

მედიის და კომუნიკაციის საგანმანათლებლო და კვლევითი ცენტრი



ახალგაზრდა ჟურნალისტების
დასაქმება მედიის შრომის
ბაზარზე



მარინა ბერსაშია, მანა ჭორაქი

Media and Communication
Educational and Research Center
2017

წინამდებარე კვლევის მიზანია, დადგინდეს, რა მოთხოვნები აქვთ და რა კრიტერიუმებს (ცოდნას, უნარებს, განათლებას და სხვ.) ითვალისწინებენ დამსაქმებლები ახალგაზრდა ჟურნალისტების დასაქმებისას ან სტაჟირებისას, რა რეკომენდაციებს სთავაზობენ მედიაგანათლების სექტორს და სხვ.

კვლევა აქტუალურია როგორც საგანმანათლებლო პროგრამების მოდერნიზაციის, ასევე აკრედიტაციის სტანდარტების და დამსაქმებლის მოთხოვნების შესაბამისობის დადგენის თვალსაზრისით.

Employment of Young Journalists in Media Job Market
Mariam Gersamia, Maia Toradze
Media and Communication Educational and Research Center (MCERC)

- © საავტორო უფლებები დაცულია
- © MCERC - მედიისა და კომუნიკაციის საგანმანათლებლო-კვლევითი ცენტრი (www.mcerc.ge)
- © გერსამია მარიამი, ტორაძე მაია

გამომცემლობა „კალმოსანი“
2017 წელი

ISBN 978-9941-9514-9-7

სარჩევი

- 05 შესავალი
 - 07 ლიტერატურის მიმოხილვა
 - 18 კვლევის დიზაინი, მეთოდოლოგია და პროცედურები
 - 24 ძირითადი მიგნებები
 - 24 სტაჟირება
 - 27 დასაქმება და კომპეტენციები
 - 38 დასაქმება და მედიაგანათლება
 - 52 დასკვნები
 - 59 რეკომენდაციები
 - 61 ბიბლიოგრაფია
 - 63 დანართი
- დამსაქმებელთა გამოკითხვის კითხვარი

შესავალი

უმუშევრობის დონე საქართველოში, 2015 წლის ოფიციალური მონაცემებით, 12 პროცენტია¹. უფრო კონკრეტულად კი, ეს მაჩვენებელი 20-25 წლამდე ასაკის ახალგაზრდებზე მოდის (32%). ეს სწორედ ის ასაკია, როცა სტუდენტები და კურსდამთავრებულები აქტიურად იწყებენ სამუშაოს ძიებას. მაღალია მაჩვენებელი შემდგომ წლებშიც: 25-დან 30 წლამდე (20.7%)².

საქართველოში არ მოიპოვება ინფორმაცია, თუ რამდენი ადამიანია დასაქმებული მედიის სექტორში და მათგან რამდენია – ჟურნალისტის პოზიციაზე. IREX-ის მიერ ჩატარებული უახლესი კვლევის³ მიხედვით (MSI, 2016, გვ. 31), აქტიური მედიასამუშაოების რიცხვი შემდეგია:

- ბეჭდვითი: 313 გაზეთი (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2015);
- ტელევიზია: 41 სატელევიზიო, 54 ციფრული მიწისზედა და 76 საკაბელო არხი;
- რადიოსადგურები: 76 (საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია, 2015);
- ახალი ამბების სააგენტოები: 31 (www.yellowpages.ge).

¹ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, http://geostat.ge/?action=page&p_id=145&lang=geo, ბოლო ნახვა 8 ნოემბერი, 2016

² იქვე

³ მედიის მდგრადობის ინდექსი, 2016 წელი, საქართველო, <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-2016-georgian.pdf>, ბოლო ნახვა 8 ნოემბერი, 2016)

სსიპ გამოცდების ეროვნული ცენტრის (www.naec.ge; ბოლო ნახვა - 2016, დეკემბერი) და სსიპ განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის (www.eqce.ge; ბოლო ნახვა - 2016, დეკემბერი) 2016 წლის მონაცემების მიხედვით, საქართველოში მედიის და/ან მასობრივი კომუნიკაციის 40 აკრედიტებული საგანმანათლებლო პროგრამაა. მათ შორის ორი პროფესიული საგანმანათლებლო კურსია, 23 პროგრამა შეთავაზებულია საბაკალავრო, 13 - სამაგისტრო და ორი - სადოქტორო საფეხურებზე.

წინამდებარე კვლევის მიზანია, დადგინდეს, რა მოთხოვნები აქვთ და რა კრიტერიუმებს (ცოდნას, უნარებს, განათლებას) ითვალისწინებენ დამსაქმებლები ახალგაზრდა ჟურნალისტების დასაქმებისას ან სტაჟირებისას, რა რეკომენდაციებს სთავაზობენ მედიაგანათლების სექტორს და სხვ.

კვლევა აქტუალურია როგორც საგანმანათლებლო პროგრამების მოდერნიზაციის, ასევე აკრედიტაციის სტანდარტების და დამსაქმებლის მოთხოვნების შესაბამისობის დადგენის თვალსაზრისით.

ლიბერალური მიმოხილვა

საერთაშორისო კვლევებში ჟურნალისტების დასაქმება სხვადასხვა კუთხით და კრიტერიუმის მიხედვითაა შესწავლილი. ესენია: სოციალური კავშირების და განათლების (მათ შორის, ახალი ტექნოლოგიების ფლობის გამოყენების) ზეგავლენა, უნივერსიტეტის პრესტიჟულობა, სტაჟირება, განათლებაზე დაფუძნებული მერიტოკრატია, გენდერი, რასა და ეთნიკური კუთვნილება, კურიკულუმის მიღმა აქტივობებში ჩართვის გათვალისწინება და სხვ. კვლევებში ასევე დასახელებულია ის პრიორიტეტული პროფესიული უნარები და კომპეტენციები, რომელიც მნიშვნელოვანია დამსაქმებლისთვის, ხოლო ჟურნალისტს, თავის მხრივ, ეხმარება დასაქმებაში.

ბრიტანელი ექსპერტები ყურადღებას ამახვილებენ სანაცნობო ქსელის და სოციალური კავშირების როლზე¹. ავტორები (Tholen, Brownb, Power, Allouch, 2013) დასაქმებას იკვლევენ არა პიროვნული კაპიტალის დახმარების, არამედ ელიტის მანდატით საკუთარი შანსების გაძლიერების თვალსაზრისითაც. მათი მოსაზრებით, „ეს განსაკუთრებით რელევანტურია, როცა ვმსჯელობთ პოსტინდუსტრიული დასაქმების ბაზრის მერიტოკრატულ ბუნებაზე“. კვლევებმა, რომელიც საფრანგეთის და ინგლისის ელიტურ/პრესტიჟულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში ჩატარდა კურსდამთავრებუ-

1 Gerbrand Tholen, Phillip Brown, Sally Power, Annabelle Allouch, The role of networks and connections in 'Educational elites' labour market entrance Gerbrand Tholen, Research in Social Stratification and Mobility 34 (2013) 142–154. Published by Elsevier Ltd., Available online at www.sciencedirect.com

ლების გამოკითხვის გზით, დაადასტურა, რომ ასეთი უნივერსიტეტების კურსდამთავრებულები იცნობენ ელიტურ დამსაქმებლებს და ქმნიან კავშირების სასარგებლო ქსელს. ბრიტანელი მკვლევრები ამტკიცებენ, რომ ეს დამახასიათებელია სწორედ ელიტური საგანმანათლებლო დაწესებულებებისთვის. მათ შეუძლიათ დაეხმარონ საკუთარ კურსდამთავრებულებს დასაქმების ბაზარზე დამკვიდრებაში. ავტორები მსჯელობენ იმაზე, თუ რას ეფუძნება ელიტური კავშირების შედეგად მიღებული დასაქმების შესაძლებლობა: აკადემიურ მიღწევებს თუ კლასობრივ და ელიტურ პრივილეგიებს? ჩვენს კვლევაში დავაკვირდით იმ შედეგებს, რომელიც უკავშირდება უნივერსიტეტების კურსდამთავრებულებისადმი დამსაქმებლების მოლოდინებს.

სხვა კვლევებში (Montgomery, 1991; Mouw, 2003) ავტორები ამახვილებენ ყურადღებას იმაზე, რომ დასაქმების ბაზარზე მნიშვნელოვანი ფაქტორია სოციალური კავშირებიც (ოჯახი, მეგობრები და სხვ.). SuttonTrust² (2009)-ის მიხედვით, დასაქმების ბაზარზე პრესტიჟულ პოზიციებზე ე.წ. საგანმანათლებლო ელიტებს დიდი ხელმისაწვდომობა აქვთ. აღნიშნული კვლევა აჩვენებს, რომ ელიტური სტუდენტებისთვის დასაქმებაში³ კავშირებსა და ქსელის განვითარებას მნიშვნელოვანი როლი აქვს. კვლევის მიხედვით, სტუდენტები აცნობიერებენ, რომ არსებობს ტენდენცია, რომ სამუშაოზე მიიღონ მათივე

2 სიუთონ თრასტი ბრიტანული ორგანიზაციაა. ეს არის ე.წ. think-tank-ი და ასევე ე.წ. do-tank-ი, რომელმაც დააფინანსა 200-ზე მეტი პროგრამა, შეუკვთა 170-ზე მეტი კვლევა და ზეგავლენა მოახდინა მთავრობის საგანმანათლებლო პოლიტიკაზე იმით, რომ სოციალური მობილობა პოლიტიკური დღის წესრიგის პრიორიტეტებში მოათავსა. უფრო მეტი იხილეთ ვებ-გვერდზე <http://www.suttontrust.com/> (ბოლო ნახვა 2016 წლის 15 ოქტომბერი).

3 Gerbrand Tholen, Phillip Brown, Sally Power, Annabelle Allouch, The role of networks and connections i'Neducational elites' labour market entrance Gerbrand Tholena, Research iNSocial Stratificationand Mobility 34 (2013) 142–154. Published by Elsevier Ltd., Available online atwww.sciencedirect.com, გვ. 146

მსგავსი სოციალური, კულტურული და განათლების ბექგრაუნდის მქონე ადამიანები⁴.

ზემოთ ხსენებული ავტორები ყურადღებას ამახვილებენ კავშირებზე, როგორც საგანმანათლებლო გამოცდილების შემადგენელ ნაწილზე. მათი აზრით, „განათლება გადამწყვეტ როლს თამაშობს კავშირების ქსელის შეთავაზებაში, თუმცა, ასევე, ახდენს მის ლიმიტირებას. სტუდენტებს დაბეჭითებით სჭერათ, რომ კავშირები არის მათი ნიჭის და განათლების სოციალური ექსკლუზიურობის შედეგი⁵“. ჩვენს კვლევაში, ამ მხრივ, საინტერესოა, თუ რა როლს თამაშობს პროფესიული და/ან ახლობლის რეკომენდაცია ახალგაზრდების დასაქმებასა და სტაჟირებაში.

მკვლევრები ყურადღებას ამახვილებენ აკადემიური წრეების როლზე სანაცნობო ქსელის გაფართოებასა და დასაქმებაში. „საუნივერსიტეტო გარემო უხვად სთავაზობს აკადემიურ სამოგადოებასთან კავშირებს, ის კი, თავის მხრივ, შრომის ბაზართან დაკავშირების და ინფორმაციის გავრცელების/მიღების არაფორმალური გეითქიფერია“ (e.g. Marin, 2012. ამ სტატიაში გვ. 149). მკვლევრები (Tholen, Brown, et. Al, 2013) აღნიშნავენ, რომ სტუდენტები მხოლოდ საგანმანათლებლო პროცესთან დაკავშირებულ სანაცნობო ქსელით კი არ სარგებლობენ, არამედ იყენებენ კავშირებს მეგობრების, ოჯახის და სხვა სტუდენტების დახმარებით⁶.

4 Gerbrand Tholen, Phillip Brown, Sally Power, Annabelle Allouch, The role of networks and connections iNeducational elites' labour market entrance Gerbrand Tholena, Research iNSocial StratificatioNand Mobility 34 (2013) 142–154. Published by Elsevier Ltd., Available online at www.sciencedirect.com, გვ. 146

5 იქვე

6 იქვე, გვ. 149

დასაქმების კვლევისას მნიშვნელოვანია სტაჟირების როლის კვლევა. სტაჟირება, გარდა პროფესიული კვალიფიკაციის ამალღებისა და კომპეტენციების გაღრმავებისა, ჟურნალისტისთვის არის სანაცნობო ქსელების გაფართოების საშუალება, რომელიც, როგორც წესი, მას სამომავლოდ დასაქმებაში უნდა დაეხმაროს. ამ კუთხით, ჩვენს კვლევაში მნიშვნელოვანია ის, თუ რას აქცევენ ყურადღებას თავად დამსაქმებლები (კონკრეტულ უნარებს, უნივერსიტეტებს, რეკომენდაციებს, სამუშაო გამოცდილებას და სხვ).

