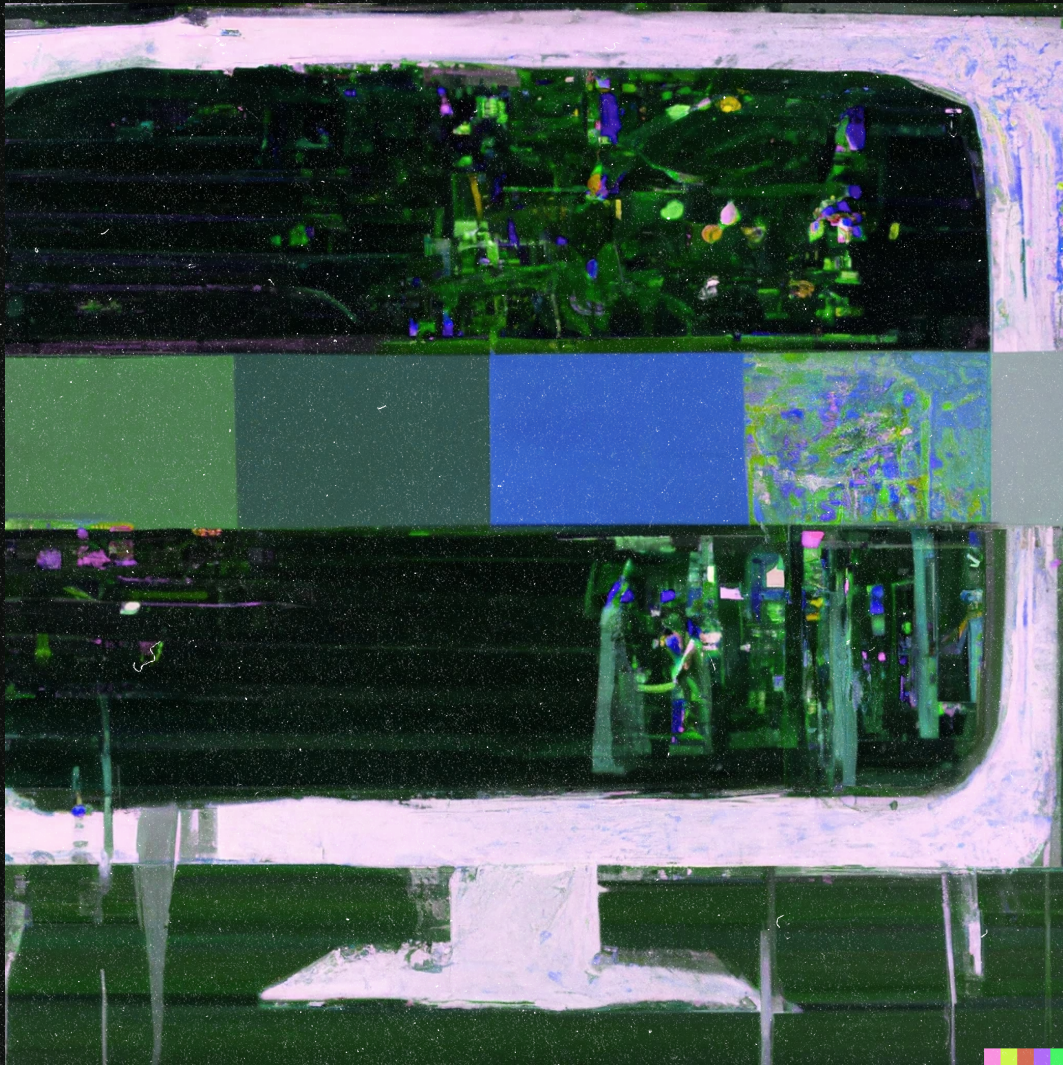


გრაველფეროვნების ძიებაში: ეთნიკური უმცირესობები და ქართული მედია



სოციალური
სამართლიანობის
ცენტრი

მრავალფეროვნების ძიებაში: ეთნიკური უმცირესობები და ქართული მედია

სოციალური სამართლიანობის ცენტრი
თბილისი, 2023



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Federal Department of Foreign Affairs FDFA



სოციალური
სამართლიანობის
ცენტრი

კვლევა მომზადდა პროექტის „საქართველოში თანასწორობის, სოლიდარობის და სოციალური მშვიდობის მხარდაჭერა“ ფარგლებში, რომელსაც საქართველოში შვეიცარიის საელჩოს მხარდაჭერით, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი ახორციელებს.

კვლევის შინაარსზე პასუხისმგებელია სოციალური სამართლიანობის ცენტრი და და შესაძლოა ის არ გამოხატავდეს შვეიცარიის საელჩოს პოზიციას.

ხელმძღვანელი: თამთა მიქელაძე, სალომე აჩბა

ავტორი: თუთა ჩხეიძე

რედაქტორი: მედეა იმერლიშვილი

ყდის დიზაინი: სალომე ლაცაბიძე

აკრძალულია აქ მოყვანილი მასალის გადაბეჭდვა, გამრავლება ან გავრცელება კომერციული მიზნით, ორგანიზაციის წერილობითი ნებართვის გარეშე.

ციტირების წესი: სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, თუთა ჩხეიძე, „მრავალფეროვნების ძიებაში: ეთნიკური უმცირესობები და ქართული მედია“, 2023

© სოციალური სამართლიანობის ცენტრი

მისამართი: ი. აბაშიძის 12ბ, თბილისი, საქართველო

ტელ: +995 032 2 23 37 06

<https://socialjustice.org.ge/>

info@socialjustice.org.ge

<https://www.facebook.com/socialjustice.org.ge>

შესავალი

1988 წელს, ემილი სტილმა, პედაგოგმა და მკვლევარმა, გამოაქვეყნა ესეი „კურიკულუმი, როგორც ფანჯარა და სარკე“, სადაც ის საუბრობს განათლების სისტემაში, კერძოდ, სასწავლო კურიკულუმში ინკლუზიის მნიშვნელობაზე. სტილის ჩანაფიქრით, სარკე არის ისტორიები საკუთარი თავის შესახებ, სადაც შენთვის ნაცნობი სამყარო ჩანს. ფანჯარა კი - ამბები, რომლებიც მკითხველს და/ან მსმენელს სთავაზობს განსხვავებული ინდივიდების გამოცდილებებს. სტილი ამბობს¹, რომ დაუბალანსებელია კურიკულუმი, თუკი ის არის სარკე მხოლოდ თეთრკანიანი ბავშვებისთვის. შავკანიანი ბავშვები კი იძულებული არიან მუდამ ფანჯრებიდან უყურებდნენ მათ, ნაცვლად სარკისა, რომელიც მათ იდენტობებს და გამოცდილებებს აირეკლავდა.²

თანამედროვე სამყაროში მედია ინფორმაციის მიღების დომინანტური წყაროა, მათ შორის ინფორმაციის კულტურების და იდენტობების შესახებ. თუ სტილის კონცეფციას სასწავლო პროგრამისა და წიგნების ნაცვლად, მედიას მოვარგებთ, შევძლებთ დავსვათ კითხვა, თუ ვის ხელშია სარკე და ვის ირეკლავს ის? მედიამრავალფეროვნება კი შეგვიძლია შევადაროთ ფანჯარას, რომელიც როგორც სტილის თეორიის განმვრცობი რ.ს. ბიშოპი ამბობს, „კარგი განათების შემთხვევაში, შესაძლებელია სარკედ გადაიქცეს“. (Bishop1990)

მედიამრავალფეროვნების, და ზოგადად მედიაკვლევები საქართველოში იშვიათი და ფრაგმენტულია. არ გვაქვს ანგარიშები, რაოდენობრივი თუ თვისებრივი ანალიზი სატელევიზიო თუ სხვა მედიების შინაარსობრივ, თემატურ თუ ორგანიზაციულ მრავალფეროვნებაზე. წინამდებარე კვლევის მიზანია საქართველოში ეთნიკურ უმცირესობებთან მიმართებით ქართულ სატელევიზიო მედიაში მედიამრავალფეროვნების სტრატეგიები იკვლიოს. მისი ინტერესების საგანია, თუ ვის ირეკლავს და ვისთვის ხსნიან ფანჯარას კერძოდ და საზოგადოებრივი მაუწყებლები საქართველოში.

დისკურსის ანალიზის მეთოდოლოგიით, დოკუმენტი იკვლევს სატელევიზიო მედიების პოლიტიკას, ხედვებს მედიამრავალფეროვნებასთან მიმართებით, ასევე შინაარსობრივი, თემატური მრავალფეროვნების ასპექტებს, და მედიების სამუშაო პრაქტიკას როგორც კერძოდ, ისე საზოგადოებრივ მაუწყებლებში. კვლევა მიმოიხილავს ორგანიზაციულ მრავალფეროვნებას მაუწყებლებში, ასევე, დასაქმების პოლიტიკას უმცირესობებთან მიმართებით. დოკუმენტი მოკლედ შეეხება ეთნიკური უმცირესობებისთვის განათლების მიღების და მედიაში დასაქმების გამოწვევებს და შესაძლებლობებს.

¹ Tell Me Who You Are: Windows and mirrors for our students and ourselves

<https://usinginformationaltext.blogspot.com/2021/03/tell-me-who-you-are-windows-and-mirrors.html>

² When Diversity Isn't the Point: Mirrors, Windows, and Sliding Glass Doors in the Classroom
Kaitlin M. Jackson, 2023.

ლიტერატურის მიმოხილვა

თიონ ვან დაიკი ამბობს, რომ თანამედროვე ინფორმაციულ საზოგადოებაში ადარ არის საჭირო დავსვით კითხვა მედიის ზოგადი ძალაუფლების შესახებ. მაშინ როდესაც კორპორაციული მენეჯერების ძალაუფლება გამოიხატება საზოგადოების ეკონომიკაზე, ბაზარსა თუ უმუშევრობაზე გავლენით, მედიის ძალაუფლება დისკურსულია და სიმბოლური. მედიადისკურსი კი საზოგადოებაში ცოდნის შექმნის, ქცევის და იდეოლოგიების ფორმირების მთავარი წყაროა.³ (Teun A. van Dijk, 2000)

რადგან მედია სოციალურ სისტემაში არსებობს, მნიშვნელოვანია, გვესმოდეს, თუ რა ტენდენციებით მოქმედებს მასზე თავად სოციალური სისტემა, და ამ გავლენების შედეგად როგორ არის მედია ამავე სისტემის შექმნაში ჩართული.⁴ ნორმან ფერკლაფი ამბობს, რომ რეპრეზენტაციები, იდენტობები და მათი ურთიერთობები განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მედიის იდეოლოგიურ ენაზე საუბრისას, რომელიც სოციალური იდენტობების კონკრეტულ კონსტრუქციებს ქმნის. (Fairclough, Norman, 1941)

კარდიფის უნივერსიტეტის მედიის და კომუნიკაციების პროფესორი საიმონ კოტლი წიგნის შესავალში, „ეთნიკური უმცირესობები და მედია: ცვლადი კულტურის საზღვრები“, წერს, რომ საზღვრები მონიშნავს არა მხოლოდ ერების ტერიტორიებს, არამედ გონებრივ თუ საზოგადოებრივ წარმოსახვებს. იდენტობების ფორმირების პროცესში კი, ის, თუ სად იმყოფება ადამიანი ან ადამიანთა ჯგუფი, ცენტრში, განაპირას, თუ საზღვართან, განაპირობებს ზოგიერთი ჩვენგანის გამორიცხვას ან გათვალისწინებას. დროთა განმავლობაში ამგვარი საზღვრები მყარად ჯდება სოციალურ ინსტიტუციებში, პრაქტიკებში და „სად აზრდაც“ მიიჩნევა.⁵ (Simon Cottle, 2000)

კოტლის აზრით, მედია ერთ-ერთი მთავარი აქტორია უთანასწორო სოციალური ურთიერთობების რეპრეზენტაციაში. რადგან სწორედ რეპრეზენტაციის გზით ფორმირდება ისეთი სოციალური კონსტრუქციები, როგორიც არის „ჩვენ“ და „ისინი“, „მოქალაქე“ და „უცხოელი“, „კოლონიზატორი“ თუ „კოლონიზებული“.⁶ (Simon Cottle, 2000)

„მეინსტრიმული მედია ხშირად მოკისმომგვრელ ქსენოფობიურ და რასისტულ რეპორტაჟებს ქმნის, მაშინ როდესაც საჯაროდ მხარს უჭერს მულტიკულტურულ საზოგადოებას, იდეალებს და ინკლუზიურ პრაქტიკებს“, - წერს კოტლი და ამბობს, რომ აქ ინსტიტუციური ინერცია, ურთიერთსაწინააღმდეგო ტენდენციები და დომინანტი კულტურის წინააღმდეგობა ერთად მუშაობს.⁷ (Simon Cottle, 2000)

დასავლურ მედიაკვლევებში კარგად არის დოკუმენტირებული, რომ ეთნიკური თუ რასობრივი ჯგუფები მეინსტრიმულ მედიებში ისტორიულად უთანასწოროდ არიან წარმოდგენილები. მედია

³ New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach, Teun A. van Dijk, 2000.

⁴ Fairclough, Norman, 1941, Media discourse/Norman Fairclough. ISBN 0-340-63222-4.

⁵ Simon Cottle. Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries. Buckingham [England]; Philadelphia: Open University Press, 2000.

⁶ Ibid.

⁷ Ibid.

დომინანტურ ჯგუფებს, მათ იდეოლოგიებს თუ იდენტობების საჭიროებებს ასაზრდოებს, რაც იწვევს ეთნიკური ჯგუფების კვლავ მარგინალიზებას და გაუცხოებას.⁸ (Tukachinsky, R. 2015)

კოტლის აზრით, „დეპრესიული საკითხავია“ ამერიკულ და ბრიტანულ მედიაში, ეთნიკური და რასობრივი უმცირესობების რეპრეზენტაციების მრავალწლიანი კვლევების კოლექტიური მიგნებები: არასაკმარისი რეპრეზენტაცია, გასართობ გადაცემებში სტერეოტიპული დახასიათებები და ნეგატიური წარმოჩენა ახალი ამბების ფორმატის გადაცემებში; უთანასწორობის სტრუქტურული ფორმების იგნორირება, ისევე როგორც დისკრიმინაციული გამოცდილებების.⁹ (Simon Cottle 2000)

მედია მრავალფეროვნების კონცეფცია მნიშვნელოვნად არის გადაჯაჭვული მედიის როლთან და კონტრიბუციასთან დემოკრატიულ საზოგადოებაში და იდეასთან, რომ არცერთმა ჯგუფმა არ უნდა აკონტროლოს საზოგადოებრივი დისკუსიები, ან იყოს დომინანტური მასში.¹⁰ (Tambini, Damian and Moore, Martin, eds. 2018)

სწორედ ამგვარი მჭიდრო იდეოლოგიური კავშირის გამო გაჩნდა ფუნდამენტური კითხვა, თუ რა გავლენას ახდენს დემოკრატიაზე მედია, რომელიც საზოგადოების დომინანტურ ჯგუფებს ირეკლავს და უმცირესობებს ფრაგმენტულად, ან დისკრიმინაციულად წარმოაჩენს.¹¹ (Peter Van Aelst, 2017)

დაიკი წერს, რომ ნებისეირ პოლიტიკას, დისკრიმინაციას, ექსპლუატაციას თუ ბაზარს სჭირდება იდეოლოგიური ბაზისი, რომელიც ტექსტის და საუბრის კვლავწარმოებით იქმნება. თანამედროვე სამყაროში კი მათ დიდწილად აწარმოებს მედია. შესაბამისად, ვან დაიკისთვის ფუნდამენტური კითხვაა, მედია დომინანტური ძალაუფლების ინსტრუმენტია, თუ დემოკრატიულ პროცესებში შეაქვს წვლილი.¹² (Van Dijk, T. A., 1995)

დემოკრატიულ ქვეყნებში დაიწყეს ფიქრი იმ მექანიზმებზე, რომლებიც მრავალფეროვნებებს, მეორე მხრივ კი, რეპრეზენტაციების თანამედროვე გამოწვევებს გაუსწორებდა თვალს, გლობალიზაციის კვალდაკვალ.

მედია მრავალფეროვნების მნიშვნელობაზე ევროპის საბჭომ საუბარი 1999 წელს დაიწყო, და განაცხადა, რომ მედიაპლურალიზმი და მრავალფეროვნება დემოკრატიული საზოგადოების ფუნქციონირების სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი ნაწილია. საბჭომ თქვა, რომ მედია, განსაკუთრებით კი საზოგადოებრივი მაუწყებლები, თვითგამოხატვის საშუალებას უნდა აძლევდეს განსხვავებულ ჯგუფებს და ინტერესებს საზოგადოებაში, მათ შორის: ლინგვისტურ,

⁸ Tukachinsky, R. (2015). Where We Have Been and Where We Can Go From Here: Looking to the Future in Research on Media, Race, and Ethnicity. *Journal of Social Issues*, 71(1), 186–199. doi:10.1111/josi.12104.

⁹ Simon Cottle. *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*. Buckingham [England]; Philadelphia : Open University Press, 2000.

¹⁰ Tambini, Damian and Moore, Martin, eds. (2018) *Digital dominance: the power of Google, Amazon, Facebook, and Apple*. Oxford University Press, New York, NY, USA. ISBN 9780190845124.

¹¹ Peter Van Aelst, Jesper Strömbäck, Toril Aalberg, Frank Esser, Claes de Vreese, Jörg Matthes, David Hopmann, Susana Salgado, Nicolas Hubé, Agnieszka Stepińska, Stylianos Papathanassopoulos, Rosa Berganza, Guido Legnante, Carsten Reinemann, Tamir Sheafer & James Stanyer (2017) Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?, *Annals of the International Communication Association*, 41:1, 3-27, DOI: 10.1080/23808985.2017.1288551.

¹² Van Dijk, T. A. (1995). The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity? *Javnost - The Public*, 2(2), 27–45.

სოციალურ, ეკონომიკურ, კულტურულ და პოლიტიკურ უმცირესობებს.¹³ (Recommendation No. R (99) 1)

„საჭიროა ზრუნვა იმაზე, რომ ყველა კულტურას ჰქონდეს საკუთარი თავის გამოხატვის და საკუთარი თავის გაცნობის შესაძლებლობა“, - წერია 2001 წელს, UNESCO-ს პირველ უნივერსალურ დეკლარაციაში, „კულტურული მრავალფეროვნების შენარჩუნებისა და პოპულარიზაციისთვის“. (UDCD).¹⁴

მრავალფეროვნება ლაკმუსის ტესტად იქცა მედიის მიუკერძოებლობის შეფასებისა და რეგულირებისთვის. 2003 წლიდან, აშშ-ის კომუნიკაციების ფედერალური კომისია „აზრთა მრავალფეროვნების“ პოპულარიზაციას მისი მარეგულირებელი საქმიანობის ძირითად ნაწილად განიხილავს.¹⁵ (Deacon, D., & Stanyer, J. 2021)

ამგვარი იდეოლოგიური პრინციპები უდევს საფუძვლად რიგი დასავლური მედიაორგანიზაციების მრავალფეროვნების სტრატეგიულ დოკუმენტებს, რომელთა მიზანი მრავალფეროვანი საზოგადოების რეპრეზენტაციაა.

