ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი
სოციალურ-პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ცირა ხაბურძანია

საქართველოს რეგიონული ტელევიზიის ფორმირების ფაქტორები და პროგრამების ტიპოლოგია

ჟურნალისტიკის დოქტორის აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად

სამეცნიერო ხელმძღვანელი ელდარ იბერი,
ფილოლოგიურ მეცნიერებათა დოქტორი,
ასოცირებული პროფესორი

2011 წ.

შ ი ნ ა ა რ ს ი

შესავალი ---------- 3

თავი I. რეგიონული ტელემაუწყებლობის აღმოცენება
და ჩამოყალიბება ----------12

თავი II. რეგიონული ტელემაუწყებლობის ფორმირებისა
და პროგრამირების თავისებურებანი ----------36

თავი III. ახალი ამბები რეგიონულ ტელეარხებზე ----------51

თავი IV. რეგიონული ტელეპროგრამების სტრუქტურა ---------- 67

თავი V. რეგიონული ტელევიზია და ხელისუფლება ---------- 101

თავი VI. რეგიონული ტელემაუწყებლობის
თანამედროვე პრობლემები ---------- 119

დასკვნა----------131

ციტირებული და გამოყენებული ლიტერატურა---------- 139

დანართები ----------

შესავალი

დამოუკიდებელი რეგიონული ტელემაუწყებლობის წარმოშობა და განვითარება საქართველოში განპირობებული იყო რამდენიმე ფაქტორით, რომელთა შორის უმთავრესია ქვეყანაში მიმდინარე დემოკრატიზაციის პროცესი. ეს პროცესი ჯერ კიდევ საბჭოთა კავშირის არსებობის პერიოდში დაიწყო 1980-იანი წლების ბოლოს და რადიკალური შედეგები მოჰყვა – მსოფლიოს ერთ-ერთი ზესახელმწიფო დაიშალა და საქართველო, სხვა ყოფილი საბჭოთა რესპუბლიკების მსგავსად, დამოუკიდებელი დემოკრატიული სახელმწიფოს მშენებლობის გზას დაადგა. ისტორიას ჩაბარდა ძველი ეკონომიკური და სოციალურ-პოლიტიკური სისტემები, იდეოლოგიური სტანდარტები, დაიწყო ღირებულებათა გადაფასების რთული და მტკივნეული პროცესი. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლამ რადიკალური ცვლილებები გამოიწვია საზოგადოებრივ ცხოვრებაშიც – საქართველოში ყალიბდება ახალი, პოსტტოტალიტარული მასობრივი საზოგადოება, რომელიც თვითმმართველობისაკენ ისწრაფვის, თუმცა საბოლოოდ ჯერ კიდევ არაა დაუფლებული თვითორგანიზაციის მეთოდებს, რადგან ჭეშმარიტ სამოქალაქო საზოგადოებამდე ჯერ კიდევ დიდი გზა აქვს გასავლელი. ასეთი საზოგადოებისათვის კი პირველ რიგში აუცილებელია თავისუფალი ინფორმაციული სივრცის არსებობა.

თანამედროვე საზოგადოებას ხშირად ინფორმაციულ საზოგადოებასაც უწოდებენ, იმდენად დიდ გავლენას ახდენს მის ფუნქციონირებაზე მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა სწრაფი განვითარება, ინფორმაციის გლობალური გავრცელების ახალი სისტემების ჩამოყალიბება. ამ პროცესში განსაკუთრებული როლი ენიჭება არასახელმწიფოებრივი ინფორმაციული სტრუქტურების, პირველ რიგში დამოუკიდებელი ტელევიზიის განვითარებას. ხელისუფლების კონტროლს დაქვემდებარებული საბჭოთა ტელევიზია ათწლეულების განმავლობაში ხალხს აცნობდა არა იმას, რაც ქვეყანასა და დანარჩენ მსოფლიოში ხდებოდა, არამედ ასწავლიდა მას, თუ როგორ უნდა აღექვა ისინი. მასმედიის სისტემაში დაკანონებული იდეოლოგიური მონიზმი გამორიცხავდა ალტერნატიული ინფორმაციისა და განსხვავებული აზრის გავრცელებას, რაც არცთუ იშვიათად გამოუსწორებელ შედეგებს იწვევდა. სახელმწიფოს მიერ ინფორმაციის საშუალებათა მონოპოლიზაცია, ხელისუფლების კონტროლი ინფორმაციის გავრცელებაზე განაპირობებდა საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების შესაძლებ-

ლობას, ინფორმაციის დამალვას, მოსახლეობისათვის ნახევრადსწორი ან სულაც გაყალბებული ცნობების მიწოდებას.

დამოუკიდებელი, არასახელმწიფოებრივი ტელესტრუქტურების ორგანიზაციის საკითხი საბჭოთა კავშირში დადგა 1980-იანი წლების ბოლოს, ე.წ. გარდაქმნის დაწყებიდან ხუთი წლის შემდეგ, როცა კონსტიტუციურად გაუქმდა ერთპარტიულობა და ქვეყანაში იდეოლოგიური პლურალიზაციის გარკვეული საფუძვლები შეიქმნა. ქვეყნის მაშინდელი გენერალური მდივნის მ. გორბაჩოვის 1990 წლის 14 ივლისის ბრძანებულებაში „ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის დემოკრატიზაციისა და განვითარების შესახებ“ ნათლად გამოიკვეთა ორი მიმართულება: 1. არასახელმწიფოებრივი, დამოუკიდებელი სტრუქტურების შექმნის აუცილებლობა და 2. თვითონ სახელმწიფო მაუწყებლობის გარდაქმნა დემოკრატიულ საწყისებზე, რაც კონკრეტულად იყო ფორმულირებული ბრძანებულების მე-2 და მე-3 მუხლებში:

„2... ყველა დონის სახალხო დეპუტატების საბჭოებს, საზოგადოებრივ ორგანიზაციებსა და პარტიებს უფლება აქვთ გახსნან ახალი ტელერადიოცენტრები თუ სტუდიები საკუთარი ფინანსური და ტექნიკური რესურსების ხარჯზე, ანდა სსრკ ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის სახელმწიფო კომიტეტისა და სსრკ კავშირგაბმულობის სამინისტროსაგან საეთერო დროისა და ტექნიკური საშუალებების იჯარით აღების გზით. საერთაშორისო პრაქტიკის შესაბამისად ასეთი ცენტრებისა და სტუდიების შექმნა და საქმიანობა უნდა გაფორმდეს სალიცენზიო ნებართვით...

3... სახელმწიფო ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის ფუნქციები უნდა ხორციელდებოდეს პოლიტიკური საზოგადოებრივი ორგანიზაციებისაგან დამოუკიდებლად, ემსახურებოდეს ქვეყანაში მიმდინარე პროცესების ობიექტურ და ყოველმხრივ გაშუქებას. დაუშვებელია ეთერის მონოპოლიზაცია ამა თუ იმ პარტიის პოლიტიკური მიმდინარეობის ან დაჯგუფების მიერ, აგრეთვე სახელმწიფო ტელემაუწყებლობის გადაქცევა მისი მუშაკების პირადი პოლიტიკური შეხედულებების გამოხატვის საშუალებად“ (Указ президента... 1990:7).

ამ იდეებმა რეალური განვითარება საქართველოში დამოუკიდებლობის წლებში პოვა. მკვლევარების დაკვირვებით, „ისტორიულად ჩამოყალიბდა კომერციული სტრუქტურების სამი ფორმა: 1. ლოკალური ხასიათის საკაბელო სტუდიები, რომლებიც სხვადასხვა რაიონში, მათ შორის დიდ ქალაქებშიც,

ეწევიან მოსახლეობის სააბონენტო მომსახურებას – აწვდიან მას როგორც სამამულო არხებიდან, ისე თანამგზავრებიდან მიღებულ უცხოურ პროგრამებს, აგრეთვე დამატებით ვიდეოპროდუქციას (ფილმები, მუსიკალური ჩანაწერები), ხოლო ზოგიერთი მათგანი საკუთარ გადაცემებსაც ამზადებს; 2. გადაცემების მწარმოებელი სტუდიები, რომლებიც თანამშრომლობენ როგორც სახელმწიფო, ისე კომერციულ სტრუქტურებთან და მათთვის ამზადებენ პროგრამებს („მაესტრო“, „ტი-ბისი ტვ“ და სხვ.) და 3. კომერციული სამაუწყებლო ტელეკომპანიები, რომლებიც მთლიანად დამოუკიდებელნი არიან, საკუთარი არხით გადიან ეთერში და რეკლამის შემოსავლით არსებობენ“ (გაჩეჩილაძე 1999:4).

სწორედ ეს მესამე მიმართულება – დამოუკიდებელი სამაუწყებლო ტელეკომპანიების ჩამოყალიბება – არის ტელევიზიის დემოკრატიზაციის ყველაზე აშკარა გამოხატულება, როცა სახელმწიფო სტრუქტურა კარგავს ეთერში თავის მონოპოლიურ მდგომარეობას და ხდება მაუწყებლობის რეალური პლურალიზაცია, საბჭოთა ტელემაუწყებლობის ხისტი ვერტიკალური სისტემიდან სხვადასხვა ტელეორგანიზაციების ჰორიზონტალურ კავშირებზე გადასვლა. საქართველოში მათი ინტენსიური წარმოშობა უკავშირდება სამოქალაქო ომის შემდგომ პერიოდს. ორი წელი (1993, 1994) იმუშავა „იბერვიზიამ“, რომელმაც დედაქალაქის გარდა ზოგიერთ რეგიონშიც მოახერხა თავისი ფილიალების ორგანიზაცია. 1994 წლის ივნისიდან მეორე რესპუბლიკური არხით (სახელმწიფო კორპორაციისაგან თავისუფალ დროს) მაუწყებლობას შეუდგა „კავკასია“, რომელიც კვირადღეობით სხვა დამოუკიდებელ ტელეკომპანიას – „ტაოსაც“ უთმობდა გარკვეულ დროს. ამ პერიოდში თბილისზე მაუწყებლობას ეწეოდა „თამარიონიც“. 1995 წლის აპრილში ეთერში გავიდა „საქართველოს ხმა“, 1997 წლის ნოემბერში – „იბერია“, 1998 წლის იანვარში – „ევრიკა“ და „ტვ-7“, თებერვალში – „I სტერეო“. რაც ჩვენთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია – დაიწყო პირველი დამოუკიდებელი ტელეკომპანიების ჩამოყალიბება დედაქალაქს დაშორებულ რეგიონებშიც – რუსთავში („რუსთავი-2“, სანამ თბილისში გადმოინაცვლებდა), ქუთაისში („რიონი“), ფოთში („ფაზისი“) და ა.შ.

დამოუკიდებელი კომერციული ტელეკომპანიების ჩამოყალიბება საქართველოში ტელემაუწყებლობის განვითარების ახალი ეტაპი და ჩვენი ცხოვრების კანონზომიერი მოვლენა იყო, რადგან, როგორც თავიდან აღვნიშნეთ, უშუალოდ უკავშირდებოდა ქვეყანაში მიმდინარე დემოკრატიზაციის პროცესს. არანაკლები მნიშვნელობა ჰქონდა იმასაც, რომ იგი სავსებით შეესაბამებოდა მსოფლიოს

დემოკრატიულ ქვეყნებში ინფომაგისტრალების ლიბერალიზაციის, ინფორმაციის თავისუფალი გავრცელებისა და არასახელმწიფოებრივი ინფორმაციული სტრუქტურების მასობრივად შექმნის ტენდენციებს.

მკვლევრები გამოყოფენ ეროვნული სატელევიზიო სისტემის რეფორმირების ორ ეტაპს: 1986-91 წ.წ. და 1991-დან დღემდე და მიიჩნევენ, რომ რადიკალური რეფორმების მესამე ეტაპი უახლოეს პერიოდში არ დადგება.

საბჭოთა ეპოქაში ტელევიზიის ფუნქციონირების საერთო ტენდენციების კლასიფიკაცია შემდეგი ნიშნებით შეგვიძლია გამოვხატოთ:

მაუწყებლობის ხასიათი, რაც სატელევიზიო მაუწყებლობის საერთო სახელმწიფო ცენტრალიზაციაში ვლინდება;

მართვის ფორმის მიხედვით, რაც გულისხმობს განვითარების პროცესში სტიქიურობის განსაზღვრული დაძლევის შესაძლებლობას, ცენტრალიზაციისა და დეცენტრალიზაციის ტენდენციების ბალანსირებას, გამოცდილების სწრაფ განზოგადებასა და აკუმულირებას ყველა სფეროში: ტექნიკური და ტექნოლოგიური, სამეწარმეო და შემოქმედებითი პროცესების ორგანიზებას, სამაუწყებლო ფორმების სრულყოფასა და მართვას სატელევიზიო სისტემის ცენტრალიზებული მართვის საფუძველზე;

სატელევიზიო შემოქმედების ხისტი რეგლამენტირება ცენტრიდან.

მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფის თვალსაზრისით ეს გულისხმობდა სატელევიზიო მაუწყებლობის უნიფიცირებული ტექნიკური სისტემის არსებობას ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე (სათანამგზავრო კავშირი, რეტრანსლაციური ქსელი, რადიოსარელეო ხაზების ათასობით კილომეტრი), ცენტრალურ საბიუჯეტო დაფინანსებას, რეკლამის არ არსებობას.

გარდა ამისა, არ არსებობდა კანონმდებლობა, რომელიც რეგლამენტირებას გაუწევდა მაუწყებლობას, მართვა ხორციელდებოდა პარტიული დირექტივების მიხედვით, შესაბამისად, ადგილობრივი პარტიული მმართველობის უშუალო კონტროლისა და მითითებების მიხედვით.

ცენტრალიზებული საბჭოთა ტელემაუწყებლობისათვის უცხო იყო ჰორიზონტალური რეგიონული სტრუქტურები. რესპუბლიკური, საოლქო და სამხარეო (აგრეთვე რამდენიმე საქალაქო) ტელესტუდიები ექვემდებარებოდა სსრკ ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის სახელმწიფო კომიტეტის ადგილობრივი მაუწყებლობის სამმართველოს და ადგილობრივი ხელისუფლების გარდა მის წინაშეც იყო ანგარიშვალდებული. თავის მხრივ, საქართველოს ტელერადი-

ომაუწყებლობასაც ჰქონდა დაქვემდებარებული რეგიონული სტრუქტურები აჭარისა და აფხაზეთის ავტონომიურ რესპუბლიკებში და სამხრეთ ოსეთის ავტონომიურ ოლქში, ოღონდ რადიომაუწყებლობის ხაზით საკუთარი ტელემაუწყებლობა ამ რეგიონებში არ არსებობდა (ისინი ამავე დროს სსრკ ტელერადიომაუწყებლობის ადგილობრივი მაუწყებლობის სამმართველოსაც ექვემდებარებოდნენ). მხოლოდ 1978 წელს საბჭოთა სპეცსამსახურების მიერ აფხაზეთში ორგანიზებული მორიგი პროვოკაციული გამოსვლების შემდეგ, სოხუმში შეიქმნა ადგილობრივი კუსტარული ტელესტუდია, რომელიც მაუწყებლობას ეწეოდა ვოლგოგრადისთვის განკუთვნილი და აფხაზეთისთვის გადმოცემული მოძრავი სატელევიზიო სადგურის მეშვეობით, კვირაში ერთხელ, 15 წუთის მოცულობით (პირველ რესპუბლიკურ პროგრამაში ჩართული იყო ადგილობრივი კვირის ახალი ამბების მიმოხილვა). მოგვიანებით მაუწყებლობის დრო გაიზარდა და ყოველდღიური გახდა, მაგრამ ძირითადად ისევ ახალ ამბებს მოიცავდა – საკუთარი ყოველდღიური ტელეპროგრამის მოსამზადებლად ავტონომიურ რესპუბლიკას კულტურული პოტენციალი არ ჰყოფნიდა. 1987 წელს ტელესტუდია ამუშავდა ბათუმშიც და აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის რადიომაუწყებლობის სახელმწიფო კომიტეტი გარდაიქმნა ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის სახელმწიფო კომიტეტად.

საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ აფხაზეთისა და სამხრეთ ოსეთის რეგიონები რუსეთის მიერ იქნა ოკუპირებული და მათთან ურთიერთკავშირი გაწყდა როგორც ტელემაუწყებლობის, ისე ყველა სხვა სტრუქტურის ხაზით. რაც შეეხება დანარჩენ საქართველოს, დამოუკიდებელი ტელერადიოორგანიზაციების გაჩენამ წარმოშვა იდეა ქვეყანაში ხუთი სამაუწყებლო ოლქის ჩამოყალიბების შესახებ – დასავლეთის, შიდა დასავლეთის, შიდა აღმოსავლეთის, აღმოსავლეთისა და თბილისის. თითოეულ ოლქში სააქციო საზოგადოების პრინციპით უნდა შექმნილიყო ტელერადიოცენტრი, რომლის სააქციო ფონდის ერთი ნახევრის მფლობელი იქნებოდა სახელმწიფო (საქართველოს ტელერადიოკორპორაცია), მეორისა კი – ოლქში მომუშავე დამოუკიდებელი ტელერადიოსტუდიები (იბერი 1997:76). ეს იდეა ვერ განხორციელდა, თუმცა საქართველოს სახელმწიფო ტელერადიოკორპორაციის სისტემაში 1990-იანი წლების მეორე ნახევარში ცალკე სტრუქტურების სახით ჩამოყალიბდა „დასავლეთ საქართველოს ტელერადიოკომპანია“ (ცენტრი – ქ. ქუთაისი) და „სამეგრელოს მხარის ტელერადიოკომპანია“ (ცენტრი – ქ. ზუგდიდი). ამ რეგი-

ონებში დამოუკიდებელი კომერციული ტელეკომპანიების მასობრივად წარმოშობის შემდეგ მათ არსებობა შეწყვიტეს. ამჟამად თბილისში გარკვეულწილად რეგიონული მაუწყებლობის სტატუსს ირგებს „აფხაზეთის ტელერადიოკომპანია“ (სადაც სოხუმიდან გამოდევნილი აფხაზეთის ტელერადიოკომიტეტის თანამშრომლები მუშაობენ) და რუსულენოვანი „რეგიონ ტვ“, რომელსაც თავიდან „ალანია“ ერქვა და შიდა ქართლზე – ცხინვალის რეგიონზე მაუწყებლობისთვის იყო ორგანიზებული. ვერც ერთი მათგანი ვერ ჩაითვლება ტიპურ რეგიონულ მაუწყებლად, რადგან მოცილებული არიან თავიანთ რეგიონებს და უფრო პოლიტიკურ-პროპაგანდისტული ფუნქციები ეკისრებათ.

„რეგიონული ტელემაუწყებლობის“ ცნებაში ჩვენ ვგულისხმობთ დედაქალაქის გარეთ არსებული ყველა იმ ტელეკომპანიის საქმიანობას, რომლებიც მაუწყებლობენ ერთი ქალაქის თუ რაიონის ფარგლებში (თუმცა მათი დაფარვის ზონა შესაძლოა მეზობელ რაიონებსაც მოიცავდეს, ზოგიერთი მათგანი კი მთელ რეგიონსაც წვდებოდეს და სამხარეო მაუწყებლის პრეტენზია ჰქონდეს). მათი აბსოლუტური უმრავლესობა კერძო, დამოუკიდებელი სტრუქტურებია – ერთადერთი გამონაკლისია აჭარის ტელევიზია, რომელიც ავტონომიური ერთეულის სახელმწიფო დეპარტამენტს წარმოადგენს, მაგრამ ჩვენი კვლევის სფეროში მოხვდა როგორც ტიპური სამხარეო-რეგიონული მაუწყებელი.

საქართველოში მიმდინარე სოციალურმა დიფერენციაციამ და საბჭოთა პერიოდში არსებული ინფრასტრუქტურის მოშლამ მოსახლეობის მხრიდან სახელმწიფოსადმი უნდობლობა გამოიწვია, რაც ზრდის მის ინტერესს ალტერნატიული საინფორმაციო საშუალებების მიმართ, განსაკუთრებით ადგილობრივ დონეზე. დამოუკიდებელი რეგიონული ტელეარხების პოპულარობას მნიშვნელოვანწილად სწორედ ალტერნატიული ინფორმაციის გავრცელება განაპირობებს. მისი დანიშნულებაა საჯაროობის საზღვრების გაფართოება – ისეთი ფაქტებისა და მოვლენების გამომზეურება, ისეთი შეხედულებების წარმოჩენა, რომელიც მმართველი სტრუქტურებისათვის შესაძლოა არასასურველი იყოს, მაგრამ უთუოდ მოითხოვს საზოგადოების ყურადღებას. გარდა იმისა, რომ კერძო სექტორის მედია უფრო ღია ჩანს ლიბერალური ნორმების მიხედვით, „რეგიონულ ტელევიზიას თავის აუდიტორიაზე ზუსტი „დამიზნებითი“ ზემოქმედების უფრო მეტი შესაძლებლობა აქვს, ვიდრე საერთო-ეროვნულს. ესაა როგორც საერთო საკითხების ადგილობრივი თვალთახედვით გაშუქება, ისე სრულიად კონკრეტული პრობლემების განხილვა“ (სატელევიზიო ჟურნალისტიკა 1998:63). სოცია-

ლური ინფორმაციის ფუნქციონირების თავისებურება ისეთია, რომ საერთო-სახელმწიფოებრივს ადამიანი ადიქვამს ადგილობრივი პრიზმიდან, ყოველდღიური ფაქტებისაგან. ამ მხრივაც ადგილობრივი ტელევიზია ფლობს ინფორმაციული ზემოქმედების განსაკუთრებულ უნარს ადამიანების მოთხოვნილებებისა და ინტერესების მაქსიმალური სიახლოვის პირობებში, მათთან საწარმოო და პიროვნული ურთიერთობების კონტექსტში. აუდიტორიის მზარდი მოთხოვნილება ადგილობრივი ინფორმაციისა და ადგილობრივი დამოუკიდებელი მედიისადმი მეტი ნდობა იყო სწორედ რეგიონული ტელემაუწყებლობის ფორმირების ერთერთი ფაქტორი, თუმცა მასთან ერთად ამას სხვა მიზეზებიც განაპირობებდა:

„– ხელისუფლებაზე, თუ მონოპოლისტური ტენდენციის მქონე ბიზნეს-ჯგუფებზე ზეწოლის განსახორციელებლად საჭიროა საინფორმაციო სივრცე და საზოგადოებრივი ტრიბუნა;

– ყველა მსხვილ და გავლენიან პარტიას თავისი წარმომადგენლობა აქვს გახსნილი რეგიონის მსხვილ ქალაქებში, სადაც ეკონომიკურ რესურსებზე კონტროლისათვის ბრძოლა პოლიტიკური გავლენისათვის ბრძოლის სახით გამოიხატება. ამ კონკურენტულ გარემოში მათ სჭირდებათ საზოგადოებრივ აზრზე გასვლის არხები და ერთი კონკრეტული პოლიტიკური ძალის კონტროლისაგან თავისუფალი საინფორმაციო სივრცე;

– არსებულ სოციალურ და პოლიტიკურ რეალობაში საადაპტაციოდ და საორიენტაციოდ საზოგადოებრივი ჯგუფებისათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია ჰქონდეთ ინფორმაცია მიმდინარე მოვლენებსა და პროცესებზე. (საქართველოს რეგიონული... მედიარუკა 2005:254).

ამას ემატება ისიც, რომ ადგილობრივი ტელეკომპანია რეგიონში კიდევ ერთი კულტურულ-საზოგადოებრვი ცენტრია და კომუნიკაციის სისტემაში გარკვეულწილად საზოგადოების კონსოლიდაციის ფუნქციაც ეკისრება, რაც რეგიონის თვითმყოფადი ტრადიციებისა და კულტურული ღირებულებების საფუძველზე მოსახლეობის გაერთიანების წინაპირობაა. ამავე მიზანს ემსახურება რეგიონული ტელეკომპანიების მიერ ორგანიზებული აქციები – კონკრეტული ეკოლოგიური პრობლემის მოსაგვარებლად, მზრუნველობამოკლებული ბავშვებისა თუ კონფლიქტის ზონებიდან დევნილი მოსახლეობის დასახმარებლად და ა.შ.

რეგიონში სამოქალაქო სექტორის განვითარების მაღალი ხარისხი მნიშვნელოვანი რესურსია დამოუკიდებელი მედიის განვითარებისათვის. საზოგადოების სწორედ ამ სეგმენტში ხდება საზოგადოებრივად აქტუალური პრობლე-

მებისა და მათი გადაჭრის ხედვის ჩამოყალიბება. სწორედ აქ იბადება ფართო საზოგადოებაზე მათი ტრანსლირების მოთხოვნილება, რაც ადეკვატური საინფორმაციო სივრცის არსებობას მოითხოვს. თუმცა ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ არასამთავრობო ორგანიზაციები ადგილობრივი ხელისუფლებისათვის ანგარიშგასაწევ ძალას მხოლოდ დედაქალაქში არსებულ ცენტრალურ ორგანიზაციებთან კავშირში წარმოადგენენ. ხელისუფლებისა და ბიზნესჯგუფების მხრიდან ზეწოლას რეგიონული ტელეკომპანიები ხშირად სწორედ ადგილობრივ და ქვეყნის მასშტაბით მოქმედ არასამთავრობო ორგანიზაციებთან თანამშრომლობით ამცირებენ. ელექტრონულ მედიას, როგორც თავისუფალი სიტყვის დაცვისა და გამჭვირვალობის ყველაზე ეფექტურ მექანიზმს, განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევენ საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაციებიც. იგი უცხოური დონორი ორგანიზაციების ინტენსიურ მხარდაჭერას განიცდის, რაც საქართველოში რეგიონული მაუწყებლობის განვითარების ერთ-ერთ ძირითად ფაქტორად გვევლინება.

ასე რომ, საქართველოში რეგიონული ტელემაუწყებლობის განვითარება საკმაოდ რთული პროცესია, რომელიც უკვე ორ ათეულ წელს მოიცავს, მაგრამ იგი ჯერ კიდევ არ გამხდარა სერიოზული მეცნიერული კვლევის საგანი. ერთადერთი გამოკვლევა, რომელიც ჩვენს თემას უახლოვდება, არის 12 წლის წინ შესრულებული დ. გაჩეჩილაძის ნაშრომი ფილოლოგიის მეცნიერებათა კანდიდატის სამეცნიერო ხარისხის მოსაპოვებლად – „დამოუკიდებელი ტელემაუწყებლობის განვითარება საქართველოში“ – მაგრამ იგი მხოლოდ თბილისში მოქმედი კომერციული ტელეკომპანიების საქმიანობას განიხილავს. უფრო ღირებულ, კონკრეტულ ინფორმაციას იძლევა მშვიდობის, დემოკრატიისა და განვითარების კავკასიური ინსტიტუტის მიერ 2003-2004 წლებში ჩატარებული კვლევა საქართველოს რეგიონებში მედიის მდგომარეობის შესახებ, რომელიც განხორციელდა „საქართველოში რეგიონული მედიის განვითარებისა და საზოგადოებრივი ანგარიშვალდებულების“ საერთაშორისო პროექტის ფარგლებში და საფუძვლად დაედო 2005 წელს გამოქვეყნებულ „საქართველოს რეგიონულ მედია-რუკას“. ასევე, მეტად მნიშვნელოვანი იყო 2010 წლის ნოემბერში საქართველოს „რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციაში“ ჩატარებული შიდა კვლევა საქართველოს რეგიონებში სამაუწყებლო მედიის განვითარების ზოგადი სურათის დასადგენად. იგი ნაწილი იყო პროექტისა სახელწოდებით „საქართველოში მედიის, როგორც მაკონტროლებელი ინსტიტუტის როლის გაძლიერება“, რომელ-

საც ევროკავშირისა და ნორვეგიის მთავრობის ხელშეწყობით „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდი“ ახორციელებდა. ორივე მათგანი ესადაგება ჩვენი კვლევის საგანს და მდიდარ მასალას იძლევა ბოლო ხუთწლიანი პერიოდის დინამიკის გააზრებისათვის.

ჩვენი კვლევის მიზანია იმ ფაქტორების გააზრება, რომელმაც თავის დროზე განაპირობა საქართველოში რეგიონული ტელემაუწყებლობის ფორმირება და დღესაც მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს მის ფუნქციონირებას; რეგიონული ტელეპროგრამების ტიპოლოგიური თავისებურებების შესწავლა; რეგიონული სამაუწყებლო პრაქტიკის დადებითი და უარყოფითი მხარეების გაანალიზება; ამჟამად არსებული პრობლემებისა და განვითარების პერსპექტიული მიმართულებების დადგენა.

კვლევის ობიექტია საქართველოში ამჟამად მოქმედი რეგიონული ტელეკომპანიების საქმიანობა ბოლო ათი წლის მანძილზე – 2001-2010 წლებში, თუმცა ზოგიერთ შემთხვევაში ვეხებით უფრო ადრე მიმდინარე პროცესებსაც, რაც საქართველოში რეგიონული ტელემაუწყებლობის აღმოცენებასა და ჩამოყალიბებას უკავშირდება.

მეთოდოლოგიური თვალსაზრისით კვლევა წარიმართა სამი ძირითადი მიმართულებით: 1. რეგიონული ტელეკომპანიების დაარსებასა და ფუნქციონირებასთან დაკავშირებული დოკუმენტების ანალიზი; 2. ტელეკომპანიების მფლობელ-ხელმძღვანელთა და თანამშრომელთა ანკეტური გამოკითხვა და 3. ტელეკომპანიების სამაუწყებლო ბადეებისა და მედიაპროდუქციის შესწავლა, როგორც არქივის გაცნობის, ისე ზოგიერთი კომპანიის ეთერზე პირდაპირი დაკვირვების გზით.

სამწუხაროდ, ბევრი ტელეკომპანიის სამაუწყებლო ბადე, რუბრიკები და ციკლები არასტაბილურია, არქივი მეტისმეტად ღარიბი, მაუწყებლობა პერიოდულად შეწყვეტილია, რაც ხშირად არ იძლევა საშუალებას ზუსტად დადგინდეს საკუთარი პროგრამის ზუსტი შეფარდება მაუწყებლობის საერთო მოცულობასთან, თვითონ სხვადასხვა მიმართულების გადაცემის პროცენტული თანაფარდობა და ა.შ. აქედან გამომდინარე, ნაშრომში ძირითადი აქცენტი გადატანილია რეგიონული მაუწყებლობის ბოლო ათი წლის მანძილზე ჩამოყალიბებული საერთო ტენდენციების, რეგიონული ტელეპროგრამების ძირითადი ტიპოლოგიური მიმართულებების დადგენაზე და უფრო ვრცლად საუბარია იმ ტელეკომპანიებზე („თრიალეთი“, „რიონი“, „აჭარა“), რომლებიც ამ თვალსაზრისით უფრო სრულყოფილად გამოიყურებიან).

თავი I. რეგიონული ტელევიზიის აღმოცენება და ჩამოყალიბება

საქართველოში რეგიონული ტელეკომპანიების წარმოშობა, ორიოდე გამონაკლისის გარდა, გასული საუკუნის 90-იან წლებს უკავშირდება. დღეს მათი რიცხვი სამ ათეულამდე აღწევს და ქვეყნის თითქმის ყველა რეგიონს მოიცავს. გამონაკლისს წარმოადგენს მხოლოდ რაჭა-ლეჩხუმისა და ქვემო სვანეთის რეგიონი, სადაც დღემდე ვერ მოხერხდა ელექტრონული მედიასტრუქტურის ჩამოყალიბება (აქვე აღვნიშნავთ, რომ რიგი ტელეკომპანიებისა ბოლო ოცი წლის მანძილზე ან საკაბელო არხად იქცა, ანდა საერთოდ დაიხურა). ეს ტელეკომპანიები ერთმანეთისაგან საკმაოდ განსხვავებულია, რასაც ბევრი ფაქტორი განაპირობებს – რეგიონის ეკონომიკური განვითარების დონე, გეოგრაფიული მდებარეობა, მასშტაბი, კულტურული პოტენციალი და სხვ., ასევე ტელემაუწყებელთა დაფარვის ზონის მოცულობა, საეთერო დრო, საკუთარი გადაცემების სტრუქტურა და ხანგრძლივობა. ბევრი მათგანი თავდაპირველად ჩამოყალიბდა როგორც საკაბელო არხი ანდა კერძო კოოპერატივი, რომელიც ელექტროსამონტაჟო საქმიანობით იყო დაკავებული და მხოლოდ შემდეგ გარდაიქმნა სამაუწყებლო ორგანიზაციად. ტელეკომპანიების უდიდესი ნაწილი მთელ რეგიონში ვერ მაუწყებლობს (არცა აქვს ამის პრეტენზია), ძირითადად ისინი რეგიონის ერთი ან რამდენიმე რაიონის დაფარვას ახერხებენ. ერთადერთი აჭარის ტელევიზიაა, რომელიც არა მხოლოდ რეგიონის ცენტრიდან – ბათუმიდან, არამედ ქვეყნის დედაქალაქიდანაც მაუწყებლობს და მარტო რეგიონულ მაუწყებლად კი არა, საერთო-ეროვნულ მაუწყებლადაც გვევლინება. რაც შეეხება საეთერო დროს, რეგიონული ტელეკომპანიები ან სრული 24 საათის, ან 7-19 საათის განმავლობაში მაუწყებლობენ, თუმცა ეს დრო ძირითადად დედაქალაქის ტელემაუწყებელთა პროგრამებით არის შევსებული. თვითონ რეგიონული ტელემედიის საეთერო დრო საშუალოდ ორი-სამი საათია, რომელიც საინფორმაციო გამოშვებას, ანალატიკურ, შემეცნებით და გასართობ გადაცემებს, აგრეთვე ფასიან განცხადებებს, მილოცვებსა და ნეკროლოგებს მოიცავს. საკუთრების ფორმის მიხედვით რეგიონებში არსებული ტელეკომპანიების აბსოლუტური უმრავლესობა, ძირითადად კერძო საკუთრებაში იმყოფება (22 ტელეკომპანია შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებაა, თუმცა ზოგიერთი მათგანი თავიდან სააქციო საზოგადოებას წარმოადგენდა) და

ჩართულია „საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციაში“, რომელიც ბოლო მონაცემებით 26 წევრს აერთიანებს (იხ. დანართი №1). ზოგიერთ შემთხვევაში ტელეკომპანიის მეწილედ ადგილობრივი ხელისუფლებაც გვევლინება. მაგალითისთვის შეიძლება დავასახელოთ რამდენიმე ტელეკომპანია: ტელეკომპანია „დია“ დაარსდა 1990 წელს როგორც ნაციონალური მაუწყებლობის „იბერვიზიის“ ხაშურის ფილიალი. 2005 წლიდან, როცა ამ თბილისურმა კომპანიამ მაუწყებლობა შეწყვიტა, ტელეკომპანია დამოუკიდებელ ორგანიზაციად იქცა და „დია“ დაერქვა. დღეს იგი შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას წარმოადგენს და ორი კერძო პირის მფლობელობაშია.

„ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“ 1998 წლის 9 მარტს დარეგისტრირდა, როგორც შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, თუმცა 2001 წელს მოხდა საკუთრების ფორმის შეცვლა და იქცა სამი აქციონერის მიერ დაარსებულ სააქციო საზოგადოებად (შემდეგ იგი ისევ ძველ სტატუსს დაუბრუნდა). ასევე, სააქციო საზოგადოება „ევრიკა +“-ის დაარსებულია ახალქალაქის ტელეკომპანია „ატვ-12“, ხოლო ტელეკომპანია „ჯიხა“ (წალენჯიხა) 1999 წელს დაარსებულ არასამთავრობო ორგანიზაციას – ახალგაზრდულ ასოციაცია „ჯიხას“ ეკუთვნოდა (დღეს ორივე კერძო მფლობელობაშია).

აჭარის ტელევიზია თავიდანვე, 1987 წლიდან, ჩამოყალიბდა, როგორც სახელმწიფო სტრუქტურა – აჭარის ასსრ ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის სახელმწიფო კომიტეტი – და დღემდე ამ ფორმით რჩება აჭარის ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის სახელმწიფო დეპარტამენტის სახელწოდებით.

ჭიათურის რადიოტელევიზია, რომელიც 1991 წელს დაარსდა, თავიდან დარეგისტრირდა როგორც „ჭიათურის საქალაქო ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის რედაქცია“, იურიდიული სტატუსით – კერძო სამართლის იურიდიული პირი. 1998 წელს მის ბაზაზე რედაქციის რამდენიმე თანამშრომელმა შექმნა შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება „ჭიათურის ტელევიზია და რადიომაუწყებლობა“, რომელსაც ერთი წლის შემდეგ სამაუწყებლო კომპანია „იმერვიზია“ ეწოდა.

მეტად საინტერესოა ტელეკომპანია „გურჯაანის“ დაარსების ისტორია: იგი 1993 წელს დაფუძნდა კერძო პირის მიერ როგორც შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება საქართველოს სახელმწიფო ტელერადიოკორპორაციის კახეთის ბიუროს ბაზაზე, ადგილზე არსებული ტექნიკური და

ადამიანური რესურსების გამოყენებით – ანუ სახელმწიფო სტრუქტურის ნაწილი პირდაპირ იქცა კერძო საკუთრებად, ხოლო ბიუროს ხელმძღვანელი დამოუკიდებელი კომპანიის ხელმძღვანელად.

ტელეკომპანია „მეხუთე არხმა“ (ბოლნისი), რომელიც 1994 წლიდან არსებობს, გაიარა გზა კერძო საკუთრებიდან სახელმწიფო საკუთრებამდე და კვლავ ადგას განსახელმწიფოების გზას – 1999 წელს ერთ-ერთმა დამფუძნებელმა თავისი წილი ადგილობრივი მუნიციპალიტეტის გამგეობას მიჰყიდა და იგი დღემდე შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების 50%-ის მეპატრონედ რჩება.

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება ტელეკომპანია „მადიმ“ (ოზურგეთი-2002) თბილისური ტელეკომპანია „აიეტის“ მსგავსად საკაბელო არხის სტატუსი აირჩია, ოღონდ მისგან განსხვავებით, რომელიც თავის აბონენტებს კაბელის საშუალებით ემსახურება, მან ძვირადღირებული მრავალარხიანი კოდური სისტემა შეიძინა და ამ სფეროში სერვისის უფრო თანამედროვე ფორმა შემოიტანა არამარტო გურიის რეგიონში, არამედ საერთოდ საქართველოში. ბოლო დრომდე „მადი“ 25 არხს გადასცემდა და ერთ-ერთი არხით საკუთარ გადაცემებსაც უშვებდა. ასევე კერძო საკაბელო ტელეკომპანია „ჯავახქი/არეგი“ (ახალქალაქი-1990) თავდაპირველად მხოლოდ სომხეთის ცენტრალური ტელევიზიის რეტრანსლირებას ახდენდა, მაგრამ მოგვიანებით მან „მადის“ მსგავსად საკუთარი გადაცემების (ძირითადად საინფორმაციო ბლოკის) გაშვებაც დაიწყო ყოველდღე, 19-დან 20 საათამდე (ეს ტელეკომპანიები ამჟამად აღარ ფუნქციონირებენ).

თვითონ ტელეკომპანიათა დამფუძნებლების ინტერესებიც განსხვავებულად გამოიყურება – ეს შეიძლება იყოს როგორც პირადი ამბიციები, ისე ბიზნესის წარმოება, უფრო იშვიათად – საზოგადოებრივი ენთუზიაზმი ან პროფესიული მიზნები. ტელევიზია იმდენად ეფექტური იარაღია, რომ მისი დახმარებით ნებისმიერ სფეროშია შესაძლებელი წარმატების მიღწევა. ასე მაგალითად, ტელეკომპანია „ოდიშის“ ერთ-ერთი დამფუძნებელი საქართველოს პარლამენტის წევრი გახდა, ხოლო მოგვიანებით სხვა დამფუძნებელი – რაიონის გამგებელი. ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ერთ-ერთი მფლობელი სახელისუფლებო პარტიის – „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ აქტივისტი და საქართველოს პარლამენტის წევრი იყო. ტელევიზიის საკუთარი მიზნებისათვის გამოყენების თვალსაჩინო მაგალითს წარმოადგენს ტელეკომპანია „ქუთაისის“ ისტორია:

ტელეკომპანია „ქუთაისი“ ტელეკომპანია „რიონის“ პარალელურად 1998 წელს ჩამოყალიბდა. იგი 2002 წელს ბიზნესმენმა და საქართველოს პარლამენტის წევრმა ბონდო შალიკიანმა პოლიტიკური პარტიის „აღორძინების“ მხარდაჭერით შეისყიდა და აამოქმედა. „რიონის“ მსგავსად ისიც 24-საათიან მაუწყებლობას შეუდგა, მაგრამ ეთერი ძირითადად სხვადასხვა ტელეარხების პროდუქციით იყო შევსებული, ადგილობრივ, საკუთარ ნაწარმს მხოლოდ საინფორმაციო პროგრამები წარმოადგენდა, რომლის სტრუქტურა, ფორმა და სახელწოდებები მთლიანად აჭარის ტელევიზიიდან იყო გადმოღებული. თვით ტელევიზიის დირექტორიც აჭარიდან მოიწვიეს. პაატა კაკაურიძე ცნობილი და მიღებული ფიგურა გახლდათ ჯერ კიდევ აჭარის ტელევიზიაში. პარტია „აღორძინებასთან“ და მის მიერ რეკომენდებულ კაკაურიძესთან შალიკიანის კონფლიქტის შემდეგ ტელევიზიის დირექტორის ვაკანტურ ადგილს ქუთაისში კარგად ცნობილი ჟურნალისტი დათო ფურცხვანიძე იჭერს. მაუწყებლობის სტილი აჭარის ტელევიზიის გავლენისგან თავისუფლდება და „რუსთავი-2“-ის გავლენის ქვეშ ექცევა, სულ უფრო და უფრო აგრესიული ხდება. გადაცემები უფრო ცინიკურია, ვიდრე პროფესიული. საკუთრების ფორმამ განსაზღვრა ტელეპროგრამების ტიპი – ტელეეთერი შალიკიანის პირადი ამბიციების სამსახურში ჩადგა.

ყოველდღიური საინფორმაციო პროგრამა „დღეს“, მისი ანალიტიკური ნაწილი „მთავარი დღეს“, კვირის შემაჯამებელ პროგრამა „კვირიდან კვირამდე“, მოგვიანებით კი „დრო“ გაცილებით მეტ აგრესიას შეიცავდა, ვიდრე ინფორმაციას. ტელეწამყვანები უტაქტოდ გადადიოდნენ შეტევაზე არა მხოლოდ სტუდიის სტუმრებთან, არამედ ინტერაქტივით მათთან დაკავშირებულ ტელემაყურებლებთანაც და საკუთარ კოლეგებთანაც კი. აგრესიული ფრაზები, ჟარგონული გამოთქმები, გაუმართავი წინადადებები ტელეკომპანია „ქუთაისის“ ეთერით ხშირად ჟღერდა. ზემოთქმულს საინფორმაციო სამსახურის შემოქმედებითი ჯგუფის დაშლა მოჰყვა, მოგვიანებით კი აუდიტორია აღნიშნული ტელეკომპანიის მფლობელის დაპატიმრების მოწმეც გახდა.

უფრო ტიპური ჩანს ტელეკომპანიების დაარსება საკუთარი ბიზნესინტერესების დასაცავად ანდა, საერთოდ, მცირე საოჯახო ბიზნესის საწარმოებლად. ახლანდელი „მარნეული-ტვ“-ს წინამორბედ ტელეკომპანია „ალგეთს“, რომელიც „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანიის“ ფილიალის სახით ფუნქციონირებდა, ადგილობრივი ბიზნესმენი, სადახლოს ბაზრობის დირექტორი

აფინანსებდა და „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ მის დაპატიმრებას მაუწყებლობის შეწყვეტა მოჰყვა.

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება „კოლხეთი-89“-ს (ჩხოროწყუ) მიერ დაარსებული ამავე სახელწოდების ტელეკომპანიის დირექტორატის ოთხივე წევრი თავდაპირველად ერთი ოჯახიდან იყო და, ცხადია, მაუწყებლობაც საოჯახო ბიზნესს წარმოადგენდა. ასევე, ერთი ოჯახის წევრები მუშაობენ ბევრ სხვა ტელეკომპანიაში და პრაქტიკის პროცესში ეუფლებიან ტელეჟურნალისტის პროფესიას (ასე, მაგალითად, სამტრედიის ტელეკომპანია „ზარის“ პირველი ტელერეპორტიორი თვითონ ერთ-ერთი დამფუძნებლის მეუღლე იყო).

ზოგჯერ ტელეკომპანიების დამფუძნებლებად სატელევიზიო თუ ელექტრო-ტექნიკის სპეციალისტებიც გვევლინებიან:

1988 წელს ხონის რაიონში შეიქმნა კოოპერატული საწარმო „ცისფერი ეკრანი“, რომელიც ელექტრო-სამონტაჟო სამუშაოებს აწარმოებდა. მისი ხელმძღვანელი მანამდე რადიომოყვარული გახლდათ და საბჭოთა პერიოდში რადიოხულიგნობისათვის გაასამართლეს კიდეც. 1991 წელს მან მოიპოვა საჭირო სიხშირე და დააფუძნა ტელეკომპანია, რომელსაც ასევე „ცისფერი ეკრანი“ უწოდა (იგი მხოლოდ 1996 წელს დარეგისტრირდა როგორც შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება „მეგა ტვ“).

სამტრედიის რაიონში დღეს მოქმედი ტელეკომპანია „ზარი“ დაფუძნდა ამავე სახელწოდების მრავალდარგოვანი კოოპერატივის „ზარის“ ბაზაზე, რომელიც ითვალისწინებდა ელექტრომონტაჟსა და სხვა მსგავს სამუშაოებს. მან მაუწყებლობა 1989 წელს დაიწყო სპეცსამსახურების მიერ რაიონში მიტოვებული ანძიდან.

პროფესიით ტელეინჟინერია ტელეკომპანია „ჯიხას“ დამაარსებელი.

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება ტელეკომპანია „ეგრისის“ დამფუძნებელი ტელეკომპანიის გახსნამდე თურქეთის კერძო სატელევიზიო სტუდიებში ღებულობდა გარკვეულ ცოდნასა და გამოცდილებას, რაც საქართველოში დაბრუნების შემდეგ ახალი სამაუწყებლო არხის დაფუძნებაში დაეხმარა. ქართულ რეგიონულ ტელესივრცეში იგი პრაქტიკულად ერთადერთია, ვინც საკუთარი არხის გახსნამდე ტელესაქმით იყო დაკავებული.

პარადოქსია, მაგრამ ფაქტია, რომ რეგიონული ტელეკომპანიების დამფუძნებლებს შორის თითქმის არ ფიგურირებენ ადგილობრივი ჟურნალისტები. ერთადერთი გამონაკლისია ქალაქ ზესტაფონის ტელერადიოკომპანია „არგო“ –

1995 წელს ადგილობრივი რაიონული პრესის ჟურნალისტების ერთი ჯგუფი იმ დასკვნამდე მივიდა, რომ უფრო მომგებიანი იქნებოდა სატელევიზიო საქმიანობის დაწყება. ეს იყო პირველი შემთხვევა საქართველოს რეგიონულ მაუწყებლობაში, როცა პროფესიონალი ჟურნალისტები და ამ საქმეში გამოცდილი ადამიანები უბრალოდ აფართოებდნენ სამოღვაწეო პროფილს. თუ სხვაგან ტელეკომპანიები ძირითადად ერთი ოჯახის ან სამეგობროს წევრებმა დაარსეს, ამ შემთხვევაში დამფუძნებელთა ერთობა მათი პროფესიით იყო განპირობებული.

როგორც ჩანს, სატელევიზიო ბიზნესის ოჯახის წევრებით თუ მეგობრებით შემოფარგვლა განაპირობებს პროფესიონალი ჟურნალისტების იგნორირებას რეგიონულ სატელევიზიო მაუწყებლობაში. ათეული წლების მანძილზე საქართველოს ყველა რაიონსა თუ ქალაქში ფუნქციონირებდა ბეჭდური ორგანოები და ყალიბდებოდა პრესის ჟურნალისტთა კვალიფიციური კოლექტივები. 60 წელია ამზადებს ჟურნალისტთა კადრებს ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის ფაკულტეტი. ძნელი დასაჯერებელია, რომ მათგან ვერავინ აუღო ალღო სატელევიზიო სპეციფიკას, რათა თავისი ადგილი ეპოვნა რეგიონულ ტელეჟურნალისტიკაში. გამონაკლისს მხოლოდ ორიოდე ტელეკომპანია წარმოადგენს – ტელერადიოკომპანია „მე-9 არხში“ (ახალციხე) თავიდანვე მოიწვიეს ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის კურსდამთავრებულები და სტუდენტები და, ასევე, ძირითადად ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის სტუდენტები იყვნენ ტელეკომპანია „ოდიშის“ პირველი (ზუგდიდი) თანამშრომლები.

ზოგიერთი სამაუწყებლო კომპანია ტელევიზიასთან ერთად რაიდიომაუწყებლობასაც მოიცავს და ერთგვარ მედიაგაერთიანებად ჩამოყალიბების ტენდენციას ამჟღავნებს. თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ტელე-რადიომაუწყებლობის ამგვარმა გაერთიანებამ საქართველოს რეგიონებში დიდი განვითარება ვერ პოვა (უფრო დამაჯერებლად გამოიყურებიან რეგიონული დამოუკიდებელი რადიოსადგურები):

ტელეკომპანია „რიონს“ თავისი კუთვნილი რადიოსიხშირე უსასყიდლოდ აქვს დათმობილი საქართველოს საპატრიარქოს რადიოსათვის.

ტელერადიოკომპანია „იბერვიზიის“ რადიო, რომელიც 1999 წელს ამოქმედდა, „პირველი რადიოს“ რეტრანსლაციას ეწევა.

ტელეკომპანია „არგო“ აქტიურად იყენებდა თავის რადიო „არგო პლუსს“

ქვეყანაში არსებული მწვავე ენერგოდეფიციტის პირობებში და რადიოეთერით გადასცემდა საინფორმაციო და ანალიტიკურ პროგრამებს, ასევე რეკლამებსა და ფასიან განცხადებებს (მით უმეტეს, რომ ტელეკომპანიისა და რადიოს გადაცემები შინაარსობრივად იდენტური იყო). ამჟამად იგი საკუთარ გადაცემებთან ერთად ცნობილი ევროპული რადიოსადგურის „მონტე კარლოს“ რეტრანსლაციასაც ეწევა.

ტელერადიოკომპანია „ოდიშის“ რადიო „ოდიში პლუსი“ აქტიურ საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ხასიათს არ ატარებს და ყოველდღიური ნახევარსაათიანი საინფორმაციო გამოშვების, მუსიკალური ჰიტ-პარადისა და ფასიანი განცხადებების გამოკლებით, ძირითადად რადიო „ამერიკის ხმის“ რეტრანსლაციას ეწევა.

ტელერადიოკომპანია „მე-9 ტალღის“ (ფოთი) რადიო „ჰარმონია“ რადიო „თავისუფლების“ ეგიდით შექმნილ რადიოქსელშია ჩართული, რომელშიც მის გარდა ზუგდიდის „ათინათი“, ქუთაისის „ძველი ქალაქი“, ახალციხის „მწვანე ტალღა“ და ლაგოდეხის „ჰერეთი“ არიან გაერთიანებული. თვითონ რადიო „ჰარმონია“ საკუთარ საინფორმაციო გამოშვებას დღეში სამჯერ გადასცემს, საეთერო დროის დანარჩენი ნაწილი კი მუსიკასა და რეკლამას უჭირავს.

„ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანიას“ (რუსთავი) ფინანსური სიძნელეების გამო არ შეუძლია აამოქმედოს თავისი რადიომაუწყებლობა და სინამდვილეში ტელეკომპანიად რჩება.

ასევე, რადიომაუწყებლობის საშუალება აქვს ტელერადიოკომპანია „ფარვანასაც“, მაგრამ არარენტაბელობის გამო იგი ამ საშუალებას ვერ იყენებს.

რეგიონულ ტელემაუწყებელთა შორის ერთადერთია ტელეკომპანია „თრიალეთი“, რომელიც ბეჭდური ჟურნალისტიკითაც დაინტერესდა. ამიტომ მასზე უფრო ვრცლად შევჩერდებით:

2002 წლის დასაწყისში ტელეკომპანია „თრიალეთის“ დირექციამ რეალურად დაინახა გაზეთის გამოცემის აუცილებლობა. რატომ იყო ეს საჭირო? კითხვა ბუნებრივად ჩნდება, რადგან ტელეკომპანიას აქვს ყოველდღიური საინფორმაციო გამოშვება და კიდევ სხვა ინფორმაციული თუ ანალიტიკური ხასიათის გადაცემები. ერთი სიტყვით, იგი მაქსიმალურად ითვისებს მაყურებელთა აუდიტორიას, მაქსიმალურად აკმაყოფილებს მათ მოთხოვნილებას რეგიონულ ინფორმაციაზე. „თუმცა აქვე თავს იჩენს ძალიან მნიშვნელოვანი მომენტი – შიდა ქართლის რეგიონში თავისუფალი, დამოუკი-

დებელი აგილობრივი პრესის არარსებობა. სწორედ ისეთი პრესის, რომელიც არ ემსახურება ვინმეს ინტერესს, არის ობიექტური, ამასთანავე ხელმისაწვდომი საზოგადოების ყველა, თვით სოციალურად ძალზე მძიმე პირობებში მცხოვრები მოსახლეობისთვისაც. ამ პირობებიდან პირველი ორი „თრიალეთს“ ფაქტობრივად უკვე გარანტირებული ჰქონდა, იქედან გამომდინარე, რომ თავად ტელეკომპანია შედარებით ობიექტურ პროდუქციას უშვებდა, რადგან იგი ფინანსურად არავისგან იყო „დავალებული“. გაზეთის გამოცემის შემთხვევაში ამ უპირატესობით იგი აუცილებლად ისარგებლებდა. რაც შეეხება სტაბილურ პერიოდულობასა და ხელმისაწვდომ ფასს, ამ მხრივ სიტუაცია იოლად მოსაგვარებელი სულაც არ ჩანდა. ტელეკომპანიის დირექცია კარგად აცნობიერებდა, რომ თუ გადაწყვეტდა გაზეთის გამოცემას, იგი სტაბილურად უნდა გამოსულიყო, წინააღმდეგ შემთხვევაში, როგორც გაზეთი, ისე ტელევიზია დაკარგავდა მოპოვებულ რეიტინგსა და ნდობას. ამასთანავე, უნდა შენარჩუნებულიყო გაზეთისათვის დაბალი ტარიფი, რათა მოსახლეობის იმ კატეგორიას, რომლისთვისაც ხელმისაწვდომი არაა რესპუბლიკური პრესის შესყიდვა, (რადგან რეგიონებში მისი ფასი 30-დან 100%-მდეა გაზრდილი), თავისუფლად მოეხერხებინა გაზეთის შეძენა“ – ასე ახსნა ტელეკომპანია „თრიალეთის რედაქციამ გაზეთის გამოცემის საჭიროება.

ბუნებრივია, გაზეთს თავდაპირველად არანაირი ბიუჯეტი არ გააჩნდა. პირველი რამდენიმე ნომრის გამოცემის ხარჯები ტელევიზიას უნდა გაეღო. ეს კი ძალიან სარისკო ნაბიჯი იყო, რადგან არასწორი მენეჯმენტის შემთხვევაში, შეიძლებოდა მისი გამოცემის იდეას კრახი განეცადა. თუმცა ტელეკომპანია „თრიალეთის“ დირექციამ მაინც გადაწყვიტა ამ რისკზე წასვლა. სანამ მოსახლეობაში ტელეკომპანიის გაზეთი საკუთარ ავტორიტეტს მოიპოვებდა, მას ტელევიზიის ავტორიტეტით უნდა ესარგებლა.

გაზეთის სახელწოდების თაობაზე კამათი დიდხანს გაგრძელდა. დამფუძნებლებმა არაერთი წინადადება განიხილეს, თუმცა ყველაზე ბუნებრივად, ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, სწორედ თრიალეთი ჟღერდა, ამიტომაც საბოლოოდ გაზეთი ტელევიზიის სახელწოდებით გამოიცა.

ეს სახელწოდება მკითხველისათვის ცხადს გახდიდა იმას, რომ გაზეთ „თრიალეთის“ ინფორმაცია ისეთივე მიუკერძოებელი და რეალური იქნებოდა, როგორც ტელეკომპანია „თრიალეთით“ მიწოდებული. ამ შემთხვევაში „თრიალეთს“ საფირმო ნიშნის ეფექტი უნდა მოეხდინა.