უცხოელი მკვლევრები სტაჟირებას სხვადასხვა კუთხით განიხილავენ. როგორ მიდიან სტუდენტები სტაჟირებაზე? არის თუ არა ეს სტაჟირება უნივერსიტეტის კურიკულუმის ნაწილი? იყენებენ თუ არა პირადი კონტაქტების, ტუტორის დახმარებას? ბრიტანელი ავტორების (Tholen, Brown, et. Al, 2013) კვლევაში ჩანს, რომ ამ ფაქტორების გარდა, მნიშვნელოვანია სოციალური ხასიათის ღონისძიებებიც (social events). სტაჟირების დროს სტუდენტები მოსინჯავენ საკუთარ შესაძლებლობებსა და ინტერესის სფეროებს, აფასებენ ძლიერ და სუსტ მხარეებს. სტაჟირება არის მთავარი ინსტრუმენტი შრომის ბაზარზე, სადაც გამოცდილებითა და თვითრეალიზების საშუალებით სტუდენტის მიზანია იპოვოს თავსებადობა საკუთარ თავსა და შრომის ბაზრის მოთხოვნას შორის⁷.

რივერა (2011) ემპირიულ კვლევაში ყურადღებას ამახვილებს იმაზე, რომ ელიტური დამსაქმებლები არჩევენ ოთხი ყველაზე ელიტური უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულებს და უფრო მეტად ამგვარი უნივერსიტეტებიდან მიღებულ ცნობას აქცევენ ყურადღებას, ვიდ-

7 Gerbrand Tholen, Phillip Brown, Sally Power, Annabelle Allouch, The role of networks and connections i'Neducational elites' labour market entrance Gerbrand Tholena, Research iNSocial Stratificationand Mobility 34 (2013) 142–154. Published by Elsevier Ltd., Available online atwww.sciencedirect.com, გვ. 150-151

რე განათლებას. საინტერესოა, ამ მხრივ საქართველოში თუ გამო-
არჩევნ რომელიმე სასწავლებელს? მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენ
მიერ ჩატარებულ გამოკითხვაში ამ ტიპის კითხვა არ დასმულა, კო-
მენტარების ველში დამსაქმებლები ამ კატეგორიაში მხოლოდ ერთ
კერძო სასწავლებელს ასახელებენ.

რას ითხოვენ ყველაზე ხშირად ვაკანსიების გამოცხადებისას დამსაქ-
მებლები? ამ კუთხით საინტერესოა ვენგერის და ოუენსის (Wenger and
Owens, 2013)⁸ კვლევა. ავტორების მოსაზრებით, სწორედ კურიკულუმში
ცვლილებებია აუცილებელი პასუხი ყოველდღიურ პრაქტიკულ ჟურნა-
ლისტიკაში მიმდინარე სწრაფ ტექნოლოგიურ ცვლილებებზე⁹.

ამერიკის შეერთებულ შტატებში ჩატარებული კვლევის მიხედვით, „ნაპ-
რალი, დამსაქმებლების მოთხოვნასა და ჟურნალისტის განათლებას
შორის, მოითხოვს კვლევას იმისთვის, რომ განისაზღვროს, რა უნარ-
ები არის აუცილებელი ჟურნალისტის ნიუსრუმში დასაქმებისთვის“.
კვლევამ აჩვენა, რომ დამსაქმებლების აზრით, კურსდამთავრებულებს
არ აქვთ საკმარისი უნარები, რომ დაუყოვნებლივ შეუდგნენ მუშაობას
(Adams 2008; Lepre & Bleske, 2005; Mattern, 2003; McDonough, Rodriguez,
& Prior-Miller, 2009). ამ მხრივ საინტერესოა, რა პოზიციაზე ცხადდება
ვაკანსიები, აქვეყნებენ თუ არა ვაკანსიების შესახებ განცხადებებს წამ-
ყვანი მედია საშუალებები ვებ-გვერდებზე და რა კომპეტენციებს ითხო-
ვენ ისინი კურსდამთავრებულისგან?

სხვა კვლევები (Hines and Basso, 2008) ადასტურებენ, რომ საგანგაშოა
იმ დასაქმებულთა რაოდენობა, რომლებიც კარიერის დასაწყისში

8 Deb Wenger and LynNC. Owens, ANExaminationOf Job Skills Required by Top U.S.
Broadcast News Companies and Potential Impact oNJournalism Curricula, 2013, Electronic
News, 7(1) 22-35; Downloaded from enx.sagepub.com at Tbilisi State University oNOctober
9, 2016
9 იქვე, გვ. 25.

ძალიან ცუდად ფლობენ წერის და კიდევ უფრო ცუდად – რედაქტირების უნარებს (გვ. 293). ჩვენ მიერ წარმოდგენილი კვლევის შედეგები და პარალელები ამ კუთხითაც საინტერესო სურათს აჩვენებს.

კვლევებში ავტორები (გენგერი და ოუენსი, 2013) გვთავაზობენ კომპეტენციების კოდირებას და ასახელებენ 35 პროფესიულ უნარ-ჩვევას, რომელსაც მედიის სფეროს დამსაქმებლები ახალ თანამშრომელში ეძებენ. ესენია: აკურატულობა, გამბედაობა, ახალი ამბების განსჯა, კრეატიულობა/შემოქმედებითობა, ინიციატივების გამოვლენა, წნეხის ქვეშ/შემჭიდროებულ ვადებში მუშაობისთვის მზადყოფნა, გუნდში მუშაობა, არანორმირებული გრაფიკით მუშაობისთვის მზადყოფნა, გამართულად წერის უნარი, წყაროების მოძიების უნარი, წინა პროფესიული გამოცდილება, კომუნიკაციის უნარები, ლიდერობა, მულტი-სამუშაოების შესრულების უნარი, წარმოება/საველე პროდუქციის მომზადების (ე.წ. პროდაქშენის) გამოცდილება, კომპიუტერული პროგრამული უზრუნველყოფის ცოდნა, გადაღების/ფოტოგრაფირების უნარი, რედაქტირების უნარები, ვებ/მულტიმედია უნარები, დიზაინის შექმნის უნარები, ვებ-ზე ატვირთვის გამოცდილება, Cascading Style Sheets (CSS) ცოდნა (ეს გულისხმობს ვებ-დოკუმენტებზე სტილის (ფერის, შრიფტის და სხვ.) გამოყენებას - ავტ.), HTML-ის ცოდნა, კონტენტის მართვის სისტემის ცოდნა, Adobe Photoshop-თან მუშაობის უნარი, Adobe Illustrator-თან მუშაობის უნარი, AVID-ით რედაქტირების უნარები, ვებ-ისთვის წერის გამოცდილება, საძიებო სისტემის ოპტიმიზაციასთან, ე.წ. SEO (Search Engine Optimization) მუშაობის უნარები, ვებ-ის ანალიზის უნარები, სოციალური ქსელებსა და მობილურ აპლიკაციებთან მუშაობის უნარები¹⁰.

10 Deb Wenger and LynNC. Owens, ANExamination of Job Skills Required by Top U.S. Broadcast News Companies and Potential Impact on Journalism Curricula, 2013, Electronic News, 7(1) 22-35; Downloaded from enx.sagepub.com at Tbilisi State University on October 9, 2016 გვ. 27.

ამ კვლევის მიხედვით, სამაუწყებლო მედიის დამსაქმებლები სამაუწყებლო რეპორტიორის დასაქმებისას, ყველაზე მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ წინა გამოცდილებას (98.6%), გამართულ წერას (84.9%), ინიციატივის გამოჩენის უნარს (71.2%), წნეხის ქვეშ და შემჭიდროებულ ვადაში მუშაობის უნარს (69.9%) და ახალი ამბების განსჯას (56.2%).¹¹ ამ კონკრეტულ კვლევაში დამსაქმებლები ყველაზე მნიშვნელოვნად ასახელებენ სამუშაო გამოცდილებას, სხვა კვლევებში კი მნიშვნელოვანია სტაჟირების გავლის მოთხოვნა, რაც შეიძლება სამუშაოს მაძიებელ ჟურნალისტს დასაქმებაში დაეხმაროს.

დარგობრივი ჟურნალისტიკის მიმართულებით განათლების აუცილებლობაზე საუბრობენ დამსაქმებლები როგორც უცხოეთში, ასევე საქართველოში.

ამერიკელი მკვლევრები (Becker, Lauff, Lowrey, 1999) ჟურნალისტების დასაქმებას დააკვირდნენ გენდერის, რასის, ეთნიკური წარმომადგენლობის ჭრილში. მათ გამოავლინეს შეუსაბამობები, რომელსაც განმარტავენ სხვადასხვა სპეციფიკური ფაქტორით, როგორცაა განათლება, საგანმანათლებლო დაწესებულება, კვალიფიკაცია - სტაჟირების გამოცდილება და აკადემიური მიღწევები (გვ. 631)¹².

მათი აზრით, მნიშვნელოვანია, რომ, ჟურნალისტური განათლების პარალელურად, სტუდენტი მონაწილეობდეს კურიკულუმის მიღმა ექსტრააქტივობებში, რადგან ამან, შესაძლოა, ხელი შეუწყოს მის წარმატებას კარიერაში, სოციალური უნარების განვითარებასა და დასაქმებას.

¹¹ იქვე.

¹² Lee B. Becker, Edmund Lauff and Wilson Lowrey, Differential Employment Rates in the Journalism and Mass Communication Labor Force Based on Gender, Race, and Ethnicity: Exploring the Impact of Affirmative Action, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 76, No. 4 1999, p. 631-645. Downloaded from jmq.sagepub.com at Tbilisi State University on October 9, 2016.

ამერიკელმა მკვლევრებმა (Becker, Han et al., 2014) თავის ნაშრომში გამოემსახრა სასწავლო გეგმის მიღმა, ჯერ კიდევ სკოლაში, სტუდენტების დამატებითი აქტივობების ზეგავლენა მათ შემდგომ დასაქმებაზე. ასეთ აქტივობებს ამერიკის სკოლებში განეკუთვნება სასკოლო გაზეთის, რადიო და სატელევიზიო გადაცემის ყოველწლიური, შემატყობველი გამოცემის მომზადება. კვლევით დადასტურდა, რომ ამგვარი აქტივობები სასარგებლოა შემდგომი დასაქმებისთვის და მას აქვს, როგორც მოკლევადიანი, ასევე გრძელვადიანი ეფექტი: სკოლიდან - კოლეჯში, კოლეჯიდან - უნივერსიტეტში და შემდეგ, შრომის ბაზარზე (Becker, Han et al., 2014)¹³. უფრო კონკრეტულად, კვლევამ დაადასტურა, რომ კურიკულუმის მიღმა ჟურნალისტურ აქტივობებს ზეგავლენა აქვთ სულ მცირე, შრომის ბაზარზე შესვლის სანყის ეტაპზე¹⁴. სამწუხაროდ, საქართველოში ამგვარ აქტივობებზე დაკვირვება და კვლევა არ განხორციელებულა.

ჟურნალისტის საქმიანობაში კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია ახალ ტექნოლოგიებთან ადაპტირების და მუშაობის უნარი. ჟურნალისტის პროფესიის ევოლუციაში ტექნოლოგიური პარადიგმების ზეგავლენა უდავოდ არსებობს და ჟურნალისტისგან კომპეტენციების გადახალისებას, ახალი ცოდნის და უნარის ათვისებას მოითხოვს. თუმცა, რამდენად აქტუალურია დამსაქმებლებისთვის, ფლობს თუ არა ჟურნალისტი ახალ ტექნოლოგიებთან მუშაობის უნარებს? როგორია ამ მხრივ, მსოფლიო პრაქტიკა?

13 Lee B. Becker, Jeong Yeob Han, Donna Wilcox, and Tudor Vlad, The Effects of Preuniversity Study of Journalism on Entry to the Job Market, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2014, Vol. 91(2) 344–356, 2014, jmq.sagepub.com, Downloaded from jmq.sagepub.com at Tbilisi State University on October 9, 2016. გვ. 344-355.

14 იქვე. გვ. 355.

საბერძნეთში, მედიის მკვლევრები (Veglis, Pomportsis, 2014) დაინტერესდნენ ჟურნალისტების მიერ საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების (ICT-ის) გამოყენების პრაქტიკით და შეისწავლეს ის უნარები, რომლებიც თანამედროვე ჟურნალისტს წარმატებული მუშაობისთვის სჭირდება¹⁵. მათ მიერ ჩატარებული კვლევის მიხედვით, ჟურნალისტებს არ აქვთ საკმარისი უნარები იმისთვის, რომ საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები (ICT-ის) გამოიყენონ მუშაობაში. გამოსავალს მკვლევრები საგანმანათლებლო პროგრამების მოდერნიზაციაში ხედავენ, საიდანაც პროფესიონალმა ჟურნალისტებმა უახლესი ICT ინსტრუმენტები და სერვისები უნდა აითვისონ¹⁶.