მეთოდოლოგია

2022 წელს, სოციალური სამართლიანობის ცენტრმა გამოაქვეყნა სალომე აფხაზიშვილის სამაგიდო კვლევა, „სისტემური მედიამრავალფეროვნება - საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა“, რომელიც მრავალფეროვნების გაშუქების დასავლურ პრაქტიკებს მათი სტრატეგიული დოკუმენტების ანალიზის საფუძველზე მიმოიხილავს. კვლევა საუბრობს მრავალფეროვნების და ინკლუზიის სტრატეგიებზე, რომლებსაც დღეს წამყვანი საერთაშორისო მედიის არხები მიჰყვებიან ჟურნალისტური მუშაობის პროცესში.¹⁶ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი 2022)

წინამდებარე კვლევისთვის, 12 ნახევრად სტრუქტურირებული ჩაღრმავებული ინტერვიუ ჩაიწერა ტელემედიის და მრავალფეროვნების საკითხებთან დაკავშირებულ სამ რგოლთან - 1) სატელევიზიო მედიაორგანიზაციების მენეჯერები: კერძო მაუწყებლები, საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი, აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი; 2) ჟურნალისტიკის ფაკულტეტები: სახელმწიფო და კერძო უნივერსიტეტების ლექტორები, მენეჯერები; 3) მრავალფეროვნების და მედიის სპეციალისტები, ექსპერტები.

წინამდებარე კვლევა ანალიტიკურ ჩარჩოდ დისკურს ანალიზის მეთოდს იყენებს, საკვლევ მასალად კი გამოყენებულია საუბრები ინტერვიუერის რესპონდენტებთან. დოკუმენტი წარმოადგენს საუბრის შემადგენელი ნაწილების, და მათი ერთობით მიღებული შედეგების

¹³ Recommendation No. R (99) 1 of The Committee Of Ministers To Member States On Measures To Promote Media Pluralism (Adopted By The Committee Of Ministers On 19 January 1999, At The 65th Meeting Of The Ministers' Deputies).

¹⁴ Universal Declaration on Cultural Diversity Adopted by the General Conference of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization at its thirty-first session on 2 November 2001.

¹⁵ Deacon, D., & Stanyer, J. (2021). Media diversity and the analysis of qualitative variation. Communication and the Public. <https://doi.org/10.1177/20570473211006481>.

¹⁶ სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022.

ანალიზს. დისკურს ანალიზს, როგორც მეთოდს, ხშირად იყენებენ მედიის კვლევებში, მათ შორის ისეთ საკითხებზე, როგორცაა რასობრივი და ეთნიკური უმცირესობების რეპრეზენტაციები, გენდერული საკითხები.

დისკურს ანალიზი განსაკუთრებით პოპულარული 1980-90-იანი წლებიდან ხდება, როდესაც სახელოვნებო, სოციალური თუ ჰუმანიტარული მეცნიერებები რეფლექსირებენ ენაზე, პოსტსტრუქტურალისტური იდეების გავლენის კვალდაკვალ.¹⁷ (Gill, R. 2018)

დისკურს ანალიზი კვლევის მეთოდია, რომელიც გვეხმარება პატერნების იდენტიფიცირებაში, მონაცემების ანალიზისას იდეების და თემების გამოკვეთაში. ენაზე დაკვირვება და ტექსტური ანალიზი არის ინსტრუმენტი, რომელიც სოციალურ სისტემაში განვითარების თუ ცვლილებების მექანიზმებზე დასაკვირვებლად გამოიყენება.

დისკურს ანალიზი ტექსტობრივი, ან სასაუბრო მასალის დეტალურ ანალიზს გულისხმობს. ის აღწერს ტექსტის ან საუბრის სხვადასხვა სტრუქტურასა თუ სტრატეგიებს და აკავშირებს მათ სოციალურ-პოლიტიკურ კონტექსტთან.¹⁸ (Teun A. van Dijk, 2000)

კვლევა არ მოიცავს მაუწყებლების შინაარსობრივი და თემატური მრავალფეროვნების მონიტორინგზე დაფუძნებულ ანალიზს, რაც მნიშვნელოვანი მონაცემი იქნებოდა იმის დასადგენად, თუ როგორია მედიების იდეოლოგიური ენა უმცირესობებთან მიმართებით, რა შინაარსებს ქმნის ან არ ქმნის სატელევიზიო მედია, ემსახურება თუ არა დემოკრატიულ მიზნებს და რამდენად ასახავს ეთნიკური უმცირესობების, თუ სხვა არადომინანტური ჯგუფების ყოფას და ინტერესებს საქართველოში.

მედია მრავალფეროვნება კერძო მაუწყებლებში: იდეა მხარდაჭერის გარეშე

მედიაპლურალიზმი და მედიამრავალფეროვნება დემოკრატიულ სახელმწიფოებში ის პოლიტიკური მიზნებია, რომლებიც დაინტერესებულია მედიის მფლობელთა მრავალფეროვნებითა და მედიის მიერ წარმოებული მრავალფეროვანი რეპრეზენტაციებით, რათა უზრუნველყოფილი იყოს ყველა მოქალაქის ინფორმირებული ჩართულობა საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ პროცესებში.¹⁹ (McCann, K. P. 2013)

ევროპის ფონდის მიერ 2021 წელს გამოქვეყნებულ დოკუმენტში, რომელიც მიმოიხილავს ქართულ მედიასივრცეს, ვკითხულობთ, რომ საქართველოში, მედიის მნიშვნელოვანი ნაწილი და განსაკუთრებით კერძო მაუწყებლები, არიან მიკერძოებულნი, ზედმეტად ფოკუსირებულნი პარტიულ-პოლიტიკურ საკითხებზე, ფართო საზოგადოების ნაცვლად. ამავე დოკუმენტში საუბარია შინაარსების სიმცირეზე, რომ ძალიან ცოტა მედიაშინაარსი ვრცელდება უმცირესობათა

¹⁷ Gill, R. (2018). Discourse analysis in media and communications research. In: Kearney, M. C. & Kackman, M. (Eds.), *The Craft of Criticism: Critical Media Studies in Practice*. London: Routledge. ISBN 9780415716291.

¹⁸ New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach, Teun A. van Dijk, 2000.

¹⁹ McCann, K. P. (2013). *The Diversity Policy Model and Assessment of the Policy: Debates and Challenges of (Media) Diversity*. SAGE Open, 3(2). <https://doi.org/10.1177/2158244013492780>

ჯგუფებისთვის და მით უფრო ნაკლებად - ეთნიკური უმცირესობების ენებზე.²⁰ (Europe Foundation, 2021)

მრავალფეროვნება ქართულ მედიაში, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვალდებულებაა, რომელიც შინაარსობრივი ვალდებულებების მუხლებით განისაზღვრება. კერძო მაუწყებლები თავად განსაზღვრავენ მედიის პოლიტიკას თუ პრიორიტეტებს. შესაბამისად, მრავალფეროვნება ამგვარი მედიაორგანიზაციებისთვის არა სავალდებულო, არამედ - არჩევანის საკითხია.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვალდებულებებსა და მრავალფეროვნების პოლიტიკას მომდევნო თავებში მიმოვიხილავთ. აქ კი იმ დისკურსებზე ვისაუბრებთ, რომლებიც მრავალფეროვნებასთან მიმართებით კერძო მაუწყებლების მენეჯერების და მედიის სპეციალისტების საუბრებში იკვეთება.

კვლევაში გამოკითხული ექსპერტების ჯგუფი იზიარებს იმ მოსაზრებას, რომ მრავალფეროვნება პროფესიული სტანდარტის მნიშვნელოვანი ნაწილია. ისინი ფიქრობენ, რომ თუკი მედია აუდიტორიის მხოლოდ დომინანტ ნაწილს წარმოადგენს, ეს ნიშნავს, რომ ვერ ასრულებს საკუთარ მოვალეობას.

კერძო მაუწყებლების მენეჯერებიც მიიჩნევენ, რომ მედიას, მიუხედავად მისი სტატუსისა, აკისრია მრავალფეროვნების პრეზენტაციის პასუხისმგებლობა. მრავალფეროვნების ასახვას, ცალკეულ შემთხვევაში, მედიის ზოგად სტანდარტადაც მოიხსენიებენ.

„ჩვენთან, ზეპირი შეთანხმება არსებობს, რომ მრავალფეროვნება, არის ერთ-ერთი ნიშანი, რაც გვინდა გამოგვარჩევდეს“, - ამბობს კერძო მაუწყებლის მენეჯერი.

თუმცა მრავალფეროვნების იდეის მხარდაჭერა საკმარისად არ აისახება მედიის სამუშაო პრაქტიკაზე, რადგან თავად კერძო მაუწყებლების მენეჯერების თქმით, მათ მედიებში მრავალფეროვნებას წერტილოვანი და ნაკლებად სისტემური ხასიათი აქვს.

რა მიზეზებით აიხსნება მანძილი, რომელიც კერძო მაუწყებლებში მრავალფეროვნების როგორც იდეის, და მის რეალურ მხარდაჭერას შორის არსებობს? რა აბრკოლებს მრავალფეროვნების რეპრეზენტაციას კერძო მაუწყებლებში? მედიამრავალფეროვნების იდეის მხარდამჭერი მენეჯერების პასუხებიდან იკვეთება:

მწირი რესურსები. მედიამრავალფეროვნების დამაბრკოლებელ ფაქტორებად კერძო მაუწყებლების მენეჯერების უმეტესობა მედიაში სხვადასხვა სახის, მათ შორის, ადამიანური, ასევე ფინანსური, ტექნიკური და დროითი რესურსების სიმწირეს ასახელებს. **სამუშაო პრაქტიკა.** კერძო მაუწყებლის მენეჯერი ქართული მედიის დამაბრკოლებელ ფაქტორად ასახელებს ყოველდღიურ სამუშაო პრაქტიკას, რომელიც არ ითვალისწინებს დაგეგმვას და სააგენტოების მიერ წარმოებულ საინფორმაციო ჩამონათვალს მიჰყვება. მუშაობის ამგვარ პრაქტიკას კერძო მაუწყებლის მედია მენეჯერი „ქართულ სენად“ მოიხსენიებს და ამბობს: „დილით მოვდივართ და დღეს რა გავაშუქოთ ... მოვლენებს მივსდევთ და არა იმას, თუ რა სჭირდება საზოგადოებას, რომ იცოდეს“.

პრიორიტეტები. „დღეს ჩემი მთავარი გამოწვევა ფინანსური კრიზისის გადაჭრაა“, - გვეუბნება ერთ-ერთი კერძო მაუწყებლის დირექტორი. მედიის ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და ორგანიზაციულ

²⁰ Europe Foundation, Georgia Media Landscape Assessment 2021 Europe Foundation, Georgia Media Landscape Assessment 2021.

პრობლემებს ის ადარებს დაჭრილ ადამიანს, რომელსაც სისხლი სდის და ამიტომ მისი პრიორიტეტი გადარჩენაზე ზრუნვაა.

კერძო მაუწყებლების გამოწვევები თანამედროვე საქართველოში მრავალმხრივია. მათ შორის მნიშვნელოვან პრობლემად რჩება ტელევიზიების ფინანსური მდგრალობა. თუკი საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს მიერ 2021 წელს გამოქვეყნებულ კვლევას დავეყრდნობით, საქართველოში ხუთი ყველაზე მაღალშემოსავლიანი ტელევიზიიდან, 2020 წელს, მოგება არცერთს არ ჰქონია. ჯამურ შემოსავალში კი, მნიშვნელოვანი ნაწილი უჭირავს „მაუწყებლის მფლობელის შემოწირულებას“.²¹ (სატელევიზიო სარეკლამო ბაზრის ანგარიში, 2021)

ფრიდომ ჰაუსის (freedom house) ბოლო წლების ანგარიშებში საქართველოს შესახებ ვკითხულობთ, რომ ქვეყანაში მედიაგარემო უარესდება, პრობლემად რჩება მედიაპლურალიზმი, მედიის პოლიტიკური ინსტრუმენტალიზაცია და პარტიული აფილირება. ასევე, მედიაზე ზეწოლის მრავალმხრივი ფორმები, მათ შორის, ვერბალური და ფიზიკური თავდასხმები ჟურნალისტებზე, კერძო სამაუწყებლო კომპანიის მფლობელის დაპატიმრება.²² (Freedom House 2023)

კერძო სატელევიზიო მაუწყებლების პოლიტიკურ თუ ეკონომიკურ მდგრალობის პრობლემებზე საუბრისას, მედიის სპეციალისტი, სწორედ მრავალფეროვნებაში ხედავს გამოსავალს. „თუკი მედიები ინკლუზიით დაიწყებენ, მიიღებენ უფრო მეტ მდგრალობას და უფრო მეტ საზოგადოებრივ მხარდაჭერას“, - ამბობს ის. მისი თქმით, მრავალფეროვნების „ფუფუნებად“ წარმოდგენა, უფრო მედიის იმგვარ ელიტურობაზე მეტყველებს, რომელსაც უჭირს დაინახოს საზოგადოებრივი საკითხები და მუდამ საკუთარ პრობლემებს უტრიალებს.

მედიის სხვა სპეციალისტი ფიქრობს, რომ მრავალფეროვნება სწორედ ის საკითხია, რომელიც მნიშვნელოვანია იყოს მედიის პრიორიტეტი, რადგან: „არასოდეს დადგება ხელსაყრელი X დრო მრავალფეროვნებისთვის, თუკი ღია საზოგადოების ნაცვლად, ჩაკეტილი, მულტიკულტურალიზმისგან დაცლილი საზოგადოების შენების პროცესში იქნება მედია ჩართული“.

მრავალფეროვნება მედიაში არის ინსტრუმენტი, მონაწილეობდე დემოკრატიის შენებაში, თუმცა რეალობაში, სხვა შედეგები გვაქვს. ვან დაიკი წერს, რომ მედიის კვლევებში კარგად არის დოკუმენტირებული იმგვარი შემთხვევები, როდესაც მედია ან მასთან დაკავშირებული სოციალური და პოლიტიკური ჯგუფები რასიზმს და ნაციონალიზს აღვივებენ. ამის მაგალითია რუანდა, სადაც ეთნიკური სიძულვილის გაღვივებისთვის რადიო მნიშვნელოვანი მედიუმი იყო, სერბეთი, სადაც ტელევიზია ნაციონალიზმის გაღვივებას უწყობდა ხელს. დასავლეთში კი ვნახეთ, თუ როგორ აწარმოა მედიამ პოლიტიკოსების მიერ ინიცირებული „საშიში ღვენილების“ დისკურსი.²³ (Van Dijk, T. A. 1995)

მრავალფეროვნება, დენის მაკჟუილის აზრით, ყველაზე გავლენიანი და ეფექტიანი კონცეფციაა თანამედროვეობის კომუნიკაციის თეორიაში. მაუწყებლობის შესახებ დასავლეთ ევროპაში არსებული რეგულაციები პირდაპირ თუ ირიბად შეეხება მრავალფეროვნების ასპექტებს.

²¹ 2021 წლის სატელევიზიო სარეკლამო ბაზრის ანგარიში <https://transparency.ge/ge/post/2021-clis-satelevizio-sareklamo-bazris-angarishi>.

²² Freedom House, Nations in Transit, 2023, Georgia <https://freedomhouse.org/country/georgia/nations-transit/2023>.

²³ Van Dijk, T. A. (1995). The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity? Javnost - The Public, 2(2), 27-45.

კომუნიკაციების პოლიტიკის დამფუძნებლურ პრინციპებზე ამერიკაში, ნაპოლის კვლევამ წარმოადგინა კონცეპტუალური მოდელი, რომელშიც ნაჩვენებია, რომ საჯარო ინტერესი მიიღწევა ხუთი მედიაპოლიტიკის პრინციპით: ლოკალიზმი, იდეების თავისუფალი ბაზარი, უნივერსალური სერვისები, მრავალფეროვნება და კონკურენცია. მაკუილი ფიქრობს, რომ ყველა ეს პრინციპი მრავალფეროვნების ასპექტია, სხვადასხვა პერსპექტივის თუ განმარტების მიხედვით.²⁴ (Denis McQuail, 2007)

ბრიტანული მედიარეფორმების კოალიცია საზოგადოებრივი, საჯარო ინტერესის სამსახურში მყოფ მედიას ასე განმარტავს: „მედია მოქალაქეებს განიხილავს არა პროდუქტად ან მომხმარებლად, არამედ დემოკრატიული პროცესების მონაწილე სუბიექტად, რომელსაც აქვს აგენტობა და შესაძლებლობა, გავლენა მოახდინოს სოციალურ თუ პოლიტიკურ პროცესებზე“²⁵ (Co-ordinating Committee for Media Reform, 2011). შესაბამისად, მედიისთვის მრავალფეროვნება მიზანი კი არ არის, არამედ არის გზა დემოკრატიული საზოგადოების შენებისთვის და საჯარო ინტერესებით ხელმძღვანელობის ინსტრუმენტი.

რაზე ვლავარაკობთ, როცა ვლავარაკობთ მრავალფეროვნებაზე?

მედიის კვლევებში, მედიის და ახალი ამბების მრავალფეროვნების ახსნისას ხშირად ეყრდნობიან მაკუილის მრავალფეროვნების კონცეფციას. ის მედიამრავალფეროვნებას ორ კომპონენტად ყოფს: სტრუქტურული და პრეზენტაციული. სტრუქტურულში გულისხმობს მფლობელების, მედიუმების, ფორმატების და გეოგრაფიულ მრავალფეროვნებას, ხოლო პრეზენტაციულ მრავალფეროვნებაში გამოყოფს სამ კომპონენტს: 1) განსხვავებული მოსაზრებები, პოლიტიკური, იდეოლოგიური ხედვები; 2) ინფორმაციის, ანუ თემატური მრავალფეროვნება და 3) კულტურის მრავალფეროვნება.²⁶ (Joris, G., De Grove, F., Van Damme, K., & De Marez, L. 2020)

მრავალფეროვნების აღსაწერად, მასზე დასაკვირვებლად საკმარისი არ არის მხოლოდ ის, თუ რას აჩვენებს ეკრანი, არამედ მნიშვნელოვანია დაკვირვება სტრუქტურულ შრეებზე, რომელთა პროდუქტიც არის მედიაშინაარსი. აფხაზიშვილი თავის კვლევაში წერს, რომ მნიშვნელოვანია დავინახოთ კავშირები ეთიკას, ჟურნალისტურ რეპორტირებასა და მრავალფეროვნების მხარდაჭერას შორის. ის ამბობს, რომ ჟურნალისტური რეპორტირება არ შეიძლება გაიზომოს მხოლოდ ეკრანზე გასული სიუჟეტით, რადგან მასალის მომზადებას წინ უძღვის არაერთი გადაწყვეტილება იმის შესახებ, თუ რა აქცენტი დაისვას, ვინ იყოს ამბის მთხრობელი და ა.შ.