გაზეთმა „თრიალეთმა“ რამდენიმე ნომრის გამოსვლის შემდეგ გაამართლა თავისი არსებობა. მასში თავმოყრილია ინფორმაცია შიდა ქართლის მთელი რეგიონიდან. საინტერესო და მახვილგონივრული რუბრიკები: „დემოკრატიის დაუსწრებელი გაკვეთილები“, „წითელი ისტორიები“, „სატირა/ლი/“ და სხვები კი დიდი პოპულარობით სარგებლობდა მოსახლეობაში. მკითხველის დიდი ინტერესისა და მოთხოვნილების საფუძველზე თანდათან გაიზარდა გაზეთის მოცულობა და ტირაჟი. ამასთანავე შენარჩუნდა დაბალი სარეალიზაციო ფასი. გაზეთის საშუალებით გამოცხადდა არაერთი კონკურსი („ერუდიტი“, „სილამაზის კონკურსი“ (ფოტოსურათების საშუალებით), „აქტუალური ინფორმაცია მკითხველისგან“), რომლებშიც მოსახლეობა აქტიურად ჩაება. გაზეთში სისტემატურად იბეჭდებოდა რეკრეაციული დანიშნულების მასალები: კროსვორდები, ტესტები, ტ/კ თრიალეთის კვირის პროგრამა და სხვა.

ტელეკომპანია „თრიალეთმა“ გაზეთის გამოცემა 2002 წლის 17 აგვისტოს დაიწყო. იგი იბეჭდებოდა ქალაქ თბილისში და შიდა ქართლის რეგიონში ვრცელდებოდა პრესის გამავრცელებელი სამსახურის დახმარებით, რომელიც ტელეკომპანიაში იყო შექმნილი და უზრუნველყოფდა გაზეთის ყოველ ხელმომწერამდე მიტანას. დღითიდღე იზრდებოდა გაზეთის ხელმომწერთა რიცხვი და ტირაჟიც (ტირაჟის რაოდენობა 3000-მდე აღწევდა).

მიუხედავად მოსახლეობის აქტიური ჩართულობისა, რაც გამოიხატებოდა რუბრიკით „დემოკრატიის დაუსწრებელი გაკვეთილები“, სადაც ქვეყნდებოდა მკითხველთა საჩივრები საჯარო და სახელმწიფო მოხელეთა მიერ უფლებრივი გადაცდომების შესახებ საინტერესო და სკანდალური ინფორმაცია, მიუხედავად მკითხველთა დიდი ინტერესისა რუბრიკისადმი მონიტორი, რომელშიც საჯაროობისა და გამჭვირვალობის პრინციპის საფუძველზე ქვენდებოდა ინფორმაცია თანამდებობის პირთა ოფიციალური ქონებრივი დეკლარაციებისა და რეალური ქონების თანხვედრა - ცდომილების შესახებ, მიუხედავად ძალიან პოპულარულ რუბრიკისა „შესრულდა თუ არა დანაპირები“, რომელშიც განხილული იყო არჩეული დეპუტატების წინასაარჩევნო პროგრამის შესრულების ხარისხი და მიუხედავად რუბრიკისა „დადგენილება მიღებულია ვის სასარგებლოდ?“ რომელიც განიხილავდა თანამდებობის პირთა კერძო ინტერესების სასარგებლოდ მიღებულ გადაწყვეტილებების, გაზეთმა ფუნქციონირება შეწყვიტა.

რაც შეეხება რადიო „თრიალეთს“, იგი ისევ მსმენელთა სამსახურშია. მისი

დაფარვის ზონა ფართოა. ის ფარავს გორის, ქარელის, ხაშურის, კასპის, დიდი და პატარა ლიახვის ხეობას, აღწევს ბორჯომის ხეობამდე, მცხეთის ზოგიერთ ადგილს და თბილისის გარე უბნებსაც კი.

რადიო „თრიალეთი“ მსმენელს ფართო დიაპაზონს და საინტერესო გადაცემებს სთავაზობს. მის პოპულარობაზე სტუდიაში დაფიქსირებული უამრავი სატელეფონო ზარი და ი მიუთითებს. „თრიალეთის“ მუსიკა კი ნებისმიერი გემოვნებისა და ასაკის მსმენელზეა გათვლილი.

დღეს საქართველო ადმინისტრაციულად 10 რეგიონად (მხარედ) არის დაყოფილი (რუსეთის ფედერაციის მიერ ოკუპირებული ტერიტორიების გამოკლებით): შიდა ქართლი, ქვემო ქართლი, მცხეთა-მთიანეთი, კახეთი, სამცხე-ჯავახეთი, იმერეთი, რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი, გურია, სამეგრელო-ზემო სვანეთი, აჭარა. თითოეული მათგანი ისტორიულად ჩამოყალიბებულ ტერიტორიულ ერთიანობას მოიცავს და რამდენიმე რაიონისაგან შედგება, ხოლო აჭარა დამოუკიდებელ ავტონომიურ ერთეულსაც წარმოადგენს. ყველა რეგიონში (როგორც ადრე აღვნიშნეთ, რაჭა-ლეჩხუმისა და ქვემო სვანეთის გამოკლებით) მაუწყებლობს ერთი ან რამდენიმე ტელეკომპანია. მათი უმრავლესობა რაიონული მასშტაბისაა, თუმცა დაფარვის ზონაში ხშირად მეზობელი რაიონებიც მოიაზრებიან. მაგრამ თითქმის ყველა რეგიონში ფუნქციონირებენ ტელეკომპანიები, რომლებსაც მთელ რეგიონზე (მხარეზე) მაუწყებლობის პრეტენზია აქვთ, თუმცა ოფიციალურად ასეთი სტატუსი მხოლოდ აჭარის სახელმწიფო ტელერადიოდეპარტამენტს გააჩნია. ეს ტელეკომპანიები თავიანთი შესაძლებლობებით სხვებს აღემატებიან და მათი წარმოშობისა და განვითარების ანალიზიც მეტ ინტერესს იწვევს.

შიდა ქართლი. ამ რეგიონში დღეს ორი ტელეკომპანია ფუნქციონირებს – „დია“ (ხაშური) და „თრიალეთი“ (გორი). „დია“-ს მაუწყებლობა საკუთარი ლიცენზიით მხოლოდ ხაშურსა და მიმდებარე ტერიტორიაზე ვრცელდება და არც გადაცემების სიმრავლით გამოირჩევა. რაც შეეხება „თრიალეთს“, იგი გამორჩეული ტელეკომპანიაა საქართველოს რეგიონული მაუწყებლობის სისტემაში და უფრო დაწვრილებით ანალიზს საჭიროებს.

ტელეკომპანია „თრიალეთმა“ მაუწყებლობა 1990 წლის ივნისში შიდა ქართლის პატარა ქალაქ ქარელში დაიწყო. მისი აღმოცენება საკმაოდ ცვალებად, ღირებულებათა გადაფასების და უამრავი სიახლისა ეპოქას დაემთხვა.

თავისუფალი სიტყვისა და აზრის დეფიციტის პერიოდში ტელეკომპანიის დამფუძნებლებმა საკუთარი მიზნები სწორედ ამ ხარვეზების – სიტყვის თავისუფლებისა და აზრის დეფიციტის წინააღმდეგ მიმართეს.

მართლაც, ძნელი წარმოსადგენია ისეთი ფართო დიაპაზონის კონტრასტი, როგორიც 1990 წლისა და დღევანდელ ტელეკომპანია „თრიალეთს“ შორის არსებობს. სიტყვა „ტელევიზია“ ყველასათვის, ალბათ, ტექნიკასთან, დიდ სტუდიებთან ასოცირდება. მაგრამ რას წარმოადგენდა მაშინდელი ტელეკომპანია „თრიალეთი“? ეს იყო არც მეტი, არც ნაკლები ერთი ვიდეოკამერა და ერთი ვიდეომაგნიტოფონი.

დამფუძნებლების, ბადრი და ჯონი ნანეტაშვილების გარდა, ტელევიზიაში მუშაობდნენ ერთი დიქტორი, ერთი ვიდეოინჟინერი, 4 ვიდეოოპერატორი, (რომლებიც ამავდროულად, მონაცვლეობით, 24 საათის მანძილზე მორიგეობდნენ ტელევიზიაში) და სამი ჟურნალისტი. ტელევიზია განთავსდა ორ პატარა ოთახში ქარელის ფოსტის შენობის მესამე სართულზე.

ტელევიზიის გენერალური დირექტორი შემდეგნაირად იხსენებს ამ პერიოდს: „ტელევიზიის გახსნა და შემდეგი რამდენიმე წელი საქართველოსთვის მართლაც ძალიან რთულ პერიოდს დაემთხვა. ეს იყო დრო, როცა ხალხი იარაღით დადიოდა ქუჩაში, როცა საღამოობით გარეთ გასვლა არ შეიძლებოდა, როცა მძვინვარებდა ომი სამაჩაბლოში... იყო შემთხვევები, როდესაც ტელევიზიაში მოდიოდნენ შეიარაღებული ადამიანები და მოითხოვდნენ ეთერში გასვლას. ბევრი ტელევიზიის გაუქმებით, დახურვითაც იმუქრებოდა, თუმცა ახლა ეს ყველაფერი ჩავლილია. ამ ქაოსმა ვერაფერი დაგვაკლო. პირიქით, ამ რთულ ეპოქაში, მოსახლეობის მხარდაჭერით, ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ჟურნალისტებმა შეძლეს ტელევიზიის არა მარტო შენარჩუნება, არამედ განვითარებაც“.

ტელეეკრანი საზოგადოებრივი აზრის შექმნის ძირითადი იარაღია, მაგრამ იმდენად, რამდენადაც ბევრი ტელარხია, ეს იარაღიც სხვადასხვაგვარია და ისინი ერთმანეთს ანეიტრალებენ, აბალანსებენ, თორემ ისევ ის მდგომარეობა იქნებოდა, რაც 15 წლის წინ იყო, როდესაც მხოლოდ ერთი ტელევიზია არსებობდა, ის ქმნიდა მსოფლმხედველობას და ის ჭრიდა ფანჯარას ცხოვრებაში. ტელევიზიას ბევრი რამის გაკეთება ან, პირიქით, გაფუჭება შეუძლია, და ეს იმაზეა დამოკიდებული, თუ ვის ხელშია ტელეარხი.

საზოგადოებისათვის ცნობილია, რომ ბოლო ათეული წლის განმავლობაში

არაერთმა ტელევიზიამ დაიწყო მაუწყებლობა, ზოგმა სხვათა სპონსორობით, ზოგმა დამოუკიდებლად, თუმცა დღემდე ერთეულებმა თუ შეძლეს არსებობის შენარჩუნება. ამ ერთეულებიდან ერთ-ერთი პირველია ტელეკომპანია „თრიალეთი“. 1990 წლიდან მისი მაუწყებლობა არ შეწყვეტილა. თავდაპირველად „თრიალეთის“ ეთერი საღამოს 17.00 სთ-დან იწყებოდა ღამის 2-3 სთ-მდე გრძელდებოდა, ახლა ტელეკომპანია „თრიალეთის“ მაუწყებლობა დღე-ღამეში 20-21 საათის მანძილზე გრძელდება: დილის 7 საათიდან ღამის 3 საათამდე.

თავიდან ტელეკომპანიის სამაუწყებლო ბადე მარტივი და პრაგმატული იყო. საინფორმაციო გამოშვებებს ცვლიდა ჰოლივუდური ჰიტები, რომლებითაც დარჩენილი საეთერო დრო ივსებოდა. თანდათან „თრიალეთის“ პროგრამულ სტრუქტურას შეემატა სხვადასხვა გადაცემები, ფილმები. ე.წ. „საპნის ოპერები“ და ვიდეოკლიპები.

ასევე, თავდაპირველად ტელეკომპანია „თრიალეთის მაუწყებლობის ზონა ძირითადად ქალაქი ქარელითა და ქარელის რაიონით შემოიფარგლებოდა, სხვა რაიონებში იგი დაბალი ხარისხით აღწევდა. 1995 წლიდან „თრიალეთი“ შიდა ქართლის მთელს რეგიონში გორის ტელეანძიდან პირველი მეტრული არხის საშუალებით გადის. ახლა „თრიალეთის“ მაუწყებლობა ფარავს ქალაქ გორს, ქარელს, ხაშურს, კასპსა და ცხინვალს, ასევე, იმ სოფლებს, რომლებიც ამ რაიონებში შედის.

უნდა ითქვას ისიც, რომ მანამ, სანამ „თრიალეთი“ მაყურებელს სტაბილურ კვირის პროგრამასა და სისტემატურ გადაცემებს მიაწვდიდა, საკმაო დრომ განვლო. ეს პერიოდი საჭირო იყო უეთესი აპარატურის შესაძენად. ასევე, იმ კადრების მოსამზადებლად, რომელთაც შემდეგ ამ აპარატურასთან უნდა შეძლებოდათ მუშაობა.

გამომდინარე იქედან, რომ შიდა ქართლის რეგიონული ცენტრი არის ქალაქი გორი, ტელევიზიისათვის უფრო მოსახერხებელი იყო ცენტრალური ოფისის ამ ქალაქში არსებობა. ამიტომ დაიწყო ზრუნვა გორში არა მარტო ტელევიზიის ცენტრალური ოფისის გადმოტანაზე, არამედ გაფართოებაზეც. ეს საკმაოდ შრომატევადი სამუშაო იყო, რომელიც დიდ დროსთან ერთად, დიდ თანხებსაც ითხოვდა.

მშენებლობა დაიწყო კინოთეატრ „გამარჯვების“ იმ ნაწილში, რომელიც მანამდე აბსოლუტურად გამოუსადეგარი და გამოუყენებელი იყო და სადაც ტელეკომპანია „თრიალეთის“ გორის ოფისს ერთი ოთახი იჯარით ჰქონდა

აღებული. თვითონ კინოთეატრი იმ დროისთვის სრულიად გაპარტახებული იყო და არ ფუნქციონირებდა.

მშენებლობა 7 თვის მანძილზე გაგრძელდა. დღეს ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ოფისი ერთ-ერთი საუკეთესო შენობაა გორში.

2001 წლის ბოლოს ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ცენტრალური ოფისი გადმოვიდა გორში, ქალაქის ცენტრში, საკუთარი სახსრებით, თანამედროვე ტელევიზიის სტანდარტებით აშენებულ სამსართულიან შენობაში. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ „თრიალეთი“ არის პირველი ტელეკომპანია, რომელმაც ასეთი სტუდია და ოფისი ააშენა.

ტელეკომპანიის შენობაში არის დიდი სტუდია ტოქშოუს მოსაწყობად, რომელიც აღჭურვილია განათებით, მოძრავი შტატივებით, რადიო და სამკერდე მიკროფონებით, სამიარუსიანი სკამებითა და სავარძლებით. დიდ სტუდიაში რეგულარულად ტარდება გადაცემები. იგი საშუალებას იძლევა ერთდროულად უმასპინძლოს 50 სტუმარსაც კი. აქვე ფუნქციონირებს პატარა სტუდიაც განცხადებებისთვის და საინფორმაციო პროგრამების წასაყვანად. ნიუს-რუმში ტელეჟურნალისტები ამზადებენ და ამონტაჟებენ ახალი ამბების სიუჟეტებს. ტელევიზიაში არის გამშვები, საიდანაც ხდება მთელი პროგრამების მაყურებლისთვის მიწოდება, სააპარატურო, სარეჟისორო, საგრიმიორო, სარეკლამო, სტუმრების მისაღები, რადიოსტუდიის, გაზეთის რედაქტორისა და ჟურნალისტებისთვის განკუთვნილი ოთახები. ტელევიზიის შენობის მესამე სართულზე გამოყოფილია ფართი პრესკონფერენციების მოსაწყობად და საყმაწვილო სტუდიის ფუნქციონირებისთვის.

ტელეკომპანია „თრიალეთს“ დასაქმებული ჰყავს 80 ადამიანი. ესენი არიან ჟურნალისტები, ოპერატორები, მონტაჟისტები, რეჟისორები, ვიდეოინჟინრები, დიქტორები, წამყვანები, დაცვის თანამშრომლები და სხვა.

ტელეკომპანიაში არის რამდენიმე განყოფილება: ახალი ამბების, პროგრამების, სარკლამო, ტექნიკური, სამეურნეო და დაცვის განყოფილება.

არ შეიძლება ორიოდე სიტყვა არ ვთქვათ რუსეთ-საქართველოს 2008 წლის აგვისტოს ომის პერიოდში „თრიალეთის“ მოღვაწეობის შესახებ. მაშინ ტელეკომპანია „თრიალეთმა“ მთლიანად შეწყვიტა მუშაობა – მის შენობაში განთავსებული იყვნენ სხვადასხვა მედია საშუალებები, ხოლო პოლიტიკოსები ამ პერიოდში პირდაპირ ჩართვებს ახორციელებდნენ „თრიალეთის“ სტუდიებიდან.

გორის დაბომბვისა და ქალაქში რუსი ოკუპანტების შემოსვლის დროს, როდესაც ტელეკომპანიის ყველა თანამშრომელი ტელევიზიის შენობაში მყოფ მედიაცენტრის ჟურნალისტებთან ერთად იძულებული გახდა შენობა დაეტოვებინა, მოხდა ტელევიზიის კუთვნილი აპარატურის დატაცება. დაიკარგა ძვირადღირებული ტექნიკა: სამონტაჟო კომპიუტერები, ვიდეოკამერები, ტელევიზორები, ვიდეო და აუდიომიქსერები, ნოუთბუქები, ჩამწერი დივიდები, პრინტერები და ასე შემდეგ. რუსი ოკუპანტების მიერ დაცხრილულ იქნა კომპანიის კუთვნილი ორი სატელევიზიო, ერთი რადიოგადამცემი და ერთი სარელეო მიმღებ-გადამცემი სადგური. გარდა ამისა, ტელეცენტრის შენობიდან დაკარგულია 10 კილოვატიანი გენერატორი და უწყვეტი კვების წყარო. ამასთანავე, კომპანიის შენობის წინ ე.წ. კასეტური ბომბის აფეთქებამ ჩაამსხვრია შენობის ყველა მინა, დაიცხრილა შენობის ფასადი და თუნუქის სახურავი, რომელიც ისე დაზიანდა, რომ მთლიანად შესაცვლელი გახდა.

ამ ყველაფერმა გამოიწვია ტელე- და რადიოგადაცემების შეწყვეტა. მაუწყებლობის აღდგენა დაკავშირებული იყო დიდ ფინანსებთან, თუმცაღა ამერიკის საელჩოს მხარდაჭერით ეს პრობლემა მალე მოგვარდა და „თრიალეთმა“ ჩვეულ რიტმში განაგრძო ტელე– და რადიომაუწყებლობა.

ქვემო ქართლი: „მთელი ათწლეულის მანძილზე ადგილობრივი რეგიონის ხელისუფლება (პრეზიდენტის რწმუნებული ლევან მამალაძე) ცდილობდა ხელი შეეშალა რეგიონში ინფორმაციის დაგროვებისა და საჯარო გამოსვლებისათვის, სამოქალაქო სექტორის განვითარებისათვის, რაც ხდებოდა ღია დაშინებითა თუ ზეწოლის პირდაპირი მექანიზმების გამოყენებით... ამ პირობებში, ადგილობრივი ხელისუფლების ინტერესებიდან გამომდინარე, იზრდებოდა სახელმწიფო ჩარევა ნახევრად დამოუკიდებელი თუ იურიდიულად დამოუკიდებელი მედიაორგანიზაციების საქმიანობაში“ (საქართველოს რეგიონული... 2005:47). ასეთ ვითარებაში „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“, რომელიც მხარის ისტორიულ ცენტრში – რუსთავშია განთავსებული და სხვა რაიონულ მაუწყებლებთან შედარებით მეტი შესაძლებლობა გააჩნია, მაინც ვერ ჩამოყალიბდა მთელი მხარის საერთო მაუწყებლად. „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ მდგომარეობა არ შეცვლილა და იგი წინანდებურად რუსთავის ტერიტორიაზე მაუწყებლობს, თუმცა ეროვნული მარეგულირებელი კომისიის მიერ გაცემული ლიცენზიის თანახმად შეუძლია მაუწყებლობა მარნეულის, ბოლნისის, რუსთავისა და თბილისის მასშტაბით. ამჟამად ეს ლიცენზია მას ბოლნისსა და მარნეულში მაუწყებელ ტელევიზიებზე

ეთერის გაქირავებით აქვს გადანაწილებული. „ქვემო ქართლის ტელე-რადიოკომპანიის“ საერთო-რეგიონულ არხად ჩამოყალიბებას ისიც უშლის ხელს, რომ იგი მხოლოდ ქართულ ენაზე მაუწყებლობს, მაშინ, როცა რეგიონის მოსახლეობის დიდ ნაწილს მუსლიმი აზერბაიჯანელები, გრიგორიანელი სომხები და მართლმადიდებელი ბერძნები შეადგენენ.

მცხეთა-მთიანეთის რეგიონში მხოლოდ ერთადერთი მაუწყებელია – შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება ტელეკომპანია „დუშეთი“, რომელიც მხარის ადმინისტრაციულ ცენტრში, დუშეთშია განთავსებული. ასეთ უკონკურენტო პირობებში მას მართლაც შეეძლო გამხდარიყო საერთო რეგიონული მაუწყებელი. 1990-იანი წლების შუა პერიოდში, მცხეთა-მთიანეთის რეგიონში პრეზიდენტის რწმუნებულად კობა ბუჩუკურის დანიშვნის შემდეგ, ტელეკომპანიას აღმავლობის პერიოდი დაუდგა. პრეზიდენტის რწმუნებული დაინტერესებული იყო ისეთი ტელევიზიის შექმნით, რომელიც მაუწყებლობას რეგიონის მასშტაბით და შესაძლოა მის გარეთაც შეძლებდა. ადგილობრივ ხელისუფლებასა და ტელეკომპანია „დუშეთს“ შორის თანამშრომლობა იქამდეც მივიდა, რომ 1998 წელს შეიძინეს ძლიერი გადამცემი, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელი გახდა მთელი მცხეთა-მთიანეთის რეგიონის, ნაწილობრივ კი შიდა და ქვემო ქართლის და თბილისის გარეუბნების „დუშეთის“ სიგნალით დაფარვა. მაგრამ მხარის რწმუნებულის შეცვლის შემდეგ, 2000 წელს, ეროვნულმა მარეგულირებელმა კომისიამ ტელეკომპანიას ჩამოართვა სიხშირე, რომელზეც იგი მაუწყებლობდა და მის მერე იგი მხოლოდ ქალაქ დუშეთის ტერიტორიას ფარავს.

კახეთის რეგიონის ისტორიულ და ახლანდელ ადმინისტრაციულ ცენტრსაც ქალაქი თელავი წარმოადგენს, მაგრამ ვერც იქ განთავსებული შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება ტელეკომპანია „თანამგზავრი“ იქცა რეგიონულ მაუწყებლად, თუმცა თელავის გარდა, ახმეტისა და ყვარლის რაიონებშიც ვრცელდება. ჯერ ერთი, წლების მანძილზე, ქვემო ქართლის რეგიონის მსგავსად, კახეთიც ძლიერი ადგილობრივი ავტორიტარული კლანური რეჟიმით გამოირჩეოდა. ხელისუფლებამ არსებული საინფორმაციო ველის მონოპოლიზება მოახდინა და დამოუკიდებელი მედიის განვითარებას ყოველმხრივ ხელს უშლიდა. ეს განსაკუთრებით ეხება ელექტრონულ მედიას, რომელიც ბეჭდურ მედიასთან შედარებით უფრო ფართო აუდიტორიაზეა გათვლილი და მასზე კონტროლის დაკარგვას ადგილობრივი ხელისუფლება

ყველაზე მეტად უფრთხის. მეორე, რაც არანაკლებ მნიშვნელოვანია, ტელეკომპანია „თანამგზავრს“ საკუთარი საეთერო ბადე სუსტად აქვს განვითარებული და მეზობელ რაიონში მოქმედ ტელეკომპანია „გურჯაანსაც“ კი ვერ უწევს კონკურენციას, რომელიც დღე-ღამეში 18 საათის განმავლობაში მაუწყებლობს და არც ერთი სხვა არხის რეტრანსლაციას არ ეწევა (კახეთის რეგიონის ორი დანარჩენი ტელეკომპანია – საგარეჯოს „თვალი“ და „ლაგოდეხ ტვ“ „თანამგზავრსაც“ ჩამოუვარდება და „გურჯაანსაც“). ასე რომ, კახეთის რეგიონის მთავარ ტელემაუწყებლად ტელეკომპანია „გურჯაანი“ უნდა ჩაითვალოს, რომლის გადაცემები ყვარლის, სიღნაღისა და ლაგოდეხის რაიონებსაც წვდება.

სამცხე-ჯავახეთის რეგიონში სამხარეო მაუწყებლად ჩამოყალიბების ყველაზე მეტი შესაძლებლობა აქვს ახალციხეში განთავსებულ ტელეკომპანია „მე-9 არხს“, რომელიც ასპინძასა და ადიგენის რაიონებზეც ვრცელდება, აგრეთვე მაუწყებლობის ლიცენზიას ახალციხესთან ერთად ახალქალაქსა და ნინოწმინდაზეც ფლობს (ამ ლიცენზიით გადიან ეთერში ადგილობრივი სომხურენოვანი ტელემაუწყებლები) და, ამდენად, რეგიონის ყველა რაიონს მოიცავს. იგი აქტიურად თანამშრომლობს ქველიცენზიანტებთან და რეგიონში მოქმედ მეორე ქართულენოვან ტელერადიოკომპანია „ბორჯომთან“.

იმერეთის რეგიონში ნამდვილ რეგიონულ მაუწყებლად (მთელი მხარის მასშტაბით) გვევლინება ტელეკომპანია „რიონი“, რომელსაც მაუწყებლობის ლიცენზია აქვს ქალაქ ქუთაისსა და მიმდებარე რაიონებზე. იგი 1986 წელს დაარსდა როგორც ქუთაისში დოკუმენტური ფილმების პირველი სტუდია, 1988 წელს კი ოფიციალურად გაფორმდა როგორც „ქუთაისის კომერციული ტელევიზია“. ეს იყო საკაბელო ტელევიზია, რომელიც იუწყებოდა 24 საათის განმავლობაში და გადასცემდა რვა სხვადასხვა არხის პროგრამებს. გადაიცემოდა აგრეთვე საკუთარი პროდუქციაც, რაც საინფორმაციო და გასართობი პროგრამების სახით იყო წარმოდგენილი. 1989 წელს ეთერში გავიდა პირველი ყოველდღიური საინფორმაციო პროგრამა „ახალი ამბები“. პირველი კორესპონდენტები, პირველი ენთუზიასტები სტუდენტები და, საერთოდ, ახალგაზრდა კადრები იყვნენ. 1991 წელს დაიხურა საკაბელო ტელევიზია და მოხდა გადასვლა საეთერო მაუწყებლობაზე – საკაბელო ტელევიზიის ბაზაზე ჩამოყალიბდა ტელეკომპანია „რიონი“. ანძაზე დამონტაჟდა სპეციალური გადამცემი და დაიწყო პროგრამების ტრანსლირება – მოძრავმა სატელევიზიო

სადგურმა და ანძასთან სარელეო ხაზით დაკავშირებამ შესაძლებელი გახადა პირდაპირ ეთერში მუშაობა. თვითონ ტელესტუდია 1993 წლიდან განთავსებული იყო კინო „საქართველოს“ შენობაში. დღეს ტელეკომპანია „რიონი“ შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას წარმოადგენს და ერთი პირის საკუთრებაშია.

ტელეკომპანიამ იმთავითვე დიდი ადგილი დაუთმო საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ თემებს და შეძლებისდაგვარად აშუქებდა იმერეთის რეგიონში მიმდინარე მოვლენებსა და პროცესებს. „რიონის“ მუშაობა ადგილობრივი ხელისუფლების საინფორმაციო პოლიტიკას არ ეწინააღმდეგებოდა და უფრო მასთან მჭიდრო თანამშრომლობის ხასიათს ატარებდა, ვიდრე მისგან დამოუკიდებელს. ეს განპირობებული იყო არა მარტო ფინანსური მოსაზრებით, არამედ ტელეკომპანიის დამფუძნებლისა და იმერეთის მხარეში პრეზიდენტის რწმუნებულის თემურ შაშიაშვილის პირადი ურთიერთობებით, ვისი დახმარებითაც თავის დროზე, ჯერ კიდევ კომუნისტური პარტიის ქუთაისის საქალაქო კომიტეტის მდივნობის პერიოდში, მოხერხდა ამ ტელეკომპანიის დაფუძნება. „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ ურთიერთობა ტელეკომპანია „რიონსა“ და სამხარეო ადმინისტრაციას შორის მნიშვნელოვნად შეიცვალა. „რიონმა“ დატოვა სახელმწიფოს საკუთრებაში მყოფი შენობა, შემცირდა სახელმწიფოს მხრიდან დაფინანსებაც. ამის ერთ-ერთი მიზეზი ისიცაა, რომ ტელეკომპანია „ქუთაისი“, რომელიც რევოლუციის შემდეგ შერისხულ და დაპატიმრებულ დეპუტატ ბონდო შალიკიანს ეკუთვნოდა, დაიხურა და „რიონის“, როგორც ოპოზიციის ტრიბუნის საპირწონის, აქტუალობამაც იკლო. შეიცვალა თვითონ ახალი ხელისუფლების მუშაობის სტილიც. თუმცა ტელეკომპანია „რიონი“ მაინც მნიშვნელოვან რესურსს წარმოადგენს ადგილობრივი ხელისუფლებისათვის სხვადასხვა საინფორმაციო კამპანიის საწარმოებლად. იგი დღე-ღამეში 24 საათის განმავლობაში მაუწყებლობს და იმერეთის გარდა გურიისა და სამეგრელოს ნაწილსაც ჰფარავს.

გურიის რეგიონში დღეს ერთადერთი ტელეკომპანია „გურია“ (ოზურგეთი) ფუნქციონირებს და ფაქტობრივად რეგიონულ მაუწყებელს წარმოადგენს, რადგან მისი დაფარვის ზონა არა მხოლოდ გურიის სამივე რაიონს, არამედ ქობულეთსაც მოიცავს. იგი 1991 წელს შეიქმნა და რეგისტრირებულია შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების სტატუსით. სხვა არხების რეტრანსლირებას არ ეწევა.

სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონში (უფრო ზუსტად სამეგრელოში,

რადგან ზემო სვანეთში – მესტიის რაიონში – არც ერთი ელექტრონული მედია არ არსებობს) ერთი ტელერადიოკომპანია და ოთხი ტელეკომპანია ფუნქციონირებს, მაგრამ ვერც ერთის მაუწყებლობა ვერ ფარავს მთელ რეგიონს, ძირითადად ისინი ერთი ქალაქის ან რაიონის მასშტაბისაა და უკეთეს შემთხვევაში მეზობელი რაიონების ნაწილზე ვრცელდება. ამ ტელეკომპანიების საკუთარი გადაცემები დღე-ღამეში 2-3 საათს არ აღემატება და საეთერო დრო ძირითადად „რუსთავი-2“-ის რეტრანსლირებითაა შევსებული.

აჭარაში, რომელიც დამოუკიდებელ ავტონომიურ ერთეულს წარმოადგენს, ტელევიზიას თავიდანვე დაეკისრა რეგიონული მაუწყებლის ფუნქცია. 1987 წლის სექტემბრის თვეში საქართველოს კომპარტიის ცენტრალური კომიტეტის სხდომაზე განიხილეს აჭარის რეგიონში ტელევიზიის დაარსების საკითხი. გადაწყდა, რომ იგი მაქსიმალურად მოკლე დროში შექმნილიყო. მართლაც 1987 წლის 4 ნოემბერს აჭარის ტელევიზია სიტყვებით – „ლაპარაკობს და უჩვენებს აჭარის ტელევიზია“ – პირველად გავიდა ეთერში. თავდაპირველად მზადდებოდა საინფორმაციო-მუსიკალური პროგრამა „აჭარა“ რომელიც გადიოდა კვირაში ორჯერ – სამშაბათსა და პარასკევს. გადაცემის ხანგრძლივობა 40 წუთს შეადგენდა და საქართველოს ტელევიზიის პირველი არხის მეშვეობით მოიცავდა მხოლოდ აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტერიტორიას. გადაცემები იწერებოდა წინასწარ და ბუნებრივია, მას აკლდა ოპერატიულობა. პირდაპირ ეთერამდე ჯერ კიდევ დიდი გზა იყო გასავლელი. ასე გრძელდებოდა 1991 წლამდე.

1991 წლიდან აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უზენაესი საბჭოს გადაწყვეტილებით ორი სტრუქტურა – ტელევიზია და რადიომაუწყებლობა (რომელიც 60 წლით ადრე იყო დაარსებული) – გაერთიანდა აჭარის ტელერადიოკომიტეტის სისტემაში. ამჟამად მისი სტატუსი აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის მინისტრთა საბჭოსთან არსებული ტელერადიო-მაუწყებლობის საქვეუწყებო დეპარტამენტის სახით განისაზღვრება.

ტელერადიოკომპანია „აჭარა“ ყოველთვის იყო სამთავრობო სტრუქტურა. მის ფუნქციონირებას მთლიანად აჭარის ყოფილი ხელმძღვანელობის პოლიტიკა განსაზღვრავდა. არც ტელევიზიას და არც რადიოს დამოუკიდებელი სარედაქციო და საინფორმაციო პოლიტიკის გატარების საშუალება არ ჰქონდა. სამაგიეროდ, ავტონომიური რესპუბლიკის ხელმძღვანელობა, რომელსაც ცენტრალურ ხელისუფლებასთან კონფრონტაციული ურთიერთობის ფონზე

საკუთარი საინფორმაციო ველის შექმნა სჭირდებოდა, როგორც ადგილობრივ დონეზე, ისე მთელი საქართველოს მასშტაბით, ტელერადიოკომპანიის დაფინანსებას სრულად უზრუნველყოფდა. შეიძლება ითქვას, რომ სწორედ აჭარის იმდროინდელი ხელისუფლების ძალისხმევით ტელერადიოკომპანია „აჭარა“, ტექნიკური თვალსაზრისით, ყველაზე განვითარებულ მედიაორგანიზაციას წარმოადგენდა საქართველოში.

1991 წლის შემოდგომაზე აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ლიდერმა ასლან აბაშიძემ პრესმდივან მერი კახიძეს დაავალა უმოკლეს დროში მოემზადებინა ყველა საჭირო მასალა აჭარის ტელევიზიაში რუსული რედაქციის შესაქმნელად. დავალება 2 თვეში შესრულდა. ჩამოყალიბდა რედაქციის სტრუქტურა, რომელსაც უნდა შემატებოდა ინგლისური, ფრანგული და გერმანულენოვანი რედაქციები. პირველ ხანებში, დაახლოებით 3 თვის განმავლობაში, გადიოდა ქართული საინფორმაციო გამოშვებების რუსული დუბლაჟი. მეტის გაკეთება იმ პერიოდში ტექნიკურადაც შეუძლებელი იყო, რადგან ტექნიკური აღჭურვილობის სიმცირის გამო, კერძოდ, ორი კინო-კამერა, ორი საბჭოური წარმოების 70-მილიმეტრიანი ვიდეომაგნიტოფონი, სამკამერიანი, ასევე, საბჭოური წარმოების სტუდიური სააპარატო და ერთი BETECAM-ის ტიპის სამონტაჟო.

1992 წლის აპრილიდან ეთერში იწყო გასვლა რუსულმა სრულფასოვანმა პროგრამამ, რომელიც ათ წუთს გრძელდებოდა. ეს დრო საკმარისი იყო სულ რამდენიმე ტელესიუჟეტისათვის, რომლებიც აჭარის ყველა რეგიონზე მოიცავდა ინფორმაციას. არეალი თანდათან გაიზარდა. რუსული რედაქციის კორესპონდენტები აქტიურად მუშაობდნენ საქართველოს სხვადასხვა ქალაქში. მზადდებოდა სპეცრეპორტაჟები საქართველოს თითქმის მთელი ტერიტორიიდან. რუსულენოვანი გადაცემები კვირაში სამჯერ გადიოდა ათწუთიანი ქრონომეტრაჟით.

1992-93 წლებში თანდათან შეივსო ტექნიკური ბაზა. ტელევიზია აღიჭურვა „პანასონიკის“ ფირმის S-VHS-ის ფორმატის სატელევიზიო აპარატურით, რის შემდეგაც შესაძლებელი გახდა მაუწყებლობა გაზრდილიყო ყოველდღიურად ერთ საათამდე. მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა მაუწყებლობის ხარისხიც. ამ დროისთვის ქართული საინფორმაციო გამოშვება შინაარსობრივად და მოცულობითაც ძირფესვიანად შეიცვალა. საღამოს საათებში ეთერში ყოველდღიურად გადიოდა საინფორმაციო პროგრამა „ექო“ 15-25 წუთის მოცულობით. იმდროინდელ გამოშვებებში, ძირითადად, აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში

მიმდინარე პოლიტიკურ-ეკონომიკური და სოციალური პროცესები შუქდებოდა.

1994-95 წლებში აშენდა ომბალაურის სატელევიზიო ანძა, რამაც შესაძლებელი გახადა მაუწყებლობა გადასულიყო დეციმეტრულ დიაპაზონზე ყოველდღიურად 4-საათიანი პროგრამით. ქედის, შუახევისა და ხულოს ცენტრებში დამონტაჟდა რუსული წარმოების სატელევიზიო გადამცემები.

1997 წლის დეკემბერში ასლან აბაშიძის, ინიციატივით აჭარის ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის სახელმწიფო დეპარტამენტთან შეიქმნა დიასპორებთან მუშაობისა და უცხოეთში მყოფ თანამემამულეებთან კავშირების დამყარების განყოფილება. იმ დროისათვის მსგავსი განყოფილების ანალოგი არ მოიძებნებოდა პოსტსაბჭოთა სივრცეში არსებულ არც ერთ ტელევიზიაში. აღნიშნული რედაქცია ამზადებდა გადაცემებს სხვადასხვა ხალხთა ისტორიის, ეროვნული დღესასწაულებისა და ტრადიციების შესახებ. ეთერში გავიდა რუსეთში, ბელორუსიაში, უკრაინაში, სომხეთში, ნიდერლანდებში, შოტლანდიაში, ინგლისში, ავსტრიაში, ავსტრალიაში, სინგაპურში, არაბთა გაერთიანებულ საამიროებში მომზადებული მასალები. მუდმივ რუბრიკაში „შეხვედრები საინტერესო ადამიანებთან“ მოგვითხრობდნენ გამოჩენილი პოლიტიკოსების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის მოღვაწეთა ცხოვრებისა და საქმიანობის შესახებ.

აჭარის ტელევიზიით აღნიშნული განყოფილების არსებობის მანძილზე გადაიცა 500-ზე მეტი საავტორო გადაცემა.

1998-99 წლებში საგრძნობლად შეიცვალა სატელევიზიო აპარატურა, მაუწყებლობა S-VHS-ის ფორმატიდან BETECAM-SP-ის ფორმატზე გადავიდა, რამაც ახალ საფეხურზე აიყვანა მისი ხარისხი.

2000 წლის 24 ოქტომბერს აჭარის ტელევიზიამ თანამგზავრით დაიწყო მაუწყებლობა და, ბუნებრივია, დღის წესრიგში დადგა ახალი საინფორმაციო გამოშვების ჩამოყალიბების საკითხი.

ქართულენოვანი საინფორმაციო პროგრამა „დღეს“ 24 საათის განმავლობაში ეთერში რვაჯერ გადაიცემოდა. პირველი გამოშვება ეთერში დილის 9, ხოლო ბოლო ღამის 12 საათზე გადიოდა. ღამის 3 საათზე კი ახალი ამბები დაიჯესტის სახით მიეწოდებოდა მაყურებელს. გამოშვების ოპერატიულობას ხელს უწყობდა ისიც, რომ აჭარის ტელევიზიას სერიოზული, მობილური ბიურო ჰყავდა თბილისში. ასევე, მუშაობდნენ კორესპონდენტები აჭარის ხუთივე რაიონში. განმტკიცდა კონტაქტები საინფორმაციო სააგენტოებთან. საინფორმაციო გამოშვებებში სოლიდურ ქრონომეტრაჟს იკავებდა მსოფლიოს

ახალი ამბები, რასაც ხელი შეუწყო საინფორმაციო სააგენტო „როიტერთან“ თანამშრომლობამ. ამ დროსათვის აჭარის მთელ ტერიტორიაზე დამონტაჟდა 70 მცირე და საშუალო სიმძლავრის გადამცემი.

მნიშვნელოვანი სახეცვლილება განიცადა რუსულენოვანმა საინფორმაციო გამოშვებებმა, შეიცვალა როგორც გამოშვების ფორმა, ისე, მისი სტრუქტურაც. დღეღამეში უკვე სამი სრულფასოვანი საინფორმაციო გამოშვება – 19, 22 და 24 საათზე, გადიოდა.

2001 წლიდან აჭარის ტელევიზიას ამერიკის კონტინენტზეც უყურებენ. თბილისში დაიდგა ერთკილოვატიანი სატელევიზიო გადამცემი. ამავე წელს აჭარის ტელევიზიამ უცხო ენებზე მაუწყებლობა დაიწყო. ეს მოვლენა ასლან აბაშიძის პოლიტიკურ ამბიციებს უკავშირდებოდა და არანაირი აუცილებლობით არ იყო გამოწვეული. თავდაპირველად აჭარის ტელევიზიის საინფორმაციო გამოშვებები ინგლისურ ენაზე ითარგმნებოდა. ინგლისურენოვანი საინფორმაციო გამოშვება შაბათ-კვირის გარდა ყოველდღე გადიოდა. მისი რედაქტორი და წამყვანი გახლდათ დიდი ბრიტანეთიდან მოწვეული პროფესიონალი ჟურნალისტი ჰუგო გრინპალჯია. მოგვიანებით აჭარის ტელევიზიამ იტალიურ, გერმანულ და ფრანგულ ენებზე დაიწყო მაუწყებლობა. საინფორმაციო გამოშვებები აღნიშნულ ენებზე თავდაპირველად დღეგამოშვებით გადაიცემოდა. 2002 წლიდან კი აჭარის ტელევიზიის საინფორმაციო გამოშვებები ყოველდღიურად ითარგმნებოდა ინგლისურ, ფრანგულ და გერმანულ ენებზე. უცხო ენაზე მაუწყებლობის რედაქცია ამზადებდა ასევე სპეციალურ რეპორტაჟებსა და გადაცემებს. სამივე ენაზე ითარგმნებოდა ვრცელი ინტერვიუ აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის მეთაურთან ასლან აბაშიძესთან. გადამღები ჯგუფი ხშირად მიემგზავრებოდა მივლინებით უცხოეთის ქვეყნებში, ამზადებდა გადაცემებს და იღებდა ექსკლუზიურ ინტერვიუებს გავლენიან პოლიტიკოსებთან და ცნობილ პიროვნებებთან. საგრძნობლად გაიზარდა არხის რეიტინგი მთელი ქვეყნის მასშტაბით. 2001 წელს სოციოლოგიური გამოკითხვების შედეგად აჭარის ტელევიზია „რუსთავი-2“-ის შემდეგ ყველაზე რეიტინგულ არხად დასახელდა. მაშინ ეთერში, დაახლოებით, 25 საავტორო გადაცემა გადიოდა. ტელევიზიაში მუშაობდნენ თბილისიდან მოწვეული ჟურნალისტებიც.

ტელევიზია აღიჭურვა მოძრავი სატელევიზიო სადგურით, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელი გახდა ნებისმიერი სირთულის პირდაპირი ტრანსლაციის განხორციელება თანამგზავრის მეშვეობით. ამავე მიზნით

შეძენილი იქნა აპარატურა მობილური ჩართვებისთვისაც მსოფლიოს ნებისმიერი კუთხიდან. მაუწყებლობა მთლიანად DV-CAM-ის ფორმატზე გადავიდა. ტექნიკური აღჭურვილობის მხრივ აჭარის ტელევიზია საუკეთესო იყო მთელ საქართველოში. ასლან აბაშიძე ტექნიკური მიღწევებისა და ნოვაციების დიდი მოყვარული გახლდათ და არ იშურებდა თანხას, რათა ტელევიზია მსოფლიოს სტანდარტების შესაბამისი უახლესი აპარატურით აღეჭურვა.

2004 წლის მაისის ბათუმის რევოლუციის შემდეგ ტელერადიოკომპანია „აჭარის“ განვითარებაში მეტად მნიშვნელოვანი პერიოდი დადგა. 2 აგვისტოს აჭარის ტელევიზიამ და რადიომ სათანამგზავრო მაუწყებლობა შეწყვიტა, რაც გამოწვეული იყო ფრანგული პროვაიდერული ფირმა „გლობკასტისათვის“ დადებული ხელშეკრულებით გათვალისწინებული თანხის გადაუხდელობით. მოსალოდნელი გათიშვის შესახებ ფრანგულმა ფირმამ არაერთხელ გააფრთხილა აჭარის მთავრობა, თუმცა პოლიტიკური მოტივების გამო მისი იგნორირება მოხდა.

აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ფრანგულ ფირმასთან აბაშიძის მიერ გაფორმებული ხელშეკრულება კაბალური იყო როგორც ტელერადიოკომპანიის, ისე ავტონომიური და ცენტრალური ხელისუფლებისათვის. ასე, მაგალითად, კონტრაქტის მიხედვით, ტელერადიოკომპანიის გაუქმების შემთხვევაში, გარკვეული რაოდენობის თანხის გადახდა ეკისრებოდა აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ან საქართველოს ცენტრალურ ბიუჯეტს. ხელშეკრულების ერთ-ერთი მუხლი ტელერადიოკომპანია „აჭარას“ თანამგზავრულ მაუწყებლობაზე მომსახურების გამწევ სხვა კომპანიასთან ურთიერთობასაც უკრძალავდა. კონტრაქტში ჩადებული ამ და სხვა მუხლების გამო „გლობკასტთან“ ხელშეკრულების გაწყვეტა ვერ მოხერხდა და ტელერადიოკომპანიას დღესაც იგი ემსახურება, თუმცა უფრო დაბალ ფასებში.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, „აჭარა“ ტექნიკური თვალსაზრისით საქართველოში ყველაზე განვითარებული ტელერადიოკომპანია იყო. 2004 წლის მაისის მოვლენების ფონზე საქართველოს სახელმწიფო ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის მაშინდელმა ხელმძღვანელობამ ტელეკომპანიის კუთვნილი ტექნიკის მითვისება მოინდომა, რის საშუალებასაც შესაბამისი სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ გაცემული დოკუმენტებიც აძლევდა. სხვა მედიაორგანიზაციების, არასამთავრობო და სამოქალაქო სექტორის წარმომადგენელთა ძალისხმევით ტელერადიოკომპანია „აჭარის“ ქონების „ექსპროპრიაცია“ შეწყდა.

მიუხედავად ამისა, რეორგანიზაციის შემდეგ დადგინდა, რომ ტელეკომპანიამ „მაისის რევოლუციის“ პერიოდში 300.000 ამერიკული დოლარის ღირებულების ქონება დაკარგა.

ახალი ხელისუფლების პირობებში დადგა საკითხი, რომ აჭარის ტელევიზია ავტონომიური რესპუბლიკის მასშტაბით რადიოსარელეო სისტემით მომსახურებაზე გადასულიყო. აჭარის ტელევიზია ასეთი სისტემით მაუწყებლობდა 1987-99 წლებში. მაგრამ რეგიონის რელიეფიდან გამომდინარე იგი მოიცავდა მოსახლეობის მხოლოდ ოც პროცენტს. თავის სურვილს აჭარის მთავრობა იმით ამყარებდა, რომ, არ არსებობდა მისი თანამგზავრით მაუწყებლობის აუცილებლობა. კონტრარგუმენტად აჭარის ტელევიზიის წარმომადგენლებმა მოიშველიეს ის გარემოებები, რომ თანამგზავრულ სისტემაზე გადასვლით აჭარის ტელევიზიას საშუალება მიეცა მაუწყებლობა გაევრცელებინა ავტონომიური რესპუბლიკის ისეთ დასახლებულ პუნქტებში, სადაც 2000 წლამდე ვერც ერთი სატელევიზიო არხის გადაცემები ვერ აღწევდა. ასეთი ტერიტორია კი მთელი რეგიონის სამოც პროცენტს შეადგენდა და. აჭარის ტელერადიომაუწყებლობის სახელმწიფო დეპარტამენტის თანამშრომლების მიერ ავტონომიური რესპუბლიკის მინისტრთა საბჭოსათვის წარდგენილ 2004 წლის 21 აგვისტოს განცხადებაში ვკითხულობთ: „17-წლიანი არსებობის მანძილზე აჭარის ტელევიზია თავისი შემოქმედებითი პოტენციალით საერთო ქართულ ტელევიზიად ჩამოყალიბდა. ის არ არის მხოლოდ საქართველოში მცხოვრებთათვის განკუთვნილი ტელევიზია. მას აკისრია მისია თურქეთში მცხოვრები ქართველებისათვის სამშობლოსადმი ნოსტალგიის დაოკებისა. სწორედ ამას გაუსვა ხაზი პრეზიდენტმა აჭარის ტელევიზიის ხელმძღვანელობასთან არაოფიციალურ შეხვედრაზე და დასძინა, რომ – „ყველაზე მეტად მათ თქვენი სჯერათ და სწამთ, რადგან მათი უმრავლესობა წარმოშვებით ამ კუთხის შვილიაო“.

თანამგზავრული მაუწყებლობა არ არის ტელევიზიის თანამშრომელთა კაპრიზი, არამედ ტექნიკურად და ეკონომიკურად ყველაზე ოპტიმალური გამოსავალია, რაც დასტურდება სპეციალისტთა გათვლებით და მრავალწლიანი გამოცდილებით. თანამედროვე პირობებში აჭარის ტელევიზიის რადიო-სარელეო სისტემაზე გადაყვანა იმისათვის, რომ მაუწყებლობდეს მხოლოდ აჭარის ტერიტორიაზე, ნიშნავს 80-იან წლებში დაბრუნებას, დიდ ფინანსურ ხარჯებთანაა დაკავშირებული და პრაქტიკულად შეუძლებელია. ეს აჭარის

ტელევიზიის გაუქმების ტოლფასია.“

ამ განცხადებას თან ახლდა აჭარის ტერიტორიაზე რადიოსარელეო სისტემით მაუწყებლობის მიახლოებითი გაანგარიშება, საიდანაც ირკვევა, რომ აჭარის ტერიტორიაზე ნებისმიერი სატელევიზიო და რადიოსიგნალის რადიო-სარელეო სისტემით გავრცელებისათვის საჭირო იყო სატელევიზიო გადამცემ სადგურთა ახალი სისტემის შექმნა. მაუწყებლობისთვის აუცილებელი ხდებოდა 7 მძლავრი და 70 მცირე სიმძლავრის სადგურის გამართვა. მიახლოებითი გაანგარიშებით 7 მძლავრი სადგურისათვის საჭირო ხდებოდა 2 226 000 აშშ დოლარი. ხოლო 70 მცირე სადგურისათვის 1 400 000 აშშ დოლარი.

ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი სადგურისათვის საჭირო იყო 400 მდე საშტატო ერთეული, რომლის სახელფასო ფონდი წლის განმავლობაში სულ მცირე 400 000 აშშ დოლარს შეადგენდა. ზემოთაღნიშნული ეკონომიკური გათვლის შედეგად მიღებული თანხით აჭარის ტელევიზიას თანამგზავრზე მაუწყებლობა შეეძლო დაახლოებით 15 წლის განმავლობაში. საბოლოოდ შეთანხმება მიღწეულ იქნა და ხელშეკრულებაც გაფორმდა. ტელეკომპანია „აჭარამ“ შეინარჩუნა აგრეთვე თბილისის გადამცემიც და დედაქალაქიდან კვლავ წინანდებურად ეწევა მაუწყებლობას.

ამჟამად ტელერადიოკომპანიას ჰყავს საერთო ხელმძღვანელობა, რომელიც მართავს როგორც ტელევიზიის, ისე რადიოს ყველა შიდა სტრუქტურას. 2006 წელს შეიქმნა სპეციალური სარეკომენდაციო საბჭო, რომელმაც ორი წლის მანძილზე შეიმუშავა აჭარის ტელევიზიის განვითარების კონცეფცია, მოახდინა სამაუწყებლო ბადის სისტემატიზაცია. მაქსიმალური სიზუსტით განისაზღვრა ანონსებისა და სარეკლამო ჭრების დრო, ბლოკების მიხედვით დალაგდა პროგრამები და ა.შ.

თავი II. რეგიონული ტელემაუწყებლობის ფორმირებისა და პროგრამირების თავისებურებანი

საქართველოში რეგიონული ტელემაუწყებლობის ორი მიმართულება ჩამოყალიბდა: პირველს წარმოადგენენ ტელეკომპანიები, რომლებიც თავად ავსებენ თავიანთ ეთერს ლიცენზირებული თუ არალიცენზირებული ფილმებით, გასართობი პროგრამებით, მუსიკალური კლიპებითა და სხვა ვიდეოპროდუქციით, რასაც თვითონ მათ მიერ მომზადებული გადაცემების მცირე წილიც ემატება (უმრავლეს შემთხვევაში საინფორმაციო გამოშვებები, საბავშვო პროგრამები, ტოქშოუები, რეკლამები და ფასიანი განცხადებები, ნეკროლოგები თუ მილოცვები). ასეთებია: „რიონი“ (ქუთაისი), „ოდიში“ (ზუგდიდი), „გურჯაანი ტვ“, „მარნეული ტვ“, „მეხუთე არხი“ (ბოლნისი), „მეგა ტვ“ (ხონი), „ზარი“ (სამტრედია) და, რა თქმა უნდა, თავისთავად აჭარის ტელევიზია. თუ არ ჩავთვლით ამ უკანასკნელს, რომელიც სახელმწიფო სტრუქტურას წარმოადგენს და სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ყოველწლიურად 6 მილიონი ლარის დაფინანსებას ღებულობს, ყველა ამ „დამოუკიდებელ“ ტელეკომპანიას საკმაოდ მძიმე პირობებში უხდება მუშაობა. საერთოდ, მცირე მასშტაბის, ქსელების გარეშე მოქმედი დამოუკიდებელი ტელესადგურების ფუნქციონირება ყველგან დიდ სირთულეებთან არის დაკავშირებული. როგორც ამერიკელი მკვლევრები აღნიშნავენ: „დამოუკიდებელმა სადგურმა თავად უნდა გაიღოს პროგრამებისა და სხვა ხარჯები და ქსელის მხრიდან ვერ მიიღებს კომპენსაციას, რასაც ქსელის წევრი სადგურები იღებენ. ისინი ქსელის პროგრამებში ისეთ მაღალ ფასად ვერ მიჰყიდიან სარეკლამო დროს რეკლამის დამკვეთებს, როგორც ამას აკეთებენ ფილიალები, რომლებსაც კომპენსაციას უხდის სადგური. უფრო მეტიც, დამოუკიდებელი სადგური ხშირად დროის მყიდველების მხრიდან უარყოფით დამოკიდებულებას ხვდება“ (პრინგლი 2001, მეოთხე: 52). რაღა უნდა ითქვას საქართველოში მოქმედ დამოუკიდებელ რეგიონულ ტელესადგურებზე, როცა ამ რეგიონებში სარეკლამო ბაზარი ან საერთოდ არ არსებობს, ანდა მეტისმეტად მწირია, მეტისმეტად შეზღუდულია პროგრამირების წყაროები (არ არსებობს სატელევიზიო პროდუქციის ბაზარი) და სადგურის არსებობა ხშირად მფლობელის მატერიალურ მდგომარეობაზე, შემთხვევით გამოჩენილ სპონსორზე, ანდა ფასიანი განცხადებებით, ნეკროლოგებითა თუ მილოცვებით მიღებულ მცირე შემოსავალზეა დამოკიდებული? ამას ემატება ადგილობრივ

ხელისუფლებასთან პირისპირ მარტოდ დარჩენის საშიშროება საკუთარი უფლებების დაცვის თვალსაზრისით და რომ არა უცხოური დონორებისა და არასამთავრობო ორგანიზაციების აქტიური თანადგომა, ამგვარი ტელესადგურების „დამოუკიდებლობისაგან“ საეჭვოა რაიმე დარჩენილიყო.

