალური სივრცე“,
- „ეს საქართველოა“,
- „ქართული დოკუმენტალისტიკა“,
- „უცნობი მუსიკა“,
- „პირველი სტუდია“,
- „წითელი ზონა“,
- „გურმანია“,
- „ეტალონი“,
- „შეხვედრები მწერალთა სახლში“,
- „არენა“,
- „ტელებლოგი“,
- „ჩემი წიგნი“
- „ეს საქართველოა“
- “ქართული ჯარი”
- “სადილის დრო”
- “ჩვენი დილა”
- “ვაშინგტონი დღეს”
- “სიტყვების თამაში”
- “ეკონომმენტრი”
- “სამოთხის ვაშლები”
- “პირადი ექიმი”

ა) საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მიმართულება

ახალი ამბების გამოშვება (მოამბე)

მონიტორინგის პერიოდში არხზე ყოველდღიურად ექვსჯერ გადიოდა საინფორმაციო პროგრამა „მოამბე“. სამუშაო დღეებში „მოამბის“ დილის პროგრამას დართული ჰქონდა სპეციალური თარგმანი სმენადაქვეითებულთათვის.

მონიტორინგის პერიოდში „მოამბე“ საკმაოდ ობიექტურად და მიუკერძოებლად აშუქებდა ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენებს. საინფორმაციო გამოშვებაში არ გამოკვეთილა განსაკუთრებულად დადებითი ან

უარყოფითი განწყობა რომელიმე პოლიტიკური ძალის მიმართ. ახალი ამბების გაშუქების გარდა, „მოამბის“ სტუდიაში სისტემატურად ინვესტირდნენ ექსპერტებსა და სხვადასხვა პოლიტიკური ძალის წარმომადგენლებს, რომლებიც აფასებდნენ ქვეყანაში მიმდინარე მნიშვნელოვან მოვლენებს.

„მოამბე“ ძირითად იცავდა პროფესიულ და ეთიკურ სტანდარტებს. მონიტორინგის პერიოდში დაფიქსირდა რამდენიმე გამოწვევის:

8 ნოემბერს, „მოამბის“ სტუმარი იყო ყოფილი პრემიერ-მინისტრი, ბიძინა ივანიშვილი. მისი სტუმრობა დაკავშირებული იყო მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებთან, 5 ნოემბერს ირაკლი ალასანიამ და თავისუფალმა დემოკრატებმა კოალიცია „ქართული ოცნება“ დატოვეს, მანამდე კი განაცხადეს, რომ ქვეყნის საგარეო კურსი ეჭვქვეშ დადგა. ყოფილ პრემიერს, რომელიც არანაირ ოფიციალურ თანამდებობას არ იკავებს არც აღმასრულებელ და არც საკანონმდებლო ხელისუფლებაში, თუმცა ფართოდ გავრცელებული მოსაზრების მიხედვით, კვლავაც დიდ გავლენას ახდენს ქვეყნის პოლიტიკაზე, განსაკუთრებულად დიდი დრო, საათ-ნახევარი დაეთმო. ინტერვიუ ძირითადად, ივანიშვილის წესებით მიმდინარეობდა, წამყვანმა ვერ მოახერხა, ინტერვიუ კითხვა-პასუხის რეჟიმში, მის მიერ შეთავაზებული თემების თანმიმდევრობით წარემართა. მიუხედავად იმისა, რომ პირველი კითხვა და ინტერვიუს მესამედი ირაკლი ალასანიას გადადგომას და თავდაცვის სამინისტროს მაღალჩინოსნების დაკავებას დაეთმო, წამყვანი არ იყო სათანადოდ მომზადებული აღნიშნული თემის ირგვლივ. არ დასმულა კითხვა ალასანიას გუნდის განცხადებაზე, რომ საქართველოს მთავრობა ევროპულ კურსს იცვლის და დააზიანებდა თუ არა პოპულარული პოლიტიკოსის და მისი გუნდის ოპოზიციაში გადასვლა საქართველოს იმიჯს დასავლეთში. ინტერვიუს დროს არ გაუღერებულა შეკითხვები ისეთ მნიშვნელოვან საკითხებზე, როგორიც იმ დროისთვის იყო უკრაინაში განვითარებული მოვლენები, ევროპულ პოლიტიკოსთა გახშირებული კრიტიკა საქართველოს მთავრობის მიმართ, ხელშეკრულება რუსეთსა და დე-ფაქტო აფხაზეთს შორის.

17 ნოემბერს, #8 (41:21-42:25) სიუჟეტში საუბარი იყო სამეგრელოში, ნათესავი ქალის მიერ, 10 წლის ბავშვის შესაძლო მკვლელობაზე. აჩვენეს გარდაცვლილის ბავშვის ფოტოები, რაც ვფიქრობთ არაფრის მომცემი და გაუმართლებელია. მსხვერპლი არასრულწლოვნის ფოტოები არანაირ დამატებით ინფორმაციას არ სძენდა ამბავს, მითუმეტეს რომ ამ ფოტოების ჩვენებაზე ზოგიერთმა კერძო ნაციონალურმა მაუწყებელმა თავი შეიკავა.

ბალანსი არ იყო დაცული 25 ნოემბერს, #11 სიუჟეტში, რომელიც მაყურებელს ეთნიკური აზერბაიჯანელებით დასახლებულ სოფელ ლევიტინას პრობლემებზე მოუთხრობდა. სოფელს სჭირდება სკოლა, მასწავლებელი, გზა. მოსახლეობა საუბრობს, რომ სასწრაფო დახმარებას, უგზობის გამო, ადგილზე მისვლა უჭირს. სიუჟეტში არ ჩანს მთავრობა, არც ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენელი, ჟურნალისტი არც იმას განმარტავს, სცადა თუ არა მათთან დაკავშირება.

პოლიტიკური და საგამოძიებო უურნალისტიკის პრიორიტეტები

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტების მიხედვით, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მიმართულებისათვის განკუთვნილი საეთერო დრო უნდა ყოფილიყო არანაკლებ 45%-მდე. მათ შორის ახალი ამბებისათვის (საქართველოს ენებზე ახალი ამბების ჩათვლით) არანაკლებ 30%. მიუხედავად ამისა, მონიტორინგმა აჩვენა, რომ საინფორმაციო გადაცემების წილი მონიტორინგის პერიოდში მხოლოდ 14.8 % იყო (მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებზე მომზადებული გადაცემების წილი კი 1,0 %).

“შეიქმნას სპეციალური პროექტი უურნალისტიკის გამოძიების ფორმატში, ეთერში გადაიყვანოს არანაკლებ 12 გადაცემა წელიწადში”. რეკომენდაციებში ვკითხულობთ, რომ უნდა გაიზარდოს ხელისუფლებაზე საზოგადოებრივი მონიტორინგის შინაარსის მატარებელი პუბლიცისტური - საგამოძიებო სიუჟეტები და პროგრამები. მიუხედავად ამისა, პირველ არხზე არ გადიოდა საგამოძიებო უურნალისტიკური პროდუქტი. ვითარებას ამძიმებდა ისიც, რომ არხზე არ გადიოდა ყოველდღიური საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ტოკ-შოუები, რაც საშუალებას მისცემდა მაყურებელს მეტი ინფორმაცია მიეღო, თუ როგორ ასრულებს ხელისუფლება საკუთარ მოვალეობებს. შეიძლება ითქვას, საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვერ ასრულებდა ერთ-ერთ მთავარ პრიორიტეტს - ხელისუფლების საზოგადოებრივ მონიტორინგს.

პრიორიტეტების კიდევ ერთ პუნქტში ნათქვამია, რომ რეგულარული საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ტოკ-შოუები და პროექტები უნდა ხორციელდებოდეს ყოველდღიურად, სასურველია ერთსა და იმავე საეთერო ზოლში. მიუხედავად ამისა, პირველ არხზე მონიტორინგის პერიოდში არ გადიოდა ყოველდღიური საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ტოკ-შოუები, არც ჰქონდა ორი ამგვარი ტოკ შოუ - “პირველი სტუდია” და “რეალური სივრცე”. “რეალური სივრცე” პირველი არხის ეთერში ყოველ ხუთშაბათს გადიოდა. გადაცემა, როგორც წესი, სხვადასხვა სოციალურ თემატიკას ეხებოდა და ის, ერთ-ერთი საუკეთესო იყო იმ გადაცემათაგან, რაც საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში გადაიცემოდა. თემები ყოველთვის საინტერესო, მწვავე და აქტუალური იყო, წამყვანი კი, როგორც წესი, - მომზადებული, კარგად იცნობდა გადაცემის თემას და სვამდა ადეკვატურ შეკითხვებს. ასევე საინტერესო და განსხვავებული იყო გადაცემის ფორმატიც. პარასკევობით ეთერში გადიოდა პოლიტიკური ტოკ-შოუ “პირველი სტუდია”. ამ გადაცემის წამყვანიც საკმაოდ ობიექტური და მიუკერძოებელია. აღსანიშნავია, რომ ორივე ტოკ-შოუ მონიტორინგის პერიოდში ეთმობოდა საზოგადოებისთვის მაღალი ინტერესის მქონე თემებს; მაგალითად: პენსიონერთა ფინანსურ მდგომარეობას, აფხაზეთის ანექსიას, სამხატვრო აკადემიის პრობლემებს, ქალების მიმართ ძალადობას, საკანონმდებლო ცვლილებებს.

სოციალური თემატიკა, უმცირესობები, ინტეგრაცია, უცხოეთში მყოფი მოქალაქეები - პრიორიტეტები

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტების მიხედვით (რეკომენდაციების ნაწილში) უნდა მომზადდეს სიუჟეტები და პროგრამები პენსიონერების, შშმ ადამიანების, უმუშევრებისა და საზოგადოების სხვა დაუცველი ფენების პრობლემების შესახებ; საქართველოში არსებული სხვადასხვა რელიგიური და ეთნიკური ჯგუფების ცხოვრებისა და ყოფის, მათი ეთნოკულტურული ტრადიციების ამსახველი სიუჟეტები და პროგრამები; უმცირესობათა საკითხების გაშუქებისას დროის განაწილება უნდა მოხდეს სხვადასხვა

უმცირესობათა ინტერესების პროპორციული ასახვის საფუძველზე. ასევე, სიუჟეტებსა და პროგრამებში მკაფიოდ უნდა გაშუქდეს ევროკავშირისა და რეგიონში მიმდინარე პროცესები, NATO-სა და ევროსტრუქტურების საქმიანობა; ამ პრობლემატიკას დაეთმოს სპეციალური ყოველკვირეული გადაცემა.