„ამბის გაშუქება არც ეკრანზე მთავრდება, რადგან ყველა რეპორტაჟს მოსდევს ექო, რომელიც ყველასთან ერთნაირად არ ისმის. ამ ექოს გააზრება, უფრო კონკრეტულად კი, შესაძლო ინტერპრეტაციების ანალიზი, რეპორტირების ნაწილია იმ თვალსაზრისით, რომ ეს მიგნებები ინდივიდუალური და კოლექტიური რეფლექსიის საშუალებას იძლევა. ყოველი მომდევნო

²⁴ Denis McQuail, 2007, Revisiting Diversity as a Media Policy Goal.

²⁵ Co-ordinating Committee for Media Reform, 2011, THE MEDIA AND THE PUBLIC INTEREST – preliminary briefing paper.

²⁶ Joris, G., De Grove, F., Van Damme, K., & De Marez, L. (2020). News Diversity Reconsidered: A Systematic Literature Review Unraveling the Diversity in Conceptualizations. *Journalism Studies*, 1–20. doi:10.1080/1461670x.2020.1797527
10.1080/1461670x.2020.1797527.

გადაწყვეტილება, რომელიც ამ რეფლექსიით არის ნასაზრდოები, ეთიკური გადაწყვეტილებაა²⁷, - წერს აფხაზიშვილი. (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022)

ნაწილობრივ თვითკრიტიკული რეფლექსიის მიუხედავად, კერძო მაუწყებლების მენეჯერები ფიქრობენ, რომ მრავალფეროვნების სტრატეგიული დოკუმენტების საჭიროება დღეს არ აქვთ.

მედიის მენეჯერების ნაწილი ამბობს, რომ მედიებში მომუშავე ადამიანები უკეთ იაზრებენ მრავალფეროვნების მნიშვნელობას, რადგან მედია „გაიზარდა“, ესმის, რას ნიშნავს მრავალფეროვნება და უკეთავე აშუქებს უმცირესობების საკითხებს.

მედიის ერთ-ერთი სპეციალისტის მოსაზრებით, ცნობიერება მრავალფეროვნების საჭიროების შესახებ, საკმარისი პირობა არ არის მრავალფეროვნების მიზნების მისაღწევად. ის ფიქრობს, რომ საჭირო და მნიშვნელოვანია სტრატეგიული ამოცანები, მიდგომები და მექანიზმები.

ერთი კერძო მაუწყებლის მენეჯერი კრიტიკულად აფასებს დასავლური მედიამრავალფეროვნების სტრატეგიების საქართველოს ლოკალური რეალობისთვის მორგებას და ამბობს, რომ „ერთი რეკომენდაციის გადმოტანაც კი რთულია, ე.წ. Knowledge gap-ების“ არსებობის გამო. აფხაზიშვილის კვლევაში მოყვანილ მრავალფეროვნების მხარდაჭერის სისტემურ მაგალითებს, ის უმაღლეს მათემატიკას აღარებს და ამბობს, რომ ქართულ მედიას „გამრავლების ტაბულაც არ აქვს დაძლეული“.

იგივე მენეჯერი, რომელიც სისტემური მრავალფეროვნების ქართულ მედიაში დანერგვას კრიტიკულად უყურებს, შესაბამისი ცოდნის არარსებობის გამო, დადებითად აფასებს მედიების იმ შინაარსებს, რომელიც არადომინანტი ჯგუფების შესახებ იქმნება და ამბობს, რომ „მედიის საბაზო ღირებულებები ჯანსაღია“.

ეს და სხვა მაგალითები, რომლებიც ინტერვიუებში გამოიკვეთა, გვაფიქრებინებს, რომ კერძო მაუწყებლების მენეჯერები მედიამრავალფეროვნებას იშვიათ შემთხვევაში მოიაზრებენ კომპლექსურად. ისინი მიჯნავენ მრავალფეროვნების ეკრანზე ასახვას და მასთან დაკავშირებულ ჟურნალისტურ სტანდარტებს სისტემური მრავალფეროვნებისგან, რომელიც სტრუქტურულად განიხილავს მრავალფეროვნებას, მიზნებს და ამოცანებს სახავს მრავალფეროვნების, როგორც დემოკრატიული საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი ღირებულების გასაძლიერებლად.

საკუთარი ორგანიზაციების მუშაობაში, მრავალფეროვნების მიმართულებით მედიები უმეტესად მოიაზრებენ უმცირესობების ჯგუფებთან დაკავშირებული საკითხების გაშუქებას. იშვიათ შემთხვევებში კი, საუბრობენ მრავალფეროვნების მხარდაჭერის ისეთ მაგალითებზე, როგორიც არის უმცირესობების ჯგუფების წარმომადგენლების გადაცემების წამყვანად დასაქმება.

მედიაორგანიზაციებში მრავალფეროვნების მხარდაჭერისკენ მიმართული წარმატებული პრაქტიკების ანალიზისას, აფხაზიშვილის კვლევა გამოყოფს სამ ძირითად მიმართულებას: **ორგანიზაციაში დასაქმებულთა მრავალფეროვნება, სტაჟიორიდან მაღალი რგოლის მენეჯმენტამდე, თემატური ჯგუფების გაძლიერება, და შინაარსობრივი მრავალფეროვნება**, რომელიც გულისხმობს როგორც მედიაპროდუქტის თემატურ მრავალფეროვნებას, ისე იმაზე დაკვირვებას, რამდენად მრავალფეროვნანია გეოგრაფიული არეალი, საიდანაც ამბებს ჰყვებიან,

²⁷ სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022.

ან რამდენად მრავალფეროვანია ჯგუფები/ადამიანები, რომელთაც ამბებში ვხედავთ.²⁸ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი 2022)

ეს მედიამრავალფეროვნების მხარდაჭერის ის სტრატეგიული მექანიზმებია, რომლითაც რიგი დასავლური მედიაორგანიზაციები ცდილობენ სამუშაო პრაქტიკების, თუ ჰომოგენური რეპრეზენტაციების გადაზრებას და გარდაქმნას. ამგვარი სისტემური მიდგომებით, მედიები არა მხოლოდ შინაარსობრივ რეპრეზენტაციას ისახავენ მიზნად, არამედ უმცირესობების ჯგუფების გაძლიერებას, ასევე, მრავალფეროვნებას ორგანიზაციაში დასაქმებულთა შორის და სამტატო პოლიტიკას, რომელიც მრავალფეროვნების მხარდაჭერას ითვალისწინებს.

მომდევნო ქვეთავებში შევეცდებით ავხსნათ, თუ როგორ მუშაობს კერძო მაუწყებლებში სისტემური მრავალფეროვნების ისეთი კომპონენტები, როგორიც არის დასაქმებულთა მრავალფეროვნება, მაუწყებლის შინაარსობრივი მრავალფეროვნება და თემთან ურთიერთობა.

კერძო მაუწყებლებში დასაქმებულთა მრავალფეროვნება

მედიამრავალფეროვნების ინსტიტუტის მიერ 2008 წელს გამოქვეყნებული დოკუმენტის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი რეკომენდაცია მრავალფეროვნების გამოწვევების საპასუხოდ, მედიაორგანიზაციებში თანამშრომლების დაქირავების პოლიტიკის შეცვლაა. რაც არ გულისხმობს, რომ შავკანიანმა, მუსლიმმა ან ქალმა მხოლოდ შავკანიანების, მუსლიმების ან ქალების საკითხებზე იმუშაოს. მარგინალური ჯგუფების წარმომადგენლები მედიაორგანიზაციაში არიან კავშირები „უცხოთან“, კომუნებთან და ჯგუფებთან, რომელთა ყოველდღიურ ყოფასა თუ პერსპექტივებზე დომინანტმა ჯგუფებმა ნაკლები იციან.²⁹ (Media Diversity Institute, 2008)

კვლევის ფარგლებში ჩატარებულ ინტერვიუებზე დაყრდნობით, საქართველოში, კერძო მაუწყებლებს არ აქვთ ინფორმაცია მათ მედიებში დასაქმებული ადამიანების ეთნიკური, რელიგიური თუ სხვა იდენტობების შესახებ, რადგან არ არსებობს პრაქტიკა, რომელიც გაზომავდა საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის წარმომადგენლობას მედიაორგანიზაციებში.

კერძო მაუწყებლები ცალსახად არასწორად მიიჩნევენ ორგანიზაციული მრავალფეროვნების იმგვარად რეგულირებას, რომელიც მაუწყებლებს ორგანიზაციაში დასაქმებულთა უმცირესობების წარმომადგენელთა წილის განსაზღვრას დაავალდებულებდა.

„კვოტირებას კატეგორიულად არ ვეთანხმები, როგორც ინსტრუმენტს. ჯობია ადამიანს მისცე ანკესი, და არა თევზი“, - გვეუბნება კერძო მედიის მენეჯერი.

კერძო მაუწყებლის ერთი მენეჯერი ფიქრობს, რომ საქართველოს რეალობისთვის „არარელევანტურია“ კვოტირება. მეტიც, პრობლემური ჰგონიათ იმგვარი პროცესების ორგანიზება, რომელიც მიზნად დაისახავდა იმის მოკვლევას, თუ როგორ არიან

²⁸ სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022.

²⁹ THE ROLE OF MEDIA IN PROMOTION OF INTERCULTURAL LEARNING Report to Council of Europe's Intercultural Cities Programme, Media Diversity Institute, 2008.

წარმოდგენილები მედიებში უმცირესობები, მოწყვლადი ჯგუფები და უმრავლესობის წარმომადგენლები.

კერძო მაუწყებლების მედიამენეჯერები უმცირესობების ჯგუფების სახელით ეწინააღმდეგებიან კვოტირებას. მას უწოდებენ „მათთვის დამამცირებელს“, „მათთვის არაკომფორტულს“. ერთი მენეჯერი ფიქრობს, რომ კვოტირებით დასაქმებული უმცირესობის წარმომადგენლები „ნიუსრუმში უბედურები იქნებიან“, რადგან ვერ იგრძნობენ თავს „სრულფასოვან წევრად“. „ეთნიკურ აღწერად“ მოიხსენიებს ერთი მენეჯერი შიდაორგანიზაციული მრავალფეროვნების კვოტირების სისტემით განსაზღვრას და ამბობს, რომ „შეიძლება ძალიან მცდარი სიგნალი იყოს მათთვის“. სხვა კერძო მაუწყებლის მენეჯერის თქმით კი: „არ მინდა, რომ სადამდე მივიღე, იცი? ჩემი თანამშრომლის სექსუალური ორიენტაცია ვარკვიო“.

BBC, რამდენიმე სხვა მსხვილი მედიორგანიზაციის მსგავსად, ხშირად ატარებს ამგვარ აღწერებს, სადაც დასაქმებულები, სურვილის შემთხვევაში, მუდმივად აახლებენ ინფორმაციას საკუთარი იდენტობის მარკერების შესახებ.³⁰ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022)

მედიის ერთ-ერთი სპეციალისტის აზრით, კერძო მაუწყებლების ამგვარი მიდგომა წააგავს კაცების მიერ ქალთა რეპროდუქციული ჯანმრთელობის, ან სხვა საკითხებზე გამოთქმულ მოსაზრებებს და მიღებულ გადაწყვეტილებებს. ის მიიჩნევს, რომ უმრავლესობამ, უმცირესობის მაგივრად არ უნდა განსაზღვროს, თუ რა არის დისკრიმინაციული და რა - არა:

„როდესაც, მაგალითად, სომეხს, აზერბაიჯანელს ან იეზიდს არ უნდა, რომ დაითვალონ, როგორც ცალკე ჯგუფი და მისი ამოცანაა ჩაეწეროს მეინსტრიმში, როგორც ერთ-ერთი, ეს ნიშნავს, რომ მას იდენტობის დაკარგვის გზით წასვლა ურჩევნია“, - ამბობს მედიის სპეციალისტი. ის ფიქრობს, რომ ამ გზას მხოლოდ მაშინ ირჩევენ ადამიანები, როცა თავიანთ იდენტობასთან ერთად საზოგადოებაში ცხოვრება ნაკლებად კომფორტული, ან საფრთხის შემცველია.

მეორე დისკურსი კვოტირებთან მიმართებით მედიამენეჯერების ნაწილის წინასწარგანწყობება უმცირესობების ცოდნისა და პროფესიონალიზმის შესახებ:

„დავივალდებულე თავი, რომ კვოტირები მექნება თანამშრომლების რაოდენობაზე ამ რეგიონიდან (ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონები), არ ვარ დარწმუნებული, რომ პროფესიონალი კადრები შემრჩება ხელში“, - ამბობს კერძო მაუწყებლის მენეჯერი.

ორგანიზაციებში დასაქმებულთა მრავალფეროვნება ერთ-ერთი პრობლემური საკითხია დასავლურ მედიებში. ჟურნალისტი სოლედად ო'ბრაიენი წერს, რომ „ფერადკანიანთა მწირი რიგები ამერიკულ ნიუსრუმებში ხშირად ნიშნავს რეპორტაჟებს „ჩვენ“ და „მათი“ პერსპექტივიდან. აქ დასაქმებული ადამიანები: არქიტექტორები, უძრავი ქონების ექსპერტები, სპორტული თუ გასართობი გადაცემების წამყვანები, აუდიტორიას ესაუბრებიან ისე, „თითქოს ყველა მათგანი თეთრია“.³¹ (The Journalist's Resource, 2020)

2020 წელს, ასობით ჟურნალისტი დაიწყო საუბარი ტვიტერზე მედიებში დასაქმებულთა რასობრივ და ეთნიკურ პრობლემებზე. ამგვარმა დისკუსიებმა და გახმაურებულმა დისკრიმინაციულმა შემთხვევებმა უბიძგა რიგ მედიებს ორგანიზაციული ცვლილებებისკენ. მათ

³⁰ სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022.

³¹ The Journalist's Resource, 2020, Clark Merrefield, Race and the newsroom: 7 studies to know <https://journalistsresource.org/race-and-gender/newsroom-diversity-7-studies/>

შორის ერთ-ერთია ამერიკული გამოცემა New York Times. 2021 წელს, ორი განმარტებული შემთხვევის შემდეგ, ორგანიზაციამ იმუშავა ანგარიშზე, რომელმაც იკვლია მათი სამუშაო კულტურა, მრავალფეროვნების ქრილში. აღმოჩნდა, რომ პრობლემური არა მხოლოდ უმცირესობების წარმომადგენლობაა მედიაში, არამედ დასაქმებულთა მიმართ უთანასწორო მიდგომებიც.³² მედიაში იმავე წელს დაიწყო [Call To Action](#) გეგმის განხორციელება, რომელმაც მიზნად დაისახა რედაქციაში არსებული პრობლემების აღმოფხვრა, სხვადასხვა გზით. მათ შორის არის: ორგანიზაციის მენეჯერულ პოზიციებზე უმცირესობების ჯგუფების წარმომადგენლობის ზრდა, სამუშაო კულტურის გარდაქმნა, თანამშრომელთა ცნობიერების ამაღლება მრავალფეროვნების მიმართულებით, თემატური ჯგუფების გაძლიერება და დასაქმების პოლიტიკაში მრავალფეროვნების კომპონენტის გაფართოება.³³ (New York Times 2021)

რატომ სჭირდება მედიას მრავალფეროვნება დასაქმებულთა შორის? მედიამრავალფეროვნების სპეციალისტები ფიქრობენ, რომ მთავარი ღირებულება, რაც მედიაში დასაქმებულთა მრავალფეროვნებას მოაქვს, არის აზროვნების მრავალფეროვნება, რადგან განსხვავებულობა არ არის მხოლოდ გარეგნული ან სხვა რაიმე ნიშნით გამორჩევა, არამედ განსხვავებული ცხოვრებისეული გამოცდილებები, ცოდნები და გამოწვევები. ეს უკანასკნელი კი, შესაძლებელია, განაპირობებდეს იმას, თუ რა კითხვებს სვამს, რაზე ამხვილებს ყურადღებას და პრობლემის რა ასპექტებს ამჩნევს ჟურნალისტი.³⁴ (The Guardian 2015)

არ გვაქვს მონაცემები, რომლითაც ქართულ მედიაში უმცირესობათა ჯგუფების ორგანიზაციაში წარმომადგენლობას შევაფასებდით, თუმცა მედიის ერთ-ერთი სპეციალისტი მცირედ გაუმჯობესებაზე საუბრობს, და გულისხმობს ცალკეულ მედიებში ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენელ რამდენიმე წამყვანს და ჟურნალისტს.

მნიშვნელოვანია, რომ თავად მედიის მენეჯერი „კარგ პრეცედენტად“ მოიხსენიებს ორგანიზაციაში ეთნიკური უმცირესობის წარმომადგენლის დასაქმებას გადაცემის წამყვანის პოზიციაზე. თუმცა, განმარტავს, რომ „თვითონ პიროვნებაა საინტერესო და ღირებული, მეორე პლანზე არის მისი ეთნიკური წარმომავლობა“.

ის, რომ მედიის შინაარსზე შესაძლებელია გავლენა ჰქონდეს მედიაში დასაქმებული ადამიანების განსხვავებულ იდენტობებს, კერძო მუწყებლის მედიამენეჯერის საუბრიდანაც ჩანს. ის ამბობს, რომ ეთნიკური უმცირესობის წარმომადგენელი გადაცემის წამყვანის ინიციატივით, მათ ეთერში მოიმატა საუბარმა უმცირესობებისთვის მნიშვნელოვან სხვადასხვა საკითხზე. მათ შორის ახსენებს კამპანიას #გვარიდამიბრუნე, რომლის კონტექსტიც, მისი თქმით, ეთნიკური უმცირესობის წამყვანმა საზოგადოებას იმგვარად აუხსნა, რომ „გასაგები გახდა, რას და რატომ ითხოვდნენ კამპანიის ავტორები“.

³² <https://edition.cnn.com/2021/02/24/media/new-york-times-workplace-report/index.html>

³³ New York Times Calls for Workplace Changes in Diversity Report <https://www.nytc.com/company/diversity-and-inclusion/a-call-to-action>

³⁴ Why does diversity in the media sector matter?

<https://www.theguardian.com/sustainability/blog/2014/dec/18/diversity-panel-discussion-guardian-sustainability>

შინაარსობრივი მრავალფეროვნება კერძო მაუწყებლებში

მრავალშრიანი და კომპლექსური მრავალფეროვნების პოლიტიკა, სტრატეგიული მიზნები და მათი განხორციელებისთვის დასახული გეგმები კერძო მაუწყებლებში არ არსებობს. ამგვარი პოლიტიკური დოკუმენტის საჭიროებაზე უარის თქმა, სხვადასხვა მიზეზით, მიგვანიშნებს, რომ მედია მრავალფეროვნების პერფორმაციულ ნაწილს უფრო მეტ მნიშვნელობას ანიჭებს, ვიდრე სტრუქტურულ მრავალფეროვნებას. თუმცა ევროპაში გასული მედიაშინაარსები, იშვიათად იქმნება არადომინანტური ჯგუფების შესახებ. ასევე სუსტად ან თითქმის არ ისმის განსხვავებული პოლიტიკური თუ იდეოლოგიური მოსაზრებები. მრავალფეროვნების დომინანტურ მაგალითებად კი, ძირითადად გვხვდება კულტურული მრავალფეროვნების პრეზენტაცია.