სწორედ დამოუკიდებლობის ნაწილობრივ მაინც შენარჩუნების სურვილმა და ეთერის პროგრამებით უზრუნველყოფის აუცილებლობამ უბიძგა რეგიონული ტელეკომპანიების დიდ ნაწილს რომ მოეძებნა პარტნიორი ცენტრალური არხი, რომელიც კარგად იყო ცნობილი ქართული ტელეაუდიტორიისათვის და ხელისუფლებასთან ურთიერთობაშიც შეეძლო საკუთარი პოზიციის დაცვა. ასე წარმოიშვა რეგიონული ტელემაუწყებლობის მეორე მიმართულება – რეგიონულმა ტელეკომპანიებმა თავისი ეთერი დაუთმეს ამა თუ იმ ცენტრალურ არხს და მის პროგრამაში ჩართეს თავიანთი გადაცემების ბლოკი 2-3 საათის მოცულობით. ეს რამდენადმე მოგვაგონებს აშშ-ში დამკვიდრებული ნაციონალური ქსელების პრაქტიკას, სადაც ენ-ბი-სის, სი-ბი-ესსა და ეი-ბი-სის ასეულობით ტელესადგური ჰყავთ პარტნიორად ქვეყნის სხვადასხვა რეგიონში. საქართველოში მაუწყებლობის ასეთი ფორმა ადრე არ არსებობდა. „ვარდების რევოლუციამდე“ მხოლოდ „იბერვიზიას“ ჰქონდა ფილიალი ქალაქ ხაშურში და მოგვიანებით, როცა ამ თბილისურმა კომპანიამ მაუწყებლობა შეწყვიტა, იგი „დიას“ სახელწოდებით დამოუკიდებელ მედიაორგანიზაციად გადაკეთდა და ჯერ „რუსთავის“, შემდეგ კი „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ პარტნიორი გახდა. თუმცა 1990-იანი წლების მეორე ნახევარში პარტნიორულმა კავშირებმა უფრო ფართო ხასიათი მიიღო, ძნელი სათქმელია, რომ საქართველოში ნაციონალური ტელექსელები ჩამოყალიბდა, რადგან ასეთი კავშირების მონაწილეების იურიდიული თუ ფინანსური ვალდებულებები დღემდე არაა საბოლოოდ გარკვეული და დადგენილი (უფრო მეტიც, საკანონმდებლო პაკეტიც კი არ არის შემუშავებული).

პოსტსაბჭოთა სივრცეში საერთო ინტერესები რეგიონულ და ცენტრალურ ტელეკომპანიებს გაუჩნდათ 1994-95 წლებში. ამან განაპირობა არამხოლოდ კერძო დამოუკიდებელი არხების, არამედ დამოუკიდებელი სამაუწყებლო სისტემების ჩამოყალიბებაც, რომლებიც აერთიანებდნენ ლიდერებსა და სატელევიზიო მაუწყებლებს ქვეყნის სხვადასხვა რეგიონში.

რეგიონული ტელეკომპანიებისთვის ყველაზე პოპულარული პარტნიორი დღესდღეობით არის „რუსთავი-2“, რომელმაც შეძლო ეფექტური გეოგრაფიული

ექსპანსიის ორგანიზება. იგი მაუწყებლობს საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე და ჰყავს 3 მილიონზე მეტი მაყურებელი. სწრაფად იქმნებოდა და მყარდებოდა სხვა კავშირებიც, თუმცა იყო განუხორციელებელი პროექტებიც. ქართული ტელესივრცის მაგალითი რომ განვიხილოთ, პრინციპში არსებობს სამი წესი, რომელთა გარეშეც შეუძლებელია რეგიონული ქსელების ორგანიზება.

უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა პარტნიორთა მაქსიმალური რაოდენობის მოძიება რაც შეიძლება მეტ ქალაქში;

ყველაზე ძლიერი პარტნიორების გამორჩევა მათგან ვინც მუშაობს მოცემულ ადგილზე;

ყოველ ქალაქში საკუთარი გადაცემების რეტრანსლაციის მყარად უზრუნველყოფა.

თბილისურმა არხებმა ეს საერთო სტრატეგია სხვადასხვა სახით განახორციელეს. მათი ქმედება ემყარებოდა რეგიონული არხების სწრაფვას ეთანამშრომლათ ცენტრალურ არხებთან, რისი საფუძველიც იყო არსებული პრობლემების ერთობლივად გადაწყვეტის საშუალების გამოძებნა, სარეკლამო თანხების განაწილება და პროგრამული ბადის შევსება. ცენტრალური არხების ინტერესი კი იმაში მდგომარეობდა, რომ მოეზიდათ მეტი რეკლამა გეოგრაფიული ექსპანსიის ზრდის ხარჯზე.

არსებობს გეოგრაფიული ურთიერთთანამშრომლობის სამი მოდელი: პირდაპირი რეტრანსლაცია, როცა სიგნალი გადაეცემა კონკრეტულ ქალაქს და ადგილობრივი პარტნიორი მთელი ან თითქმის მთელი მოცულობით გადასცემს მას თავის აუდიტორიას; დედაქალაქიდან რეგიონში სატელევიზიო ბლოკების გადაცემა, როცა პარტნიორი ვალდებულია მოცემული გადაცემა მიაწოდოს მაყურებელს პრაიმთაიმში;

თბილისიდან სატელევიზიო პროგრამების პაკეტის რეტრანსლაცია იმ პირობით, რომ ადგილობრივი პარტნიორი მას გაუშვებს თავისთვის ხელსაყრელ დროს.

რადგან რეგიონული აუდიტორია საინტერესო გახდა თბილისური არხებისთვის, ისინი დადგნენ ასეთი რეალობის წინაშე: ვინც პირველი შევიდა ბაზარზე, აირჩია უძლიერესი პარტნიორი. შემდეგს მოუწია არჩევანის გაკეთება უფრო შეზღუდულ სივრცეში. უკანასკნელის წინაშე დადგა კიდევ ერთი ამოცანა – მან უნდა გააძლიეროს თავისი პარტნიორი. ამიტომ თბილისური არხები იძულებული ხდებიან დაამონტაჟონ ადგილებზე ძლიერი აღჭურვილობა,

რასაც მოჰყვება პარტნიორის საქმიანობის ხისტი კონტროლი.

ცენტრალური ტელევიზიების არჩევანის პარალელურად, რეგიონულებსაც ეძლევათ საშუალება აირჩიონ თავისი დედაქალაქელი ვიზავი. წლის განმავლობაში რეგიონული არხების წარმომადგენლები ჩადიან დედაქალაქში და შეისწავლიან ამა თუ იმ ტელევიზიის რეპუტაციას, დაფინანსების მოცულობას, სარეკლამო საქმიანობას და შემდეგ წელს აფორმებენ მასთან ხელშეკრულებას. რაც უფრო სუსტია რეგიონალი, მით უფრო ხისტ მოთხოვნებს უყენებენ მას დედაქალაქელი პარტნიორები.

გეოგრაფიული პარტნიორის მოძებნის შემდეგ დგება სამაუწყებლო ბადის ხარისხობრივი შევსების ამოცანა. ამ დროს პირველ ადგილზე გამოდის სატელევიზიო პროგრამირება. იწყება წინააღმდეგობა, პირველ რიგში, მსხვილ ტელევიზიებს შორის.

ქართული სარეკლამო ბაზარი ისეა აწყობილი, რომ ფულის 90% მიდის დედაქალაქის ტელეკომპანიებში და მხოლოდ 10% ხვდება რეგიონულ ტელეარხებს. ამიტომ სარეკლამო თანხების მიღების საშუალება ადგილობრივი არხებისათვის შეზღუდულია. ეს კი იმას ნიშნავს რომ მათთვის უფრო ხელმისაწვდომია ამ ფულის მიღება თბილისელი პარტნიორების გავლით.

დღეისათვის „რუსთავი-2“-ის გარდა რეგიონული ტელეარხების პარტნიორებად გვევლინებიან თბილისური კომპანიები: „რეგიონ ტვ“, „იმედი“, „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ და საკაბელო არხი „მაესტრო“.

„მეცხრე არხი“ (ახალციხე) რუსეთის ო-ერ-ტეს პარტნიორი იყო, ახლა კი საქართველოს რუსულენოვანი ტელეკომპანიის „რეგიონ ტვ“-ის რეტრანსლაციას ეწევა. ასევე „რეგიონ ტვ“-ს პროგრამას გადასცემენ „ატვ-12“ (ახალქალაქი) და „ფარვანა“ (ნინოწმინდა), რომლებიც ადრე სომხეთის ტელევიზიის რეტრანსლაციას ეწეოდნენ. სამივე მათგანის ეს არჩევანი, როგორც ჩანს, განპირობებულია რეგიონში არაქართული მოსახლეობის (ეთნიკური სომხების) არსებობით. თუმცა საფიქრებელია, რომ ადგილობრივი მოსახლეობისათვის სახელმწიფო ენის შესწავლის მიზნით, აგრეთვე ქართულ-სომხური ინტეგრაციის გააქტიურებისათვის უმჯობესი იქნებოდა რეგიონში რომელიმე ცენტრალური ქართული არხის რეტრანსლირება.

ტელეკომპანია „დია“ (ხაშური), რომელიც თავიდან „რუსთავი-2“-ის პროგრამას ავრცელებდა, ახლა „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ ტრანსლაციას ეწევა. ასევე ტელეკომპანია „თრიალეთი“ (გორი), რომელიც დიდი ხნის

მანძილზე „რუსთავი-2“-ის ყველაზე ერთგული პარტნიორი იყო, ახლა თავის პროგრამას ტელეკომპანია „მაესტროს“ გადაცემებით ავსებს.

ტელეკომპანია „დუშეთი“ თავიდანვე თბილისური „იმედის“ პარტნიორი იყო და ახლაც მის რეტრანსლაციას ეწევა.

ყველა დანარჩენ შემთხვევაში „ქსელური“ რეგიონული ტელეკომპანიები „რუსთავი-2“-ის რეტრანსლაციას ეწევიან და მის პროგრამაში აქვთ ჩართული საკუთარი გადაცემები: „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“ (რუსთავი), „მეთორმეტე არხი“ (ბოლნისი), „თანამგზავრი“ (თელავი), „თვალი“ (საგარეჯო), „ლაგოდეხი ტვ“, „ბორჯომი ტვ“, „არგო“ (ზესტაფონი), „იმერვიზია“ (ჭიათურა), „კოლხეთი-89“ (ჩხოროწყუ), „ეგრისი“ (სენაკი), „მეცხე ტალღა“ (ფოთი), „ჯიხა“ (წალენჯიხა), „ტელეარხი-25“ (ბათუმი). ამ ტელეკომპანიების დამოუკიდებლობას მნიშვნელოვანწილად განაპირობებდა სწორედ „რუსთავი-2“-ის ეგიდით მაუწყებლობა – რევოლუციამდე ადგილობრივ ხელისუფლებას ეშინოდა მისი, როგორც ოპოზიციური და საზოგადოებაში დიდი ავტორიტეტის მქონე არხისა. თვითონ ეს პარტნიორობაც მხოლოდ თბილისური არხის რეტრანსლაციით არ ამოიწურებოდა – დროდადრო „რუსთავი-2“-ის ეთერში (ძირითადად საინფორმაციო პროგრამა „კურიერში“) გადაიცემოდა რეგიონულ მაუწყებელთა მიერ მომზადებული სიუჟეტები.

მაგრამ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებისათვის დამახასიათებელია გაერთიანებისკენ მისწრაფება, სხვადასხვა ხასიათის საერთო სტრუქტურების ჩამოყალიბება. ამ პროცესს ვერც დამოუკიდებელმა რეგიონულმა ტელეკომპანიებმა აუარეს გვერდი. 1995 წლის სექტემბერში ლიკანში, „შემოქმედებითი სატელევიზიო მენეჯმენტის“ სემინარზე, საქართველოს სხვადასხვა ქალაქში მაუწყებელი ხუთი დამოუკიდებელი სატელევიზიო სადგურის ხელმძღვანელებმა გადაწყვიტეს საეთერო დროის გარკვეული ნაწილი დაეთმოთ საერთო პროგრამებისათვის და შექმნეს ორგანიზაცია, რომლის მეშვეობითაც განხორციელდებოდა ამ სადგურებისათვის ლიცნზირებული სატელევიზიო პროგრამების მოპოვება, საერთო სამაუწყებლო ბადის შექმნა და პროგრამების ტირაჟირება. ორგანიზაციას დაერქვა „საქართველოს სატელევიზიო ქსელი“ (ინგლისურად „Television Network of Georgia – TNG,“ „თი-ენ-ჯი“). შეიძლება ითქვას, რომ ეს იყო საქართველოს დამოუკიდებელ ტელემაუწყებელთა გაერთიანების პირველი ცდა, ეროვნული ასოციაციის პირველი სახე. წლის ბოლოს „თი-ენ-ჯიმ“ გადასცა პირველი, საერთო საახალწლო პროგრამა, 1996

წლის იანვრიდან კი მისი პროგრამა კვირაში უკვე 21 საათს შეადგენდა (ყოველკვირეული სატელევიზიო ჟურნალები, მხატვრული ფილმები, საბავშვო ტელე– და მულტსერიალები). ამავე წელს ქსელთან თანამშრომლობის სურვილი გამოთქვეს სხვა დამოუკიდებელმა ტელეკომპანიებმაც და საბოლოოდ მასში გაერთიანდა 16 ტელეკომპანია, რომლებიც მაუწყებლობას ეწეოდნენ საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში (თბილისი, რუსთავი, ქუთაისი, ბათუმი, ოზურგეთი, ლანჩხუთი, ზუგდიდი, ჩხოროწყუ, სამტრედია, ზესტაფონი, ტყიბული, გორი, ქარელი, კასპი, ახალციხე, თელავი).

1996 წლის მაისიდან „თი-ენ-ჯიმ“ ამერიკულ არასამთავრობო ორგანიზაცია „ინტერნიუს ნეტუორკთან“ ერთად დაიწყო საინფორმაციო ანალიტიკური პროგრამა „კვირის“ გადაცემა, ხოლო აგვისტოში აშშ-ის საელჩოსთან არსებულმა ფონდმა დააფინანსა ამ პროგრამის შემდგომი განვითარება. 1998 წლის მარტიდან „საქართველოს სატელევიზიო ქსელის“ ეთერში გამოჩნდა „ინტერნიუსის“ მეორე ყოველკვირეული ანალიტიკური პროგრამა „გზაჯვარედინი“ (რუსულ ენაზე), რომელიც ამიერკავკასიის სამივე ქვეყნის ცხოვრებას ასახავდა და სამივე ქვეყნის მაყურებლისთვის იყო განკუთვნილი („თი-ენ-ჯის“ საქმიანობა რამდენიმე წელს გაგრძელდა და დასრულდა, როგორც კი საგრანტო დაფინანსება შეწყდა).

კომერციული კომპანიების ასეთი ინტეგრაცია ბუნებრივი პროცესია, რასაც საბოლოოდ დამოუკიდებელ ტელემაუწყებელთა რაღაც საერთო-ეროვნული ორგანიზაციული სტრუქტურის ჩამოყალიბება უნდა მოჰყოლოდა. რუსეთში 1990-იან წლებში შეიქმნა ამგვარი ასოციაცია, დიდ ბრიტანეთში კი დიდი ხანია ფუნქციონირებს დამოუკიდებელი მაუწყებლობის სამმართველო („აი-ტი-ვი“), რომელსაც კერძო სტრუქტურების მართვა-კოორდინაცია ევალება (იქ პარლამენტის დადგენილებით სახელმწიფო ორგანო – „დამოუკიდებელი ტელევიზიის კომისიაც“ კი არის შექმნილი, რომელიც მეტად მკაცრ მოთხოვნებს უყენებს ქვეყანაში მოქმედ კომერციულ ტელეორგანიზაციებს). სწორედ უცხოეთის გამოცდილება იქნა გათვალისწინებული, როცა 2005 წელს „ინტერნიუსის“ მხარდაჭერით დაფუძნდა „საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაცია“. იგი წარმოადგენს წევრობაზე დაფუძნებულ არასამეწარმეო ორგანიზაციას, რომელიც დღეისათვის აერთიანებს საქართველოს სხვადასხვა რეგიონის 24 მაუწყებელ კომპანიას. პირველ ეტაპზე ასოციაციას ტექნიკურ დახმარებას უწევდნენ „ინტერნიუსი“ და „აირექსი“,

ამჟამად კი მას ტექნიკურად და ფინანსურად ეხმარებიან: ჰოლანდიური ორგანიზაცია „პრეს ნაუ“, ფონდი „ღია საზოგადოება – საქართველო“ და აშშ-ის საელჩო საქართველოში. მათ მიერ მხარდაჭერილი პროექტის ფარგლებში ასოციაცია უზრუნველყოფს საბაზისო ადმინისტრაციული ხარჯების დაფარვას და ასევე ქმნის ყოველკვირეულ სატელევიზიო პროგრამა „მარვალკუთხედს“. ეს პროგრამა მზადდება რეგიონული ტელეკომპანიების მონაწილეობით და გადაიცემა ყოველი მათგანის ეთერში.

„საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციამ“ თავისი საქმიანობის პირველივე დღეებიდან დაიწყო ფიქრი ამგვარი ერთიანი სატელევიზიო გადაცემის შექმნაზე, საეთერო და სარეკლამო დროის საერთო გაყიდვების სისტემის ფორმირებაზე და გაერთიანებული ძალებით ლიცენზირებული პროდუქციის მიზიდვაზე, მაგრამ არაეფექტური შიდა კომუნიკაციის გამო 2008 წლისთვის ორგანიზაციის განვითარება შეფერხდა, რისი დაძლევაც მხოლოდ ასოციაციის ახალი გამგეობისა და თავმჯდომარის არჩევის შემდეგ მოხერხდა.

დღეისთვის ასოციაციის მიერ განსაზღვრულია განვითარების 5 სტრატეგიული მიმართულება. თითოეული მათგანი რამდენიმე ამოცანის გადაწყვეტას ითვალისწინებს:

1. რეგიონული ტელეკომპანიების ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლისათვის მზადება:

– საკანონმდებლო ლობირება,

– ტექნიკური პერსონალის მომზადება,

– ტექნიკური გადაიარაღების ხელშეწყობა,

– ლიცენზირებული პროგრამირების უზრუნველყოფის ხელშეწყობა.

2. წევრი კომპანიების პროგრამული მრავალფეროვნების ხელშეწყობა:

– აუდიტორიის კვლევის ტექნოლოგიებისა და უნარ-ჩვევების განვითარება წევრებს შორის ადგილობრივი დამოუკიდებელი კვლევების ჩატარების მიზნით,

– საერთო პროგრამირება და პროდუქტის გაცვლა,

– ადამიანური რესურსების პროფესიული უნარ-ჩვევების განვითარება.

3. მედია მულტპლატფორმებზე გასვლის ხელშეწყობა:

– წევრებს შორის თანამედროვე ტექნოლოგიების მეშვეობით კომუნიკაციის შექმნა,

– ინტერნეტმაუწყებლობის შექმნა,

– თანამედროვე საკომუნიკაციო საშუალებების გამოყენებით აუდიტორიის

ათვისების ხელშეწყობა.

4. წევრი კომპანიების ფინანსური მდგრადობის ხელშეწყობა:

– გაყიდვების დეპარტამენტის ამოქმედება,

– წევრი კომპანიების ურთიერთდახმარების ფონდის შექმნა.

5. ასოციაციის ორგანიზაციული შესაძლებლობების განვითარება:

– აღმასრულებელი რგოლის ეფექტურობის გაზრდა,

– ფინანსური შემოსავლების წყაროებისა და ფონდების მოძიების გამრავალფეროვნება,

– ასოციაციის იმიჯისა და ცნობადობის გაზრდა.

2010 წლიდან ასოციაციას ინსტიტუციურ განვითარებაში ეხმარება „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდი“ – „ევრაზიის ფონდის“ მემკვიდრე, კერძო არაკომერციული ორგანიზაცია, რომელიც 1992 წელს დაარსდა ყოფილ საბჭოთა რესპუბლიკებში სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების დასახმარებლად. ამ მიმართულებით მისი მხარდაჭერით ჩატარებულმა შეფასებამ აჩვენა, რომ რიგი სისუსტეების მიუხედავად, ასოციაცია აქტუალური აქტორია და შეუძლია რეალური დახმარება გაუწიოს თავის წევრებს. დაიცვას როგორც მათი, ასევე მთლიანად ქართული მედიის ინტერესები. ამავე წელს მოეწყო ასოციაციის წევრი კომპანიების საჭიროებათა კვლევა, რომელმაც გამოავლინა: რეგიონული მაუწყებლობის ტექნიკური და მატერიალური რესურსების სიმწირე, პროგრამების ერთფეროვნება, კომპანიების დაბალი ტექნიკური და ფინანსური მზაობა ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლისათვის.

„ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდის“ მეშვეობით ასოციაციამ კავშირი დაამყარა „ევროპის რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციასთან (CIRCOM)“, რომელთანაც აქტიურად მიმდინარეობს გაწევრიანებისათვის საჭირო კონსულტაციები. პარალელურად ასოციაცია უკავშირდება სხვა საერთაშორისო გაერთიანებებსაც, როგორიცაა: „უნისეფი“, „ომისა და მშვიდობის გაშუქების ინსტიტუტი“, „რეგიონული მედიის ასოციაცია“ და სხვ.

ასეთი კავშირები მით უფრო აუცილებელი ჩანს, რომ თავად საქართველოში, თუ „რუსთავი-2“-ის რევოლუციამდელ აქტივობას არ ჩავთვლით, ცენტრალური მაუწყებლები ნაკლებად არიან დაინტერესებული რეგიონული ტელეკომპანიების საქმიანობით, მათ არ იყენებენ ადგილობრივი პრობლემების გასაშუქებლად და, რა თქმა უნდა, არც ეთერს უთმობენ. ამგვარი დამოკიდებულება შეიძლება მხოლოდ ორი მიზეზით აიხსნას: 1) ცენტრალური

ტელეკომპანების უდიდესი ნაწილი დღეს, ყველაზე უარეს შემთხვევაში, ლოიალურად არის განწყობლი ხელისუფლების მიმართ და არ მოსწონს ადგილობრივ მაუწყებელთა მიერ მომზადებული გადაცემები, სადაც ხშირად კრიტიკული დამოკიდებულებაა გამოხატული რეგიონული მმართველი სტრუქტურების მიმართ და 2) რითაც ჩვეულებრივად იმართლებენ თავს – არის რეგიონული პროგრამების დაბალი ტექნიკური ხარისხი, რაც მოძველებული სატელევიზიო აპარატურის გამოყენებით არის განპირობებული. სხვანაირად რით უნდა აიხსნას ის, რომ თვითონ „საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელიც“ კი, რომლის უშუალო ფუნქციას შეადგენს რეგიონების ცხოვრების გაშუქება, პრინციპულად არ აძლევს ეკრანს რეგიონულ მაუწყებელთა საერთო პროგრამა „მრავალკუთხედს“? მისი გადაცემა, ერთი მხრივ, გაამდიდრებდა თვითონ „პირველი არხის“ პროგრამულ სტრუქტურას და გაზრდიდა მის აუდიტორიას, ხოლო, მეორე მხრივ, უდიდესი სტიმული იქნებოდა რეგიონული მაუწყებლებისათვის.

თავის მხრივ, რა თქმა უნდა, რეგიონული ტელეკომპანიებიც ცდილობენ პარტნიორული კავშირების განვითარებას. ამის თვალსაჩინო მაგალითს წარმოადგენს 2001 წელს დაარსებული „სამცხე-ჯავახეთის მედიის განვითარების ასოციაცია“, რომელშიც გაერთიანებული არიან შიდა ქართლისა და სამცხე-ჯავახეთის რეგიონული ტელეკომპანიები: „ბორჯომი ტვ“ (ასოციაციის ინიციატორი), „დია“ (ხაშური), „მეცხრე არხი“ (ახალციხე), „ატვ-12“ (ახალქალაქი) და „ფარვანა“ (ნინოწმინდა). „აირექსის“ ფინანსური მხარდაჭერით ასოციაციამ შეიმუშავა პროექტი „პარალელი“, რომელიც გულისხმობდა პარტნიორ კომპანიებს შორის ინფორმაციის გაცვლასა და ერთობლივი გადაცემის ორგანიზაციას. ასეთი პროგრამა ასევე „პარალელის“ სახელწოდებით ამჟამად კვირაში ორჯერ გადაიცემა ზემოთ ხსენებული ტელეკომპანიების ეთერში, თუმცა მის მომზადებას ართულებს სათანადო კომუნიკაციების არარსებობა. მასალების გაცვლა ტელეკომპანიებს შორის ხდება ვიდეოკასეტებით და ამჟამად მონაწილე მხარეები ცდილობენ სარელეო ხაზის ამოქმედებას, რაც გააადვილებდა გაცვლის პროცესს და სატელევიზიო გადაცემას უფრო ოპერატიულს გახდიდა.

მეორე პარტნიორული გაერთიანება უშუალოდ სამცხე-ჯავახეთში ფუნქციონირებს. ახალციხეში მაუწყებელი კომპანია „მეცხრე არხი“ კერძო მფლობელობაში არსებულ შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება „იმპერიას“

ეკუთვნის, რომელიც ახალციხესთან ერთად მაუწყებლობის ლიცენზიას ახალქალაქსა და ნინოწმინდაზეც ფლობს. ეს კომპანიები ერთად ამზადებენ ტოქშოუებს – „დიალოგსა“ და „თავისუფალ მიკროფონს“, რომლებიც სამივე კომპანიის ეთერში გადაიცემა. თავის მხრივ, „მეცხრე არხი“ რეგიონში არსებულ არასამთავრობო ორგანიზაცია „დემოკრატ მესხთა კავშირთან“ ერთად ამზადებს აგრეთვე გადაცემა „საქანელას“, რომელიც ბავშვთა უფლებების დაცვას ეძღვნება.

ასევე, კულტურულ-ჰუმანიტარულ ფონდ „სოხუმთან“ პარტნიორობით და მისი დაფინანსებით რეგიონული ტელეკომპანია „მეგა ტვ“ (ხონი) ამზადებს ტოქშოუს აფხაზეთის თემაზე. ბევრი რეგიონული ტელეკომპანია: „დია“, „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“, „ბოლნელი“, „თანამგზავრი“, „გურია“, „იმერვიზია“, „ჯიხა“, „ტელეარხი-25“ უთმობს თავის ეთერს დედაქალაქში არსებული ტელესტუდიების „რე“-ს, „ორბის“, „შალის“, „ობიექტივის“ მიერ მომზადებულ ტელეპროდუქციას.

როგორც თავიდან აღვნიშნეთ, ერთ-ერთი ძირითადი ფაქტორი, რომელმაც საქართველოში რეგიონული მედიის, კერძოდ კი ტელემაუწყებლობის ფორმირება და განვითარება განაპირობა, იყო უცხოური დონორი ორგანიზაციების მხარდაჭერა. ძირითადად ეს იყო „აირექსი“ (საერთაშორისო კვლევისა და გაცვლების საბჭო – საერთაშორისო არაკომერციული ორგაზიაცია, რომელიც ემსახურება ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნებში ცოდნის გაღრმავებას, რათა საშუალება მისცეს, როგორც ცალკეულ ადამიანებს, ასევე დაწესებულებებს, სრულად მიიღონ მონაწილეობა სამოქალაქო საზოგადოების ჩამოყალიბებაში); ფონდი „ღია საზოგადოება-საქართველო“ – წევრი ორგანიზაცია „ღია საზოგადოების ინსტიტუტის ქსელისა“, რომელიც 1994 წელს დაფუძნდა ნიუ-იორკში (მისი მიზანია ხელი შეუწყოს ღია, დემოკრატიული სახელმწიფოს ჩამოყალიბებას, სამოქალაქო სექტორისა და მედიის განვითარებას); „ინტერნიუსი-საქართველო“ – „ინტერნიუს ნეტუორკის“ ადგილობრივი, არაკომერციული ორგანიზაცია, რომელიც საქართველოში 1997 წლიდან არსებობს და ცდილობს გააუმჯობესოს ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა დამოუკიდებელი მედიის გაძლიერებისა და საზოგადოებისათვის სასარგებლო ღია, საკომუნიკაციო პოლიტიკის სტიმულირების გზით. მას მოზიდული ჰყავდა სამ ათეულზე მეტი კონტრაქტორი: „ევროკავშირის“ წარმომადგენლობა საქართველოში, „ეუთოს“ მისია საქართველოში, აშშ-ის საელჩო საქართველოში,

დიდი ბრიტანეთის საელჩო საქართველოში და მრავალი სხვა, რომელთა ფინანსური დახმარება წლიურად ნახევარ მილიონ დოლარს აღემატებოდა. უმძიმეს სოციალურ გარემოსა და კორუფციაში ჩაძირულ საქართველოში თავისუფალ მედიას განვითარების მეტად მცირე შანსი ექნებოდა, რომ არა ეს არასამთავრობო ორგანიზაციები თუ ცალკეული ფონდები, რომლებიც სხვადასხვა კონკურსების საშუალებით დამოუკიდებელ მედიასაშუალებებს შესაძლებლობას აძლევდნენ თავისი საქმიანობის სრულყოფასა და პროგრესზე ეფიქრათ. ასე მაგალითად, 1996 წელს ტელეკომპანია „თრიალეთმა“ (გორი) გაიმარჯვა „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდის“ კონკურსში და მიიღო გრანტი 11000 დოლარის რაოდენობით (მან შემდეგშიც არაერთი გრანტი მიიღო სხვდასხვა ფონდებიდან თუ ორგანიზაციებიდან); ტელეკომპანია „მეგა ტვ“-მ (ხონი) სხვადასხვა დროს მოიპოვა „აირექსის“, „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდისა“ და ფონდ „ღია საზოგადოება-საქართველოს“ გრანტები; ტელერადიოკომპანია „მეცხრე არხს“ (ახალციხე) მიღებული აქვს „ეუთოსა“ და „აირექსის“ გრანტები. ტელეკომპანია „გურიის“ (ოზურგეთი) საგრანტო თანხები მისი შემოსავლების 43% შეადგენს და ა.შ.

რეგიონული ტელეკომპანიებისადმი დონორი ორგანიზაციების დახმარება რამდენიმე მიმართულებით წარმოებდა. ეს იყო: 1) გრანტები ტექნიკური ბაზის განახლებისა და განვითარებისათვის, 2) გრანტები ცალკეული სამაუწყებლო პროექტების განხორციელებისათვის და 3) სწავლება-ტრენინგები კადრების პროფესიული მომზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლებისათვის (აგრეთვე სათანადო ლიტერატურის ქართულად თარგმნა და გამოცემა). ამას ემატებოდა ადვოკატირებაც – დონორი ორგანიზაციების მიერ რეგიონული ტელეკომპანიების დაცვა ხელისუფლების ზეწოლისაგან და აქტიური მხარდაჭერა მათი უფლებების განმტკიცებაში.

ტელემაუწყებლობა ძვირადღირებულ პროფესიულ აპარატურას საჭიროებს და მისი ნაკლებობა ტიპურია საქართველოში მოქმედი თითქმის ყველა რეგიონული ტელეკომპანიისათვის – საკმარისია ითქვას, რომ ბევრმა მათგანმა მაუწყებლობა დაიწყო ოჯახებიდან მოტანილი საყოფაცხოვრებო ვიდეოტექნიკით. აქედან გამომდინარე, განსაკურებით ღირებული იყო ამ სფეროში დონორი ორგანიზაციების დახმარება. 1996-2003 წლებში ტექნიკური აღჭურვილობისათვის „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდის“ გრანტებით დაფინანსდნენ რეგიონული ტელეკომპანიები: „თანამგზავრი“ (თელავი), „რიონი“ (ქუთაისი), „არგო“

(ზესტაფონი), „გურია“ (ოზურგეთი), „ტელეარხი-25“ (ბათუმი), „ინტრენიუსის“ გრანტებით – „თრიალეთი“ (გორი), „კოლხეთი-89“ (ჩხოროწყუ) და ა.შ. ამერიკის საელჩომ 2001 წლის გაზაფხულზე ტექნიკური აღჭურვილობით უზრუნველყო ტელეკომპანია „ოდიში“ (ზუგდიდი), ტელეკომპანია „ფარვანამ“ (ნინოწმინდა), მიუხედავად იმისა, რომ მაუწყებლობაზე საკუთარი ლიცენზიაც კი არ გააჩნია (როგორც ადრე აღვნიშნეთ, იგი „მეცხრე არხის ლიცენზიით“ მაუწყებლობს), მიიღო „ეუთოს“ ორი გრანტი შენობის შესაკეთებლად და ტექნიკური აღჭურვილობის შესაძენად.

ხშირად ბაზის განახლებისათვის გრანტების გამოყოფა უშუალოდ უკავშირდება მაუწყებლობის სტრუქტურის გაუმჯობესებასა და სამაუწყებლო პოლიტიკის სრულყოფას, რაც განსაკუთრებით თვალსაჩინოა არჩევნების წინა პერიოდში. ასე მაგალითად, 1999 წელს ტელეკომპანია „ოდიშმა“ მიიღო „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდის“ გრანტი საჭირო აპარატურის სახით საპრეზიდენტო არჩევნების დებატებისათვის პირდაპირი ეთერის უზრუნველ-საყოფად. ასევე, 1999 წელს იგივე „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდი“ ფინანსურად და ტექნიკურად დაეხმარა „ბორჯომი ტვ“-ს საინფორმაციო-ანალიტიკური გადაცემების დანერგვაში – მისი გრანტის გამოყენებით მოახერხა კომპანიამ პირდაპირ ეთერში წინასაარჩევნო დებატების განხორციელება. 2001 წელს ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების არჩევნების პერიოდში „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდის“ გრანტი გადაეცეა ტელეკომპანია „მეცხრე ტალღას“ პირდაპირი ჩართვებისათვის საჭირო აპარატურის შესაძენად, რამაც შესაძლებელი გახადა ღია სატელევიზიო დებატების მოწყობა. ასევე, 1999 წელს წინასაარჩევნო დებატები მოაწყო „მეხუთე არხმა“ (ბოლნისი) იმ ტექნიკური აღჭურვილობის წყალობით, რომელიც „ინტერნიუსის“ გრანტით მოიპოვა. იგივე „ინტერნიუსის“ დახმარებით სტუდიიდან პირდაპირ ჩართულობას ახორციელებს ტელეკომპანია „კოლხეთი-89“. ტელეკომპანია „თვალმა“ (საგარეჯო) 2003 წლის აგვისტოში, არჩევნების წინ „აირექსის“ გრანტის დახმარებით განაახლა თავისი ტექნიკური ბაზა. „აირექსისაგან“ მიიღო „ბორჯომი ტვ“-მ სათანადო გრანტი ქართულ-სომხური პროგრამა „პარალელის“ ტექნიკური უზრუნველყოფისათვის (საერთოდ, „ბორჯომი ტვ“ ყველაზე ხშირად იყო საგრანტო დაფინანსების ობიექტი, რასაც ის ეთნიკურად მრავალფეროვანი სივრცე განსაზღვრავდა, სადაც მას მაუწყებლობა უხდებოდა). ტელეკომპანია „მეცხე ტალღამ“ (ფოთი) 2004 წელს „აირექსის“ დახმარებით შეიძინა ახალი

გადამცემები, რისი საშუალებითაც შესაძლებელი გახდა აჭარის ზღვისპირა ტერიტორიებზე „რუსთავი-2“ რეტრანსლირება (როგორც ცნობილია, ამ არხის ფუნქციონირება ასლან აბაშიძის რეჟიმის დროს აჭარაში აკრძალული იყო).

რაც შეეხება რეგიონული ტელეკომპანიისადმი დახმარებას ცალკეული სამაუწყებლო პროექტების განხორციელებაში, აქ დონორი ორგანიზაციების განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს ანალიტიკური და კრიტიკული გადაცემების მომზადება, პირდაპირ ეთერში დებატებისა და ტოქშოუების ორგანიზება და პროგრამები ეთნიკურ უმცირესობათა ენებზე თუ მათი პრობლემების შესახებ. ასე მაგალითად, ტელეკომპანია „ოდიშის“ პროგრამა „ინიციატივა“, რომელიც პირდაპირ ეთერში თვეში ორჯერ გადაიცემა, დაფინანსებულია „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდისა“ და დიდი ბრიტანეთის საელჩოს მიერ; ტელეკომპანია „მეცხრე ტალღამ“ „აირექსის“ გრანტის დახმარებით მოამზადა კრიტიკული ტოქშოუები სამეგრელოში ეკოლოგიური მდგომარეობის შესახებ; „აირექსის“ გრანტი მიიღო ტელეკომპანია „გურიამ“ პირდაპირ ეთერში დებატების და ტოქშოუების მოწყობისათვის; 2000 წელს ამავე მიზნით მიიღო „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდის“ გრანტი ტელეკომპანია „არგომ“; ტელეკომპანია „გურჯაანი ტვ“ ფონდ „ღია საზოგადოება-საქართველოს“ ფინანსური მხარდაჭერით პირდაპირ ეთერში გადასცემს ადგილობრივი საკრებულოს სხდომებს; „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“ (რუსთავი) აშშ-ის საელჩოს მცირე პროგრამის ფარგლებში აზერბაიჯანულ ენაზე ამზადებს და მარნეულის ტელევიზიის ეთერით ავრცელებს ადგილობრივ ახალ ამბებს; ტელეკომპანია „ატვ-12“ (ახალქალაქი) 2004 წელს ახდენდა „რუსთავი-2“-ს და „პირველი არხის“ საინფორმაციო გაოშვებათა სომხურ ენაზე რეტრანსლაციას, რასაც „ინტერნიუსი“ აფინანსებდა. აქვე აღვნიშნავთ, რომ „ინტერნიუსი“ პერიოდულად აძლევდა დაკვეთას სოციალურ რეკლამაზე სხვადასხვა არხს (მაგალითად, „მეთორმეტე არხს“, „ეგრისს“ და ა.შ.), რითაც გარკვეულ ფინანსურ დახმარებას უწევდა მათ.

განსაკუთრებით დიდია „ინტერნიუსის“ როლი რეგიონული ტელეკომპანიების კადრების პროფესიულ სწავლებასა და კვალიფიკაციის ამაღლებაში, რაც დონორი ორგანიზაციების მუშაობის ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებას წარმოადგენს. პროფესიული მომზადება დღესაც კი პრობლემური საკითხია რეგიონულ ტელემაუწყებლობაში, თავიდან კი, იშვიათი გამონაკლისის გარდა, რეგიონის ეთერი თითქმის მთლიანად მოყვარულების ხელში იყო და პირველი

ტელეჟურნალისტები, რეჟისორები და ოპერატორები პროფესიას ცენტრალურ არხებზე დაკვირვებით ეუფლებოდნენ. „ინტერნიუსის“ სემინარებსა და ტრენინგებზე „თრიალეთს“, „ბორჯომი ტვ“-ის, „მეხუთე არხის“, „გურიის“, „კოლხეთი-89“-ის, „მეცხრე ტალღის“, „ფარვანას“ და სხვა ტელეკომპანიების ბევრი თანამშრომელი დაეუფლა საინფორმაციო გამოშვების, ჟურნალისტური გამოძიების, პირდაპირ ეთერში დებატებისა და ტოქშოუების მომზადების საფუძვლებს, რეკლამისა და მენეჯმენტის, რეგიონული ტელეპროგრამების შედგენის პრინციპებსა და მეთოდებს (ამ მიმართულებით გარკვეულ მუშაობას ეწეოდა „აირექსის“).

არსებითად ზემოთ განხილული ეს პროცესები განსაზღვრავს რეგიონული ტელეკომპანიების სამაუწყებლო კონცეფციას და პროგრამების ტიპოლოგიას. რამდენი არხის მიღების საშუალება აქვს მოცემული რეგიონის აუდიტორიას და რამდენად სწორად აქვს მოძებნილი მათ შორის თავისი ადგილი რეგიონულ არხს? პროგრამირების რა წყაროებს ემყარება რეგიონული ტელეკომპანია? დამოუკიდებელ ეთერს ფლობს იგი თუ რომელიმე ცენტრალური არხის „ფილიალს“ წარმოადგენს? მაუწყებლობის რა წილს შეადგენს დღის (ან თუნდაც კვირის) პროგრამაში რეგიონული ტელესადგურის მიერ მომზადებული პროდუქცია? როგორია ამ პროდუქციის ფუნქციონალური და თემატური სტრუქტურა? აი, ის ძირითადი კითხვები, რომლებიც წამოიჭრება რეგიონული ტელეპროგრამების ანალიზის პროცესში.

საქართველოს სატელევიზიო რუკის შესწავლა გვიჩვენებს, რომ ძირითადი ცენტრალური არხები („საზოგადოებრივი მაუწყებელი“, „რუსთავი-2“, „იმედი“), ვისთანაც კავშირი აქვთ ადგილობრივ ტელემაუწყებლებს, ყველა რეგიონს ფარავენ (პირველი სარელეო ხაზებით, დანარჩენები – თანამგზავრის საშუალებით). თუმცა მნიშვნელობა არა აქვს მათ პროგრამაშია ჩართული ადგილობრივი მაუწყებლობის ბლოკი თუ დამოუკიდებლად გადაიცემა ეთერში. რეგიონული ტელეპროგრამების ყოველდღიური მოცულობა 15-30 წუთით იწყება და 2-3 საათს არ აღემატება. ერთადერთი განსხვავება ისაა, რომ „ფილიალი“ კომპანიის დანარჩენი ეთერი პარტნიორ არხს უჭირავს, დამოუკიდებელი ტელეკომპანიები (რომელთა უდიდესი ნაწილი დღე-ღამეში 18-24 საათი მაუწყებლობს) კი თვითონ ცდილობენ დღის პროგრამის შევსებას „გარეთ“ მოპოვებული პროდუქციით – ლიცენზირებული თუ არალიცენზირებული ფილმებითა და ტელესერიალებით. მუსიკალური და სხვა ვიდეოპროდუქციით (ბოლო

დროს მათ ამაში აქტიურად ეხმარება „საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაცია“). ამ შემთხვევაში საკუთარი გადაცემების გარდა, დღის მთელი პროგრამა თითქმის მთლიანად კულტურულ-რეკრეაციული ხასიათისაა.

რაც შეეხება საკუთრივ რეგიონული ტელეკომპანიების მიერ მომზადებულ ორიგინალურ პროგრამებს, ტიპოლოგიური თვალსაზრისით თითქმის ყველა ერთნაირია – მათი თემატიკა მოიცავს ყოველდღიურ ადგილობრივ ახალ ამბებსა და კვირის მოვლენების ანალიზს, საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ გადაცემებს (პირდაპირი ტოქშოუებსა და დებატებს, დოკუმენტურ ფილმებს, უფრო იშვიათად ჟურნალისტურ გამოძიებებს), რელიგიურ და შემეცნებით გადაცემებს, დილის გასართობ პრორამებსა და გადაცემებს ბავშვებისათვის და, რა თქმა უნდა, რეკლამებსა და ფასიან განცხადებებს, მილოცვებსა და ნეკროლოგებს (მათ ჩვენ ვრცლად განვიხილავთ შემდეგ თავში).

ამ ფორმატისაგან რამდენადმე განსხვავებულია ტელეკომპანია „რიონის“ პროგრამა, რომელიც სხვებთან შედარებით უფრო სრული და მრავალფეროვანია და სახელმწიფო ტელევიზია „აჭარის“ პროგრამა. აქვე აღვნიშნავთ, რომ მხოლოდ რამდენიმე ტელეარხს გააჩნია სტაბილური სამაუწყებლო ბადე (იხ. დანართები №№2,3), ყველა სხვა რეგიონულ ტელეპროგრამაში მეტ-ნაკლებად სტაბილურად გამოიყურება მხოლოდ ახალი ამბების გამოშვებები.

მისამართის მიხედვით თუ განვიხილავთ, რეგიონულ ტელეპროგრამებში გამოკვეთილად ჩანს საბავშვო გადაცემები. ჟანრობრივად დიდი მრავალფეროვნება არ იგრძნობა – ვერბალური და ვიდეოინფორმაციები, ინტერვიუები, იშვიათად რეპორტაჟებიც. ეს, ალბათ, გასაგებიცაა, თუ გავითვალისწინებთ, რომ ტელეგადაცემების ფორმების სიმრავლე და ხარისხი უშუალოდ უკავშირდება მოცემული ტელეარხის მატერიალურ და ტექნიკურ შესაძლებლობებს.

თავი III. ახალი ამბები რეგიონულ ტელეარხებზე

თანამედროვე ტელევიზიას სამ ძირითად ფუნქციას აკისრებენ: მაყურებლის ინფორმირებას, განათლებასა და გართობას.

რადგანაც მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა მიზანია, შექმნას და გარკვეული მიმართულებით წარმართოს საზოგადოების აზრი, ამ ფუნქციის შესრულებაში დიდ როლს თამაშობს საინფორმაციო სამსახური.

თუ ტელემაუწყებლობის საწყის ეტაპზე უფრო მეტად გასართობ პროდუქციას ენიჭებოდა უპირატესობა, დღეს ყოველი მრავალპროფილიანი ტელევიზია ცდილობს, რომ ძლიერი საინფორმაციო სამსახური ჰქონდეს.

გამოკითხვის თანახმად, საქართველოს მასშტაბით საშუალო მაყურებელი (ტელევიზორს უყურებს 3-6 საათს დღეში) შეადგენს რესპონდენტთა 48.6%-ს. გამოკითხულთა უმრავლესობა უყურებს საინფორმაციო გამოშვებებს – ახალ ამბებს.

რადგანაც აუდიტორიის დიდი ნაწილის მოთხოვნა საინფორმაციო პროგრამებზე მოდის, ტელეკომპანიის პოპულარობისა და მაღალი რეიტინგის შესანარჩუნებლად აუცილებელია ძლიერი საინფორმაციო სამსახურის არსებობა.

ინფორმაციის რეგულარული მიღება თანამედროვე ცხოვრებაში სრულფასოვანი მონაწილეობის აუცილებელი პირობაა. საინფორმაციო გამოშვებები, რომლებიც მოიცავს რეპორტაჟებსა და ზეპირ ცნობებს იმის შესახებ, თუ რა მოხდა უკანასკნელ საათებში ქვეყანასა თუ მსოფლიოში, მაუწყებლობის ყოველდღიური ბადის საყრდენ მომენტს შეადგენს.

საქართველოს ყველა რეგიონული მაუწყებელი გადასცემს ახალ ამბებს (ძირითადად ადგილობრივი ხასიათისას), მაგრამ მათი საინფორმაციო სამსახურების სიმძლავრე ერთმანეთისაგან მკვეთრად განსხვავებულია. თუ ტელეკომპანიების მცირე ნაწილი ყოველდღიურად იძლევა ეთერში საინფორმაციო პროგრამას (მაგალითად, „თრიალეთი“, „რიონი“, „აჭარა“, „ტელეარხი-25“, „გურჯაანი ტვ“, „ბორჯომი ტვ“ და სხვ.), ხოლო ზოგიერთი ამას დღეში რამდენიმეჯერაც ახერხებს, უმეტესობა კვირაში 3-4 გამოშვებითაც კმაყოფილდება და არც განმეორებას ერიდება (იხ. დანართი №4). ისიც მომხდარა, რომ ზოგიერთი ტელეკომპანიის ყოველდღიური პროგრამა უსახსრობის გამო ყოველკვირეულად გადაკეთებულა. თვალში საცემია თვითონ საინფორმაციო პროგრამების სახელწოდებათა სიმრავლეც: „ახალი ამბები“

(„დუშეთი“, „იბერვიზია“, „ჯიხა“), „დღის ამბები“ („რიონი“), „დღეს“ („გურჯაანი“), „დღის ქრონიკა“ („ბორჯომი“), „ქრონიკა“ („ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“, „ლაგოდეხი ტვ“), „მაცნე“ („ოდიში“, „აჭარა“), „დროება“ („ზარი“), „ექო“ („მე-9 არხი“), „სპექტრი“ („არგო“), „ფაქტი“ („გურია“), „კურსორი“ („მე-9 ტალღა“) და სხვ. შეუძლებელია თითოეულის განხილვა (და არც არაფერს მოგვცემს) და ამიტომ ყურადღებას შევაჩერებთ რამდენიმე მათგანზე, რომლებიც სტაბილურობითა და სისრულით გამოირჩევა და წარმოდგენას შეგვიქმნის რეგიონული ტელემაუწყებლობის ოპერატიულ-ინფორმაციულ მიმართულებაზე.

ყველა წამყვანი ტელეკომპანიის პროგრამაში ახალ ამბებს მუდმივი ადგილი და ქრონომეტრაჟი აქვს. ამ სტანდარტებს მეტ-ნაკლებად აკმაყოფილებს ტელეკომპანია „თრიალეთის“ საინფორმაციო სამსახური, რომელიც მაყურებელს სთავაზობს საინფორმაციო პროგრამას „ანარეკლი“.

საინფორმაციო პროგრამა მოწოდებულია ტელემაყურებელთა ფაქტებით უზრუნველყოფისათვის. „ახალი ამბების“ გამოშვებებში მიღებულია გაშუქდეს ყველაზე არსებითი ფაქტები პოლიტიკის სფეროდან. აგრეთვე მოვლენები, რომლებიც მკვეთრად იხრება ცხოვრების ნორმალური მიმდინარეობისაგან და მხოლოდ შემდეგ ხდება ცნობილი მედიცინის, კულტურის, მეცნიერების შესახებ“ (სატელევიზიო ჟურნალისტიკა... 1998:53).

დღეისათვის „ანარეკლი“ ორშაბათიდან შაბათის ჩათვლით 5-ჯერ გადის ეთერში 12.30, 15.30, 18.30, 22.00 და 24 საათზე, ხოლო კვირას – 18.30, 22 და 24 საათზე 20-30 წუთის მოცულობით. 22 საათზე გადაიცემა კოლაჟი – დღის მთავარი ამბების შემაჯამებელი გამოშვება. იქედან გამომდინარე, რომ საინფორმაციო გამოშვებები წლების მანძილზე „რუსთავი-2“-ის „კურიერის“ შემდეგ გადაიცემოდა, ეთერში გასვლის დრო მის ხანგრძლივობაზე იყო დამოკიდებული.

„თრიალეთის“ საინფორმაციო გამოშვების ქუდი კომპიუტერული გრაფიკითაა შექმნილი და ახალი ამბებისათვის დამახასიათებელ დინამიკასა და დაძაბულობას ქმნის, მაყურებლის მობილიზებას უწყობს ხელს და ინფორმაციის მოსასმენად განაწყობს. სტუდიაში ძირითადად ლურჯი ფერი ჭარბობს და არ შეინიშნება ყურადღების გამფანტავი, ზედმეტი დეტალები.

ამ დროისათვის საინფორმაციო გამოშვება „ანარეკლი“ პირდაპირ ეთერში გადის. მაგრამ ტელეკომპანიის არსებობის მანძილზე წამყვანები რამდენჯერმე

შეიცვალნენ და, როდესაც წამყვანი იცვლება, იცვლება მისი გაშვების რიტმიც. ვიდრე წამყვანი არ შეეჩვევა პირდაპირ ეთერს, პირდაპირი ეთერის მაგივრად ჩანაწერს უშვებენ.

პროგრამაში მოვლენები შუქდება მოკლედ: რა მოხდა, სად მოხდა, როდის მოხდა და რა გამოხმაურება მოჰყვა, იქნება ეს პოლიტიკური თუ სხვა ხასიათის მოვლენა. საინფორმაციო გამოშვებები მიჰყავს ერთ წამყვან ქალს. თუ ხდება რაიმე მნიშვნელოვანი, შესაძლოა იყოს პირდაპირი ჩართვა შემთხვევის ადგილიდან. მაგრამ ეს ძალიან იშვიათად ხორციელდება, ტექნიკური სიძნელეების გამო.

როგორც ცნობილია, მოკლე საინფორმაციო გამოშვებებში მნიშვნელოვანია როგორც ვერბალური, ისე ვიზუალური მხარე. რადგანაც მოვლენები ხშირად მხოლოდ რამდენიმე წინადადებით გადმოიცემა, აუცილებელია ინფორმაციის შევსება სანახაობრივადაც. ამიტომ წამყვანის მიერ წაკითხული ტექსტი გადაიფარება შესაბამისი კადრებით.

საზოგადოებისათვის ასეთი სახით ინფორმაციის მიწოდება საუკეთესოა. დროის დეფიციტის გამო მაყურებელს სურს, მოკლედ და ოპერატიულად გაიგოს ახალი ამბები. თუ რაიმე მოვლენა მეტად მნიშვნელოვანია, შესაძლოა იგი განმეორდეს ყველა საინფორმაციო გამოშვებაში. მაყურებელთა იმ ნაწილს, რომელიც დილის საათებში ვერ ახერხებს მნიშვნელოვანი ახალი ამბის გაგებას, შეუძლია ეს ინფორმაცია შუადღითაც მოისმინოს. ხშირად „ანარეკლის“ ჟურნალისტები მომხდარ ფაქტთან დაკავშირებით ინტერვიუს იღებენ ტელეფონის საშუალებით და შემდგომ უკვე ჩანაწერს უშვებენ, ხდება ისეც, რომ ხშირად კადრების გადაღებას ვერ ასწრებენ და მხოლოდ სიტყვიერად აწოდებენ იმ მომენტისათვის მაყურებელს ინფორმაციას, ხოლო მომდევნო გამოშვებებში უკვე კადრებითაც ავსებენ.

საინფორმაციო გამოშვების მკაცრად განსაზღვრული დრო აუდიტორიის მაქსიმალურად ინფორმირების აუცილებელი პირობაა. როდესაც ადამიანმა იცის, რომ კონკრეტულ მომენტში შესაძლებლობა აქვს ტელევიზიით უახლესი ინფორმაცია მიიღოს, ეცდება, გვერდზე გადადოს სხვა საქმე და შეიტყოს ახალი ამბები. მოკლე საინფორმაციო გამოშვება მას ბევრ დროს არ წაართმევს.

ყველაზე მასობრივი აუდიტორია საღამოს პროგრამებზე მოდის. „პრაიმ-ტაიმის“ დროს მნიშვნელოვან და პოპულარულ პროგრამებს აჩვენებენ. მათ შორის მთავარია საინფორმაციო პროგრამები.

პროგრამა თემატურად მრავალფეროვანია: შუქდება, როგორც პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური მოვლენები, ასევე კულტურული სიახლეები. მოგეხსენებათ, შიდა ქართლი დიდი არ არის, აქედან გამომდინარე ინფორმაციაც ნაკლებია. ყოველდღე ვერ ისაუბრებ ვთქვათ, ადგილობრივ შოუბიზნესზე.

„თრიალეთის“ საინფორმაციო გადაცემაში თითქმის საერთოდ არ არის რეკლამა, აქედან გამომდინარე სარეკლამო ბლოკით გამოწვეული გაღიზიანება აუდიტორიაში არ იგრძნობა. თუმცა იშვიათად, მაგრამ მაინც არის გამონაკლისი, როდესაც რეკლამის დამკვეთს სურს მისი რეკლამა „ანარეკლის“ დროს გავიდეს.

იმას, თუ რამდენად დააინტერესებს და მოიზიდავს აუდიტორიას, ბევრად განაპირობებს პროგრამის წამყვანი. აღნიშნულ პროგრამაში წამყვანისა და კორესპოდენტების ამპლუაში ახალგაზრდა ჟურნალისტები გვევლინებიან. ერთი მხრივ, ეს დადებით როლს ასრულებს პროგრამის რეიტინგისათვის, თუმცა, როგორც ცნობილია, არსებობს საპირისპირო მოსაზრებაც:

„ერთ დროს აშშ-ის ტელეკომპანიები ცდილობდნენ ყურადღება შეეჩერებინათ ახალგაზრდა წამყვანებზე, მაგრამ შემდგომში კვლავ მოუხდათ საშუალო ასაკის მამაკაცებთან და ქალებთან დაბრუნება. გაირკვა, რომ მათი სახით აუდიტორია უფრო საიმედო „ღუზას“ ხედავდა. არსებობს წამყვანის ამპლუის ჟარგონული სახელწოდება. „ადამიანი – ღუზა“, ის პიროვნება, ვისზედაც შეიძლება დაყრდნობა, ვინც „გამოიჭერს“ მაყურებელს და ეკრანს მიაჯაჭვავს“ (სატელევიზიო ჟურნალისტიკა... 1998:328).

ჩვენს შემთხვევაში ასეთი მოსაზრება ნაკლებად ესადაგება სინამდვილეს. აუდიტორიისათვის მოსაბეზრებელი გახდა წლების განმავლობაში დიქტორის მიერ მონოტონურად წაკითხული ინფორმაციების მოსმენა. პროგრამის „გამოცოცხლებას“ წამყვანების ფუნქციების გაძლიერება, იმპროვიზაციის გამოვლენის შესაძლებლობა განაპირობებს. სრულიად მართებულია ის ფაქტიც, რომ აუდიტორიას ახალ ამბებს აცნობენ ახალგაზრდა ჟურნალისტები.

ტელეკომპანია „თრიალეთი“ საკმაო ყურადღებას აქცევს წამყვანის იმიჯის შექმნას. სპეციალურად წამყვანებისათვის მუშაობს სტილისტი, რომელიც ზრუნავს მათ გარეგნობაზე ეთერში გასვლის წინ.