სამწახაროდ, საზოგადოებრივი მაუწყებელი ამ პრიორიტეტს ვერ ასრულებდა, რადგან უმცირესობების და სხვადასხვა დაუცველი ფენების შესახებ სპეციალიზებული გადაცემები ეთერში საერთოდ არ გასულა, ეს თემები ცალკეულ საინფორმაციო გამოშვებაში და სოციალურ-პოლიტიკურ ტოკ-შოუებში მაშინ ხდებოდა აქტუალური, როცა მიმდინარე ახალ ამბებს უკავშირდებოდა. საზოგადოებრივი მაუწყებელი თავად არ გამხდარა ამ თემების გაშუქების ინიციატორი და თავად არ ახდენდა თემის აქტუალიზებას. რაც შეეხება NATO-სა და ევროსტრუქტურების საქმიანობის შესახებ ყოველკვირეული გადაცემის ეთერში გაშვებას, სამწახაროდ, ასეთი სახის გადაცემა ეთერში არ გასულა. ნატოსა და ევროკავშირთან დაკავშირებით სიუჟეტები მზადდებოდა ყოველკვირეულ გადაცემაში “ქართული ჯარი”, თუმცა რთულია, ეს აღნიშნული პრიორიტეტის შესრულებად მივიჩნიოთ, რადგან ამ გადაცემის მთავარი ფოკუსი ქართული ჯარი და სამხედრო თემატიკაა.

რაც შეეხება კიდევ ერთ პრიორიტეტს, რის მიხედვითაც საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა დიასპორების შესახებ სპეციალური პროგრამა უნდა გაუშვას ეთერში, ამ პრიორიტეტს მაუწყებელი ფორმალურად ასრულებდა, რადგან ყოველ კვირას ეთერში „ამერიკის ხმის“ მიერ მომზადებული გადაცემა „ვაშინგტონი დღეს“ გადიოდა. გადაცემა ეხება ამერიკაში ქართულ დიასპორას. ბუნებრივია, ქართული დიასპორა ამერიკის შეერთებული შტატების გარდა სხვა უამრავ ქვეყანაში არსებობს და მხოლოდ „ვაშინგტონი დღეს“ ეთერში გაშვებით, მაუწყებელი ვერ ასრულებს იმ პრიორიტეტს, რომლის მიხედვითაც მან დიასპორების შესახებ პროგრამა უნდა ჩასვას ბაღში. უმჯობესი იქნებოდა, მომზადებულიყო ერთი გადაცემა, რომელშიც მიმოიხილავდნენ სხვადასხვა ქვეყნების ქართული დიასპორების აქტივობებს.

ბ) განათლება და კულტურა

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტებში ვკითხულობთ: „იმის გათვალისწინებით, რომ ქართულ ტელევიზორებში არ არსებობს სპეციალიზებული შემეცნებითი ან კულტურაზე ორიენტირებული არხები, ხოლო კერძო სამაუწყებლო არხები, კომერციული ინტერესებიდან გამომდინარე, თითქმის არ ათავსებენ ამ მიმართულების პროგრამულ პროდუქტებს საკუთარ ეთერში, საზოგადოებრივიმა მაუწყებელმა საგანმანათლებლო და კულტურის მიმართულებისათვის განკუთვნილი საეთერო დრო გაზარდოს არანაკლებ 35%-მდე. გაძლიერდეს საბავშვო და ახალგაზრდული პროგრამების მიმართულება ყველა ასაკობრივი (სკოლამდელი, უმცროსი სასკოლო, უფროსი სასკოლო, სტუდენტობა) ჯგუფისათვის“.

მონიტორინგის შედეგების მიხედვით, კულტურული და საგანმანათლებლო გადაცემების წილი პირველი არხის ეთერში 24,8 % იქნებოდა, მაშინაც კი თუკი ამ მიმართულებაში ჩავთვლიდით ნაწილობრივ შესაბამისი ტიპის ისეთ პროდუქტს, როგორც დოკუმენტური ფილმებია (10,7 %).

სამწახაროდ, პირველი არხი ვერც ამ მიმართულების პრიორიტეტებს ასრულებდა სათანადოდ. ეთერში გადიოდა ერთადერთი საბავშვო გადაცემა „ყოჩაღების ქუჩაზე“, რომლის სამიზნე აუდიტორია სკოლამდელი და უმცროსი ასაკის მოსწავლეები არიან. ეთერში პრაქტიკულად, არც ერთი გადაცემა არ

გასულა უფროსკლასელი მოსწავლეებისა და სტუდენტებისთვის.

მეორე მრივ, ამ მიმართულებაში უნდა აღინიშნოს პოზიტიური ცვლელელებაც: მაუწყებელი ხშირად უშვებდა უცხოური კომპანიების მიერ მომზადებულ შემეცნებით დოკუმენტური ფილმებს არქიტექტურის, სახვითი ხელოვნების, მუსიკის, ზუსტი და საბუნებისმეტყველო მეცნიერებების შესახებ, რითიც შეიძლება იტყვას, ასრულებდა შესაბამის პრიორიტეტს. თუმცა, შესაძლებელია, აუდიტორიისთვის ამ თემაზე მასალის მიწოდების უფრო საინტერესო ფორმატების მოძებნა, ვიდრე უბრალოდ დოკუმენტური ფილმის შესყიდვა. შესაძლებელია რაიმე ისეთი უცხოური გადაცემის ფორმატის შესყიდვა, ან ახლის შექმნა, რომელიც ამ თემატიკას ეხება. როგორც ჩანს, მაუწყებელს ამ სექტორის შესაძლებლობები საფუძვლიანად არ აქვს შესწავლილი.

ვ) გართობა და სპორტი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტების მიხედვით, ამ მიმართულებისთვის უნდა განისაზღვროს საერთო ეთერის არაუმეტეს 20%. ამავე პრიორიტეტების მიხედვით, მაუწყებელში "საპნის ოპერების" ჩანაცვლება მხატვრული და შემეცნებითი სატელევიზიო ფილმებით უნდა მომხდარიყო, ასევე უნდა გამოიკვეთილიყო ადგილობრივი წარმოების პროდუქციის ზრდის ტენდენცია. სამწუხაროდ, როგორც მონიტორინგის რაოდენობრივი შედეგებიც აჩვენებს, ეთერის უდიდესი ნაწილი კვლავაც საპნის ოპერებს ეთმობა. მონიტორინგმა აჩვენა, რომ სერიალები და სხვა მხატვრული პროდუქცია მოზრდილებისთვის, დაკვირვების პერიოდში, ეთერის 37,4%-ს იკავებდა, დამატებით 10,5% ეთმობოდა გასართობ პროგრამებს.

უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში გასული მულტფილმები, დოკუმენტური ფილმები და ხშირად მხატვრული ფილმებიც, საკმაოდ დაბალი ხარისხის იყო. რჩება შთაბეჭდილება, რომ ხშირად, ამ სახის პროდუქტი პირდაპირაა ჩაყრილი ბადეში, ბადის ამოსავსებად და არ არის მორგებული სამიზნე აუდიტორიაზე.

მაგალითად, პირველ ნოემბერს მაუწყებლობა დაიწყო მულტფილმებით, გავიდა სამი აბსოლუტურად იდენტური შინაარსის მულტფილმი ზედიზედ. (სამივე მულტფილმი ეხებოდა კოსმოსურ ხომალდებს) გრაფიკა, ანიმაცია, თითქმის იდენტურია და საკმაოდ დაბალი ხარისხის. საერთო ჯამში, სამივე მულტფილმი გაგრძელდა 1 სთ და 55 წთ, ბუნებრივია ამ ხარისხის მულტფილმების მიყოლებით და ასეთი ხანგრძლივობით ეთერში გაშვება, არანაირ საზოგადოებრივ ინტერესში არ ჯდება.

ასევე, კრიტიკას ვერ უძლებს ზოგიერთი გასართობი გადაცემის შინაარსიც. განსაკუთრებით ამ ტიპის გადაცემებში შეინიშნებოდა წამყვანების სტერეოტიპული მიდგომა რიგი მგრძობიარე საკითხების მიმართ. მაგალითად, 10 დეკემბერს, დილის გადაცემაში წამყვანის გამონათქვამები გენდერულ საკითხებზე შეიცავდა დისკრიმინაციის ნიშნებს, მის საუბარს კი ტიტრად ასევე დისკრიმინაციის შემცველი ტექსტი იღო.

გადაცემის წამყვანი ამბობს: „როგორც ასტროლოგები ამბობენ, მხოლოდ სამი ნიშნის ქვეშ დაბადებულ ქალბატონებს აქვთ ძლიერი ხასიათი, ისეთი როგორც მამაკაცებს. არსებობს მოსაზრება, რომ ძლიერი

სქესის წარმომადგენლებს, ეშინიათ ჭკვიანი და გონიერი ქალების. და მე ამ მოსაზრებას აბსოლუტურად ვეთანხმები, არც ერთ მამაკაცს, არ მოსწონს, როდესაც ქალი მის პროფესიულ ცხოვრებაში ერევა და გარკვეულ საკითხებში მითითებებს აძლევს, განსაკუთრებით კი კომპეტენტურ საკითხებზე შენიშვნებს. ახლა ჩამოგივლით, ზოდიაქოს მიხედვით ყველაზე ჭკვიან და გონიერ ქალებს, რომლებსაც, ასტროლოგების თქმით, მამაკაცური აზროვნების უნარი გააჩნიათ, ამიტომაც ისინი ისეთ საქმეებს უმკლავდებიან, რაც მამაკაცს ევალება“.

ძირითადი მიგნებები:

- მაუწყებელი სრულყოფილად ვერ ასრულებდა დადგენილ პრიორიტეტებს; საზოგადოებრივი მაუწყებელი რიგ შემთხვევაში ან არსებითად ვერ ასრულებდა გაწერილ პრიორიტეტებს, ან მათ შესრულებას ფორმალურად ცდილობდა.
- ეთერის დიდი ნაწილი კვლავაც საპნის ოპერებს ეჭირა (20%), მაშინ როდესაც პროგრამულ ბადაე საკმარისად ვერ ასახავდა საინფორმაციო მიმართულების პრიორიტეტებს (16 %)
- მონიტორინგის პერიოდში ეთერში არ განთავსებულა ჟურნალისტური გამოძიება;
- ეთერში არ გასულა სპეციალური გადაცემა NATO-სა და ევროსტრუქტურების საქმიანობის შესახებ მაშინ როდესაც პრიორიტეტების მიხედვით, ამ გადაცემას უნდა დაეთმოს სპეციალური ყოველკვირეული გადაცემა;
- საზოგადოებრივი მაუწყებელს სერიოზული ხარვეზები ჰქონდა მრავალფეროვნების გაშუქების კუთხით, ეთერში არ გასულა უმცირესობების შესახებ გადაცემები.