კერძო მედიების სამაუწყებლო ბაზეში ეთნიკური უმცირესობების საკითხები მეტწილად კულტურული მრავალფეროვნების იმგვარი რეპრეზენტაციით შემოიფარგლება, რომელიც იშვიათად სცდება დღესასწაულების გამუქებას.

ერთ-ერთი კერძო მაუწყებლის მენეჯერი „სუზონურს“ უწოდებს ეთნიკური უმცირესობების საკითხების გაშუქებას ქართულ მედიაში და გულისხმობს იმ ძირითადი დღესასწაულების შესახებ მომზადებულ მასალებს, რომელსაც წლის განმავლობაში უმცირესობების თემები აღნიშნავენ.

მედია მენეჯერები ასევე ამბობენ, რომ აშუქებენ სხვადასხვა კონფლიქტს რეგიონში, მათ შორის, მაგალითად, რელიგიური ნაგებობების შესახებ. ცალკეულ შემთხვევებში მენეჯერი ასახელებს ეთნიკური უმცირესობების თემებში ბავშვთა ქორწინების საკითხს და ქართული ენის ცოდნის პრობლემებს ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში. „გამონათებად“ არის მოხსენიებული ერთი კერძო მაუწყებლის მიერ მომზადებული რამდენიმე სიუჟეტი, რომლის რესპონდენტები ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლები იყვნენ.

კერძო მაუწყებლები, ერთი მხრივ, მცირე დროს უთმობენ ეთნიკური უმცირესობების საჭიროებების გაშუქებას, კულტურულ და სოციალურ-პოლიტიკურ საკითხებს, მეორე მხრივ კი, ის მცირე შინაარსები, რომლებიც იქმნება, განიხილავს ჯგუფების შესახებ ისეთ საკითხებს, რომლებიც ან რეაქციულია და ახალ ამბებზეა მიბმული (კონფლიქტები), ან სტერეოტიპებს აწარმოებს (ბავშვთა ქორწინება), ან ზედაპირზე დევს (ენის ცოდნის საკითხი). მედია თითქმის არ საუბრობს უმცირესობების ჯგუფებთან მიმართებით სისტემურ უთანასწორობებზე, რომელიც ინსტიტუციებშია ფესვადგმული და მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მათ ყოველდღიურ ცხოვრებაზე.

საგულისხმოა, რომ უმცირესობების ჯგუფების ინტერესების ასახვას, თემატური და შინაარსობრივი მრავალფეროვნების შექმნას, კერძო მაუწყებლების მენეჯერების ნაწილი სიფრთხილით ეკიდება. იყენებენ სიტყვას „ბუნებრივი“, და გულისხმობენ უმცირესობების საკითხების ეთერში შემოტანის ისეთ ფორმებს, რომლებიც, ერთ-ერთი მენეჯერის თქმით, „უმტკივნეულო“ იქნება. ამგვარ ფორმებად ძირითადად სახელდება გასართობი ხასიათის გადაცემები, სადაც უმცირესობების საკითხების, მენეჯერის სიტყვებით, „შემოცურებაა“ შესაძლებელი.

მედია მენეჯერების ნაწილი ფიქრობს, რომ განსაკუთრებული აქცენტის დასმა ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებზე, არ არის სწორი: „გამორჩეულად ილაპარაკო

ახალციხის პრობლემაზე და არ ილაპარაკო, სიტყვაზე, ჩონატაურის პრობლემაზე, გამოდის ცოტა ხელოვნურად თავს მოხვეული“, - ამბობს მედიის ერთ-ერთი მენეჯერი.

რატომ ვერ ხედავენ კერძო მაუწყებლები ეთნიკური უმცირესობების პრობლემებს, გამოწვევებს, თუ მიღწევებს, ან რატომ არ ჩანან საინფორმაციო ამბებში იმ საერთო პრობლემებით, რომლებიც უმრავლესობასთან ერთად ეხებათ და აწუხებთ?

მედიის ერთი სპეციალისტი ქართული საზოგადოების ფუნდამენტურ პრობლემაზე მიგვითითებს, რომელიც „ძლიერ ინდოქტრინირებული“ და „ფობიებით სავსე“, „საკომუნიკაციო კათედრებიდან“, სკოლიდან და ეკლესიიდან იმართება. ეს „კათედრები“, მისი აზრით, ასაზრდოებენ იმგვარ მატრიცას, სადაც ქართველი უნდა იყოს დომინანტური. ქართველში კი იგულისხმება არა მოქალაქეობრივად ქართველი, არამედ ეროვნებით ქართველი და მორწმუნეობრივად მართლმადიდებელი. მედია, როგორც კომუნიკაციის „მესამე კათედრა“, მედიასპეციალისტის თქმით, წინააღმდეგობას ვერ უწევს მათ მიერ წარმოებულ დისკურსებს, რადგან ჟურნალისტები მედიაში ზემოთ ნახსენები ორი ინსტიტუტის საინფორმაციო ველიდან, თუ კულტურული სივრცეებიდან მოდიან.

ის ასევე ფიქრობს, რომ სატელევიზიო მედიებს მაყურებლის დაკარგვის ეშინიათ. მისი თქმით, მედია ირჩევს მოკლევადიან სტრატეგიას, რეიტინგს, ნაცვლად გრძელვადიანი სტრატეგიისა, რომელიც მიზნად დაისახავდა საზოგადოებრივ ცხოვრებაში სადისკუსიო თემების მრავალმრიან განხილვას და ხელს შეუწყობდა დემოკრატიულ პროცესებს.

მიზანმიმართული გარიყვის პრობლემაზე მიგვანიშნებს მედიის ერთი სპეციალისტი, რომელიც ამბობს, რომ კერძო მაუწყებლის არჩევანი შესაძლებელია იყოს ემსახუროს თუ არა უმცირესობების ჯგუფების აუდიტორიებს, მაგრამ მას არ აქვს უფლება, რომ ეს ჯგუფები გარიყოს საინფორმაციო ველიდან.

გეოგრაფიული არეალი, საიდანაც კერძო მაუწყებლები მაყურებელს ესაუბრებიან, ხშირად ისეთივე მწირია, როგორც თემატური და შინაარსობრივი მრავალფეროვნება მედიაში. აქაც ერთ-ერთ მიზეზად სახელდება მწირი რესურსები. რეგიონული კორესპონდენტების შენარჩუნება უფრო დგას მედიების დღის წესრიგში, ვიდრე ახალი რეგიონული ბიუროების დამატება.

ჩვენ მიერ გამოკითხული მედიის სპეციალისტი ფიქრობს, რომ რეგიონების ამბების გაშუქება მაუწყებლების მნიშვნელოვანი პრობლემაა. „ძალიან ბევრი გაუშუქებელი საკითხი გვაქვს ადგილზე. წალკაში რომ გახვალ, აზერბაიჯანელიც დაგელაპარაკება, სომეხიც, და აღმოაჩენ, რომ ხალხი ერთად ცხოვრობს. და რომ წამოვიდა ის მეწყერი, ორივე ერთად დაგელაპარაკება ... ოღონდ მიდი და გააშუქე ეს ამბავი. ეს შინაარსები გვაქვს წინ წამოსაწევი“, - ამბობს მედიის სპეციალისტი.

აფხაზიშვილი წერს, რომ სისტემური მრავალფეროვნების მხარდამჭერები უმთავრესად იმაზე არიან ფოკუსირებულები, თუ როგორ აღიქვამს უმრავლესობა უმცირესობას საკუთარ დომინანტურ პრივილეგიებთან მიმართებით და რამდენად გრძნობს კონკრეტული უმცირესობის ჯგუფი, რომ ის ერთიანი საზოგადოების ნაწილია. ეთნიკური უმცირესობებისთვის საქართველოს მაგალითი კი გვაჩვენებს, რომ მიმდინარე საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ამბები ეთნიკური უმცირესობების ჯგუფების მშობლიურ ენაზე თითქმის მიუწვდომელია, თუ არ ჩავთვლით

რამდენიმე სათემო და სპეციალურად უმცირესობების თემებზე მომუშავე მედიას.³⁵ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022)

მედიის განვითარების ფონდის მიერ 2019 წელს გამოქვეყნებულ კვლევაში ვკითხულობთ, რომ „ნაციონალური დაფარვის არხები ნაკლებად ასახავენ რეგიონების პრობლემებს და ამ რეგიონების მოქალაქეები საკუთარ თავს შესაბამის მედიაკონტენტთან ვერ აიდეენტიფიცირებენ“.³⁶ (მედიის განვითარების ფონდი, 2019)

ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში ქართული მაუწყებლების დაბალ ინტერესს ქართული ენის არცოდნას უკავშირებს კერძო მაუწყებლის მენეჯერების ნაწილი. ერთი მათგანი ფიქრობს, რომ მნიშვნელოვანია მოქალაქეს ჰქონდეს ინფორმაცია მის ქვეყანაში მიმდინარე ამბებზე. მისი თქმით, მედია ფიქრობს ამ მიმართულებით, თუმცა საკმარისი რესურსები არ აქვს.

კერძო მაუწყებლები და თემთან ურთიერთობა

მედიაში სტრატეგიული მრავალფეროვნების მიდგომებიდან სოციალური სამართლიანობის ცენტრი ყველაზე ეფექტიანს უწოდებს მედიაში თემატური ჯგუფების შექმნას ორგანიზაციის შიგნით, რაც მიზნად ისახავს უმცირესობების გაძლიერებას მათთან მჭიდრო კომუნიკაციის და დიალოგის წახალისების გზით. ასეთი ჯგუფების მაგალითებად მოჰყავს ქალთა ჯგუფი, ეთნიკური თუ რასობრივი უმცირესობების ჯგუფები, ქვიარ თემი და სხვ. მედიები თემატურ ჯგუფებს იყენებენ, ერთი მხრივ, იმისთვის, რომ უშუალო კავშირი ჰქონდეთ უმცირესობების ჯგუფებთან. მეორე მხრივ კი, მათ უზიარებენ ორგანიზაციული მრავალფეროვნების სტრატეგიებს.³⁷ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022)

„თემატური ჯგუფი ერთგვარი სოლიდარობის ქსელია ორგანიზაციის შიგნით. ჯგუფებს აერთიანებთ საერთო იდენტობა ან პრობლემა, რომლის ლობირებასა და მხარდაჭერასაც თავად ცდილობენ. ეს მექანიზმი წააგავს ე.წ. ქვევიდან წამოსული ადვოკატირების (grassroot advocacy) პრინციპებს“, - წერს აფხაზიშვილი (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022)

თემატური ჯგუფი, როგორც მედიის სტრუქტურული ერთეული, ქართულ კერძო მაუწყებლებში არ არსებობს. თუმცა მედიამენეჯერები საუბრობენ თემის წარმომადგენელ არასამთავრობო ორგანიზაციებთან თანამშრომლობაზე. კერძოდ, ახალი ამბების მომზადების პროცესში, ჟურნალისტები მათთან აზუსტებენ სწორ ტერმინებს თუ სხვადასხვა კონტექსტს.

თუმცა ამგვარ ურთიერთობას ფორმალური სახე არ აქვს. ასევე, არ არსებობს ისეთი ფორმატი, რომელიც უმცირესობების ჯგუფებს მისცემდა საშუალებას თავად გაეცნოთ მედიისთვის

³⁵ სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022.

³⁶ საქართველოს ევროატლანტიკური ინტეგრაციის საკითხებზე ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონების ინფორმირება, 2019, მედიის განვითარების ფონდი <https://osgf.ge/publication/sagartvelos-evroatlantikuri-integraciis-sakitkhebze-etnikuri-umciresobebit-dasakhlebuli-regionebis-informireba/>

³⁷ სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022.

საკითხები, რომლებიც, მათი აზრით, რეგიონებსა თუ ქალაქში მცხოვრები თემის წევრებისთვის არის მნიშვნელოვანი.

მრავალფეროვნების მხარდაჭერის სამი მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტიდან, კერძო მაუწყებლებში არცერთს არ აქვს მყარი საფუძვლები. მართალია, მრავალფეროვნების კონცეფციას აქვს იდეური მხარდაჭერა, თუმცა ის არ აისახება მედიის პოლიტიკაზე. ის, რომ მედიას არ აქვს პოლიტიკური მიზნები მრავალფეროვნებასთან მიმართებით, შეგვიძლია გავიგოთ როგორც პოლიტიკური მიზანი, რადგან მიუხედავად იმისა, აცნობიერებს თუ არა კერძო მაუწყებელი ამას, ამგვარი პოლიტიკის შედეგები უარყოფითად აისახება დემოკრატიულ პროცესებზე. მრავალფეროვნების ნაკლებად პრიორიტეტულ საკითხად დასახვის შედეგია დომინანტური პოლიტიკური, ეკონომიკური თუ კულტურული ჯგუფების კვლავ გაძლიერება, მულტიკულტურალიზმის და დემოკრატიული პროცესების ხელშეწყობის ნაცვლად.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი და მრავალფეროვნების პოლიტიკა

მრავალფეროვნება საზოგადოებრივი მაუწყებლისთვის, ერთი მხრივ, სამართლებრივი ვალდებულებაა, მეორე მხრივ კი, მისი იდეის მთავარი პრინციპია.

პრაისი წერს, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი დემოკრატიულ საზოგადოებაში გვჭირდება, როგორც ინსტრუმენტი პლურალიზმის, მრავალფეროვნების, განათლების, გაერთიანებისა და კონსტრუქციული ეროვნული იდენტობის აგებისთვის. ის აღნიშნავს, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს შეუძლია შეინარჩუნოს ენები, კულტურები და შესაძლებელია ასევე იყოს შერიგების დამხმარე საშუალება.³⁸ (M Price, 2011)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის შექმნის იდეას საფუძვლად უდევს მსჯელობა, რომ კომერციული თუ სახელმწიფო ინტერესი არ დააყენებს ფინანსურ თუ პოლიტიკურ მიზნებს, საზოგადოებრივი ინტერესების წინ. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია არსებობდეს ინფორმაციის შექმნის და მიღების იმგვარი მოდელი, რომელიც პირველ რიგში საზოგადოებრივ ინტერესებს მოემსახურება.³⁹ (UNESCO, 2001)

1926 წელს, ბრიტანეთის საპარლამენტო კომიტეტმა BBC-ის საზოგადოებრივ მაუწყებლად ფორმირების რეკომენდაცია გასცა, სადაც წერია, რომ მაუწყებლობა უნდა იყოს საზოგადოების და არა ცალკეული ინდივიდების თუ ორგანოს ხელში, რადგან მას პროპაგანდის დიდი ძალა აქვს. ამერიკაში კი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის იდეა ჩნდება ლინდონ ჯონსონის „დიდი საზოგადოების“ პოლიტიკური პროგრამის წიაღში, რომლის მიხედვით სიღარიბე და რასობრივი უსამართლობა უნდა დაძლეულიყო.⁴⁰ (Cambridge University Press, 2020)

მოგვიანებით, არაერთმა ქვეყნის ხელისუფლებამ წამოიწყო საზოგადოებრივი მაუწყებლის შექმნის პროცესი, რომელთა შორის ბევრი ექსპლიციტურად დაეფუძნა BBC-ის მოდელს.

³⁸ M Price, Public Service Broadcasting in Transition: A Documentary Reader, Monroe Price University of Pennsylvania, 2011.

³⁹ Public broadcasting: why? How? <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>

⁴⁰ The Disinformation Age Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States, pp. 211 – 258 Cambridge University Press, 2020.

გლობალურად, საზოგადოებრივი მაუწყებლების მიერ არჩეული გზები, შესაძლოა, განსხვავებული ყოფილიყო, თუმცა მთავარი მიზანი საერთო იყო: შეექმნათ კომერციული და პოლიტიკური გავლენებისგან თავისუფალი სივრცე, რომელიც მოემსახურებოდა საზოგადოების ინტერესებს.

საქართველოში, საზოგადოებრივი მაუწყებლის იდეის განხორციელება გაცილებით გვიან, 2003 წლის ვარდების რევოლუციის შემდეგ იწყება. რეფორმებს შორის ერთ-ერთი იყო სახელმწიფო ტელევიზიის საზოგადოებრივ მაუწყებლად გარდაქმნის პროცესი. 2004 წელს საქართველოს პარლამენტმა მხარი დაუჭირა კანონს „მაუწყებლობის შესახებ“, რომლის ერთ-ერთი მიზანი იყო დამოუკიდებელი საზოგადოებრივი მაუწყებლობის ფორმირება.⁴¹ („საქართველოს კანონი მაუწყებლობის შესახებ“)

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი ახალი სამართლებრივი რეგულაციების წიაღში იქმნება. ამავე პერიოდში მიიღეს კანონი „სიტყვის და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ“. მაუწყებლები ვალდებულები იყვნენ არ გადაეცათ ისეთი შინაარსის პროგრამები, რომელთაც შეეძლოთ ეთნიკური შუღლის პროვოცირება ან გაღვივება. მოგვიანებით, 2006 წელს, შეიქმნა კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი დოკუმენტი - მაუწყებლის ქცევის კოდექსი.⁴² (ECMI, 2012)

ჟურნალისტი ნათია კაპანაძე, 2015 წელს გამოქვეყნებულ მედიაჩეკერის ბლოგში წერს, რომ ქართულ რეალობაში, ძალიან საჭირო იყო მაუწყებელი, რომლის მიზანიც იქნებოდა საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისი, მრავალფეროვანი პროგრამების საზოგადოებისათვის მიწოდება. „დღეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის თითოეული თანამშრომელი ფინანსდება, რადგან მათი საქმიანობა საჭირო და პრიორიტეტულია ქვეყანაში. ამ დიდი მოლოდინით კი, რეალურად უარს ვამბობთ სოციალური თუ სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი სხვა პროექტების დაფინანსებაზე. ასეთ ხაზგასმას საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ინფორმაციის მიღებისა და სათანადოდ დამუშავების აუცილებლობის გამო ვაკეთებთ“.⁴³ (მედიაჩეკერი, 2015)

სახელმწიფო ტელევიზიიდან საზოგადოებრივ მაუწყებლად გარდაქმნის პროცესი წლების განმავლობაში იყო მრავალმხრივი კრიტიკის საგანი. 2013 წელს ორგანიზაციამ „საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო“, გამოაქვეყნა ანგარიში საზოგადოებრივ მაუწყებელზე, სათაურით, „უწყვეტი კრიზისის ქრონიკა“. დოკუმენტში ვკითხულობთ, რომ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვერცერთმა აღმასრულებელმა დირექტორმა - თამარ კინწურაშვილმა, ლევან ყუბანეიშვილმა, გია ჭანტურიამ და გიორგი ბარათაშვილმა - ვერ დაასრულა ამ თანამდებობისთვის გათვალისწინებული ექვსწლიანი ვადა. ნაწილი სამსახურიდან გაათავისუფლეს, ნაწილი კი აიძულეს გადამდგარიყო, ძირითადად, პოლიტიკური მიზეზების გამო. პოლიტიკური ნიშნით ინიშნებოდნენ და ტოვებდნენ თანამდებობას სამეურვეო საბჭოს წევრებიც. 2005 - 2013 წლებში, სავარაუდოდ, პოლიტიკურად მოტივირებული მიზეზების გამო,

⁴¹ „საქართველოს კანონი მაუწყებლობის შესახებ“

<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=66>

⁴² ეროვნული უმცირესობები და მედიის მდგომარეობა საქართველოში, ტობიას აკერლუნდი, ECMI -ის სამუშაო მოხსენება №52 იანვარი 2012.