ვფიქრობ, უკეთესი იქნებოდა თუ საინფორმაციო გამოშვება „ანარეკლს“ ქალთან ერთად მამაკაციც წაიყვანდა. აშშ-ში ჩატარებული ექსპერიმენტით

დადგინდა, რომ თუ ინფორმაციას კითხულობს ქალი, მის შინაარს სრულად აღიქვამს აუდიტორიის 53 %, თუ კითხულობს მამაკაცი 70%, ხოლო თუ ინფორმაცია წაკითხულია ორ ხმაში – ქალისა და მამაკაცის მიერ, მას ბოლომდე უსმენს აუდიტორიის დიდი ნაწილი და სრულად აღქმის მაქსიმალობაც გარანტირებულია. ხმათა მონაცვლეობა უზრუნველყოფს იმას, რომ ვრცელი პროგრამის ყურებისას საზოგადოებას არ მობეზრდეს ტელეეკრანზე ერთი და იგივე სახის დანახვა.

„ანარეკლის“ ჟურნალისტები შეიძლება ითქვას ვერ გამოთქვამენ საკუთარ მოსაზრებებს ამა თუ იმ საკითხზე და მხოლოდ მზა მასალის კითხვით შემოიფარგლებიან, რაც მათ არსებითად დიქტორის ფუნქციას ანიჭებს.

ვერ ვიტყვით, რომ საინფორმაციო გამოშვება „ანარეკლი“ ჟანრობრივად მდიდარია. ძირითადად, ინტერვიუ გამოიყენება.

ცნობილია, რომ ტენდენციის გამოხატვის ერთ-ერთი საშუალებაა ინფორმაციათა განლაგება. სატელევიზიო ჟურნალისტიკის, თეორეტიკოსები გვირჩევენ: „მასმედიით გავრცელებული ყველა მოვლენა არ არის „ღირძული მოვლენა“, რომელთა მიხედვით ხშირად ე.წ. მთავარი თემები შეირჩევა ხოლმე, ამიტომ ახალი ამბების გავრცელებისას სასურველია განისაზღვროს ნაწარმოების ან სიუჟეტის სოციალური მნიშვნელობა, რათა მას სათანადო ადგილი მიეკუთვნოს“ (გამოხატვის თავისუფლება... 2003:41).

ამიტომ ფაქტის მასშტაბურობა საკმაოდ კარგად უნდა განვსაზღვროთ. მაგრამ იქიდან გამომდინარე რომ „ანარეკლის“ გამოშვებები ეთერში მხოლოდ 20-30 წუთით გადის, ძალიან ადვილია მნიშვნელოვანი თემით დაწყება. პროგრამაში პირველ ადგილს იკავებს პოლიტიკური ინფორმაციები. ნებისმიერი ტელეარხის საინფორმაციო გამოშვება სწორედ ამ ინფორმაციით იწყება, ვინაიდან პოლიტიზებულ საზოგადოებას ყველაზე მეტად ეს სფერო აინტერესებს. შემდეგ უკვე შუქდება ის მოვლენები, რაც მნიშვნელოვანი პოლიტიკური მოვლენების ფონზე ნაკლებად მნიშვნელოვნად გამოიყურება.

ახალი ამბების გავრცელებისას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ოპერატიულობას, განსაკუთრებით მაშინ, როცა შიდა ქართლში დაძაბული მოვლენები ვითარდება. ასეთ დროს ვერ ვიტყვით რომ რედაქცია საგანგებო ვითარებაში იწყებს მუშაობას, მაგრამ მაინც ცდილობს ოპერატიული იყოს.

„თრიალეთის“ ჟურნალისტები ოპერატიული ინფორმაციის მისაღებად, ხშირად მიდიან ცხელ წერტილებში, თუმცა არასათანადო ტექნიკური

აღჭურვილობის გამო ტელევიზიისათვის პირდაპირი ჩართვების ორგანიზება პრობლემას წარმოადგენს.

ღამის „ანარეკლში“, სადაც მთელი დღის ინფორმაციის შემაჯამების შემდეგ გვამცნობენ ამინდის პროგნოზს და მიმდინარე სავალუტო კურსს. მთლიანობაში „ანარეკლი“ არ არის ინფორმაციულად გადატვირთული.

ტელეკომპანია „თრიალეთს“ ჰყავს თავისი კორესპოდენტები კასპში, ხაშურში, ქარელში და თბილისშიც კი.

„ანარეკლის“ ყოველი ახალი ინფორმაცია იწყება წამყვანის ახალი ტექსტით. წამყვანის ტექსტის შემდეგ, ეთერი ეთმობა შესაბამის სიუჟეტს, რომელთა ხანგრძლივობაც 2-3 წუთიანია. ჟურნალისტი ყველანაირად უნდა ეცადოს, ასასახავი ფაქტი სხვადასხვა კუთხით დაანახოს აუდიტორიას. ფაქტი, რომელიც სიუჟეტის სახითაა მოცემული, სატელევიზიო პროგრამაში უნდა გამოირჩეოდეს თავისი სრულყოფილებითა და ნათელი აზრით. მისი ავტორი, მართალია ვერსად გაექცევა ჟანრის ერთფეროვნებას, მაგრამ ფაქტის შემცველი აზრის სიძლიერე, რომელიც ამა თუ იმ ოსტატურად მოფიქრებული ფორმით მოგვევლინება, ყოველთვის თავისას გაიტანს, აუცილებლად მიიპყრობს მაყურებლის ყურადღებას. ისიც გასათვალისწინებელია, რომ საინფორმაციო პროგრამის ქრონომეტრაჟი ვერ იტანს ხანგრძლივ სიუჟეტებს, რადგანაც ისინი უთუოდ დაარღვევენ საინფორმაციო პროგრამის არქიტექტონიკას, შეანელებენ სასურველ ტემპს და ამით უინტერესოს გახდიან თვით ინფორმაციას.

სანდო და ოპერატიული ინფორმაციის გავრცელებისათვის ეთერში რთავენ კომპეტენტურ პირებს.

მასმედიის მიერ ჩვენი ყოველდღიური ცხოვრების ამსახველი ფაქტების საჯაროდ გამოტანა ქმნის საზოგადოებრივ აზრს, რომელსაც ძალუძს დააჩქაროს სახელმწიფო ან სხვა სოციალური ინსტიტუტებისა და თანამდებობების პირთა მიერ ამა თუ იმ გადაწყვეტილებათა მიღება. „ანარეკლის“ ჟურნალისტების მიერ გაშუქებულ პრობლემას არაერთხელ მოჰყოლია რეალური შედეგი: მაგალითად: სოფელ შინდისში ჰუმანიტარული დახმარების არასწორად გადანაწილებაში, მოსახლეობამ დაადანაშაულა გამგებელი და პროტესტის ნიშნად გზა გადაკეტა, „ანარეკლმა“ გააშუქა აღნიშნული მოვლენა, რასაც გუბერნატორის, ლადო ვარძელაშვილის, კომენტარი მოჰყვა. რამდენიმე დღის შემდეგ ხელისუფლების წარმომადგენლები ეწვივნენ შინდისს და პრობლემური საკითხი სოფლის მკვიდრთა სასარგებლოდ გადაწყდა.

საინფორმაციო პროგრამისათვის აუცილებელია სიტყვის და გამოსახულების ლოგიკური კავშირის და თანაფარდობის დაცვა. როგორც ცნობილია, ტელევიზიაში სიტყვის აღწერითი ფუნქცია ნულამდეა დაყვანილი. „არასოდეს თქვათ ის, რაც ისედაც კარგად ჩანს ეკრანზე. თქვენი სიტყვები კი არ უნდა იმეორებდეს, არამედ ავსებდეს გამოსახულებას“ – ასეთ რჩევას იძლევა თავის სახელმძღვანელოში ამერიკელი რეჟისორი და პედაგოგი მაიკლ რაბიგერი.

გამოცდილი ჟურნალისტი არასდროს ამბობს: „თქვენ ახლა უყურებთ“, ან „თქვენ ხედავთ“ და ა.შ.“ დღეს ამგვარი ფრაზები ყველა ქართული საინფორმაციო გამოშვების სენია და არც „ანარეკლი“ ჩამორჩება კონკურენტებს.

როგორც ყველა ჟურნალისტი, „ანარეკლის“ ჟურნალისტებიც ცდილობენ ემოციურად დატვირთული სიტყვები და კადრები შეარჩიონ, რათა სიუჟეტს მეტი გამომსახველობა და დრამატიზმი მიანიჭონ.

რეგიონულ ტელემაუწყებელთა შორის განსაკუთრებულ ყურადღებას იქცევს ქუთაისის „რიონის“ საინფორმაციო გამოშვებები, რომელიც გაცილებით აღემატება სხვებს როგორც ინფორმაციების სიმრავლითა და ხასიათით, ისე ეთერში გასვლის სიხშირითაც. ტელეკომპანიათა აბსოლუტური უმრავლესობის მსგავსად „რიონმა“ თავის თავზე აიღო საზოგადოების ინფორმირების ფუნქცია. ტრადიციულად მაუწყებლობის ბადე მთლიანად აღნიშნული ფუნქციის განსახორციელებლად იქმნება, მაგრამ განსაკუთრებული როლი ამ მხრივ საინფორმაციო სამსახურმა უნდა შეასრულოს. შეძლო თუ არა და როგორ შეძლო დაკისრებული მოვალეობის შესრულება ტელეკომპანია „რიონის“ საინფორმაციო საიმსახურმა? საინფორმაციო პროგრამების სხვადასხვა წლების მასალების ანალიზი საშუალებას გვაძლევს ნაწილობრივ მაინც გავცეთ პასუხი ამ კითხვას.

2000-დან 2001 წლის სექტემბრამდე ტელეკომპანია „რიონის“ საინფორმაციო სამსახური ორი რედაქციით შემოიფარგლებოდა. ერთ მათგანს ყოველდღიური საინფორმაციო პროგრამა „ახალი ამბების“ რედაქცია წარმოადგენდა, მეორეს კი – კვირის ოფიციალური ქრონიკა – პროგრამა „უწყებანის“ რედაქცია. ორივე რედაქციაში მუშაობდნენ ერთი და იგივე თანამშრომლები: რეპორტიორები, ოპერატორები, მემონტაჟეები, რეჟისორები. განსხვავებულ სახეებს რედაქტორები და ტელეგადაცემათა წამყვანები წარმოადგენდნენ.

საინფორმაციო პროგრამა „ახალი ამბები“ 2000-2001 წლებში ეთერში გადიოდა დღეში ერთხელ – საღამოს 22 საათზე. ჟანრობრივად იგი ძირითადად

ინფორმაციულ შენიშვნებს ემყარებოდა. იშვიათად ეწყობოდა პირდაპირი ჩართვა რომელიმე ობიექტიდან ანდა ქალაქის ადმინისტრაციის შენობიდან. მწირი ტექნიკური ბაზა უფრო ფართო გაქანების საშუალებას არ იძლეოდა. თემატიკა იგივე იყო, რაც საერთოდ დამახასიათებელია საინფორმაციო პროგრამებისათვის: პოლიტიკა, ეკონომიკა, კულტურა, მეცნიერება, სპორტი. აღსანიშნავია, რომ უმეტეს შემთხვევაში პროგრამა მხოლოდ პოლიტიკური ინფორმაციებით ივსებოდა, ანდა გადაიცემოდა მხოლოდ კულტურისა და მეცნიერების სფეროდან მოძიებული მასალებით აკინძული გამოშვებები. იშვიათობას წარმოადგენდა საინფორმაციო პროგრამის სრულყოფილი სახით გადაცემა. ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ ორგანიზებული ყოველი ღონისძიება ისევ ხელისუფლების ზედამხედველობით გადიოდა ეთერში და ამგვარი ღონისძიებების კვირეულის დროს ტელევიზია და მისი საინფორმაციო რედაქცია პროფესიული შეხედულებისამებრ პროგრამას ვერ ჩამოაყალიბებდა. ყოველ გამოშვებაში გადაცემული ინფორმაციების რაოდენობა ოთხიდან თოთხმეტ-თხუთმეტ შენიშვნამდე მერყეობდა. ოთხი ინფორმაცია აუცილებელ ზღვარს წარმოადგენდა, მის ზევით კი – ბედნიერ შემთხვევას, რადგან ტექნიკური ბაზისა და ფინანსების სიმწირე ჟურნალისტთა პროფესიული უნარ-ჩვევების სრულ გამოვლენას ხელს აშკარად უშლიდა.

ყოველდღიური პროგრამებისაგან განსხვავებით კვირის ოფიციალური ქრონიკა „უწყებანი“ თითქმის ყოველთვის უფრო სრულყოფილი იყო, თუმცა ორივე რედაქცია, როგორც წესი, გადაჭარბებულად ასახავდა სახელისუფლებო სტრუქტურების (მხარისა და ქალაქის) საქმიანობას და უპირატესად მათ მიერ მოწოდებულ ინფორმაციას იყენებდა. რაც შეეხება ინფორმაციებს საზოგადოებრივი ორგანიზაციების შესახებ, ტელეკომპანია, როგორც კომერციული სტრუქტურა, თავს არიდებდა მათ გადაცემას, თუ მისი კომერციული ინტერესები არ იქნებოდა დაკმაყოფილებული. ამის გამო ბევრი მნიშვნელოვანი ინფორმაცია აუდიტორიისათვის უცნობი რჩებოდა (ნებსით თუ უნებლიეთ – ეს უკვე სხვა საკითხია). ინფორმაცია კულტურისა და მეცნიერების სფეროდან ხშირ შემთხვევაში ყურადღების ღირსი ხდებოდა მხოლოდ იმის გამო, რომ მისი გადაცემით ისევ და ისევ კონკრეტული პირები ან ხელისუფლების წარმომადგენლები იყვნენ დაინტერესებული, ანუ თემის აქტუალობას განსაზღვრავდა არა მისი შინაარსი, არამედ ცალკეულ პირთა დამოკიდებულება ამ თემისადმი. პროგრამების ასეთი ცალმხრივი ხასიათისა და

ჟანრული არასრულყოფილების მიუხედავად გარკვეული ცვლილებები საინფორმაციო მაუწყებლობაში მაინც ხდებოდა, თუმცა სიახლე ახალ პრინციპებს ნაკლებად გულისხმობდა, რამდენადმე იცვლებოდა მხოლოდ ფორმა.

2002 წლიდან გარკვეულწილად შეიცვალა ყოველდღიური საინფორმაციო პროგრამის „ახალი ამბების“ სტრუქტურაც. ინფორმაციულ შენიშვნებს, ინტერვიუებსა და რეპორტაჟებს დაემატა პირდაპირი სატელეფონო ჩართვები – ტექნიკური ბაზა ჯერ კიდევ არ იძლეოდა მეტის საშუალებას. პროგრამაში გაჩნდა სტუმარი დღის მთავარ თემასთან დაკავშირებით და მაყურებელთა სატელეფონო ზარები. „ახალი ამბები“ უკვე დღეში სამჯერ გადიოდა ეთერში: 18 საათსა და 30 წუთზე გადაიცემოდა მოკლე ინფორმაციული შენიშვნები; 20 საათსა და 30 წუთზე დღის უახლოეს ინფორმაციებთან ერთად წინა გამოშვებაში მოკლედ გადაცემული ინფორმაციები სიუჟეტურად დამუშავებული და სრულყოფილი სახით მიეწოდებოდა მაყურებელს; ღამის პროგრამას კი ანალიტიკური ხასიათი ჰქონდა – იგი ეთერში 22 საათსა 30 წუთზე იწყებოდა და 40-60 წუთს გრძელდებოდა. სამივე გამოშვება ხელისუფლების გავლენას განიცდიდა და ინფორმაციის ძირითად წყაროსაც ხელისუფლების ორგანოები წარმოადგენდა.

ამჟამად „რიონის“ საინფორმაციო პროგრამას „დღის ამბები“ ეწოდება და ორშაბათიდან შაბათის ჩათვლით ყოველდღიურად 5-ჯერ გადის ეთერში: 14.30, 16.30, 18.30, 20.30 და 00.00 საათზე. პირველი და ბოლო გამოშვება 15-წუთიანია, სამი დანარჩენი – 30-წუთიანი. კვირას „დღის ამბები“ არ გადაიცემა. მას ცვლის კვირის მოვლენების შემაჯამებელი საინფორმაციო-ანალიტიკური პროგრამა.

ტელეკომპანია „რიონის“ საინფორმაციო სამსახურის ანალიზის საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ მას ძირითადად ადგილობრივი ხელისუფლება აკონტროლებდა და მისი მეპატრონეც ამის შესაბამისად მოქმედებდა. ხელისუფლება გვევლინება საინფორმაციო საშუალებების შემზღუდველის როლში. მისი მითითებითა და კარნახით არა მარტო თემებისა და სიუჟეტების შერჩევა ხდება, არამედ იხურება არასასურველი პროგრამებიც (მაგალითად, 1999 წელს დაიხურა პროგრამა „დომინანტი“) და ტელეკომპანია ახორციელებს შიდა საკადრო ცვლილებებს. „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ ახალი ხელისუფლების მოსვლას ტელევიზიის ცხოვრებაში სიახლე არ მოუტანია – შეიცვალა მხოლოდ სახეები. მიზანი, პრინციპები და მაუწყებლობის ტონი იგივე დარჩა.

მძლავრი საინფორმაციო სამსახური გააჩნია „აჭარის ტელერადიოდე-

პარტამენტს“. ეს არცაა გასაკვირი, რადგან აჭარის ტელევიზია თავიდანვე, დაარსების დღიდან, მთელ ავტონომიურ რეგიონზე მაუწყებელ სტრუქტურად იყო გააზრებული.

საინფორმაციო სამსახურის სტრუქტურა ასეთია – მას ჰყავს უფროსი, ოთხი პროდიუსერი ბათუმში და ერთიც თბილისში, სადაც მოქმედებს აჭარის ტელევიზიის ბიურო. ბიუროში სამი ჟურნალისტია, რომლებიც სარელეო ხაზის მეშვეობით აწვდიან სტუდიას ინფორმაციებს ცენტრში მიმდინარე მოვლენების შესახებ. საინფორმაციო სამსახურის ჟურნალისტები ხშირად მიჰყვებიან ოფიციალურ ვიზიტად საზღვარგარეთ მიმავალ სხვადასხვა დელეგაციებს და სატელეფონო ან პირდაპირი ჩართვების მეშვეობით საკუთარ ინფორმაციებს აწვდიან მაყურებელს.

აჭარის ტელევიზიის საინფორმაციო სამსახურისათვის პრიორიტეტული ადგილობრივი ინფორმაციაა. შემდეგ გადაიცემა ქვეყანაში, ხოლო ბოლოს უცხოეთში მომხდარი მნიშვნელოვანი მოვლენები. ამ პრინციპითაა აგებული საინფორმაციო გამოშვებები და იგი შეიძლება იმ შემთხვევაში დაირღვეს თუ რაიმე განსაკუთრებული მოვლენა ხდება დედაქალაქში ან მის გარეთ, როგორც ეს იყო 2008 წლის აპრილის პოლიტიკურად დაძაბულ თვეში. თუმცა არცთუ იშვიათად ეს პრინციპი დარღვეულია და ადგილობრივი ინფორმაციები უკანა პლანზე არის გადაწეული.

მიუხედავად ამისა, საინფორმაციო პროგრამა „დრო“, როგორც ტელევიზიაში აცხადებენ პრიორიტეტს რეგიონულ თემებს ანიჭებს, ხოლო გადაცემის მთავარ პრინციპად – სიზუსტეს, ობიექტურობას, ოპერატიულობასა და მრავალფეროვნებას მიიჩნევს.

დღის განმავლობაში საინფორმაციო გამოშვება ეთერში 7-ჯერ გადის, პირველი გამოშვება, რომელიც დაიჯესტური ხასიათისაა, დილის 08.30 სთ-ზე, ხოლო ბოლო 22.30-ზე მიეწოდება აუდიტორიას. მთავარი გამოშვება 20.30-ზე იწყება. თითოეული გამოშვების ხანგრძლივობა დღის პერიოდის შესაბამისად სხვადასხვაა – 10, 15, 20, 30 წუთი. საინფორმაციო პროგრამა რუსულ ენაზე „ნოვოსტი“ ეთერში გადის ყოველდღე, შაბათ-კვირის გარდა, 19.00 სთ-ზე. ინფორმაციების უმეტესობა სწორედ ცენტრში მიმდინარე მოვლენებსა და სხვა ოფიციალურ თემებს ეხება, რომლებიც დედაქალაქში ხდება. თუმცა პარალელურ რეჟიმში შეუძლია ადგილობრივი სიახლეებიც, ბალანსი მაინც ცენტრალური ინფორმაციების სასარგებლოდ არის გადანაწილებული, მაგრამ თუ

გავითვალისწინებთ, რომ დღესდღეობით აჭარის ტელევიზიას რეგიონულ ტელეკომპანიებს შორის ყველაზე ფართო დაფარვის არეალი აქვს, მაშინ ეს შეიძლება გამართლებულად ჩაითვალოს, თუმცა ადგილობრივი მოსახლეობისაგან არცთუ ისე იშვიათად ისმის საყვედურები უკვე სხვა არხებზე უფრო დეტალურად ნაჩვენები ინფორმაციების კიდევ გამეორების გამო და ითხოვენ, რომ ყურადღება ადგილობრივ პრობლემატიკაზე გამახვილდეს. ინფორმაციების განმეორებისა და სხვა ტელევიზიების მიერ გაშვებული სიუჟეტების შინაარსობრივი და კადრობრივი თანხვედრის საკითხს საინფორმაციო სამსახურის ხელმძღვანელობა იმ გარემოებით ხსნის, რომ კომპანიები ძირითადად ერთი და იგივე საინფორმაციო სააგენტოების მიერ მიწოდებული ინფორმაციებით სარგებლობენ. ქვეყნის მასშტაბით ექსკლუზივების მოძიებაზე მუშაობას ტელევიზია ვერ ახერხებს, რადგან კორესპონდენტთა მცირერიცხოვანი ჯგუფი ჰყავს და იგი ძირითადად მთავარი მოვლენების გაშუქებით არის დაკავებული.

რაც შეეხება ინფორმაციის მოპოვებისა და დამუშავების მეთოდებსა და პრინციპებს – ქართულ სატელევიზიო სივრცეში არსებული სტანდარტების მიხედვით აჭარის ტელევიზიის სიუჟეტები დამაკმაყოფილებლად გამოიყურება, თუმცა თვალშისაცემია ინდივიდუალიზმის ნაკლებობა, როგორც ზოგადად ქართულ ტელეჟურნალისტიკაში.

ასევე გასათვალისწინებელია შემდეგი გარემოებები: დასავლური სტანდარტების შესაბამისად, ნებისმიერ ტელევიზიაში, მნიშვნელობა არა აქვს რეგიონული იქნება ის თუ საერთო-ეროვნული, ეთერში გასულ სიუჟეტს უნდა ჰქონდეს შესაბამისი ლოგო, ანუ როგორც მხატვრული ფილმების შემთხვევაშია ის ნიშანი, რითაც მაყურებელი ხვდება თუ რა ასაკობრივ კატეგორიაზეა გათვლილი ეს ფილმი. იგივე პრინციპი უნდა მოქმედებდეს სიუჟეტების შემთხვევაშიც, თუმცა იგი აბსოლუტურად ყველა ქართულ ტელევიზიაშია იგნორირებული.

ქართული ტელევიზიის კიდევ ერთი სენი – გაუმართავი მეტყველება და ხმის ბალანსის დარღვევა აქაც უხვად გვხვდება. აღნიშნულ ლაფსუსებთან ერთად აჭარის ტელევიზიის საინფორმაციო სიუჟეტებს თუ დააკვირდებით აღმოაჩენთ, რომ რაიმე მოვლენის გაშუქებისას ჟურნალისტის კომენტარი მეტია ვიდრე ვთქვათ მოვლენების ეპიცენტრში მყოფი ადამიანებისა. მსგავსი შემთხვევები უმეტესად პირდაპირი ჩართვების დროს გვხვდება. ჟურნალისტი

დგას მსხვილი ხედით და გვიყვება მომხდარის შესახებ, მისი მონაყოლი უფრო ხანგრძლივია ვიდრე მოწმეების, თუ რესპონდენტების კომენტარები, რომლებიც რამდენიმეწამიანი სინქრონის სახითაა ჩასმული. ხშირ შემთხვევაში იკვეთება კადრების სიმწირის და წყაროთა ბალანსის დარღვევის ტენდენციებიც.

არის კიდევ ერთი ნიუანსი, რომელიც დარღვეულია აჭარის ტელევიზიის მიერ. დასავლური სტანდარტების მიხედვით ძირითად გამოშვებაში მაინც ერთად უნდა ისხდნენ სტუდიაში წამყვანები, მიღებული წესის თანახმად ქალი და მამაკაცი, რომლებსაც უნდა ჰქონდეთ მკაფიო და გამართული მეტყველება, თხრობის უნარი და ეკრანულობა. თუ ძირითადი გამოშვება არ არის, რაღაც შემთხვევაში დასაშვებია ერთი წამყვანის მეთოდიც. თუმცა სავალდებულოა მას ჩაერთონ ჟურნალისტები სხვადასხვა ბლოკებში, რათა წამყვანის მიერ მაყურებლის ინფორმირება მონოლოგურ და მოსაწყენ ხასიათს არ ატარებდეს. აჭარის ტელევიზიის ყოველ საინფორმაციო გამოშვებას ერთი წამყვანი ჰყავს და თუ არ ჩავთვლით პირდაპირ ჩართვებს მოვლენების ეპიცენტრიდან, მასში ჟურნალისტი არ ერთვება. წამყვანი თავიდან ბოლომდე უკლებლივ ყველა ბლოკის ჩათვლით უძღვება გამოშვებას.

როგორც „აჭარის“ ეთერზე პერიოდული დაკვირვება გვიჩვენებს საინფორმაციო სიუჟეტების უმრავლესობა თბილისში განვითარებულ მოვლენებს ეხებოდა. იყო შაბლონური პრინციპით აგებული სიუჟეტები და, როგორც შინაარსობრივი ასევე კადრობრივი თვალსაზრისით აბსოლუტურად იდენტური იმ სიუჟეტებისა რომლებსაც სხვა ქართული ტელეარხები უშვებდნენ. ამ მოვლენების ფონზე აჭარის რეგიონში განვითარებული ამბები ნაკლებად შუქდებოდა. მაღალმთიანი სოფლების გასაჭირი საერთოდ აღარავის ახსოვდა. ხელისუფლების მხრიდან ტელევიზიაზე ზეწოლა იმაში გამოიხატებოდა, რომ არც ერთი კრიტიკული სიუჟეტი არ გასულა აჭარის მთავრობაზე, არადა სასაყვედურო ბევრი იყო – ოპოზიციურად განწყობილი მოსახლეობის დაშინებისა და ცემის ფაქტები, მათთვის თავისუფალი მიმოსვლის შეზღუდვა და აშ.

ერთი სიტყვით, მეტი ობიექტურობა, ოპერატიულობა და რეგიონის საკითხების უფრო კონკრეტულად და თანმიმდევრულად გაშუქება სჭირდება აჭარის ტელევიზიის საინფორმაციო გამოშვებებს.

ბევრი რეგიონული არხი ყოველდღიურ ახალ ამბებთან ერთად კვირის შემაჯამებელი საინფორმაციო-ანალიტიკური პროგრამის მომზადებასაც ახერხებს. ამ ფორმას ქართულ ტელესივრცეში თავიდან საფუძველი ჩაუყარა

სახელმწიფო ტელევიზიამ (პროგრამა „მსგეფსი“), მოგვიანებით კი „რუსთავი-2“-მა (ჯერ პროგრამა „კვირა“, შემდეგ კი პირველი პერიოდის „P.S. კურიერი“), რაც ერთგვარ მაგალითად იქცა რეგიონული ტელეკომპანიებისათვის. ეს განსაკუთრებით ეხება სატელევიზიო პროგრამა „კვირას“, რომლის შექმნაშიც ისინი თავადაც მონაწილეობდნენ.

რა თქმა უნდა, ჩვენ მხედველობაში არა გვაქვს ის 10-15-წუთიანი საინფორმაციო გამოშვებები, რომლებიც კვირაში ერთხელ მხოლოდ უსახსრობის გამო გადაიცემა (მაგ., ბოლნისის V და XII არხები, „ბორჯომის“, ფოთის ტელეკომპანია „მეცხრე ტალღისა“ და სხვების საინფორმაციო პროგრამები) და ამ ფორმის სტრუქტურაში ვერ ჯდება, მაგრამ 30-60-წუთიანი ყოველკვირეული პროგრამები, ცხადია, ფაქტებთან და მოვლენებთან ერთად მათ ანალიზსაც აწვდიან მაყურებელს (იხ. დანართი №5). ასეთია ტელეკომპანია „გურჯაანი ტვ“-ის, „მთელი კვირა“ (60 წთ.), „თვალის“ „დაიჯესტი“ (60 წთ.), „ეგრისის“ „კვირის გამოშვება“ (60 წთ.), „ლაგოდეხი ტვ“-ს „კვირის ქრონიკა“ (45 წთ.), „არგოს“ „ანარეკლი“ (40 წთ.), „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანიისა“ და „კოლხეთი-89“-ს „კვირის დაიჯესტები“, ტელერადიოკომპანია „მეცხრე არხის“ „ექო“, „ჯიხას“ „ობიექტივი“ – ყველა 30 წუთის ხანგრძლივობით.

ცალკე უნდა გამოვყოთ კვირის შემაჯამებელი საინფორმაციო-ანალიტიკური პროგრამების განვითარება ტელეკომპანიებში – „თრიალეთსა“ და „რიონში“.

„თრიალეთის“ პროგრამა „კვირის ქრონიკა“, რომელიც კვირის მნიშვნელოვან მოვლენებს მიმოიხილავს, პირდაპირ ეთერში გადის ყოველი კვირის ბოლოს 22 საათზე და მას ერთი ჟურნალისტი უძღვება.

„კვირის ქრონიკის“ ფუნქციებში შედის საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი მოვლენების გააზრება და ანალიზი გარკვეული პოლიტიკური, სოციალური და ზნეობრივ-კულტურული ფასეულობების თვალსაწიერიდან. მისი მთავარი პრიორიტეტებია: აქტუალური თემატიკა, წამოჭრილ პრობლემათა ოპერატიულობა.

„კვირის ქრონიკის“ პროგრამა მოიცავს არამარტო კვირის მთავარ თემებს არამედ დღის მოვლენებსაც. „კვირის ქრონიკაში“ ჟურნალისტები ირჩევენ რამდენიმე მთავარ თემას და კვირის ბოლოს აჯამებენ თუ რა შეიცვალა რამდენიმე დღეში და ატარებენ ამ კუთხით ჟურნალისტურ გამოძიებას. აღნიშნულ გადაცემაში გარდა კვირის მოკლე ინფორმაციებისა ყოველდღიური „ანარეკლისგან“ განსხვავებით საშუალოდ ოთხი ან ხუთი რეპორტაჟია

(„ანარეკლში“ ყოველდღიურად დაახლოებით ათი სიუჟეტი გადის).

„კვირის ქრონიკის“ რეპორტაჟები საკმაოდ საინტერესოდაა მომზადებული. მათ ახასიათებთ თხრობის დინამიკური სტილი. ფაქტის სხვადასხვა კუთხით წარმოჩენა. გეოგრაფიული თვალსაზრისით პროგრამა შემოიფარგლება მხოლოდ შიდა ქართლით. თუმცა, იშვიათად მაგრამ მაინც აშუქებენ თბილისში მიმდინარე მნიშვნელოვან მოვლენებსაც. უნდა აღინიშნოს, რომ ტელეკომპანია „თრიალეთს“ ერთი კორესპოდენტი და ერთი ოპერატორი ჰყავს თბილისში.

„კვირის ქრონიკის“ მაქსიმალურად სადად, ლურჯი ფერის სიჭარბით, ვირტუალური, კომპიუტერული მონტაჟით გაკეთებული ქუდი და მასში გამოყენებული ენერგიული, დინამიკური მუსიკა დადებით მთაბეჭდილებას ტოვებს. სიუჟეტები ყველაზე აქტუალურ თემებს ეხება. აქ ჯამდება კვირის განმავლობაში განვითარებული მოვლენები, ამა თუ იმ ფაქტს ეძლევა გარკვეული შეფასებები. წამყვანის მოსაზრებები ყოველთვის ეყრდნობა სანდო წყაროებს და ფაქტებს. პროგრამას არ აქვს მკვეთრად ჩამოყალიბებული სტრუქტურა, განსახილველ საკითხთა რაოდენობას თავად ავტორი განსაზღვრავს.

ჟურნალისტის მიერ ჟანრის შერჩევა განსახილველი თემის მიხედვით ხდება. ეს უკანასკნელი დღის მოვლენებით არის ნაკარნახევი და ავტორის მოვალეობას ყველაზე აქტუალური და მნიშვნელოვანი საკითხების წამოჭრა წარმოადგენს.

„კვირის ქრონიკის“ სატელევიზიო პერსონაჟს, რომელიც პოპულარობით სარგებლობს და განსაკუთრებით „ახლობელი“ ადამიანია მაყურებლისთვის, მკვლევარები უამრავ კრიტერიუმებს უყენებენ. სხვადასხვა პროფესიულ მოთხოვნასთან ერთად უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ვიზუალურ მხარეს.

მედიის წარმომადგენლები, რომლებსაც ეკრანზე უწევთ მუშაობა, იმიჯის შექმნისას გარკვეულ წესებს იცავენ. ტელეარხები უმოწყალოდ ახშობენ ჟურნალისტების ნებისმიერ მცდელობას გამოჩნდნენ კადრში მოდურ ტანსაცმელში გამოწყობილნი. წამყვანები იცვამენ სადად, მათი გარეგნული იერი ასახავს საშუალო გემოვნებას. რიგითმა რეპორტიორებმაც კი იციან, რომ მათი ახლებური ვარცხნილობა მაყურებელს ააღელვებს და უამრავ სატელეფონო ზარს თუ წერილს გამოიწვევს. ამ თვალსაზრისით „კვირის ქრონიკის“ წამყვანი საკმაოდ სადა მაკიაჟით და ჩაცმულობით გვევლინება.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა ვალია სისტემატიურად გააცნონ პოლიტიკოსებს, თუ რა აწუხებთ მოქალაქეებს, როგორია მათი აზრი, განწყობები და მოთხოვნილებები. ამ ფუნქციას „კვირის ქრონიკის“ წამყვანი

პროფესიულ დონეზე ასრულებს. იგი სწორედ საზოგადოებისათვის მტკივნეულ საკითხებზე ამახვილებს ყურადღებას და ხალხის უფლებების დამცველის როლში გვევლინება.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, 2000 წლიდან 2001 წლის სექტემბრამდე ქუთაისის ტელეკომპანია „რიონში“ ყოველდღიური საინფორმაციო პროგრამა „ახალი ამბების“ რედაქციის პარალელურად არსებობდა კვირის ოფიციალური ქრონიკა – პროგრამა „უწყებანის“ რედაქცია.

2002 წლის სექტემბრიდან საინფორმაციო სამსახურში კვირის ოფიციალური ქრონიკის – „უწყებანის“ რედაქცია გაუქმდა, მის ნაცვლად კი ჩამოყალიბდა კვირის შემაჯამებელი ანალიტიკური პროგრამა „კვირის ბოლოს“. აღნიშნული პროგრამის რედაქცია თავიდან არ განიცდიდა ტელევიზიის ხელმძღვანელობის, სხვადასხვა პრესსამსაურებისა თუ ხელისუფლების ზეგავლენას. ეს იყო საავტორო გადაცემა, რომელსაც ამზადებდა პროფესიონალთა მცირე ჯგუფი ორი ჟურნალისტის, ორი ოპერატორის, ორი მემონტაჟისა და ერთი რეჟისორის შემადგენლობით. ინფორმაციის წყაროს წარმოადგენდა აუდიტორია, საზოგადოება მისი სხვადასხვა სოციალური ინსტიტუტებით. მიზანი იყო საზოგადოების ინფორმირება მოვლენათა ადეკვატური ასახვისა და თავისუფალი კომენტირების პრინციპით. პროგრამის რეიტინგი დღითი დღე იზრდებოდა, რედაქციამ თავდაპირველი შემადგენლობით ექვსი თვის მანძილზე იარსება. მაგრამ მიუხედავად გადაცემის ობიექტური ხასიათისა, რასაც მისი აბსოლუტური დამოუკიდებლობა განაპირობებდა, ვერც ის აცდა ხელისუფლებასთან კონფლიქტს. ამის მიზეზი გახდა პარლამენტის დეპუტატ ბორის კაკუბავას ქუთაისში ჩამოსვლის შესახებ გადაცემული სიუჟეტი. ბუნებრივია, მასალა მოიცავდა სიუჟეტის მთავარი გმირის კომენტარს მიმდინარე მოვლენების შესახებ. ტელეკომპანიის ხელმძღვანელობამ ხელისუფლების ურჩი ოპოზიციონერის შეხედულებათა ეთერში საჯაროდ გაჟღერებისათვის იმერეთის გუბერნატორისაგან იმდენად მკაცრი შენიშვნა მიიღო, რომ იძულებული გახდა მთლიანად შეეცვალა აღნიშნული გადაცემის ფორმა და შინაარსი და „კვირის ბოლოს“, ისევე, როგორც „ახალი ამბები“, მხარის ხელმძღვანელობის სამსახურში ჩადგა.

„ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ „კვირის ბოლოს“ შეცვალა ახალმა ყოველკვირეულმა საინფორმაციო-ანალიტიკურმა პროგრამამ „შვიდი დღე“. იგი ყოველ კვირა დღეს გადაიცემა 19 საათზე 55-60 წუთის მოცულობით და

მეორდება ორშაბათს, დილით 11 საათსა და 15 წუთზე. პროგრამა მიმოიხილავს კვირის მანძილზე როგორც იმერეთის რეგიონის, ისე მთლიანად დასავლეთ საქართველოში მომხდარ მნიშვნელოვან ფაქტებსა და მოვლენებს. ამიტომ მას „რიონის“ გარდა ეთერში უშვებენ „იმერვიზიის“ (ჭიათურა) და „ოდიშის“ (ზუგდიდი) ტელეკომპანიები, რომლებსაც საკუთარი ყოველკვირეული საინფორმაციო-ანალიტიკური პროგრამები არ გააჩნიათ.

თავი IV. რეგიონული ტელეპროგრამების სტრუქტურა

საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები. ოცი წელია, რაც საქართველო თავისი ისტორიის ურთულეს პერიოდში ცხოვრობს. ხელისუფლების რამდენიმეჯერ შეცვლა, სამოქალაქო ომი, რუსული ინტერვენცია და ქვეყნის ტერიტორიის მნიშვნელოვანი ნაწილის ოკუპაცია, თვითონ ქვეყნის შიგნით მიმდინარე წინააღმდეგობრივი პოლიტიკური და ეკონომიკური პროცესები უამრავ პრობლემას აყენებს საქართველოს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებისა და მათ შორის რეგიონული ტელემაუწყებლობის წინაშე. ამას ემატება რეგიონებში არსებული დემოგრაფიული და მიგრაციული პრობლემები, რთული სოციალური, ეკოლოგიური და კრიმინოგენული ვითარება. ასეთ პირობებში სრულიად გასაგები ხდება რეგიონული მაუწყებლობის ზედმეტად პოლიტიზებული ხასიათი და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების სიუხვე. საინფორმაციო გამოშვებებთან ერთად რეგიონულ არხებზე საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მაუწყებლობის ყველაზე გავრცელებულ ფორმად პირდაპირ ეთერში ორგანიზებული ინტერაქტიური ტოქშოუები იქცა. პირდაპირი მაუწყებლობა – სტუდიიდან ან მოვლენის ადგილიდან ეთერში ინფორმაციის პირდაპირ „ცოცხლად“ გადაცემა წინასწარ ჩაწერისა და მონტაჟის გარეშე – ტელევიზიისა და რადიოს ტრანსლაციური ბუნების ყველაზე ეფექტური გამოვლინებაა. აქ აშკარად მჟღავნდება მაუწყებლობის ისეთი სპეციფიკური თვისებები, როგორიცაა: რეალურ დროში არსებობა, სიმულტანობა, ამწუთიერობა, „დასწრების ეფექტი“, აგრეთვე ოპერატიულობის მეტი შესაძლებლობა ბეჭდურ ჟურნალისტიკასთან შედარებით. ბოლო დრომდე მიაჩნდათ, რომ პირდაპირი გადაცემა აუცილებელია მხოლოდ მაშინ, როცა საზოგადოება დაინტერესებულია ინფორმაციის მიღებით სწორედ მოვლენის მიმდინარეობის პროცესში (ძირითადად იგულისხმებოდა პოლიტიკური, მხატვრული და სპორტული ღონისძიებების პირდაპირი ტრანსლაციები და რეპორტაჟები). ისიც ცნობილი იყო, რომ პირდაპირი ეთერის ზემოთ ჩამოთვლილი თვისებები ესთეტიკურ დანიშნულებასაც იძენს და კომუნიკაციის მთელ პროცესზე ვრცელდება – მნიშვნელოვან როლს ასრულებს მიმდინარე ცხოვრების სახის შექმნაში. ორივე ეს ფუნქცია არც ახლა იწვევს აზრთა დიდ სხვადასხვაობას, მაგრამ, როგორც მკვლევრები აღნიშნავენ, „არსებობს პირდაპირი მაუწყებლობის კიდევ ერთი გაგება, რომელსაც დემოკრატიულ საზოგადოებაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება.

ჭეშმარიტად პირდაპირი გადაცემა მხოლოდ იმას კი არ ნიშნავს, რომ ეთერში ჩაწერისა და მონტაჟის გარეშე გადის, არამედ იმასაც, რომ ამავე დროს ფაქტებსა და მოვლენებს ასახავს შეუსწორებელი, ცენზურაგაუვლელი, თავისუფალი და პირდაპირი სახით, არ უფრთხის ურთიერთსაპირისპირო მოსაზრებებსა და მოულოდნელ, წინასწარ გაუთვალისწინებელ მომენტებს. სწორედ ასეთი პირდაპირი ეთერი იწვევს აუდიტორიის ყველაზე მეტ ნდობას და ესთეტიკურის გარდა ფილოსოფიურ, მსოფლმხედველობრივ და მორალურ ასპექტებსაც მოიცავს (იბერი 2003:91). აბსოლუტურ ოპერატიულობასთან ერთად, უპირველეს ყოვლისა, სწორედ ნდობის ეფექტი განსაზღვრავს პირდაპირი ეთერის კომუნიკაციურ მნიშვნელობას. ამას ემატება აგრეთვე კომუნიკატორისა და აუდიტორიის მეცხრეული ურთიერთკავშირიც, როცა მაყურებელი სტუდიას უკავშირდება და ერთვება გადაცემის მსვლელობაში. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია დღევანდელი ტელემაყურებლებისთვის და საფუძვლად უდევს ინტერაქტიური ფორმების განვითარებას. შემთხვევითი როდია, რომ უცხოეთის დონორი ორგანიზაციების მიერ რეგიონული ტელემაუწყებლობისთვის გამოყოფილი ბევრი გრანტი სწორედ პირდაპირი ტოქშოუების დამკვიდრებისათვის იყო განკუთვნილი. ამან განსაკუთრებული მნიშვნელობა შეიძინა „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ, როცა ცენტრალურ ტელეარხებზე ზედიზედ გაქრა სოციალურ-პოლიტიკური ხასიათის ტოქშოუები არამარტო პირდაპირ ეთერში, არამედ ჩანაწერების სახითაც. ჟანრის „გადარჩენა“ ფაქტობრივად რეგიონულ ტელემაუწყებლებს მოუხდათ.

სახალხო ფორუმის ტიპის ამგვარი შოუები უშუალო გამოხატულებაა იმ საყოველთაოდ ცნობილი პრინციპისა, რომ ჟურნალისტიკა ხალხს საჯარო კრიტიკისა და მსჯელობის საშუალებას უნდა აძლევდეს. როგორც სამართლიანად აღნიშნავენ ამერიკელი მკვლევრები ბილ კოვაჩი და ტომ როზენსტოლი, „ყოველწლიურად მილიონობით დოლარი იხარჯება საზოგადოებრივი აზრის მართვის მიზნით, რისთვისაც ხშირად ნახევრად სიმართლე ან სულაც აშკარა ტყუილი გამოიყენება. სწორედ ამიტომ აქვს გადამწყვეტი მნიშვნელობა იმას, რომ მასმედია საჯარო დისკუსიებს მართავდეს და ამ გზით მიუკერძოებელი მსაჯულის როლს ასრულებდეს“ (კოვაჩი ბილ 2006:162). აქედან გამომდინარე, არც ისაა შემთხვევითი, რომ თითქმის ყველა რეგიონულ ტელეკომპანიას ჰქონდა ან აქვს თავის პროგრამაში ტოქშოუს ფორმის გადაცემა 45-60 წუთის ხანგრძლივობით, ზოგიერთს რამდენიმეც კი. ზოგჯერ სიტყვა „პირდა-

პირი“ ტოქშოუს სახელწოდებაშიც კი ფიგურირებს: „პირდაპირი ტოქშოუ“ („თვალი“), „პირდაპირი ეთერი“ („მარნეული ტვ“), „პრობლემები პირდაპირ ეთერში“ („არგო“), „პირდაპირი ტოქშოუ „ძალა უძალოთა“ („გურჯაანი ტვ“) და ა.შ.

საერთოდ, რეგიონული ტოქშოუების ყველაზე გავრცელებული სახელწოდებაა „დიალოგი“, რითაც ხაზს უსვამენ სხვადასხვა შეხედულებათა წარმოჩენის აუცილებლობას. ასეთ „დიალოგურ“ ტოქშოუებს ამზადებს „გარჯაანი ტვ“, „ტელეარხი-25“, „მე-9 არხი“, „თანამგზავრი“, „იმერვიზია“, „ატვ-12“; სტუდია „დიალოგი“ ეწოდება „ლაგოდეხი ტვ“-სა და „ბოლნელის“ („მეთორმეტე არხი“) ტოქშოუებს; არსებობს „პოლიტიკური დიალოგი“ („არგო“) და „დიალოგი მთავრობასთან“ („მე-9 ტალღა“).

ზოგიერთი ტოქშოუ „ფორუმად“ იწოდება („ბორჯომი ტვ“, „მეგა ტვ“) – იგულისხმება, რომ იგი ხალხის წარმომადგენლების შეკრებაა. საერთოდ, არცთუ იშვიათად ტელეარხი ხალხის, საზოგადოებრივი აზრის, თავისუფალი სიტყვის სახელით გამოდის: „რას ფიქრობს ხალხი“ („თრიალეთი“, „კოლხეთი-89“), „თქვენთან ერთად“ („გურია“), „ჩემი დრო“ („მეგა ტვ“), „საზოგადოებრივი აზრი“ („არგო“), „თავისუფალი მიკროფონი“ („ბორჯომი ტვ“), „ტრიბუნა თავისუფალი სიტყვისათვის“ („ფარვანა“).

რამდენიმე ტელეკომპანიის ტოქშოუ „თემად“ იწოდება („ბორჯომი ტვ“, „ოდიში“, „მე-9 ტალღა“), ხოლო „იმერვიზიის“ ტოქშოუს „მთავარი თემა“ ჰქვია, რაც პირდაპირ მიგვანიშნებს, რომ ავტორებისთვის ესა თუ ის აქტუალური თემაა მთავარი და არა ზოგადად შეხვედრა-დიალოგები. ტელეკომპანია „რიონს“ ორი საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ტოქშოუ აქვს ამ სახელწოდებით – „დღის თემა“, რომელიც ორშაბათიდან ხუთშაბათის ჩათვლით გადაიცემა და „თემა“ პარასკევობით – ორივე 21 საათსა და 30 წუთზე, ერთი საათის ხანგრძლივობით.

ტელეკომპანია „თრიალეთის“ გადაცემა „კვირის თემა“ – ეს არის გადაცემა, სადაც მსჯელობენ კვირის მთავარ თემაზე. გადაცემის მთავარი მიზანი საზოგადოებისათვის განსხვავებული აზრისა და პოზიციათა სხვადასხვაობის წარმოდგენაა, პროგრამაში განიხილება მხოლოდ ერთი თემა.

წამყვანი ანალიზის გაკეთებისაგან თავს იკავებს, მაგრამ გადაცემის დასაწყისში, თემის წარმოდგენისას თავის კომენტარს ურთავს განსახილველ საკითხს. სპეციალისტების აზრით, ამ დროს მიმომხილველი ვალდებულია, ფლობდეს ინფორმაციას ყოველი დეტალის გათვალისწინებით და განსაკუთრებული ყურადღება დაუთმოს მასალის სწორად გადმოცემას, რათა

მაყურებელს არ დარჩეს რაიმე ეჭვი. იმისათვის, რომ საკითხი სრულად და ყველა კუთხით წარმოჩენილი იყოს, პროგრამაში სტუმრად იწვევენ სხვადასხვა კომპეტენტურ პირებს. თუ განსახილველი საკითხის შესახებ საზოგადოებაში არ იყო აზრთა დაპირისპირება და მისი განხილვა მიზნად ისახავდა პრობლემების გადაჭრის შესაძლო პერსპექტივების გამოკვეთას, გადაცემაში სტუმრად ჰყოლიათ რამდენიმე პიროვნება, რომლებიც კარგად იცნობდნენ ამ სფეროს და შეეძლოთ ამომწურავი პასუხის გაცემა.

ხოლო თუ განსახილველი მოვლენა აუდიტორიაში იწვევდა აზრთა სხვადასხვაობას, სტუდიაში იწვევდენ დაპირისპირებული მხარეების წარმომადგენლებს. მხოლოდ ერთ-ერთი მხარის მონაწილეობა პროგრამაში გამოიწვევდა ცალსახა დასკვნების გამოტანას და ტენდენციურად გაშუქებას.

წამყვანი ყურადღებას უნდა აქცევდეს მოსაუბრისათვის განკუთვნილი დროის სამართლიანად განაწილებას. მისი ამოცანაა, არ „დაეკარგოს“ თემა. მონაწილეებს საშუალება არ მისცეს, რომ გადაუხვიონ კამათის საგნიდან. ყოველთვის მოსალოდნელია სხვა საშიშროებაც – თვალსა და ხელს შუა დაიკარგოს სიფიცხე და სპონტანურობა. ე.ი. სწორედ ის რაც წარმოადგენს გადაცემის თავისებურებას.

როდესაც სადავო საკითხის შესახებ მოწინააღმდეგე მხარეების წარმომადგენლებს შორის დებატები იმართება, ეს მაყურებელს საშუალებას აძლევს, მოუსმინოს ორივეს მოსაზრებებს და დასკვნები თავად გააკეთოს. აგრეთვე, საკითხის ობიექტურად გაანალიზებისათვის აუცილებელია, ოპონენტები ერთდროულად იყვნენ ეთერში.

უკეთესი იქნება თუ მნიშვნელოვანი საკითხების გაშუქებისას სტუდიაში მიიყვანენ ექსპერტებს, რათა ანალიზი უფრო სანდო და დამაჯერებელი იყოს.

მოვლენების გაანალიზებისას, უპირველეს ყოვლისა, დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სიტყვიერ გამოხატულებას – დიალოგებს და მონოლოგებს. წამყვანის მოსაზრებების დასადასტურებლად ხშირად იყენებენ ვიზუალურ საშუალებებსაც. „კვირის თემაში“ ხშირად ვნახულობთ სიუჟეტს ამა თუ იმ მოვლენის შესახებ, რომელიც „კვირის ქრონიკის“ სიუჟეტებისაგან განსხვავებით, მეტი ანალიზის შემცველია.

„კვირის თემის“ ერთ-ერთი გადაცემა იყო სწორედ მალხაზ ბასილაიასთან დაკავშირებით. რომელიც აფხაზებმა დააკავეს. პირდაპირ ეთერში ხდებოდა სიუჟეტების გასვლა, გაუშვეს აგრეთვე ჩაწერილი ინტერვიუ აფხაზეთის

მედიაცენტრის დირექტორთან რაულ ქირიასთან.

ამავე დროს გადაცემაში, უყურადღებობისა, თუ არასაკმარისი ტექნიკური აღჭურვილობის გამო, ხშირად ხდება გაუთვალისწინებელი შემთხვევებიც, მაგალითად, მაშინ, როცა წამყვანი ახმოვანებს სარეკლამო რგოლს და ამ დროს პირდაპირ ეთერში თვითონ არის ეკრანზე. ხშირად ხმაც არ ისმის კარგად. არცთუ იშვიათად კრიტიკას იწვევს გადაცემის ვიდეორგოლის მონტაჟიც.

მონტაჟი, როგორც ცნობილია უდიდეს როლს ასრულებს. მას ძალუძს წარსულის, აწმყოსა და მომავლის დაკავშირება. მონტაჟი, უპირველესად, რეალობის გააზრების, მისი ავტორისეული ინტერპრეტაციის საშუალებაა. შეიძლება სინამდვილის უბრალო რეგისტრაცია და შეიძლება, კადრების შეპირისპირებით ამ სინამდვილის გარკვეული თვალსაზრისით ახსნა.

„კვირის თემაში“ მაყურებელს საშუალება აქვს დარეკოს და პირდაპირ ეთერში საკუთარი აზრი გამოთქვას, შეკითხვები მისცეს სტუდიაში მყოფ სტუმრებს.

ყველაზე დემოკრატიულ ქვეყნებშიც კი ტელევიზიის პროგრამების არსებითი ნაწილი სახელმწიფო პოლიტიკის გატარებას ემსახურება, მაგრამ აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ მიუღებელია აგრესიული დამოკიდებულება ოპოზიციური პარტიების წევრების მიმართ, რაც ზოგჯერ იგრძნობა „კვირის თემის“ გამოშვებებში.

ამგვარად, „კვირის თემა“ საინტერესო გადაცემაა თავისი კომპოზიციითა და თემატური სტრუქტურით. ხოლო გარკვეული ცვლილებების შეტანის შემთხვევაში, ვფიქრობ, მისი რეიტინგი უფრო გაიზრდება.

ტელეკომპანია „თრიალეთის“ გადაცემებს ეკუთვნის აგრეთვე გადაცემა „დებატები“ ეს არის გადაცემა პირდაპირ ეთერში, სადაც მოწვეულია ორი-სამი სტუმარი. მაყურებელს შეუძლია დარეკოს და პირდაპირ ეთერში კითხვა დაუსვას სტუდიაში მოწვეულ სტუმარს. მაყურებლებს შეუძლიათ არამარტო გორიდან არამედ მიმდებარე ტერიტორიებიდანაც, სადაც ტელეკომპანია „თრიალეთის“ მაუწყებლობა ვრცელდება, დარეკონ და პირდაპირ ეთერში გასვლა ითხოვონ.

ამგვარი გადაცემის წამყვანს აუცილებლად მოეთხოვება ადამიანებთან ურთიერთობის უნარი, კომუნიკაბელურობა, აქტიურობა, კამერის წინ თავის დაჭერისა და რთულ სიტუაციებში სწრაფად გარკვევის ნიჭი, რიგიანი მანერები, მშობლიური ენის კარგად ცოდნა, კარგი დიქცია და კიდევ სხვა უამრავი რამ.

„დებატების“ წამყვანი კი, შეიძლება ითქვას, ნაკლებად აკმაყოფილებს ამ კრიტერიუმებს. იგი მეტყველებს გამართულად, კითხვებს გამართულად და მკაფიოდ აყალიბებს. მაგრამ გადაცემას აკლია დამაინტრიგებელი ტექსტი, რასაც უამრავი სადგური იყენებს, როგორც აუდიტორიის მიზიდვის ეფექტურ საშუალებას.

მედია, ტელევიზია ქმნიან პოლიტიკურ ამინდს. ეს რომ ასე არ იყოს, ამდენ პოლიტიკოსს სურვილი არ ექნებოდა, მონაწილეობა მიეღო გადაცემებში და ამ გზით გაეცნო საკუთარი თავი მოსახლეობისათვის. რაც შეეხება მოსახლეობის ცნობიერებასა და მის აქტივობაზე ტელევიზიის ზემოქმედებას. თუ კი მაყურებელს ღამის საათებში მძაფრი პოლიტიკური დებატების ცქერა არ სურს, არჩევანის საშუალება აქვს – შეუძლია, სხვა არხზე გადართოს და გასართობ გადაცემას უყუროს.

გადაცემა „დებატები“ ნაკლებად არის მიმართული პრობლემების გადაჭრისაკენ.

აყურებლის მიერ პირდაპირ ეთერში დასმულ პრობლემას, იშვიათად მოსდევს შედეგი მისი განხილვისა და გადაჭრის თვალსაზრისით.

თითოეული სტუმართაგანი ფიქრობს მხოლოდ საკუთარი იმიჯის შექმნაზე. საუბრობენ იმაზე თუ რა გააკეთა, მაგრამ ის, რაც დარჩა ხელისუფლების ყურადღების მიღმა არასდროს ხდება ხოლმე მსჯელობის საგანი.