შვედი ავტორი ჰენრიკ ორნებრინგი (Henrik Örnebring, 2010), ამ საკითხის ტექნოლოგიური პარადიგმის ტრილში განხილვისას, ამბობს, რომ ჟურნალისტიკის სფეროში მუშაობა მოიცავს, ერთი მხრივ, ტექნოლოგიების დანერგვას ყოველდღიურ საქმიანობაში და, მეორე მხრივ, ისტორიის ანალიზს, თუ როგორ ხდებოდა ჟურნალისტიკის და ტექნოლოგიების ურთიერთგადაჯაჭვა¹⁷. ამ პროცესში, ავტორის მოსაზრებით, ჟურნალისტები ტექნოლოგიურ განვითარებას აღიქვამდნენ გარდაუვალ, უპირობო ძალად, რომელიც პირდაპირ იწვევდა უამრავ ცვლილებებს ჟურნალისტიკაში¹⁸. საქართველოში

15 Andreas Veglis and Andreas Pomportsis, Journalists in the Age of ICTs: Work Demands and Educational Needs, *Journalism & Mass Communication Educator*, 2014, Vol 69 (1) 61–75, jmce.sagepub.com, Downloaded from jmc.sagepub.com by guest on October 8, 2016. გვ. 61-62

16 იქვე, გვ. 61

17 Henrik Örnebring, Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives, University of Oxford, UK, *Journalism* 11(1) 57–74, 2010, <http://jou.sagepub.com>, Downloaded from jou.sagepub.com at Tbilisi State University on October 10, 2016. გვ. 57

18 Henrik Örnebring, Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives, University of Oxford, UK, *Journalism* 11(1) 57–74, 2010, <http://jou.sagepub.com>, Downloaded from jou.sagepub.com at Tbilisi State University on October 10, 2016. გვ. 58

ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევა განსჯისთვის ამ კუთხითაც საინტერესო ინფორმაციას გვაძლევს.

მთავარი ჟურნალისტური კომპეტენციები, როგორცაა გამართულად წერისა და ინფორმაციის შეგროვების უნარი, ისტორიულადაც უფრო მნიშვნელოვნად ითვლებოდა, ვიდრე ის ტექნიკური უნარები, რომელიც ჟურნალისტის საქმიანობისთვის არის საჭირო (Huang, 2006; Singer, 2004)¹⁹. შვედი ავტორი ყურადღებას ამახვილებს ჟურნალისტის საქმიანობის კონკრეტულ ასპექტზე – ახალი ამბების შეგროვების პროცესზე, რომელიც მოიცავს ახალი ამბების მოძიებას, შესაბამისი წყაროების გადამოწმებას, ახალი ამბების შერჩევას (გადაწყვეტილების მიღებას, თუ რა მიაწოდოს და რა – არა ახალი ამბების მომხმარებლებს) და მიწოდებას²⁰. ავტორის აზრით, სწორედ ჟურნალისტის მუშაობის ეს პროცესი იცვლება და ამჟამად ჟურნალისტებისგან მოელიან კომპიუტერზე დაფუძნებული ტექნიკური უნარების და ციფრული ტექნოლოგიების ცოდნას (Cottle and Ashton, 1999; Liu, 2006; Lowery and Becker, 2001; Ursell, 2004). შედეგად, ავტორი ასკვნის, რომ რიგ შემთხვევებში, ახალი ამბების პრეზენტაცია და შეგროვება ერთმანეთისგან გაიმიჯნა (გვ. 64).

ტექნოლოგიური ცვლილებები ჟურნალისტის პროფესიას თან სდევს და მის რეფორმირებაშიც მონაწილეობს, თუმცა არსებობს კომპეტენციები, რომლებიც, ისტორიულად, სწორედ ამ პროფესიის ნიშანთვისებად ჩამოყალიბდა. ასეთად შეგვიძლია მივიჩნიოთ გემოთ ხსენებული საბაზისო უნარები, მათ შორის, წერის და რედაქტირების

19 Singer, J. B. (2004) 'More than Ink-stained Wretches: The Resocialisation of Print Journalists in Converged Newsrooms', *Journalism and Mass Communication Quarterly* 81(4): 838–56. & Huang, E. (2006) 'Facing the Challenges of Convergence: Media Professionals' Concerns of Working across Media Platforms', *Convergence* 12(1): 83–98.

20 Henrik Ornebring, *Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives*, University of Oxford, UK, *Journalism* 11(1) 57–74, 2010, <http://jou.sagepub.com>, Downloaded from jou.sagepub.com at Tbilisi State University on October 10, 2016, გვ. 60-61

უნარი. შვედი მეცნიერი ჰენრიკ ორნებრინგი (Henrik Örnebring, 2010) თავის კვლევაში აღნიშნავს, რომ „ჟურნალისტიკის პატერნები/ქარგები, რომლებიც 19-ე საუკუნის ბოლოს ჩამოყალიბდა, ჯერ კიდევ ზეგავლენას ახდენს იმაზე, თუ რას ვფიქრობთ ჩვენ ჟურნალისტიკაზე და რას ფიქრობენ თავად ჟურნალისტები საკუთარ თავზე“²¹ (გვ. 68). მისი აზრით, „ახალი ტექნოლოგიები ერგება არსებულ პატერნებს/ქარგებს, რომელიც ხანგრძლივი ისტორიული პროცესების შედეგად იხვეწება და იძულებულს გვხდის, შევეგუოთ ჟურნალისტიკაზე ტექნოლოგიის გაბატონებას (გვ. 69)²².

შვედი ავტორი (Henrik Örnebring, 2010) ყურადღებას ამახვილებს შრომით უფლებებზე და აღნიშნავს, რომ ამ მიმართულებით კვლევების დეფიციტია (გვ. 59). ამ მხრივ, ჩვენს კვლევაში საინტერესოა, თუ როგორ უყურებენ დამსაქმებლები სტაჟირების ანაზღაურების და ხანგრძლივობის საკითხს.

21 Henrik Örnebring, Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives, University of Oxford, UK, Journalism 11(1) 57–74, 2010, <http://jou.sagepub.com>, Downloaded from jou.sagepub.com at Tbilisi State University on October 10, 2016, გვ. 68

22 იქვე.

კვლევის დიზაინი, მეთოდოლოგია და კროცედურები

წინამდებარე კვლევის მიზანია, დადგინდეს, რა მოთხოვნები აქვთ და რა კრიტერიუმებს (ცოდნას, უნარებს, განათლებას) ითვალისწინებენ დამსაქმებლები ახალგაზრდა ჟურნალისტების დასაქმებისას ან სტაჟირებისას, რა რეკომენდაციებს სთავაზობენ მედიაგანათლების სექტორს და სხვ.

კვლევა აქტუალურია როგორც საგანმანათლებლო პროგრამების მოდერნიზაციის კუთხით, ასევე აკრედიტაციის სტანდარტების და დამსაქმებლის მოთხოვნების შესაბამისობის დადგენის თვალსაზრისით.

კვლევითი კითხვებია:

1. რა კრიტერიუმების მიხედვით ასაქმებენ ახალგაზრდა ჟურნალისტებს საქართველოში?
2. რა კომპეტენციებს (ცოდნას და უნარებს) ანიჭებენ უპირატესობას დამსაქმებლები?
3. როგორია დამსაქმებლების დამოკიდებულება მედიაგანათლებასთან დაკავშირებით? მაგალითად, არის თუ არა მნიშვნელოვანი ფაქტორი დასაქმებისას, თუ რომელი უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულია ჟურნალისტი? აქვს თუ არა მას ჟურნალისტის კვალიფიკაციის დამადასტურებელი დიპლომი ან სხვა დარგობრივი კომპეტენცია?

საკვლევი პერიოდი: საველე კვლევა (დამსაქმებულების გამოკითხვა) ჩატარდა 2016 წლის სექტემბერ-ოქტომბერის თვეებში.

კვლევისთვის გამოყენებულია რაოდენობრივი და თვისებრივი კონტენტ-ანალიზი. კვლევის ინსტრუმენტად გამოყენებულია კითხვარი (ღია და დახურულბოლოიანი კითხვებით), კითხვებს აქვს კომენტარის ველი. კითხვების რაოდენობაა 20 (იხილეთ დანართი N1). ანკეტა-კითხვარში მნიშვნელობის ანალიზისას მინიჭებული ქულების რანჟირებას შემდეგნაირად განვსაზღვრავთ: 9-10 ქულა - ძალიან მნიშვნელოვანია; 6-8 - მნიშვნელოვანია; 5 - საშუალო; 3-4 - უმნიშვნელოა; 1-2 - საერთოდ არ არის მნიშვნელოვანი.

შერჩევა: კითხვარი ელექტრონულად გაეგზავნა 36 დამსაქმებელს (2016 წლის სექტემბერში). დამსაქმებლები შერჩეული იყო ნაციონალური ტელევიზიებიდან, გაზეთებიდან, ონლაინ გამოცემებიდან, არასამთავრობო ორგანიზაციებიდან და მედიის კვლევითი ორგანიზაციებიდან (როგორც თბილისის, ასევე რეგიონების მასშტაბით). ადრესატად შეირჩა ორგანიზაციის ის წარმომადგენელი, რომელიც უშუალოდ მონაწილეობს ან ფლობს ინფორმაციას კადრების შერჩევისა და დასაქმების შესახებ. კითხვარი ელექტრონულად შეავსო 25-მა მედიაორგანიზაციის წარმომადგენელმა, კერძოდ, სამაუწყებლო კომპანიების საინფორმაციო სამსახურის უფროსებმა, დამფუძნებლებმა, პროდიუსერებმა, გაზეთების და ონლაინ გამოცემების მთავარმა რედაქტორებმა, მედიის კვლევითი ორგანიზაციის ხელმძღვანელებმა, ამ სფეროში მოღვაწე არასამთავრობო ორგანიზაციის ხელმძღვანელებმა და სხვ.

ეს ორგანიზაციებია:

1. საზოგადოებრივი მაუწყებელი - პირველი არხი;
2. სამაუწყებლო კომპანია „რუსთავი 2“;

3. ტელეკომპანია „მესტრო“;
4. ტელეკომპანია „TV პირველი“;
5. საქართველოს რეგიონალურ მაუწყებელთა ასოციაცია;
6. ჟურნალი „ფორბსი“;
7. მედია ჰოლდინგი „ფორტუნა“;
8. ინტერნეტ-გამოცემა „on.ge“;
9. ჟურნალი „ლიბერალი“;
10. საინფორმაციო სააგენტო „ექსპრესსნიუსი“;
11. გაზეთი „ქრონიკა +“;
12. გაზეთი „ფაქტმეტრი“;
13. არასამთავრობო ორგანიზაცია მედიის განვითარების ფონდი (MDF);
14. კვლევითი ორგანიზაცია „IPM“, მედია-მონიტორინგის სამსახური;
15. ტელეკომპანია „GDS“;
16. ინტერნეტ-პორტალი www.new.vitube.ge;
17. ინტერნეტ-პორტალი www.media.ge;
18. TV 9 (ფოთი);
19. ტელეკომპანია „L-TV“ (ლაგოდეხი);
20. გაზეთი „თრიალეთის ექსპრესი“;
21. გაზეთი „P.S“ (იმერეთი);
22. ტელეკომპანია „ბორჯომი“;
23. გაზეთი „ვახეთის ხმა“;
24. გაზეთი „ჩემი ხარაგაული“;
25. რეგიონალური ტელეკომპანია „მეცხრე არხი“.

კვლევაში მონაწილე დამსაქმებელთა (N=25) დემოგრაფიული მონაცემები: გამოკითხულ დამსაქმებელთა 64% (N=16) არის მდებარეობითი, ხოლო 36% (N=9) მამრობითი სქესის. გამოკითხულთა 64%-მა (N=16) არჩია ანონიმურობა. ანონიმ რესპონდენტებს მიენიჭათ

შესაბამისი კოდები(რესპონდენტი 01-დან რესპონდენტი 09-მდე).
კითხვებს ჰქონდათ კომენტარის ველი.

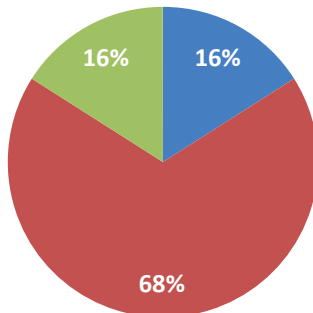
ასაკობრივი ჭრილის მიხედვით, გამოკითხულთა ყველაზე დიდი პროცენტი არის 36 წლიდან 55 წლამდე ასაკის რესპონდენტი (72%; N=18), 35 წლამდე არის გამოკითხულთა 20% (N=5) და 56 წელს ზემოთ - 8% (N=2).