⁴³ ერთი სურვილი საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტებისთვის, მედიაჩეკერი, 2015 <https://www.mediachecker.ge/ka/blogi/article/49026-erthi-survili-sazogadoebrivi-mautsyebli-programuli-prioritetebisthvis>

თანამდებობიდან გადადგა სამეურვეო საბჭოს სულ მცირე ცხრა წევრი“.⁴⁴ (საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, 2013)

IDFI წერს, რომ მაუწყებელში მიმდინარე პროცესების მიმართ უნდობლობის ახალი ტალღა მოჰყვა 2017 წლის 6 იანვარს არხის გენერალურ დირექტორად ხელისუფლებასთან დაახლოებული პირის, ვასილ მალაფერიძის დანიშვნას და ახალი მენეჯმენტის მიერ მომდევნო თვეებში მიღებულ გადაწყვეტილებებს.⁴⁵ (IDFI, 2017)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ამჟამინდელი დირექტორის, თინათინ ბერძენიშვილის ხელმძღვანელობის დროს, 2022 წელს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ კვლავ გაჩნდა კითხვები ორგანიზაციაში მმართველი პოლიტიკური ძალის გავლენებთან მიმართებით. ჟურნალისტებმა იმედა დარსალიამ, თამთა ჯანაძემ და სოფო ზედელაშვილმა საზოგადოებრივი მაუწყებელი ჟურნალისტურ საქმიანობაში ჩარევასა და ცენზურის მცდელობებში დაადანაშაულეს. გადაცემა „ახალი კვირის“ ყოფილმა წამყვანებმა თქვეს, რომ საზოგადოებრივ არხზე ამბები და თემები იბლოკებოდა, და არსებობდა არასასურველი რესპონდენტების ე.წ. „შავი სია“.⁴⁶ (Civil.ge, 2022)

რამდენადაც საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრინციპი არის ორგანიზაციის დამოუკიდებლობა პოლიტიკური თუ კომერციული ინტერესებისგან, საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელში მმართველი პოლიტიკური ძალის გავლენებზე კითხვები ფუნდამენტური საკითხია. საზოგადოებრივი მაუწყებელი დემოკრატიულ საზოგადოებაში შექმნილი პოლიტიკური იდეაა, რომელსაც თუკი გამოაცლი მთავარ ღირებულებით ღერძს, სადამფუძნებლო პრინციპებს, მისგან მხოლოდ კულტურის კარიკატურა შეგვრჩება.

იმ პოლიტიკურ დღის წესრიგში, როგორც არის პოლარიზებული და გაუარესებული მედიაგარემო, მედიის მიმართ ნდობის დაბალი მაჩვენებელი, ლოკალური და გლობალური დემოკრატიის კრიზისები, საზოგადოებრივი მაუწყებლის საჭიროება და მნიშვნელობა კიდევ უფრო მეტია. თუმცა 2023 წლის მარტის საზოგადოებრივი აზრის კვლევა, რომელიც NDI-მ ჩაატარა, აჩვენებს, რომ მედიაგარემოში, სადაც მაყურებლის 51% არავის ენდობა, საზოგადოებრივი მაუწყებლისადმი ნდობა მხოლოდ 3%-ია.⁴⁷ (NDI 2023)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიმართ უნდობლობას ვხედავთ კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ მედიის ექპერტთა შორის. ერთი მათგანი ფიქრობს, რომ საკანონმდებლო დონეზე საზოგადოებრივი მაუწყებელი გამართული სისტემაა, თუმცა ორგანიზაცია ვერ ახერხებს მმართველი ხელისუფლების პოლიტიკური გავლენებისგან გათავისუფლებას, რადგან „არ არსებობს ამის პოლიტიკური ნება“.

მედიის სპეციალისტებს, ასევე აქვთ კითხვები მაუწყებლის დემოკრატიულ ღირებულებებთან მიმართებითაც: „როცა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტოკ-შოუში სტუმარი ამბობს, რომ გეი

⁴⁴ უწყვეტი კრიზისის ქრონიკა, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ისტორია, 2013, საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო <https://transparency.ge/ge/blog/utsqveti-krizisis-kronika-sazogadoebrivi-mautsqebli-istoria>

⁴⁵ საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეფორმის გამოწვევები, IDFI, 2017 https://idfi.ge/ge/challenges_of_public_broadcaster_georgia

⁴⁶ ჟურნალისტები საზოგადოებრივ მაუწყებელს ცენზურის მცდელობაში ადანაშაულებენ, 2022, Civil.ge <https://civil.ge/ka/archives/481766>

⁴⁷ NDI, საზოგადოების განწყობა საქართველოში, 2023 წლის მარტში ჩატარებული სატელეფონო გამოკითხვის შედეგები.

პროპაგანდა არ უნდა დაუშვას და წამყვანს არ აქვს რეაქცია, ეს ნიშნავს, რომ აქ კონცეპტუალური, ძალიან სიდრმისეული პრობლემაა თვითონ საზოგადოებრივ მაუწყებელში“ - ამბობს მედიის სპეციალისტი.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის კრიტიკას ირეკლავს 2021 წელს ევროპის ფონდის მიერ გამოქვეყნებული დოკუმენტი ქართული მედიასივრცის მიმოხილვაზე, სადაც ნათქვამია, რომ მედია კვლავ ვერ ახერხებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის შესაფერისი სტანდარტის მიღწევას. დოკუმენტში ვკითხულობთ, რომ მაუწყებელს მრავალფეროვანი თემატური დიაპაზონი აქვს, „თუმცა საჯარო დაფინანსების გათვალისწინებით, მეტია გასაკეთებელი, განსაკუთრებით ეთნიკური უმცირესობების მიმართულებით“, - ნათქვამია კვლევაში.⁴⁸ (Georgia Media Landscape Assessment 2021)

მომდევნო ქვეთავებში განვიხილავთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვალდებულებებს და ასევე იმ მექანიზმებს, რომელთაც ორგანიზაცია მათ შესასრულებლად იყენებს.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ვალდებულებები

მაუწყებლის შესახებ კანონის მე-16 მუხლის მიხედვით, საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია, სათანადო პროპორციით განათავსოს უმცირესობის ენაზე, უმცირესობების შესახებ, და უმცირესობების მიერ მომზადებული პროგრამები.

ქვევის კოდექსი, რომელიც სავალდებულო დოკუმენტია ყველა თანამშრომლისთვის, მაუწყებელში დასაქმებული ადამიანებისგან ითხოვს სამართლიანად გააშუქონ ქვეყანაში მცხოვრებ უმცირესობებსა და საზოგადოებრივ ჯგუფებთან დაკავშირებული თემები. ის განსაზღვრავს პროფესიულ სტანდარტებს და ჟურნალისტურ ეთიკას. ქვევის კოდექსის მიხედვით, „საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა თავის პროგრამებში მონაწილეობა უნდა მიაღებინოს უმცირესობათა ყველა წარმომადგენელს, ამომწურავად და სამართლიანად ასახოს საქართველოში მცხოვრები ყველა ხალხის ცხოვრება და მათი კულტურა, პატივი სცეს ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობების უფლებას და თავისი წვლილი შეიტანოს მათ განვითარებაში“⁴⁹ (საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქვევის კოდექსი)

გარდა ამისა, მრავალფეროვნება გათვალისწინებულია მაუწყებლის ძირითად სამოქმედო პრიორიტეტებში. 2022-2025 წლების სტრატეგიულ დოკუმენტში ვკითხულობთ, რომ ორგანიზაციის პრიორიტეტი არის „საქართველოში არსებული ყველა რელიგიური და ეთნიკური ჯგუფების კულტურის, ტრადიციების, ფასეულობების, ყოფის, საჭიროებების, პრობლემების, წარმატებების, მნიშვნელოვანი თარიღებისა და სხვა საინტერესო საკითხების ამსახველი მედიაპროდუქტის მომზადება“.⁵⁰ (საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტები)

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი მოიცავს მაუწყებლის პირველ არხს, ასევე ტელესკოლას (მაუწყებლის მეორე არხი), ორ რადიოს და ვებპლატფორმას. რაც შეეხება საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიას და რადიოს, ის ფინანსდება

⁴⁸ Europe Foundation, Georgia Media Landscape Assessment 2021 Europe Foundation, Georgia Media Landscape Assessment 2021.

⁴⁹ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქვევის კოდექსი.

⁵⁰ საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტები 2022 წლის 26 მარტიდან 2025 წლის 26 მარტამდე.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტიდან, თუმცა დამოუკიდებელია ცენტრალური საზოგადოებრივი მაუწყებლისგან.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მთლიანი ბიუჯეტი სახელმწიფო დაფინანსებისგან და კანონმდებლობით განსაზღვრული სხვა შემოსავლებისგან შედგება. მაუწყებლის დაფინანსების ძირითადი წყაროა საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტი, რომელიც შეადგენს წინა წლისათვის განსაზღვრული მთლიანი შიდა პროდუქტის არანაკლებ 0.14%-ს. 2014 წლიდან მოყოლებული, საზოგადოებრივი მაუწყებლის საბიუჯეტო დაფინანსება ყოველწლიურად იზრდება.⁵¹ (IDFI 2020)

2023 წლის ბიუჯეტიდან 101.19 მლნ ლარით დაფინანსდა საზოგადოებრივი მაუწყებელი, მაშინ როდესაც 2022 წელს მაუწყებლის ბიუჯეტი 82.18 მლნ ლარი იყო.⁵² (Civil.ge, 2022)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიზნები და პოლიტიკა

კერძო მაუწყებლებში მრავალფეროვნებასთან დაკავშირებული არაერთი გამოწვევა საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელს ორმაგ პასუხისმგებლობას აკისრებს, რადგან საზოგადოებრივი მაუწყებელი ერთადერთი ტელევიზიაა საქართველოში, სათემო მედიების გარდა, რომელიც ეთნიკური უმცირესობების ენაზე ქმნის მედიაშინაარსებს.

საზოგადოებრივ მაუწყებლობებს, დამოუკიდებლობის მაღალი ინდექსისა და საჯარო ინტერესიდან გამომდინარე, აქვთ უფრო მაღალი სარედაქციო სტანდარტი, ვიდრე კომერციულ სამუწყებლო მედიებს, ვინაიდან იმთავითვე მიიჩნევა, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლობა თავისუფალია კომერციული და პოლიტიკური ზეწოლისაგან (მაუწყებლობის ევროპული კავშირის (EBU)).⁵³

2014 წლის აღწერის მონაცემებით, საქართველოში 233 000 ეთნიკური აზერბაიჯანელი და 168 100 ეთნიკური სომეხი ცხოვრობს. მოსახლეობის 1%-ზე დაბალია რუსების, ოსების, უკრაინელების, იეზიდების, ბერძნებისა და ასირიელების რაოდენობა. ენობრივი თვალსაზრისით, ეთნიკური უმცირესობების ყველაზე გავრცელებული ენა აზერბაიჯანულია. საქართველოში ამ ენაზე 231 000-ზე მეტი ადამიანი საუბრობს. მას მოსდევს სომხური, რომელიც მშობლიური ენაა საქართველოში მცხოვრები 145 000-მდე სომეხისთვის.⁵⁴ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი 2022)

საზოგადოებრივ მაუწყებელში ეთნიკური უმცირესობებისთვის შექმნილი მედიაპროდუქტების მედიუმები და ფორმატები დროთა განმავლობაში იცვლებოდა. სხვადასხვა დროს მაუწყებელი განსხვავებული სტრატეგიით აწვდიდა ინფორმაციას ენობრივი უმცირესობის ჯგუფებს. მათ შორის იყო პროგრამები ხუთ ენაზე, რომელიც კვირაში ერთხელ გადიოდა პირველ არხზე.

⁵¹ IDFI 2020 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის დაფინანსება და რეიტინგი რეფორმებიდან სამი წლის შემდეგ.

⁵² Civil.ge, პარლამენტმა 2023 წლის ბიუჯეტი დაამტკიცა, 2022, <https://civil.ge/ka/archives/519402>

⁵³ Operating Eurovision and Euroradio , PMS CONTRIBUTION TO DEMOCRACY, გვ.7-8, ხელმისაწვდომია: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/login_only/c2s/EBU-MIS_PSM-Contribution-toDemocracy_2018.pdf

⁵⁴ სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი 2022.

მოგვიანებით, საინფორმაციო გამოშვებების დაიჯესტები ითარგმნებოდა და სხვადასხვა დროს გადიოდა მაუწყებლის არხებზე.⁵⁵ (ECMI, 2012)

მრავალფეროვნების პოლიტიკა იცვლება 2017 წლიდან, როდესაც მაუწყებელი მულტიმედიის მიმართულებით მუშაობის გაძლიერებას ისახავს მიზნად. იცვლება ეთნიკური უმცირესობებისთვის შექმნილი შინაარსების ფორმატები და მედიუმები.

დღეს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის პოლიტიკა მრავალფეროვნების მიმართულებით **მუშაობს შემდეგი მედიუმებით**: 1) პირველი არხის ვებგვერდი, რომელიც საინფორმაციო სააგენტოს პრინციპით თარგმნის ახალ ამბებს შვიდ ენაზე: ქართული, აფხაზური, აზერბაიჯანული, სომხური, ოსური, რუსული, ინგლისური. 2) დღის მთავარი საინფორმაციო გამოშვება სინქრონულად ითარგმნება სომხურ და აზერბაიჯანულ ენაზე, რომლის მიღებაც შესაძლებელია მხოლოდ სათანადო დეკოდერით. 3) სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე მუშაობს ინტერნეტ ტელევიზია და რადიო. 4) მზადდება საინფორმაციო გამოშვებები სომხური და აზერბაიჯანული ინტერნეტ ტელევიზიისთვის, რომელიც დღეში რამდენჯერმე გადის. 5) სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე მზადდება გასართობი, კულტურული, შემეცნებითი და საბავშვო გადაცემები. 6) ტელესკოლა, რომელიც კოვიდპანდემიის დროს ალტერნატიული სწავლების ფუნქციით შეიქმნა, უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში მცხოვრები მოქალაქეებისთვის ამზადებს ქართული ენის გაკვეთილებს.⁵⁶ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2020)

საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ცვლილებები განახორციელა ორგანიზაციული მრავალფეროვნების მიმართულებით. 2017 წელს, ჯგუფი „მრავალფეროვანი საქართველო“ შეიქმნა, სადაც დასაქმდნენ ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლები. საზოგადოებრივი მაუწყებელი, მართალია, მსგავსად კერძო მაუწყებლისა, არ ითვლის, თუ უმცირესობების ჯგუფების რა წარმომადგენლობა აქვს ორგანიზაციაში, მაგრამ პროგრამის ხელმძღვანელი ამბობს, რომ „მრავალფეროვან საქართველოში“ დასაქმებულთა უმრავლესობა ეთნიკური უმცირესობის წარმომადგენელია.

„მრავალფეროვანი საქართველოს“ ჯგუფი ქართულენოვან ახალ ამბებს თარგმნის შვიდ ენაზე. მაუწყებლის დირექტორი ამბობს, რომ ჯგუფის წევრებს დღეში 30 ახალი ამბის თარგმნა ევალებათ. ასევე, სომხურენოვანი და აზერბაიჯანულენოვანი რედაქციები ინტერნეტ გვერდებისთვის ამზადებენ საინფორმაციო გამოშვებებს, რომლებსაც ეთნიკური უმცირესობების წამყვანები ჰყავთ, რაც, მენეჯერის თქმით, მნიშვნელოვანი ნაბიჯი იყო, რადგან „სულ სხვა ეფექტი აქვს“ ეთნიკური უმცირესობის წამყვანის წარდგენას.

2022 წლიდან, კვირაში ერთხელ, რეგიონის ახალ ამბებს გადასცემს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი. პროგრამული პრიორიტეტების შესრულებას საზოგადოებრივი მაუწყებელი შიდა მონიტორინგის მექანიზმით უზრუნველყოფს, რომელიც თემატურ და შინაარსობრივ მრავალფეროვნებას ითვლის. ასევე, მაუწყებლის რადიო შეუერთდა BBC-ს წამოწყებას 50/50, რომელიც გულისხმობს, ქალების და კაცების თანაბარ რეპრეზენტაციას არხის სტუმრებში.

⁵⁵ეროვნული უმცირესობები და მედიის მდგომარეობა საქართველოში, ტობიას აკერლუნდი, ECMI -ის სამუშაო მოხსენება №52 იანვარი, 2012.

⁵⁶ ეთნიკური უმცირესობების საჭიროებები: საზოგადოებრივი მაუწყებელი და პანდემია, 2020, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, <https://socialjustice.org.ge/ka/products/etnikuri-umtsiresobebis-sachiroebbisazogadoebrivi-mautsqebeli-da-pandemia-1>

მრავალფეროვნების პოლიტიკა, მენეჯმენტის თქმით, ასევე ითვალისწინებს პოპულარულ გასართობ თოქ-შოუებში უმცირესობების ჯგუფების წარმომადგენლების პრეზენტაციას. ამის მაგალითად სახელდება მუსიკალური გადაცემა „რანინა“, სადაც ეთნიკური უმცირესობის წარმომადგენლები მონაწილეობდნენ, ასევე კულინარიული გადაცემა „მასტერშეფი“.

ამერიკის შეერთებული შტატების საელჩოს დაფინანსებით, მაუწყებელი ახორციელებს პროექტს, ეთნიკურ უმცირესობებთან მიმართებით, რომლის ფარგლებში მოამბის მთავარი გამოშვება სინქრონულად სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე ითარგმნება (რომლის მიღებაც მომხმარებლებს ე.წ. სექ-ტოპ ბოქსების მეშვეობით შეუძლიათ). გარდა ამისა, პროექტი ითვალისწინებს თემთან შეხვედრებს. „მრავალფეროვანი საქართველოს“ გუნდის ხელმძღვანელი ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში მართავს თემთან შეხვედრებს, რომლის მიზანია ინფორმაციის გაცვლა და მაუწყებლის საქმიანობის შესახებ თემის ინფორმირება.

მაუწყებლის დირექტორი ამბობს, რომ ნახევარ მილიონ ლარს მაუწყებელი ორ სატელევიზიო სიხშირეში იხდის, რომლითაც ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში ხელმისაწვდომია საზოგადოებრივი მაუწყებლობა.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მრავალფეროვნების პოლიტიკის უკეთ გასაგებად, და მაუწყებლის იდეოლოგიური ენის ასახსნელად, მნიშვნელოვანი მასალა იქნებოდა ორგანიზაციის მიერ წარმოებული მედიაშინაარსების გაანალიზება, თუმცა საზოგადოებრივი მაუწყებლის მრავალფეროვნების პოლიტიკის რამდენიმე მნიშვნელოვან ასპექტზე დაკვირვება და კვლევის ფარგლებში ჩატარებული საუბრებიც გვაწვდის საინტერესო მიგნებებს.