რეგიონული ტელეკომპანიების მნიშვნელობა განსაკუთრებით იზრდება არჩევნების დროს, როცა პოლიტიკური ცხოვრება აქტივობის პიკს აღწევს და პოლიტიკური პარტიები ეთერში რეკლამის განთავსებას უკეთავენ. აღიარებულია, რომ „საარჩევნო კამპანიების წარმართვისას ერთერთი გადამწყვეტი მნიშვნელობა ტელევიზიას ენიჭება. მისი როლი ამ დროს უფრო იზრდება. ბევრ ქვეყანაში ტელეეკრანი საარჩევნო ბრძოლის მთავარ არენადაა გადაქცეული. ათეული წლების მანძილზე მსოფლიოს დემოკრატიულ ქვეყნებში ჩამოყალიბდა წინასაარჩევნო კაპანიაში მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა და კერძოდ ტელევიზიის მონაწილეობის საკანონმდებლო ნორმები და ძირითადი პრინციპები. ამ პრინციპების მიხედვით, ტელესტუდია მიუკერძოებელი უნდა იყოს და თანაბარ დროს უთმობდეს ეკრანზე სხვადასხვა პოლიტიკურ ძალას“ (გამოხატვის თავისუფლება. თავისუფლების ინსტიტუტი... 2004:69). არჩევნებამდე კი ძალიან ბევრი პოლიტიკურად ცნობილი სახე იღებდა ამ „დებატებში“ მონაწილეობას. არა მარტო ამ გადაცემაში, არამედ წლების მანძილზე ძალიან

ბევრი პოლიტიკოსი სტუმრობდა „თრიალეთის“ ტელეგადაცემას. ესენი იყვნენ ზურაბ ჟვანია, გოგი თოფაძე, ელენე თევდორაძე, სალომე ზურაბაშვილი, ფიქრია ჩიხრაძე და კიდევ ბევრი სხვა.

სხვადასხვა არჩევნებისას ტელევიზიაში ყოველთვის იყო გამოყოფილი საეთერო დრო დებატებისათვის. „თრიალეთის“ ეთერით მაყურებელს ეძლეოდა საშუალება უკეთ გაეცნო ის პოლიტიკური მოღვაწე, რომელიც აპირებდა არჩევნებში მონაწილეობის მიღებას. არჩევნებთან დაკავშირებით, ტელეკომპანია ყოველთვის ობიექტურად აშუქებდა მოვლენებს გორიდან, ქარელიდან, კასპიდან, ხაშურიდან და ამ რაიონებში შემავალი სოფლებიდან, აგრეთვე დიდი ლიახვის ხეობიდან. „თრიალეთის“ ოპერატორებს ვიდეოკამერით დაუფიქსირებიათ არჩევნების გაყალბებისა და ცალკეული დარღვევების არაერთი ფაქტიც.

ტელეკომპანია „გურჯაანს“ საპარლამენტო არჩევნების პერიოდში არც ერთი პარტიისათვის და არც ერთი წარმომადგენლისათვის უარი არ უთქვამს მისი ეთერის გამოყენებაზე. თუმცა, არც თუ იშვიათად, ადრეც და „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგაც ადგილობრივი ხელისუფლება ზეწოლას ახდენდა რეგიონულ ტელეკომპანიებზე, რათა მათ ეთერი არ დაეთმოთ ოპოზიციის წარმომადგენლებისათვის.

მიუხედავად ასეთი წინააღმდეგობრივი სიტუაციებისა, რეგიონული ტელეკომპანიები აქტიურად მონაწილეობდნენ წინასაარჩევნო კამპანიებში, რადგან ეს მკვეთრად ზრდის მათ პოლიტიკურ ავტორიტეტს და, რაც არანაკლებ მნიშვნელოვანია – ფინანსურ შემოსავლებს. აქვე ისიც უნდა ითქვას, რომ საარჩევნო პროცესში ჩართვა გარკვეულ პროფესიონალიზმს მოითხოვს და ზოგჯერ მოსალოდნელი შედეგი ვერ მოაქვს. ასე მაგალითად, ტელეკომპანია „ფარვანამ“ (ნინოწმინდა) საპარლამენტო არჩევნების წინ, 2003 წლის ოქტომბერში, პოლიტიკურ დებატებზე მიიწვია მაჟორიტარი დეპუტატობის კანდიდატები, მაგრამ მათ უარი თქვეს დებატებში მონაწილეობაზე. 2004 წლის იანვარში, საპრეზიდენტო არჩევნების წინა პერიოდში, „ფარვანამ“ სარეკლამო მომსახურება გაუწია მიხეილ სააკაშვილის ოპონენტს თემურ შაშიაშვილს. მიუხედავად ამისა, ტელეკომპანიამ ვერ მოახერხა მოსახლეობის სრულად ინფორმირება. საპრეზიდენტო არჩევნები იმდენად არაპროფესიონალურად გაშუქდა, რომ მოსახლეობას მაჟორიტარი დეპუტატების ხელახალი არჩევნები ეგონა.

საარჩევნო კამპანიებში რეგიონულ ტელეკომპანიებს აქტიურად ეხმარებიან

დონორი ორგანიზაციები. 2003 წელს ფონდ „ღია საზოგადოება საქართველოს“ დაფინანსებით ექვსი თვის მანძილზე „მეგა ტვ“-ს (ხონი) პირდაპირ ეთერში გადიოდა წინაასარჩევნო დებატები, რომელსაც ზემოთ ხსენებული ტოქშოუ „ფორუმის“ წამყვანი უძღვებოდა.

მეორე მიმართულება, რომლის განვითარებაც რეგიონულ ტელემაუწყებლობაში უცხოეთის დონორი ორგანიზაციების განსაკუთრებულ დაინტერესებას იწვევდა, იყო **საგამოძიებო ჟურნალისტიკა.** ყველა რეგიონში ადგილობრივი მმართველობა ადგილობრივი მედიისა და განსაკუთრებით ტელევიზიის მიმართ ყველაზე მეტად სწორედ მისი ხელისუფლების მაკონტროლებელი ფუნქციის გამო იყო აგრესიულად განწყობილი. ყველა რეგიონში იყო ტაბუდადებული თემები, რომელთა შესახებაც საჯაროდ მსჯელობა მედიას ფაქტობრივად ეკრძალებოდა. ეს ძირითადად ეხებოდა იმ უკანონო შემოსავლებს, რომლებსაც ადგილობრივი მმართველი კლანები სხვადასხვა გზით იღებდნენ და ზემდგომ ინსტანციებსაც უნაწილებდნენ (უკანონო პრივატიზაცია, ხე-ტყისა და სხვა ბუნებრივი რესურსების უკანონო ექსპორტი, ადგილობრივ ბიზნესსტრუქტურებში მეწილეობა, სახელმწიფო სახსრების არამიზნობრივი ხარჯვა და ა.შ.). ნებისმიერ ჟურნალისტურ გამოძიებას ფაქტობრივად ანგარიშსწორება მოსდევდა ხელისუფლების მხრიდან და ამიტომ იგი რეალურად ვერ დამკვიდრდა რეგიონულ ტელემაუწყებლობაში. შეიძლება მხოლოდ რამდენიმე მაგალითის მოყვანა:

1995-1998 წლებში ზესტაფონის „არგო“ არასტაბილურად, მაგრამ მაინც ამზადებდა კრიტიკულ გადაცემებს „ჟურნალისტური გამოძიების“ სახელწოდებით. რაიონის მოსახლეობის განსაკუთრებული ინტერესი გამოიწვია რამდენიმე მათგანმა, კერძოდ, შორაპნის ელექტროელემენტების ქარხნის პრივატიზების დროს დაშვებული უკანონობის შესახებ მომზადებულმა გადაცემამ. ამ ქარხანაში მომუშავე ადამიანების თხოვნით გადაცემა განმეორებით გავიდა ეთერში. მეორე მაღალრეიტინგული გადაცემა შეეხებოდა ხანგრძლივი ვადით იჯარით გაცემულ მიწებს, რაც დიდი კანონდარღვევებით განხორციელდა. ასევე დიდი გამოხმაურება ჰქონდა ზესტაფონის ფეროშენადნობთა ქარხნიდან წიდის გატანასა და თბილისში არალეგალურად არსებული წიდის გადამამუშავებელი ქარხნის აღმოჩენისადმი მიძღვნილ გადაცემას, რასაც პასუხად „არგოს“ კუთვნილი სატელევიზიო ანძის ხელყოფა მოჰყვა.

„ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ „ლაგოდეხი ტვ“-მ ჟურნალისტური გამოძიების ფორმით მოამზადა ორი გადაცემა: ერთი ლაგოდეხში „გაეროს“

ჰუმანიტარული პროგრამით შემოტანილი პურის ფქვილის დატაცებაზე, ხოლო მეორე – რაიონში თაღლითური გზით აკრეფილი 700 ათასი დოლარის შესახებ.

ტელეკომპანია „თანამგზავრმა“ (თელავი) 2010 წელს „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდიდან“ მიღებული მცირე გრანტის ფარგლებში (5000 დოლარი) დაიწყო საგამოძიებო გადაცემების მომზადება, რასაც მძაფრი რეაქციები მოჰყვა. შინაგან საქმეთა სამინისტროს ადგილობრივი წარმომადგენლები აშკარა ზეწოლას ანხორციელებდნენ (ცხადია, ხელისუფლების დაკვეთით) ტელეკომპანიის ხელმძღვანელებზე და ფიზიკური ანგარიშსწორებით ემუქრებოდნენ.

განსხვავებული გზა აირჩია ტელეკომპანია „გურჯაანმა“, რომელიც საგამოძიებო სიუჟეტებს დოკუმენტური ფილმების სახით ამზადებს (თვეში ერთს ან ორს).

საერთოდ, დოკუმენტური ფილმების წარმოება მასობრივად არაა დამახასიათებელი რეგიონული ტელემაუწყებლობისათვის (პირველ რიგში, ალბათ, ფინანსების სიმცირის გამო), მაგრამ რამდენიმე ტელეკომპანია ამ სფეროშიც ცდილობს ძალების მოსინჯვას. საკმარისია გავიხსენოთ, რომ ქუთაისის ტელეკომპანია „რიონი“, თავიდან, 1986 წელს, ჩამოყალიბდა დოკუმენტური ფილმების სტუდია „მემატიანის“ სახაით (სავარაუდოა, უფრო იოლად დარეგისტრირების მიზნით) და მხოლოდ შემდეგ გარდაიქმნა საკაბელო კომერციულ ტელევიზიად. „ვარდების რევოლუციამდე“ „ტელეარხი-25“ ამზადებდა დოკუმენტური ფილმების სერიას „საქართველოს ისტორის ქრონიკები“. ტელეკომპანია „დუშეთი“, რომელიც გადაცემების სიმრავლითა და ხარისხით არ გამოირჩევა, ამ მხრივ ყველაზე წარმატებული აღმოჩნდა – მისმა დოკუმენტურმა ფილმა „სიზმრებს ვხედავ რუსულად“ (რუსულ ენაზე), 2003 წელს იალტის სატელევიზიო ფილმების საერთაშორისო ფესტივალზე გრანპრი მოიპოვა. ტელეკომპანია „დუშეთს“ სხვა დოკუმენტური ფილმებიც აქვს გადაღებული – „გადაშენება“, „ქალი და ეკონომიკა“ და სხვ. დღეს ამ მიმართულებით სხვებზე ნაყოფიერად გამოიყურება ტელეკომპანია „მეცხრე ტალღა“ (ფოთი), რომელსაც დოკუმენტურ ფილმებს ფოთის ნავსადგური, ადგილობრივი ხელისუფლება და სხვა დაინტერესებული ორგანიზაციები უკვეთავენ.

ტელეკომპანია „თრიალეთის“ მასალებზე ლელა არაბულისა და საბა ამირეჯიბის თანაავტორობით გადაღებულ იქნა დოკუმენტური ფილმი „ქართლის

ჭირსა ვერვინ მოსთვლის“ (რეჟისორი იოსებ ნემსაძე). იგი ეხება რუსეთ-საქართველოს ომს, რუსული ჯარის შემოსვლას და ომის პირველი დღის ქრონიკას. ტრაგედიის შესახებ მაყურებელს თვითმხილველები უყვებიან.

მეორე დოკუმენტურ ფილმში – „ვიდრე დავბრუნდებოდეთ“ საუბარია დევნილთა შესახებ, რომელთაც კანონითა და საბანკო ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ფორსმაჟორული სიტუაციის მიუხედავად, ბანკები, გაცემულ სესხებზე ჯარიმას ურიცხავენ.

ეს ფილმი მომზადებულია გერმანიის ტექნიკური თანამშრომლობის საზოგადოების ფინანსური მხარდაჭერით, გადაღებულია კომპანია „პიარ პოლისის“ კრეატიული სტუდიის მიერ და გავიდა ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ეთერით, რასაც დიდი გამოხმაურება მოჰყვა. მაყურებლის თხოვნით ფილმი ხელმეორედ იქნა გადაცემული.

რაც შეეხება დოკუმენტური ფილმების წილს რეგიონულ ტელეპროგრამებში, იგი, რა თქმა უნდა, მეტისმეტად მცირეა მხატვრულ ფილმებსა და სერიალებთან შედარებით. თუმცა აქაც არის ზოგიერთი გამონაკლისი – მაგალითად, „მარნეული ტვ“-ს ეთერში „გოუჯგუფის“ მხარდაჭერით ყოველ ორშაბათს გადაიცემა საქართველოში გადაღებული მცირეფორმატიანი დოკუმენტური ფილმები.

უცხოეთის დონორი ორგანიზაციების დაინტერესებას ასევე იწვევს დამოუკიდებელ რეგიონულ ტელეარხებზე **უმცირესობის თემის** წარმოჩენა და იგი სხვებზე ხშირად ფინანსდება გრანტებით. საქართველო მარვალეროვნული და მრავალკონფესიური ქვეყანაა და ამ თემის ფარგლებში უპირველესად ეს ორი მიმართულება მოიაზრება. ადგილობრივი დამოუკიდებელი მედია და რეგიონული ტელევიზიები თავიანთი დაბალანსებული სამაუწყებლო პოლიტიკით აღნიშნული საკითხის ირგვლივ ცენტრალურ არხებთან შედარებით გაცილებით რეინტიგულ გადაცემებს ამზადებენ.

საქართველოში ეთნიკური უმცირესობები ძირითადად ორ რეგიონში – ქვემო ქართლსა და სამცხე-ჯავახეთშია წარმოდგენილი, სადაც კომპაქტურად არის დასახლებული აზერბაიჯანული და სომხური თემები. თუმცა საქართველოს სხვადასხვა მხარეშიც ცხოვრობს იგივე აზერბაიჯანული და სომხური, ასევე, ოსური, ბერძნული, აფხაზური, ჩეჩნური (ქისტური) მოსახლეობა. როგორც გამოკვლევები გვიჩვენებს, რეგიონული მედიის მიმართ სხვადასხვა სახის მოთხოვნაა – „მაგალითად, სამცხე-ჯავახეთისა და ქვემო ქართლის

რეგიონებში ადგილობრივი მედიის დიდი ნაწილი ადგილობრივი მოსახლეობისათვის გასაგებ ენაზე გამოიცემა ან მაუწყებლობს. ამიტომ აქ ჩნდება მოთხოვნები ინფორმაციის დაბალანსებულობაზე, მაღალი ხარისხის რეპორტაჟებზე და ა.შ. სხვა რეგიონებში მცხოვრებ ეთნიკურ უმცირესობებს მშობლიურ ენაზე წერისა და მაუწყებლობის პრობლემა აწუხებთ. რაც შეეხება რელიგიურ უმცირესობებს, განსაკუთრებით მათ, რომლებსაც ეგრეთწოდებული ტრადიციულ რელიგიების სტატუსი არ გააჩნიათ, მათი ინტერესები და პრობლემები რეგიონულ მედიაში არ აისახება. ამა თუ იმ კონფესიის მოხსენიება გაზეთების გვერდებზე ან სატელევიზიო თუ რადიო-სიუჟეტებში, ჩვეულებრივ, ნეგატიურ კონტექსტში ხდება და აშკარა ექსტრემისტული ელფერი დაჰკრავს. შეიძლება ითქვას, რომ ამ მხრივ რეგიონული მედიისთვის ტონის მიმცემი საქართველოს ცენტრალური მედიაორგანიზაციებია. აღნიშნული, რა თქმა უნდა, არ ნიშნავს, რომ მსგავსი მიდგომა რეგიონული მედიის ყოველ წარმომადგენელს ახასიათებს. ზოგიერთი ბეჭდვითი და ელექტრონული მედიაორგანიზაცია თანმიმდევრულად იცავს პოლიტიკურ კორექტულობასა და ჟურნალისტური ეთიკის ნორმებს, მათ შორის – უმცირესობის მიმართაც“ (საქართველოს რეგიონული... 2005:12).

ეთნიკური უმცირესობების ინტერესების გათვალისწინებას, რომ დიდი სიფრთხილე სჭირდება, ამის თვალსაჩინო მაგალითია შემთხვევა ტელეკომპანია „მეცხრე არხზე“ (ახალციხე). აქ ერთხანს მზადდებოდა ისტორიული ხასიათის გადაცემა „ქართველო, ხელი ხმალს იკარ!“, რომელმაც ადგილობრივი სომხური მოსახლეობის (იგი რაიონის მოსახლეობის 40 პროცენტს შეადგენს) გაღიზიანება გამოიწვია, რადგან მუქარად აღიქვა და კომპანიის ხელმძღვანელობა იძულებული გახდა გადაცემა ეთერიდან მოეხსნა.

თუმცა ეს სულაც არ ნიშნავს, რომ „მეცხრე არხი“ აგრესიულად იყო განწყობილი რეგიონის არაქართული მოსახლეობის მიმართ. იგი, როგორც „სამცხე-ჯავახეთის მედიის განვითარების ასოციაციის“ წევრი, მონაწილეობდა გადაცემა „პარალელის“ მომზადებაში, რომელიც 20-25 წუთის მოცულობით კვირაში ორჯერ გადაიცემოდა ასოციაციაში გაერთიანებული ტელეკომპანიების მიერ „მეცხრე არხისა“ და „ბორჯომი ტვ“-ის ეთერში ქართულად, ხოლო ახალქალაქის „ატვ-12“-სა და „ნინოწმინდის „ფარვანას“ ეთერში – სომხურ ენაზე (ამ ასოციაციის შექმნის ორგანიზატორი „ბორჯომი ტვ“ იყო). ეს ქართულ-სომხური გადაცემა ანალიტიკურ ხასიათს ატარებდა იყო და 2003 წელს

„აირექსის“ გრანტითაც კი ფინანსდებოდა. მას ჰყავდა ლენინაკანიდან ჩამოყვანილი სომეხი ეროვნების წამყვანი, რომელიც კარგად ფლობდა ქართულ ენას. ასევე, 2006 წლიდან „მეცხრე არხის“ პირდაპირი ტოქშოუ „თემა“ მოგვიანებით სომხურად ითარგმნებოდა და ისე გადაიცემოდა ეთერში. აგრეთვე სომხური თარგმანით გადიოდა „რუსთავი-2“-ის საინფორმაციო პროგრამა „კურიერი“. როგორც ადრე აღვნიშნეთ, „მეცხრე არხი“ კერძო მფლობელობაში არსებულ შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება „იმპერიას“ ეკუთვნის, რომელიც ახალციხესთან ერთად მაუწყებლობის ლიცენზიას ნინოწმინდასა და ახალქალაქზეც ფლობს და შესაბამისად იქ მოქმედ კომპანიებზე საეთერო დროის დათმობით ანაწილებს. ამ ქველიცენზიანტებთან ერთად „მეცხრე არხი“ ამჟამად ამზადებს ორ ტოქშოუს – „დიალოგსა“ და „თავისუფალ მიკროფონს“. ტელეკომპანია გარკვეულ ყურადღებას უთმობს აგრეთვე რელიგიურ ჯგუფებსაც – ძირითადად მართლმადიდებლურ, კათოლიკურ და გრიგორიანულ კონფესიებს.

თავის მხრივ სომხურენოვანი ტელეარხებიც ცდილობენ რეგიონში ქართულ-სომხური ინტეგრაციის ხელშეწყობას. გარდა იმისა, რომ მათ ეთერში გადაიცემა ქართულ ტელეარხებთან ერთობლივად მომზადებული პროგრამები, ახალქალაქის ტელეკომპანია „ატვ-12“, „რუსთავი-2“-სა და „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ სომხურ ენაზე თარგმნილ საინფორმაციო გამოშვებათა რეტრანსლაციასაც ეწევა (თარგმნა სინქრონულად ხდება მაუწყებლობის პროცესში). „ატვ-12“-ის არხით ასევე რეტრანსლირდება თბილისური არხის – რუსულენოვანი „რეგიონ ტვ“-ის პროგრამაც.

ეთნიკური და რელიგიური ფაქტორები ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხია, რომელიც სამცხე-ჯავახეთის მსგავსად გავლენას ახდენს ქვემო ქართლში რეგიონული ტელემაუწყებლობის ფუნქციონირებაზე. ეთნიკურ-რელიგიური თვალსაზრისით, რეგიონი საკმაოდ ჭრელია. იგი ძირითადად მუსლიმი აზერბაიჯანელებით, მართლმადიდებელი და მუსლიმი ქართველებით, გრიგორიანელი სომხებითა და მართლმადიდებელი ბერძნებითაა დასახლებული. მიუხედავად ამისა, ქვემო ქართლის რეგიონი საქართველოს ეთნიკურ ანკლავთა შორის ერთადერთ მეტ-ნაკლებად სტაბილურ მხარედ რჩებოდა და რაიმე სერიოზულ დაპირისპირებამდე საქმე არ მისულა. რეგიონის დემოგრაფიული სურათი გარკვეულწილად განსაზღვრავს მედიასაშუალებების ენობრივ მხარეს. სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი ბეჭდვითი ორგანოები ქართულ-აზერბაიჯანულ ან ქართულ-რუსულ ენებზე გამოდის (მარნეული, წალკა).

მარნეულში არსებული დამოუკიდებელი მედიაორგანიზაციების ენა აზერბაიჯანულია. გამონაკლისს, ამ თვალსაზრისით, დმანისი და ბოლნისი წარმოადგენს, სადაც აზერბაიჯანული მოსახლეობის საკმაოდ დიდი წილის მიუხედავად, ადგილობრივი, ნახევრად სახელმწიფო თუ მთლიანად სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი გაზეთები მხოლოდ ქართულ ენაზე გამოიცემა.

რაც შეეხება რეგიონულ ტელემაუწყებლობას, მიუხედავად იმისა, რომ ქვემო ქართლის რეგიონში მოსახლეობის დიდი ნაწილი აზერბაიჯანულენოვანია, „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“ (რომელიც ლიცენზიებს ფლობს რუსთავზე, ბოლნისსა და მარნეულზე) აზერბაიჯანულ ენაზე არ მაუწყებლობს. ეს ნაწილობრივ იმით აიხსნება, რომ ტელეკომპანია ვერ ფარავს მარნეულის, გარდაბნის, დმანისის, წალკისა თუ ბოლნისის რაიონების ტერიტორიებს, სადაც კომპაქტურადაა განთავსებული აზერბაიჯანულენოვანი მოსახლეობა. ამიტომ აშშ-ის საელჩოს მცირე გრანტების პროგრამის ფარგლებში კომპანია აზერბაიჯანულ ენაზე ამზადებს და მარნეულის ტელევიზიის ეთერით ავრცელებს ადგილობრივ ახალ ამბებს. გარდა ამისა, „მარნეული ტვ“, რომელიც ქართულ ენაზე მაუწყებლობს, თვითონაც ეწევა ახალი ამბების აზერბაიჯანულ ენაზე თარგმნასა და სუბტიტირებას. ამასთან, იგი აზერბაიჯანული მოსახლეობისათვის ამზადებს ქართული ენის ტელეგაკვეთილებს – „ჩვენ ვსწავლობთ სახელმწიფო ენას“, რომელიც შაბათ-კვირას გადაიცემა 19 საათზე და მეორდება ორშაბათს 10 საათზე.

აზერბაიჯანული აუდიტორიის ინტერესებს ითვალისწინებს ქალაქ ბოლნისში მაუწყებელი ტელეკომპანია „ბოლნელი“ („მეთორმეტე არხი“). ფონდ „ღია საზოგადოება საქართველოს“ მხარდაჭერით იგი ეწევა ადგილობრივი ახალი ამბების აზერბაიჯანულ ენაზე ადაპტირებას – კვირადღეობით 19 საათზე ეთერშია „ტელედაიჯესტი“ – ახალი ამბების მიმოხილვა აზერბაიჯანულ ენაზე ნახევარი საათის მოცულობით (მეორდება იმავე დღეს 22 საათზე).

ყოველივე ეს არ არის მხოლოდ ეთიკისა და ადამიანის უფლებების დაცვის საკითხი. ეთნიკურად თუ რელიგიურად განსხვავებული მოსახლეობის ინტეგრაციას ქვეყნის საერთო ნაციონალურ სისტემაში უდიდესი სახელმწიფოებრივი მნიშვნელობა აქვს. ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც თავისი განსხვავებულობის გამო მუდმივად ყურადღების გარეშე რჩება, უკვე თავადაც იწყებს იმ საზოგადოებისგან გაუცხოებას, რომლის წევრიც თვითონ არის. შედეგად კი მოცემულ საზოგადოებაში ღრმავდება დეზინტეგრაციული

პროცესები, რაც ისეთი მრავალეროვანი სახელმწიფოსათვის, როგორიც საქართველოა, შეიძლება დამღუპველი აღმოჩნდეს.

ეთნიკური უმცირესობებისათვის განკუთვნილი სხვა გადაცემებიდან აღსანიშნავია აჭარის ტელევიზის საინფორმაციო პროგრამა „ნოვოსტი“ – ახალი ამბები რუსულ ენაზე, რომელიც შაბათ-კვირის გარდა ყოველდღიურად გადაიცემა ეთერში 19 საათზე 10 წუთის ხანგრძლივობით (ასეთივე სახელწოდების პროგრამა ჰქონდა თავისი საქმიანობის დასაწყისში ტელეკომპანია „რიონსაც“).

უთუოდ მნიშვნელოვანია ის, რომ ტელეკომპანია „თრიალეთი“ ასევე სამუშაო დღეებში – 21 საათსა და 45 წუთზე და 22 საათსა და 30 წუთზე, გადასცემს „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მიერ მომზადებულ 15-წუთიან ოსურენოვან საინფორმაციო გამოშვებას. იგი თვითონ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერში სამშაბათიდან შაბათის ჩათვლით გადაიცემა ადრიან დილით – 6 საათსა და 30 წუთზე და სავარაუდოა, რომ ნაკლები მაყურებელი ჰყავს. ისიც გასათვალისწინებელია, რომ „თრიალეთი“ პირდაპირ შიდა ქართლის ცენტრიდან – ქალაქ გორიდან მაუწყებლობს და ცხინვალის რეგიონსაც ფარავს, გარდა ამისა, თვითონ შიდა ქართლში მრავალი ოსი ეროვნების პიროვნება ცხოვრობს და ბევრი სოფელიც ოსებით კომპაქტურად არის დასახლებული.

„თრიალეთის“ მსგავსად „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მიერ მომზადებულ აფხაზურენოვან საინფორმაციო გამოშვებას ყოველდღიურად გადასცემს ტელეკომპანია „ოდიში“ ეს გამოშვებაც თვითონ „პირველი არხის“ ეთერში ადრე დილით გადის. იგი ქალაქ ზუგდიდიდან მაუწყებლობს და აფხაზეთის დიდ ნაწილს ფარავს. ასე რომ, ორივე რეგიონული ტელეარხი ცდილობს მართალი ინფორმაცია მიაწოდოს რუსეთის მიერ საქართველოს ოკუპირებულ ტერიტორიებზე დარჩენილ მოსახლეობას.

უმცირესობებთან დაკავშირებით სხვა რეგიონულ ტელეარხებთან შედარებით უფრო ფართოა ტელეკომპანია „მეგა ტვ“-ს (ხონი) თემატიკა, მისი ეთერი ღიაა სხვადასხვა საზოგადოებრივი ჯგუფისა და მოქალაქეებისთვის. არაერთხელ მომზადდა გადაცემები ხონის რაიონში მცხოვრები რელიგიური და ეთნიკური უმცირესობების თემაზე. მაგალითად, გადაცემა მიეძღვნა სოფელ ახალშენში კათოლიკური ტაძრის გახსნას; რეგულარულად შუქდება კათოლიკური დღესასწაულები; რამდენიმეჯერ მომზადდა სიუჟეტი ქუთაისსა და სამტრედიაში იეჰოვას მოწმეთა პრობლემებზე; მომზადდა გადაცემა სამტრედიის

რაიონის სოფელ იანეთში მცხოვრები თურქი მესხების შესახებ. ამგვარი გადაცემები იმითაც არის ღირებული, რომ, როგორც სპეციალისტები მიიჩნევენ, „ერთმანეთისგან განსხვავებული ხალხის გაშუქება მხოლოდ თანაბრად წარმოჩენისა და ინტერესთა დაბალანსების გამო არ უნდა ხდებოდეს. მასმედიისათვის იგი წარმატებული ბიზნესის თვალსაზრისითაც არის მნიშვნელოვანი. მხოლოდ ერთი ჯგუფის შეხედულებების წარმოჩენით მასმედიის წარმომადგენელი ზღუდავს პოტენციურ მსმენელსა თუ მკითხველს. ისინი აუდიტორიას გაზრდიან, თუ იმავდროულად სხვა საზოგადოების გაშუქებასაც შეეცდებიან“ (მრავალფეროვნების გაშუქების... 2004:22).

რელიგიური გადაცემები. რელიგიის თემა საკმაოდ ტიპურია რეგიონული ტელემაუწყებლობისათვის. საკმარისია ითქვას, რომ რეგიონულ ტელეკომპანიათა ნახევარზე მეტს აქვს პროგრამაში რელიგიური გადაცემა. შეიძლება ეს იმითაც არის განპირობებული, რომ ათეისტურ საბჭოთა სახელმწიფოში ყოველგვარი რელიგიური პროპაგანდა აკრძალული იყო (განსაკუთრებით მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით), დღეს კი რელიგია აღორძინებას განიცდის და სულ უფრო მეტი ადამიანი ხდება მორწმუნე. თანაც ასეთ გადაცემებს რწმენის გაღვივების გარდა უდიდესი შემეცნებითი მნიშვნელობაც აქვს. ასე, მაგალითად, „თრიალეთის“ ეთერში 2006 წლის თებერვლიდან გადის რელიგიურ-შემეცნებითი გადაცემა „გზა ხსნისა“. გადაცემის მიზანია საზოგადოებისათვის საგანმანათლებლო-შემეცნებითი ინფორმაციის მიწოდება ქართული ეკლესიის ისტორიასა და აწმყოზე; სამთავისისა და გორის ეპარქიის საეკლესიო ცხოვრებაში მიმდინარე მნიშვნელოვანი მოვლენების გაშუქება; ეპარქიაში დაცული სიწმინდეების, ეკლესია-მონასტრების, აქ მოღვაწე სასულიერო პირთა ცხოვრებისა და ღვაწლის აღწერა; აგრეთვე, თანამედროვე ადამიანის სულიერი პრობლემების წარმოჩენა და მათი გადაჭრის გზების ძიება.

ასეთივე ხასიათისაა აჭარის ტელევიზიაში პროგრამა „ფერისცვალება“, რომელიც ბათუმისა და ლაზეთის მიტროპოლიტ დიმიტრის ლოცვა-კურთხევით მზადდება და ეთერშია ყოველ შაბათს 11 საათსა და 30 წუთზე 20 წუთის ხანგრძლივობით. ადრე ამ გადაცემას ჰქონდა საეკლესიო კალენდრის ფუნქცია და მაშინ „თვენი” ერქვა. გადაცემაში საუბარია მართლმადიდებლურ სარწმუნოებაზე, სიმბოლოებსა და წეს-ჩვეულებებზე. გადაცემის პერსონაჟები არიან სასულიერო და საერო პირები: თეოლოგები, ისტორიკოსები, მხატვრები, პედაგოგები და სხვა.

ეთერში გასული თემებიდან შეიძლება დავასახელოთ პირველი ქრისტიანები, ვნების კვირა, აღდგომა, ბრწყინვალე შვიდეული. აღნიშნულ თემებზე ისაუბრეს ბათუმისა და ლაზეთის მეუფე დიმიტრიმ და წმინდა ნიკოლოზის სახელობის ტაძრის წინამძღვარმა მამა პეტრემ. სიუჟეტები ძირითადად მომზადდა ბათუმის ღვთისმშობლის სახელობის საკათედრო, წმინდა ბარბარესა და წმინდა ნიკოლოზის სახელობის ტაძრებში.

„ფერისცვალება“ რელიგიური ტიპის გადაცემაა და მისი ფუნქცია რეგიონში რელიგიის საკითხების წარმოჩენა და ხალხის ცნობიერებაში მათი დამკვიდრებაა. როგორც ცნობილია, აჭარის მოსახლეობის უმეტესი ნაწილი ძველად გამაჰმადიანებული იყო, შემდეგ ათეიზმი ბატონობდა და მათი მართლმადიდებლურ გზაზე მოქცევა არც თუ ისე დიდი ხანია დაიწყო. არის საკმაოდ დიდი რაოდენობა ისეთი ადამიანებისა, რომლებიც ფორმალურად მაჰმადიანები არიან, დაინტერესებული არიან ქრისტიანობით, მაგრამ წინაპრების ხსოვნისა და ტრადიციების გამო ვერ ბედავენ მართლმადიდებლობის მიღებას. ეს გადაცემა რაღაც კუთხით ეხმარება იმ ადამიანებს, რომლებსაც მსგავსი ფსიქოლოგიური და სოციალური ბარიერები ხვდებათ არჩევანის გაკეთებისას. თუნდაც გადაცემა „პირველი ქრისტიანები“ არის მათთვის დახმარების რეალური სურათის ჩვენების მცდელობა.

ამ გადაცემაში იყო საუბარი იმაზე, რომ აჭარა უხსოვარი დროიდან ქრისტიანული რეგიონი იყო, ქრისტიანობა იქ პირველ საუკუნეში ქრისტეს უშუალო მოწაფეებმა სვიმონ კანანელმა და ანდრია პირველწოდებულმა იქადაგეს, აგრეთვე მატათა მოციქულმა, რომელიც გონიოს ციხეშია დაკრძალული, ხოლო აჭარის რეგიონის გამაჰმადიანება ძალდატანებით, პოლიტიკური ვითარების გამო მოხდა სამი საუკუნის წინ. ეს საკითხები გადაცემაში იმგვარად იყო განფენილი რომ აშკარა მოწოდების, ანდა ლოზუნგის ტიპის „შენი წინაპრები ქრისტიანები იყვნენ და შენც უნდა გაქრისტიანდე“ ფორმა არ ჰქონდა მიცემული და შესაბამისად არც მაყურებლის გაღიზიანებას იწვევდა. მით უმეტეს ქრისტიანობა საქართველოში სახელმწიფო რელიგიად არ არის გამოცხადებული და მისი პროპაგანდა ტელევიზიით იურიდიულად გაუმართლებელია.

რამდენიმე გადაცემა ეხებოდა აღდგომის ბრწყინვალე დღესასწაულს მის წინამოსამზადებელ პერიოდსა და ბრწყინვალე შვიდეულს. თემები გადაწყვეტილი იყო შემეცნებით-დოკუმენტურ ჭრილში და მასში რაიმე რეგიონული მაუწყებლის

მახასიათებლების ძებნა უხერხული იქნებოდა, გარდა იმისა, რომ ტერიტორიული არეალით აბსოლუტურად ყველა სიუჟეტი აჭარის ფარგლებში იყო მომზადებული. რეზიუმეს სახით ვიტყვი, რომ ეს გადაცემა, მიუხედავად თავისი სპეციფიკური შინაარსისა, მთლიანობაში აკმაყოფილებს რეგიონული ტელევიზიის სტანდარტებს.

აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ არა მარტო „თრიალეთისა“ და „აჭარის“, არამედ საქართველოს რეგიონული ტელემაუწყებლობის ყველა რელიგიური გადაცემა მხოლოდ და მხოლოდ მართლმადიდებლობას ეხება. ერთადერთი გამონაკლისია ახალქალაქის სომხურენოვანი ტელეკომპანია „ატვ-12“, რომელიც თავისი აუდიტორიის რელიგიიდან გამომდინარე გრიგორიანულ სარწმუნოებას უთმობს ყოველკვირეულ გადაცემას – „ხორან ლუსოს“.

რელიგიური გადაცემების უმრავლესობა ყოველკვირეულია, მხოლოდ ტელეკომპანია „თანამგზავრი“ (თელავი) იძლევა ყოველდღიურად „საეკლესიო კალენდარს“ და კვირაში ორჯერ გადაიცემა „მოძღვართან საუბარი“ („ლაგოდეხი ტვ“), „საუბარი მოძღვართან“ („რიონი“) და „მოძღვრის ქადაგებანი“ („ზარი“). ზოგიერთი გადაცემა მეორდება კიდეც. გადაცემების ქრონომეტრაჟიც განსხვავებულია – 10 წუთიდან 1 საათამდე აღწევს.

სხვა შემეცნებითი გადაცემები რეგიონულ ტელეარხებზე გამოკვეთილად კულტურულ-საგანმანათლებლო ხასიათისაა, მოიცავს ეროვნული ისტორიის, ლიტერატურისა და თეატრის საკითხებს, იურიდიულ და სამედიცინო კონსულტაციებს. განსაკუთრებით დიდია ადგილობრივი ტელეკომპანიების დაინტერესება საკუთარი კუთხის ისტორიით. „მეცხრე არხზე“ (ახალციხე), მაგალითად, ამ მიზნით საინფორმაციო და საბავშვო რედაქციების პარალელურად (რაც ტიპურია რეგიონული ტელეკომპანიებისათვის) ისტორიულ გადაცემათა რედაქციაც კი ჩამოყალიბდა. როგორც ჩანს, ეს გარკვეულწილად ამ რეგიონის (სამცხე-ჯავახეთის) მდიდარმა წარსულმა განაპირობა. იგივე შეიძლება ითქვას ქვემო ქართლის რეგიონის ერთ-ერთ ტელეკომპანიაზე „ბოლნელზე“ (იგი „მე-12 არხით“ მაუწყებლობს), რომელსაც ისტორიული ხასიათის ორი გადაცემა აქვს ეთერში – ყოველკვირეული „ვიცოდეთ ჩვენი ტოპონიმიკა“ და ყოველთვიური „ცოტა რამ წარსულის შესახებ“. საქართველოს წარსულს ეხება ტელეკომპანია „ჯიხას“ (წალენჯიხა) ყოველთვიური გადაცემა „ბედი ქართლისა“, რომელსაც ისტორიკოსი გონერ ჭყონია უძღვება. წარსულისა და თანამედროვეობის განუყოფელ კავშირზე მოუთხრობდა ტელემაყურებელს

ტელეკომპანია „თრიალეთის“ გადაცემები „კვირაძალი“ და „წარსულიდან აწმყომდე“. „კვირაძალი“ ზოგადად შემეცნებით-გასართობი პროგრამა იყო, მაგრამ მასში გარკვეული დრო ეთმობოდა შიდა ქართლის ისტორიულ ძეგლებს (რითაც ასე მდიდარია ეს მხარე), მათ მნიშვნელობას ერის ცხოვრებაში, მათი დაცვა-რესტავრაციის აუცილებლობას და ა.შ.

„წარსულიდან აწმყომდე“ ანალიტიკური ხასიათის, მკვეთრად პოლიტიკური რუბრიკა იყო. თითეული გადაცემა მოგვითხრობდა შიდა ქართლის ცალკეული სოფლის წარსულზე, ისტორიულ ამბებზე (ზოგჯერ დოკუმენტური თუ მხატვრული კადრების გამოყენებით). ისტორიული თუ ეთნოგრაფიული ძეგლების შესახებ საუბრისას გამოიყენებოდა სოფლის უხუცესების მოგონებები და ფრაგმენტები ისტორიული წყაროებიდან. უხუცესები ყვებოდნენ, თუ როგორ წარმოიშვა მათი მშობლიური სოფელი და რატომ დაერქვა მას ეს სახელი, რა სახის გართობა იყო წარსულში რას დღესასწაულობდნენ, როგორ უყვარდათ და რით აწონებდნენ თავს მიჯნურს. გადაცემაში საზოგადოებას აცნობდნენ სოფლის ნიჭიერ ადამიანებს – სპორტსმენებს, სახალხო მთქმელებს, ხელოვანებს, მონადირეებს, სოფლის კოლორიტებს. უჩვენებდნენ მოკლე ჩანახატს თუ, როგორ აცხობენ პურს, როგორ შრომობენ, როგორ ინახავენ ჭირნახულს, როგორი ქეიფი და სადღეგრძელო იციან. რით ერთობიან დღეს სოფელში, რაზე ბჭობენ ბირჟაზე, ძირითადად რა მეურნეობას ეწევიან, რა ადათ-წესები აქვთ. ავტორები მთელი დღე რჩებოდნენ სოფელში და გადაცემისათვის განკუთვნილ 40-45 წუთში ახერხებდნენ წარსულიდან აწმყომდე განვლილ გზას.

ტელევიზიის წარმოშობისთანავე კულტურამ მნიშვნელოვნი ადგილი დაიმკვიდრა ეკრანზე. კულტურის ყველა სფერო მოექცა ტელეობიექტივის არეალში. განსაკუთრებული არეალი დაიკავა ხელოვნებამ და მისმა დარგებმა.

კულტურის და მედიის ურთიერთობა ტელევიზიის წარმოშობამდე გაცილებით ადრე დაიწყო. პირველივე პერიოდული გამოცემები ადგილს უთმობდნენ კულტურულ საკითხებს, მეცნიერების, ხელოვნების, განათლების სფეროთა მიმოხილვას. კულტურის ჟურნალისტიკამ თავისი განვითარების პიკს ტელევიზიაში მიაღწია. ტელევიზიამ ყველა საშუალება შექმნა ფართო აუდიტორიის წინაშე კულტურის სრულუფასოვნად წარმოსაჩენად.

კულტურა და ხელოვნება იქცა ტელემაუწყებლობის უმთავრეს რგოლად. არ არსებობს თანამედროვე ტელემაუწყებლობა, რომელიც არ იყენებდეს კულტურის ჟურნალისტიკას. ტელევიზიების საინფორმაციო საშუალებების ერთ-ერთი

შემადგენელი ბლოკი კულტურის სიახლეებია.

სრულყოფილი, მრავალპროფილიანი ტელეკომპანიების სამაუწყებლო ბადის 50 % კულტურისა და ხელოვნების გადაცემებს ეძღვნება. ესენია: პროგრამები მუსიკაზე, ლიტერატურაზე, თეატრზე, შოუბიზნესზე და ა.შ. ასევე მრავლადაა გადაცემები განათლებაზე, მეცნიერებაზე, კულტურის სხვა განხრებზე, მათ შორის მასკულტურაზე.

კულტურისა და ხელოვნების პროგრამების მომზადებისათვის ცენტრალურ ტელეკომპანიებში არსებობს შესაბამისი რედაქციები: მუსიკალური რედაქცია, დრამატული პროგრამების რედაქცია, ლიტერატურული პროგრამების რედაქცია, კინოპროგრამების რედაქცია და ა.შ. ამ რედაქციებში, დირექციებსა თუ საპროდიუსერო განყოფილებებში მუშაობენ შესაბამისი პროფილის მქონე პროდიუსერები, რედაქტორები, კორესპონდენტები, წამყვანები და ა.შ.

რა თქმა უნდა, რეგიონული ტელეკომპანიებისათვის ასეთი სპეციალიზაცია ხელმიუწვდომელია, მაგრამ ზოგიერთი მთგანი მაინც ახერხებს გარკვეული გადაცემების მომზადებას ლიტერატურასა და ხელოვნებაზე. შეიძლება დავასახელოთ ტელეკომპანია „რიონის“ ყოველთვიური ერთსაათიანი ციკლი „საუბრები ლიტერატურაზე“, ყოველკვირეული რუბრიკა „ავაღორძინოთ ქართული სულიერება“ (90 წუთის ხანგრძლივობით) და შემეცნებით-გასართობი პროგრამა „არტკამერა“, რომელიც კვირის გარდა ყოველდღიურად გადაიცემა 15 საათზე 90 წუთის მოცულობით; ასევე, „იმერვიზიის“ ყოველკვირეული ლიტერატურული გადაცემა „სიტყვაკაზმული“ (30 წუთის მოცულობით), ტელეკომპანია „ატვ-12“-ის ლიტერატურული გადაცემა „ნარეგი“, „მეცხრე ტალღის“ ყოველკვირეული კულტურულ-საგანმანათლებლო გადაცემა „ხელოვანთა თაობა“, ტელეკომპანია „აჭარის“ მხატვრულ-გასართობი პროგრამა „სცენა“.

„სცენა“ ესაა სცენაზე გაცოცხლებული ძველი და ახალი სახეები, კულისებს მიღმა დამალული რეალობა, ისტორია და თანამედროვეობა. ცალკეული გადაცემა შეიძლება იყოს რეჟისორზე, განათებაზე, მაკიაჟზე, მუსიკალურ ინსტრუმენტებზე და ა.შ., მოკლედ ყოველივე იმაზე, რაც თეატრსა და სცენასთანაა დაკავშირებული, მაგრამ არ სჩანს სცენაზე. „სცენა“ აჭარის ტელევიზიის ეთერით 2005 წლიდან გადაიცემა. გადის ყოველ ოთხშაბათს 22 საათზე. გარდა კონკრეტულად თეატრალური თემებისა, აქ დრო ეთმობა მუსიკას, ფოლკლორს. ავტორი ამბობს, რომ სცენის მიღმაც საინტერესო ცხოვრებაა და

ეს ცხოვრება ძალიან ხშირად ჰგავს იმას, რასაც სცენა ეთმობა – კულისებს მიღმა თამაშდება ნამდვილი ცხოვრება თავისი დრამატული თუ კომიკურ-ტრაგედიული ეპიზოდებით. საინტერესოა იმის ნახვაც, თუ როგორ მზადდება ის, რასაც ფარდის გახსნის მერე ვხედავთ. ამ გადაცემას შესაძლოა „ფარდის გახსნამდეც“ ერქვას, თუმცა ავტორი უყურადღებოდ არც მაყურებელს ტოვებს, ამიტომ გადაცემა შეიძლება იყოს აპლოდისმენტზე, მაყურებელზე, ბენუარზე, თეატრის ტექნიკურ პერსონალზე, თეატრალურ მექანიზმებზე და ა.შ.

გადაცემა ამართლებს სათაურს, განსხვავებით „ექსკლუზივისა“ და „დილის ტალღისა.“ გადაცემები საინტერესოდ არის აწყობილი, ორიგინალური თემების დანახვა და გაშლა, როგორც მაგალითად, „ვალსისა“ და „ლაზური ცეკვების“ შემთხვევებში, დინამიკური და ვიზუალური თვალსაზრისით სასიამოვნო საცქერია. ლაზურ ცეკვაზე გასულ გადაცემას იმას დავამატებთ, რომ იგი ერთნაირად სასიამოვნო სანახავი იქნებოდა, როგორც ქალაქის, ისე სოფლის მაყურებელთათვის. ეს მეტად მნიშვნელოვანი ნიუანსია, თუ კიდევ ერთხელ გადავავლებთ თვალს თუნდაც „დილის ტალღაში“ გასულ სიუჟეტებს, აღმოვაჩენთ რომ ბევრი მათგანი თავის შინაარსით უფრო ქალაქის მცხოვრებთათვის იყო განკუთვნილი. მაგალითად, სიუჟეტები საოპერო ხელოვნებაზე, ფრანგულ ჯგუფ „ვიალკას“ გასტროლებზე, თანამედროვე არტ-კულტურაზე, ასევე ისეთი სპეციფიკური, ფსიქოლოგიური ხასიათის სიუჟეტი, როგორიც იყო – „ჩანთა და მისი პატრონის ფსიქოტიპი“ და სხვ.

რამდენიმე რეგიონული ტელეკომპანია სპეციალურად ახალგაზრდული აუდიტორიისათვის ამზადებს საგანმანათლებლო-შემეცნებით გადაცემებს. ასეთია, მაგალითად, „გურჯაანი ტკ“-ს „იდეა“, „ჯიხას“ შემეცნებითი ტოქშოუ „პრობლემა, მიზეზი, გადაწყვეტა“, „მარნეული ტვ“-ს გასართობ-შემეცნებითი შოუპროგრამა „ავანგარდი“.

ცალკე უნდა გამოვყოთ საგანმანათლებლო გადაცემები, რომლებსაც კონკრეტული, გამოყენებითი დანიშნულება აქვს და ძირითადად საკონსულტაციო ფუნქცია აკისრია. ასეთი იყო, მაგალითად, ტელეკომპანია „თრიალეთის“ გადაცემა „კონტაქტი“, სადაც პირდაპირი ეთერით იურისტები რჩევა-დარიგებას აძლევდნენ ტელემაყურებლებს სხვადასხვა სამართლებრივ საკითხებთან დაკავშირებით, აგრეთვე ტელეკომპანია „არგოს“ გადაცემა „იურისტი სტუდიაში“ (არაპერიოდულად) „მეცხრე არხის“ „საუბარი იურისტთან“ (ყოველკვირეული), ტელეკომპანია „მეცხრე ტალღა“ და ფოთის იურიდიული დახმარების

სამსახურის ერთობლივი პროექტი „ჩვენი უფლებები“ (გადაიცემოდა თვის ყოველ მეორე ოთხშაბათს 30 წუთის მოცულბით და მეორდებოდა ხუთშაბათს).

კონსულტაციის ხასიათისაა ასევე გადაცემები სამედიცინო თემაზე, რომლებიც პროგრამაში აქვს რამდენიმე რეგიონულ ტელეკომპანიას. ესაა ტელეკომპანია „გურჯაანი ტვ“-ს პროგრამა „ჯანმრთელობა“ (ქრონომეტრაჟი 60 წუთი), „ტელეარხ-25“-ის გადაცემა „კარაბადინი“, „ლაგოდეხ ტვ“-ს „ექიმი გვირჩევს“ (30 წუთი) და ტელეკომპანია „ატვ-12“-ს „ჩვენი ჯანმრთელობა“ (10 წუთი), რომლებიც ყოველკვირეულად გადაიცემა. სამედიცინო ინფორმაცია სამართლებრივ საკითხებთან ერთად ყოველთვის იწვევს მოსახლეობის განსაკუთრებულ ინტერესს. ჩვენს დროში, როცა ქვეყანა ძირითადად ფასიან სამედიცინო მომსახურებაზე გადავიდა და მოსახლეობის უდიდესი ნაწილისათვის არათუ მკურნალობა, არამედ ექიმის უბრალო დარიგებაც კი ხელმიუწვდომელი გახდა, ტელევიზიით გადმოცემული სამედიცინო კონსულტაციები და რჩევები ალბათ ბევრისთვის იქნება საჭირო და საინტერესო.

დილის პროგრამები. სპეციალისტები გარკვეულწილად კულტურულ-საგანმანათლებლო მაუწყებლობას უკავშირებენ აგრეთვე დილის სატელევიზიო გადაცემებს – საინფორმაციო-შემეცნებით თუ შემეცნებით-გასართობ პროგრამებს – რომლებიც თავის თავში აერთიანებენ ინფორმირების, განათლებისა და გართობის ფუნქციებს. მათი დამკვიდრება საქართველოს ცენტრალურ ტელეარხზე 90-იან წლებში დაიწყო და მოგვიანებით ზოგიერთი რეგიონული ტელეკომპანიის სამაუწყებლო ბადეშიც პოვა ადგილი.

დილის პროგრამა, უმთავრესად იმით განსხვავდება დილის და საღამოს სხვა გადაცემებისაგან, რომ მას მოსახლეობა რეგულარულად უყურებს. ანუ, თუ დღისა და საღამოს მანძილზე, არხის მრავალფეროვანი პროგრამებიდან იგი ირჩევს მისთვის სასურველს და ემზადება კონკრეტულად მის სანახავად, დილით, გაღვიძებისთანავე, ამა თუ იმ არხის ერთგული მაყურებელი ამ არხის მიერ შემოთავაზებულ ერთ, ყოველდღიურ პროგრამას უყურებს. ამდენად, მაყურებლის შენარჩუნებაში დილის პროგრამას განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს.

დილის პროგრამის თავისებურებას ისიც წარმოადგენს, რომ იგი ფუნქციურად მრავალფეროვანია: მას გააჩნია როგორც პრაქტიკული, უტილიტარული დატვირთვა, ასევე შემეცნებით-გასართობი. საზოგადოდ, რამდენადაც დილით ოჯახის თითქმის ყველა წევრი უყურებს ტელევიზორს, დილის

პროგრამამ განსხვავებული თაობისა და ინტერესის მაყურებლის მოთხოვნები აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს და შექმნას შესაბამისი ფორმატი თუ სტრუქტურა.

სამაუწყებლო დროის ხანგრძლივობისა და მაყურებლის სიჭრელის გამო დილის პროგრამა თემატურად და ჟანრობრივად მრავალფეროვანი უნდა იყოს. ამ მრავალფეროვნების დადგენა კი მხოლოდ მაყურებლის ინტერესების გათვალისწინებით არის შესაძლებელი. აქედან გამომდინარე, დილის ეთერის ბადეც შესაბამისად უნდა შედგეს.

დილის პროგრამას ჟანრობრივი და თემატური განსხვავების მიუხედავად, უნდა ჰქონდეს ერთი მთავარი ღერძი, რომელიც განსაზღვრავს მის ფორმატს, სტრუქტურას და ხასიათს. დილის პროგრამამ, უპირველეს ყოვლისა, მაყურებელი უნდა გააღვიძოს, გამოაფხიზლოს. ამასთან, აუცილებელია მას ოპტიმისტური და ხალისიანი განწყობა შეუქმნას და დაეხმაროს ახალი დღის ენერგიულ დაწყებაში. ხელი შეუწყოს საზოგადოებაში კუთვნილი ადგილის დამკვიდრებაში და მისცეს იმედი, რომ ყველაფერი კარგად იქნება – ცხოვრების პოზიტიური მაგალითების ჩვენებით უნდა შეძლოს მაყურებლის საკუთარ ძალებში დარწმუნება.

რეგიონულ ტელეარხებზე არსებული დილის პროგრამებიდან ამ მოთხოვნებს მეტ-ნაკლებად აკმაყოფილებს აჭარის ტელევიზიის გადაცემა „დილის ტალღა“, რომელიც 2007 წლიდან გადის ეთერში (მანამდე აჭარის ტელევიზიას დილის გადაცემა არ ჰქონია).

„დილის ტალღა“ ყოველ შაბათ-კვირას დილის 10 საათზე გადაიცემა და 2 საათის განმავლობაში ცდილობს მაყურებელი სასიამოვნო განწყობაზე დააყენოს. გადაცემაში რეგიონის სიახლეებთან ერთად ნახავთ რეპორტაჟებს საინტერესო მოვლენებზე, შეხვდებით ცნობილ ადამიანებს, მიიღებთ სასარგებლო რჩევებს.

„დილის ტალღის“ მუსიკალურ სალონში შეხვდებით ქართული ესტრადის ცნობილ სახეებსა და წარმატებულ დამწყებ მომღერლებს. ყოველ შაბათ-კვირას „დილის ტალღის“ სამზარეულოში წამყვანი სტუმართან ერთად გასწავლით კერძის მომზადებას. კვირის ამინდის პროგნოზს „დილის ტალღის“ სინოპტიკოსი გაგაცნობთ. ტელევიქტორინის წამყვანი „დილის ტალღის“ ინტელექტუალურ მაყურებელს გადაცემაში სამ გათამაშებას სთავაზობს. გამარჯვებულებს პრიზები გადაეცემათ. არის საინფორმაციო ბლოკიც უახლეს ამბებზე.

შეიძლება ითქვას რომ თავისი შინაარსითა და აგებულების სპეციფიკით ეს გადაცემა ყველაზე მეტად ჯდება ზოგადად რეგიონული მაუწყებლის სტრუქტურაში. იგი აბსოლუტურად აპოლიტიკურია და გათვლილია აჭარის რეგიონზე. სიუჟეტებიც და გადაცემის სტუმრებიც აჭარასთანაა დაკავშირებული. მოვლენების ეპიცენტრი მაინც ბათუმია. მაღალმთიან სოფლებს და სხვა ქალაქებს შედარებით ნაკლები ყურადღება ეთმობა.