5.2.2. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მეორე არხი

პრიორიტეტები:

- საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მაუწყებლობისათვის (მათ შორის საქართველოს ენებზე ტრანსლირებული ახალი ამბების გამოშვებისათვის) განკუთვნილი საეთერო დრო არანაკლებ 80%. საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ მაუწყებლობაში არხის პრიორიტეტებს განსაზღვრავს 2010 წლის 22 თებერვალს, საქართველოს პარლამენტს, საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის ამერიკის ეროვნული დემოკრატიული ინსტიტუტის პატრონაჟით გაფორმებული შეთანხმება;
- საგანმანათლებლო და კულტურული მიმართულებისათვის გამოყოფილი საეთერო დრო არაუმეტეს 20%. მიმართულება უნდა ასახავდეს არხის ძირითად ფუნქციას და მან უნდა წარმოაჩინოს პოლიტიკური აზროვნების ჩასახვისა და განვითარების ეტაპები შემეცნებითი და საგანმანათლებლო თემატიკისა და ფილმების ფორმით.

რეკომენდაციები:

- არხის ეთერში შენარჩუნდეს საქართველოს ენებზე ახალი ამბების გამოშვებები;
- საგანმანათლებლო და კულტურის მიმართულების წარმოჩენა სასურველია შემეცნებითი და

საგანმანათლებლო თოქშოუებისა და ფილმების ფორმით.

პოლიტიკური პროცესების გაშუქება

პრიორიტეტების მიხედვით, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მეორე არხს ჰქონდა ორი ძირითადი მიმართულება - 1. დაუთმოს საზოგადოებრივ და პოლიტიკურ მაუწყებლობას საერთო საეთერო დროის არანაკლებ 80%-ისა; 2. დარჩენილი 20% გაანაწილოს საგანმანათლებლო და კულტურულ მიმართულებაზე.

მეორე არხის ეთერის შინაარსის განმსაზღვრელი 2010 წლის 22 თებერვლის მემორანდუმისა¹⁵, რომელიც არხს, პარლამენტსა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის ამერიკის ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტის (NDI) პატრონაჟით გაფორმდა. ამ მემორანდუმით მეორე არხს რამდენიმე კონკრეტული ვალდებულება განესაზღვა.

მემორანდუმის მიხედვით, მე-2 არხზე ყოველდღიურად პრაიმ ტაიმში (22-23 საათი) ერთსაათიანი საეთერო დრო უნდა დაუთმოს პოლიტიკურ პარტიებს. გადაცემა „თავისუფალი ტრიბუნა“ რომელიც სწორედ ამ ვალდებულების შესრულებისათვის მზადდება, ეთერში გადიოდა ყოველდღე შაბათ-კვირის გარდა 19:00 საათზე. მიუხედავად იმისა, რომ მემორანდუმმა კონკრეტულად განსაზღვრა გადაცემის გასვლის საათობრივი დრო (22-23 საათი), 19:00 საათზე გადაცემის გასვლა მნიშვნელოვან დარღვევას არ უნდა წარმოადგენდეს, რამდენადაც ის საეთერო სივრცეს პრაიმ ტაიმში (19.00-24.00)¹⁶ იკავებს. მემორანდუმის მიხედვით არხმა დილის ეთერში წინა საღამოს გასული პოლიტიკური შინაარსის მასალა უნდა გაიმეოროს. მეორე არხი ამ ვალდებულებას ზედმინვენით ასრულებდა.

ასევე, არხი ეთერის მნიშვნელოვან ნაწილს უთმობდა მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების, მათ შორის პოლიტიკური სუბიექტების ბრიფინგებისა და პრესკონფერენციების გაშუქებას. პოლიტიკური სუბიექტები, მეორე არხზე, სარედაქციო ჩარევის გარეშე თავისუფალი ეთერით სარგებლობდნენ, რაც არხის მხრიდან მასზე დაკისრებული ვალდებულების შესრულების მცდელობად უნდა ჩაითვალოს. ეს განსაკუთრებით შესამჩნევია სამუშაო დღეების განმავლობაში, როდესაც ეთერში მხოლოდ პოლიტიკური შინაარსის ტელეპროგრამა (“თავისუფალი ტრიბუნა”, “ბრიფინგის დრო”, “არგუმენტების დრო”, “მოამბე”) გადის. ვალდებულების მიხედვით, მაუწყებელი პერიოდულად, პირდაპირ ეთერში გადასცემდა პარლამენტის პლენარულ სესიებსა და საპარლამენტო კომიტეტების სხდომებს.

მემორანდუმის კიდევ ერთი ვალდებულება (მაუწყებელმა უნდა უზრუნველყოს დებატები კანონპროექტებზე, რომლის განხილვაც პარლამენტში მიმდინარეობს) ხორციელდებოდა ტოკ-შოუთი „არგუმენტების დრო“. გაადაცემის მიზანს პარლამენტში მიმდინარე კანონპროექტებისა და პროცესების მიმოხილვა წარმოადგენს. „არგუმენტების დრო“ კვირაში სამჯერ გადიოდა ეთერში, აქედან ერთი

¹⁵ <http://gpb.ge/uploads/documents/8ebb6e0a-4b34-473c-9f6a-fcf7f1d0b32fChannel%20%20MOU%20FINAL.pdf>

¹⁶ კანონი მაუწყებლობის შესახებ, მუხლი 2 (II) - განმარტებები.

გადაცემა ამ ვალდებულების შესრულებას ეთმობოდა, დანარჩენი ორი კი ქვეყანაში კვირის აქტუალურ თემებს. გადაცემის სასარგებლოდ უნდა ითქვას, რომ ის ახერხებდა ქვეყანაში არსებულ სოციალურ და პოლიტიკურ პროცესებზე სწორ რეაგირებას და სოციალურად მნიშვნელოვანი, საჯარო ინტერესის საკითხების გაშუქებას ცდილობდა.

ამავდროულად შეიმჩნეოდა სტუმრების ერთფეროვნება, ხშირიად, დროის მოკლე მონაკვეთში, გადაცემას ერთი და იგივე ადამიანები სტუმრობდნენ. არანაკლებ მნიშვნელოვანი პრობლემაა ის, რომ სამონიტორინგო პერიოდში გადაცემაში არ ყოფილან სტუმრად საპარლამენტო უმცირესობის, “ნაციონალური მოძრაობის” წარმომადგენლები. გადაცემაში “არგუმენტების დრო” არც ოპოზიციის სხვა წარმომადგენლებს მიუღიათ მონაწილეობა. არადა მემორანდუმის თანახმად: „არხი ასევე უზრუნველყოფს დებატებს კანონპროექტებზე, რომელთა განხილვაც მიმდინარეობს პარლამენტში. დებატები ეთერში გავა კვირაში არანაკლებ ერთხელ და სრული პარიტეტის დაცვით, მასში მონაწილეობას მიიღებენ როგორც საპარლამენტო, ასევე არასაპარლამენტო პოლიტიკური პარტიების წარმომადგენლები“.

ასევე, კვირაში ერთხელ ეთერში გადიოდა გადაცემა „ეპიცენტრი“, რომელიც აღმასრულებელი, ადგილობრივი და საკანონდებლო ორგანოს წარმომადგენლებთან ერთად სხვადასხვა სოციალურ-პოლიტიკური და ზოგადად, პოლიტიკური პროცესების შეფასებას ცდილობდა.

მაუწყებლობა საქართველოს ენებზე

„საქართველოს ენებზე მაუწყებლობის“ პროექტის შესაბამისად მეორე არხი ვალდებულია მოამზადოს საინფორმაციო გამოშვება უმცირესობების ენებზე და ყოველი დღის საღამოსა და დილის ეთერში გადასცეს. არხი ამ ვალდებულებას ნაწილობრივ ასრულებდა, კვირის სამუშაო დღეებში 20:00 საათზე 5 ენაზე მომზადებული „მოამბე“ გადიოდა ეთერში, თუმცა მსგავსი გადაცემა არხის შაბათ-კვირისა და დილის ტელეპროგრამაში არ შეგვხვედრია.

23:00 საათზე, სამუშაო დღეებში არხი ეთერს უთმობდა რადიო “თავისუფალი ევროპა/რადიო თავისუფლებისა” და “ამერიკის ხმის” ერთობლივ პროექტს „რეალურ დროს“, რომელიც ხორციელდება საქართველოში, ესტონეთში, ლატვიაში, ლიტვაში, მოლდავეთსა და უკრაინაში მოქმედ საზოგადოებრივ და კერძო მაუწყებლებთან თანამშრომლობით. გადაცემა რუსულენოვანია და უმეტესწილად პოსტ-საბჭოთა სივრცის ახალი ამბების გაშუქებას ეთმობა. მიუხედავად პრიორიტეტებში არსებული ჩანაწერისა „არხის ეთერში შენარჩუნდეს საქართველოს ენებზე ახალი ამბების გამოშვებები“ მეორე არხზე არ გასულა საინფორმაციო გამოშვება ქართულ ენაზე.

გამომძიებელი რეპორტიორი

პირველი არხისათვის დადგენილ პრიორიტეტებში მითითებულია, რომ „შეიქმნას სპეციალური პროექტი ურნალისტური გამოძიების¹⁷ ფორმატში, სიხშირით არანაკლებ 12 გადაცემა წელიწადში“. აღნიშული ვალდებულება სრულდება არა პირველი არხის, არამედ მეორე არხის მეშვეობით.

მეორე არხის ეთერში გადაიცემოდა საგამომძიებო ხასიათის გადაცემა, „გამომძიებელი რეპორტიორი“. სამონიტორინგო პერიოდში ეთერში გასულ ფილმებში მოყვანილი ბრალდებები, ხშირად, არ იყო განმტკიცებული დოკუმენტებით, ხშირ შემთხვევაში, წამოჭრილ ბრალდებებს არ ჰყავდა მოპასუხე მხარე.