საზოგადოებრივი მაუწყებელი ეთნიკური უმცირესობებისთვის მომზადებულ მედიაპროდუქტებს ძირითადად ინტერნეტით ავრცელებს. ხოლო ტელევიზიით, ერთადერთი რისი მიღებაც აზერბაიჯანულ და სომხურ ენაზე მოსაუბრე მოქალაქეებს შეუძლიათ, მთავარი საინფორმაციო გამოშვების სინქრონული თარგმანია.⁵⁷ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2020)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის დირექტორი ამბობს, რომ ორგანიზაციის ზოგადი სტრატეგიული პრიორიტეტია ვებგვერდები და ონლაინ პლატფორმები. შესაბამისად, მრავალფეროვნების პოლიტიკაც ამ სტრატეგიის ნაწილია. მისი თქმით, პრიორიტეტი განპირობებულია ინტერნეტის, როგორც ადამიანებისთვის ინფორმაციის მიღების მზარდი რაოდენობით. „80% ინფორმაციას იღებს ტელეფონებიდან... პირველწყარო არის ფეისბუქი, სოციალური მედია“.

რამდენად რელევანტურია მაუწყებლის ამგვარ სტატისტიკურ მონაცემებზე დაფუძნებული პრიორიტეტები ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონებისთვის?

ამ კითხვაზე პასუხი შეგვიძლია ვნახოთ 2020 წელს, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ გამოქვეყნებულ კვლევაში, „ქვემო ქართლი და სამცხე-ჯავახეთი - ეთნიკური უმცირესობებით კომპაქტურად დასახლებული რეგიონების ტელემედიურებელთა კვლევა“. ანგარიშში ვკითხულობთ, რომ სატელევიზიო არხების ვებგვერდებით ქვემო ქართლსა და სამცხე-ჯავახეთში მცხოვრები გამოკითხული უმცირესობის მხოლოდ 4-5% იღებს ინფორმაციას, მაშინ

⁵⁷ ეთნიკური უმცირესობების საჭიროებები: საზოგადოებრივი მაუწყებელი და პანდემია, 2020, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, <https://socialjustice.org.ge/ka/products/etnikuri-umtsiresobebis-sachiroebibisazogadoebrivi-mautsqebeli-da-pandemia-1>

როდესაც ტელევიზიით ინფორმაციის მიღების რაოდენობა ქვემო ქართლში 76%, სამცხე-ჯავახეთში კი - 82%-ია.⁵⁸(ტელემედიკაციის კვლევა, 2020)

„ქართული ენა არ მესმის, ამბებს აზერბაიჯანული ტელევიზიიდან ან შვილებისგან ვიგებთ. მიხარია, რომ შვილები ქართულ სექტორზე გავუშვი, ახლა ისინი გვიყვებიან, თუ რა ხდება ქვეყანაში“ - ამბობს გიულხანუმ კურბანოვა, შალალა ამირჯანოვას [სტატიამი](#) (ჯემნიუსი 2021).⁵⁹

გიულხანი არ არის ერთადერთი მოქალაქე, რომელიც ქვეყანაში ინფორმაციასა და ახალ ამბებს ვერ იგებს. საქართველოში, რომლის მოსახლეობის მეექვსედი ეთნიკური უმცირესობები არიან, კერძო მაუწყებლები მხოლოდ ქართულ ენაზე მაუწყებლობენ. საზოგადოებრივი მაუწყებელი კი, მთავარ საკომუნიკაციო არხად სწორედ იმ რეგიონში ირჩევს ინტერნეტს, სადაც ეს მედიუმი მოსახლეობის მხოლოდ მცირე ნაწილშია ინფორმაციის მიღების წყარო.

ნაცვლად იმისა, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს ეთნიკური უმცირესობების ჯგუფის ჩართულობით და კვლევაზე დაფუძნებით გაერკვია, თუ რომელი მედიუმებით ურჩევნიათ ინფორმაციის მიღება, ორგანიზაციამ მიიღო ცალმხრივი გადაწყვეტილება, რომ პრიორიტეტი მიანიჭოს ინტერნეტ პლატფორმებს, წერს ქავთარაძე. (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2020)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაწყვეტილება საერთო სტრატეგიით იმუშაოს ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებთან და ნაკლებად გაითვალისწინოს სპეციფიკური ლოკალური კონტექსტი მედიუმების და ფორმატების შერჩევასა, სხვადასხვა სახის შედეგებში ვლინდება. მაგალითად, კოვიდ-19-ის შემთხვევების გამოვლენის დროს, როდესაც ინფორმაციას სიცოცხლის ფასი ჰქონდა, ზოგიერთი ადგილობრივი აზერბაიჯანული აქტივისტი საზოგადოებრივი მაუწყებლისაგან, ინფორმაციის გავრცელების კუთხით, უფრო მეტ აქტიურობას ითხოვდა. სოციალური სამართლიანობის ცენტრის კვლევაში კი ვკითხულობთ: „პირველ არხზე გასული ინფორმაცია სომხურენოვანი და აზერბაიჯანულენოვანი მოსახლეობისათვის იყო დაგვიანებული, მისი მიწოდება არ იყო ორგანიზებული ისე, რომ რაც შეიძლება ფართო აუდიტორიამდე მისულიყო, ხოლო თავად გავრცელებული ინფორმაცია იყო მოკლე, მშრალი, არა სიდრმისეული და არა განახლებადი“. (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2020)

განსხვავებული მაგალითისთვის, ბრიტანული საზოგადოებრივი მაუწყებელი თავის მთავარ ღირებულებად აუდიტორიასთან მჭიდრო კავშირს ასახელებს. BBC ამბობს, რომ მისთვის მნიშვნელოვანია აუდიტორიის ის ნაწილი, რომელიც მას ყველაზე ნაკლებად უყურებს. „ასეთმა ჯგუფებმა უნდა იგრძნონ რომ BBC-სთან გატარებული დრო აზრიანად გატარებული დროა. ამისათვის მნიშვნელოვანია, რომ მათთვის რელევანტური ამბები გავავრცელოთ“. გეგმის მიხედვით „რელევანტურობა“ ასე განიმარტება: „მასალა აირეკლავს ჩემს მსოფლმხედველობას, ეს მასალა ჩემთვის არის, ის მე და ჩემს საჭიროებებს ეხმიანება“. (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მრავალფეროვნების პოლიტიკაში მიღწეულ მიზნებზე საუბრისას ღირებულებები ამბობს, რომ მინიმალური მიზანი, რომელიც მრავალფეროვნების მხარდაჭერის მიმართულებით მისმა მენეჯმენტმა დაისახა, იყო „ჰქონოდათ ინფორმაცია“ და ეთნიკური

⁵⁸ ქვემო ქართლი და სამცხე-ჯავახეთი - ეთნიკური უმცირესობებით კომპაქტურად დასახლებული რეგიონების ტელემედიკაციის კვლევა, 2020.

⁵⁹ რას უყურებენ ქართველი აზერბაიჯანელები? შალალა ამირჯანოვა, 2021, jam news <https://jam-news.net/ge/ras-uyureben-qartveli-azerbaijanelebi/>

უმცირესობებისთვის მაუწყებელში გაჩენილიყო დასაქმების შესაძლებლობა. ორივე მიზანი, მისი თქმით, მიღწეულია.

ცალსახად მნიშვნელოვანია ეთნიკური უმცირესობების ენებზე მედიაშინაარსების, ახალი ამბების მომზადება, ისევე როგორც მაუწყებლის გადაწყვეტილება დაასაქმოს ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლები. თუმცა, დღეში 30 ახალი ამბავი, თარგმნილი ეთნიკური უმცირესობების ენებზე, გვჭირდება იმდენად, რამდენადაც ეს არის გზა მაუწყებელი მოემსახუროს ეთნიკურ უმცირესობებს, შესაბამისად მიაწოდოს ინფორმაცია, აირეკლოს მათი საჭიროებები და სისტემური პრობლემები.

მიდის თუ არა მაუწყებლის მიერ შექმნილი ინფორმაცია სასურველ აუდიტორიამდე და ირეკლავს თუ არა ეთნიკური უმცირესობების საჭიროებებს, გამოწვევებს - მნიშვნელოვანი კითხვებია, რომლითაც მაუწყებელი უნდა იყოს დაინტერესებული. ნაცვლად რეფლექსიისა, რომელიც გაიზრებდა მაუწყებლის პოლიტიკური ფუნქციის მრავალშრიან საკითხებს მრავალფეროვნებასთან მიმართებით, მაუწყებელი არ ფიქრობს, რომ პრობლემა მის დასახულ მიზნებში, მის მიერ შერჩეულ მედიუმებსა და შინაარსებში უნდა ვეძებოთ. „გამორიცხულია ერთი გადაცემა ნახო და არ მოგეწონოს, უბრალოდ უყურებენ სხვა არხებს“, - ამბობს ორგანიზაციის დირექტორი.

„თავს ხომ არ ვიტყუებთ?“, - გვეკითხება მედიის სპეცილისტი: „მოამბეს აზერბაიჯანულად ვთარგმნით და ეს არის მრავალფეროვნება? არა, რადგან მრავალფეროვნება ენობრივთან ერთად, შინაარსობრივ მრავალფეროვნებასაც უნდა მოიცავდეს“.

ამგვარი კრიტიკა ისმის მედიის განვითარების ფონდის კვლევაში, სადაც ფოკუს ჯგუფების მონაწილეთა ნაწილი ამბობს, რომ უმცირესობების ენებზე მომზადებულ გადაცემებში, საკუთარი თავის იდენტიფიცირებას ვერ ახდენენ, რადგან მედიაშინაარსები მხოლოდ ქართულიდან თარგმანს ეფუძნება.⁶⁰ (მედიის განვითარები ფონდი, 2019)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მენეჯმენტი ფიქრობს, რომ ქართული ენის არცოდნა ეთნიკური უმცირესობების ჯგუფებში და სხვა ქვეყნის არხების „ყურების ჩვევა“ არის მიზეზი იმისა, თუ რატომ უყურებს ეთნიკური უმცირესობის მხოლოდ მცირე ნაწილი საზოგადოებრივ არხს: „შეუძლებელია კონკურენცია გაუწიო მეზობელი ქვეყნების 24-საათიან მაუწყებლებს, სადაც ეთნიკური უმცირესობები საკუთარ ენაზე უყურებენ გასართობ შოუებს, ფილმებს თუ სხვა შინაარსის გადაცემებს“, - ამბობს „მრავალფეროვანი საქართველოს“ მენეჯერი.

მაუწყებლის დირექტორისთვის ეთნიკური უმცირესობების პრობლემის გადაწყვეტა საზოგადოებრივი მაუწყებლის „ფუნქცია არ არის“. ქართული ენის არცოდნა ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში კი ის პრობლემაა, რომელსაც, მენეჯმენტის აზრით, მაუწყებელი ვერ მოაგვარებს: „ხუმრობით ვამბობ ხოლმე, რომ ამ (ენის ცოდნის) პრობლემის მოგვარების მოთხოვნა, საზოგადოებრივი მაუწყებლის გაშვებას ჰგავს უკვადავების წყლის მოსატანად“.

საქართველოს ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში ქართული ენის ცოდნის პრობლემა ახალი გამოწვევა არ არის. ენის არცოდნა არა მხოლოდ ინფორმაციის მიღების ბარიერია, არამედ მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს განათლების შესაძლებლობებსა და

⁶⁰ საქართველოს ევროატლანტიკური ინტეგრაციის საკითხებზე ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონების ინფორმირება, მედიის განვითარები ფონდი, 2019.

დასაქმების პერსპექტივებზე, რაც იწვევს ეთნიკური უმცირესობების სოციალურ გარიყვას დანარჩენი საზოგადოებისგან. მაუწყებელი, მართალია, ვერ მოაგვარებს საკითხს, რომელსაც ინსტიტუციური გადაწყვეტა და პოლიტიკური ნება სჭირდება. თუმცა, მედიის ზოგადი ძალაუფლებიდან და გავლენიდან გამომდინარე, მას აქვს წვლილის შეტანის შესაძლებლობა. მაგალითად, მას შეუძლია საზოგადოებრივი დისკუსიების ხელშეწყობა განათლების სისტემურ პრობლემებზე, ეთნიკური უმცირესობების ჩართულობით და მათი პერსპექტივების გათვალისწინებით.

ნიშანდობლივია, რომ შინაარსობრივ მრავალფეროვნებაზე საუბრისას, მსგავსად კერძო მაუწყებლების მენეჯერებისა, საზოგადოებრივი მაუწყებელი ხშირად კულტურული მრავალფეროვნების ასახვის მაგალითებს ახსენებს. მათ შორის არის ეთნიკური თუ რელიგიური უმცირესობებისთვის მნიშვნელოვანი თარიღები, ახალ წელს რელიგიური კონფესიების ლიდერების მიმართვების ეთერში გადაცემა. მაუწყებლის მენეჯერი ამბობს, რომ ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობების საკითხები „ძალიან კარგად არის გაფანტული პირველი არხის მიერ წარმოებულ ყველა პროდუქტში. ეს იქნება ახალი დილა, თოქ-შოუები, საინფორმაციო ბლოკი, რომლებიც მართლაც არცერთ მნიშვნელოვან თარიღს არ ტოვებენ“, - ამბობს მაუწყებლის მენეჯერი.

აფხაზიშვილი წერს, რომ უმცირესობების რეპრეზენტაცია მედიაში არ სრულდება მათი ამბების გაშუქებით. ანგარიშვალდებულება მრავალფეროვნების მხარდაჭერის წინაშე ასევე იზომება იმით, თუ რამდენად ხშირად და რა ტიპის გადაცემებსა თუ სიუჟეტებში ვხედავთ უმცირესობების თემის წარმომადგენლებს. (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022)

მედიის სპეციალისტები ფიქრობენ, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებელს აკლია ადამიანები, თავისი ყოფით, პრობლემებით, კონკრეტული კრიზისებით და კონფლიქტებით. მათი თქმით, მაუწყებელში ეთნიკური უმცირესობების ჯგუფები არ ჩანან ისეთი ყოველდღიური საკითხების გაშუქებისას, როგორც არის მიწისძვრა, მეწყერი, ვალუტის კურსის ცვლილება თუ სხვა სოციალური, ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი პრობლემები.

მაუწყებლის მრავალფეროვნების პოლიტიკის პრობლემად, მედიის სპეციალისტი პოლიტიკურ დუმილს ასახელებს სისტემურ უთანასწორობებზე ეთნიკურ თუ რელიგიურ უმცირესობებთან მიმართებით: „ჩვენ თუ დავკარგეთ მგრძნობელობა მულტიკულტურალიზმზე, ჩვენ გვეყოლება ბევრი ჯგუფი, რომლებიც გააგრძელებენ ცხოვრებას გეტოებში. მე არ მინდა, რომ საქართველოს საზოგადოება იყოს დაყოფილი სეგრეგაციით. მე მინდა, რომ საქართველოს საზოგადოება იყოს კონსოლიდირებული. აი, ეს არის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაციონალური პროექტი, რაც უნდა გაატაროს ქართულმა საზოგადოებამ“.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის დირექტორი ამბობს, რომ მას ხშირად ესმის კრიტიკა, რომ საკმარისს არ აკეთებენ, და კითხულობს, რა შეიძლება იყოს საკმარისი?

მკვლევარი ლამა ქავთარაძე წერს, რომ მთავარი საინფორმაციო გამოშვებისა და რამდენიმე წელიწადში ერთხელ საარჩევნო დებატების თარგმნა საკმარისი ვერ იქნება. ის ფიქრობს, რომ ინტერნეტ პლატფორმების მუშაობითა და რამდენიმე დამატებითი პროექტის განხორციელებით ინსტიტუცია მხოლოდ ნაწილობრივ და ფორმალურად ასრულებს იმ მოვალეობას, რომელსაც მას კანონი ავალდებულებს: „პრიორიტეტების სათანადოდ შესრულებისათვის უპირველეს ყოვლისა, იდეური გარდატეხაა საჭირო, რომელიც შესაძლებელს გახდის საზოგადოებრივი მაუწყებლის როგორც ყველას, საყოველთაო სიკეთის აღქმას, ნაცვლად მრავალფეროვნებასა და

მულტიკულტურალიზმზე ფორმალური და გაუზრებელი აქცენტირებისა“.⁶¹ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2020)

რამდენადაც, ინფორმირებული საზოგადოება ნიშნავს სამოქალაქო და პოლიტიკური პროცესებით მეტ დაინტერესებულ მოქალაქეს, იმდენად მნიშვნელოვანია მედიის როლი თანამედროვე დემოკრატიული ღირებულებების შენარჩუნებისთვის, რისი გარანტიც უნდა იყოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი, ინფორმაციის გაშუქების მაღალი პლურალისტური ხარისხითა და ობიექტურობით.⁶²

საზოგადოებრივი მაუწყებლის იდეა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია გარდამავალი დემოკრატიის ქვეყნებში, სადაც ჯერ კიდევ მიმდინარეობს ადგილობრივი მედიაბაზრის ფორმირება, პოლიტიკური გავლენა მედიაორგანიზაციებზე კვლავაც განსაკუთრებით საგრძნობია, ხოლო საჯარო სიკეთის ცნებისადმი საზოგადოების დამოკიდებულება - არაერთგვაროვანი.⁶³ (Council of Europe, Recommendation 1641 (2004)

საზოგადოებრივი მაუწყებლის იდეის დამფუძნებლებს დიდი ამბიციები ჰქონდათ, მათ სურდათ შეექმნათ მაუწყებლობა, რომელიც მოემსახურებოდა დემოკრატიის გაჯანსაღებას.⁶⁴ (The Knight Foundation 2020) თანამედროვე საქართველოს დემოკრატიის კრიზისში, სადაც ვხედავთ დამოუკიდებელი ინსტიტუტების დასუსტების პროცესს⁶⁵, პოლარიზებულ პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ ჯგუფებს, მაუწყებელს ფუნდამენტურად მნიშვნელოვანი როლი აკისრია. თუკი მაუწყებელი ვერ დაინახავს საკუთარ ადგილს ამ პროცესში, ეს იქნება იმის მანიშნებელი, რომ ორგანიზაცია თავად არის დასუსტებული ინსტიტუტი.

აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი

საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია საზოგადოებრივ მაუწყებლად 2013 წელს ჩამოყალიბდა. მანამდე, ტელევიზია აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის მთავრობის საქვეუწყებო დაწესებულებას წარმოადგენდა.

აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელს, რომელიც ტელევიზიის, რადიომაუწყებლობის და ვებგვერდის მეშვეობით გადასცემს ინფორმაციას, ისევე ეხება მაუწყებლობის შესახებ კანონმდებლობით დადგენილი შინაარსობრივი ვალდებულებები, როგორც საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელს. საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს დაფინანსება საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტის არანაკლებ 15%-ია.