„დილის ტალღის“ შაბათ-კვირას გადაცემა ცოტა მოულოდნელი გადაწყვეტილებაა, რამდენადაც ასეთი ტიპის გადაცემები ჩვეულებრივად სამუშაო დღეებისთვის მზადდება. თუმცა გადაცემის ავტორმა შეარჩია შესაფერისი დრო და თემატიკა უიკენდისთვის. კვირაში ორი დღე ეს არის მაქსიმუმი რეგიონული ტელევიზიისთვის რომ არ შემოაკლდეს თემები და სტუმრები. ძირითადი ორიენტირი არის კულტურული სიახლეები და პრიორიტეტი ტურისტული სექტორის რეკლამირება. გადაცემა ეთერში ოთხი წლის წინ გავიდა სწორედ ტურისტული სეზონის დაწყებამდე – ივნისის პირველ შაბათ-კვირას. ფორმატი გააზრებულია „რუსთავი-2“-ის პროგრამის „დილა მშვიდობისა, საქართველოს“ მიხედვით. მუსიკალური სალონი, ვიქტორინა, სადაც თამაშდება პრიზები. სამზარეულო, სადაც ცნობილი ადამიანები წამყვანთან ერთად ამზადებენ კერძებს. ამინდის პროგნოზი და კალენდარი გაერთიანებულია და მოსალოდნელ ამინდთან ერთად წამყვანი გვაცნობს კალენდრის მიხედვით შესაბამის ინფორმაციებს. წამყვანები ახალგაზრდები არიან და მათი ტექსტები ლაღი და იუმორისტულია. ფორმატი ითვალისწინებს გადაცემის მსვლელობისას მინიმუმ ორი თემის გაშლას სტუმართან ერთად. თემას წინ უძღვის შესაბამისი სიუჟეტი.

გადაცემამ გაამართლა. იგი საუკეთესო დროს იქნა ჩასმული ეთერში (შაბათ-კვირის 10-დან 12-მდე.) მაშინ, როცა ქართულ ტელესივრცეში მხოლოდ მექანიკური მასალა, ძირითადად მულტფილმები ტრიალებს ეთერში. ასე რომ, ეს გადაცემა გახდა ალტერნატივა აუდიტორიის იმ სეგმენტისათვის ვისაც საბავშვო გადაცემები არ აინტერესებს. გარდა ამისა, ორჯერ დილის გადაცემის მსვლელობისას პროგრამაში ერთვება საინფორმაციო გამოშვება.

პირველი, რაც ადვილად შესამჩნევია, სპორტული თემების სიმრავლეა – მკლავჭიდი, კრივი, ლელო, დილის ვარჯიში. ეს რომ იყოს სპეციალური ბლოკი, რომელიც სპორტულ თემებს შეეხება გასაგები იქნება, მაგრამ ამ კონკრეტულ შემთხვევაში დილის გადაცემისთვის თემების დეფიციტზე მიუთითებს. თუმცა შესაძლოა იმ დანაკლისის შევსებას ცდილობს, რომელიც მას სპორტული

გადაცემების არარსებობის გამო აქვს. ერთი რამ ცხადია, ზაფხულის გარდა კულტურული ცხოვრება აჭარაში ჩამკვდარია. ალბათ ამიტომაცაა გადაცემაში გასული სიუჟეტების თემები ხშირად უმნიშვნელო. არ ხორციელდება პროგრამის კონკრეტული წინასწარი დაგეგმვა, – თუ რა თემებზე იქნება სიუჟეტები, რას მიენიჭება პრიორიტეტი და მაინცდამაინც არც თემატური მრავალფეროვნების პრინციპი არის დაცული. აქვთ ერთადერთი მუდმივი რუბრიკა „პორტრეტები საინტერესო ადამიანებზე“, რომელიც ჩვენი დაკვირვების პერიოდში ხეზე მომუშავე დიზაინერსა და ქიმიიის მასწავლებელს შეეხებოდა. თუ დიზაინერის პორტრეტი საინტერესო იყო იმით, რომ აჩვენეს მისი მუშაობის პროცესი და თვითონ ნამუშევრები, აი ქიმიის მასწავლებელი როგორ ატარებს სკოლაში გაკვეთილს და როგორ ურევს ტუტეს მჟავასთან არანაირ ინტერესს არ იწვევდა. უფრო საინტერესოდაც შეიძლებოდა ამ ყველაფრის გაკეთება. თვალში საცემი იყო პათეტიზმი, რომ პროფესია ამ ადამიანებისათვის ყველაფერია, მეორე რელიგიაა და მისთანები. ისეთი თემების დილის გასართობ პროგრამაში გაშვება, როგორებიცაა: ბავშვთა აღზრდის მეთოდები, დისტრიბუცია, და საკონტროლო წერა ცოტა დამაბნეველია. ბავშვთა აღზრდის მეთოდები ისეთი სერიოზული საკითხია, რომლის დილის პროგრამაში განხილვა თანაც 3-4-წუთიანი სიუჟეტით გაუმართლებელია. ჯანსაღი თაობის აღზრდის საქმეში თავისი როლი ტელევიზიასაც აქვს. ამისთვის რაც შეიძლება მეტი საბავშვო, შემეცნებითი და ინტელექტუალური თუ სპორტული გადაცემა უნდა გადიოდეს ეთერში. აჭარის ტელევიზიაში სამწუხაროდ არც ერთი არ არის.

უცილებელია უფრო მეტი აქტივობა აჭარის მაღალმთიანი სოფლების ცხოვრების, მათი პრობლემებისა და საჭირბოროტო საკითხების წარმოჩენისთვის. შესაძლოა ისეთ მაღალმთიან სოფლებში როგორიცაა ხულო, ქედა, ლეღვა და სხვები კულტურული ღონისძიებების თვალსაზრისით მართლაც არაფერი ხდება, მაგრამ დაინტერესებული ადამიანი, ჩვენს შემთხვევაში ჟურნალისტი, აუცილებლად აღმოაჩენს რაიმე საინტერესოს. რეგიონული მაუწყებლობის პრინციპიდან გამომდინარე, ტელევიზია ვალდებულია უფრო მეტი ყურადღება დაუთმოს და გააშუქოს უბრალო ხალხის ცხოვრება. არ არის რეკომენდებული მდიდარი ხალხის და მათი გლამურული ყოფის ხშირი ჩვენება. ამას გარდა, უნდა მომზადდეს ისეთი სიუჟეტები, რომლებიც პრაქტიკული თვალსაზრისითაც წაადგება რეგიონის მკვიდრთ, განსაკუთრებით სოფლებში მცხოვრებთ. აჭარა მხოლოდ ბათუმი არ არის, აღნიშნული გარემოება და

შესაბამისად რეგიონული მაუწყებლობის პრინციპი ხშირად უგულებელყოფილია ტელევიზიის მიერ.

აჭარის ტელევიზიისგან განსხვავებით, კვირის გარდა, ყოველდღიურად დილის 9 საათზე გადაიცემა ტელეკომპანია „რიონის“ (ქუთაისი) „იმერული დილა“ (ორი საათით) და 10 საათსა და ოცდაათ წუთზე ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანიის „დილის კოქტეილი“ საათნახევრის მოცულობით. ყოველდღიურად 9 საათზე ტელეკომპანია „მეცხრე არხის“ (ახალციხე) ეთერშია ერთსაათიანი „დილა მშვიდობისა“, ხოლო ტელეკომპანია „მეცხრე ტალღის“ (ფოთი) ეთერში საათნახევრიანი შემეცნებით-გასართობი პროგრამა.

საბავშვო გადაცემები. რეგიონული ტელეკომპანიების ორგანიზაციული სტრუქტურების უმრავლესობა მოიცავს საბავშვო რედაქციას, რამდენიმე კომპანიასთან ცალკე საბავშვო თუ საყმაწვილო სტუდიაც არის ჩამოყალიბებული („თრიალეთი“, „რიონი“, „გურჯაანი ტვ“), ხოლო საბავშვო გადაცემები ძირითადად თვითონ ბავშვების მონაწილეობით მასობრივად არის გავრცელებული თითქმის ყველა რეგიონულ ტელეარხზე. როგორც ჩანს, ეს იმითაა განპირობებული, რომ ქართული მენტალიტეტიდან გამომდინარე, მშობლები ყველგან დაინტერესებული არიან თავიანთი ბავშვების ტელეეკრანზე წარმოჩენით და თვითონ აფინანსებენ საბავშვო გადაცემებს. ზოგან ეს ოფიციალურადაც კი არის გაცხადებული. ტელეკომპანია „გურჯაანში“, მაგალითად, საბავშვო სტუდიის მონაწილე ბავშვების მშობლებს შესაბამისი სატელევიზიო გადაცემის „დებიუტი TV“-ის დაფინანსება ევალებათ რეგულარული გადასახადის სახით.

საყმაწვილო სტუდია „თრიალეთის“ პირველი გადაცემა იყო „ხეჭეჭური“, რომელიც უმცროსი ასაკის ბავშვებისათვის იყო განკუთვნილი. მას მთლიანად ბავშვები ამზადებდნენ და ბავშვებისათვის საინტერესო თემებს მოიცავდა. ეთერში დაახლოებით ათი გადაცემა გავიდა, მაგრამ ამის შემდეგ უკვე ვეღარ შეძლო ფუნქციონირება და შეწყდა. მოგვიანებით სტუდიამ მოზრდილ, საყმაწვილო აუდიტორიაზე აიღო გეზი, რომელსაც უფრო სერიოზული ინტერესები და მოთხოვნილებები გააჩნია. ასეთი იყო გადაცემა „სტუმარი“, რომელიც მასპინძლობდა მოზარდებისათვის სასურველ, საინტერესო ადამიანებს. მოწვეული პიროვნება გულახდილად ყვებოდა თავის ბავშვობაზე და პასუხობდა ნებისმიერ შეკითხვას, რომელიც შეხვედრაზე წამოიჭრებოდა. ამჟამად „თრიალეთი“ ამზადებს გადაცემას „ტელეალბომი“, რომელშიც რამდენიმე

რუბრიკაა გაერთიანებული. ერთ-ერთი მათგანია რუბრიკა „ამბები“, სადაც სტუდიის წევრები განიხილავენ მათთვის საინტერესო თემებს, ეცნობიან სკოლების, მუზეუმების, გასართობი ადგილების და ა.შ. შიდა სამზარეულოს, მათ წარსულსა და მომავალს. იგი სრულდება „მხიარული კოლაჟით“ – გადაცემის მიზანია სხვადასხვა ნიჭით დაჯილდოებული ბავშვების გამოვლენა. მას, ვინც ხატვით, სიმღერით, ცეკვით, სწავლითა და სხვა უნარ-ჩვევებით გამოირჩევა, „პორტრეტში“ მონაწილეობის საშუალება ეძლევა. რუბრიკა „ჩვენ“ წარმოგვიდგენს თვითონ „საყმაწვილო სტუდიის“ მონაწილე ბავშვებს, გვიამბობს მათი მიზნებისა და ინტერესების შესახებ.

ზოგადად რეგიონულ საბავშვო ტელემაუწყებლობაში სამი ძირითადი მიმართულება იკვეთება – გადაცემები პატარებისათვის, თვითონ ბავშვების შემოქმედების ჩვენება და გადაცემები საყმაწვილო ასაკის მოზარდებისათვის, ძირითადად შემეცნებით-გასართობი ხასიათისა.

პატარებისათვის განკუთვნილი რუბრიკებია: „მაცაცერა“, „ასფურცელა“ („ბორჯომი ტვ“), „ციმციმელა“ („ოდიში“), „ბაჯბაჯა“ („ზარი“), „თუთარჩელა“ („ეგრისი“), „ცეროდენა“, „კოკროჭინა“ („დია“), „ნანინა“ („კოლხეთი-89“), „ნორჩი შემოქმედები“ („არგო“), „ბავშვების შემოქმედება“ („იმერვიზია“), „ვარსკვლავები“ („მეცხრე არხი“), „დებიუტი-ტვ“ („გურჯაანი ტვ“), „ქიმერა“ („ჯიხა“ – „პირველი არხის“ „შოკოლადის მიკროფორის“ ტიპის გადაცემა) და სხვ.

შემეცნებით-გასართობი გადაცემებიდან აღსანიშნავია ტელეკომპანია „დიას“ (ხაშური) ინტელექტუალური თამაში „შესანიშნავი შვიდეული“, რომელიც უფროსკლასელთა ერუდიციისა და საზრიანობის გამოვლენას ემსახურება. იგი „დიას“ ეგიდით ტელეკომპანიების – „ბორჯომის“, „იმერვიზიისა“ და „არგოს“ ეთერშიც გადაიცემა („არგო“ თავადაც ამზადებს მსგავს ტოქშოუს „ინტელექტუალური მოსწავლის“ სახელწოდებით). 2005 წლიდან „დიას“ ეთერში გადაიცემა კიდევ ერთი ინტელექტუალური შოუ „ოქროს გასაღები“ და საყმაწვილო-შემეცნებითი გადაცემა „ბარიერი“, რომელიც რეგიონში საკმაო პოპულარობით სარგებლობს. შაბათ-კვირას „ტელეარხი-25“-ის ეთერში გადაიცემა საბავშვო პროგრამა „ლიმონათი“, რომელსაც დამოუკიდებელი სტუდია „ჰარმონია“ ამზადებს და სკოლებს შორის გამართულ ინტელექტუალურ შეჯიბრებას წარმოადგენს. ამგვარი თამაში-კონკურსების გარდა შემეცნებითი ხასიათისაა გადაცემები: „მიკროფონი“ („თანამგზავრი“), „კალეიდოსკოპი“ („ოდიში“), „ფერადი ამბები“ („მეცხრე ტალაღა“) და სხვ.

კულტურულ-რეკრეაციული პროგრამები. რეკრეაციულ ფუნქციას წამყვანი ადგილი უჭირავს რეგიონული ტელეკომპანიების საქმიანობაში. ეს გარკვეულწილად იმითაც უნდა იყოს განპირობებული, რომ მათი უდიდესი ნაწილი თავიდან კომერციული საკაბელო არხების სახით ჩამოყალიბდა და ძირითადად აუდიტორის გართობას ემსახურებოდა. ეთერს ავსებდა უპირატესად არალიცენზირებული მხატვრული ფილმები, მუსიკალური კლიპები და სპორტულ შეჯიბრებათა ვიდეოჩანაწერები. ეს ტრადიცია დღემდე გრძელდება, რამდენადაც ინფორმაციული და პოლიტიკური გადაცემების გვერდით რეგიონული ტელეკომპანიების სამაუწყებლო დროის უდიდესი ნაწილი სწორედ ამ მიმართულების პროგრამებს უკავია. შედარებით შემცირებულია მხოლოდ სპორტული მაუწყებლობა (ალბათ, იმიტომ, რომ იგი გაიზარდა ცენტრალურ არხებზე, რომლებსაც ყველაზე საინტერესო საერთაშორისო შეჯიბრებათა რეტრანსლაციაზე მიუწვდებათ ხელი) და იგი მხოლოდ რამდენიმე მათგანს გააჩნია: ქუთაისის „რიონი“ ყოველ ორშაბათს გადასცემს საათნახევრიან სპორტულ პროგრამა „არანას“, პარასკეობით „ქვემო ქართლის ტელერა-დიოკომპანიის“ ეთერშია ერთსაათიანი „სპორტული ქალაქი“, ორ საათს უთმობს ყოველკვირეულად „მსოფლიო ფეხბურთს“. ტელეკომპანია „ბოლნელი“ (XII არხი), 50 წუთი უჭირავს „მეცხრე ტალღაზე“ ყოველკვირეულ სპორტულ პროგრამა „ტაიმ-აუტს“, ვრცელ სპორტულ პროგრამას იძლევა ყოველკვირეულად „ტელეარხი-25“ („ვარდების რევოლუციამდე“ მეტად პოპულარული იყო მისი პროგრამა „გოლი“).

ასე რომ, კულტურულ-რეკრეაციული მაუწყებლობის სივრცე ძირითადად მხატვრულ ფილმებს, ტელესერიალებს, მუსიკალურ კლიპებსა თუ სხვა ვიდეოპროდუქციას აქვს დაკავებული. ამ მხრივ რეგიონული ტელევიზია ემორჩილება იგივე ტენდენციებს, რაც ქვეყნის ცენტრალურ არხებზეა დამკვიდრებული და უცხოური ტელეპროგრამების ექსპანსიითაა განპირობებული. თუკი ფინანსური სიძნელეების გამო ცენტრალურ არხებსაც კი სულ უფრო უჭირთ საკუთარი გადაცემების მომზადება (ძირითადად საინფორმაციო პროგრამებითა და ტოქშოუებით შემოიფარგლებიან) და ეთერს უთმობენ იაფფასიან ანდა სრულიად უფასოდ მოპოვებულ უცხოურ ტელეპროდუქციას, რაღა უნდა ითქვას გაცილებით ღარიბ რეგიონულ ტელეკომპანიებზე, რომლისთვისაც კანონიერი თუ არაკანონიერი გზით მოპოვებული ნებისმიერი ფილმი და კლიპია მისაღები?

რა თქმა უნდა, არავინ უარყოფს უცხოური ტელეპროდუქცის გამოყენებას. სპეციალისტები სრულიად სამართლიანად მიიჩნევენ, რომ „საყოველთაო კეთილდღეობისათვის აუცილებელია ყველა ქვეყანაში სხვა ქვეყნების მედიაპროდუქცია ისე გავრცელდეს, რომ შესაძლებელი გახდეს უცხოური კულტურის გაცნობა და ჰიბრიდიზაციის შედეგად საკუთარი კულტურის გაძლიერება“ (ბერტრანი 2004:107) სხვა საქმეა, რომ ეს მედიაპროდუქცია უმეტესწილად მასობრივი კულტურის ნიმუშებს წარმოადგენს და არაფერი აქვს საერთო ნამდვილ კულტურასთან. იგივე ამერიკის შეერთებული შტატების მედია დანარჩენ მსოფლიოში, როგორც იტყვიან „კულტურულ ნაგავსაყრელს“ აწყობს შინაურ ბაზარზე უკვე ამორტიზებული პროგრამების საზღვარგარეთ ინტენსიური გავრცელებით.

ქართულ ტელესივრცეში არსებული გასართობი პროგრამების უმრავლესობას შოუს სახე აქვს. მაგრამ მისი მომზადება სათანადო მატერიალურ-ტექნიკურ საშუალებებსა (შესაბამისად მოწყობილი სტუდია, სატელევიზიო ტექნიკა) და პროფესიულ კადრებს მოითხოვს, რაც ადგილობრივი ტელეარხებისათვის პრაქტიკულად ხელმიუწვდომელია. ამიტომ ისინი უფრო მარტივი ფორმებით ცდილობენ მოპოვებული ვიდეომასალის, ვთქვათ მუსიკალური კლიპების გამოყენებას.

ამ მხრივ სხვებზე უკეთ გამოიყურება აჭარის ტელევიზიის მუსიკალური პროგრამა „ექსკლუზივი“. იგი „აჭარის“ არხზე დღესდღეობით მოქმედი გადაცემებიდან ყველაზე ძველია და ეთერში 2000 წლიდან გადის. იყო პერიოდი, როცა ეს გადაცემა შეწყდა, თუმცა მაყურებელთა მოთხოვნით მალევე დააბრუნეს ეთერში. გადაცემის დროებით შეწყვეტის მიზეზი ასლან აბაშიძესა და გადაცემის წამყვანს შორის არსებული პირადული კონფლიქტი გახლდათ. კონსერვატორული შეხედულებების მქონე აჭარის ლიდერი ვერ ეგუებოდა იმ გარემოებას, რომ მისი ტელევიზიიდან ჰიპური ვარცხნილობისა და დახეულ ჯინსებზე პიჯაკმოცმული ახალგაზრდა მაყურებელს სთავაზობდა დასავლურ, ქართული მენტალიტეტისათვის ნაკლებად მისაღებ მუსიკას. მისი სახელით გაეგზავნა მოთხოვნა რედაქციას, რომ შეცვლილიყო გადაცემის ფორმატი და წამყვანის იმიჯი, ან თვითონ წამყვანი, თუმცა საბოლოოდ ყველაფერი ისევე დარჩა უცვლელი, როგორც იყო.

„ექსკლუზივი“ წარმოგიდგენთ ყველა დროის საუკეთესო მუსიკას. მოგაწვდით საინტერესო ინფორმაციებს თქვენს საყვარელ შემსრულებლებსა თუ

ჯგუფებზე. კლასიკა, როკი, ჯაზი, ბლუზი, პოპი და ჰიპ-ჰოპი იმ მუსიკალურ მიმდინარეობათა ნაწილია, რომელსაც ეს გადაცემა გთავაზობთ. ფოლკლორულ მუსიკას ადგილი არ ეთმობა, იგი მთლიანად ევროპულ და ამერიკულ მუსიკალურ მიმდინარეობებზეა გათვლილი. „ექსკლუზივის“ შემოქმედებითი ჯგუფი ერთადერთია ამიერკავკასიაში რომელმაც ევროპის წლის ყველაზე პრესტიჟული დაჯილდოების MTV EUROPE MUSIC AWARDS-ის ცერემონიალზე აკრედიტაცია სამჯერ მიიღო. გადაცემის ქრონომეტრაჟი საშუალოდ 40-45 წუთია. ეს დრო ხან მთლიანად ერთ კონკრეტულ შემსრულებელს ეთმობა ხან კი რამდენიმეს ერთად. შემსრულებლები თემატური ერთფეროვნების მიხედვით არ ირჩევა. ერთ გადაცემაში მუსიკალური ჟანრებისა და შემსრულებლების ასეთი აღრევა ცოტა უხერხულ ვითარებას წარმოშობს – გადაცემა ხშირად ზედაპირული და უხარისხო გამოდის. რიგ შემთხვევებში ძნელდება მუსიკოსის ძირითადი მუსიკალური ვექტორის წარმოჩენა. თუმცა გადაცემაზე დაკვირვება მოწმობს იმას, რომ ავტორი მართლაც ცდილობს, ყველანაირი გემოვნების მაყურებლის ინტერესი გაითვალისწინოს და ყურადღების მიღმა არ დარჩეს არც ერთი საინტერესო შემსრულებელი.

გადაცემის ტექსტუალური ნაწილი ძირითადად ეხება ამა თუ იმ მუსიკოსის კარიერის ეტაპებს და ყურადღება არ მახვილდება პირად ცხოვრებაზე, თუ ის გავლენას არ ახდენს მის შემოქმედებაზე. არც ისე ხშირად, მაგრამ მაინც პირველად ისმის ქართულ მუსიკალურ სივრცეში ისეთი სიახლეების შესახებ, რომელზეც ფართო საზოგადოება მხოლოდ მერე ამახვილებს ყურადღებას. გადაცემა ასევე აშუქებს საქართველოში მიმდინარე დიდ მუსიკალურ მოვლენებს. არის „ბლექ სით ჯაზ“ – ფესტივალის ერთ-ერთი მთავარი საინფორმაციო მხარდამჭერი, სამჯერ გააშუქა MTV, იყო ბარსელონაში, ედინბურგსა და ლისაბონში.

„ექსკლუზივით“ ნამდვილად გემოვნებიანი მუსიკა გადის, არის როგორც საკონცერტო ჩანაწერების ფრაგმენტები, ასევე იშვიათი კლიპები (მაგ: ENIGMA, QUEEN). თუმცა არის რამდენიმე უხერხული გარემოება, კერძოდ, მუსიკას არხზე მაქსიმუმ ნახევარი საათი ეთმობა. გადის რომელიმე სერიოზული შემსრულებლის კონცერტი, მაგ: GENESIS ან LED ZEPPELIN, მაყურებელი ფსიქოლოგიურად განეწყობა საყურებლად, ელოდება როდის იმღერებენ მის საყვარელ სიმღერას. როცა კონცერტი კულმინაციას აღწევს, წყვეტენ და საინფორმაციო გამოშვებას ან სხვა რაიმე გადაცემას უშვებენ. ამ დროს

მაყურებელი ნირწამხდარია და შეთავაზებულ გადაცემას გულს ვერ უდებს. გარდა ამისა, როგორც არ უნდა მოგვწონდეს ის მუსიკა, რასაც აჭარის ტელევიზია გვთავაზობს, არის საკმაოდ დიდი, განსხვავებული მუსიკალური შეხედულებების მქონე ფენა, რომლის ინტერესებიც უნდა იქნეს გათვალისწინებული. რაც ყველაზე მთავარია, საჭიროა ფოლკლორული მუსიკა, ისევ და ისევ იმ გარემოების გათვალისწინებით, რომ აჭარის მაღალმთიან სოფლებში მცხოვრები მოსახლეობისათვის ფოლკლორული მუსიკა დარჩება ყველაზე უფრო მისაღებ მუსიკალურ მიმდინარეობად.

„ექსკლუზივის“ ტიპისაა „გურჯაანი ტვ“-ს მუსიკალური გადაცემა „ჰიპ-ჰოპი“, ტელეკომპანია „ოდიშის“ ეთერში ყოველდღეა მუსიკალური კონკურსი „წლის საუკეთესო კლიპი“, ტელეკომპანია „რიონი“ დღის მანძილზე სამ სხვადასხვა მუსიკალურ პროგრამას გადასცემს, ერთ-ერთი მათგანი „ტელეფანატი“ გვიან ღამით, 2 საათი და 45 წუთი გრძელდება. სხვა არხებიდან შეიძლება დავასახელოთ მუსიკალურ-გასართობი პროგრამები: „ვიდეოჩატი“, „ვი-შოუ“, „კლუბი „მონაკო“ („ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“), „შვიდეული“ („თანამგზავრი“), „მუსიკალური ტალღა“ („მეცხრე ტალღა“), „ბარათი“ („ტელეარხი-25“), „მუსიკა „ჯიხას“ ეთერში“ („ჯიხა“) და ა.შ.

ინტერაქტიური ხასიათისაა და მაყურებელთან უშუალო ურთიერთობას ითვალისწინებს ტელეკომპანია „თანამგზავრის“ ახალგაზრდულ-მუსიკალური გადაცემა „SMS-შოუ“, „ჯიხას“ ყოველკვირეული „SMS-შოუ“, „გურიის“ ყოველდღიური „SMS-მანია“, აგრეთვე ადრე პოპულარული „თრიალეთის „მესიჯ-კლუბი“.

გადაცემა „მესიჯ კლუბი“ მთლიანად გასართობ პროგრამას წარმოადგენდა და ყოველთვის პირდაპირ ეთერში გადიოდა ერთსა და იმავე დროს, 16 საათზე. „მესიჯ კლუბის“ ქრონომეტრაჟიც უცვლელი იყო ზუსტად 2 საათი გრძელდებოდა, რადგან 18 საათზე „კურიერი“ იწყებოდა და ამ დროისთვის „მესიჯ კლუბი“ დამთავრებული უნდა ყოფილიყო.

გადაცემაში ხშირად ჰყავდათ არაერთი ცნობილი სტუმარი, იქნებოდა ეს მომღერალი თუ ახალგაზრდა მსახიობი. როდესაც „რუსთავი-2“-ის ეთერით რეალითი-შოუ „ჯეობარი“ გადიოდა, მისი მონაწილეები გამოთქვამდნენ სურვილს, რომ დარეკვა და პირდაპირ ეთერში უნდოდათ გასვლა გადაცემა „მესიჯ კლუბში“, რათა შიდა ქართლის მაყურებლისათვის მიემართათ, მაგრამ შემდეგ ეს ვერ მოხერხდა.

„მესიჯ კლუბის“ გადაცემის სტუდია სადად იყო გაფორმებული. წამყვანები პატარა მაგიდასთან ისხდნენ. წინ ნოუთბუქი ედოთ, სადაც შემოსულ ესემესებს კითხულობდნენ. უკანა ფონზე კი ხშირად კლიპებს უშვებდნენ რაც მეტ ეფექტს აძლევდა გადაცემას.

გადაცემის თემას თვითონ წამყვანები ირჩევდნენ. ეთერში გამოსულ მაყურებელს უნდა ესაუბრა ამ თემის შესახებ, ხშირად თემას თავად მაყურებელიც ირჩევდა. მთელი კვირის განმავლობაში „მესიჯ კლუბში“ შემოსული ესემესებიდან ირჩევდნენ იმ კლიპებს, რომელიც ყველაზე მეტად იყო მოთხოვნილი და ამის მიხედვით დგებოდა გადაცემა „პოპ ათეული“, რომელიც კვირაში ერთხელ გადიოდა.

მოგვიანებით, მაყურებლის რაოდენობამ იკლო რასაც ტელევიზიის ხელმძღვანელობა ხსნის იმით, რომ დროთა განმავლობაში ერთი და იგივე გადაცემა მოსაბეზრებელი გახდა. გადაცემა „მესიჯ კლუბი“ შეცვალა გადაცემამ „რადიო “. გადაცემა „რადიო “ თითქმის იგივე ფორმატისაა, როგორიც „მესიჯ კლუბი“ იყო, იწყება 16 საათზე და მთავრდება 18 საათზე. ეს გადაცემაც ესემესებზეა აგებული. გარდა ტელევიზიისა ამ გადაცემას პირდაპირ ეთერში უშვებს რადიო „თრიალეთიც“.

როგორც აღვნიშნეთ, მუსიკალურ ჩანაწერებთან ერთად რეგიონული ტელეეთერის დიდი ნაწილი მხატვრულ ფილმებს, ტელესერიალებსა და სხვა კინოპროდუქციას უჭირავს, მაგალითად, ჩვენი დაკვირვების პერიოდში აჭარის ტელევიზიის ეთერში გადიოდა ექვსი დასახელების სერიალი: „პატრისია“, „ძმები კარამაზოვები“, რომელიც შემდგომში „სიამაყემ“ ჩაანაცვლა, „უკვალოდ“, „ორმაგი ცხოვრება“ და ერთიც დეტექტიური ჟანრის სერიალი, რომელსაც მხოლოდ შაბათ-კვირას უჩვენებდნენ. ამ ე.წ საპნის ოპერებიდან ლიცენზირებული მხოლოდ „პატრისია“ იყო. თითოეულს ეთერში გასვლის მუდმივი დრო ჰქონდა და ჯამში მთელი დღის სამაუწყებლო ბადის სამ, ზოგჯერ ოთხ საათს მოიცავდა. ამას ემატებოდა სერიული დოკუმენტური ფილმების ციკლი – „ივ კუსტო“ და „საშინელებათა 100 წელი“, ასევე დოკუმენტური ფილმები, რომლებიც სხვადასხვა თემაზე იყო აგებული და გამოდის, რომ საშუალოდ 3, 4 საათი დოკუმენტური ფილმებიც ავსებდა 18 საათიან ბადეს. საათებში ასეთი ცვალებადობა დამოკიდებული გახლდათ კვირის დღეებზე (სამუშაო დღეებში 4-4 საათს იკავებდა სერიალები და დოკუმენტური ფილმები თავისი განმეორებითი ჩვენებით, ხოლო უქმეებზე 3-3 საათს).

მხატვრულ ფილმებს რაც შეეხება, დღე-ღამის განმავლობაში უმეტესად 4 ფილმის ჩვენება ესწრებოდა, იშვიათად 3-ის. ქართული ფილმები ძირითადად შაბათობით გადიოდა.

მხატვრული ფილმების შერჩევა შემდეგი პრინციპით ხდება: ტელევიზიები დაახლოებით 2 კვირით ადრე უგზავნიან ერთმანეთს იმ სავარაუდო ფილმების სიას, რის გაშვებასაც აპირებენ. ასე იმიტომ ხდება, რომ ერთი და იგივე ფილმები არ გაუშვან და ამით ერთმაც და მეორემაც პოტენციური აუდიტორია არ დაკარგოს. გარდა ამისა, არის მეორე ნიუანსიც – საავტორო უფლებები. მოგეხსენებათ აჭარის ტელევიზიის ეთერით არალიცენზირებული კინოპროდუქციაც გადის, თუ აღმოჩნდა, რომ იგივე ფილმი შეძენილი აქვს სხვა ტელევიზიასაც და ის ექსკლუზიურ ჩვენებას აპირებს, მაშინ ეს ტელევიზია აფრთხილებს ამის თაობაზე და იგივე ფილმის გაშვებას მანამდე და რაღაც პერიოდის განმავლობაში მის მერეც უკრძალავს.

მხატვრული ფილმების ქართულ ენაზე დუბლირება უსახსრობის გამო ვერ ხერხდება.

ბადეში განთავსებულ ფილმებს თუ გადაავლებთ თვალს აღმოაჩენთ, რომ მთელი თვეების განმავლობაში არც ერთი კინოკლასიკად აღიარებული ფილმი არ გასულა აჭარის ტელევიზიის ეთერში. ისეთი სახელოვანი რეჟისორები როგორებიც არიან მაგალითად: ფელინი, ბერტოლუჩი, პაზოლინი, კუსტურიცა და სხვები ტელევიზიის მიერ აბსოლუტურად იგნორირებული არიან. დღესდღეისობით ყველაზე „მოდური“ რეჟისორები აჭარის ტელევიზიაში – ლუკ ბესონი, კვენტინ ტარანტინო და რობერტ როდრიგესია. მიაჩნიათ, რომ რეტროფილმები ისედაც ყველას ნანახი აქვს და აღარავის აინტერესებს, ამიტომ ძველი ფილმების ეთერში გაშვება, თუნდაც კვირის ერთ რომელიმე დღეს არხისთვის წამგებიანი იქნება. გაუგებარია მსგავსი ლოგიკა – გამოდის, რომ აჭარის ტელევიზიაში შედარებით ძველ და ხარისხიან კინოპროდუქციას, ახალი და უხარისხო ფილმები ურჩევნიათ. აბსოლუტურად არ ითვალისწინებენ გემოვნებიანი კინომოყვარულებისა და იმ ახალგაზრდების ინტერესებს, ვისთვისაც შესაძლოა ფელინისა და კუსტურიცას აზრობრივად დატვირთული ფილმები უფრო მისაღები აღმოჩნდეს ვიდრე ვთქვათ ფანტასტიკური ჟანრის „მატრიცა“ ან საშინელებათა ფილმი „წყეულთა დედოფალი.“

უხეში არითმეტიკული დაანგარიშებით მთელი დღის სამაუწყებლო ბადიდან დაახლოებით ოთხი საათი უჭირავს სერიალებს, სამი – დოკუმენტურ, ხოლო

რვა საათი – მხატვრულ ფილმებს. დანარჩენი დრო ნაწილდება გადაცემებზე, ანიმაციებზე, რეკლამებსა და მუსიკაზე. გამოდის რომ 18-საათიანი მაუწყებლობიდან გადაცემებზე მაქსიმუმ 3 საათი მოდის, ხოლო თუ იმასაც გავითვალისწინებთ, რომ ამ დროის სადღაც 70 პროცენტი საინფორმაციო გამოშვებებს მიაქვს, თვალშისაცემი ხდება თუ რა დონის უარყოფითი ბალანსია აჭარის ტელევიზიაში საკუთარ გადაცემებსა და სხვა სატელევიზიო პროდუქციას შორის.

დაბოლოს, გასართობი მაუწყებლობის კიდევ ერთი მიმართულებაა იუმორისტული გადაცემები, რომლებიც დიდ იშვიათობას წარმოადგენს რეგიონულ ტელეარხებზე (ეს, ალბათ, გასაგებიცაა, რადგან აღნიშნული ჟანრი განსაკუთრებულ პროფესიონალიზმსა და გემოვნებას მოითხოვს). „ვარდების რევოლუციამდე“ ტელეკომპანია „ზარის“ ეთერში გადიოდა გადაცემა „ბუხუტის ფაცხა“, რომელიც პოლიტიკურ შარჟებზე იყო აგებული, აჭარის „ტელეარხი-25“ ამზადებდა „კომოკშოუს“, მაგრამ შემდეგ ორივე გაუქმდა. ამჟამად „მეცხე ტალღას“ (ფოთი) აქვს მსგავსი ტიპის გასართობი პროგრამა „მხიარული ტალღა“, რომელიც კვირაში ერთხელ, პარასკევს გადაიცემა 30 წუთის მოცულობით და ორშაბათს მეორდება.

ამ თემებისა თუ ჟანრების პარალელურად რეგიონული ტელემაუწყებლობის ერთ აუცილებელ ნაწილს შეადგენს რეკლამები, ადგილობრივი ფასიანი განცხადებები, მილოცვები და ნეკროლოგები, რომლებიც მეტ-ნაკლებად ყველა კომპანიის პროგრამაშია წარმოდგენილი და შემოსავლის რეგულარულ წყაროს წარმოადგენს. ეს შემოსავალი სხვადასხვა არხზე, რა თქმა უნდა, სხვადასხვაა – ზოგან რეკლამის წილი მეტია, ხოლო ზოგან განცხადებების ღირებულება ჭარბობს. დღეისათვის ტელეკომპანია „თრიალეთის“ შემოსავლის ძირითად წყაროს რეკლამები და ფასიანი განცხადებები, ნეკროლოგები და მილოცვები წარმოადგენს; ტელეკომპანია „დიას“ ძირითადი წილი განცხადებებზე მოდის, რადგან სარეკლამო გაყიდვები ცოტა აქვს; ასევე ფინანსურად მთლიანად ფასიან განცხადებებზე, ნეკროლოგებსა და მილოცვებზეა დამოკიდებული ტელეკომპანია „დუშეთი“; განცხადებები იძლევე ტელეკომპანიების – „თანამგზავრის“, „ეგრისისა“ და „ჯიხას“ შემოსავლების უდიდეს ნაწილს; მიახლოებითი გამოთვლებით ტელეკომპანია „25-ე არხის“ შემოსავლების 70%, „არგოსა“ და „კოლხეთი-89“-ის 60% და „ოდიშის“ 50% განცხადებებზეა დამყარებული; სამაგიეროდ რეკლამა შეადგენს ტელეკომპანია „მეცხრე ტალღის“ შემოსავლების

დიდ ნაწილს, ტელეკომპანია „რიონის“ 80%-ს, „გურჯაანის ტვ“-სა და „იმერვიზიის“ 50%-ს, „მარნეული ტვ“-ს 40%,ს „ბოლნელის“ – 30%-ს, „გურიასა“ და „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანიის“ 25%-ს და ა.შ. ამასთან, თითქმის არა აქვს სარეკლამო დაკვეთები ტელეკომპანიებს – „ატვ-12“-სა და „ლაგოდეხი ტვ“-ს, ხოლო განცხადებების გადაცემაზე პირველი საერთოდ უარს ამბობს, მეორე კი მეტად მცირე შემოსავალს ღებულობს.

საერთოდ კი, შეიძლება ითქვას, რომ რეკლამებიდან და ფასიანი განცხადებებიდან, მილოცვებიდან თუ ნეკროლოგებიდან მიღებული შემოსავლები თვითკმარი არ არის და რომ არა საგრანტო პროგრამები ან დაფინანსების სხვა წყაროები (სპონსორები, ადგილობრივი ხელისუფლებისაგან გამოყოფილი თანხები და ა.შ.) რეგიონული ტელეკომპანიების აბსოლუტური უმრავლესობა ფუნქციონირებას ვერ მოახერხებდა.

თავი V. რეგიონული ტელევიზია და ხელისუფლება

ცნება „თავისუფლება“ იმ თვალსაზრისით, რასაც საზოგადოება მასმედიისაგან ითხოვს, გულისხმობს თავისუფალი აზრის გამოთქმისა და ამ გზით ადამიანებისათვის საკუთარი აზრის გამოხატვის უფლებას, მაგრამ ეს მხოლოდ უფლებაა და არ ითვალისწინებს მისი განხორციელების მექანიზმებს. სპეციალისტების სამართლიანი მოსაზრებით, „მასმედიის რეალური თავისუფლების განხორციელების მექანიზმს ქმნის დამოუკიდებლობა, რომელიც, თავის მხრივ, რამდენიმე აუცილებელ მომენტს გულისხმობს. იგი მასობრივი ინფორმაციის საშუალების ორგანიზაციულ და ეკონომიკურ მდგომარეობას, სტატუსს განსაზღვრავს საზოგადოებაში. ამიტომ თავისუფლება და დამოუკიდებლობა მასმედიაში ერთმანეთის გარეშე არ არსებობს. თავისუფლება დამოუკიდებლობის არსებობის აუცილებელი წინაპირობაა და პირიქით“ (სურგულაძე... 2003:35). სწორედ ეკონომიკური და ორგანიზაციული დამოუკიდებლობის დონე განსაზღვრავს რეგიონული ტელეკომპანიების თავისუფლების ხარისხს და მათ ურთიერთობას ადგილობრივ ხელისუფლებასთან.

არსებული ურთიერთობების პირობებში რეგიონულ მედიას არც „ვარდების რევოლუციამდე“ და არც მის შემდეგ ხელისუფლებასთან დაპირისპირება არ შეუძლია. უფრო მეტიც, ხელისუფლებასთან დაახლოების ტენდენცია თანდათან იზრდება. გაზეთები და ტელეკომპანიები თავად ითხოვენ ხელისუფლებისაგან პატრონაჟს. მაგალითად, ქვემო ქართლში ბოლნისის ტელეკომპანია „მეხუთე არხის“ ხელმძღვანელობა თავად გამოვიდა ორგანიზაციის გასახელმწიფოებრიობის ინიციატივით. ფინანსური თვალსაზრისით ეს სავსებით გასაგებია – იმ პირობებში, როცა არ არსებობს დამოუკიდებელი მედიისათვის აუცილებელი სოციალურ-ეკონომიკური გარემო, სახელმწიფო პატრონაჟი მუდმივ სტაბილურ შემოსავალთან იგივდება.

მატერიალური რესურსების სიმცირე, რაც უპირველესად სუსტი სარეკლამო ბაზრითა და სპონსორების არარსებობით (თუ არ ჩავთვლით უცხოურ დონორ ორგანიზაციებს) არის გამოწვეული, აიძულებს რეგიონული ტელეკომპანიების გარკვეულ ნაწილს კომპრომისებზე წასვლას და ადგილობრივი მმართველი ორგანოებისადმი ლოიალურ განწყობას, რომ მცირე ფინანსური მხარდაჭერა მაინც მოიპოვონ. თავის მხრივ, ადგილობრივმა პოლიტიკურმა ელიტამაც იგრძნო

საკუთარი სატელევიზიო სივრცის სარგებლიანობა, მისი გამოყენების ეფექტიანობა საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედებისათვის. ამგვარად, რეგიონებში ჩამოყალიბდა ხელისუფლების ორმაგი დამოკიდებულება ტელემედიის მიმართ – მისდამი კეთილგანწყობილ კომპანიებს იგი გარკვეულწილად ეხმარება და აფინანსებს, ხოლო „ურჩებს“ ყოველნაირად ზღუდავს, ზოგჯერ კი რეპრესიებითაც უმასპინძლდება.

აქ ისიცაა გათვალისწინებული, რომ „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ ბევრი რაიონის ხელისუფლებაში რევოლუციამდელ პერიოდში ოპოზიციური ტელეკომპანიების მიმართ კეთილგანწყობილი პირები მოვიდნენ, რამაც შეასუსტა ტელეკომპანიების კრიტიკული პათოსი (ამ არხების მიმართ ძველი ხელისუფლება მტრულად იყო განწყობილი თუნდაც იმიტომ, რომ ისინი ხშირად უთმობდნენ ეთერს ოპოზიციური ძალების წარმომადგენლებს, ხოლო მათი უმრავლესობა შევარდნაძის რეჟიმის აქტიური ოპონენტის „რუსთავი-2“-ის რეტრანსლაციას ეწეოდა). ისინი „თავს აღარ იწუხებენ“ რაიონის პრობლემების ანალიზით და უფრო ადგილობრივი გამგეობის მუშაობის „გაშუქებით“ არიან დაკავებული. ასე, მაგალითად, თუ ტელეკომპანია „გურიას“ დაძაბული ურთიერთობა ჰქონდა ძველ ხელისუფლებასთან, სწორედ „რუსთავი-2“-ის გადაცემების ტრანსლაციის გამო, „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ ეს ურთიერთობა დარეგულირდა და თანმშრომლობის ხასიათი მიიღო. ტელეკომპანია აშუქებს რაიონული გამგეობისა და საკრებულოს მუშაობას, ახდენს სამუშაო თათბირებისა და სხდომების ტრანსლაციას ან მათ რეპორტაჟს. ისეთი ტელეკომპანიებიც არსებობენ, რომლებსაც არც ძველ ხელისუფლებასთან ჰქონდათ კონფლიქტი და არც ახალთან აქვთ რაიმე სადაო, რადგან თავიანთ გადაცემებში მხოლოდ ფაქტების კონსტატაციით შემოიფარგლებიან, გვერდს უვლიან „აკრძალულ“ თემებსა და იშვითად იკავებენ კრიტიკულ პოზიციას ადგილობრივი მმართველობის მიმართ.

ტელევიზია მოსახლეობასთან სწრაფი და ერთდროული ურთიერთობის ყველაზე ეფექტური საშუალებაა და, რა თქმა უნდა, ხელისუფლებას უნდა ჰქონდეს მისი გამოყენების საშუალება გარკვეული ანაზღაურების ფასად. ეს ყველა დემოკრატიულ სახელმწიფოში ხორციელდება. მაგალითად, ამრიკის შეერთებულ შტატებში სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი გაზეთი არ არსებობს, მაგრამ თუ მთავრობის მოხელეები ან პოლიტიკური ლიდერები ამერიკელებისთვის რაიმე ინფორმაციის მიწოდებას მოისურვებენ, მკითხველის

ყურადღების მისაქცევად ისეთივე კონკურენტული ბრძოლის გადახდა მოუწევთ, როგორც ყველა სხვას და ისევე, როგორც ყველა სხვა, პოლიტიკური ლიდერები და მთავრობის ბიუროკრატები დიდძალ ინფორმაციას ქმნიან, რომელსაც მასმედიას აწვდიან“ (ჰამილტონი... 2004:113).

იგივე ამერიკის შეერთებულ შტატებში ადგილობრივი საკაბელო არხები ვალდებული არიან, იჯარით გადასცენ არხები საზოგადოებრივი, საგანმანთლებლო და სამთავრობო სარგებლობისათვის. ამ პროგრამებს ამზადებს საკაბელო კომპანიის გარეთ მყოფი ხალხი და ის ხშირად მოიცავს დისკუსიებსა და ადგილობრივი მმართველობითი ორგანოების წარმომადგენლობების შეკრებებს.

საქართველოში დამოუკიდებელი რეგიონული ტელეკომპანიების დაახლოებით ნახევარი ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ ფინანსდება და მას აქტიურად იყენებენ რაიონული მმართველი ორგანოები საკუთარი ინფორმაციის გასავრცელებლად.

„რეგიონული ტელეკომპანიების ძირითადი შემოსავალი ადგილობრივ ხელისუფლებასთან გაფორმებული ხელშეკრულებებია. ეთერში ყოველდღე გადის ადგილობრივი ახალი ამბები. სულ ორიოდე ტელეკომპანიაში ხორციელდება პროექტი, რომელიც გულისხმობს სატელევიზიო დებატებს არასაარჩევნო პერიოდში. ტელეკომპანიებში სიტყვის თავისუფლების ხარისხი მაღალი არ არის. თუმცა, მოსახლეობის დიდი ნაწილი ნებისმიერ შემთხვევაში უყურებს ადგილობრივ საინფორმაციო პროგრამებს“ – აღნიშნავს პრესის ექსპერტი ია ანთაძე.

მაგალითად, ტელეკომპანია „გურჯაანი ტვ“ ძირითადად ადგილობრივი ბიუჯეტის ხარჯზე ფუნქციონირებს, თუმცა დამოუკიდებელ, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას წარმოადგენს. მისი მომსახურების თანხები რაიონულ ბიუჯეტში ცალკე პუნქტად არის გაწერილი. ამასთან ერთად, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, იგი ფონდ „ღია საზოგადოება-საქართველოსგანაც“ ღებულობს ფინანსურ დახმარებას ადგილობრივი საკრებულოს სხდომების პირდაპირ ეთერში გადაცემისათვის.

ტელეკომპანია „მეხუთე არხი“ თითქმის მთლიანად გამგეობის დაფინანსებაზეა. ჯერ კიდევ 12 წლის წინ, მაშინაც კი, როცა ტელეკომპანიის 50% კერძო პირის ხელში იყო, მის ფუნქციონირებას გამგეობა უზრუნველყოფდა. 2010 წელს გამგეობიდან კომპანიისათვის გადარიცხულმა თანხებმა 150 ათას ლარს გადააჭარბა. შესაბამისად, ტელეკომპანიის საინფორმაციო მუშაობაც

გამგეობის საქმიანობის გაშუქებაზეა ორიენტირებული.

ტელეკომპანია „ბორჯომი ტვ“ სხვა მნიშვნელოვანი შემოსავლებიც გააჩნია (ძირითადად გარანტიების სახით), მაგრამ ამავე დროს ხელშეკრულება აქვს გაფორმებული რაიონის გამგეობასთან, რის თანახმადაც აშუქებს მის მუშაობას შესაბამისი ანაზღაურების სანაცვლოდ. ადგილობრივ ბიუჯეტში ჩადებული მასმედიის მომსახურების თანხიდან, რაც წლიურად 15 ათას დოლარს შეადგენს, ნახევარი „ბორჯომი ტვ“-ს ერიცხება.

ტელეკომპანია „მარნეული ტვ“-სა და ტელეკომპანია „ბოლნელის“ (ბოლნისის) შემოსავლების 40% ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებთან გაფორმებულ გრძელვადიან ხელშეკრულებებზე მოდის.

„ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანიის“ შემოსავლის ძირითადი წყარო „ვარდების რევოლუციამდე“ ადგილობრივი ხელისუფლებისათვის მიყიდული საეთერო დრო იყო. ძველი მასშტაბით არა, მაგრამ ეს ტრადიცია ახლაც გრძელდება და ადგილობრივი თვითმმართველობის მიერ საეთერო და სარეკლამო დროის შესყიდვისათვის გამოყოფილი თანხები კომპანიის შემოსავლის 32%-ს შეადგენს.

ტელეკომპანია „ფარვანა“ (ნინოწმინდა) თუმცა კერძო სტრუქტურაა, მაგრამ დიდად არის დამოკიდებული ხელისუფლებაზე, კერძოდ, გამგეობისა და პირადად გამგებლის შემწეობით შეძლო მაუწყებლობის განახლება. გამგეობამ მას სტუდიისათვის შენობაც გადასცა და მისი პრივატიზების უფლებაც მისცა.

გარკვეული ფინანსური ურთიერთობა აქვთ ხელისუფლების ადგილობრივ ორგანოებთან ტელეკომპანიებს „რიონს“ (ქუთაისი), „იმერვიზიას“ (ჭიათურა), „გურიას“ (ოზურგეთი), „ეგრისს“ (სენაკი), მაგრამ ხელშეკრულებით თუ სარეკლამო და საეთერო დროის გაყიდვით მიღებული თანხები ძალიან მცირეა – საერთო შემოსავლების 5-10%-ს შეადგენს.

ტელეკომპანია „თვალი“ (საგარეჯო) აქტიურად აშუქებს ადგილობრივი ხელისუფლების მუშაობას და ხშირად იწვევს მის წარმომადგენლებს პირდაპირ ჩართვებზე სტუდიაში, რომლის დროსაც მაყურებელს შეუძლია, დარეკოს და მისთვის საინტერესო პრობლემებზე კითხვები დასვას.

პირდაპირი ხასიათისაა აგრეთვე ტელეკომპანია „კარალეთის“ გადაცემა „ხელისუფლება გისმენთ!“, რომელიც პოლიტიკურ, ეკონომიკურ და სოციალურ თემებს განიხილავს და ეკრანს უთმობს ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლებს, რათა ღია ეთერში უპასუხონ მოსახლეობის შეკითხვებსა თუ

შენიშვნებს.

ასევე გარკვეული ანაზღაურების სანაცვლოდ ტელეკომპანია „ჯიხა“ (წალენჯიხა) პირდაპირ ეთერში გადასცემს გამგეობის სხდომებს. აქვე აღვნიშნავთ, რომ „ჯიხა“ იყო ერთადერთი ტელეკომპანია საქართველოში, რომელმაც 2006 წლის იანვარში უშუალოდ პრეზიდენტის ფონდიდან მიიღო გრანტი 20 ათასი დოლარის ოდენობით. ეს პრეზიდენტის მხრიდან ერთგვარი მადლიერების ჟესტიც იყო ტელეკომპანიისადმი იმ დიდი მუშაობისათვის, რაც „ჯიხამ“ 2003 წელს გასწია „ვარდების რევოლუციის“ მხარდასაჭერად წალენჯიხის მოსახლეობის ორგანიზებისათვის.

ზემოთ ჩამოთვლილი მაგალითები გვიჩვენებს, რომ ტელეკომპანიებისა და ხელისუფლების ადგილობრივი ორგანოების თანმშრომლობა პარიტეტული არ არის, ხშირად მას გარიგების ფორმა აქვს (განსაკუთრებით სრული ფინანსური უზრუნველყოფის შემთხვევაში), ზოგჯერ კი ხელისუფლებისადმი კომპანიის სრული დაქვემდებარებით მთავრდება. ამის თვალსაჩინო მაგალითია ტელეკომპანია „რიონის“ საქმიანობა რევოლუციამდელ პერიოდში.

1997 წელს „რიონის“ საინფორმაციო სამსახურმა დაიწყო მომზადება ინტერაქტიური პროგრამისა – „გისმენთ ქალაქის მერი“, რაც მალე მაშინდელი ქალაქის მერის თემურ შაშიაშვილის იმერეთის გუბერნატორად დანიშვნის შემდეგ შეიცვალა პროგრამით: „გისმენთ პრეზიდენტის სახელმწიფო რწმუნებული“. ორივე შემთხვევაში თ. შაშიაშვილი კვირის მიმდინარე მოვლენების ექსპერტის როლში გვევლინებოდა. ასე რომ, პროგრამის მთავარი სტუმარი და მიზანი იგივე დარჩა, თუმცა რამდენადმე შეიცვალა გადაცემის სტრუქტურა – შემოქმედებითად იგი უფრო სრულყოფილი და დახვეწილი გახდა. თუ ადრე მთელი პროგრამა წარმოადგენდა ინტერვიუს სხვადასხვა საკითხებსა და თემებზე, ახლა მას ჟურნალისტური ასახვის სხვა მეთოდებიც დაემატა.

თავდაპირველ მიზანს წარმოადგენდა მედიატორის როლის შესრულება ხელისუფლებასა და საზოგადოებას შორის. რეგიონული ტელევიზიისათვის დამახასიათებელი ეს ფუნქცია უნდა განხორციელებულიყო საზოგადოებისათვის ადგილობრივ ხელისუფალთა ანგარიშის ჩაბარების, სხვადასხვა სტრუქტურათა ხელმძღვანელების ახსნა-განმარტებებისა თუ აქტუალურ საკითხებზე კომპეტენტური პირების კომენტარების საშუალებით. ასეთი გადაცემის მოთხოვნილებას აუდიტორიაც განიცდიდა. „გისმენთ რწმუნებული“ სტრუქტურულად გაცილებით რთული პროექტი იყო, ვიდრე ყოველდღიური

საინფორმაციო პროგრამა და კვირის ოფიციალური ქრონიკა. პროფესიული კადრიც თითქმის იგივე იყო. დროდადრო გადაცემაში მონაწილეობდნენ იმერეთის მხარეში მოქმედი პრესის წარმომადგენლებიც.

აღნიშნული გადაცემა ხელისუფლებისათვის სოციალური კონტროლის უფრო ქმედით საშუალებას წარმოადგენდა. თითოეული სამსახურის წარმომადგენელი პასუხს აგებდა საზოგადოებისა და რეგიონის პირველი პირის წინაშე იმ მოვლენების ასახვაზე, რომელიც მედიის ყურადღების ცენტრში მოხვდებოდა. შეიძლება ითქვას, ტელევიზია მხარის რწმუნებულთან ერთად, უფრო ზუსტად, მხარის რწმუნებული ტელევიზიის საშუალებით აკონტროლებდა მისთვის საინტერესო სტრუქტურისა თუ სამსახურის საქმიანობას, უშუალოდ პირდაპირ ეთერში ახდენდა რეაგირებას ყოველ კონკრეტულ საკითხზე. პროგრამის ინფორმაციულ წყაროს წარმოადგენდა საზოგადოება (მოსახლეობიდან შემოსული წერილები), ტელემაყურებელთა აუდიტორია, მისი ცალკეული ფენები, სხვადასხვა სოციალური ინსიტიტუტები. თემატიკის სიუხვე განაპირობებდა ფორმების მრავალფეროვნებას – ერთმანეთს ენაცვლებოდა ინფორმაციული და პუბლიცისტური ჟანრები. გადაცემა ეთერში გადიოდა კვირაში ერთხელ, პარასკეობით, საღამოს 22 საათსა და 30 წუთზე და 4-5 საათს გრძელდებოდა.