○ 15 დეკემბერს ეთერში გავიდა „ლაფანყურის საქმე“. გადაცემაში ისმის ბრალდებები ვალერი ზუმბაძის მიმართ, რომელიც წინა ხელისუფლების დროსაც მუშაობდა ძალოვან სტრუქტურაში და ახლაც ის ხელმძღვანელობს გამოძიებას. „ლაფანყურის ოპერაციის გამოძიებას შსს-ს ის მაღალჩინოსანი ხელმძღვანელობს, რომელიც ნაციონალების ხელისუფლებაში ყოფნის დროს, იმავე უწყებაში მუშაობდა და ხელისუფლების ნებისმიერ დაკვეთას ასრულებდა, დღეს ვალერი ზუმბაძე შსს-ს ანტიტერორისტული დეპარტამენტის მაღალ თანამდებობას იკავებს. რამდენად ობიექტური შეიძლება იყოს, სააკაშვილის ხელისუფლების ყოფილი მაღალჩინოსნის მიერ გამოძიებული ის საქმე, რომელიც ყოფილი ხელისუფლების წინააღმდეგ შეიძლება, შეტრიალდეს, სად იკვეთება ძველი და ახალი ხელისუფლების ინტერესები ლაფანყურში?“ (21:54-21:55);

ამ ბრალდების ფილმში გაჟღერების მიუხედავად არ არის ზუმბაძის კომენტარი და არც არის აღნიშნული, სცადა თუ არა ურნალისტმა მასთან დაკავშირება. აქვე მოყვანილია ეთნიკურად ჩეჩენის ინტერვიუ, სადაც ის საუბრობს, რომ ვალერი ზუმბაძე სთავაზობდა კარგ სახლსა და მანქანას, თუ შსს-ს მაღალჩინოსნის, გია ლორთქიფანიძის წინააღმდეგ მისცემდა ჩვენებას. რესპონდენტი ამბობს, რომ მან შეთავაზება არ მიიღო, რის გამოც ყველაფერი დაკარგა. (21:57-21:58).

გადაცემაში არ არის წარმოჩენილი მთავრობის პოზიცია, არც ყოფილი ხელისუფლების პასუხები. დასმული კითხვები ღიად რჩება. ერთადერთი კომენტარი, რომელიც გამოყენებულია, არის არქივიდან ამოღებული, რამდენიმეწამიანი კომენტარი, სადაც პრემიერი ამბობს, რომ ლაფანყურის საქმე გამოძიებას ექვემდებარება და მას კონტრდაზვერვის სამსახური იძიებს. ასევე არ არის შსს-ს კომენტარი იმის შესახებ, თუ რა ეტაპზეა ამჟამად საქმე.

○ კიდევ ერთი გამოძიება წინა ხელისუფლების დროს ციხეში პატიმრების არაადამიანურად მოპყრობას მიეძღვნა რომელსაც სათაურად „სოდომის მოქალაქეები“ ერქვა. ურნალისტის მცდელობა გადაცემისთვის სხარტი და საინტერესო სახელი მოეფიქრებინა საბოლოოდ მისი რესპონდენტების სტიგმატიზებაში გადაიზარდა.

აღსანიშნავია, რომ აქამდე მომზადებული ყველა გამოძიება წინა ხელისუფლების მიერ და მისი მმართველობის პერიოდში მომხდარ დანაშაულებს ეხებოდა და უმეტესად, მხოლოდ დაზარალებულების ნარატივებს ეყრდნობოდა.

¹⁷ „მაუნციბელთა ქცევის კოდექსის“ თანახმად ურნალისტური გამოძიება არის ინსტიტუტებისა და საზოგადოებისათვის საინტერესო და მნიშვნელოვანი ფაქტის ან ქმედების დეტალური კვლევა და შესწავლა .

კიდევ ერთი გადაცემა, რომელიც არაობიექტურობაზე აჩენს ეჭვს „უნივერსიტეტი“. სახელწოდებიდან გამომდინარე გადაცემის თემატიკა უმაღლეს სასწავლებლებს ეხება, ძირითადად, თბილისის სახელწოდებულ უნივერსიტეტს. ერთ-ერთი გადაცემის დასაწყისში (15.11.2014), რომელიც უნივერსიტეტში სტუდენტების პროტესტს ეხება, წამყვანი ტექსტი სუბიექტური და მიკერძოებულია, ის წარმოადგენს მხარეს, რომელიც უნივერსიტეტის რექტორის ლადო პაპავას მიმართ ლოიალურია და სტუდენტურ პროტესტს ახალგაზრდულ მემბოხე ბუნებად და ინფანტილიზმად ნათლავს. წამყვანი იყენებს გამოთქმას „ცილისმწამებლური განცხადებები ლადო პაპავას მიმართ“ , რითაც უკვე განსაზღვრავს საკუთარ პოზიციას.

ძირითადი მიგნებები:

- მაუწყებლის ეთერში გაჯერებული იყო პოლიტიკური პროგრამებით, მათ შორის ეთერში გადის საპარლამენტო სხდომები, რაც საერთო საეთერო დროის თითქმის 70%-ს იკავებს.
- დებატების შემცველ გადაცემებში არ იყო დაცული პოლიტიკური ბალანსი - მაშინ როდესაც ხელისუფლების წარმომადგენლები, ისე როგორც მმართველი კოალიცია ფართოდაა წარმოდგენილი, პოლიტიკური ოპოზიცია დებატებში არ ჩანს.
- არხი ცდილობდა შეევსო პირველი არხის ეთერში საგამოძიებო უზრუნველყოფის არარსებობით გამოწვეული ნაკლოვანება, თუმცა გადაცემა “გამომძიებელი რეპორტიორი” ვერ აკმაყოფილებს ჟანრის სტანდარტებს.
- ძალიან მცირე დრო ეთმობოდა საგანმანათლებლო პროგრამებს.
- მაუწყებელი ეთერში გადასცემდა ახალ ამბებს უმცირესობის ენებზე - მეორე არხი აღმოჩნდა ერთადერთი დაკვირვების ქვეშ მყოფ არხებს შორის, რომელიც მაყურებელს ამგვარ პროდუქტს სთავაზობდა - თუმცა ამავე დროს არ უზრუნველყოფდა საინფორმაციო გადაცემების წარმოებას ქართულ ენაზე;

5.2.3. აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი (აჭარის ტელევიზია)

აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლის მრჩეველთა საბჭო, საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მსგავსად, ადგენს არხის პროგრამულ პრიორიტეტებს.¹⁸ გარდა ამისა, მაუწყებლობის შესახებ საქართველოს კანონის მე-16 მუხლი განსაზღვრავს მაუწყებლის შინაარსობრივ ვალდებულებებს.

დადგენილი პრიორიტეტების შესრულების მიზნით, აჭარის ტელევიზიის სამაუწყებლო ბაღე მონიტორინგის პერიოდში შემდეგნაირად გამოიყურებოდა:

ახალი ამბები

მონიტორინგის დასაწყისში აჭარის ტელევიზია რეორგანიზაციის რეჟიმში იყო, რაზეც მაუწყებლობისას გაკეთებული წარწერა გვამცნობდა. განახლებულ ეთერამდე აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი

¹⁸ აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტები, <http://ajaratv.ge/files/ms/ganxadebebi/prioritetebi.pdf>.

დილას 8:30-ზე, დაიჯესტით იწყებდა, რომელიც წინა საღამოს, 22:30-ზე გასული საინფორმაციო დაიჯესტის გამეორება იყო.

3 ნოემბრიდან აჭარის ტელევიზიამ განახლებული ეთერით დაიწყო მაუწყებლობა. გადაცემების გარდა, ცვლილება შეეხო საინფორმაციო გამოშვებას. გადაერქვა სახელი და „დროს“ ნაცვლად ეწოდა „მთავარი ამბები“, ღლის განმავლობაში საინფორმაციოს კი „ღლის ამბები“ ჰქვია. გარდა ამისა, დაანონსდა, რომ ახალი ამბები საათში ერთხელ გადაიციელოდა. წამყვანით ეთერში გადის 12:00-იანი, 15:00-იანი, 18:00-იანი და 21:00-იანი ახალი ამბები, დანარჩენი გადის წამყვანის გარეშე, დაიჯესტის სახით და ხანგრძლივობა 2-3 წუთია. თუმცა, მონიტორინგის პერიოდში იყო შემთხვევები, როდესაც დაიჯესტური საინფორმაციო გამოშვება ეთერში არ გასულა ან გასულა დაგვიანებით (16:07-ზე, 12:58-ზე და ა.შ).

აჭარის ტელევიზია თავის ახალ ამბებში, ძირითადად, იცავს ჟურნალისტური ეთიკასა და პროფესიულ სტანდარტს, დაფიქსირდა მხოლოდ რამდენიმე გადაცდომა:

16 ოქტომბერს, ნიუსის თემა ეხებოდა ახალგაზრდა ადვოკატების ბრალდებას, რომ საკონსტიტუციო სასამართლოს თავმჯდომარე, გიორგი პაპუაშვილი, უკანონოდ ცხოვრობს მოქალაქისთვის ჩამორთმეულ სახლში. თუმცა ამავე ნიუსში არ იყო წარმოდგენილი პაპუაშვილის პოზიცია.

29 ოქტომბრის პირველ სიუჟეტში საუბარია კომპენსაციაზე, რომელიც დაზარალებულმა ფერმერებმა მიიღეს. სიუჟეტი ქედის მუნიციპალიტეტის სოფელ პირველ მაისს ეხება და აღნიშნულია, რომ კომპენსაცია დეპუტატ იაშა შერვაშიძის ძმამ, ნოდარ შერვაშიძემ მიიღო, მაშინ როცა სხვებს არ მიუღიათ. ჩანერილია გამგებელი, რომელიც ამბობს, რომ თანხების გადანაწილებისას მიკერძოებას ადგილი არ ჰქონია. თუმცა არ არის ჩანერილი არც დეპუტატი და არც მისი ძმა.

როგორც მონიტორინგის ჯგუფმა გაარკვია არხის ახალი ამბების განყოფილებისგან, ჩამოთვლილ შემთხვევებში, ჟურნალისტებმა სცადეს მოპასუხე მხარეების ჩანერა, თუმცა მათთან დაკავშირება ან შეუძლებელი აღმოჩნდა, ან კომენტარზე უარი მიიღეს. თუმცა ეს განმარტება უნდა მიეღო მაყურებელს, რაც სურათს უფრო დაბალანსებულს გახდიდა.

გადაცემები

სამონიტორინგო პერიოდში ეთერში გადიოდა გადაცემები „Rec-time“, რომელიც მსოფლიო მუსიკის ლეგენდებს ეხებოდა, ასევე მოკლემეტრაჟიანი დოკუმენტური ფილმების სერია „პორტრეტი“, რომელიც ბათუმელი კოლორიტების ცხოვრებას ასახავს. გადაცემა კულტურულ ცხოვრებაზე, „სცენა“, ასევე, გადაცემა „მე ბათუმელი ვარ“. მაუწყებლის ეთერში გადიოდა მოკლემეტრაჟიანი დოკუმენტური ფილმი, „ჩემი საქართველო“, რომელიც მაყურებელს საქართველოს ფარგლებს გარეთ არსებულ ისტორიულ ძეგლებზე მოუთხრობს. გადაიციელოდა „ეთნოგრაფიული ნარკვევები“, რომელიც ძველ ქართულ ტრადიციებს შეეხება და ჟურნალისტის ტექსტის გარეშე, ძველი ქართული მუსიკალური გაფორმებით გადის ეთერში.

ეს არ არის მაუწყებლის გადაცემების სრული ჩამონათვალი. უნდა ითქვას, რომ მაუწყებლის ბაღე გაჯერებულია მრავალფეროვანი გადაცემებით სხვადასხვა თემაზე.