⁶¹ ეთნიკური უმცირესობების საჭიროებები: საზოგადოებრივი მაუწყებელი და პანდემია, 2020, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, <https://socialjustice.org.ge/ka/products/etnikuri-umtsiresobebis-sachiroebibisazogadoebrivi-mautsqebeli-da-pandemia-1>

⁶² უწყვეტი დევნის პრაქტიკა აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელში, 2022, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი.

⁶³ Council of Europe, Recommendation 1641 (2004), “Public service broadcasting”, ხელმისაწვდომია: <https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=17177&lang=en>

⁶⁴ The Knight Foundation 2020 Sue Gardner, Public Broadcasting: It’s past and it’s future

⁶⁵ ჰაინრიხ ბიოლის ფონდი, 2022, დამოუკიდებელი ინსტიტუტები საფრთხის ქვეშ: დემოკრატიის მუდმივი გამოწვევა საქართველოში, სოფო ვერძუელი <https://ge.boell.org/ka/2022/06/24/damoukidebeli-institutebi-saprtkhis-kvesh-demokratiis-mudmivi-gamocveva-sakartveloshi>

აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებელი დამოუკიდებელია საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლისგან. მაუწყებელს ჰყავს ადმინისტრაციული დირექტორი და მრჩეველთა საბჭო. საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო ხელმძღვანელობს მრჩეველთა საბჭოს და საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს მიერ განსაზღვრული პროგრამული პრიორიტეტებით.

აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელში მიმდინარე პროცესები, სხვადასხვა დროს იყო ადგილობრივი თუ საერთაშორისო საზოგადოების მხრიდან კრიტიკის საგანი, თუ არ ჩავთვლით იმ მცირე პერიოდს, როდესაც ორგანიზაციის დირექტორად აირჩიეს ნათია კაპანაძე. მან მნიშვნელოვანი რეფორმები დაიწყო მაუწყებელში, თუმცა 2019 წელს, მრჩეველთა საბჭომ ნათია კაპანაძეს უნდობლობა გამოუცხადა და თანამდებობიდან გადააყენა.

„კაპანაძის თანამდებობიდან გადაყენებამ და მას შემდეგ მიმდინარე მოვლენებმა, გააჩინა საფუძვლიანი ეჭვი, რომ პროცესი ხელისუფლების მიერ იყო მართული და მიზნად ტელევიზიაზე ზეგავლენის მოხდენას ისახავდა. დირექტორის არჩევის შემდეგ კი, საკადრო გადაწყვეტილებები მიმართული იყო არსზე კრიტიკულად განწყობილი ჟურნალისტების სამსახურიდან გაშვებისა და შევიწროებისკენ“. (საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, 2021)⁶⁶

ჟურნალისტების დიდი ნაწილი იძულებული გახდა დაეტოვებინა დაკავებული თანამდებობები. ზოგი მათგანი კი უშუალოდ დირექტორის გადაწყვეტილებით გათავისუფლდა. საქართველოს სახალხო დამცველმა მაუწყებლის არაერთი თანამშრომლის მიმართ დაადგინა დისკრიმინაცია შეხედულებების, განსხვავებული მოსაზრებების და პროფესიული კავშირის წევრობის გამო, კანონდარღვევით სამსახურიდან გათავისუფლების, შრომითი უფლებების დარღვევის ფაქტები და წერილობითი რეკომენდაციებით მიმართა მაუწყებელს ბათილად ეცნო მიღებული გადაწყვეტილებები.⁶⁷ (საქართველოს სახალხო დამცველი, 2020)

2022 წელს, სოციალური სამართლიანობის ცენტრმა, ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციამ და ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიამ გამოაქვეყნეს ანგარიში „დევნის უწყვეტი ქრონიკა აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელში“, სადაც ვკითხულობთ, რომ 2019 წლიდან მაუწყებლობის ახალი დირექტორატი უხეშად არღვევს როგორც ჟურნალისტების ინდივიდუალურ უფლებებს, ასევე საზოგადოებრივი მაუწყებლობის უმთავრეს პრინციპებს - იყოს სახელმწიფო გავლენებისგან თავისუფალი, დამოუკიდებელი სარედაქციო პოლიტიკის გამტარებელი, სამართლიანი და მიუკერძოებელი. ანგარიშის მიხედვით, აჭარის მაუწყებელში მიმდინარე პროცესები „არაერთი ადამიანის დისკრედიტაციის, დევნის, შევიწროების, დისკრიმინაციის, სამსახურიდან უკანონო გათავისუფლების გზით მაუწყებლობის სარედაქციო პოლიტიკის შეცვლას ისახავდა მიზნად“.⁶⁸ (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022)

საგულისხმოა, რომ ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია, 2020 წელს წერდა აჭარის მაუწყებლის საინფორმაციო სამსახურის უფროსის მოვალეობის შემსრულებელზე, რომელიც სოციალურ

⁶⁶ კრიტიკული ჟურნალისტების დევნა და შევიწროება აჭარის ტელევიზიაში, საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო <https://www.transparency.ge/ge/post/kritikuli-zhurnalistebis-devna-da-shevicroeba-acharis-televiziashi> 2021.

⁶⁷ საქართველოს სახალხო დამცველის 2020 წლის 24 აპრილის №04-2/4408 და 2020 წლის 24 აგვისტოს №13-3/8363 რეკომენდაციები; საქართველოს სახალხო დამცველი განცხადება (ხელმისაწვდომია: <http://www.ombudsman.ge/geo/akhali-ambebi/sakartvelos-sakhalkho-damtsveli-acharis-televiziashi-mimdinare-movlenebsekhmaureba>).

⁶⁸ სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022 დევნის უწყვეტი პრაქტიკა აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელში <https://socialjustice.org.ge/ka/products/devnis-utsqveti-praktika-sazogadoebriv-mautsqebelshi>

ქსელებში ჰომოფობიური და სექსისტური შინაარსის გზავნილებით გამოირჩეოდა - „დაუშვებელია, რადგან საზოგადოებრივი მაუწყებელი პირველ რიგშია ვალდებული დაიცვას ეთიკური სტანდარტი.“⁶⁹ (ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია, 2020) საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფუნდამენტური პრინციპების არაერთი უხეში დარღვევაა დოკუმენტირებული აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელთან მიმართებით. მრავალფეროვნების პოლიტიკა იმ გარემოში, სადაც არაერთი ჟურნალისტის შრომითი თუ სხვა უფლებები დაირღვა, ძნელი წარმოსადგენია არ იყოს ფორმალური ხასიათის.

კვლევაში ჩანს, რომ მსგავსად სხვა ტელემაუწყებლებისა, აჭარის მაუწყებელიც მრავალფეროვნებას მეტწილად კულტურული მრავალფეროვნების პრეზენტაციად ხედავს. აჭარის მაუწყებლის 2023 წლის კვარტალურ ანგარიშში ვკითხულობთ, რომ ქვეყნის ეთნიკური კულტურის პოპულარიზაციის პროგრამულ პრიორიტეტში გათვალისწინებულია გადაცემა „ეთნოფორი“, რომელიც ქვეყნის ეთნიკურ კულტურას: ხალხურ სიმღერასა და ცეკვას, საკრავებს, ეთნოგრაფიულ წეს-ჩვეულებებსა და რიტუალებს შეეხება.⁷⁰

სოციალურ-პოლიტიკურ საკითხებს, რომლებიც უმცირესობებს შეეხება, სიფრთხილით უყურებს მაუწყებლის მენეჯერი. არ ჩანს საზოგადოებრივი სივრცეების გაზრდის და მრავალფეროვნების სისტემური პრობლემების შესახებ დისკუსიების ხელშეწყობის სურვილი და მიზანი. მაუწყებლის მენეჯერი, მაგალითად, საფრთხილო საკითხად მიიჩნევს სალოცავი ნაგებობის აშენების მოთხოვნას რელიგიური უმცირესობისთვის აჭარაში. მაუწყებლის მენეჯერი ფიქრობს, რომ ამგვარი საკითხები უნდა გააშუქონ მაშინ, როდესაც ის აქტუალურია, ანუ ახალ ამბებს მიბმული. მენეჯერი მიიჩნევს, რომ არ არის სწორი, თუკი მაუწყებელი თავად წამოწევს სასაუბროდ ისეთ საკითხებს, რომელზეც საზოგადოებაში აზრია გაყოფილი, რადგან ამგვარმა შინაარსებმა შესაძლებელია გამოიწვიოს „საზოგადოების პოლარიზაცია“.

აჭარა მრავალფეროვანი რეგიონია, სადაც როგორც ეთნიკური, ისე რელიგიური უმცირესობები ცხოვრობენ. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ანგარიშვალდებულება საზოგადოების ყველა მოქალაქეზე ვრცელდება, რომელთა სოციალური, ეკონომიკური, კულტურული, თუ რელიგიური გამოწვევები უნდა იყოს მაუწყებლის ინტერესის საგანი, რადგან ეს მისი ვალდებულებაა. ასევე იმიტომაც, რომ საზოგადოებრივ მაუწყებლებს საქართველოს ყველა მოქალაქე აფინანსებს, განურჩევლად იმისა, თუ რა რელიგიური მრწამსი ან ეთნიკური კუთვნილება აქვს მას.

„რელიგიური მრავალფეროვნება, ეს არის ჩვენი სიმდიდრე და არ უნდა მოგვერიდოს ამისი, არ უნდა გავაჩინოთ ტაბუ ამ თემაზე, იმიტომ, რომ ადამიანს თუ უნდა საკუთარ ეკლესიაში შესვლა, უნდა შევიდეს. არავინ არ უნდა განსაზღვროს, აი, როგორ შეიძლება ეს თემა იყოს ქართული საზოგადოების ქვაკუთხედი ამდენი ხანია?! შეიძლება ამაზე ვძიოთ გილაობდეთ?“, - ამბობს მედიის სპეციალისტი.

ნიშანდობლივია ისიც, რომ საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ საკითხებზე მომზადებულ მედიაშინაარსებში ეთნიკური უმცირესობები არ არიან გათვალისწინებულები: „პრობლემებს კონკრეტული უმცირესობების ჭრილში არ განვიხილავთ, უფრო ზოგად ჭრილში განვიხილავთ“, - ამბობს მენეჯერი. ის ფიქრობს, რომ უმცირესობების ჯგუფების უფლებებზე საუბრისას მაუწყებელი „ნეიტრალური“ და „ზომიერი“ უნდა იყოს.

⁶⁹ აჭარის ტელევიზიის სარედაქციო დამოუკიდებლობა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის იდეა კვლავ საფრთხეშია <https://www.qartia.ge/ka/siakhleebi/article/80541>

⁷⁰ გადაცემა „ეთნოფორი“ <https://ajaratv.ge/show/16>

რაც შეეხება ორგანიზაციულ მრავალფეროვნებას, მსგავსად სხვა მაუწყებლებისა, არ აღირიცხება, თუ რამდენი განსხვავებული ეთნიკური თუ რელიგიური კონფესიის წარმომადგენლები არიან დასაქმებულები აჭარის მაუწყებელში. მენეჯერის თქმით, რადგან აჭარა მულტიკულტურულია, მაუწყებელშიც მუშაობენ უმცირესობები. ის ასევე ახსენებს მრავალფეროვნების წახალისების პრაქტიკას, რომელიც შშმ ადამიანების მაუწყებელში დასაქმებას შეეხებოდა: „მე ვფიქრობ, რომ ეს იყო ძალიან კარგი, ჰუმანური აქტი“, - ამბობს მაუწყებლის მენეჯერი. ის, რასაც „ჰუმანურ აქტს“ უწოდებს აჭარის მაუწყებლის მენეჯერი, საზოგადოებრივი მაუწყებლის მოვალეობაა, რომლის გააზრებაც მნიშვნელოვანი ფაქტორია მაუწყებელში მიღებული სარედაქციო თუ სამტატო გადაწყვეტილებების შეფასებისას.

განათლების და დასაქმების შესაძლებლობები ეთნიკური უმცირესობებისთვის ქართულ მედიაში

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დასაქმების პოლიტიკა, დირექტორის თქმით, სამ გზას მოიცავს: ორგანიზაცია უპირატესობას ანიჭებს სტაჟიორების დასაქმებას, ასევე, აცხადებს კონკურსს და თავადაც ეძებს პროფესიონალებს სხვადასხვა მიმართულებით. რაც შეეხება ეთნიკურ უმცირესობებს, ჯგუფი „მრავალფეროვანი საქართველო“ სტაჟირების პროგრამებს აცხადებს ჟურნალისტებისთვის. ქართულენოვანი განცხადება სტაჟირების შესახებ, სხვადასხვა ორგანიზაციის გვერდების მეშვეობით, ასევე მაუწყებლის გვერდებზე, ვრცელდება სომხურ და აზერბაიჯანულ თემებში. ინფორმაცია ეგზავნებათ უნივერსიტეტებს, სადაც 1+4 პროგრამით სწავლობენ ეთნიკური უმცირესობები. მაუწყებლის მენეჯერი ამბობს, რომ მათი სურვილია, რაც შეიძლება ბევრმა ახალგაზრდამ გაიაროს სტაჟირების პროგრამა მაუწყებელში. საჭირო უნარების და სურვილის შემთხვევაში კი, მენეჯერის თქმით, მაუწყებელში დასაქმებაც შესაძლებელია.

კერძო მაუწყებლებში ეთნიკური უმცირესობების დასაქმება რაიმე სახის მხარდამჭერი პროგრამით არ არის წახალისებული. საზოგადოებრივი მაუწყებლისგან განსხვავებით, რომლის ვალდებულებაცაა უმცირესობების ენაზე ინფორმაციის შექმნა, კერძო მაუწყებლები მხოლოდ ქართულ ენაზე მუშაობენ. დღეს კერძო მაუწყებლების ცალკეულ გადაცემებში ვხვდავთ ეთნიკური უმცირესობების წამყვანებს, თუმცა მაუწყებლები არ ეძებენ პოტენციურ ჟურნალისტებს ეთნიკური უმცირესობების ჯგუფებში. მთავარ ბარიერად მენეჯერები ენას მოიაზრებენ: „ენის პრობლემაც არის, ყველაფერს რომ თავი დავანებოთ მასობრივად. ამ შემთხვევაში ჟურნალისტი გამართული ქართულით მეტყველებდეს, არის სამუშაო აღწერილობის ნაწილი“, - ამბობს კერძო მაუწყებლის მენეჯერი. სტუდენტების დასაქმების თვალსაზრისით კი, კერძო მაუწყებლების ნაწილი, ძირითადად კერძო უნივერსიტეტების სტუდენტებისთვის იძლევა სტაჟირების შესაძლებლობას და იშვიათ შემთხვევებში სახელმწიფო უნივერსიტეტის ან ტექნიკური უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის ფაკულტეტების სტუდენტებისთვის.

2010 წლიდან ეთნიკური უმცირესობებისთვის მუშაობს 1+4 პროგრამა, რომელიც ითვალისწინებს ზოგადი უნარების გამოცდის ჩაბარებას სომხურ, აზერბაიჯანულ, აფხაზურ, ოსურ ენებზე და სათანადო ქულების დაგროვების შემთხვევაში უმაღლესი განათლების მიღების შესაძლებლობას. ასევე, 1 წლის განმავლობაში სტუდენტები ქართულ ენაში მომზადების კურსს

გადიან და 60 კრედიტის დაგროვების შემთხვევაში სწავლას მათთვის სასურველ ფაკულტეტზე აგრძელებენ.⁷¹

ტიგრან თარზიანი, 2022 წელს გამოქვეყნებულ თვალსაზრისში, წერს სხვადასხვა გამოწვევაზე, რომელიც პროგრამასთან დაკავშირებით კვლავ გადაუჭრელია. ერთი მხრივ, ის დაკავშირებულია სკოლებში განათლების არასაკმარის დონესთან, უნარების გამოცდების ჩასაბარებლად, რაც მხოლოდ იმ ბავშვებს აძლევს უმაღლესი განათლების მიღების შესაძლებლობას, ვისაც დამატებითი, კერძო მასწავლებლის დაქირავება შეუძლიათ. მეორე მხრივ, თარზიანი საუბრობს დისკრიმინაციულ მიდგომაზე სახელმწიფოს მხრიდან, რომელიც 1+4 პროგრამის სტუდენტებს არ აძლევს საშუალებას, სწავლა გააგრძელონ სახელმწიფოს მიერ პრიორიტეტულად გამოცხადებულ, უფასო სასწავლო პროგრამებზე.⁷² (სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022)

კვლევაში, „1+4 პროგრამის კურსდამთავრებულების დასაქმების შესაძლებლობები“, ვკითხულობთ, რომ ჟურნალისტიკის ფაკულტეტი პროგრამის სტუდენტებს შორის პოპულარულ მიმართულებად არ განიხილება. ყველაზე მეტი ეთნიკური უმცირესობის სტუდენტი ირჩევს ბიზნესის ადმინისტრირებას, ნაკლებად მიმზიდველია იურიდიული და სოციალური და პოლიტიკური მეცნიერების ფაკულტეტები. კვლევის თანახმად, მონაცემთა ანალიზი აჩვენებს, რომ საბაკალავრო პროგრამების დამთავრების მაჩვენებელი დაბალია. რაც შეეხება დასაქმების პერსპექტივებს, კვლევაში ვკითხულობთ, რომ ახალგაზრდებისათვის, მათ შორის უნივერსიტეტის სტუდენტებისა და ახალ კურსდამთავრებულებისათვის, სამსახურის პოვნა განსაკუთრებულ სირთულეებთან არის დაკავშირებული (გორგაძე, ტაბატაძე 2019).⁷³

2010-2019 წლებში ქართულ ენაში მომზადების პროგრამაზე სულ ჩაირიცხა 5510 აზერბაიჯანულენოვანი და 2653 სომხურენოვანი აბიტურიენტი, სომხურენოვანი და აზერბაიჯანულენოვანი ჩარიცხული სტუდენტების საერთო რაოდენობამ 8163 შეადგინა. ჩარიცხულ სტუდენტთაგან მხოლოდ 857-მა დაამთავრა უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულება, „7000-ზე მეტი კვლავ ირიცხება საბაკალავრო საფეხურზე და ამჟამად განეკუთვნება სტუდენტთა მრავალრიცხოვან კოჰორტას“, - ვკითხულობთ კვლევაში.⁷⁴ (სამოქალაქო ინტეგრაციისა და ეროვნებათმორისი ურთიერთობების ცენტრი, 2020)

ჟურნალისტიკის ფაკულტეტს თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში, თუ ტექნიკურ უნივერსიტეტში, ფაკულტეტის თანამშრომლების თქმით, ირჩევენ ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლები, თუმცა როგორც სწავლის გაგრძელების და დასრულების, ისე პოტენციური დასაქმების შესაძლებლობა, როგორც მათთან საუბარში იკვეთება, დიდწილად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენ ძალისხმევას ჩადებენ ქართული ენის შესწავლაში. სტუდენტების დასაქმების მხარდაჭერა ან ხელშეწყობა კი უნივერსიტეტებში არ არის გათვალისწინებული და ცალკეულ შემთხვევებში სტუდენტებისთვის რეკომენდაციების გაცემით შემოიფარგლება.