ყველა გამოკითხულ დამსაქმებელს აქვს უმაღლესი განათლება. მათგან დომინირებს მაგისტრის ხარისხის მქონე დამსაქმებლები. ესაა გამოკითხულთა 68% (N=17), ხოლო დანარჩენი 32% (N=8) თანაბრად ნაწილდება ბაკალავრის (N=4) და დოქტორის (N=4) აკადემიური ხარისხის მქონე დამსაქმებლებზე (იხილეთ დიაგრამა N1).

დიაგრამა N1.

დამსაქმებელთა განათლება აკადემიური ხარისხის მიხედვით

დამსაქმებლების განათლება: აკადემიური ხარისხი (N=25)



- ბაკალავრის ხარისხი
- მაგისტრის ხარისხი
- დოქტორის ხარისხი

დასაქმების სფეროების მიხედვით, პასუხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: ყველაზე მეტი პროცენტული (44%, N=11) წილი მოდის ტელევიზიაზე, შემდეგ - ინტერნეტ მედიასა (24%, N=6) და ბეჭდურ მედიაზე (20%, N=5) (იხილეთ ცხრილი N2).

ცხრილი N2. დასაქმების ადგილი

დასაქმების ადგილი	რაოდენობა	
	%-ში	N
ტელევიზია	44	11
ინტერნეტ მედია	24	6
ბეჭდური მედია	20	5
არასამთავრობო ორგანიზაცია	4	1
მედიის კვლევითი ორგანიზაცია	4	1
რადიო	4	1
სულ	100	25

წინასწარი შეთანხმებით, დამსაქმებელიდან კითხვარი შეავსეს მაღალი რანგის იმ მენეჯერებმა, რომლებიც გადანწყვეტილებას იღებენ ახალი ვადრების დასაქმებაზე და/ან სტაჟირებაზე (იხილეთ დამსაქმებლების კომპიციების ამსახველი ცხრილი N3).

ცხრილი N3. დამსაქმებელთა თანამდებობრივი პოზიცია

თანამდებობა	რაოდენობა	
	%-ში	N
გენერალური დირექტორი	20	5
დირექტორის მოადგილე	4	1
აღმასრულებელი დირექტორი	4	1
არასამთავრობო ორგანიზაციის გამგეობის თავმჯდომარე	4	1
კვლევითი ორგანიზაციის ხელმძღვანელი	4	1
მთავარი რედაქტორი	20	5
რედაქტორი	24	6
პროდიუსერი	8	2
პროექტების მენეჯერი	8	2
საინფორმაციო სამსახურის უფროსი	4	1

ძირითადი მიზნები

სტაჟირება

გამოკითხულთა უმრავლესობა (80%, N=20), კითხვაზე – „გყავთ თუ არა სტაჟორები?“, დადებითად პასუხობს. კითხვაზე „გაქვთ თუ არა ანაზღაურებადი სტაჟირება?“ უპასუხა 22 რესპონდენტმა, სამმა (1%) კი უარი განაცხადა პასუხზე. მათგან, ვინც კითხვაზე პასუხი გასცა (N=22), 40% (N=9) აღნიშნავს, რომ მის ორგანიზაციაში სტაჟირება არის ანაზღაურებადი, ხოლო 60% (N=13) აღნიშნავს, რომ სტაჟირება არაანაზღაურებადია.

ტელეკომპანია „ბორჯომის“ დამფუძნებელი ტრისტან ცუცქერიძე აღნიშნავს, რომ მთავარია მოტივაცია, შრომისმოყვარეობა, გუნდში და სტრესულ სიტუაციებში მუშაობის უნარი, ორიენტირება თვითგანვითარებაზე, პასუხისმგებლობის გრძნობა და სამართლიანობა: „სტაჟიორი ჩვენი ტელეკომპანიისთვის მნიშვნელოვანი ადამიანური რესურსია. ამავე დროს, ეს ორმხრივად სასარგებლოა, რადგან სტაჟიორები, რომლებიც საქმეში დებენ თავიანთ დროს და რესურსს, პრაქტიკულად იძენენ იმ აუცილებელ ცოდნას და გამოცდილებას, რაც მათთვის სასარგებლო შემდგომი კარიერისთვის. ისინი იყენებენ აპარატურას, სამონტაჟოს, ეთერს, აქვთ შესაძლებლობა მათი იდეების რეალიზებისთვის. მთავარია, მათ უყვარდეთ თავისი საქმე და რასაც აკეთებენ, აკეთონ სიყვარულით“ – წერს იგი და კომენტარში აკონკრეტებს, რომ ტელეკომპანია „ბორჯომში“ ხდება სტაჟიორების მუდმივი მონაცვლეობა: „გვაქვს 4-8 კვირიანი, ზოგჯერ ერთსე-

მესტრიანი სტაჟირება. ამ ეტაპზე გამოცხადებული გვაქვს პროგრამისთვის, ტრაფიკის და გაყიდვების აგენტისთვის სტაჟიორის ვაკანსია. სიამოვნებით მივიღებდით სტაჟიორ ოპერატორებსაც. ჟურნალისტების სტაჟირება არ არის ანაზღაურებადი,“ - აღნიშნავს იგი.

რეგიონული გაზეთის „P.S“-ის მთავარი რედაქტორი და დამფუძნებელი ნატო გუბელაძე აღნიშნავს, რომ „სტაჟირებაში, წესით, აქეთ უნდა იხდიდეს ან სტუდენტი ან მისი სასწავლებელი. ყველაზე ცუდი ისაა, რომ ვეხვეწებით სტუდენტებს, მაგალითად, ქუთაისის უნივერსიტეტში - მოდით, გაიარეთ სტაჟირება, ისწავლეთ ჟურნალისტიკა პრაქტიკულად-თქო, მაგრამ, სამწუხაროდ, თითქმის ჩამოსათვლელია ისეთი სტუდენტი, ვისაც გაზეთში ან ონლაინმედიაში სტაჟირება უნდა“. რეგიონული მედიის მაუწყებელთა ასოციაციის აღმასრულებელი დირექტორი ნათია კუპრაშვილი პირიქით, „ეწინააღმდეგება ანაზღაურებად სტაჟირებებს“.

როგორც გამოკითხვიდან გაირკვა, სტაჟიორების უმეტესობა (60%, N=9) პოტენციურ დამსაქმებელთან ყოველდღიურად, ან კვირაში ერთხელ მაინც (33%, N=5) მუშაობს, ხოლო 7% (N=1) უფრო იშვიათად მუშაობს. ამ შეკითხვაზე 15-მა დამსაქმებელმა გასცა პასუხი. ყველა დამსაქმებელმა, რომელმაც დამატებით კომენტარის ველი შეავსო (N=7) აღნიშნა, რომ სტაჟიორის მუშაობას მისივე სწავლის გრაფიკს არგებს. „სტაჟიორად ძირითადად ვამუშავებთ სტუდენტებს და მაქსიმალურად ვცდილობთ, სამუშაო რეჟიმი მორგებული იყოს მათ სწავლას. გრაფიკი მკაცრად განსაზღვრული არ არის და ის გარემოებების შესაბამისად იცვლება“, - აღნიშნავს რესპონდენტი (01).

კითხვაზე: აქვს თუ არა მნიშვნელობა პროფესიულ და/ან ახლობლის რეკომენდაციას სტაჟიორის აყვანისას? უპასუხა 18-მა რესპონდენტმა და მათგან უმრავლესობისთვის (89%, N=16) ეს ფაქტორი

მნიშვნელოვანია. მხოლოდ ორმა რესპონდენტმა უპასუხა უარყოფითად. კომენტარებში რამდენიმე მათგანმა დააკონკრეტა, რომ მნიშვნელოვანია მხოლოდ პროფესიული რეკომენდაცია.

დამსაქმებელი (01) აღნიშნავს: „ძირითადად, რეკომენდაცია მნიშვნელოვანია, თუმცა, არა – წერილობითი. წერილობით რეკომენდაციას პირადად ჩემთვის არანაირი ღირებულება არ გააჩნია, რადგან სტუდენტებს და სამსახურის დანყების მსურველებს, მისი მოპოვება მარტივად შეუძლიათ და ხშირად, მსგავსი რეკომენდაცია არ ასახავს რეალობას. ძირითადად ვენდობი იმ ადამიანის რეკომენდაციებს, ვისაც, ასე თუ ისე, ვიცნობ და ვიცი, რომ პოტენციური თანამშრომლის შესაძლებლობებს არ გააზვიადებს“.

დამსაქმებელი (04) ამბობს: „გააჩნია რეკომენდატორს და სტაჟიორს“. დამსაქმებელი (02) ამბობს: „ვაქცევთ ყურადღებას, თუმცა გადაწყვეტილების მიღებისას, მხოლოდ ამით, და არც უმთავრესად ამით, არ ვსარგებლობთ.“

„გააჩნია შემთხვევას. გვყოლია წარმატებული სტაჟიორები ყოველგვარი რეკომენდაციის გარეშე და პირიქით. ცხადია, ჩვენ სიამოვნებით მივიღებთ და გავითვალისწინებთ რეკომენდაციებს, მაგრამ გადაწყვეტილების მიღება მეტწილად სწორედ აპლიკანტზეა დამოკიდებული,“ - აღნიშნავს ტელეკომპანია „ბორჯომის“ დირექტორი ტრისტან ცუცქირიძე.

საქართველოს შრომის კოდექსით დარეგულირებულია მხოლოდ გამოსაცდელ ვადაში ნაკისრი ვალდებულებები (მუხლი 9). კანონის მიხედვით, გამოსაცდელი ვადით მუშაობა ანაზღაურებადია და დამსაქმებელთან შესაძლებელია დაიდოს მხოლოდ ერთხელ, არაუმეტეს 6 თვისა, მხოლოდ წერილობითი ფორმით. დამსაქმებელს უფლვე-

ბა აქვს, გამოსაცდელი ვადის განმავლობაში ნებისმიერ დროს დადოს დასაქმებულთან შრომითი ხელშეკრულება ან შეწყვიტოს მასთან გამოსაცდელი ვადით დადებული შრომითი ხელშეკრულება²³.

მნიშვნელოვანია, რომ დამსაქმებლები ერთმანეთისგან განასხვავებენ სტაჟირების პერიოდს და გამოსაცდელ პერიოდს. დამსაქმებელთაგან მხოლოდ სამის აზრით, სტაჟირება აუცილებელია იმისთვის, რომ ჟურნალისტი დაასაქმონ. კითხვაზე, „რა ეტაპები უნდა გაიაროს ახალგაზრდა/დამწყებმა ჟურნალისტმა რომ შტატში აიყვანოთ?“, 24-მა რესპონდენტმა უპასუხა და ამათგან 87%(N=21) მიიჩნევს, რომ ახალგაზრდამ „წარმატებით უნდა გაიაროს გამოსაცდელი პერიოდი“. „წარმატებული ერთთვიანი სტაჟირების შემთხვევაში, ვახანგრძლივებთ სტაჟირების ვადას და ინდივიდუალურად ვიღებთ ანაზღაურების დანიშვნის გადაწყვეტილებას,“ - აღნიშნავს რესპონდენტი (02).

დასაქმება და კომპეტენციები

სტაჟირებასთან დაკავშირებული პასუხების შემდეგ, დამსაქმებლებმა უპასუხეს კითხვას ჟურნალისტის დასაქმებასთან დაკავშირებით. კითხვაზე: „აქვს თუ არა მნიშვნელობა პროფესიულ და/ან ახლობლის რეკომენდაციას ჟურნალისტის დასაქმებისას?“ უპასუხა 24-მა რესპონდენტმა. საგულისხმოა, რომ ამ შემთხვევაში, დამსაქმებლები უფრო ფრთხილობენ. თუ სტაჟიორის აყვანისას, პროფესიული და/ან ახლობლის რეკომენდაცია 89%-ისთვის იყო მნიშვნელოვანი, დასაქმებისას მხოლოდ 59% მიიჩნევს ამ ფაქტორს საყურადღებოდ. საინტერესოა, რომ სტაჟირებასთან დაკავშირებულ კითხვაზე პასუხი

23 საქართველოს შრომის კოდექსი, <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1155567>, ბოლო ნახვა 2 მარტი, 2017

მხოლოდ 18-მა რესპონდენტმა გასცა, მაშინ, როცა 22 აქვს სტაჟირება (იხილეთ შედარებითი ცხრილი N4).

ცხრილი N4. აქვს თუ არა მნიშვნელობა პროფესიულ და/ან ახლობლის რეკომენდაციას ჟურნალისტის დასაქმებისას?

	დასაქმება (N=24)	სტაჟირება(N=18)
დიახ	59% (14)	89% (16)
არა	33% (8)	11% (2)
არ ვიცი	4% (1)	0
უ.ვ.პ.	4% (1)	0

დამსაქმებლები ერთმანეთისგან მიჭნავენ პროფესიულ და ახლობლის რეკომენდაციას.