არხის ერთ-ერთი პრიორიტეტის თანახმად, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ტოკ-შოუების გარდა, არხმა წელიწადში, არანაკლებ, 12 საგამოძიებო რეპორტაჟი უნდა გააკეთოს. სახელმძღვანელო რეკომენდაციაში მითითებულია, რომ „დაინერგოს „ჟურნალისტური გამოძიების“ ფორმატის გადაცემათა ციკლი, რომელიც მიმართული იქნება მიმდინარე სოციალური, პოლიტიკური, კულტურული და ეკოლოგიური პროცესების ანალიტიკური და სამართლებრივი გააზრებისკენ. გამოცხადდეს ტენდერი“

აღნიშნული პრიორიტეტის შესრულების მიზნით, აჭარის ტელევიზიის განახლებულ ეთერში გავიდა „სპეციალური რეპორტაჟი“. გადაცემებიდან მონიტორინგის ქვეშ მოხვდა მხოლოდ ერთი, რომელიც ამ პერიოდში, 9 ნოემბერს გავიდა ეთერში - „სანამ პეტრე მოვა“. სიუჟეტში საკანალიზაციო სისტემის მონყობაზეა საუბარი და თანხებზე, რომელიც რეაბილიტაციისათვის გამოიყო. რეპორტაჟი არ არის კონკრეტულ თემაზე ფოკუსირებული, წამოჭრილია რამდენიმე პრობლემა, თუმცა არ არის მკაფიოდ განსაზღვრული. ასევე არადაამაკმაყოფილებელია რესპონდენტთა პასუხები თემაზე. შეიძლება ითქვას, რომ მცდელობის მიუხედავად, გადაცემა ვერ პასუხობს უანრის სტანდარტებს და ის უფრო მოკვლევითი ხასიათისაა, ვიდრე საგამოძიებო.

აქვე ნიშანდობლივია, რომ აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტებში, სოციალურ-პოლიტიკურ მიმართულებაში, აღნიშნულია, რომ რეგულარული საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თოქშოუები და პროექტები უნდა ხორციელდებოდეს ყოველდღიურად, სასურველია ერთსა და იმავე საეთერო ზოლში. რეალურად კი, მონიტორინგის პერიოდში, ეთერში გადიოდა ორი პოლიტიკური ტოკ-შოუ (თითოეული კვირაში ერთხელ), „პირისპირ“ და „ფაქტორი“. უნდა ითქვას, რომ დილის გადაცემა და პოლიტიკური ტოქ-შოუ ეთერის განახლებიდან ერთ კვირაში გავიდა.

ახალ ეთერში არხის სამაუწყებლო ბაღეს დაემატა ასევე გადაცემა „პროტოტიპი“, რომელიც რომელიც მწერლებს, წიგნებს, მხატვრებსა და კულტურულ მიმდინარეობებს ეხება. გადაცემა საკმაოდ საინტერესო და კარგი საყურებელია. არხს აქვს კიდევ რამდენიმე საგანმანათლებლო-შემეცნებითი გადაცემა, მათ „რეკ-თაიმიც“, სადაც ცნობილ მუსიკოსებსა და შემსრულებლებზეა საუბარი; „მოგზაურობა ფოლკლორში“, რომელიც ქართულ ფოლკლორს შეეხება და „მგზავრის წერილები“, რომელიც აჭარის სოფლების ყოფა-ცხოვრებას ეხება.

საინტერესო გადაცემათა რიცხვშია „აგრო-რჩევები“, რომლებიც ევროკავშირის მხარდაჭერით მზადდება და ფერმერთათვის გამოსადეგ ინფორმაციას შეიცავს (ფერმერებს ეხება კიდევ ერთი გადაცემა „ფერმერის დროით“).

მთავარი მიგნებები:

- მაუწყებელი ცდილობდა პროგრამული პრიორიტეტების შესრულებას, თუმცა ეს არ ხორციელდებოდა სრულად;
- გადაცემები მრავალფეროვანი იყო, თუმცა არ იყო გათვლილი ყველა ასაკის მაყურებლისთვის.
- არხი ეთერში უშვებდა მრავალფეროვან გადაცემებს, თუმცა მისი საეთერო დროის თითქმის 40 % -ს მაინც მხატვრული ფილმები და სერიალები იკავებდა.
- საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ტოკ-შოუები და პროექტები არ ხორციელდებოდა ყოველდღიურად, რაც პრიორიტეტების მოთხოვნაა.
- მისასალამებელი მცდელობის მიუხედავად, გადაცემა, რომელიც წარმოდგენილია, როგორც უუნაღისტური გამოძიება, ვერ აკმაყოფილებს უანრის სტანდარტს

5.3. რეკლამა და სპონსორობა

5.3.1. საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის არხებზე რეკლამის განთავსების წესებს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი¹⁹ განსაზღვრავს, რომლის თანახმად, „საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე კომერციული რეკლამა ან ტელეშოპინგი შეიძლება განთავსდეს მხოლოდ სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალისა და კონკურსის ფარგლებში, საკონკურსო პროგრამის დაწყების, ბუნებრივი ინტერვალისა და დასრულების დროს“

მიუხედავად ასეთი დათქმისა, მონიტორინგის დროს გამოიკვეთა, რომ კანონის მოთხოვნები არ სრულდებოდა:

სსმ-ის 1 არხზე სხვადასხვა კომპანიის საიმიჯო, სარეკლამო რგოლები თითქმის ყველა ჭრაში გვხვდებოდა. უმეტეს შემთხვევაში გადაცემის ანონსებს მოყვებოდა მოკლე სარეკლამო რგოლი, რომელშიც გადაცემის სპონსორია დასახელებული, გარდა ამისა, ასეთ რგოლებს ყოველთვის მოსდევდა საიმიჯო ფრაზაც, კომპანიის პროდუქტის შესახებ.

მაგალითად, „ეტალონის სპონსორია “ახალი ნათება” - მონიტორინგის პერიოდში, რამდენიმე გადაცემაში დაფიქსირდა ფარული რეკლამის ნიშნები, თუმცა ამ მხრივ “ეტალონი” გამორჩეულია.

გადაცემას წინ უძღოდა რგოლები, გადაცემასთან მჭიდროდ დაკავშირებული სუბიექტების შესახებ. როგორც ამ რგოლიდან ირკვევა, „ეტალონისთვის“ ამგვარი სუბიექტები იყვნენ:

¹⁹ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი მუხლი 64. კომერციული რეკლამა და ტელეშოპინგი, პუნქტი 1

- შსს დაცვის პოლიცია - “ეტალონის” მხარდამჭერი
- „ახალი ნათება“ - “ეტალონის” პარტნიორი
- „კულა“ - “ეტალონის” მეგობარი
- „ხარება“ - “ეტალონის” პარტნიორი
- კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი - “ეტალონის” მეგობარი
- სპორტის სამინისტრო - “ეტალონის” მხარდამჭერი

კომპანიის სახელებს მოყვება სარეკლამო ფრაზაც, როგორცაა, “ახალი ნათება” უკვე თხუთმეტი წელია თქვენთან ერთად ნათელ და სასიამოვნო მოგონებებს ვქმნით, “ახალი ნათება”, გაანათე საუკეთესოდ“, ან „ეტალონის“ მეგობარია „კულა“, 100% ით ნატურალი პროდუქტი.

უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ კანონი არ ცნობს სიტყვებს: „მხარდამჭერი“, „მეგობარი“, „პარტნიორი“. კანონში აღნიშნული კონტექსტით ნახსენებია სიტყვა „სპონსორი“.

მსგავსი ტერმინოლოგიის გამოყენება, რომელიც ადამიანების აღქმაში შეიძლება იგივედებოდეს სპონსორის ცნებასთან, შეიძლება აიხსნას კანონის იმ მუხლებისთვის გვერდის ავლის მცდელობად, რომელიც რეკლამის გაშვებას კრძალავს.

მონიტორინგის პერიოდში „ეტალონის“ ყველა გადაცემაში, უშუალოდ გადაცემის მიმდინარეობისას, დაფიქსირდა რამდენიმე სახის ფარული რეკლამა (მიუხედავად იმისა, რომ “ეტალონი” გარეწარმოების წესით შეძენილი გადაცემაა, აღნიშნული ფაქტორი არ ათავისუფლებს გადაცემას სრულად შეასრულოს სსმ-ს პროგრამებისთვის დადგენილი ყველა ნორმა²⁰):

- ყველა გადაცემაში წამყვანის მაგიდა გაფორმებულია „ტაო პრივატ ბანკის“ ლოგოთი და ის მთელი გადაცემის განმავლობაში ჩანს კადრში. მონაწილეებს უკეთიათ „ტაოპრივატბანკის“ შარფები. ბანკი მონაწილეებს ე.წ. „იუნიორ ბარათებს“ ჩუქნის. 1 ნოემბრის გადაცემაში კი, თავად კომპანიის წარმომადგენელიც გამოჩნდა. გადაცემის მიმდინარეობისას ის საუბრობდა „იუნიორ ბარათის“ „სიკეთეებზე“ და მოუწოდებს ყველას, მივიდნენ ბანკში, შეავსონ განაცხადი, რათა მიიღონ „იუნიორ ბარათი“; გადაცემის შესავალ ნაწილში, იქ სადაც რგოლში ჩამოთვლილია გადაცემის სპონსორები, „ტაო პრივატბანკი“ არსადაა მოხსენებული, როგორც სპონსორი
- პირველი ნოემბრის გადაცემაში წამყვანი ამბობს: „ხაზი მინდა გავუსვა, რომ სპორტკომპლექსი „არენა“ ყველაზე მასობრივი, საუკეთესო სპორტკომპლექსია არა მარტო თბილისში, არამედ მთელ საქართველოში. სადაც ყოველთვიურად 20 ათასამდე ადამიანი იკაჟებს ჯანმრთელობას, ჩემი ჩათვლით“. მნიშვნელოვანია, რომ გადაცემის დასაწყისში გასულ საანონსო რგოლში არც „არენას“ სპონსორობაზე თქმულა რამე;
- გადაცემის მონაწილეების უკანა ფონზე, კედელზე გაკრულია „ჰუავის“ სარეკლამო პოსტერები. აღნიშნული კომპანიის სპონსორობის თაობაზე კი მითითება არ ყოფილა არც გადაცემის დასასრულს ან დასაწყისში;

²⁰ სსიპ საზოგადოებრივი მაუწყებლის #4408/02 2.12.2014 კორესპონდენცია.