⁷¹ 1+4 საგანმანათლებლო პროგრამა შერიგებისა და სამოქალაქო თანასწორობის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატის ვებგვერდი, იხ: <https://www.smr.gov.ge/ge/page/58/saganmanatleblo-programa>

⁷² ტიგრან თარზიანი "1+4" ერთ-ერთი წარმატებული სახელმწიფო პროგრამაა <https://socialjustice.org.ge/ka/products/1-4-ert-erti-tsarmatebuli-sakhelmtsifo-programaa>

⁷³ 1+4 პროგრამის კურსდამთავრებულების დასაქმების შესაძლებლობების კვლევა ზოგადი კონტექსტისა და კონკრეტული მაგალითის ანალიზის საფუძველზე, გორგაძე, ტაბატაძე, 2019.

⁷⁴ ინტერკულტურული მოწიფულობის კვლევა საქართველოს უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების სტუდენტებში, სამოქალაქო ინტეგრაციისა და ეროვნებათმორისი ურთიერთობების ცენტრი, 2020.

მნიშვნელოვანია საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაწყვეტილება პროექტიულად ეძებოს ეთნიკური უმცირესობების სტუდენტები სტაჟირების პროგრამისთვის. დასაქმების პერსპექტივის გაჩენა ტელევიზიაში, მეტ ეთნიკური უმცირესობების სტუდენტს უბიძგებს უმაღლესი განათლების და ჟურნალისტიკის პროფესიის შესწავლისკენ.

დასკვნა

კვლევაში გამოჩნდა, რომ როგორც კერძო, ისე საზოგადოებრივ მაუწყებლებში სიფრთხილით ეკიდებიან დომინანტურ ჯგუფებს და ეთნიკურ უმცირესობებს შორის სადავო საკითხების გაშუქებას. ცხადია, მნიშვნელოვანია იმაზე ფიქრი, თუ როგორია ეთიკური და პროფესიული ქცევა ამგვარი ამბების გაშუქებისას, თუმცა მნიშვნელოვანია, რომ ეს სიფრთხილე არ გადაიზარდოს სისტემურ პრობლემებზე თვალის დახუჭვაში. მედია ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობების საჭიროებებს და წუხილებს, მათთვის მნიშვნელოვან საკითხებს ყოველდღიურად უნდა აშუქებდეს, და არა მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როდესაც უმცირესობების ინტერესებს დომინანტური ჯგუფის სურვილები ეწინააღმდეგება. თუმცა დღეს მედიის დღის წესრიგში მრავალფეროვნება უფრო დღესასწაულებთან და კულტურულ ტრადიციებთან დაკავშირებული ცნებაა, ვიდრე ის ღირებულება, რომელიც დაინტერესებულია დემოკრატიის გაჯანსაღებით. ამგვარი მიზანი მრავალფეროვნებასთან მიმართებით მოგვიტანდა მეტ საუბარს იმ უთანასწორობებზე, რომელიც დომინანტურ ჯგუფსა და უმცირესობებს შორის არსებობს საქართველოში განათლების, პოლიტიკური მონაწილეობის, სოციალური ინკლუზიის მიმართულებით.

მედიის სპეციალისტი მრავალფეროვნების შესახებ საუბრისას ამბობს, რომ მედია ერთი ნაბიჯით წინ უნდა იყოს საზოგადოებაზე, რაც გულისხმობს მათ შორის ისეთი ჯგუფების უფლებების დაცვას, რომელზეც საზოგადოება არ არის შეთანხმებული.

ამის საპირისპიროდ, კერძო მაუწყებლები იშვიათად აშუქებენ ამბებს ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობების შესახებ. იშვიათად ვხედავთ ეთნიკურ უმცირესობებს მედიების რესპონდენტებს შორის. ცალკეული დადებითი გამონაკლისების გარდა, როგორც კერძო, ისე საზოგადოებრივ მაუწყებლებში, ეთნიკურ უმცირესობებს მაყურებელი იშვიათად, ან თითქმის ვერ ხედავს ეკრანზე.

საზოგადოებრივ მაუწყებელში „მრავალფეროვანი საქართველოს“ ჯგუფის შექმნა და ეთნიკური უმცირესობების დასაქმება მნიშვნელოვანია, თუმცა ჟურნალისტებს მეტი აგენტობა სჭირდებათ იმისთვის, რათა აზროვნების პოლიტიკური მრავალფეროვნება და საკუთარი პერსპექტივები ასახონ მედიის მიერ შექმნილ შინაარსებში. ამისთვის საჭიროა, რომ ახალი ამბების თარგმნის ნაცვლად, თავად იყვნენ ჩართულები ახალი ამბების შექმნაში. მნიშვნელოვანია, რომ საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა გრძელვადიანი, ღირებულებებზე დაფუძნებული მიზნებით იმუშაოს ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონებისთვის. ენობრივი უმცირესობების მონაწილეობით და მათი რეფლექსიების გათვალისწინებით დაგეგმოს არა მხოლოდ ფორმატები და მედიუმები, არამედ ის შინაარსები, რომელსაც ქმნის.

პოლიტიკური, აზროვნების მრავალფეროვნება თითქმის გამორიცხულია მრავალფეროვნების გაგებისგან როგორც კერძო, ისე საზოგადოებრივ მაუწყებლებში. მრავალფეროვნება დავიწროებულია მედიაში კულტურის რეპრეზენტაციამდე, თუმცა საგულისხმოა, რომ მედიის სამუშაო პრაქტიკები კულტურის რეპრეზენტაციასაც ავიწროებს და დაჰყავს დღესასწაულების აღნიშვნამდე. შეიძლება ითქვას, რომ ქართული მედია იმეორებს ძალაუფლების იმ სისტემას თანამედროვე საქართველოში, რომელიც ეთნიკური უმცირესობების ჯგუფებს იზოლაციაში

ამყოფებს და არ არის დაინტერესებული მათი დანახვით თუ საზოგადოებრივ პროცესებში ჩართვით.

მედია მრავალფეროვნების პოლიტიკა, როგორც კერძო, ისე საზოგადოებრივ მაუწყებლებში ნაკლებად არის გათვლილი ისეთ გრძელვადიან პერსპექტივებზე, რომელიც იდეოლოგიურ გარდატეხებს დაისაზავდა მიზნად. გარდატეხებს, რომლებიც გულისხმობს ისეთი საზოგადოებრივი სივრცეების შექმნას, რომელიც აზროვნების მრავალფეროვნებას და მულტიკულტურალიზმის პოლიტიკას შეუწყობდა ხელს. ამგვარი სადისკუსიო სივრცეები კი შესაძლებელია გამხდარიყო სისტემასთან შეზრდილი ნორმალიზებული უსამართლობების სინათლეზე გამოტანის გზა.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Tell Me Who You Are: Windows and mirrors for our students and ourselves
<https://usinginformationaltext.blogspot.com/2021/03/tell-me-who-you-are-windows-and-mirrors.html>
2. When Diversity Isn't the Point: Mirrors, Windows, and Sliding Glass Doors in the Classroom Doors in the Classroom Kaitlin M. Jackson, 2023
3. New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach, Teun A. van Dijk, 2000
4. Fairclough, Norman, 1941, Media discourse/Norman Fairclough. ISBN 0-340-63222-4.
5. Simon Cottle. Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries. Buckingham [England]; Philadelphia : Open University Press, 2000
6. Ibid
7. ibid
8. Tukachinsky, R. (2015). Where We Have Been and Where We Can Go From Here: Looking to the Future in Research on Media, Race, and Ethnicity. *Journal of Social Issues*, 71(1), 186–199. doi:10.1111/josi.12104
9. Simon Cottle. Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries. Buckingham [England]; Philadelphia : Open University Press, 2000
10. Tambini, Damian and Moore, Martin, eds. (2018) Digital dominance: the power of Google, Amazon, Facebook, and Apple. Oxford University Press, New York, NY, USA. ISBN 9780190845124
11. Peter Van Aelst, Jesper Strömbäck, Toril Aalberg, Frank Esser, Claes de Vreese, Jörg Matthes, David Hopmann, Susana Salgado, Nicolas Hubé, Agnieszka Stępińska, Stylianos Papathanassopoulos, Rosa Berganza, Guido Legnante, Carsten Reinemann, Tamir Sheafer & James Stanyer (2017) Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?, *Annals of the International Communication Association*, 41:1, 3-27, DOI: 10.1080/23808985.2017.1288551
12. Van Dijk, T. A. (1995). The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity? *Javnost - The Public*, 2(2), 27–45.
13. Recommendation No. R (99) 1 of The Committee Of Ministers To Member States On Measures To Promote Media Pluralism (Adopted By The Committee Of Ministers On 19 January 1999, At The 656th Meeting Of The Ministers' Deputies)
14. Universal Declaration on Cultural Diversity Adopted by the General Conference of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization at its thirty-first session on 2 November 2001
15. Deacon, D., & Stanyer, J. (2021). Media diversity and the analysis of qualitative variation. *Communication and the Public*. <https://doi.org/10.1177/20570473211006481>
16. სისტემური მედია მრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი 2022
17. Gill, R. (2018). Discourse analysis in media and communications research. In: Kearney, M. C. & Kackman, M. (Eds.), *The Craft of Criticism: Critical Media Studies in Practice*. London: Routledge. ISBN 9780415716291
18. New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach, Teun A. van Dijk, 2000

19. McCann, K. P. (2013). The Diversity Policy Model and Assessment of the Policy: Debates and Challenges of (Media) Diversity. *SAGE Open*, 3(2). <https://doi.org/10.1177/2158244013492780>
20. Europe Foundation, Georgia Media Landscape Assessment 2021 Europe Foundation, Georgia Media Landscape Assessment 2021
21. 2021 წლის სატელევიზიო სარეკლამო ბაზრის ანგარიში <https://transparency.ge/ge/post/2021-clis-satelevizio-sareklamo-bazris-angarishi>
22. Freedom House, Nations in Transit, 2023, Georgia <https://freedomhouse.org/country/georgia/nations-transit/2023>
23. Van Dijk, T. A. (1995). The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity? *Javnost - The Public*, 2(2), 27–45.
24. Denis McQuail, 2007, Revisiting Diversity as a Media Policy Goal
25. Co-ordinating Committee for Media Reform, 2011, THE MEDIA AND THE PUBLIC INTEREST – preliminary briefing paper
26. Joris, G., De Grove, F., Van Damme, K., & De Marez, L. (2020). News Diversity Reconsidered: A Systematic Literature Review Unraveling the Diversity in Conceptualizations. *Journalism Studies*, 1–20. doi:10.1080/1461670x.2020.1797527
27. სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022
28. ibid
29. THE ROLE OF MEDIA IN PROMOTION OF INTERCULTURAL LEARNING Report to Council of Europe’s Intercultural Cities Programme, Media Diversity Institute, 2008
30. სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022
31. The Journalist’s Resource, 2020, Clark Merrefield, Race and the newsroom: 7 studies to know <https://journalistsresource.org/race-and-gender/newsroom-diversity-7-studies/>
32. <https://edition.cnn.com/2021/02/24/media/new-york-times-workplace-report/index.html>
33. New York Times Calls for Workplace Changes in Diversity Report <https://www.nytc.com/company/diversity-and-inclusion/a-call-to-action>
34. Why does diversity in the media sector matter? <https://www.theguardian.com/sustainability/blog/2014/dec/18/diversity-panel-discussion-guardian-sustainability>
35. სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022
36. საქართველოს ევროატლანტიკური ინტეგრაციის საკითხებზე ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონების ინფორმირება, 2019, მედიის განვითარების ფონდი <https://osgf.ge/publication/saqartvelos-evroatlantikuri-integraciis-sakitkhebz-eetnikuri-umciresobebit-dasakhlebuli-regionebis-informireba/>
37. სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022
38. M Price, Public Service Broadcasting in Transition: A Documentary Reader, Monroe Price University of Pennsylvania, 2011
39. Public broadcasting: why? How? <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>
40. The Disinformation Age Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States , pp. 211 – 258 Cambridge University Press, 2020
41. საქართველოს კანონი მაუწყებლობის შესახებ <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=66>
42. ეროვნული უმცირესობები და მედიის მდგომარეობა საქართველოში, ტობიას აკერლუნდი, ECMI - ის სამუშაო მოხსენება №52 იანვარი, 2012
43. ერთი სურვილი საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტებისთვის, მედიაჩეკერი, 2015 <https://www.mediachecker.ge/ka/blogi/article/49026-erthi-survili-sazogadoebrivi-mautsyebliis-programuli-prioritetebisthvis>

44. უწყვეტი კრიზისის ქრონიკა, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ისტორია, 2013, საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო <https://transparency.ge/ge/blog/utsqveti-krizisis-kronika-sazogadoebrivimaustqebelis-istoria>
45. საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეფორმის გამოწვევები, IDFI, 2017 https://idfi.ge/ge/challenges_of_public_broadcaster_georgia
46. ჟურნალისტები საზოგადოებრივ მაუწყებელს ცენზურის მცდელობაში ადანაშაულებენ, 2022, Civil.ge <https://civil.ge/ka/archives/481766>
47. NDI, საზოგადოების განწყობა საქართველოში 2023 წლის მარტში ჩატარებული სატელეფონო გამოკითხვის შედეგები
48. Europe Foundation, Georgia Media Landscape Assessment 2021 Europe Foundation, Georgia Media Landscape Assessment 2021
49. საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსი
50. საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამული პრიორიტეტები 2022 წლის 26 მარტიდან 2025 წლის 26 მარტამდე
51. IDFI 2020 - საზოგადოებრივი მაუწყებლის დაფინანსება და რეიტინგი რეფორმებიდან სამი წლის შემდეგ
52. Civil.ge, პარლამენტმა 2023 წლის ბიუჯეტი დაამტკიცა, 2022, <https://civil.ge/ka/archives/519402>
53. Operating Eurovision and Euroradio , PMS CONTRIBUTION TO DEMOCRACY, გვ.7-8, ხელმისაწვდომია: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/login_only/c2s/EBU-MIS_PSM-Contribution-toDemocracy_2018.pdf
54. სისტემური მედიამრავალფეროვნება საერთაშორისო მედიის პრაქტიკის მიმოხილვა, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022
55. ეროვნული უმცირესობები და მედიის მდგომარეობა საქართველოში, ტობიას აკერლუნდი, ECMI - ის სამუშაო მოხსენება №52 იანვარი, 2012
56. ეთნიკური უმცირესობების საჭიროებები: საზოგადოებრივი მაუწყებელი და პანდემია, 2020, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, <https://socialjustice.org.ge/ka/products/etnikuri-umtsiresobebis-sachiroebebisazogadoebrivi-mautsqebeli-da-pandemia-1>
57. Ibid
58. ქვემო ქართლი და სამცხე-ჯავახეთი - ეთნიკური უმცირესობებით კომპაქტურად დასახლებული რეგიონების ტელემედიურებელთა კვლევა, 2020
59. რას უყურებენ ქართველი აზერბაიჯანელები? შალალა ამირჯანოვა, 2021, jam news <https://jam-news.net/ge/ras-uyureben-qartveli-azerbaijanelebi/>
60. საქართველოს ევროატლანტიკური ინტეგრაციის საკითხებზე ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონების ინფორმირება, მედიის განვითარები ფონდი, 2019
61. ეთნიკური უმცირესობების საჭიროებები: საზოგადოებრივი მაუწყებელი და პანდემია, 2020, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, <https://socialjustice.org.ge/ka/products/etnikuri-umtsiresobebis-sachiroebebisazogadoebrivi-mautsqebeli-da-pandemia-1>
62. The Knight Foundation 2020 Sue Gardner, Public Broadcasting: It's past and it's future
63. უწყვეტი დევნის პრაქტიკა აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელში, 2022, სოციალური სამართლიანობის ცენტრი
64. ჰაინრიჰ ბიოლის ფონდი, 2022, დამოუკიდებელი ინსტიტუტები საფრთხის ქვეშ: დემოკრატიის მუდმივი გამოწვევა საქართველოში, სოფო ვერძული <https://ge.boell.org/ka/2022/06/24/damoukidebeli-institutebi-saprtkhis-kvesh-demokratiis-mudmivi-gamocveva-sakartveloshi>
65. კრიტიკული ჟურნალისტების დევნა და შევიწროება აჭარის ტელევიზიაში, საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო <https://www.transparency.ge/ge/post/kritikuli-zhurnalistebis-devna-dashevicroeba-acharis-televiziashi> 2021
66. საქართველოს სახალხო დამცველის 2020 წლის 24 აპრილის №04-2/4408 და 2020 წლის 24 აგვისტოს №13-3/8363 რეკომენდაციები; საქართველოს სახალხო დამცველის განცხადება (ხელმისაწვდომია: <http://www.ombudsman.ge/geo/akhali-ambebi/sakartvelos-sakhalkho-damtsveli-acharis-televiziashi-mimdinare-movlenebsekhmaureba>);
67. საქართველოს სახალხო დამცველის 2020 წლის 24 აპრილის №04-2/4408 და 2020 წლის 24 აგვისტოს №13-3/8363 რეკომენდაციები; საქართველოს სახალხო დამცველის განცხადება

(ხელმისაწვდომია: <http://www.ombudsman.ge/geo/akhali-ambebi/sakartvelos-sakhalkho-damtsveli-acharis-televiziashi-mimdinare-movlenebsekhmaureba>);

68. სოციალური სამართლიანობის ცენტრი, 2022 დევნის უწყვეტი პრაქტიკა აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელში <https://socialjustice.org.ge/ka/products/devnis-utsqveti-praktika-sazogadoebriv-mautsqebelshi>
69. აჭარის ტელევიზიის სარედაქციო დამოუკიდებლობა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის იდეა კვლავ საფრთხეშია <https://www.qartia.ge/ka/siakhleebi/article/80541>
70. გადაცემა „ეთნოფორი“ <https://ajaratv.ge/show/16>
71. „1+4 საგანმანათლებლო პროგრამა“, შერიგებისა და სამოქალაქო თანასწორობის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატის ვებგვერდი, იხ: <https://www.smr.gov.ge/ge/page/58/saganmanatleblo-programa>
72. ტიგრან თარზიანი "1+4" ერთ-ერთი წარმატებული სახელმწიფო პროგრამა <https://socialjustice.org.ge/ka/products/1-4-ert-erti-tsarmatebuli-sakhelmtsifo-programaa>
73. 1+4 პროგრამის კურსდამთავრებულების დასაქმების შესაძლებლობების კვლევა ზოგადი კონტექსტისა და კონკრეტული მაგალითის ანალიზის საფუძველზე გორგაძე, ტაბატაძე, 2019
74. ინტერკულტურული მოწიფულობის კვლევა საქართველოს უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების სტუდენტებში, სამოქალაქო ინტეგრაციისა და ეროვნებათმორისი ურთიერთობების ცენტრი, 2020