ზურა ვარდიაშვილი (ჟურნალ „ლიბერალის“ რედაქტორი) და დავით მჭედლიძე, (media.ge-ს რედაქტორი) პასუხობენ, რომ დასაქმებისას „პროფესიულ რეკომენდაციას აქვს მნიშვნელობა, ახლობლისას - არა“; იგივე ამბობს იზიარებს რამდენიმე სხვა დამსაქმებელიც.

ნატო გუბელაძე („P.S“-ის მთავარი რედაქტორი და დამფუძნებელი) კომენტარების ველში წერს: „ვისი რეკომენდაციაც არ უნდა ჰქონდეს, თუ ჩვენს სარედაქციო მოთხოვნებს ვერ დააკმაყოფილებს, ანამლაურებას ვერ მიიღებს, თუმცა პრაქტიკის საშუალებას ვაძლევთ, სანამ თვითონ არ მიხვდება, რომ მისი ადგილი ამ სფეროში არაა“...

რესპონდენტი (01) აღნიშნავს: „განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ყოფილი დამსაქმებლის რეკომენდაციას, ნაკლებად – სხვა ადამიანის. თუმცა, ამჟამინდელ სამსახურში რამდენიმე ჟურნალისტი ავიყვანეთ რეკომენდაციის გარეშეც, რომლებმაც წარმატებით გაიარეს გამოსაცდელი პერიოდი“.

ლაურა გოგოლაძე, გაზეთ „ჩემი ხარაგაულის“ დამფუძნებელი და რედაქტორი იხსენებს იმ უარყოფით გამოცდილებას, რომელიც რეკომენდაციით აყვანას მოჰყვა: „2009 წელს ჟურნალისტი რეკომენდაციით ავიყვანეთ ექვსთვიანი ხელშეკრულებით. ეს გადაწყვეტილება არასწორი აღმოჩნდა და ჟურნალისტი ხელშეკრულების დასრულებისანავე დავითხოვეთ. პირადად მე კარგი გამოცდილება მივიღე, რომ ახალი თანამშრომლის აყვანისას რეკომენდაციას არ უნდა დავეყრდნო“.

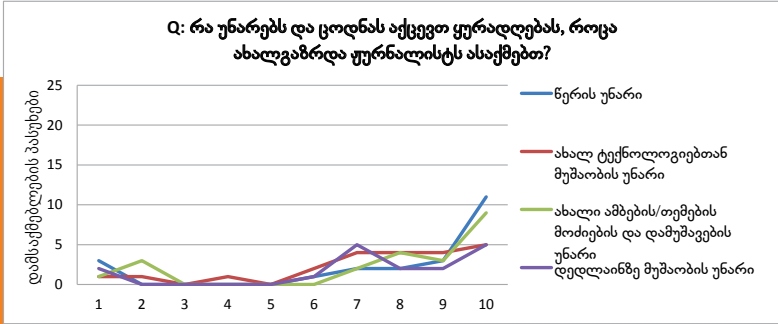
დამსაქმებლებმა უპასუხეს კითხვას: „რა უნარებს და ცოდნას აქცევთ ყურადღებას, როცა ახალგაზრდებს ასაქმებთ?“ ყველა პასუხს შორის დომინირებს „წერის უნარი“, მას 25-ვე დამსაქმებელმა უპასუხა.

იმ დამსაქმებლებიდან, რომლებმაც პასუხი გასცეს კითხვაზე: „რა უნარებს და ცოდნას აქცევთ ყურადღებას, როცა ახალგაზრდას ასაქმებთ?“ 88% მიიჩნევს, რომ ეს უნარი მნიშვნელოვანი ან ძალიან მნიშვნელოვანია (6-10 ქულით). 76% (6-10 ქულა) მიიჩნევს, რომ ასევე მნიშვნელოვანია დედლაინზე მუშაობის უნარი. იგივე პროცენტული რაოდენობა მნიშვნელოვნად მიიჩნევს ახალ ტექნოლოგიებზე მუშაობის უნარს, 80% მიიჩნევს, რომ ახალი ამბების/თემების მოძიების და დამუშავების უნარი არის მნიშვნელოვანი (ერთმა უარი თქვა პასუხზე). დამსაქმებელთა 52%-ისთვის (N=25), მნიშვნელოვანია კონკრეტული სფეროს სიღრმისეული ცოდნა. ამ კითხვაზე 4-მა უარი თქვა პასუხზე (იხილეთ ცხრილი N5).

ცხრილი N5. „რა უნარებს და ცოდნას აქცევთ ყურადღებას, როცა ახალგაზრდებს ასაქმებთ?“

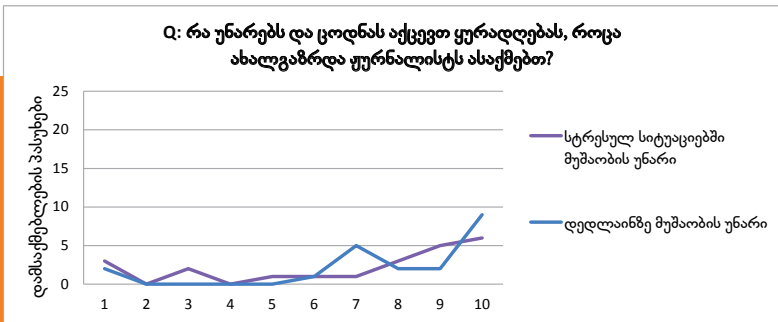
„რა უნარებს და ცოდნას აქცევთ ყურადღებას, როცა ახალგაზრდებს ასაქმებთ?“	ქულები 1-დან 10-მდე (1 არის ყველაზე უმნიშვნელოა, 10 - ყველაზე მთავარი)										უ.გ.პ.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
მონტაჟის ცოდნა	1	3	0	4	5	3	1	5	0	1	2
გადაღების ცოდნა (კამერით და ფოტოაპარატით)	1	2	1	2	5	0	3	3	2	3	3
სტრესულ სიტუაციაში მუშაობის უნარი	3	0	2	0	1	1	1	3	5	6	3
ახალ ტექნოლოგიებთან მუშაობის უნარი	1	1	0	1	0	2	4	4	4	5	3
ახალი ამბების/თემების მოძიების და დამუშავების უნარი	1	3	0	0	0	0	2	4	3	11	1
რესპონდენტებთან და კოლეგებთან კომუნიკაციის უნარი	2	1	0	1	0	0	2	1	4	11	3
წერის უნარი	3	0	0	0	0	1	2	2	3	14	0
მეტყველების უნარი	3	0	0	0	2	0	4	3	3	7	3
მოსმენის უნარი	2	0	1	0	1	0	1	1	2	12	5
დედლაინზე მუშაობის უნარი	2	0	0	0	0	1	5	2	2	9	4
კონკრეტული სფეროს სიდრმისეული ცოდნა	2	1	1	0	4	0	4	6	1	2	4

ცხრილი N6



შეფასება 1-დან 10 ქულამდე (1 არის ყველაზე უმნიშვნელო, 10 - ყველაზე მთავარი)

ცხრილი N7

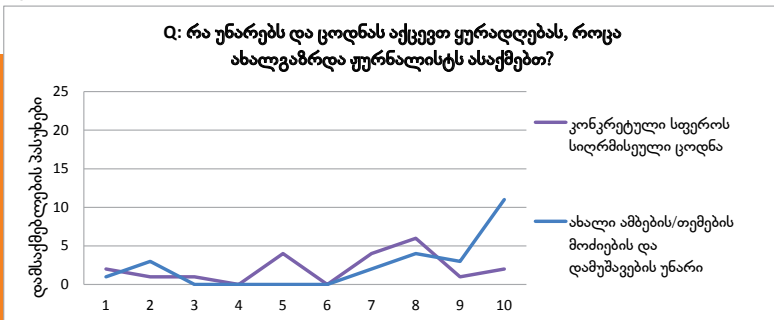


შეფასება 1-დან 10 ქულამდე (1 არის ყველაზე უმნიშვნელო, 10 - ყველაზე მთავარი)

N6 ცხრილში წარმოდგენილია ის ოთხი უნარი, რომელიც მნიშვნელოვანია (შეფასებით 6-დან 10 ქულამდე) დამსაქმებლებისთვის. დედლაინზე მუშაობა უკავშირდება სტრესულ სიტუაციებში მუშაობის უნარს, თუმცა ამ ორი ცვლადის შედარებისას ჩანს, რომ დამსაქმებლებისთვის უფრო მნიშვნელოვანია დასაქმებულის პროფესიული უნარი - იმუშაოს დედლაინების დაცვით. შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ დამსაქმებლები დედლაინზე მუშაობას ნაკლებად აღიქვამენ სტრესულ სიტუაციად (იხილეთ ცხრილი N7), მაშინ, როცა უცხოურ კვლევებში ეს ორი ცვლადი ერთად არის მოხსენიებული (Venger, Owens, 2013, p. 27). აქ საინტერესოა, რამდენად უმუშავდებათ ეს უნარი სტუდენტებს ჟურნალისტიკის სწავლებისას, სადაც სასწავლო პროცესში ჟურნალისტიკის რეალური რიტმის მხოლოდ სიმულაცია ხდება, რა მნიშვნელობა ექცევა ამ ოთხი უნარის გამომუშავებას და რეალურად როგორ ხდება პრაქტიკული სწავლება.

მიუხედავად იმისა, რომ დამსაქმებლები მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ დარგობრივ კომპეტენციებს, კონკრეტული სფეროს სიღრმისეული ცოდნა მათი უმრავლესობისთვის პრიორიტეტული მიანიც არ არის და ამას კომენტარებში განმარტავენ (იხილეთ ცხრილი N8).

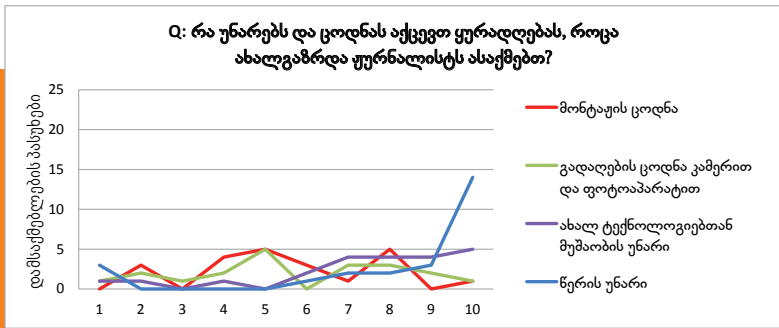
ცხრილი N8



შეფასება 1-დან 10 ქულამდე (1 არის ყველაზე უმნიშვნელო, 10 - ყველაზე მთავარი)

გამოკითხვიდან ჩანს, რომ დამსაქმებლების უმეტესობა წერის უნარ-ებთან შედარებით, ტექნიკურ უნარებს ორჯერ ნაკლებ მნიშვნელობას ანიჭებს (იხილეთ ცხრილი N9).

ცხრილი N9



შეფასება 1-დან 10 ქულამდე (1 არის ყველაზე უმნიშვნელო, 10 - ყველაზე მთავარი)

მნიშვნელობის ანალიზით (ქულების დაჯგუფებით 6-დან 10-ის ჩათვლით), დამსაქმებლების ყველაზე მეტი პროცენტი 88% (22) წერის პრიორიტეტულად მიიჩნევს უნარს. ტექნიკურ უნარებს (როგორცაა მონტაჟის ცოდნა) მნიშვნელოვნად მიიჩნევს 40%, ხოლო კამერით და ფოტოაპარატით გადაღების ცოდნას - 44%; ახალ ტექნოლოგიებთან მუშაობის უნარი მნიშვნელოვანია 76%-ისთვის; მოსმენის უნარი მნიშვნელოვანია 64%-ისთვის, კარგი მეტყველების უნარი - 68%-ისთვის; რესპონდენტებთან და კოლეგებთან კომუნიკაციის უნარი მნიშვნელოვანია - 82%-ისთვის, დედლაინზე მუშაობის უნარი - 76%-სთვის. სტრესულ სიტუაციაში მუშაობის უნარი აუცილებელია - 68%-ისთვის, ახალი ამბების/თემების მოძიების და დამუშავების უნარი - 80%-ისთვის, კონკრეტული სფეროს სიღრმისეული ცოდნა 52%-ისთვის.