○ „ეტალონის“ 14 ნოემბრის გადაცემაში პურის („მხნეობა“) რეკლამა გამოჩნდა. პური მთელი გადაცემის განმავლობაში ჩანდა კადრში, რადგან, წამყვანის მაგიდაზე, „ტაოპრივატბანკის“ ლოგოიანი სადგამის გვერდით იდო - „დღევანდელი გადაცემის მონვეული სტუმარი გახლავთ ყველაზე ჯანსაღი ქართული პური „მხნეობის“ წარმომადგენელი, ამ პურს - „მხნეობას“, მთელი საქართველო კარგად იცნობს და მე მხოლოდ ამ პურით ვიკვებები, აჩვენეთ ეს პური ახალგაზრდებს. მე მინდა გითხრათ, რომ რეკომენდაციას და რეკლამას ვუწევთ არა მარტო უმსხვილეს უცხოურ კომპანიებს, არამედ ჩვენსას, ქართულსაც, მაღლიანსაც გვინდა მხარი დაუჭიროთ“ - წამყვანს ხელში პური უჭირავს. აქვე ჩნდება გადასაფარი კადრი, სადაც ჩანან მოსწავლეები (გადაცემის მონაწილეები) რომელთაც, ასევე პური „მხნეობა“ უჭირავთ.

გასათვალისწინებელია, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 68-ე მუხლის თანახმად²¹ „სპონსორის მიერ ნაწილობრივ ან მთლიანად დაფინანსებულ პროგრამაში სპონსორზე ნათლად მიეთითება პროგრამის დასაწყისში ან/და დასასრულს“ მონიტორინგის ჯგუფი მიიჩნევს, რომ გადაცემის განმავლობაში სპონსორების მოხსენიება ან მათი სასაქონლო ნიშნის (ბრენდის) ჩვენება ცდება სპონსორობისათვის დადგენილ წესს - გაკეთდეს ნათლად მიეთითება სპონსორზე პროგრამის დასაწყისში ან/და დასასრულს - და ატარებს კომერციული რეკლამის ნიშნებს.

ამავე გადაცემაში დაფიქსირდა კიდევ ერთი დარღვევაც, გადაცემის შესავალში, სპონსორების ჩამონათვალში, „ეტალონის“ მხარდამჭერად დასახელებულია შსს-ს დაცვის პოლიცია და სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო, ამდენად, დარღვეულია კანონის²² კიდევ ერთი მოთხოვნა, რომლის თანახმადაც აკრძალულია ადმინისტრაციული ორგანოს, პოლიტიკური პარტიის, თანამდებობის პირისა და საჯარო მოსამსახურის მიერ მაუწყებლის დაფინანსება, აგრეთვე მისი მომსახურების შესყიდვა და მაუწყებლის პროგრამების მომზადების ან/და ეთერში გადაცემის პირდაპირი ან ირიბი დაფინანსება ან თანადაფინანსება.

საქართველოს კანონმდებლობის თანახმად, მაუწყებელს ასევე ევალება სწორად შეარჩიოს²³ სპონსორი, რადგან „ადმინისტრაციული ორგანო, კოლეგიური ადმინისტრაციული ორგანოს წევრი ან საჯარო მოსამსახურე, პოლიტიკური პარტია, პოლიტიკური პარტიის ლიდერი ან თანამდებობის პირი, პოლიტიკურ პარტიათა კოალიცია ან ბლოკი და სხვა საარჩევნო სუბიექტი არ შეიძლება იყვნენ პროგრამის სპონსორები“.

საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის განმარტებით²⁴, როგორც დაცვის პოლიცია²⁵ ისე სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო ადმინისტრაციული ორგანოები არიან. ამდენად, მაუწყებლის მიერ კანონის მოთხოვნები არ არის შესრულებული.

²¹ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი. მუხლი 68. სპონსორის მიერ დაფინანსებული პროგრამის იდენტიფიცირება სპონსორის მიერ

²² „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი მუხლი 66¹, პუნქტი 1. „მაუწყებლის დაფინანსების დაუმეგობლობა“

²³ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი, მუხლი 67, პუნქტი 1. „სპონსორობის დაუმეგობლობა“

²⁴ საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსი. მუხლი 2, პუნქტი 1, ქვეპუნქტი „ა“ - „ადმინისტრაციული ორგანო - ყველა სახელმწიფო ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანო ან დაწესებულება, საჯარო სამართლის იურიდიული პირი (გარდა პოლიტიკური და რელიგიური გაერთიანებებისა), აგრეთვე ნებისმიერი სხვა პირი, რომელიც საქართველოს კანონმდებლობის საფუძველზე ასრულებს საჯარო სამართლებრივ უფლებამოსილებებს“

ფარული რეკლამის ნიშნები შეგვხვდა 1 ნოემბრის გადაცემა „გურმანიაშიც“ - გადაცემის ნაწილი (დასაწყისი) ჩანერილია სუპერმარკეტ „გუდვილიში“, სადაც წამყვანები არჩევენ პროდუქტებს. წამყვანები საუბრობენ „გუდვილის“ ლოგოს ფონზე - „ჩვენ ვართ ინგრედიენტების სამყაროში, სადაც არის ყველა ის საშუალება, რომ მოვამზადოთ რამე გემრიელი და განსაკუთრებული“ - ამბობს „გუდვილის“ ლოგოს ფონზე მდგომი წამყვანი. კადრებში ჩანან გუდვილის თანამშრომლები, რომლებსაც კომპანიის სპეციალური უნიფორმები აცვიათ.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, კანონი საშუალებას აძლევს საზოგადოებრივ მაუწყებელს ჰყავდეს ჰყავდეს სპონსორები, თუმცა კანონის ზუსტი და ნათელი ფორმულირებით²⁶ მაუწყებელი ვალდებულია, რომ სპონსორის მიერ ნაწილობრივ ან მთლიანად დაფინანსებულ პროგრამაში სპონსორზე ნათლად მითითება გააკეთოს მოხლოდ პროგრამის დასაწყისში ან/და დასასრულს. ამდენად საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ მომზადებული რგოლები, რომელიც თან ერთვის გადაცემის ანონსებს, ფარული რეკლამა გადაცემებში („ეტალონი“ „გურმანი“) ეწინააღმდეგება კანონით დადგენილ ნორმებს.

გარდა კონკრეტული გადაცემებისა, სპონსორი ჰყავდა დღის ეთერსაც. „დღის ეთერის სპონსორია საკონდიტრო კომპანია სანდომი, მიერთვით ჯანსაღი და მსუბუქი ტკბილეული სანდომისაგან. სანდომი - ყველაზე ტკბილი ზღაპარი“. ამ ნაწილში სრულად გაურკვეველია თუ რომელ გადაცემებს ჰყავს სპონსორი დღის ეთერში და შედის თუ არა ამ პერიოდში ახალი ამბებიც.

მაუწყებლის ეთერში განთავსებული მსგავსი განცხადებები ქმნის ვარაუდს, რომ სპონსორის მიერ გადახდილი თანხა ასევე გათვლილია ახალ ამბებზე, რომელიც დღის ეთერის ბადეში ხვდება. აღნიშნული კი წინააღმდეგობაში მოდის მაუწყებლობის შესახებ კანონის ნორმებთან, რომელიც კრძალავს ახალი ამბების სპონსორობა.²⁷

ხშირად რეკლამები გვხვდება სარედაქციო მასალებშიც და მკაფიოდ გამიჯნული არ არის ერთმანეთისგან. ამდენად დარღვეულია რეკლამის ეთერში განთავსების პრინციპი²⁸ რომლის თანახმადაც „აუდიტორიის შეცდომაში შეყვანის თავიდან აცილების მიზნით მაუწყებელმა უნდა შეინარჩუნოს პროგრამის შინაარსზე სარედაქციო კონტროლის დამოუკიდებლობა და არ დაუშვას პროგრამების დამახინჯება მიღებული სარეგბლის სანაცვლოდ. რეკლამა მკაფიოდ უნდა გამიჯნოს პროგრამის ელემენტებისგან“ მონიტორინგის ჯგუფი მიიჩნევს, რომ სარედაქციო მასალის რეკლამისგან მკაცრად გამიჯვნის მიზნით არსებობს სარეკლამო ჭრები. მაყურებლის შეცდომაში შეყვანის თავიდან აცილებისათვის კი, სწორედ ამ ჭრებში უნდა ხვდებოდეს სარეკლამო მასალა და არა უშუალოდ, გადაცემაში.

²⁵ დაცვის პოლიცია საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროს მიერ დაფუძნებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირია. <http://police.ge/ge/lepl/datsvis-politsia>

²⁶ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი მუხლი 68

²⁷ „იკრძალება შემდეგი სახის პროგრამების სპონსორობა: ა) ახალი ამბების პროგრამები (გარდა სპორტული მიმოხილვისა და ამინდის პროგნოზისა, თუ ისინი ცალკე პროგრამის სახით გადაიცემა)“

²⁸ „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“ მუხლი 57.

5.3.2. აჭარის ტელევიზია

მონიტორინგის პერიოდში საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიის ეთერში რამდენიმე რეკლამა გავიდა. მათი შინაარსიდან გამომდინარე, შესაძლოა ვივარაუდოთ, რომ ისინი სოციალური რეკლამის²⁹ ტიპს განეკუთვნება, თუმცა რთულია იდენტიფიცირება, იყო თუ არა ნამდვილად სოციალური რეკლამა.

სოციალური რეკლამის განთავსების წესის თაობაზე ქართიამ რამდენიმე შეკითხვით მიმართა მაუწყებელს:

- როგორ ენიჭება სარეკლამო რგოლს სოციალური სტატუსი;
- ვინ ანიჭებს სარეკლამო რგოლს სოციალურ სტატუსს;
- რომელ სამართლებრივ აქტებზე დაყრდნობით განისაზღვრება ზემოაღნიშნული სტატუსი (შიდა სამართლებრივი აქტის არსებობის შემთხვევაში გთხოვთ, მოგვანდოთ შესაბამისი დოკუმენტის ასლი).

ქართიის შეკითხვის პასუხად,³⁰ არხის დირექტორი სოსო სტურუა განმარტავს, რომ შესაბამისი მოთხოვნით შესულ წერილებსა და სარეკლამო რგოლებს სწავლობს მარკეტინგის სამსახური (რის თაობაზეც მზადდება მოხსენებითი ბარათი). მითითებული პროცედურის დასრულების შემდეგ იურიდიული სამსახური ამზადებს ბრძანების პროექტს ვიდეორგოლზე სოციალური სტატუსის მინიჭების შესახებ. ბრძანების გამოცემის შემდეგ სოციალური რეკლამა ხვდება ეთერში.

კორესპონდენტსთან ერთვის ერთ-ერთი ვიდეორგოლისათვის სოციალური სტატუსის მინიჭების შესახებ ბრძანების ასლი. წარმოდგენილი მასალიდან ირკვევა, რომ შესაბამისი პირები მსჯელობენ და ამზადებენ შესაბამის დასაბუთებას რეკლამის სტატუსთან დაკავშირებით.