პროგრამა კვირის მნიშვნელოვანი ამბების კოლაჟით იწყებოდა და წამყვანი სთავაზობდა რწმუნებულს იმ მოვლენის კომენტირებას, რომელსაც თავად რესპონდენტი ჩათვლიდა აუცილებლად. შემდეგ სხვადასხვა თემებს უფრო გაშლილი სახით თვითონ ჟურნალისტები სთავაზობდნენ აუდიტორიას. მათ მიერ მოპოვებულ ინფორმაციასთან დაკავშირებით დასმულ კითხვებს პირდაპირ ეთერში პასუხობდნენ სტუდიის სტუმრები, საბოლოო კომენტარს კი თითოეულ თემაზე რწმუნებული აკეთებდა. გუბერნატორთან კავშირი ტელეხიდის საშუალებით მყარდებოდა, სხვადასხვა თემის ავტორები და მათი სტუმრები კი გადაცემაში გვერდით სტუდიებიდან ერთვებოდნენ. მთავარი სტუდიიდან მხოლოდ გადაცემის წამყვანი მუშაობდა. პროგრამის ბოლო ნაწილს კულტურა წარმოადგენდა, ფინალში კი ტელემაყურებლებს საშუალება ეძლეოდათ ტელეფონით პირდაპირ დაკავშირებოდნენ გუბერნატორს. მათ პრობლემატურ კითხვებს თავად რწმუნებული და შესაბამის სამსახურთა ხელმძღვანელები პასუხობდნენ. მაგალითად, ბუნებრივი აირისა და ელექტროენერგიის მიწოდებასთან დაკავშირებულ პრობლემებს ქუთაისისა და ქელასის

დირექტორები განიხილავდნენ. ასევე ხდებოდა წყლის, პენსიებისა, კონკრეტული და კერძო ინტერესების განხილვა პირდაპირ ეთერში.

დროთა განმავლობაში აღნიშნულმა პროგრამამ ცვლილება განიცადა. პირველ რიგში გადაცემიდან გაქრა მოსახლეობის შეკითხვებისთვის კუთვნილი დასკვნითი ნაწილი. ინფორმაციის ძირითად მიმწოდებლად ტელეკომპანიისათვის სახელისუფლებო სტრუქტურები იქცა. პროგრამის მომმზადებელი რედაქცია მომავალ გადაცემას მთლიანად რწმუნებულის პრესსამსახურთან ათანხმებდა და მალე ინფორმაციის ერთადერთი წყაროც აღნიშნული პრესსამსახური გახდა. ამან თავისთავად განაპირობა პროგრამის გადართვა მხოლოდ ერთი პიროვნების სახელისუფლებო ამბიციებსა და ინტერესებზე. ასე, რომ საბოლოოდ რეგიონული ტელევიზიის, როგორც მასობრივი ინფორმაციის საშუალების, მონოპოლიზაცია ადგილობრივი ხელისუფლების მიზანი ხდება, ტელევიზიის ფუნქციად კი ყალიბდება ერთი პირისადმი მორჩილება, მის ხელში საზოგადოების მართვისა და კონტროლის ინსტრუმენტად გადაქცევა.

„რიონის“ ასეთი მეტამორფოზა სულაც არაა გასაკვირი – მისი ფუნქციონირება დიდად იყო დამოკიდებული ხელისუფლების კეთილგანწყობაზე და თანდათანობით იგი დაემორჩილა მედიისა და ხელისუფლების მანამდე არსებულ, ათეული წლების მანძილზე დამკვიდრებულ წესებს. როგორც ცნობილი ამერიკელი მკვლევარები მ. დეფლორი და ე. დენისი აღნიშნავენ, „იმდენად, რამდენადაც მასმედია გარკვეული ეკონომიკური სისტემის პირობებში არსებობს, მას კონკრეტული პოლიტიკური წყობის მთავრობასთან თანამშრომლობა უწევს. საბჭოთა კავშირის არსებობის პერიოდში მედიასა და მთავრობას შორის არსებული ურთიერთობების გარკვევა ძნელი არ იყო. იმ პერიოდში მედიას დამოუკიდებელს ვერ ვუწოდებდით, იგი უფრო მთავრობის შემადგენელ ნაწილად მოიაზრებოდა. ასეთ კომუნისტურ სისტემაში მედიის მთავარი როლი ინფორმაციის მკაცრი კონტროლის პირობებში ახალი ამბებით თუ გასართობი პროგრამებით მთავრობის მიზნების განხორციელების ხელშეწყობა ხდება, მედიაპროპაგანდის ორგანოები, ტელეგრაფის სააგენტოები, პრესის, მაუწყებლობისა და კინოკომპანიები მკაცრ კონტროლს ექვემდებარება“ (დეფლორი... 2009:393).

სამწუხაროდ, პოსტსაბჭოთა საქართველოში მედიისადმი ხელისუფლების ამგვარი დამოკიდებულება არცთუ იშვიათად ინერციით ისევ გრძელდება.

„პოლიტიკური ნება ისეთია, რომ, რაც მეტად იქნება ჩახშული თავისუფალი

სივრცე, რაც მეტად იქნება ლაგამამოდებული თავისუფალი სიტყვა ზოგადად, მით უფრო კომფორტულად იგრძნობს ხელისუფლება თავს. ეს არის მთავარი მიზეზი და ამ პირობებში, ხელისუფლება ფიქრობს, რომ, რაც უფრო მეტი საინფორმაციო კერა გაჩნდება, მით უფრო მეტი პრობლემა შეექმნება მას“ – აღნიშნული იყო საქართველოს სახალხო დამცველის საპარლამენტო მოხსენებაში.

2003 წლის ნოემბრის მოვლენებმა აჩვენა, თუ რა შეუძლია თავისუფალ მედიას, რომელიც დაცულია კანონით და ამომრჩეველს სანდო ინფორმაციით ამარაგებს. საქვეყნოდაა ცნობილი, რომ მხოლოდ თავისუფალ, შეუზღუდავ მედიას შეუძლია სახელისუფლებო სტრუქტურების უკანონო საქმიანობის გამოვლენა, თუმცა ისიც ფაქტია, რომ ქართულ პოლიტიკურ კლასს მედიის თავისუფლება მხოლოდ ხელისუფლებისათვის ბრძოლის დროს სჭირდება, მმართველი ძალა კი თავისუფალ მედიას აღიქვამს როგორც საფრთხეს და შეძლებისდაგვარად ზღუდავს, იმორჩილებს მას, ანუ პოლიტიკოსები თავისუფალ მედიას უყურებენ, როგორც ხელისუფლებისათვის ბრძოლის საშუალებას და არა მიზანს რომელმაც კანონიერების დამკვიდრება, ქვეყნის განვითარება და ხელისუფლების დემოკრატიული ცვლილებები უნდა უზრუნველყოს.

მედიისადმი ასეთი დამოკიდებულებაა განსაკუთრებით საგრძნობია რეგიონებში, სადაც ადგილობრივი ხელისუფლება დამოუკიდებელ მედიას მის წინააღმდეგ საზოგადოებრივი აზრის მობილიზების იარაღად განიხილავს. აქედან გამომდინარე, მთელი ათწლეულის მანძილზე ბევრი რეგიონის ხელისუფლება ცდილობდა ხელი შეეშალა რეგიონში ინფორმაციის დაგროვებისა და საჯარო განხილვისათვის, სახელმწიფო საინფორმაციო წყაროების ალტერნატიული არხების წარმოქმნისათვის (ანუ იმისათვის, რაც საშუალებას მისცემდა სამოქალაქო სექტორს მოეხდინა საჯარო სივრცის სტრუქტურირება), აქტიურად ერეოდა ნახევრად დამოუკიდებელი თუ იურიდიულად დამოუკიდებელი მედიაორგანიზაციების საქმიანობაში.

ნებისმიერ რეგიონში არის აკრძალული, ტაბუდადებული თემები, რომელთა საჯაროდ წარმოჩენა, მით უმეტეს, ტელეეკრანზე ხელისუფლებას ყველაზე მეტად აღიზიანებს. მაგალითად, ქვემო ქართლში ეს არის ონოკოლოგიური დაავადებების ზრდა გართულებული ეკოლოგიური მდგომარეობის გამო, „ბრიტიშ პეტროლიუმის“ მიერ წარმოებული სამუშაოებით მოქალაქეებისათვის მიყენებული ზარალი, ეთნიკურ ნიადაგზე წარმოქმნილი პრობლემები წალკის

რაიონში, აზერბაიჯანული მოსახლეობის საპროტესტო აქციები მარნეულსა და გარდაბანში; გურიის რეგიონში ზღვისპირა ტერიტორიების რეკრეაციული ზონის პრივატიზაცია და იქ არსებული სუფსის ნავთობტერმინალი ბიზნეს-ელიტის გარდა უმაღლესი სახელისუფლებო სტრუქტურების წარმომადგენელთა ინტერესებსაც ეხება და როცა მედია ამ ინფრასტრუქტურიდან მიღებული შემოსავლების გამოყენებაზე ცდილობს კონტროლის დაწესებას, იგი ადგილობრივი მმართველობის სასტიკ წინააღმდეგობას აწყდება; სახელისუფლებო სტრუქტურების მწვავე რეაქციას იწვევს კრიტიკა საბიუჯეტო თანხების არამიზნობრივ ხარჯვაზე და ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენელთა კორუფციულ გარიგებებში მონაწილეობის მხილება და ა. შ.

„მშვიდობის, დემოკრატიისა და განვითარების კავკასიურმა ინსტიტუტმა“, რომელმაც „ომისა და მშვიდობის ინსტიტუტის“ (ლონდონის) მხარდაჭერით 2003-2004 წლებში შეისწავლა საქართველოს რეგიონებში მედიის მდგომარეობა, საინფორმაციო საშუალებებზე ადგილობრივი ხელისუფლების ზეწოლის უამრავი ფაქტი დააფიქსირა. რეგიონულ ტელეკომპანიებზე ზეწოლის ფორმები მრავალგვარია – ადგილობრივი გამგეობის სხდომებზე დასწრების აკრძალვით დაწყებული და ტელესტუდიებზე პირდაპირი თავდასხმებით დამთავრებული.

„მეცხრე არხმა“ (ახალციხე) რომელიც აქტიურად თანამშრომლობდა არასამთავრობო ორგანიზაცია „დემოკრატ მესხთა კავშირთან“, მასთან ერთად მოამზადა გადაცემა ხე-ტყის უკანონო ჭრასთან დაკავშირებით. ეთერში გადაიცა ფარული კამერით გადაღებული მასალები, რაც ააშკარავებდა ამგვარ საქმიანობაში ჩართულ პირებს (მათ შორის სახელისუფლებო სტრუქტურებიდან, განსაკუთრებით – პოლიციიდან). ამას მოჰყვა ზეწოლა ტელეკომპანიაზე, რაც გამოიხატა, როგორც მუქარებში, ისე გამგეობაში ტელეკომპანიისათვის აკრედიტაციის გაუქმებაში;

2003 წელს, საპარლამენტო არჩევნების წინა პერიოდში, ტელეკომპანია „თვალმა“ (საგარეჯო) პირდაპირი ეთერი დაუთმო სხვადასხვა პარტიის წარმომადგენლებს, რომ თავიანთი პროგრამები გაეცნოთ ამომრჩევლებისათვის. ხელისუფლებას ეს არ მოეწონა და ცდილობდა, ხელი შეეშალა პირდაპირი ეთერისათვის აუცილებელი სარელეო ხაზის დამონტაჟებაში, ხშირად კი ელექტროენეგიასაც უთიშავდა გადაცემის მიმდინარეობის პროცესში;

ასევე, „ვარდების რევოლუციამდე“ ტელეკომპანია „კოლხეთი-89“ (ჩხოროწყუ) ეთერით გასულ სიუჟეტებს რაიონის გამგეობის გაუმჭვირვალე

საქმიანობისა და სოციალურ პროგრამებზე გამოყოფილი თანხების არამიზნობრივი ხარჯვის შესახებ ხშირად მოჰყოლია ელექტროენერგიის გამორთვა და მაუწყებლობის შეწყვეტა.

„არასასურველი“ ტელეკომპანიების წინააღმდეგ რეგიონული ხელისუფლება ხშირად იყენებს სამართალდამცავ და საგადასახადო ორგანოებს, ეძებს სხვადასხვა საბაბს მათთვის ზიანის მისაყენებლად. ასე, მაგალითად, რევოლუციამდე „რუსთავი-2“-ის ტრანსლირებით განაწყენებულ ხელისუფლებასთან ტელეკომპანია „მეთორმეტე არხს“ რამდენიმე სასამართლო დავა ჰქონდა მაუწყებლობის კანონიერებისა და დაკავებული შენობის მესაკუთრეობაზე. რევოლუციის შემდეგ „მეგა ტვ“-ს (ხონი) დაინტერესებას ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ ცენტრალური ბიუჯეტიდან გამოყოფილი თანხების ხარჯვის მიზანმიმართულებასა და გამჭირვალობაზე, მოჰყვა დავა შენობის პრივატიზების კანონიერებაზე, რომელიც ტელეკომპანიამ ძველი რეჟიმის პერიოდში შეიძინა.

ხელისუფლების მიერ დამოუკიდებელ ელექტრონულ მედიაზე კონტროლის მოპოვების სხვა, უფრო რადიკალური მეთოდებიც არსებობს. შესაძლებელია კანონმიღმა მოქმედებებით ტელეკომპანიაზე ზეგავლენის მოპოვება ან სულაც მისი გაუქმება. ამ ვარიანტის განხორციელების მაგალითი „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ ქუთაისში მოხდა. როგორც აღვნიშნეთ, აქ ერთდროულად ორი ტელეკომპანია ფუნქციონირებდა – „რიონი“ და „ქუთაისი“, რომელიც საქართველოს პარლამენტის ადგილობრივი მაჟორიტარი დეპუტატისა და ბიზნესმენის ბონდო შალიკიანის საკუთრებას წარმოადგენდა და მის ინტერესებს გამოხატავდა. რევოლუციის შემდეგ დეპუტატი ახალ პოლიტიკურ სიტუაციას ვერ მოერგო და, შესაბამისად, მისი ტელეკომპანია „ქუთაისიც“ დაიხურა. შერისხულმა დეპუტუტმა ხელისუფლების მოთხოვნით მისი საკუთრების უფლება „ნაციონალური მოძრაობის“ ერთ-ერთ აქტივისტზე გაადააფორმა, რომელიც ტელეკომპანიის შემდგომი ბედით არც დაინტერესებულა და უპატრონოდ დარჩენილი ორგანიზაციის მუშაობა შეწყდა. არც ქუთაისის არასამთავრობო სექტორის, არც ხელისუფლების წარმომადგენლებმა და არც ტელეკომპანია „ქუთაისის“ ყოფილმა თანამშრომლებმა არ იციან ახალი მფლობელის ვინაობა. ტელეკომპანიის მომავალი ბედის შესახებაც არავინ არაფერი იცის. გაურკვეველია ტელეკომპანიის ქონების საკითხიც, რომლის დიდი ნაწილი „დაუდგენელმა“

პირებმა შენობიდან გაიტანეს.

„ვარდების რევოლუციამდე“ ადგილობრივმა გამგეობამ მესაკუთრეებს დაათმობინა ტელეკომპანია „ახმეტა“. დამფუძნებლებმა თავიანთი ტექნიკა წაიღეს და გამგეობამ ამ მდგომარეობაში მიღებული ტელეკომპანიის ამოქმედება ვეღარ შეძლო. რევოლუციის შემდეგ მაუწყებლობა შეწყვიტა გორის ტელეკომპანია „ქართლმა“. იგი ადგილობრივ ხელისუფლებასთან დაპირისპირებას შეეწირა. 2004 წლის ზაფხულში, ცხინვალის ოლქში გართულებული სიტუაციის პერიოდში, რეგიონულმა ხელისუფლებამ „თრიალეთის“ საკუთრების წილი მოინდომა, მაგრამ ეს გაზრახვა ვერ განახორციელა ტელეკომპანიის ფართო კავშირებისა და არასამთავრობო ორგანიზაციების აქტიური წინააღმდეგობის გამო. უფრო ადრე, 2004 წელს ტელეკომპანია „დიას“ (ხაშური) დამფუძნებლებს ფინანსური პრობლემების გამო ეროვნული ბანკის ხაშურის ფილიალიდან სესხის გამოტანა დასჭირდათ. ამის სანაცვლოდ გამგეობამ „დიაში“ მონაწილეობა მოითხოვა, რისი უფლებაც მას არ ჰქონდა. ეს კავშირი ტელეკომპანიას არანაირ შემოსავალს არ აძლევს, პრობლემებს კი უქმნის – მას არ შეუძლია, მონაწილეობა მიიღოს საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციების მიერ გამოცხადებულ საგრანტო კონკურსებში.

აღსანიშნავია ტელეკომპანიებზე ფიზიკური ზემოქმედების რამდენიმე ფაქტიც. მაგალითად, „მეცხრე ტალღას“ (ფოთი) კონფლიქტი მოუვიდა ქალაქის მერიასთან იმის გამო, რომ რამდენიმე სიუჟეტი მიუძღვნა საბიუჯეტო თანხების არამიზნობრივ ხარჯვას და ფარულ ურთიერთობებს მერიასა და ადგილობრივ ბინზნესკლანებს შორის. ამ დაპირისპირების შედეგი იყო ის, რომ „დაუდგენელმა“ შეიარაღებულმა პირებმა ფოთის ანძის დაცული ტერიტორიიდან ტელეკომპანიის კუთვნილი გადამცემები, გენერატორი და აკუმულატორები გაიტაცეს. ასევე, ტელეკომპანია „არგოს“ დემოკრატიულმა პოზიციამ 2003 წლის არჩევნების წინ ისე გააღიზიანა ადგილობრივი ხელისუფლება, რომ მისი მოთხოვნით ზესტაფონის ფეროშენადნობთა ქარხნის ადმინისტრაციამ საკვამლე მილზე დამონტაჟებული ტელეკომპანიის გადამცემი ჩამოხსნა, რასაც მაუწყებლობის შეწყვეტა მოჰყვა.

თუმცა თავისი უზნეობით ყველას გადააჭარბა შემთხვევამ, რომელიც ქუთაისში მოხდა – ტელეკომპანია „ქუთაისის“ ეზოში პრეზიდენტის რწმუნებულმა იმერეთის მხარეში სილა გააწნა თბილისიდან ჩამოსულ ჟურნალისტს, რომელიც მას რამდენიმე წუთით ადრე სტუდიაში შეეკამათა

ტოქშოუს მიმდინარეობის დროს. ტოქშოუს თემა იყო „მედია და ხელისუფლება“ და ამ ფაქტმა თვალნათლივ აჩვენა რა დამოკიდებულებაც ჰქონდა ადგილობრივ პოლიტიკურ ელიტას მედიის მიმართ.

გათავხედებული მაღალჩინოსნის ასეთი მოქმედება მით უფრო ამაზრზენი ჩანს, რომ ჟურნალისტთან ანგარიშსწორება (რაც რეგიონებში არცთუ ისე იშვიათია) ფარულად ან სხვისი დახმარებით კი არ მოხდა, არამედ საჯაროდ, ყველასგან მოურიდებლად, თვითონ პოლიტიკური ლიდერის მიერ და არც ცენტრალური ხელისუფლების დიდი აღშფოთება გამოუწვევია. იგი ძირეულად ეწინააღმდეგება თანამდროვე მორალურ და სამართლებრივ შეხედულებებს ჟურნალისტების მიერ პოლიტიკოსთა კრიტიკის შესახებ: „პრესის თავისუფლება საზოგადოებას ანიჭებს ერთ-ერთ ყველაზე საუკეთესო საშუალებას, რათა მან აღმოაჩინოს და ჩამოაყალიბოს საკუთარი მოსაზრება იმ იდეებსა და მიდგომებთან დაკავშირებით, რომლებიც გააჩნიათ პოლიტიკურ ლიდერებს“. ამიტომაც არის, რომ მოცემულ კონტექსტში, „დასაშვები კრიტიკის ზღვარი პოლიტიკოსთან მიმართებაში უფრო ფართოა, ვიდრე კერძო პირთან. კერძო პირისაგან განსხვავებით, პოლიტიკოსი განზრახ და შეგნებულად თითოეულ საკუთარ სიტყვასა და ქმედებას ჟურნალისტებისა და საზოგადოებისათვის განსაკუთრებული ჰურადღების საგნად აქცევს და, შესაბამისად, მან უფრო მეტი მოთმინება უნდა გამოამჟღავნოს“ (გამოხატვის თავისუფლება... 2003:13). რა მოთმინებასაც ამჟღავნებენ ქართველი პოლიტიკური ლიდერები ჟურნალისტური კრიტიკის მიმართ, ეს მაგალითიც ნათლად გვიჩვენებს.

არაერთი პრობლემა ჰქონდა ადგილობრივ ხელისუფლებასთან ტელეკომპანია „თრიალეთს“. მათი ურთიერთობის შესახებ ცენტრალურ ჟურნალ-გაზეთებშიც კი იწერებოდა.

2006 წლის ივნისში საქართველოს უმაღლესმა საკანონმდებლო ორგანომ პლენარულ სხდომაზე 121 ხმით ერთის წინააღმდეგ პარლამენტარ ბადრი ნანეტაშვილს სადეპუტატო უფლებამოსილება შეუწყვიტა. ამის მიზეზად დასახელდა, რომ უმრავლესობის წევრი ბადრი ნანეტაშვილი არღვევდა კანონს დეპუტატის სტატუსის შესახებ და გორის რეგიონული ტელეკომპანია „თრიალეთის“ სახით ეწეოდა სამეწარმეო საქმიანობას, რაც დაუშვებელია.

ბადრი ნანეტაშვილი კატეგორიულად უარყოფდა ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ხელმძღვანელად მის მუშაობას და აცხადებდა, რომ იგი თვეში რამდენჯერმე ჩადიოდა საკუთარ ძმასთან ჯონი ნანეტაშვილთან, რომელიც

აღნიშნულ ტელეკომპანიას მას შემდეგ ხელმძღვანელობს, რაც თავად დეპუტატი გახდა.

გაზეთი „24 საათი“ 2006 წლის 23 ივნისის ნომერში წერდა: „შიდა ქართლის ტელეკომპანია „თრიალეთის“ თანამშრომლებმა და გენერალურმა დირექტორმა ჯონი ნანეტაშვილმა 2006 წლის 22 ივნისს პრესკონფერენცია გამართეს. ტელეკომპანიის დამფუძნებელი ყოფილი პარლამენტარი ბადრი ნანეტაშვილია, რომელსაც პარლამენტმა უფლებამოსილება უკანონო ბიზნესაქმიანობის გამო შეუწყვიტა“.

ტელეკომპანიის წარმომადგენლებმა თბილისში მათ მიერ სახელმწიფო კანცელარიის შენობასთან მოწყობილ აქციაზე ისაუბრეს და აღნიშნეს, რომ ეს აქცია მხოლოდ „თრიალეთის“ შენარჩუნებას ემსახურებოდა. „ჩვენი მოთხოვნა მხოლოდ ის იყო, რომ პრეზიდენტს ხელშეუხებლობის გარანტია მოეცა, სიტყვიერად ან წერილობით, რომ ტელევიზიას არავინ შეეხება და ჩვენ ისევე გავაგრძელებთ მუშაობას, როგორც აქამდე ვმუშაობდით. ეს არ იყო პარლამენტარის მხარდამჭერი აქცია, ჩვენ არ გვსურს ხელისუფლების მაღალჩინოსნებმა ტელევიზია წაგვართვან, ამაში დაინტერესებულები არიან გიგა ბოკერია და ხათუნა გოგორიშვილი, რომელიც ბოკერიას დავალებებს ასრულებდა“ – განაცხადა „თრიალეთის“ საინფორმაციო სამსახურის უფროსმა.

ტელევიზიის გენერალური დირექტორი ჯონი ნანატაშვილი მიიჩნევდა, რომ ზეწოლა ხელისუფლების მხრიდან უფრო გამწვავდებოდა. „ყველანიარად შეეცდებიან, რომ დახურონ ტელევიზია. ეს იმ ვარიანტში, თუ სხვაგვარად ვერ შეძლებენ ტელევიზიის გაკონტროლებას“.

„თრიალეთის“ თანამშრომლებს პრეზიდენტისგან არანაირი დაპირება არ მიუღიათ. 21 ივნისის აქცია საპატრულო პოლიციამ დაშალა, ხოლო ჯონი ნანეტაშვილი და ტელევიზიის ოპერატორები დროებით დააკავეს კიდეც. ჯონი ნანეტაშვილის განცხადებით, მას შემდეგ, რაც ბადრი ნანეტაშვილს პარლამენტარობის უფლებამოსილება შეუწყდა, იგი ისევ ტელევიზიაში დაბრუნდებოდა და მის მართვას განაგრძობდა.

შიდი ქართლის რეგიონული ტელევიზიის „თრიალეთის“ ჟურნალისტმა ნინო ჩიბჩიურმა გორის რაიონული სასამართლოს თავსჯდომარე ბონდო ვათიაშვილი არაობიექტურობასა და მიკერძოებულობაში დაადანაშაულა და საქართველოს იუსტიციის უმაღლეს საბჭოს საჩივრით მიმართა. ამის მიზეზი რამდენიმე თვით ადრე „თრიალეთის“ მხრიდან გორის რაიონულ სასამართლოში

შეტანილი სასარჩელო განცხადების რეაგირების გარეშე დატოვება იყო.

სასარჩელო განცხადება, რომელიც გორის სასამართლოში 2007 წლის 4 აპრილს შევიდა, გორის გამგეობისა და საკრებულოს მხრიდან საჯარო ინფორმაციის დაბლოკვისა და ტელევიზიის ჟურნალისტების ადმინისტრაციულ შენობაში არშეშვების ფაქტებს ეხებოდა. ანალოგიური განცხადება „თრიალეთმა“ ამავე დღეს ქარელის სასამართლოშიც შეიტანა ქარელის მუნიციპალიტეტის წინააღმდეგ და პროცესიც მოიგო. გორის რაიონულ სასამართლოში შეტანილი განცხადების ბედი კი დღემდე გაურკვეველია და პროცესი დღემდე არ არის დანიშნული.

ჩიბჩიურის განცხადებით, გორის რაიონული სასამართლოს თავმჯდომარე ბონდო ვათიაშვილი რეგიონის გუბერნატორის მიხეილ ქარელისა და მისი მოადგილის მარლენ ნადირაძის ახლობელი იყო და პროცესს მათი დაკვეთით შეგნებულად აჭიანურებდა. ჟურნალისტი მიიჩნევდა, რომ გორის სასამართლო ადგილობრივი ხელისუფლების გავლენის ქვეშაა და ამიტომ გადაწყვიტა ზემდგომი ინსტანციისათვის მიემართა.

ჟურნალისტი იმედოვნებდა, რომ იუსტიციის საბჭო რეაგირებას მოახდენდა და ვათიაშვილთან ერთად ყველა იმ პირების პასუხისმგებლობის საკითხს დააყენებდა, ვინც შეგნებულად არღვევდა კანონს.

როგორც ვებპორტალი „ადამიანის უფლებების შესახებ“ იუწყებოდა „შიდა ქართლის ტელერადიოკომპანია „თრიალეთის“ მფლობელი, ყოფილი პარლამენტარი ბადრი ნანეტაშვილი მორიგ ბრალდებას ამჯერად შიდა ქართლის სამხარეო ადმინისტრაციას უყენებს. ბადრი ნანეტაშვილის განცხადებით, საკრებულოს თავმჯდომარე ნადირაძე მას ირაკლი ოქრუაშვილისა და მიხეილ ქარელის სახელით დაემუქრა.

მარლენ ნადირაძის გაღიზიანების მიზეზი ის სატელევიზიო რეპორტაჟი გახდა, რომელიც მიხეილ ქარელის საწინააღმდეგოდ 2007 წლის 3 იანვარს ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ეთერით გავიდა. სიუჟეტში ნათქვამია, რომ მიხეილ ქარელს „თრიალეთის“ ხელში ჩაგდება 400 000 ლარად სურს. ნანეტაშვილი თვლის, რომ თანხის შეთავაზება ტელევიზიის წართმევას ნიშნავს“.

ადგილობრივი ხელისუფლება შიდა ქართლში მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს ღიად უპირისპირდებოდა. ჯერ კიდევ 2006 წლის 26 მაისს ღამის 2 საათზე ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ღობე ტრაქტორებით დაანგრიეს. დარბევამდე ტელეკომპანია „თრიალეთში“ გორის მუნიციპალიტეტის გამგებლის

ვასილ მახარაშვილის განკარგულება მიიტანეს, სადაც მახარაშვილი ტელეკომპანიის წარმომადგენლებს აუწყებდა, რომ შენობის წინ მდებარე ღობე უნდა მოეშალათ, წინააღმდეგ შემთხვევაში მუნიციპალიტეტი გადამწყვეტ ზომებს მიიღებდა.

გამგებლის მიერ გამოცემულ განკარგულებაში არ ეწერა საფუძველი, თუ რატომ უნდა მოეშალათ ღობე. ტელეკომპანიის წარმომადგენლებს შესაბამისი დოკუმენტაცია გააჩნიათ, რითაც ირკვევა, რომ ღობე კანონის დაცვითა და შესაბამისი ნებართვებით გაკეთდა.

„თრიალეთმა“ გამგებლის განკარგულება მიღებისთანავე, იმავე წლის 18 მაისს გორის რაიონულ სასამართლოში გაასაჩივრა. მაგრამ ამას ხელი არ შეუშლია ადგილობრივი ხელისუფლებისათვის და დამოუკიდებლობის დღეს ადგილობრივი ტელევიზიის წინააღმდეგ ტრაქტორები გამოიყენა. გარდა ღობის დემონტაჟისა, ტრაქტორებს არც ტელევიზიის წინ მდებარე სკვერის ამოძირკვა გასჭირვებიათ.

ღამის საათებში განხორციელებულ დემონტაჟს თვალყურს საპატრულო პოლიციაც ადევნებდა. საპატრულო პოლიციის უფროსის დავით ტაბუცაძის განცხადებით, ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლებმა საპატრულო პოლიციის თანმშრომლებს წარუდგინეს შესაბამისი დოკუმენტაცია, რის საფუძველზეც ხორციელდებოდა დემონტაჟი.

„თრიალეთის“ დარბევას ადგილობრივი ხელისუფლების მხრიდან არასამთავრობო ორგანიზაციები და ოპოზიციური პოლიტიკური პარტიები გამოეხმაურნენ. საპარლამენტო ოპოზიციის წარმომადგენელთა აზრით, ბადრი ნანეტაშვილის მისამართით გაკეთებული განცხადებები და ბოლოდროინდელი მოვლენები ცხადყოფს, რომ ეს არა სამართლებრივი, არამედ პოლიტიკური პრობლემაა, რომელშიც ჩართული იყვნენ თავდაცვის იმჟამინდელი მინისტრი ირაკლი ოქრუაშვილი, პრეზიდენტის რწმუნებული შიდა ქართლში მიხეილ ქარელი, ასევე შინაგან საქმეთა სამინისტროს შიდა ქართლის განყოფილება და უმრავლესობის ლიდერები.

ახალი მემარჯვენეების წარმომადგენელ მამუკა კიციტაძე აცხადებდა, რომ ამ პროცესში ჩართულია თავისუფლების ინსტიტუტი და ბოლო პრეზიდენტიც კი, რომელიც ყველა დეტალის საქმის კურსშია. „თუ ნანეტაშვილს პარლამენტიდან დეპუტატის მანდატის ბიზნესსაქმიანობასთან შეუთავსებლობის მოტივით გააგდებენ, მაშინ ათეულობით ადამიანს მოუწევს პარლამენტის

დატოვება, რაც უმრავლესობის რღვევის წინაპირობა იქნება“, – აცხადებდა კაციტაძე.

ტელეკომპანიის წინააღმდეგ ბრძოლა ძმები ნანეტაშვილების დევნით არ ამოიწურებოდა. „თრიალეთის“ თანამშრომლების განცხადებით ისინი პირადადაც განიცდიდნენ ზეწოლას ხელისუფლების მხრიდან.

იგივე მდგომარეობა იყო ბევრ სხვა რეგიონშიც. 1990-იანი წლებიდან დაწყებული 2004 წლის მასამდე აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში მედიის განვითარებას მთლიანად ასლან აბაშიძის ავტორიტარული რეჟიმის ხასიათი და სტილი განსაზღვრავდა. „მშვიდობის, დემოკრატიისა და განვითარების დემოკრატიულმა ინსტიტუტმა“, რომელმაც 2003-2004 წლებში შეისწავლა საქართველოს რეგიონებში მედიის მდგომარეობა. ამის შესახებ მეტად საინტერესო და დასაბუთებული დასკვნები წარმოადგინა:

„აჭარის ლიდერი პირადად ეცნობოდა ადგილობრივ მედიაში გამოქვეყნებულ მასალებს რეგიონში და ქვეყანაში მიმდინარე პროცესების შესახებ და აქტიურად ურთიერთობდა მისი რეჟიმის მიმართ ლოიალურ მედიასთან (განსაკუთრებით, ტელევიზიასთან, რომელიც მთელი საქართველოს მასშტაბით მაუწყებლობს), კერძოდ:

- აწვდიდა ინფორმაციას მიმდინარე პროცესებზე;

- მედიის წარმომადგენლებთან ათანხმებდა განსახილველ საკითხთა ნუსხას და წინასწარ ეცნობოდა მის მიმართ დასმულ კითხვებს;

- აჭარის უზენაესი საბჭოს პრესსამსახური ახდენდა მედიის მუშაობის კოორდინირებას, რაც ამ მედიის შინაარსობრივი მხარის ერთფეროვნებასა და ერთსულოვან პოზიციაში აისახებოდა;

- უზენაესი საბჭოს პრესსამსახურის მეშვეობით ხდებოდა არამარტო მედიაორგანიზაციების საინფორმციო პოლიტიკის დაგეგმვა, არამედ მათი საკადრო პოლიტიკის განსაზღვრაც.

თავისუფალი მედიის მიმართ აბაშიძის რეჟიმი ძალადობისა და მორალური ზეწოლის მეთოდს მიმართავდა, რაც შემდეგში გამოიხატებოდა:

- შანტაჟი ახლობელ-ნათესავებთან ანგარიშსწორების მუქარით;

- ფიზიკური შეურაცხყოფა და პირადი ანგარიშსწორების მუქარა;

- ოფისის დარბევა და მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის განადგურება;

- ზეწოლა მესაკუთრეებზე, რომ თავ-თავისი წილები გაეყიდათ ან გაეჩუქებინათ;

- სტამბაზე ზეწოლა, რომ თავისუფალი გაზეთი არ დაბეჭდილიყო. ამის გამო გაზეთის დაბეჭდვა თბილისში ხდებოდა, მაგრამ ამ შემთხვევაშიც აჭარაში შემოტანა ძნელდებოდა მდინარე ჩოლოქის საგუშაგოზე შემოწმების წყალობით;

- არასასურველი მედიაორგანიზაციების წარმომადგენლებთან ინტერვიუებზე და საჯარო ინფორმაციის მიწოდებაზე უარის თქმა“ (საქართველოს რეგიონული... 2005:183)

ასეთი პოზიცია, რა თქმა უნდა, არცთუ იშვიათად იწვევდა „აჭარაში“ მომუშავე ჟურნალისტების გარკვეულ წინააღმდეგობას, რასაც ხელისუფლების მხრიდან სათანადო რეპრესიებიც მოსდევდა. მაგალითისთვის საკმარისია, დავასახელოთ ინფორმაცის რედაქციის მიერ მომზადებული ჟურნალისტური გამოძიება ადგილობრივი წყალგაყვანილობისა და საკანალიზაციო სისტემის რეაბილიტაციისათვის გამოყოფილი რამდენიმე მილიონი ლარის გაფლანგვის შესახებ, რასაც მთავრობასთან სერიოზული შეხლა-შემოხლა მოჰყვა. რედაქციას პირდაპირ აგრძნობინეს – ცხვირს იმაში ჰყოფთ, რაც თქვენი საქმე არ არისო. ყველაფერი კი იმით დამთავრდა, რომ საინფორმაციო სამსახურის უფროსი აიძულეს თანამდებობა დაეტოვებინა. ამის ერთ-ერთ მიზეზად, რაოდენ პარადოქსულადაც არ უნდა ჟღერდეს, მისი გვარი და ვითომდა რესპუბლიკური პარტიის წევრებთან – დავით და ლევან ბერძენიშვილებთან ნათესაური კავშირი დაასახელეს, რაც მტკნარი სიცრუე იყო.

რაც შეეხება ასლან აბაშიძის რეჟიმის დამოკიდებულებას თავისუფალი და „ურჩი“ მედიისადმი, ამის თვალსაჩინო მაგალითია ბათუმის „ტელეარხი-25“-ის ისტორია. 1996 წელს აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის უზენაესი საბჭოს ერთ-ერთი კომიტეტის ხელმძღვანელის შუამავლობით ტელეკომპანიის დამფუძნებლებს მოსთხოვეს ორგანიზაციის 51% ასლან აბაშიძის ოჯახის წევრებისათვის გადაეცათ. მათ უარს პასუხად ის მოჰყვა, რომ მოთხოვნა 84%-მდე გაიზარდა, მაგარმ მალე ამ საქმის მოთავე გახმაურებულ კორუფციულ სკანდალში აღმოჩნდა გარეული, ქვეყნის დატოვება მოუხდა და ეს პროცესიც დროებით შეჩერდა. 1997 წლიდან „25-ე არხმა“ თანამშრომლობა დაიწყო „რუსთავი-2“-თან და გარდა იმისა, რომ მისი პროგრამის ტრანსლაციას ახდენდა, ასევე მონაწილეობდა ამ არხზე არსებულ გადაცემა „კვირის“ მომზადებაშიც. ყოველივე ამან ავტონომიური რესპუბლიკის ხელმძღვანელობის მხრიდან ახალი შემოტევა განაპირობა. 2000 წლის თებერვალში ტელეკომპანიის სამი დამფუძნებელი ადგილობრივი უშიშროების სამინისტროში დაიბარეს და მათი

წილები – სულ 75% ძალით გადააფორმებინეს ამ უწყების ერთ-ერთ თანამშრომელზე. დამფუძნებლებმა ტელეკომპანიის დაბრუნება მხოლოდ ასლან აბაშიძის რეჟიმის დამხობის შემდეგ შეძლეს.

რევოლუციის შემდეგ ადგილობრივი ხელისუფლების დამოკიდებულება თავისუფალ მედიასაშუალებებთან მნიშვნელოვნად შეიცვალა. მათ საშუალება მიეცათ, მოვლენების გაშუქებისას არა ზემოდან მითითებებით, არამედ ჟურნალისტური ეთიკის პრინციპებით იხელმძღვანელონ. მედია აქტიურად იწყებს საგამოძიებო ჟურნალისტიკის დანერგვას, რასაც ხელისუფლება ისევ აგრესიულად ხვდება, მაგრამ ჟურნალისტებზე ზეწოლას უკვე ის ეფექტი აღარა აქვს, რაც წინა ხელისუფლების დროს ჰქონდა – თავისუფალი მედიის წარმომადგენლებს თავის დაცვის საკუთარი მექანიზმები გააჩნიათ, არასამთავრობო სექტორისა და საერთაშორისო ორგანიზაციების ზემოქმედება ადგილობრივ ხელისუფლებაზე საშუალებას აძლევს მათ იმუშაონ მთავრობის თუ სხვა კონკრეტული პოლიტიკური და ეკონომიკური ჯგუფების კონტროლის გარეშე.

„ტელეარხი-25“-სგან განსხვავებით „აჭარის“ ტელერადიოდეპარტამენტი, როგორც აღვნიშნეთ, აბაშიძის რეჟიმის საინფორმაციო პოლიტიკის გამტარებელი იყო და არასდროს აქცევდა ყურადღებას ეკონომიკური, სოციალური, კრიმინოგენული და ადამიანის უფლებების დაცვის თვალსაზრისით ავტონომიურ რესპუბლიკაში არსებულ მძიმე ვითარებას (მისი ფუნქცია ძირითადად ასლან აბაშიძის კულტის დანერგვა იყო). რევოლუციის შემდეგ ამ მხრივ დიდი ცვლილებები არ მომხდარა. იგი ისევ სახელმწიფო საკუთრებაში დარჩა (ფაქტობრივად, მაუწყებლობის ერთადერთი სახელმწიფო სტრუქტურაა საქართველოში) და მის ხელმძღვანელობას აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის მინისტრთა საბჭო ნიშნავს. ისევ აქტუალურია სახელმწიფო სამსახურების გამჭვირვალედ მუშაობისა და საჭირო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის პრობლემა, მაგრამ ახალი დროის გავლენამ, დემოკრატიისა და საჯაროობის მოთხოვნებმა ამ სახელისუფლებო სტრუქტურად ჩამოყალიბებულ მედიაორგანიზაციაშიც შეაღწია. ეს აშკარა გახდა 2005 წლის გაზაფხულზე საინფორმაციო სამსახურის თანამშრომლების გაფიცვისას, რომელიც წარმატებით დასრულდა ადგილობრივი დამოუკიდებელი მედია- და არასამთავრობო ორგანიზაციების მხარდაჭერით. აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის მინისტრთა საბჭო იძულებული გახდა, დაეკმაყოფილებინა ჟურნალისტების მოთხოვნა და შეეცვალა ტელერადიოდეპარტამენტის ხელმძღვანელი, რომელიც ტელეგადაცემებზე ცენზურას აწესებდა.

თავი VI. რეგიონული ტელემაუწყებლობის თანამედროვე პრობლემები

საქართველოში, ზოგიერთი გამონაკლისის გარდა, რეგიონული ტელეკომპანიების საერთო პრობლემა მათი დაფინანსების დაბადი დონეა (რა თქმა უნდა, მხედველობაში გვაქვს დამოუკიდებელი, კომერციული ტელესადგურები და არა აჭარის რეგიონული ტელერადიოდეპარტამენტი, რომელიც, როგორც ადრე აღვნიშნეთ, სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ფინანსდება). ერთი შეხედვით, ელექტრონულ მედიას ბეჭდურთან შედარებით განვითარების უკეთესი პირობები გააჩნია. მას მეტი აუდიტორიის ათვისებისა და მისთვის თავისი პროდუქციის მიწოდების უფრო ხელსაყრელი საშუალებები აქვს. კომერციული რეკლამაც და ფასიანი განცხადებებიც ელექტრონული მედიით უფრო მეტი გადაიცემა. ასე, რომ დამოუკიდებელი არსებობისათვის მას უფრო აქვს ეკონომიკური საფუძველი, მაგრამ სატელევიზიო წარმოება საკმაოდ ძვირადღირებულია და ამ გზით მიღებული შემოსავლები არ კმარა მისი ნორმალური ფუნქციონირებისათვის. ამის შედეგია ხშირ შემთხვევაში მაუწყებლობის პერიოდული შეჩერება, პროგრამების შემცირება, ოპერატიულობაზე უარის თქმა და ა. შ. ტელეკომპანიებიც არცთუ იშვითად სწორედ ეკონომიკური სტაბილურობის მოპოვების მიზნით, მიდიან სხვადასხვა გარიგებაზე ადგილობრივ ხელისუფლებასთან, ეძებენ დამატებითი შემოსავლების წყაროებს. ასე, მაგალითად, ტელეკომპანია „ზარი“ (სამტრედია) გარკვეულ შემოსავალს ღებულობს მისი კუთვნილი შენობისა და ანძის სხვადასხვა კომპანიაზე გაქირავებით, ასევე აქირავებს საკუთარ ანძას ტელეკომპანია „ეგრისიც“. ტელერადიოკომპანია „იმერვიზიას“ (ჭიათურა) თავის ძირითად მეწილე რადიოსთან გახსნილი აქვს კომპიუტერული ცენტრი და უცხოური ენების სასწავლო ცენტრი, საიდანაც მიღებული შემოსავლები საჭიროების შემთხვევაში გამოიყენება საერთო ხარჯების დასაფარავად.

სამაუწყებლო საქმიანობის გარდა, ტელეკომპანია „თრიალეთი“ დაკავებულია სხვადასხვა სახის ბიზნესით, რომელთა შემოსავალი, ძირითადად, ტელევიზიის განვითარებასა და გაუმჯობესებას ხმარდება, ნაწილი კი განკუთვნილია იმ იდეათა რეალიზაციისათვის, რასაც ტელეკომპანიის ხელმძღვანელობა მომავლისათვის გეგმავს. მყარ შემოსავალს იძლევა „ინტერნეტკაფე“, რომელიც კინოთეატრ „გამარჯვების“ შენობაში ფუნქციონირებს და მოსახლეობის ყველა ფენას სთავაზობს ინტრენეტსერვისს.

„ინტერნეტკაფეში“ მომსახურება დილიდან გვიან ღამემდე გრძელდება, მუშაობს აგრეთვე სპეციალურად სათამაშო კომპიუტერებითა და მონიტორებით აღჭურვილი ოთახი, ფუნქციონირებს საერთაშორისო სატელეფონო პუნქტი დილიდან გვიან ღამემდე. აქვე არის კომპიუტერების შემსწავლელი ცენტრი, მომსახურება ა3 და ა4 ფორმატის ქსეროქსით, ფერადი ქსეროქსით, ფაქსითა და კომპაუტერით.

კინოთეატრ „გამარჯვებაში“ მოსახლეობას შეუძლია ფილმების ნახვაც. ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ხელმძღვანელობის დიდი ძალისხმევითა და მონდომებით აღდგა წლების განმავლობაში გაუქმებული კინოდარბაზი, შეკეთდა და ხელახლა თანამედროვე აპარატურით აღიჭურვა კინოსგამშვები ოთახი და დარბაზი, რომელშიც დანგრეული და გაფუჭებული სკამების მეტი არაფერი იყო დარჩენილი. შეკეთდა დაზიანებული სცენა და სახურავი. ფოიეში გაკეთდა რემონტი. ახლა ყველა მსურველს შეუძლია სასიამოვნო გარემოში კინოეკრანზე ფილმის ნახვა. ამასთან უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ საქართველოს რეგიონებში ეს იყო პირველი კინოთეატრი, რომელმაც მუშაობა დაიწყო თანამედროვე Dolby სტანდარტების აპარატურით.

სამწუხაროდ, ასეთი მაგალითები რეგიონებში იშვიათია. არათუ სხვადასხვა სახის ბიზნესი, საქართველოს რეგიონულ ტელემაუწყებლობაში საერთოდ სუსტია მარკეტინგული სამსახური, თუმცა ბევრ ტელეკომპანიაში ფუნქციონირებს სარეკლამო განყოფილება (იგი რეგიონულ ტელეკომპანიების ორგანიზაციულ სტრუქტურაში ყველაზე გავრცელებულია საინფორმაციო სამსახურისა და საბავშვო გადაცემების განყოფილებასთან ერთად). ცალკეულ შემთხვევაში თვითონ ტელესტუდიის მფლობელი ბიზნესმენები ეხმარებიან თავიანთ ორგანიზაციას – ასე, მაგალითად, ტელეკომპანია „თანამგზავრის“ (თელავი) დაფინანსების უდიდესი წილი იმ შემოსავლებზე მოდის, რომელიც მის დირექტორს სხვა ბიზნესიდან აქვს. ასევე დიდ დახმარებას უწევენ ტელეკომპანია „მეცხრე არხს“ (ახალციხე) მისი დამფუძნებლები.

ასე რომ თავისუფალი ელექტრონული მედიის მყარ მოკავშირედ ძირითადად ისევ საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციები რჩებიან, რაც არამარტო ფინანსური თვალსაზრისით განამტკიცებს მათ (თუმცა ბოლო პერიოდში გრანტები სულ უფრო მცირდება), არამედ გულისხმობს შესაბამის დახმარებასაც ხელისუფლების წარმომადგენელთა მხრიდან ზეწოლის შემთხვევაში. ფინანსური თვალსაზრისით, რეგიონული სამაუწყებლო

ტელეკომპანიების პრობლემას წარმოადგენს აგრეთვე დამოკიდებულება ადგილობრივ საკაბელო არხებთან, რომლებიც კანონდარღვევით კონკურენციას უწევენ მათ სარეკლამო საქმიანობაში. მაგალითად, ქ. რუსთავის საკაბელო ტელეარხი მიზერულ ფასებში ჰყიდის სარეკლამო დროს და მიღებულ რეკლამას ძირითადად თვითნებურად ათავსებს მის მიერ რეტრანსლირებული არხების ეთერში, რისი უფლებაც მას, ცხადია, არა აქვს. კანონის ამგვარი უხეში ფორმით დარღვევა ყველაზე მეტად ასევე ქ. რუსთავში განთავსებულ „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანიას“ აზარალებს, რომლის სარეკლამო შემოსავლებმა აღნიშნული გარემოების გამო მკვეთრად იკლო. ქ. თელავში რეგიონულ ტელეკომპანია „თანამგზავრს“ რეკლამის დიდ ნაწილს ართმევს ადგილობრივი საკაბელო მაუწყებელი, რომელიც თითქმის მთელ ქალაქს ფარავს და ერთ არხს იყენებს რეკლამებისა და განცხადებების გამოსაქვეყნებლად. იგივე მდგომარეობაშია რეგიონებში მოქმედი დამოუკიდებელი ტელეკომპანიების უმრავლესობა.

ამგვარ ვითარებას უპირველესად სათანადო საკანონმდებლო ბაზის უქონლობა განაპირობებს და მის შექმნაში თავისი როლი უნდა შეასრულოს საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ. აშშ-ში მაგალითად რამდენჯერმე შეიცვალა კანონები საკაბელო და სამაუწყებლო (სიხშირული) ტელეკომპანიების ურთიერთდამოკიდებულების შესახებ და ამჟამად ფედერალური კანონები საკაბელო ოპერატორებს იმასაც კი ავალდებულებენ, რომ ადგილობრივი სამაუწყებლო სადგურები ჩართონ თავიანთ კაბელში. „არსებითად საკაბელო სისტემის პროგრამირება ორი ტიპისაა: თავისუფალი და არათავისუფალი. ოპერატორის თავისუფალ პროგრამირებაში შედის სამაუწყებლო არხები, რეკლამებით დაფინანსებული სატელიტური ქსელები, ფასიანი სატელიტური არხები და სხვა ფასიანი პროგრამები. არათავისუფალი პროგრამირება შეიძლება შეიცავდეს ადგილობრივ სამაუწყებლო სადგურებს სავალდებულო გაშვების წესით, PEG (საზოგადოებრივი, საგანმანათლებლო, სახელმწიფო დანიშნულების) არხებს, ნაქირავებ არხებს და სხვა. შერჩეული პროგრამებისათვის ფასია გადასახდელი. თავისუფალი პროგრამირების უმეტესობა ფასიანია, არათავისუფალი პროგრამირების უმეტესობა – უფასო... ... საავტორო უფლებების გადასახადი არ ეკისრებათ ადგილობრივი ტელესადგურის სავალდებულო გაშვებისას“ (პრინგლი, მერვე 2001:14,15). 1992 წლის კანონმა კიდევ ერთხელ დაადასტურა საკაბელო სისტემებისათვის

ადგილობრივი საეთერო სამაუწყებლო სადგურების ჩართვის წესები. „მარტივად რომ ვთქვათ, სავალდებულო ჩვენება საკაბელო სისტემისაგან მოითხოვს მის ადგილმდებარეობაში მყოფი კომერციული და არაკომერციული სადგურების ჩართვას“ (პრინგლი... მერვე 2001:17). საქართველოში კანონი მაუწყებლობაზე არაფერს ამბობს ამის შესახებ და, რა თქმა უნდა, არცერთი ადგილობრივი საკაბელო არხი თავის კაბელში არ რთავს ადგილობრივ სამაუწყებლო საეთერო ტელეკომპანიას.

რეკლამებისა და ფასიანი განცხადებების შემცირება დაბლა სცემს რეგიონული ტელეკომპანიების დაფინანსების დონეს და ხელს უშლის მათ საკუთარი საავტორო გადაცემების მომზადებაში. ამის გათვალისწინებით, „საქართველოს რეგიონულ ტელემაუწყებელთა ასოციაციამ“ თხოვნით მიმართა პრეზიდენტ მიხეილ სააკაშვილს და პარლამენტის თავმჯდომარეს დავით ბაქრაძეს რეგიონული ტელემაუწყებლების მიმართ საგადასახადო შეღავათების დროებითი რეჟიმის დაწესების თაობაზე.

„მოგმართავთ თხოვნით, ქართული მასმედიის ერთ–ერთი უმნიშვნელოვანესი რგოლის შენარჩუნებისა და რეგიონულ ტელემაუწყებელთა უმძიმესი მდგომარეობის გამოსწორების მიზნით, გარკვეული ვადით, გაგვათავისუფლოთ გადასახადებისაგან“ – ნათქვამია წერილში.

მოქმედი საგადასახადო კანონმდებლობით, რეგიონული ტელელვიზიები იხდიან საშემოსავლო გადასახადს /შემოსავლის 20%/, ასევე დამატებითი ღირებულების გადასახადს /დღგ/. ამ უკანასკნელს იხდის მხოლოდ 6 რეგიონული ტელეკომპანია, ისინი, ვისი წლიური ბრუნვაც 100 ათას ლარს აღემატება. ასოციაცია ასევე მიმართავს პრეზიდენტს, რომ შეიქმნას სამუშაო ჯგუფი, რომელიც შეიმუშავებს „რეგიონული მაუწყებლების გადარჩენისათვის აუცილებელ ღონისძიებებს“.

ტელემაუწყებლები პარლამენტის თავმჯდომარეს დავით ბაქრაძეს სთხოვენ, რომ პარლამენტმა განახორციელოს საკანონმდებლო ცვლილებები „საარჩევნო კოდექსსა“ და კანონში „მაუწყებელთა შესახებ“, რომლებიც დღეს არსებული სახით, საზოგადოებრივ სათემო და კერძო მაუწყებლებს ავალდებულებს წინასაარჩევნო აგიტაციისათვის უფასო საეთერო დრო გამოუყონ პოლიტიკურ სუბიექტებს. „გთხოვთ, კერძო მაუწყებლები გაათავისუფლოთ ამ ვალდებულებებისაგან ან დააწესოთ შესაბამისი კომპენსაცია“ ნათქვამია წერილში (ეს წერილები ამჟამად განხილვის პროცესშია).

ფინანსების ნაკლებობასთან ერთად რეგიონული ტელეკომპანიების მეორე დიდი პრობლემაა მაუწყებლობის მწირი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა და მისი განახლების აუცილებლობა, რასაც კიდევ უფრო ართულებს მათი ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის ვალდებულების მოახლოება. მართალია, ამ მხრივ წლების მანძილზე ბევრი რამ გააკეთეს დონორმა ორგანიზაციებმა (როგორც II თავში აღვნიშნეთ), ბოლო პერიოდშიც „ასოციაციის“ ძალისხმევით რეგიონები ციფრული აპარატურით მარაგდებოდა, მაგრამ პრობლემა ჯერ კიდევ არაა საბოლოოდ გადაჭრილი. ჟურნალისტიკის არც ერთ სფეროში არაა ის, მჭიდროდ დაკავშირებული ნაწარმოების ხარისხი ტექნიკის ხარისხთან, როგორც ტელევიზიაში – ყველაზე ნიჭიერი ჟურნალისტიც კი ვერ მოამზადებს ელემენტარულ რეპორტაჟს თუ სათანადო ტექნიკით არ იქნება აღჭურვილი.

რეგიონული ტელეკომპანიების კიდევ ერთი ნაკლია ხშირად გაურკვეველი ორგანიზაციული სტრუქტურა, რაც მენეჯმენტის სისუსტეზე მიუთითებს და უპირატესად სუბიექტური ფაქტორებით არის განპირობებული (როცა კომპანიაში ერთი ოჯახიდან 4 დირექტორია წარმოდგენილი, თანმშრომლების რიცხვი ნაკლებია ან ზედმეტი სამაუწყებლო საათებთან შედარებით და ა. შ.)