დამსაქმებლები სხვადასხვა მოსაზრებებს გამოთქვამენ დამატებითი კომენტარების ველში. კერძოდ, თამარ ჩიგოგიძე (პოლდინგ „ფორტუნას“ დირექტორი) ამბობს: „არსებობს გარკვეული უნარები, რომლებიც თავად კომპანიაში შეიძლება აითვისოს“;

დამსაქმებელი (05) აღნიშნავს, რომ: „გამომდინარე იქიდან, რომ გვაქვს საინფორმაციო სააგენტო, სადაც ძირითადად ბეჭდური მასალა არის განთავსებული, ყველაზე დიდი მნიშვნელობა კანდიდატის გამართულად წერის უნარს ენიჭება. ამასთან, აუცილებელია, დასაქმების მსურველმა ერთი უცხო ენა იცოდეს (ინგლისური ან რუსული), რომ უცხოენოვანი მასალების გადმოთარგმნა შეძლოს“.

რესპონდენტი (01), რომელიც 10 ქულით აფასებს წერის უნარს, აღნიშნავს, რომ ტექნიკურ უნარებს (მონტაჟი და გადაღება) ჟურნალისტი გამოცდილების მიღების შემდეგაც დაეუფლება, მაგრამ „თუ გამართულად ვერ წერს, არ აქვს დედლიანის დაცვის პასუხისმგებლობა და ვერ იტანს სტრესულ სამუშაოს, სხვა ვერცერთ უნარს ვერ განვითარებს. განსაკუთრებით მტკივნეული საკითხია გამართულად წერა, რადგან, ამ მხრივ, კატასტროფული სიტუაციაა. ჟურნალისტები, რომლებიც ამთავრებენ უნივერსიტეტს და ზოგს მაგისტრის დიპლომიც კი აქვს, ვერ ახერხებენ წერონ გამართულად, ენობრივი სტანდარტების დაცვით, სწორად გამოიყენონ სასვენი ნიშნები და ა.შ. სამწუხაროდ, ძალიან მცირე გამოწავლისი წერს შეცდომების გარეშე და ეს ართულებს მათ განვითარებას“.

დამსაქმებლებისთვის მნიშვნელოვანია ის პიროვნული თვისებები, რომლებიც დამწყებ ჟურნალისტებს აქვთ. შემდეგი კითხვაც სწორედ ამ საკითხს ეხება. პასუხებიდან ჩანს, რომ დამსაქმებლებისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია პუნქტუალობა, კოლეგიალობა, მაღალი პასუხისმგებლობის გრძნობა, კომუნიკაბელურობა, ცნობისმოყვარეობა, ტოლერანტობა, ემოციის მართვის უნარი (იხ. ცხრილი N10).

ცხრილი N10 კითხვა: „რომელ პიროვნულ თვისებებს აქცევთ ყურადღებას ახალგაზრდა ჟურნალისტის დასასაქმებლად?“ (N=25)

„რომელ პიროვნულ თვისებებს აქცევთ ყურადღებას, როცა ახალგაზრდებს ასაქმებთ?“	ქულები 1-დან 10-მდე (1 არის ყველაზე უმნიშვნელოა, 10 - ყველაზე მთავარი)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	უ.ვ.პ.
პუნქტუალობა	2	1	0	0	1	0	3	0	1	15	2
კოლეგიალობა	2	2	0	0	1	1	2	5	1	9	2
მაღალი პასუხისმგებლობის გრძნობა	4	0	0	0	0	0	1	0	1	18	1
ენერგიულობა	2	0	0	0	1	1	5	2	1	7	6
იუმორის გრძნობა	1	2	1	1	4	1	3	4	2	0	6
გარეგნობა	7	5	1	0	4	0	2	1	0	1	4
ემოციურობა	3	2	2	1	4	2	0	0	0	2	9
კომუნიკაბელურობა	2	0	0	1	3	1	0	4	3	7	4
ემპათიურობა	2	2	0	0	2	2	2	3	1	3	8
ცნობისმოყვარეობა	2	1	0	0	1	2	2	4	3	7	3
ემოციებისმართვისუნარი	2	0	0	2	1	2	0	4	3	8	3
ტოლერანტობა	2	1	2	0	1	0	1	2	4	11	1

დამსაქმებელთა უმრავლესობა (56%, N=14) მიიჩნევს, რომ დასაქმებისთვის არ არის აუცილებელი, გქონდეს ჟურნალისტად მუშაობის გამოცდილება. კითხვაზე „აუცილებელი არის თუ არა ჟურნალისტად მუშაობის გამოცდილება“?, დამსაქმებელთა მხოლოდ 40%-მა (N=10) უპასუხა დადებითად, 4%-მა უარი განაცხადა პასუხზე. კომენტარებში

დამსაქმებელი ნ. გუბელაძე ამბობს: „გააჩნია გამოცდილებას, ზოგჯერ დამწყები უკეთესად მუშაობს“, ლ. გოგოლაძე კი მიიჩნევს, რომ „სასურველია, ჰქონდეს ჟურნალისტად მუშაობის გამოცდილება, თუმცა ასეთი გამოცდილება, ბუნებრივია, ვერ ექნება უნივერსიტეტის ახლადკურსდამთავრებულს“ (იხილეთ ცხრილი N11).

ცხრილი N11: კითხვა „აუცილებელი არის თუ არა ჟურნალისტად მუშაობის გამოცდილება“? (N=25)

	რაოდენობა	
	%-ში	N
დიახ	40	10
არა	56	14
უ.გ.პ.	4	1

დამსაქმებლებელთა 72%-ისთვის (N=18) მნიშვნელოვანია თუ რომელ მედიასაშუალებაში მუშაობდა მანამდე ჟურნალისტი. გამოკითხული 25 დამსაქმებელიდან მხოლოდ ექვსმა (24%) უპასუხა, რომ ეს არ არის მნიშვნელოვანი, ერთმა კი უარი განაცხადა პასუხზე (იხილეთ ცხრილი N12).

ცხრილი N12: მნიშვნელოვანია თუ რომელ მედიასაშუალებებში მუშაობდა მანამდე ჟურნალისტი?

	რაოდენობა	
	%-ში	N
დიახ	72	18
არა	24	6
უ.გ.პ.	4	1

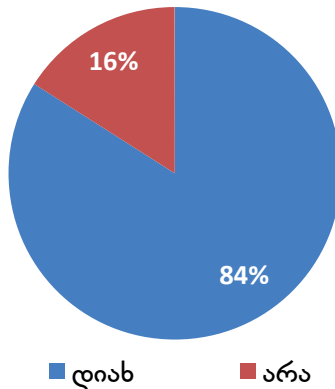
ზოგიერთი დამსაქმებელი უარყოფითად აფასებს წინა გამოცდილებას, რომელიც უკავშირდება სახელისუფლებო მედიაში ან ყვითელ მედიაში დასაქმებას. მაგალითად, ლაურა გოგოლაძე (გაზეთ „ჩემი ხარაგაულის“ დამფუძნებელი და რედაქტორი) კომენტარების ველში წერს: „ვერ მივიღებ ჟურნალისტს სახელისუფლო (გამგეობის) გაზეთში მუშაობის გამოცდილებით. „ჩემი ხარაგაულის“ ჟურნალისტს უნდა ეამაყებოდეს თავისი მედიის დამოუკიდებლობა, უნდა ესმოდეს მედიის დამოუკიდებლობის ფასი და მნიშვნელობა“; რესპონდენტი (05) აღნიშნავს, რომ „თუ დასაქმების მსურველს ე.წ. ყვითელ თემებზე მუშაობის გამოცდილება აქვს და ამ მიმართულების მედიასაშუალებებში იყო დასაქმებული, მისი კანდიდატურა არ განიხილება პოლიტიკური თუ ეკონომიკური მიმართულების საინფორმაციო სააგენტოსთვის“. რესპონდენტი (08)-ის აზრით, დასაქმების დროს გასათვალისწინებელია, სად მუშაობდა აპლიკანტი და არ მიიღებს, მას „თუ ჟურნალისტის საქმიანობა დაკავშირებული იყო ისეთ მედიასაშუალებასთან, რომლის მუშაობის სტანდარტი, ან სარედაქციო პოლიტიკა რადიკალურად განსხვავდება იმ მედიასაშუალებების პოლიტიკისგან, სადაც აპირებს მუშაობას“.

დასაქმება და მედია განათლება

დამსაქმებლებმა უპასუხეს შემდეგ შეკითხვას: „ჟურნალისტად დასაქმებისას, ანიჭებთ თუ არა უპირატესობას სხვა სფეროში მიღებულ დარგობრივ კომპეტენციებს?“ კითხვას უპასუხა 25-მა რესპონდენტმა (იხილეთ დიაგრამა N13). ამათგან, დადებითად უპასუხა 21-მა, ხოლო უარყოფითად – მხოლოდ ოთხმა.

დიაგრამა N13

Q: ჟურნალისტად დასაქმებისას, ანიჭებთ თუ არა უპირატესობას სხვა სფეროში მიღებულ დარგობრივ კომპეტენციებს?



კომენტარების ველში დამსაქმებლები ყურადღებას ამახვილებენ დარგობრივ ჟურნალისტიკაზე და მის გამოწვევებზე. მაგალითად, გაზეთ „P.S.“-ის დამფუძნებელი და მთავარი რედაქტორი ნატო გუბელაძე, წერს: „სამწუხაროდ, ჩვენ იმის ფუფუნება არ გვაქვს, რომ

ჟურნალისტები ცალკეული დარგის მიხედვით შევარჩიოთ, ამიტომ მას ყველა სფეროში წერა უნდა შეეძლოს. თუმცა, თუ რომელიმე კონკრეტულ სფეროში აქვს განათლება, ეს უარყოფითი არ არის“.

რესპონდენტების ნაწილი აღნიშნავს, რომ დარგობრივი ცოდნა კონკრეტულ თემებზე მუშაობისთვის აუცილებელია. მაგალითად, დამსაქმებელი (O8) აღნიშნავს: „გააჩნია პოზიციას. თუ ჟურნალისტის ძირითადი სამუშაო მიმართულება იქნება ადამიანის უფლებები, სასურველია ამ სფეროში გარკვეული კომპეტენცია“. ამავე საკითხზე ტელეკომპანია „ბორჯომის“ დამფუძნებელი ტრისტან ცუცქერიძე წერს: „გააჩნია სფეროს და მიზანს. თუ ჟურნალისტს უნდა მიჰყავდეს რუბრიკა ან გადაცემა - „ბიზნესი და ეკონომიკა“, სასურველია, ჰქონდეს ანალოგიური განათლება, თუმცა, არ ვთვლი, რომ ჟურნალისტი უნდა იყოს ექსპერტი, მას შეუძლია გადაცემაში ექსპერტი მოიწვიოს. ამავე დროს, ჩემი აზრით, არ არის აუცილებელი ფეხბურთის კომენტატორი აუცილებლად ფეხბურთელი იყოს. თუმცა, სასურველია, ესმოდეს თემა“.

კითხვაზე: „რას ითვალისწინებთ, როცა თქვენს ორგანიზაციაში ჟურნალისტს ასაქმებთ?“ დამსაქმებლებს შეეძლოთ ორი პასუხის შემოხაზვა. გამოკითხული დამსაქმებლების 28% პასუხობს, რომ ჟურნალისტურ განათლებას (იგულისხმება დიპლომი) არ აქვს მნიშვნელობა. ზუსტად იგივე რაოდენობა მიიჩნევს, რომ სასურველია ჰქონდეს ჟურნალისტური განათლება. 16-16% მიიჩნევს, რომ დიპლომი აუცილებელია და, ჟურნალისტურ განათლებასთან ერთად, უნდა ფლობდეს სხვა სპეციალობასაც (მაგ.: პოლიტოლოგიას, ეკონომიკას, ხელოვნებათმცოდნეობას და სხვ.). 24% მიიჩნევს, რომ ითვალისწინებს ჟურნალისტად მუშაობის გამოცდილებას (იხ. ცხრილი N14).

ცხრილი N 14: კითხვა: რას ითვალისწინებთ, როცა თქვენს ორგანიზაციაში ჟურნალისტს ასაქმებთ?

	რაოდენობა	
	%-ში	N
აუცილებლად უნდა ჰქონდეს ჟურნალისტური განათლება (იგულისხმება დიპლომი)	16	4
სასურველია ჰქონდეს ჟურნალისტური განათლება (იგულისხმება დიპლომი)	28	7
ჟურნალისტური განათლება (დიპლომი) საერთოდ არ არის საჭირო	8	2
ჟურნალისტურ განათლებას (დიპლომს) არ აქვს მნიშვნელობა	28	7
ჟურნალისტურ განათლებასთან ერთად უნდა ფლობდეს სხვა სპეციალობასაც (მაგ.: პოლიტოლოგიას, ეკონომიკას, ხელოვნებათმცოდნეობას ან. სხვ.)	16	4
უნდა ჰქონდეს მუშაობის გამოცდილება	28	7
უნდა ჰქონდეს ჟურნალისტად მუშაობის გამოცდილება	24	6

ამ კითხვაზე მნიშვნელოვანი იყო დამსაქმებლების კომენტარები. კერძოდ, დამსაქმებელი (N06), პროფესიულ თვისებებთან ერთად, მნიშვნელობას ანიჭებს პიროვნულ თვისებებს, ისეთს, როგორცაა პასუხისმგებლობის გრძნობა და კომუნიკაციის უნარი: „უნდა ჰქონდეს პასუხისმგებლობის გრძნობა და კომუნიკაციის უნარი, სასურველია სამუშაო გამოცდილებაც“ – ამბობს იგი.