აღსანიშნავია, რომ აჭარის ტელევიზიაში სპონსორები მთლიანად საღამოს ეთერს ჰყავდა. (ესენი იყვნენ შემდეგი კომპანიები (მათი ნაწილი სამონიტორინგო პერიოდში შეიცვალა): სალომბარდე სესხების გამცემი „ელტკომპანი“, ბაზისბანკის სამომხმარებლო სესხზე აქცია, რიკო-კრედიტი, GPI-ს სოფლის მეურნეობის დაზღვევა, სამშენებლო კომპანია „მარტი ჰოლდინგი“, მინერალური წყალი „კემისი“, კლინიკა „რეპროარტი“).

სპონსორობის შესახებ ინფორმაცია მაუწყებლის საღამოს ეთერში ორჯერ გადიოდა. თუმცა განცხადებით - „საღამოს ეთერის სპონსორი“ ეთერში განთავსებით მაუწყებელი ქმნის ვარაუდს, რომ სპონსორის მიერ გადახდილი თანხა ასევე გათვლილია ახალ ამბებზე, რომელიც საღამოს ეთერის ბადეში ხვდება.

²⁹ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის განმარტების თანახმად, სოციალური რეკლამა არის საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობისა და საქველმოქმედო მიზნების მიღწევისაკენ მიმართული რეკლამა, რომელიც არ არის არც კომერციულია არც წინასაარჩევნო რეკლამა და არ შეიცავს კერძო სამართლის იურიდიული პირის ან სამთავრობო დაწესებულების, აგრეთვე მათ მიერ განწესებული მომსახურების რეკლამას

³⁰ სსიპ საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიის და რადიოს პასუხი #01-11/424 კორესპონდენტს

აღნიშნული კი წინააღმდეგობაში მოდის კანონის იმ ნორმასთან, რომელიც ახალი ამბების სპონსორობას კრძალავს (იხილეთ 5.3.1 საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი).

სამონიტორინგო პერიოდში „დილის გადაცემა“ ეთერში არ გასულა, თუმცა აქტიურად ტრიალებდა მისი ანონსი. აღნიშნულ გადაცემას ჰყავდა სპონსორიც - სალომბარდე სესხების კომპანია, „ელტკომპანია“ (12 ნოემბრიდან დაემატა „ბათუმი 2007“ სამშენებლო კომპანია). მაუწყებლის ეთერში გადაცემის/ფილმის გაჭრისას ხშირად ანონსდება დილის გადაცემა და მას მოჰყვება სასპონსორო პაკეტის თაობაზე ინფორმაცია. გამომდინარე იქედან, რომ სპონსორის თაობაზე ინფორმაცია არ არის განთავსებული გადაცემის დასაწყისში ან დასასრულში, უფრო მეტიც მსგავსი გადაცემა საერთოდ არ გვხვდება მაუწყებლის ეთერში. მონიტორინგის ჯგუფი მიიჩნევს, რომ მსგავსი შემთხვევა კომერციული რეკლამის ნიშნებს შეიცავს. მნიშვნელოვანია, რომ მაუწყებელმა გამოიყენოს სპონსორობა, როგორც დაფინანსება ან თანადაფინანსება გადაცემის მომზადებისათვის, წინააღმდეგ შემთხვევაში ეს იქნება კომერციული რეკლამა, რომელის გაშვების უფლება, აჭარის ტელევიზიას აქვს „სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალისა და კონკურსის ფარგლებში, საკონკურსო პროგრამის დაწყების, ბუნებრივი ინტერვალისა და დასრულების დროს“³¹.

აღსანიშნავია, რომ სამონიტორინგო პერიოდში, მაუწყებელს არ გადაუცილებია დაწესებული ლიმიტისათვის, რომელიც რეკლამის საათში მხოლოდ 6 წუთით გაშვებას ითვალისწინებს.

15-22 ოქტომბრის ჩათვლით, „რეკ-თაიმის“ სამი გადაცემა გავიდა მაუწყებლის ეთერში (15 ოქტომბერი 16:30, 18 ოქტომბერი - 22:57, 19 ოქტომბერი 16:30, 22 ოქტომბერს, 16:32 (გამეორება)). გადაცემის დასაწყისშივე, წამყვანი უთითებს, რომ გადაცემის მასპინძელია რესტორანი „ძველი ბულვარი“, თუმცა არსადაა აღნიშვნა იყო თუ არა „ძველი ბულვარი“ გადაცემის სპონსორი.

ძირითადი მიგნებები:

- **სოციალური რეკლამის განთავსების თაობაზე სსმ-ის პირველ არხზე არ არსებობს რაიმე სახის შიდა სამართლებრივი აქტი, არც შესაბამისი პირი, რომელიც უზრუნველყოფს სოციალური სტატუსის განსაზღვრასა და მინიჭებას რეკლამისთვის (მსგავსი მიქანიზმი არსებობს აჭარის ტელევიზიაში)**
- **სსმ-ის პირველი არხის ეთერით არა არის სრულყოფილად დაცული სპონსორობისა და რეკლამისათვის დადგენილი ნორმები;**

³¹ კანონი მაუწყებლობის შესახებ 64 (1) – კომერციული რეკლამა და ტელეშოპინგი.

5.4. მრავალფეროვნება ახალ ამბებში

5.4.1. პოლიტიკური მრავალფეროვნება

მონიტორინგი ფოკუსირებული იყო საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის ახალი ამბების საღამოს მთავარ გამოშვებაზე (მოამბე) და შედარების მიზნით, პოპულარული კერძო არხის, “რუსთავი 2-ის”, ახალი ამბების საღამოს მთავარ გამოშვებაზე (კურიერი).

ორივე არხმა საინფორმაციო გაშუქების ყველაზე დიდი წილი დაუთმო ხელისუფლების აქტივობებს, საინფორმაციო გამოშვებებში, ხელისუფლების შემდეგ გაშუქების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი ჰქონდათ კოალიცია “ქართულ ოცნებასა” და ოპოზიციურ “ნაციონალურ მოძრაობას”. სუბიექტები, რომლებიც ორივე არხზე ასევე აქტიურად შექდებოდნენ, იყვნენ “თავისუფალი დემოკრატები”, რაც დასაწყისში გამონვეული იყო კოალიციიდან მათი გასვლით, საქართველოს პრეზიდენტი და ყოფილი პრემიერ-მინისტრი ბიძინა ივანიშვილი.

ისევე, როგორც წინა სამონიტორინგო პერიოდში (აპრილი-ივლისი 2014), ხელისუფლებამ ამჯერადაც საინფორმაციო დროის უდიდესი წილი მიიღო. 2014 წლის ადგილობრივი არჩევნების სამონიტორინგო პერიოდისგან განსხვავებით, შესამჩნევად ნაკლები დრო დაეთმო “ნაციონალურ მოძრაობას”, განსაკუთრებით ეს თვალშისაცემი იყო საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველ არხზე. წინა მონიტორინგისგან განსხვავებით, “რუსთავი 2” ახლა უფრო გამოირჩეოდა ხელისუფლების კრიტიკული გაშუქებით.

საზოგადოების მიერ დაფინანსებული პირველი არხის საინფორმაციო დროის 36% დაეთმო ხელისუფლებას, მას მოყვება კოალიცია “ქართული ოცნება” 21%-ით. ამ დროის 11% მიიღო კოალიციის ყოფილმა წევრმა, “თავისუფალმა დემოკრატებმა”, პრეზიდენტმა კი - 10%. მაშინ როდესაც ყველა პოლიტიკური მოთამაშის გაშუქების ტონი მეტწილად ნეიტრალური იყო, ხელისუფლების წარმომადგენლებმა და მმართველმა კოალიციამ საერთო საინფორმაციო გაშუქების აშკარა წილი მიიღეს. ოპოზიციური ხმა არხზე ნაკლებად ისმოდა. დამატებით, ყოფილ პრემიერ ივანიშვილს თითქმის დროის 8% დაეთმო, თითქმის იმდენივე, რაც “ნაციონალურ მოძრაობას” – 9%. წინა მონიტორინგის პერიოდთან (2014 აპრილი-ივლისი) შედარებით, ოპოზიციის გაშუქების წილი მკვეთრად შემცირებულია.

კერძო მაუწყებელმა “რუსთავი 2-მაც” უდიდესი წილი თავის საინფორმაციო გადაცემებში მთავრობას დაუთო (35%-ზე მეტი), თუმცა ხელისუფლება ხშირ შემთხვევაში უარყოფითად იყო წარმოჩენილი. ახლანდელი მონიტორინგის პერიოდში “რუსთავი 2” შესამჩნევად მეტად კრიტიკული იყო ხელისუფლების მიმართ, ვიდრე წინა მონიტორინგის დროს (აპრილი - ივლისი 2014). ყველაზე ფართოდ, პარტიებიდან, “ნაციონალური მოძრაობა” გაშუქდა, 19 %-ით, კოალიციამ “ქართული ოცნება” 18 % მიიღო. ორივე პარტია მეტწილად ნეიტრალურ ტონში შექდებოდა. გარდა ამისა, თითქმის თანაბარი დრო 6% დაეთმო პრეზიდენტსა და ყოფილ პრემიერ-მინისტრს, თუმცა ბიძინა ივანიშვილის გაშუქება უარყოფითი იყო.

5.4.2 თემატური მრავალფეროვნება

მთავარი საინფორმაციო გამოშვებებისთვის დათმობილი დრო მთლიანად ორი თვის განმავლობაში, ორივე არხზე თითქმის თანაბარი იყო - ჯამში 55-56 საათი.

პოლიტიკის თემა აშკარად დომინირებდა ორივე არხის ახალ ამბებში. პირველმა არხმა საკუთარი მთავარი საინფორმაციო გადაცემების საერთო დროის 37 % დაუთმო პოლიტიკას, „რუსთავი 2-მა“ კი 36%, რაც ადასტურებს, რომ პოლიტიკური პროცესები, მათ შორის მმართველი კოალიციაში მიმდინარე ცვლილებები, საზოგადოების ყურადღების ცენტრში იყო. მართლმსაჯულება აღმოჩნდა შემდეგი ყველაზე აქტიური თემა, რომელსაც დროის 11 % დაუთმო პირველმა არხმა, ხოლო „რუსთავი 2-მა“ 13%. სხვა თემების ჩამოთვლისას, მთავარი განსხვავება დაკვირვების ქვეშ მყოფ ორ არხს შორის იმაში გამოიკვეთა, რომ პირველი არხი პრიორიტეტს ანიჭებდა კონფლიქტურ რეგიონებს (7%), მაშინ როდესაც ამ თემატიკას „რუსთავი2-მა“ მხოლოდ 3% დაუთმო.