მაგრამ ყველაზე მეტად დამაფიქრებელია თვითონ რეგიონული მაუწყებლობის სტრუქტურა – არასტაბილური, ჩამოუყალიბებელი სამაუწყებლო ბადეები, რეგიონული პროგრამების უსისტემობა, დროდადრო გამოჩენილი და ისევ გამქრალი ციკლები თუ რუბრიკები, საბოლოოდ კი სამაუწყებლო კონცეფციის გაურკვევლობა. რა თქმა უნდა, ამას ბევრად განსაზღვრავს რეგიონში არსებული სოციალურ-პოლიტიკური და ეკონომიკური ვითარება, კომპანიის ზემოთ განხილული ფინანსური და ტექნიკური სიღარიბე, რაც ხშირად იწვევს პროგრამულ ცვლილებებსა და საკუთარი გადაცემების შემცირებას, არალიცენზირებული პროდუქციის გამოყენებას და სხვ. მაგრამ გარდა ამისა, არსებობს სუბიექტური ფაქტორებიც. მაგალითად, არც ერთი ეს პრობლემა არ აწუხებს აჭარის სახელმწიფო ტელევიზიას, მაგრამ საინფორმაციო გამოშვებების გარდა მისი ყოვლედღიური პროგრამის უდიდეს ნაწილს ფილმები, ტელესერიალები და გასართობი გადაცემები შეადგენს. პოლიტიკური ნების შემთხვევაში აქ შეიძლებოდა გატარებულიყო სერიოზული რეფორმები, რაც მას მართლაც ნამდვილ რეგიონულ მაუწყებლად აქცევდა. ეს მით უფრო აქტუალური ჩანს, რომ აჭარის ტელევიზია არსებითად ერთადერთი სახელმწიფო სტრუქტურაა რეგიონულ ტელესისტემაში (ზოგიერთი რაიონული

გამგეობის წილს ადგილობრივ ტელეკომპანიაში გადამწყვეტი მნიშვნელობა არა აქვს), და, საერთოდ, ქართულ მედიაში ტელემაუწყებლობის დღევანდელი განვითარება კი ამგვარი სტრუქტურის განსახელმწიფოებრიობას გულისხმობს: „გამოხატვის თავისუფლების საერთაშორისო სტანდარტების“ მე-10 ნაწილი პირდაპირ მოითხოვს: „სადაც სახელმწიფო ან სამთავრობო მაუწყებლობები არსებობს, ამ ნაწილის თანახმად, ისინი უნად გარდაიქმნას საზოგადოებრივ მაუწყებლებად... მათ მოეთხოვებათ დაამკვიდრონ მრავალფეროვანი მაუწყებლობა ფართო დიაპაზონის ინფორმაციული, საგანმანათლებლო, კულტურული და გასართობი პროგრამების საშუალებით. საზოგადოებრივი მაუწყებლობა თავისი საქმიანობისას უნდა ითვალისწინებდეს შემდეგ პრინციპებს:

- საზოგადოებას მიაწოდოს ხარისხიანი, დამოუკიდებელი პროგრამები, რომელშიც გათვალისწინებული იქნება საზოგადოების შეხედულებათა მრავალფეროვნება;

- ობიექტური, ზუსტი და დაბალანსებული საინფორმაციო პროგრამები;

- მასალის დიდი არჩევანი, რომელშიც დაბალნსებული იქნება გასართობი და შემეცნებითი პროგრამები;

- მოემსახურება განსხვავებული ინტერესების მქონე მაყურებელს“ (გამოხატვის ... 2004:88,90).

აქედან გამომდინარე, აჭარის ტელევიზიაში უპირველეს ყოვლისა, უნდა გაკეთდეს საბავშვო გადაცემა თან რაც შეიძლება საინტერესო და შინაარსიანი, არ უნდა ჰქონდეს პრიმიტიული ფორმა – დაახლოებით ისეთი, ბავშვებს რომ გამოიყვანენ და ამღერებენ ან ლექსს ათქმევინებენ. აზრობრივად დატვირთული, მხიარული, თემატურად ბავშვებისთვის ადვილად აღსაქმელი უნდა იყოს და არა ისეთი, გენურ მუტაციაზე, ოკულტურ ხელოვნებაზე და შურისძიების მახვილზე რომაა.

ასევე აუცილებელია სპორტული გადაცემა. საწყის ეტაპზე ერთი ზოგადი, ანალიტიკური ტიპის გადაცემაც იკმარებს, სადაც რეგიონში არსებული სპორტის ყველა სახეობა იქნება თავმოყრილი. შემდგომში სპეციალიზებულ გადაცემებზეც შეიძლება ფიქრი. სასურველია ინტელექტუალური გადაცემაც, რომელშიც რეგიონის წარჩინებული მოსწავლეები, სტუდენტები, და სხვადასხვა პროფესიის ინტელექტუალი ადამიანები წარმოაჩენენ ცოდნას და გამოცდიან საკუთარ თავს. მსგავსი ფორმატის გადცემა რამდენიმე წლის წინ გადიოდა აჭარის ტელევიზიაში თუმცა მალევე დაიხურა. უნდა იყოს რაც შეიძლება მეტი

რეპორტაჟი მაღალმთიანი სოფლებიდან. ყველანაირი ტიპის გადაცემაში საჭიროა მოსახლეობის ყველა ფენის ჩართვა და მათი გააქტიურება. და, რაც მთავარია, „აჭარის“ ეკრანზე საჭიროა ანალიტიკური, პოლიტიკური შოუების დაბრუნება, სადაც რეგიონში და ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესები იქნება განხილული.

საერთოდ, ჟურნალისტური გამოძიებების, ტოქშოუების, ანალიტიკური თუ სადისკუსიო პროგრამები რეგიონულ ტელემაუწყებლობაში განსაკუთრებულ მხარდაჭერას საჭიროებს (რასაც კარგად გრძნობდნენ დონორი ორგანიზაციები და ითვალისწინებდნენ კიდეც საგრანტო პროგრამებში). ტექნიკური და კვალიფიციური კადრების უკმარისობის თუ პოლიტიკური კონიუქტურის გამო ბევრი ტელეკომპანია დღემდე ვერ ახერხებს ანალიტიკური და დამოუკიდებელი ჟურნალისტური გამოძიების მიმართულების განვითარებას, რაც მათ საშუალებას მისცემდა, რეგიონში არსებული პრობლემები სრული ასპექტით გაეშუქებინათ და სრულიად დაეკმაყოფილებინათ ადგილობრივი აუდიტორიის ინფორმაციული მოთხოვნილებანი. დღევანდელი სახით ისინი უმეტესად მომხდარი მოვლენების კონსტატაციას და მშრალი ინფორმაციის მიწოდებას ახერხებენ.

ზოგიერთ შემთხვევაში ადგილობრივ ხელისუფლებასთან ურთიერთობის გაფუჭების გარდა ამგვარ პოზიციას კრიმინალური ჯგუფების მხრიდან ზეწოლაც განაპირობებდა და გარკვეულ რისკთან იყო დაკავშირებული. ცნობილია, როგორ ცდილობდნენ თავის დროზე „მხედრიონის“ (არასახელისუფლო სამხედრო ფორმირების) წარმომადგენლები ტელეკომპანიებზე – „ბორჯომი ტვ“-სა და „არგოზე“ (ზესტაფონი) კონტროლის დამყარებას. მსგავსი ცდები კრიმინალური ჯგუფებისაგან იყო სხვა რეგიონებშიც. ოზურგეთში, მაგალითად, კრიმინალების შიშით ბიზნესმენები ერიდებოდნენ ადგილობრივ ტელეკომპანია „გურიის“ ეთერში რეკლამის განთავსებას.

შემთხვევითი როდი იყო, რომ ჟურნალისტების მიერ ჟენევაში დაფუძნებულმა საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაციამ PRESS EMBLEM CAMPAICN (PEC) საქართველო შეიყვანა იმ ქვეყნების სიაში, სადაც ჟურნალისტებისათვის მუშაობა სახიფათოა.

თვითონ ჟურნალისტების მხრიდან რეგიონულ ტელემაუწყებლობაში ყველაზე დიდი პრობლემაა პროფესიული მომზადების დაბალი ხარისხი.

„პროფესიებს შორის ჟურნალისტის პროფესია, ალბათ ყველაზე ღიაა. უდიპლომო ჟურნალისტები განსაკუთრებით ჭარბობენ ახალი დემოკრატიის ქვეყნებში, სადაც, წლების განმავლობაში მახინჯდებოდა სინამდვილე, სადაც ჟარნალისტიკა პროპაგანდის ხანგრძლივ ტყვეობაში იმყოფება და ამის გამო ჟურნალისტური რესურსი, რომელიც ახალ პირობებში სიმართლეზე ანუ დაბალანსებულ ინფორმაციაზე მოთხოვნას დააკმაყოფილებდა, მწირზე–მწირია. შედეგად ახალი დემოკრატიის ქვეყნებში, სადაც, როგორც წესი, მედიაპროდუქტის ფორმაზე მნიშვნელოვანი შინაარსია, მკითხველის, მსმენელის თუ მაყურებლის ინფორმირებაზე დიპლომიან ჟურნალისტებთან ერთად ზრუნავენ ყოფილი ფიზიკოსები, ფილოლოგები, ინჟინრები, იურისტები და ა. შ.

ნებისმიერი ტელეკომპანია უნდა ითვალისწინებდეს თანამედროვე დემოკრატიული მედიის ერთ–ერთ უმთავრეს პრინციპს – ობიექტურობას, რაც მიუკერძოებლობას, სხვადასხვა თვალსაზრისისა და პოზიციის აუდიტორიისათვის თანაბრად მიწოდებასა და განმარტებას გულისხმობს. ეს განსაკუთრებით ეხება ტელევიზიას, რადგან იგი „აყალიბებს მაყურებლის აზრს, განსაზღვრავს მის შეხედულებას გარემომცველ სამყაროზე, რაც რეალურად განაპირობებს ტელეჟურნალისტების სოციალური პასუხისმგებლობის, პროფესიონალიზმის, კომპეტენციისა და პოლიტიკური ერუდიციის ამაღლების აუცილებლობას. ჟურნალისტის შემოქმედებითი თავისუფლება ყოველთვის უკავშირდება მის სოციალურ პოზიციას. იგი შეიძლება იდგეს გარკვეული ჯგუფის პოზიციაზე, მაგრამ უნდა გააჩნდეს მაღალი პოლიტიკური კულტურა, რაც საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ცხოვრების სფეროში კომპეტენტურობის გარდა პოლიტიკური საქმიანობის ნორმებისა და ქცევის კოდექსის დაცვასაც გულისხმობს“ (გამოხატვის თავისუფლება... 2004:106).

რა თქმა უნდა, გულუბრყვილობაა ჟურნალისტებისაგან აბსოლუტური ობიექტურობის მოთხოვნა, თუმცაღა აუცილებელია პროფესიული ეთიკის გარკვეული წესების დაცვა, რაც ადამიანებს საშუალებას მისცემს თავად მიიღონ გადაწყვეტილებები წინასწარ თავსმოხვეულის სანაცვლოდ. ასეთი ჟურნალისტები რეგიონში უფრო ცოტაა, ვიდრე დედაქალაქში. რა პროფესიონალიზმზე შეიძლება ლაპარაკი, თუ რეგიონულ ტელეკომპანიებში ჟურნალისტის ყოველთვიური ანაზღაურება საშუალოდ 100-დან 250 ლარს (ანუ მაქსიმუმ 150 დოლარს) შეადგენს? მაგალითად, ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ხელმძღვანელობას მიაჩნია, რომ არ ჰყავს ნამდვილი პროფესიონალი

ჟურნალისტები. ხშირად ხდება კადრების ცვლა, რასაც თვითონ განთავისუფლებული ჟურნალისტები იმით ასაბუთებენ, რომ ხელფასები აქვთ მინიმალური, ხოლო სამუშაო გრაფიკი ძალიან გადატვირთული. აქედან გამომდინარე, არა მხოლოდ აქ, არამედ ბევრ ტელეკომპანიაში შემდეგნაირი სიტუაცია იქმნება: პიროვნება მოდის, მუშაობას იწყებს და როდესაც დაეუფლება უკვე თავის ხელობას, ტოვებს სამსახურს, რადგან მისთვის არსებული ხელფასი უკვე ძალიან ცოტაა. ამიტომ ტელეკომპანიის კოლექტივი თითქმის ყოველთვის პროფესიული დახელოვნების პროცესშია.

ეს სიტუაცია რამდენადმე გამოსწორდა დონორი ორგანიზაციების – „ინტერნიუსის“, „აირექსისა“ და სხვების დახმარებით, რომლებიც მასობრივად აწყობდნენ სემინარებსა და ტრენინგებს რეგიონებში მოღვაწე ჟურნალისტებისათვის, თუ სხვა სპეციალისტებისათვის, აყალიბებდნენ სხვადასხვა კურსებს და ა. შ. ბოლო წლებში აქტიურად მუშაობს ამ მიმართულებით „საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაცია“, რომელსაც თითოეული რეგიონული ტელეკომპანიის 2-3 თანამშრომელი მაინც ჰყავს მომზადებული, მაგრამ კადრების გადამზადების პრობლემა ჯერ ისევ რჩება და მის საბოლოოდ გადაჭრას პერსპექტივაში დიდი ძალისხმევა დასჭირდება.

ჟურნალისტის პროფესიული განათლება, თუნადაც საკუთარი ფუნქციების, უფლებებისა და მოვალეობების ცოდნა, მისი საქმიანობის მრავალ ასპექტს უკავშირდება, პირველ რიგში კი – ადგილობრივ ხელისუფლებასთან ურთიერთობას. „ვარდების რევოლუციამდეც“ და მის შემდეგაც რეგიონულ ტელეკომპანიასა და ადგილობრივ ხელისუფლებასთან ურთიერთობებში პრობლემები უცვლელი რჩება. თავი რომ დავანებოთ გამგეობის სხდომებზე მათი დასწრების აკრედიტაციის უკანონოდ გაუქმების ფაქტებს, ჟურნალისტებისათვის ხშირად მიუწვდომელი ხდება სათანადო ინფორმაციის მოპოვება. ბევრ შემთხვევაში ეს ინფორმაციის დამალვის სურვილით კი არა, ადმინისტრაციული და სამოქალაქო სამართლის ნორმების არცოდნითაა გამოწვეული. ჟურნალისტმა უნდა იცოდეს, რომ ვალდებული არაა დაასაბუთოს ოფიციალური დოკუმენტის ხელმისაწვდომობასთან დაკავშირებული მოთხოვნა და მოთხოვოს ხელისუფლების წარმომადგენლებს არსებული სამართლებრივი აქტების შესრულება, „...რადგანაც წინამდებარე სამართლებრივი აქტი კონცენტრირებულია პირთა მოთხოვნაზე ხელი მიუწვდებოდეს ოფიციალურ

დოკუმენტებზე, საჯარო ხელისუფლებამ უნდა იკისროს ვალდებულება, გაატაროს აქტიური საინფორმაციო პოლიტიკა, რომლის მიზანი იქნება საზოგადოებისთვის ხელმისაწვდომი გახდეს ნებისმიერი ინფორმაცია, რომელიც სასარგებლოდ ჩაითვლება გამჭირვალე, დემოკრატიულ საზოგადოებაში“ (მედიასთან... 2004:349).

ჟურნალისტების პროფესიონალიზმს უკავშირდება რეგიონული ტელემაუწყებლების (და არამარტო მათი) მეორე დიდი პრობლემა – ჟურნალისტური ეთიკის პრინციპების დაცვა, რადგან არ არსებობს ჟურნალისტეის საქმიანობის არცერთი საკითხი ზნეობრივ გააზრებას რომ არ საჭიროებდეს. ჟურნალისტების ნაწილს მოსწონს კანონის მიერ მინიჭებული ძალაუფლება და არ მოსწონს სტანდარტის თუ ეთიკის დაცვაზე საუბარი. ჟურნალისტების მეორე ნაწილი კი მზადაა, ეთიკური პრინციპების შესაბამისად იმუშაოს, მაგრამ ეშინია, რომ სტანდარტის დაცვის მოთხოვნა, სინამდვილეში, ცენზურად გადაიქცევა.

სამართლიანად შენიშნავდა პარიზის უნივერსიტეტის პროფესორი კლოდ-ჟან ბერტრანი: „სავსებით ბუნებრივია, რომ ყოფილ საბჭოთა ქვეყნებში ჟურნალისტები თავს არიდებენ საზოგადოების წინაშე პასუხიმგებლობას, რადგან მას სახელმწიფოს მხრიდან კონტროლთან აიგივებენ. მარტივად რომ ვთქვათ, ისინი უარს ამბობენ ეთიკის კოდექსზე. მათ სურთ, რომ იყვნენ თავისუფალნი და თვითშემოქმედნი. მათ თავიანთი თავი პოლიტიკური არენის შემოქმედებად და მსახიობებად წარმოუდგენიათ და არა ინფორმაციის მომპოვებლად და გამავრცელებლებად. შედეგად ვიღებთ კონფლიქტს“ (ჟურნალისტური ეთიკა... 2003:43).

სტანდარტის ნებაყოფლობით დაცვა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იმ პირობებში, რომ კანონი „სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ“ მეტად ლიბერალურია. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ჩინოვნიკებთან თუ კერძო პირებთან დაპირისპირების შემთხვევაში კანონი თითქმის ყოველთვის ჟურნალისტს იცავს, რაც მას ზოგჯერ სიფრთხილეს უკარგავს, ძალას მატებს და ბევრ უღირს საქციელს ადენინებს.

ყველაზე დიდი ეთიკური პრობლემა, რაც რეგიონული ტელეკომპანიების პრაქტიკაში გვხვდება, ეს არის ადგილობრივ ხელისუფლებასთან გარიგება. ტელეკომპანიების ის ნაწილი, რომელიც ადგილობრივმა ბიზნესმენებმა დაარსეს, ხშირად მათი მფლებელების ეკონომიკური და პოლიტიკური გავლენის

მოსაპოვებლადაა გათვალისწინებული და, ცხადია, არ გამორიცხავს ხელისუფლებასთან ინტერესთა ერთიანობას (მით უმეტეს, რომ საქართველოს თითქმის ყველა რეგიონში არსებობს ხელისუფლებასთან მეტ-ნაკლებად დაახლოებული ბიზნესკლანები). არც სხვა ტელეკომპანიების ხელმძღვანელები ერიდებიან ადგილობრივ მმართველობისგან გარკვეული პრივილეგიების მიღებას, განსაკუთრებით, ფინანსების შევსების თვალსაზრისით (ამის შესახებ ჩვენ წინა თავშიც აღვნიშნეთ) იმ პირობით, რომ გვერდს აუვლიან ეკრანზე ხელისუფლებისთვის არასასურველი თემების წარმოჩენას. ასე მაგალითად, ქარელის ყოფილმა გამგებელმა ყოფილი პარლამენტარი და თავის დროზე ტელეკომპანია „თრიალეთის“ დამაარსებელი ბადრი ნანეტაშვილი გამოძალვაში დაადანაშაულა და განაცხადა, რომ თავად ის კომერციული გარიგებებს მასთან ახორციელებდა და პოზიტიური ინფორმაციის სანაცვლოდ წელიწადში 12 ათას ლარს უხდიდა. გარდა ამისა, იგი, როგორც კასპის გამგებელი, რაიონის ბიუჯეტიდან ყოველთვიურად ტელეკომპანია „თრიალეთის“ ანგარიშზე 500 ლარს, ხოლო გაზეთის ანგარიშზე 200 ლარს რიცხავდა. წინააღმდეგ შემთხვევაში მათ შესახებ როგორც ტელეეკრანზე, ისე გაზეთში არაობიექტური და კრიტიკული მასალები ქვეყნდებოდა. უფრო მეტიც, ერთ-ერთი ჟურნალისტის განცხადებით, თუ პრეზიდენტის რწმუნებული ქართლში მიხეილ ქარელი „თრიალეთის“ ახლანდელ ხელმძღვანელს ჯონი ნანეტაშვილს (ბადრი ნანეტაშვილის ძმას) სუფრაზე (როგორც ჩანს, რომელიმე ოფიციალურ შეხვედრაზე) არ მიიწვევდა, იგი მათ მაშინვე რაიმე უარყოფითი მასალის მოძიებას ავალებდა. აღარ შევჩერდებით გამოძალვისა თუ ანგაჟირებულობის სხვა ფაქტებზე, რაც ცალკეული ჟურნალისტების საქმიანობას უკავშირდება არაერთ რეგიონში.

ამას ემატება ჟურნალისტების არცთუ მცირე ნაწილის მიდრეკილება თვითრეკლამისა და პიროვნული ამბიციებისაკენ, რაც რეგიონულ მედიას ისევე ახასიათებს, როგორც ცენტრალურს. ბევრი ახალგაზრდა ჟურნალისტიკაში სწორედ სწრაფი და იოლი წარმატების სურვილით მოდის – მათ ჟურნალისტიკა ძალაუფლების მოპოვების რეალურ გზად ესახებათ და ნაკლებად ფიქრობენ იმაზე, თუ რამდენად არის მისაღები და ზნეობრივად გამართლებული მათი საქციელი, რა ძირითადი ეთიკური პრობლემების წინაშე დგას თანამდროვე ჟურნალისტიკა. ხშირად ამას კომპანიაში კონფლიქტიც მოსდევს. მაგალითად, რამდენიმე წლის დაარსებული იყო ტელეკომპანია „მეგა ტვ“ (ხონი), როცა იქ

ჟურნალისტთა ხუთკაციანი ჯგუფი მივიდა საინფორმაციო პროგრამის შესაქმნელად, მაგრამ მალე გაირკვა, რომ მათი ძირითადი მიზანი პირადი ამბიციებისათვის ეთერის გამოყენება იყო და კომპანიის ხელმძღვანელობა იძულებული გახდა, ისინი სამსახურიდან დაეთხოვა.

ჟურნალისტური ეთიკის პრინციპები ხშირად უპირისპირდება მოძველებულ ადათ-წესებს თუ საზოგადოებაში ფეხმოკიდებულ პროვინციულ შეხედულებებსაც. რეგიონში არსებულ პატარა ქალაქებსა თუ რაიონულ ცენტრებში ყველა ერთმანეთს იცნობს და ნათესაობით თუ სხვა ურთიერთობით არის ერთმანეთთან დაკავშირებული. როგორ შეიძლება ადგილობრივ მედიაში ისეთი მასალა გამოქვეყნდეს, რომელიც „შენიანს“ ავნებს ან, უბრალოდ, არ მოეწონება, თუნდაც მისი საქციელი საზოგადოებისათვის საზიანო ან მიუღებელი იყოს? წარმოიშობა კონფლიქტი სარედაქციო პოლიტიკასა თუ ჟურნალისტის მოვალეობასა და ნაცნობ-ნათესავებთან დამოკიდებულებას შორის. იგივე ხდება სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიების ადგილობრივ ორგანიზაციებთან დამოკიდებულებაშიც.

მიუხედავად ამ ხარვეზებისა, რეგიონული ტელემაუწყებლობისა და, საერთოდ, ადგილობრივი მედიის განვითარება საზოგადოებისა და თავად ჟურნალისტური წრეების სულ უფრო მეტ ყურადღებას იპყრობს. სპეციალისტების ერთი ნაწილის მოსაზრებით, იმის გამო, რომ რეგიონული მედიაორგანიზაციები ხელისუფლებისაგან მეტ-ნაკლებად დამოუკიდებლები არია, სწორედ რეგიონებიდან უნდა დაიწყოს იმ ორგანიზაციის შენება, რომელიც ქართული ჟურნალისტიკის სტანდარტს ჩამოაყალიბებს და ნდობას მისი დაცვით მოიპოვებს. რამდენად რეალურია, ასეთი პერსპექტივა, ალბათ, დრო გვიჩვენებს, მაგრამ ცხადია, რომ ამისათვის ჯერ თვითონ ამ მედიაორგანიზაციებს უნდა ჰქონდეთ ფუნქციონირებისათვის საჭირო გარემოს სტანდარტებთან მიახლოებული პირობები.

დასკვნა

რეგიონული ტელევიზიის განვითარება დღეს საზოგადოების სულ უფრო მეტ ინტერესს იწვევს, რაც მაუწყებლობის დემონოპოლიზაციისა და დეცენტრალიზაციის საერთო პროცესებთანაა დაკავშირებული. ტელევიზიის რეგიონული სტრუქტურები ჩვენში გარკვეულწილად ადრეც არსებობდა (აფხაზეთისა და აჭარის ტელევიზიები ჯერ კიდევ საბჭოთა ხელისუფლების დროს, რასაც დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ ქუთაისში „დასავლეთ საქართველოს ტელერადიოკომპანია“ და ზუგდიდში „სამეგრელოს მხარის ტელერადიოკომპანიაც“ დაემატა), მაგრამ ყველა მათგანი საქართველოს ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის ერთიან სისტემაში იყო გაერთიანებული და სახელმწიფო კონტროლს ექვემდებარებოდა. რეგიონებში ადგილობრივი ტელესტუდიების მასობრივი წარმოშობა დაიწყო მხოლოდ მას შემდეგ, რაც ნებადართული გახდა კომერციული, დამოუკიდებელი მაუწყებლობის ორგანიზაცია და იგი თავდაპირველად ძირითადად, საკაბელო არხების სახით ჩამოყალიბდა. სამაუწყებლო (საეთერო) ტელეკომპანიები, ერთი-ორი გამონაკლისის გარდა, შეიქმნა სამოქალაქო ომის შემდგომ პერიოდში – 1991-2000 წლებში.

დღეს საქართველოში სამ ათეულამდე რეგიონული ტელეკომპანია ფუნქციონირებს – ვგულისხმობთ ყველა იმ ტელესადგურს, რომელიც დედაქალაქის გარეთ რომელიმე ერთი ქალაქის თუ რაიონის ფარგლებში მაუწყებლობს, თუმცა შესაძლოა დაფარვის ზონა მეზობელ რაიონებს და, ზოგიერთ შემთხვევაში, მთელ მხარესაც კი მოიცავდეს. ამ ტელეკომპანიების უმრავლესობა კერძო, დამოუკიდებელი სტრუქტურაა – ერთადერთი გამონაკლისია აჭარის ტელევიზია, რომელიც ავტონომიური რესპუბლიკის სახელმწიფო დეპარტამენტს წარმოადგენს და კიდევ რამდენიმე კომპანიაში გარკვეული წილი ეკუთვნის ადგილობრივ მმართველობას. თუმცა ზოგიერთი ტელეკომპანიის არსებობის ისტორია 15-20 წელს ითვლის, ჩვენი ანალიზის საგანი იყო მათი საქმიანობა ბოლო ათწლეულში – 2001-2010 წლებში, მაგრამ საჭიროების შემთხვევაში ვეხებოდით ადრე მიმდინარე პროცესებსაც, რაც საქართველოში რეგიონული ტელემაუწყებლობის აღმოცენებასა და ჩამოყალიბებას უკავშირდებოდა.

კვლევის შედეგად მიღებული დასკვნები მოკლედ შეიძლება რამდენიმე პუნქტად ჩამოვაყალიბოთ:

1. საქართველოში დამოუკიდებელი რეგიონული ტელემაუწყებლობის წარმოშობა და განვითარება განპირობებულია სამი ძირითადი ფაქტორით. ესაა: 1) ქვეყანაში მიმდინარე დემოკრატიზაციის პროცესი, რომელმაც ბოლო მოუღო ინფორმაციაზე სახელმწიფო კონტროლის სისტემას და შესაძლებელი გახადა ტელემაუწყებლობის რეალური პლურალიზაცია – საბჭოთა ტელევიზიის ხისტი ვერტიკალური სისტემიდან სხვადასხვა ტელეორგანიზაციების ჰორიზონტალურ კავშირებზე გადასვლა; 2) მოსახლეობის მზარდი ინტერესი ადგილობრივი ინფორმაციისადმი და მედიის საშუალებით საკუთარი პოზიციის გამოხატვის მოთხოვნილება და 3) ადგილობრივი და საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაციების (ძირითადად უცხოური დონორი ორგანიზაციების) სისტემატური ფინანსური, სამართლებრივი და მორალური მხარდაჭერა. ანგარიშგასაწევია ისიც, რომ ცენტრალური არხებისაგან განსხვავებით, რომლებსაც ნაკლებად მიუწვდება ხელი რეგიონული პრობლემების ასახვაზე, ადგილობრივი დამოუკიდებელი მედია ცდილობს, სრულად მოიცვას ეს პრობლემები – იგი დაინტერესებულია პოლიტიკის, ეკონომიკის, მათთან დაკავშირებული კორუფციისა და დანაშაულებრივი ეკონომიკური საქმიანობის საკითხებით, ყოფითი კრიმინალით, სოციალური და ჯანდაცვის სფეროებით და ა. შ.;

2. საქართველოში ჩამოყალიბდა რეგიონული ტელემაუწყებლობის ორი ფორმა: პირველს წარმოადგენენ ტელეკომპანიები, რომლებიც თავად ავსებენ თავიანთ ეთერს გარედან მოპოვებული ლიცენზირებული თუ არალიცენზირებული პროდუქციით, რასაც ემატება საკუთარი გადაცემების მცირე ნაწილი, დღეში საშუალოდ 2-3 საათის მოცულობით; უმრავლესობა კი თავის ეთერს უთმობს ამა თუ იმ ცენტრალურ (საერთო ეროვნულ) არხს და მის პროგრამაში რთავს საკუთარი გადაცემების ბლოკს, ასევე 2-3 საათის ხანგრძლივობით. ამგვარი თანამშრომლობა საშუალებას აძლევს სუსტ რეგიონულ ტელეკომპანიას თავისი საეთერო დრო ძლიერი ტელეკომპანიის პროგრამით შეავსოს, ხოლო ძლიერს – უზრუნველყოს თავისი გადაცემების ტრანსლაცია განსაკუთრებული დანახარჯების გარეშე მთელი ქვეყნის მასშტაბით. ეს რამდენადმე ჰგავს აშშ-ში დამკვიდრებულ ნაციონალური ქსელების სტრუქტურას, სადაც ენ-ბი-სის, სი-ბი-ესისა და ეი-ბი-სის ასეულობით ტელესადგური ჰყავთ პარტნიორად ქვეყნის სხვადასხვა კუთხეში. საქართველოში მაუწყებლობის ასეთი ფორმა ადრე არ არსებობდა;

3. თითქმის ოცი წლის მანძილზე, რაც საქართველოში უცხოური დონორი

ორგანიზაციები საქმიანობენ, გამოიკვეთა რეგიონული ტელეკომპანიებისათვის მათი დახმარების სამი მიმართულება: 1) გრანტები ტექნიკური ბაზის განახლებისა და განვითარებისათვის, 2) გრანტები ცალკეული სამაუწყებლო პროექტის განხორციელებისათვის (ხშირად ისინი ერთმანეთთან არიან დაკავშირებული) და 3) სწავლება-ტრენინგები კადრების პროფესიული მომზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლებისათვის (აგრეთვე სათანადო ლიტერატურის ქართულად თარგმნა და გამოცემა). ამას ემატებოდა ადვოკატირებაც – რეგიონული ტელეკომპანიების დაცვა ხელისუფლების ზეწოლისაგანა და აქტიური მხარდაჭერა მათი უფლებების განმტკიცებაში;

4. საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციების დამსახურებაა დამოუკიდებელი რეგიონული ტელეორგანიზაციების ინტეგრაციისათვის ხელისშეწყობაც. 1996 წელს ამერიკული არასამთავრობო ორგანიზაცია „ინტერნიუსი ნეტუორკის“ აქტიური მხარდაჭერით შეიქმნა „საქართველოს სატელევიზიო ქსელი („თი-ენ-ჯი“), ეს იყო საქართველოს დამოუკიდებელ ტელემაუწყებელთა პირველი გაერთიანება (სულ 16 ტელეკომპანია), რომელსაც მოგვიანებით 2005 წელს, მოჰყვა „საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციის“ დაარსება. მას თავიდან ტექნიკურ დახმარებას უწევდნენ „ინტერნიუსი“ და „აირექსი“, ამჟამად კი ტექნიკურად და ფინანსურად ეხმარებიან: ჰოლანდიური ორგანიზაცია „პრეს ნაუ“, „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდი“, ფონდი „ღია საზოგადოება – საქართველო“ და აშშ-ის საელჩო საქართველოში. ასოციაციის მიზანია ხელი შეუწყოს რეგიონული სამაუწყებლო კომპანიების მდგრად განვითარებას, რათა საზოგადოებისათვის ხელმისაწვდომი იყოს თავისუფალი სიტყვა და გაიზარდოს მისი ინფორმირებულობა და საზოგადოებრივი აქტივობა. იგი ამჟამად 24 ტელეკომპანიას აერთიანებს და მათი მონაწილეობით ამზადებს ყოველკვირეულ ტელეპროგრამას „მრავალკუთხედს“, რომელიც ყველა წევრის ეთერში გადაიცემა. ასოციაცია აქტიურად მუშაობს „ევროპის რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციაში (CERCOM)“ გაწევრიანებისათვის, პარალელურად უკავშირდება სხვა საერთაშორისო გაერთიანებებსაც, როგორიცაა: „უნისეფი“, „ომისა და მშვიდობის გაშექების ინსტიტუტი“, „რეგიონული მედიის ასოციაცია“ და სხვ.;

5. მედიასივრცე საქართველოს რეგიონების მიხედვით არაერთგვაროვანია, რასაც განაპირობებს გეოგრაფიული მდებარეობა, მასშტაბი, ეკონომიკური და კულტურული განვითარების დონე და ა. შ. რეგიონულ ტელეკომპანიებს შორის

განსხვავებას განსაზღვრავს დაფარვის ზონის მოცულობა, საეთერო დრო. ამ დროში საკუთარი გადაცემების ხანგრძლივობა და სამაუწყებლო ბადის სტრუქტურა. ყველა რეგიონული ტელემაუწყებელი გადასცემს ახალ ამბებს (ძირითადად ადგილობრივს), მაგრამ მათი საინფორმაციო სამსახურების სიმძლავრე ერთმანეთისაგან მკვეთრად განსხვავებულია. თუ ტელეკომპანიების მცირე ნაწილი ყოველდღიურად იძლევა ეთერში საინფორმაციო პროგრამას, ხოლო ზოგიერთი რამდენჯერმეც, უმეტესობა კვირაში 3-4 გამოშვებითაც კმაყოფილდება. რამდენიმე ტელეკომპანია კვირის მოვლენების შემაჯამებელ საინფორმაციო-ანალიტიკური პროგრამის გამოშვებასაც ახერხებს. სხვა გადაცემებიდან რეგიონული ტელეპროგრამებისათვის ტიპურია პოლიტიკური, ძირითადად, ინტერაქტიური ტოქშოუები, საბავშვო და რელიგიური გადაცემები. უფრო იშვიათად აისახება მხარის ისტორიისა და ეთნოგრაფიის საკითხები. თითქმის ყველა რეგიონული არხის უდიდეს ნაწილს შეადგენს გასართობი პროდუქცია – სხვადასხვა გზით მოპოვებული (რადგან ტელეპროგრამების ბაზარი საქართველოში არ არსებობს), კინო და ვიდეო პროდუქცია, მუსიკალური კლიპები და ა. შ.

6. რეგიონული ტელემაუწყებლობის უმწავავესი პრობლემაა ეკონომიკური მდგრადობა. ადგილებზე სუსტადაა განვითარებული ანდა საერთოდ არ არსებობს სარეკლამო ბაზარი, მცირეა ფასიანი განცხადებების, მილოცვებისა თუ ნეკროლოგების გადაცემით მიღებული შემოსავალიც. დამოუკიდებელი ტელეკომპანიების გადარჩენის გზა ფინანსურად მომგებიან კავშირებში ჩაბმაა: მათ ან უნდა გაიმარჯვონ საერთაშორისო ორგანიზაციების სხვადასხვა მიზნით წარმოებულ კოალიციურ და მედიის განვითარებაზე მიმართულ პროექტებსა და პროგრამებში ან ადგილობრივ ხელისუფლებასა და პოლიტიკურ-ეკონომიურ ჯგუფებთან ითანამშრომლონ; ერთგვარ ოპტიმიზმს მხოლოდ ის იწვევს, რომ რეგიონული ტელემაუწყებლობის დამოუკიდებლობისა და განვითარების უზრუნველყოფა მეტად აქტუალურია და საზოგადოებისა და დონორების ყურადღების ცენტრშია. ეს ტენდენცია განაპირობებს პარტნიორების, დაფინანსებისა და სხვა რესურსების მომზადების მაღალ ალბათობას;

7. რეგიონული ტელესტუდიის ტექნიკური აღჭურვილობის დონეს ძირითადად განსაზღვრავს მისი ჩართულობა პოლიტიკური და ეკონომიკური ინტერესების მქონე სხვადასხვა ჯგუფებში თუ საზოგადოებრივი და სარეთაშორისო ორგანიზაციების ქსელებში. როგორც სიტუაციის ანალიზიდან

ჩანს, ტექნიკური თვალსაზრისით, უკეთესი პირობებით საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციების დახმარების მიმღები ორგანიზაციები გამოირჩევა. მიუხედავად ასეთი დახმარებისა, პროფესიული სატელევიზიო ტექნიკის ნაკლებობა და აღჭურვილობის განახლების აუცილებლობა ტიპიური თითქმის ყველა რეგიონული ტელეკომპანიისათვის. მდგომარეობას ართულებს ასევე კომპანიების მხრიდან ახალი მედიის ათვისების საჭიროება და ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის ვალდებულების მოახლოება.

8. ფინანსური რესურსების ნაკლებობის გამო რეგიონული ტელეკომპანიების დიდ უმრავლესობას უჭირს შეასრულოს გამკაცრებული მოთხოვნები ლიცენზირებული და ქართულ ენაზე გახმოვანებული ან სუბტიტრირებული პროდუქციის ტრანსლირებაზე, რის შედეგადაც მათ ექმნებათ პროგრამების დეფიციტი და შესაძლოა, ნაკლებკონკურენტულები გახდნენ.

9. რეგიონული ტელემაუწყებლობის განვითარების უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია კვალიფიციური კადრების არსებობა, რაც უკავშირდება ტელეკომპანიის ეკონომიკურ მდგრადობას, ქალაქს, სადანაც იგი მაუწყებლობს, მის ინფრასტრუქტურას და ა. შ. უფრო კვალიფიცირებული კადრები რეგიონის ადმინისტრაციულ ცენტრსა და მსხვილ ინდუსტრიულ ქალაქებში არსებულ კომპანიებს ჰყავთ. წვრილ აგრარულ რაიონულ ცენტრებში ეთერი ძირითადად მოყვარულების ხელშია. დაბალი ანაზღაურების გამო (თვიურად 100-250 ლარი) ვერ ხერხდება მათი შევსება ახალგაზრდა კადრებით. ჟურნალისტიკის სფეროში განათლებამიღებული ახალგაზრდები დედაქალაქში ან ადგილზე სხვადასხვა არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციებში ამჯობინებენ მუშაობას. მართალია, ამ მიმართულებით დიდი მუშაობა გასწიეს უცხოურმა დონორმა ორგანიზაციებმა „ინტერნიუსმა“ და „აირექსმა“, პრობლემა ბოლომდე მაინც არაა გადაჭრილი.

10. რეგიონებში ასევე უმნიშვნელოვანესს საკითხს წარმოადგენს რეგიონული ტელეკომპანიისა და ადგილობრივი ხელისუფლების ურთიერთდამოკიდებულების საკითხი. მატერიალური რესურსების სიმცირე აიძულებს რეგიონული ტელეკომპანიების გარკვეულ ნაწილს ადგილობრივი მმართველი ორგანიზაციებისადმი ლოიალურად განწყობას, რომ მყარი ფინანსური მხარდაჭერა მოიპოვონ. თავის მხრივ, ადგილობრივი პოლიტიკური ელიტაც მიხვდა, თუ რა გავლენა შეუძლია მოახდინოს საზოგადოებაზე ტელევიზის დახმარებით. ამგვარად, რეგიონებში ჩამოყალიბდა ადგილობრივი

ტელემედიის მიმართ ხელისუფლების დამოკიდებულების ორმაგი სტანდარტი: ლოიალურ ტელეკომპანიებს იგი ეხმარება და აფინანსებს, ხოლო კრიტიკულად განწყობილებს აღიქვამს როგორც მის წინააღმდეგ საზოგადოებრივი აზრის მობილიზაციის ორგანიზატორებს და მათზე ზეწოლისათვის ყოველნაირ ფორმა გამოიყენება – ადგილობრივ ორგანოებში აკრედიტაციის გაუქმებით დაწყებული და ტელესტუდიებზე პირდაპირი თავდასხმებით დამთავრებული. ხელისუფლების განსაკუთრებულ გაღიზიანებას იწვევს ეკრანზე ისეთი „აკრაძალული“ თემების საჯაროდ გამოტანა, როგორცაა: საბიუჯეტო სახსრების არამიზნობრივად ხარჯვა, ადგილობრივი ბუნებრივი რესურსების გაჩანაგება, ბიზნესკლანებთან გარიგება, მძიმე კრიმინოგენული ვითარება, ხელისუფლების წარმომადგენელთა კორუმპირებულობა, ხარვეზები სოციალურ და ჯანდაცვის სფეროებში და ა. შ.;

11. დღეს საქართველოში მოქმედი ჟურნალისტების დიდ ნაწილს ორი მთავარი პრობლემა აქვს – სიმართლის თქმის შიში და საზოგადოების მხრიდან უნდობლობა. ის, რომ მედიასაშუალებების მნიშვნელოვანი ნაწილი იმართება ხელისუფლებისა და მასთან დაახლოებული ბიზნესკლანების მიერ, მოსახლეობის უნდობლობას იწვევს რეგიონში არსებული ზოგიერთი ინფორმაციის წყაროს მიმართ. სწორედ ეს „მართულობა“ ეწინააღმდეგება პირველ რიგში ჟურნალისტური ეთიკის პრინციპებს, როცა ჟურნალისტი „თავს აღარ იწუხებს“ ადგილობრივი პრობლემების ანალიზით და ძირითადად მმართველი ორგანოების მუშაობის „გაშუქებითაა“ დაკავებული. მეორე დიდი ეთიკური პრობლემაა ჟურნალისტების არცთუ მცირე ნაწილის მიდრეკილება თვითრეკლამისა და პიროვნული ამბიციებისაკენ, ტელევიზიის გამოყენება პირადი ეკონომიკური თუ პოლიტიკური მიზნების მისაღწევად, რაც გარკვეულწილად ისევ პროფესიონალიზმის ნაკლებობას და საკუთარი ფუნქციების უგულებელყოფას უკავშირდება.

საქართველოს რეგიონული ტელემაუწყებლობის დღევანდელი მდგომარეობიდან გამომდინარე, შეიძლება რამდენიმე რეკომენდაციის ჩამოყალიბებაც:

1. იმისათვის, რომ შეძლოს თავისი საზოგადოებრივი ფუნქციების შესრულება რეგიონული ტელემაუწყებლობა უნდა გახდეს მთლიანად დამოუკიდებელი. პირველ რიგში აჭარის სახელმწიფო ტელერადიოდეპარტამენტი უნდა გარდაიქმნას საზოგადოებრივ მაუწყებლად. ასევე ის ტელეკომპანიები, რომელთა გარკვეული წილი ადგილობრივ მმართველობას ეკუთვნის, უნდა გათავისუფლდნენ ამ ზეწოლისაგან, სხვანაირად თავს ვერ დააღწევენ მათ

გავლენას;

2. რეგიონულმა ტელეარხმა (რომელიც ცენტრალური არხის ქსელში არაა ჩართული) თავის თავზე არ უნდა აიღოს საერთო ეროვნული უნივერსალური ფუნქციები და არ უნდა მოახდინოს მისი დუბლირება. მას თავისი, რეგიონის მასშტაბითა და სპეციფიკით განსაზღვრული ფუნქციები აქვს და უნდა იპოვოს თავისი „პროფილი“, ჩამოაყალიბოს მაუწყებლობის ოპტიმალური სტრუქტურა, რომელიც თავის ადგილს დაიჭერს რეგიონზე მიწოდებული ინფორმაციის საერთო ნაკადში;

3. უნდა გაიზარდოს „საქართველოს რეგიონულ ტელემაუწყებელთა ასოციაციის“, როგორც რეგიონული არხების პროგრამების ძირითადი წყაროს როლი (თუნდაც იმიტომ, რომ საქართველოში ტელეპროგრამების დამოუკიდებელი ბაზარი არ არსებობს). უნდა შეიქმნას პროგრამების საერთო ბანკი, სადაც გარეთ მოპოვებული ტელეპროდუქციის გარდა თავს მოიყრის თვითონ კომპანიების მიერ შექმნილი 100-ზე მეტი საავტორო გადაცემა, რომელთა კოორდინირებული მომზადება და გაცვლა უთუოდ გაზრდის რეგიონულ მაუწყებელთა პროგრამულ მრავალფეროვნებას;

4. ასევე, სასურველია უცხოური დონორი ორგანიზაციების მოზიდვით ასოციაციასთან შეიქმნას რეგიონული ტელეკომპანიების ურთიერთდახმარების ფონდი, რომლის მთავარი მიზანი იქნება კომპანიების ტექნიკური გადაიარაღება და სხვა მსხვილი საინვესტიციო ხარჯების დაფარვისათვის ხელისშეწყობა;

5. ასოციაციის მხარდაჭერით მაქსიმალურად უნდა იქნეს გამოყენებული არსებული სარეკლამო ბაზრის მოთხოვნილებანი, მოხდეს წევრი კომპანიების ერთობლივი კომერციული შეთავაზებების კოორდინაცია, საეთერო დროის გაყიდვის ერთიანი პაკეტის შემუშავება, რაც გარკვეულწილად გააუმჯობესებს როგორც რეგიონულ ტელემაუწყებელთა, ისე თავად ასოციაციის ფინანსურ მდგომარეობას;

6. რეგიონული ტელეკომპანიების ვებგვერდების ახლანდელი მდგომარეობა გვიჩვენებს, რომ ადგილებზე დიდი მუშაობაა ჩასატარებელი ახალი მედიას დაუფლებული კადრების მოსამზადებლად. არც ისე შორეული ჩანს რეგიონული ინტერნეტმაუწყებლობის ჩამოყალიბების პერსპექტივაც. „საქართველოს რეგიონულ ტელემაუწყებელთა ასოციაცია“ უნდა დაეხმაროს თავის წევრებს ახალი ტექნოლოგიების დაუფლებაში. ამ მიზნით უნდა ამოქმედდეს საერთო სერვერი და შემუშავდეს ერთიანი პროგრამირების სისტემა;

7. აუცილებელ საჭიროებას წარმოადგენს საკანონმდებლო ხასიათის ცვლილებები, სადაც გათვალსწინებული იქნება გარკვეული საგადასახადო შეღავათები რეგიონული ტელემაუწყებლობისათვის და მოწესრიგდება მათი ადგილობრივ საკაბელო არხებთან ურთიერთობის საკითხი;

8. უნდა გაგრძელდეს მუშაობა რეგიონულ ტელემაუწყებელთა კადრების კვალიფიკაციის ასამაღლებლად. მართალია, უცხოური დონორი ორგანიზაციების აქტიურობის ბუმმა ამ სფეროში უკვე ჩაიარა, მაგრამ არსებობს სხვა საშუალებებიც – სტაჟირება პარტნიორ ცენტრალურ ტელეკომპანიებში, აკადემიურ წრეებთან თანამშრომლობა და ა. შ.;

9. პარტნიორმა ტელეკომპანიებმა და, საერთოდ, ცენტრალურმა სატელევიზიო არხებმა მეტი ყურადღება უნდა დაუთმონ რეგიონულ კომპანიებს არამხოლოდ პოლიტიკური მხარდაჭერის და პროფესიული რეკომენდაციების მიწოდების, არამედ უპირველესად, საკუთარ ეთერში ჩართვის თვალსაზრისით. რეგიონულ ტელემაუწყებელთა თუნდაც დროდადრო გამოჩენა საერთო-ეროვნულ არხებზე არამარტო შეამცირებდა რეგიონული ინფორმაციის დეფიციტს და გაამდიდრებდა მათ პროგრამას, არამედ უდიდეს სტიმულს მისცემდა თავად რეგიონული ტელემაუწყებლობის განვითარებას. ეს განსაკუთრებით ეხება „საქართველოს საზოგადოებრივ ტელემაუწყებელს“, რომლის პირდაპირ ფუნქციას შეადგენს საზოგადოებას გააცნოს სხვადასხვა მხარის თუ სოციალური ჯგუფის ცხოვრება და შეეძლო ყოვლეკვირეულად მეცა ეთერში თუნდაც რეგიონული ტელეკომპანიების სართო პროგრამა „მრავალკუთხედი“.

ჩვენი აზრით, აღნიშნული რეკომენდაციების თუნდაც ნაწილობრივ განხორციელება სავსებით რეალურია და მისი გაზიარების შემთხვევაში შეიძლებოდა გარკვეული პროგრამის შემუშავება რეგიონული ტელემაუწყებლობის შემდგომი განვითარების ხელშეწყობისათვის.

ციტირებული და გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ადეიშვილი ზ. (2004) მედია და კანონი. თბილისი, ITEX//თავისუფლების ინსტიტუტი.

2. ალფაიძე თ. (2008) მედიასამართალი. თბილისი, შპს „პოლიგრაფთბილისი“.

3. ბერტრანი კ. (2004) მედიაეთიკა და ანგარიშვალდებულების სისტემები. თბილისი, თავისუფლების ინსტიტუტი.

4. გამოხატვის თავისუფლება (2005). ტ. I, II. თბილისი, თავისუფლების ინსტიტუტი.

5. გამოხატვის თავისუფლება (2003) ევროპაში. თბილისი, გამომცემლობა „სეგთაიმი“.

6. გამოხატვის თავისუფლების (2004) საერთაშორისო სტანდარტები. თბილისი. თავისუფლების ინსტიტუტი.

7. გაჩეჩილაძე დ. (1999) დამოუკიდებელი ტელემაუწყებლობის განვითარება საქართველოში. სადისერტაციო მაცნე ფილოლოგიურ მეცნიერებათა კანდიდატის სამეცნიერო ხარისხის მოსაპოვებლად წარმოდგენილი ნაშრომისა. თბილისი, თსუ გამომცემლობა.

8. დეფლორი მ. (2009), დენისი ე. მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისათვის. თბილისი, საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი.

9. ევროპული კონვენციები (2004) მედიის სფეროში. თბილისი, გამომცემლობა „რეგთაიმი“.

10. თათარაშვილი ნ. (2003) ტელეჟურნალისტიკის საკითხები: თბილისი, თსუ გამომცემლობა.

11. იბერი ე. (2003) რადიოჟურნალისტიკა. თბილისი, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“.

12. იბერი ე. (1997) საქართველოს დამოუკიდებელი ტელეკომპანიები სახელმწიფო მაუწყებლობის სტრუქტურაში. „ტელერადიოჟურნალისტიკის საკითხები“. II თსუ გამომცემლობა.

13. კოვაჩი ბ. (2006), როზენტილი ტ. ჟურნალისტიკის ელემენტები. თბილისი, გამომცემლობა „კომპრესი“.

14. კოლივერი ს. (1999), მერლოუ ჰ. მასობრივი ინფორმაციის ელექტრონულ საშუალებათა მიერ გარდამავალი დემოკრატიის ქვეყნებში საარჩევნო კომპანიების გაშუქება. თბილისი, ფონდი „ინტერნიუსი“.

15. ლანგი. ი. (2003) მედია და არჩევნები. თბილისი, გამომცემლობა „რეგთაიმი“.

16. ლეონიძე გ. (2002) ტელეპუბლიცისტიკის პოეტიკა. თბილისი, გამომცემლობა „სამშობლო“.

17. ლეონიძე ნ. (2002) ტელეჟურნალისტიკა. თბილისი, თსუ გამომცემლობა.

18. ლუმანი ნ. (2002) საზოგადოებრივი კომუნიკაციის სისტემის ცვლილებანი და მასობრივი მედია. თბილისი. გამომცემლობა „არხე“.

19. მაცაბერიძე მ. (1999) მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებანი და პოლიტიკა. თბილისი, თსუ გამომცემლობა.

20. მედიამენეჯმენტი (2006). თბილისი, გამომცემლობა „დიოგენე“.

21. მედიასთან დაკავშირებული (2004) ევროპის საბჭოს სამართლებრივი აქტების კრებული. თბილისი, გამომცემლობა „რეგთაიმსი“.

22. მედიის თვითრეგულირების (2004) ქრესტომატია. თბილისი, IREX BRITISH COUNCIL.

23. მედიის ფილოსოფიური (2003) პრობლემები. თბილისი. თსუ გამომცემლობა.

24. მსხვილფეროვნება (2005). სახელმძღვანელო სამართლებრივი პრინციპები ქართული მედიისათვის. ლონდონი, მედიის მრავალფეროვნების ინსტიტუტი.

25. პრინგლი პ. (2001), სტარი მ, მაკკავიტი, ჟ. ელექტრონული მედიის მენეჯ-მენტი. ნაწილი მეოთხე, მაუწყებლობის პროგრამირება. თბილისი, ფონდი „ინტერნიუსი“.

26. პრინგლი პ. სტარი მ. (2005), მაკკავიტი მ. ელექტრონული მედიის მენეჯმენტი. ნაწილი მერვე. საკაბელო-სატელევიზიო სისტემის მართვა. თბილისი, ფონდი „ინტერნიუსი“.

27. პროდიუსერთა სახელმძღვანელო (2004) BBC-ის ღირებულებები და სტანდრატები. თბილისი, ფონდი „ინტერნიუსი“.

28. ჟურნალისტური ეთიკა (2003) და თვითრეგულირების მექანიზმები. თბილისი, თავიუფლების ინსტიტუტი.

29. რადიო და (2002) სატელევიზიო პროგრამების შექმნის ეთიკური კრიტერიუმები. თბილისი, ფონდი „ინტერნიუსი“.

30. სატელევიზიო ჟურნალისტიკა (1998). თბილისი, სააქციო საზოგადოება „პირველი სტამბა“.

31. საქართველოს რეგიონული (2005). მედიარუკა. თბილისი, მშვიდობა, დემოკრატიისა და განვითარების კავკასიური ინსტიტუტი.

32. სილვერი ს. (2004) არასამთავრობო ორგანიზაციების მედიასთან ურთიერთობის სახელმძღვანელო. თბილისი. დამოუკიდებელი ჟურნალისტიკის ფონდი//მედიის მრავალფეროვნების ინსტიტუტი.

33. სტეინლი პ. (2002) სატელევიზიო რეპორტაჟი. თბილისი, ფონდი „ინტერნიუსი“.

34. სურგულაძე რ. (1996) ჟურნალისტიკათმცოდნეობის საფუძვლები, თბილისი, გამომცემლობა „ნიკე“.

35. სურგულაძე რ. იბერი ე. (2003) მასობრივი კომუნიკაცია. თბილისი, გამომცემლობა „ენა და კულტურა“.

36. ტალერი დ. (2004) მრავალფეროვნების გაშუქების სახელმძღვანელო. ლონდონი. მედიის მრავალფეროვნების ინსტიტუტი.

37. ჩართოლანი გ. (2008) ტელერადიოჟურნალისტიკა. ნაწილი I. ტელეჟურნა-ლისტიკა. თბილისი, შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი.

38. ცაცანაშვილი მ. (1999) ინფორმაციული საზოგადოება და ინფორმაციის სამართლებრივი რეგულირება. თბილისი, „ტექინფორმი“.

39. წულაძე ლ. 2008) რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები. თბილისი, სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრი.

40. ჰამილტონი ჯ. (2004), კრიმსკი ჯ. ჩაეჭიდეთ პრესას. თბილისი. ჟურნალისტიკისა და მედიამენეჯმენტის კავკასიური სკოლა//საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი.

41. Брайани в. (2004), Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М. СПб, Киев. издательство дом "Вильямс".

42. Верховский А. (2002) (сой) Язык Мой... Проблемы этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. Москва, центр "Панорама".

43. Дзялошинский И. (2003) (ред.) Региональные СМИ и демократия в России.

44. Дугин Е. (1998) Кабельное телевидение на Западе: программирование, организация, коммерция, секреты. Москва "Агар"

45. Дугин Е. (1982) Местное ТВ: типология, факторы и условия формирования программ. Москва, издательство МГУ.

46. Законы и (1999) практика СМИ в странах СНГ и Балтии. Москва, издательство "Галерия".

47. Зверева Н. (2004) Школа регионального тележурналиста. Москва, Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания.

48. Кастельс М. (2006) Информационная эпоха, экономика, общество и культура. Москва, ГУ-БЩЭ

49. Кэролл В. (2004) Новости на ТВ. Москва, издательство "Мир".

50. Конецкая В.П. Социология коммуникации (1997). Москва, Международный университет бизнеса и управления.

51. Малькова В. (2002), Тишков В. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. Москва. Институт антропологии РАН.

52. Мацкевич Э. (1999), Файргстоун Г. Телевидение и выборы. Москва, "Галерия"

53. Постсоветская культурная (2002) трансформация: медиа и этничность в Татарсистане 1990-х г.г. Казань, КГУ

54. Прайс М. (2000) Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и рациональная идентичность. Москва, Издательство МГУ

55. Рашкофф Д. (2003) Медиа вирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. Москва, Ультра-культура.

56. Саморегулирование журналистского (2004) сообщества. Москва, Изд-тво "Галерия".

57. Телевидение и (1979) радиовещание СССР. Москва, "Искусство"

58. Телерадиоэфир. История (2005) и современность. Москва "Аспект пресс"

59. Указ президента (1990) СССР "О демократизации и развитии телевидения и радиовещания в СССР". Журнал ГКТР СССР "Телерадиовещание", VIII

60. Фэнг И. (1997) Теленовости: секреты журналистского мастерства. Москва, Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания.

61. Харрис Р. (2003) Психология массовых коммуникаций. Москва, "Ольма-пресс"

62. Ясавеев И. (2000) Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Казань, издательство КУ.

63. Breyer R. (1991) Moller P. Shoogmaker M. "Making Television Programs". A Propessional approach. Wavelanel press, inc. Illinois

64. Neaman W. (1992) Just M, Crigler A. Common knawledge. News and The construction of political meaning. Chicago

65. Richter A. (2007) Post-soviet Perspective on Geniorship and Freedom of the Media. Moscow.