ანონიმური რესპონდენტი (04) აღნიშნავს, რომ ჟურნალისტს „უნდა გააჩნდეს პასუხისმგებლობის გრძობა, უნდა იყოს მოტივირებული და შრომისმოყვარე, ობიექტური“. ლალი ხუბულავა (ტელეკომპანია „L-TV“, ლაგოდეხი) აღნიშნავს, რომ კურსდამთავრებულს „უნდა შეეძლოს ამბის მოსმენა, ფაქტების ზუსტი გადმოცემა, ჰქონდეს წერის კულტურა“.

პიროვნული რესურსების ქონაზე ამახვილებს ყურადღებას ჟურნალ „ლიბერალის“ მთავარი რედაქტორი, ზურა ვარდიაშვილი: „უნდა ჰქონდეს პერსპექტივა, რომ პრაქტიკა აქცევს მას პროფესიონალ ჟურნალისტად“.

რესპონდენტმა (01) აღნიშნა, რომ „მთავარია ჰქონდეს ანალიტიკური აზროვნება, გამართულად წერის უნარი, ერკვეოდეს მიმდინარე საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ამბებში, ფლობდეს მინიმუმ ერთ უცხო ენას და ჰქონდეს ჟურნალისტური უნარ-ჩვევები (დიპლომი არ არის აუცილებელი და მნიშვნელოვანი)“.

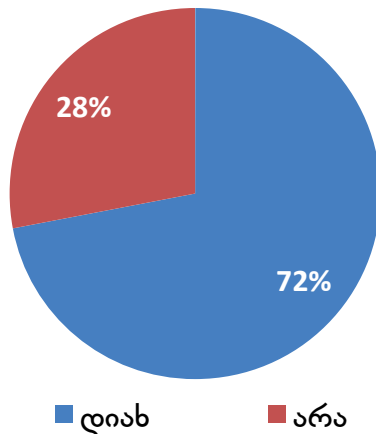
რესპონდენტმა (05) აღნიშნა, რომ „გარდა იმისა, რომ პოტენციურ დასაქმებულს უნდა ჰქონდეს ჟურნალისტად მუშაობის გამოცდილება, ასევე სასურველია, ფლობდეს სხვა სპეციალობას. მაგალითად, ეკონომისტის, რათა ამ მიმართულებით იმუშაოს ჟურნალისტიკაში“.

დამსაქმებელთა 72% (N=18) ყურადღებას აქცევს, თუ რომელი უმაღლესი საგანმანათლებლო დანესებულების კურსდამთავრებული ან სტუდენტია აპლიკანტი, თუმცა, როგორც კომენტარებში აზუსტებენ, ეს ინფორმაცია მათ აინტერესებთ „მხოლოდ ზოგადი ინფორმაციის მისაღებად“ (რესპონდენტი 08). „ამას არ აქვს არანაირი გადამწყვეტი მნიშვნელობა, რადგან პრაქტიკაში მქონია შემთხვევები, როცა ე.წ. არაპრესტიჟული სასწავლებლის კურსდამთავრებული გაცილებით წარმატებული ჟურნალისტი გამომდგარა, ვიდრე უფრო პრესტიჟული სასწავლებლის“, – წერს რესპონდენტი (01).

საინტერესოა, გამოარჩევენ თუ არა დამსაქმებლები ე.წ. ელიტარულ ჟურნალისტიკის სკოლებს. ეს კითხვა პირდაპირ არ დაგვისვამს და ზოგადად დავინტერესდით, აქცევენ თუ არა ყურადღებას, თუ რომელი უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულია აპლიკანტი (იხილეთ დიაგრამა N15).

დიაგრამა N15

Q: აქცევთ თუ არა ყურადღებას თუ რომელი უნივერსიტეტის მედიასკოლის კურსდამთავრებული ან სტუდენტია აპლიკანტი



ცხრილი N16: თქვენი დაკვირვებით რა ცოდნა და უნარები არის მნიშვნელოვანი ჟურნალისტიკის მიმართულებით კურსდამთავრებულისა და/ან სტუდენტისთვის?

რა ცოდნა და უნარებია მნიშვნელოვანი?	ქულები 1-დან 10-მდე (1 არის ყველაზე უმნიშვნელოა, 10 - ყველაზე მთავარი)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	უ.გ.პ.
თეორიული	1	0	1	0	5	1	2	3	3	6	3
პრაქტიკული	0	0	0	0	0	0	0	3	2	20	0
კონკრეტული სფეროს (დარგობრივი)	0	0	0	2	4	0	4	5	2	5	3

კითხვაზე: „თქვენი დაკვირვებით, რა ცოდნა და უნარები არის მნიშვნელოვანი ჟურნალისტიკის მიმართულებით კურსდამთავრებულისა და/ან სტუდენტისთვის?“ – წარმოდგენილი იყო სამი პასუხი: თეორიული, პრაქტიკული, კონკრეტული სფეროს (დარგობრივი). გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა იხრება იმ აზრისკენ, რომ ძალიან მნიშვნელოვანია პრაქტიკული ცოდნა და უნარები (იხილეთ ცხრილი N16).

დამსაქმებლების აზრით, კურსდამთავრებულები უნივერსიტეტებში ყველაზე მეტად იღებენ თეორიულ ცოდნას და ყველაზე ნაკლებად - დარგობრივ კომპეტენციებს (იხილეთ ცხრილი N17).

ცხრილი N 17. კითხვა: თქვენი დაკვირვებით, რა ცოდნა და უნარები აქვს უნივერსიტეტის მედიასკოლის კურსდამთავრებულს ან სტუდენტს?

თქვენი დაკვირვებით, რა ცოდნა და უნარები აქვს უნივერსიტეტის მედიასკოლის კურსდამთავრებულს ან სტუდენტს?	ქულები 1-დან 10-მდე (1 არის ყველაზე ნაკლებად აქვთ, 10 - ყველაზე მეტად აქვთ)										უ.ვ.პ.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
თეორიული	0	1	1	0	0	2	5	7	4	3	2
პრაქტიკული	1	0	4	3	2	6	1	1	0	4	4
კონკრეტული სფეროს (დარგობრივი)	4	2	3	3	2	2	2	1	0	1	5

საინტერესოა, ამ მხრივ საქართველოში თუ გამოარჩევენ რომელიმე სასწავლებელს? მიუხედავად იმისა, რომ ამაზე პირდაპირ კითხვა არ ჩანს, კომენტარების ველში დამსაქმებლები მხოლოდ ერთ კერძო სასწავლებელს ასახელებენ. „გამონაკლისია GIPA, რომლის კურსდამთავრებულებსაც მეტ-ნაკლებად პრაქტიკული ცოდნა აქვს,“ - ამბობს თამარ კინწურაშვილი.

კვლევაში ღიბობლოიანი კითხვა დავსვით იმ რეკომენდაციების მიხედვით, რომელიც დამსაქმებლებს აქვთ მედია განათლების საკითხებზე:

კითხვაზე: „რას უნდა მიეძღვნოს ყურადღება ჟურნალისტური განათლების მიღებისას უნივერსიტეტებში?“, დამსაქმებლები ძირითად აქცენტს აკეთებენ პრაქტიკული უნარ-ჩვევების შეძენაზე:

- მედია ეთიკას;
- ზოგადი პროფილის გარდა, სტუდენტები, მათი სურვილისამებრ, დამატებით დახელოვნდნენ ჟურნალისტიკის ცალკეულ მიმართულებებში, მაგალითად, აგროჟურნალისტიკაში;
- თანამედროვე ბაზრის მოთხოვნებს („ამჟამად ყველა რედაქციას, ჩემი აზრით, სჭირდება უნივერსალური ჟურნალისტი, რომელმაც „არამართო წერა-კითხვა იცის“, არამედ, ამავდროულად, ფოტოგრაფიცაა, ოპერატორიც და მემონტაჟიც, ანუ ვგულისხმობ, რომ მედიასკოლა, მაქსიმუმ, მეორე კურსიდან უკვე, ფაქტობრივად, პრაქტიკული ჟურნალისტიკის ლაბორატორია უნდა იყოს, რომ მომავალ ჟურნალისტებს თავიდანვე გამოუმუშავდეთ ის უნარები, რაც, მინიმუმ, ახალი და ტრადიციული მედიის ინტეგრირებულ „ნიუსრუმში“ სამუშაოდ აუცილებელია“);
- თეორიასთან ერთად, პრაქტიკას, კონკრეტული უნარ-ჩვევის გამოუმუშავებამე ორიენტაციას, გამოცდილების მიღებას წარმატებულ მედიასაშუალებებში სტაჟირების გზით;
- კონკრეტული სფეროს სიღრმისეულ ცოდნას;
- ახალი ტექნოლოგიების შესწავლას, ათვისებას და უნარების გაძლიერებას;
- ჟურნალისტებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რომ სტუდენტებს ასწავლიდნენ პრაქტიკოსი ჟურნალისტები, რომლებმაც ძალიან კარგად იციან მიმდინარე ტენდენციები, ტექნოლოგიები და ა.შ.;
- ანალიტიკას და კონკრეტული სფეროების სიღრმისეულად შესწავლას;
- მედიასტანდარტების ცოდნას; პროფესიული უნარების განვითარებას;
- თეორიის პრაქტიკაში გამოყენების სწავლებას. ხშირად სტუდენტებს კონკრეტული ლექტორის შეხედულებაზე ან თუნ-

დაც წიგნში ამოკითხულზე დაყრდნობით ჩამოყალიბებული აქვს ასეთი მოსაზრება: რომ არსებული მედიაგარემო არ არის კარგი, რომ ქართველ ჟურნალისტებს, მითუმეტეს და განსაკუთრებით, ტელეჟურნალისტებს (სავარაუდოდ, იმიტომ, რომ ეს უფრო ჩანს) კომპეტენციის პრობლემა აქვთ. თუმცა, როგორ იქმნება უკეთესი პროდუქტი და რას გააკეთებს თავად - აქ პასუხიც ნაკლებია და ხედვაც – ბუნდოვანი;

- თეორიული და პრაქტიკული სწავლების ურთიერთკავშირს, დაბალანსებას;
- მიღებული ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენებას;
- ღირებულებებს, ზოგად განათლებას, მეტყველებისა და წერის კულტურებს;
- რა თქმა უნდა, თეორიაც აუცილებელია, თუმცა პრაქტიკული სამუშაოები გადამწყვეტია. სტუდენტებმა უნდა იცოდნენ სოციოლოგიური კვლევის გაშუქება, ინტერნეტრესურსებთან მუშაობა, ფოტოჟურნალისტიკა, ტელე და რადიოჟურნალისტიკა და ა.შ.;
- პროფესიული თვალსაზრისით, მუდმივი თეორიული ცოდნის გაღრმავება, პარალელურად პრაქტიკა, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია;
- ინფორმაციის მოპოვებისა და დამუშავების უნარი; მედიასტანდარტების ცოდნა.

დამსაქმებლები დიდ მნიშვნელობას არ ანიჭებენ, აქვს თუ არა ჟურნალისტს უფრო მაღალი აკადემიური ხარისხი. კითხვაზე: „აქვს თუ არა დასაქმებისთვის მნიშვნელობა, თუ რა საგანმანათლებლო საფეხურის დიპლომი აქვს სტუდენტს?“ 80%-ის აზრით, ეს არ არის მნიშვნელოვანი (იხილეთ ცხრილი N18).

ცხრილი N18. კითხვა: აქვს თუ არა დასაქმებისთვის მნიშვნელობა, თუ რა საგანმანათლებლო საფეხურის დიპლომი აქვს სტუდენტს?

	რაოდენობა (N=25)	
	%-ში	N
დიახ	16	4
არა	80	20
უ.ვ.პ.	4	1

დამატებით კომენტარებში დამსაქმებლები აღნიშნავენ: „პრაქტიკა აჩვენებს, რომ ამას არანაირი მნიშვნელობა არ აქვს. პირადად ჩემთვის, არცერთ სამსახურში არ მოუთხოვიათ, თუ რა სახის განათლება მქონდა მიღებული. დამსაქმებლებს აინტერესებდათ, პრაქტიკულად რისი გაკეთება შემეძლო მათთვის. მსგავსი მიდგომა მაქვს მეც. მაგალითად, ამჟამად რედაქციაში მყოფი პირველკურსელი გაცილებით პროდუქტიული, შრომისმოყვარე და გათვითცნობიერებულია ჟურნალისტურ ტექნოლოგიებში, ვიდრე ბაკალავრის დიპლომის მქონე ერთ-ერთი სტაჟიორი“ (რესპონდენტი (01)).