როგორც აღვნიშნეთ, საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი პრიორიტეტს პოლიტიკას ანიჭებდა (37 %), ამავე დროს, მართლმსაჯულების თემასაც შესამჩნევი დრო დაეთმო (11 %). მოამბის ყურადღების ცენტრში მონიტორინგის პერიოდში ექცეოდა შემდეგი თემებიც: უცხოური ახალი ამბები (8%), კულტურა (8 %), კონფლიქტური რეგიონები (7%), ბიზნესი და ეკონომიკა (5 %), სპორტი, სოციალურ თემები, კრიმინალი (4%), სამხედრო (3%), სხვა თემები და რელიგიურ უმცირესობები (2-2%). სხვა 10 თემას მაუწყებელმა 1 % ან უფრო ნაკლები დრო დაუთმო.

„რუსთავი 2“ -ის პრიორიტეტებიც პოლიტიკა (36%) და მართლმსაჯულება (13%) იყო. ბიზნესს და ეკონომიკას, საგარეო ურთიერთობებს, კულტურას საერთო დროის 7-7% დაეთმო. თემატიკას „კრიმინალი“ და „სხვა“ 6-6 %. გარდა ამისა, ტელეკომპანიის დღის მთავარი საინფორმაციო გამოშვების ეთერში გაშუქდა შემდეგი თემატიკა: სპორტი (4%) , სოციალური თემა (4%) , კონფლიქტური რეგიონები (3%), სამხედრო თემატიკა(2%) , ჯანდაცვა (2%). დანარჩენ 10 თემას კი, ჯამში 1%-ზე ნაკლები დრო დაეთმო.

5.4.3. რეგიონული მრავალფეროვნება

ორივე არხმა თითქმის ერთნაირი სურათი აჩვენა რეგიონული მრავალფეროვნების კუთხით, თუმცა „რუსთავი2“-ზე თბილისიდან და თბილისზე მომზადებული მასალები უფრო მეტი იყო, ვიდრე საზოგადოებრივ მაუწყებელზე. რეგიონების გაშუქების კუთხით, ორივე არხი, საზოგადოებრივი მაუწყებელი და „რუსთავი2“ ფოკუსირებული იყო 4 არეალზე: მთლიანი საქართველო (66% და 67 %) , თბილისი (12% და 17%), თემები არაიდენტიფიცირებადი რეგიონიდან, (8% და7%) და აფხაზეთი(4% და 2%). ამ ოთხი რეგიონისთვის დათმობილი საერთო დრო საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და „რუსთავი2-ზე“ საინფორმაციო გამოშვებებში საერთო გაშუქების 90% და 93% იყო.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი მოვლენებს ძირითადად, მთელი საქართველოს შესახებ აშუქებდა (66%). ხოლო თბილისიდან და თბილისზე მომზადებული მასალები, რეგიონების გაშუქების სტატისტიკაში მეორე ადგილზეა (გაშუქების 12 %). შემდეგ ადგილზეა ამბები, რომელიც არც ერთ კონკრეტულ რეგიონს არ ეხება, ანუ რეგიონი მკაფიოდ იდენტიფიცირებული არ არის, (8%) ხოლო აფხაზეთის შესახებ მომზადებულ მასალებს 4% დაეთმო. სამცხე ჯავახეთისა და იმერეთის შესახებ სიუჟეტებს - 2-2% , დანარჩენი რვა რეგიონის შესახებ მასალებს კი ჯამში - 1% ზე ნაკლები.

“რუსთავი 2-მაც” , საზოგადოებრივი მაუწყებლის მსგავსად, ძირითადი დრო მთელი საქართველოს შესახებ მომზადებულ მასალებს დაუთმო, (67%). რაც შეეხება მასალებს თბილისის შესახებ, მას საზოგადოებრივ მაუწყებელთან შედარებით მეტი (17%) დაეთმო. 7% აღმოჩნდა იმ არაიდენტიფიცირებული რეგიონების წილი, 2-2 % კახეთისა და აფხაზეთის, დანარჩენს 10 რეგიონი 1% ზე ნაკლები დროით იყო წარმოდგენილი.

6. რეკომენდაციები

ზოგადი

- ✓ ორივე საზოგადოებრივი მაუწყებელი (საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი და აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი) სერიოზულად უნდა მიუდგეს სამართლებრივი მოთხოვნებისა (გათვალისწინებული „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის მუხლი 16-ით) და შესაბამისი მართვის ორგანოების მიერ დადგენილი პრიორიტეტების განხორციელებას.
- ✓ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიამ, როგორც მედიის მარეგულირებელმა, განიხილოს საზოგადოებრივი მაუწყებლების გადაცემების რეგულარული და/ან სპეციალიზებული მონიტორინგის შესაძლებლობა.
- ✓ ხელისუფლებამ უნდა გაააქტიუროს ძალისხმევა საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს წევრების ვაკანტურ ადგილზე კანდიდატების ასარჩევად.
- ✓ საზოგადოებრივმა მაუწყებლებმა უნდა გადახედონ რეკლამასთან დაკავშირებული საკანონმდებლო მოთხოვნების განხორციელებას (განსაკუთრებით ეს ეხება საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელს) და გააძლიერონ შიდა კონტროლის მექანიზმები, რათა შედეგები კანონთან შესაბამისობაში მოდიოდეს.
- ✓ ყურადღება უნდა მიექცეს (კერძოდ, საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველ არხზე) სოციალურ რეკლამის მკაფიოდ განსაზღვრას, რათა მაყურებელს არ აერიოს სოციალური რეკლამა ჩვეულებრივ რეკლამაში.

კონკრეტული (საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი - პირველი არხი)

- ✓ არხის მენეჯმენტმა, პრიორიტეტების შესასრულებლად, უნდა გადახედოს გადანყვეტილებას უურნალისტური გამოძიების მხოლოდ მეორე არხზე (სსმ 2) განთავსების შესახებ და გაუშვას ის თავის ძირითად არხზე (სსმ 1). ამავე დროს, საზოგადოების ნდობის მოსაპოვებლად ეს გადაცემა ზედმინევით უნდა იცავდეს ამ უანრის ძირითად უურნალისტურ პრინციპებს.
- ✓ საზოგადოებრივი მაუწყებლის საინფორმაციო გადაცემა უნდა იმართებოდეს მიუკერძოებელი, სამართლიანი და ეთიკური სარედაქციო პოლიტიკის საფუძველზე მთელი საარჩევნო ციკლის პერიოდში, მათ შორის იმ დროსაც, როდესაც საარჩევნო კამპანია არ მიმდინარეობს.
- ✓ საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა (კერძოდ სსმ 1-მა) უფრო ინტენსიურად და სისტემატურად უნდა გააშუქოს მრავალფეროვნებასთან დაკავშირებული საკითხები. მათ შორის, უნდა შექმნას გადაცემები უმცირესობებზე. ამავე დროს, მან უნდა შექმნას ყოველკვირეული სპეციალური პროგრამა ნატოსა და ევროკავშირის ორგანიზაციების შესახებ, როგორც ამას მისი პრიორიტეტები ითვალისწინებს.

- ✓ პირველმა არხმა თანდათან უნდა შეამციროს ბადეში საპნის ოპერებისა და მხატვრული ფილმების წილი და ჩაანაცვლოს სხვადასხვა გადაცემით, მაგალითად, საგანმანათლებლო გადაცემებით;
- ✓ უნდა არსებობდეს პოლიტიკა, რომელიც თანდათანობით გაზრდის საქართველოში წარმოებული პროდუქციის რაოდენობას სსმ 1-ზე, მათ შორის იმ გადაცემებისა, რომელიც სსმ-ს ეგიდით ან მისი თანამონაწილეობით შეიქმნება.

კონკრეტული (საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი - მეორე არხი)

- ✓ შესაძლოა, არხმა უნდა გადახედოს ამჟამინდელ პროგრამულ ორიენტაციას - დარჩეს პოლიტიკური დისკუსიების პლატფორმად, მაგრამ შეამციროს პოლიტიკური გადაცემები სხვა გადაცემების სასარგებლოდ, როგორცაა, მაგალითად, მაღალხარისხიანი და საგანმანათლებლო/შემეცნებითი გადაცემები;
- ✓ სასურველია, საგანმანათლებლო გადაცემები, შოუები და სხვა ტიპის პროდუქტი მორგებული იყოს სხვადასხვა აუდიტორიაზე, მათ შორის სხვადასხვა ასაკობრივ ჯგუფზე.
- ✓ პოლიტიკაზე ორიენტირებულ გადაცემებში, დისკუსიებსა და შოუებში არხმა უნდა უზრუნველყოს მრავალფეროვნება და მიუკერძოებლობა, რათა ემსახუროს საზოგადოების ყველა ფენას. ამასთან ერთად, აუცილებელია, მეორე არხის ეთერში ახალი ამბები გადიოდეს ქართულ ენაზეც.
- ✓ მიუხედავად იმისა, რომ საგამოძიებო ჟურნალისტიკა ძირითადად პირველ არხზე უნდა გადაიციმოდეს, მისი გაშვება მეორე არხზე ასევე სასურველია, რადგან უფრო ფართო აუდიტორიას გასწვდება. მნიშვნელოვანია, რომ გადაცემა ორიენტირებული იყოს უფრო მასშტაბურ პოლიტიკურ და ბიზნესთან დაკავშირებულ საქმეებზე და არ შეიზღუდოს მხოლოდ ოპოზიციური და ოპოზიციასთან ასოცირებული ჯგუფების მხილვებით.

კონკრეტული (აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი):

- ✓ არხის გადაცემათა ბადე კიდევ უფრო უნდა გაძლიერდეს მეტი პოლიტიკური და სოციალური გადაცემებისა და ტოკ-შოუების ხარჯზე. არხმა მიზნად უნდა დაისახოს მათი რეგულარულად, კვირაში რამდენჯერმე გადაცემა.
- ✓ ჟურნალისტური გამოძიების ფორმატი, რომელიც მისასალმებელია, რომ არხმა შესთავაზა მაყურებელს, შესაძლოა გაუმჯობესდეს, ასევე, სასურველია ეთერში, უფრო ხშირად, რეგულარულად გავიდეს. ამავე დროს, ასეთი გადაცემა ზედმიწევნით უნდა იცავდეს ამ ჟანრის ძირითად ჟურნალისტურ პრინციპებს, რათა საზოგადოების ნდობა და რწმენა დაიმსახუროს.
- ✓ სასურველია, წარმოებული პროდუქტი, შოუები და გადაცემები განკუთვნილი იყოს ფართო აუდიტორიისა და ყველა ასაკობრივი ჯგუფისათვის.