კითხვა: განიხილავთ თუ არა აკადემიურ პერსონალთან, მედიასკოლის დეკანებთან და ადმინისტრაციასთან იმ კომპეტენციებს, რომელიც საჭიროა, რომ ჰქონდეს მომავალ ჟურნალისტს? (ცხრილი N19).

ცხრილი N19.

	რაოდენობა (N=25)	
	%-ში	N
დიახ	60	15
არა	40	10

დამატებით კომენტარებში დამსაქმებლები აღნიშნავენ: „რომ მსგავსი საკითხის განხილვა ძირითადად აქვთ ნაცნობ ლექტორებთან, არაოფიციალურად, პირად საუბრებში“ (რესპონდენტი (01). „არავის უკითხავს მოსამრება“ - ამბობს რესპონდენტი (02). გამოკითხულთა 44% თავად ასწავლის უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებაში (იხ. ცხრილი N20).

ცხრილი N20. კითხვა: თავად თუ ასწავლით რომელიმე უნივერსიტეტში?

	რაოდენობა (N=25)	
	%-ში	N
დიახ	44	11
არა	56	14

ჟურნალისტური განათლების სამომავლო დისკუსიებისთვის დამსაქმებლებს მნიშვნელოვნად მიაჩნიათ რიგი საკითხები, რომლებიც უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების აკრედიტაციის სტანდარტების მოთხოვნებთან პირდაპირ შესაბამისობაში მოდის.

კითხვაზე, „რა საკითხი მიგაჩნიათ ყველაზე მნიშვნელოვან განსახილველად ჟურნალისტური განათლების გაუმჯობესებისთვის?“, დამსაქმებლები ყურადღებას ამახვილებენ შემდეგ საკითხებზე:

კომპეტენციებზე დაფუძნებული განათლების კომპონენტზე, სადაც მნიშვნელოვანია მედია სამართლის და თვითრეგულირების კომპონენტის ცოდნა. ამ კუთხით ყურადღებას ამახვილებენ ეთიკის სტანდარტების და საკანონმდებლო რეგულაციების საფუძვლიან სწავლებებზე.

დამსაქმებლები საუბრობენ ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარსა და კომუნიკაციის უნარის კომპეტენციებზე. მათი აზრით, გაძლიერებულად უნდა ისწავლებოდეს მაგალითად, მეტყველები-სა და წერის უნარ-ჩვევების დასახვეწი დისციპლინები, ასევე მეტი ყურადღება უნდა გამახვილდეს ახალი ტექნოლოგიების შესწავლაზე, აუდიო-ვიზუალური ხელოვნების გაუმჯობესებაზე, ახალი და სოციალური მედია პლატფორმების ცოდნაზე, კონვერგირებული ნიუს-რუმისთვის საჭირო უნარების ქონაზე, სტაჟირებების ხელშეწყობაზე, მეტი პრაქტიკული უნარ-ჩვევების გამომუშავებასა და ღირებულებითი კომპეტენციების მიცემაზე.

გამოკითხვაში აქცენტირებულია ისეთი თემები, როგორცაა: ხშირი სტაჟირებები რედაქციებში, პრაქტიკა უნივერსიტეტის ბაზაზე, „ნაკლები თეორია და მეტი პრაქტიკა“, დარგობრივი ჟურნალისტიკის განვითარება - კონკრეტული სფეროების მიხედვით სპეციალიზაცია, ეთიკის სტანდარტების სწავლება. რესპონდენტი ტრისტან ცუცქი-

რიძე აღნიშნავს: „ზოგადად, ძალიან მომხრე ვარ არაფორმალური განათლების, რომლის დროსაც ერთმანეთს ენაცვლება თეორია, სავარჯიშოები, სიმულაციური თამაშები, პრაქტიკა. ჩემი აზრით, ეს უფრო ეფექტურია ვიდრე მხოლოდ თეორიული ლექცია. მნიშვნელოვანია ჟურნალისტისთვის ეთიკური ნორმებისა და პრინციპების სწავლა. 5W-ს პრინციპის შესწავლასთან ერთად უფრო მნიშვნელოვანი ის ღირებულებებია, რაც ჟურნალისტს პროფესიონალად აყალიბებს აკადემიური ჟურნალისტისთვის, და არა ყვითელი პრესისთვის“; რესპონდენტი (09) აღნიშნავს, რომ მნიშვნელოვანია ისეთი არადარგობრივი საგნების სწავლება, როგორიცაა, მაგ: აკადემიური წერა.

გამოკითხულთა აზრით, მნიშვნელოვანი საკითხია პედაგოგთა კვალიფიკაცია. ამ კუთხით, დამსაქმებლები ყურადღებას ამახვილებენ პრაქტიკოსი ლექტორების სასწავლო პროცესში ჩართვაზე: „დარგობრივ საგნებს უნდა ასწავლიდნენ ისეთი პედაგოგები, რომლებსაც წლების განმავლობაში ჟურნალისტად მუშაობენ და იციან ის პრაქტიკული ნიუანსები, რომლებიც მომავალში გამოადგებათ სტუდენტებს“, ამბობს რესპონდენტი (01). „ყველაზე მნიშვნელოვანია, ჩემი აზრით, პედაგოგების საკითხი, ვინ ასწავლის დღეს მედიასკოლებში ჟურნალისტებს და ასევე - ჟურნალისტური სტაჟირებების სავალდებულო მოთხოვნა“ (ნატო გუბელაძე);

გამოკითხულთა აზრით, მნიშვნელოვანია მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის გაუმჯობესება და სახელმძღვანელოებით მაქსიმალური უზრუნველყოფა.

მათივე აზრით, მნიშვნელოვანი კომპონენტია სწავლების ინტერნაციონალიზაცია. დამსაქმებლები ყურადღებას ამახვილებენ გაცვლითი პროგრამების და უცხოელი პროფესორების მონაწილეობის აუცილებლობაზე, უცხო ენების გაძლიერებულ სწავლებაზე. „მნიშვნე-

ლოვანია მსოფლიოს თანამედროვე ჟურნალისტიკის სწავლების შესახებ ცოდნა. მე ვფიქრობ, რომ საკმაოდ გვაკლია ცოდნა იმის შესახებ, თუ როგორ ასწავლიან ჟურნალისტიკას დასავლეთის საუკეთესო უნივერსიტეტებში“ – აღნიშნავს ტელეკომპანია „GDS“-ის პროდიუსერი ია ანთაძე; ხოლო რესპონდენტი (05) აღნიშნავს, რომ აუცილებელია სტუდენტმა უნივერსიტეტში დახვეწოს და გააძლიერო უცხო ენის ცოდნა.

კვლევის შედეგად პასუხი გაეცა სამ კითხვას:

1. რა კრიტერიუმების მიხედვით ასაქმებენ ახალგაზრდა ჟურნალისტებს საქართველოში?

კვლევამ აჩვენა, რომ სოციალური და პროფესიული კავშირები, რომლებსაც უნივერსიტეტი იძლევა უცხოეთში, და, ნაწილობრივ, ჩვენთანაც, ზრდის დასაქმების შესაძლებლობას. ამ კუთხით, თუ უცხოეთში მნიშვნელოვანია სტაჟირების პრაქტიკა, რომელიც თვითრეალიზაციის საშუალებაა, საქართველოში ეს ინსტრუმენტი დასახვეწია. საქართველოში გამოკითხული მედიასაშუალებების მხოლოდ 40%-ში არის სტაჟირება ანაზღაურებადი. სტაჟირების აყვანისას დამსაქმებლების უმრავლესობისთვის მნიშვნელოვანია პროფესიული ან ახლობლის რეკომენდაცია. მნიშვნელოვანია, რომ დამსაქმებლები ერთმანეთისგან განასხვავებენ სტაჟირების პერიოდს და გამოსაცდელ პერიოდს.

სტაჟირება, გარდა პროფესიული კვალიფიკაციის ამაღლებისა და კომპეტენციების გაღრმავებისა, ჟურნალისტისთვის არის კავშირების და ქსელების გაფართოების საშუალება, რომელიც, როგორც წესი, მას სამომავლოდ დასაქმებაში უნდა დაეხმაროს. ამ კუთხით, ჩვენს კვლევაში მნიშვნელოვანია ის, თუ რას აქცევენ ყურადღებას თავად დამსაქმებლები (კონკრეტულ უნარებს, უნივერსიტეტებს, რეკომენდაციებს, სამუშაო გამოცდილებას და სხვ).

სტაჟიორის აყვანისას, პროფესიულ და/ან ახლობლის რეკომენდაციას 89%-ისთვის არის მნიშვნელოვანი. რაც შეეხება დასაქმებას, მხოლოდ 59% მიიჩნევს რეკომენდაციის ფაქტორს საყურადღებოდ.

პასუხი გაეცა მეორე კვლევით კითხვას:

2. რა კომპეტენციებს (ცოდნას და უნარებს) ანიჭებენ უპირატესობას დამსაქმებლები?

ტექნოლოგიური ცვლილებები ჟურნალისტის პროფესიას თან სდევს და მის რეფორმირებაშიც მონაწილეობს, თუმცა არსებობს კომპეტენციები, რომლებიც, ისტორიულად, სწორედ ამ პროფესიის ნიშან-თვისებად ჩამოყალიბდა. ასეთად შეგვიძლია მივიჩნიოთ ზემოთ ხსენებულ საბაზისო უნარები, მათ შორის, წერის და რედაქტირების უნარი.

საქართველოში ჟურნალისტად დასაქმებისას ყველაზე მეტად მნიშვნელობას ანიჭებენ „წერის უნარს“. გამოკითხული დამსაქმებლების 88% მიიჩნევს, რომ ეს უნარი მნიშვნელოვანი ან ძალიან მნიშვნელოვანია. 76% მიიჩნევს, რომ დედლაინზე მუშაობის უნარი არის მნიშვნელოვანი. იგივე პროცენტული რაოდენობა მნიშვნელოვნად მიიჩნევს ახალ ტექნოლოგიებზე მუშაობის უნარს, 80% მიიჩნევს, რომ ახალი ამბების/თემების მოძიების და დამუშავების უნარი არის მნიშვნელოვანი. დამსაქმებელთა 52%-ისთვის მნიშვნელოვანია კონკრეტული სფეროს სიღრმისეული ცოდნა.

საინტერესოა, რომ „დედლაინზე მუშაობა“ უკავშირდება სტრესულ სიტუაციებში მუშაობის უნარს, თუმცა ამ ორი ცვლადის შედარებისას ჩანს, რომ საქართველოში დამსაქმებლებისთვის უფრო მნიშვნელოვანი არის დასაქმებულის პროფესიული უნარი – იმუშაოს დედლაინების დაცვით. შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ დამსაქმებ-

ლები საქართველოში დედლაინზე მუშაობას ნაკლებად აღიქვამენ სტრესულ სიტუაციად, მაშინ, როცა უცხოურ კვლევებში (Venger, Owens, 2013) ეს ორი ცვლადი ერთ სიბრტყეშია ერთად არის მოხსენიებული. აქ საინტერესოა, რამდენად უმუშავდებათ ეს უნარი სტუდენტებს ჟურნალისტიკის სწავლებისას, სადაც სასწავლო პროცესში ჟურნალისტიკის რეალური რიტმის მხოლოდ სიმულაცია ხდება, რა მნიშვნელობა ექცევა ამ ოთხი უნარის გამომუშავებას და რეალურად როგორ ხდება პრაქტიკულ სწავლება.

დამსაქმებლებისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია პიროვნული თვისებები, რომლებიც დამწყებ ჟურნალისტებს აქვთ. ესენია: პუნქტუალობა, კოლეგიალობა, მაღალი პასუხისმგებლობის გრძნობა, კომუნიკაბელურობა, ცნობისმოყვარეობა, ტოლერანტობა, ემოციის მართვის უნარი.

პასუხი გაეცა შემდეგ კვლევით კითხვას:

3. არის თუ არა მნიშვნელოვანი ფაქტორი დასაქმებისას, თუ რომელი უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულია ჟურნალისტი? აქვს თუ არა მას ჟურნალისტის კვალიფიკაციის დამადასტურებელი დიპლომი ან სხვა დარგობრივი კომპეტენცია?

საქართველოში ჩატარებულმა კვლევამ არ გამოკვეთა რომელიმე უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულის ჟურნალისტად დასაქმების უპირატესობა. ამ კუთხით, უცხოური კვლევებისგან განსხვავებით, მედიამაზარზე ისეთი ელიტური უნივერსიტეტები, რომელთა დიპლომი ერთგვარ ბონუსს წარმოადგენს დასაქმებისას, მკაფიოდ არ იკვეთება. აქვე საინტერესოა, რომ დამსაქმებელთა 72% ყურადღებას აქცევს, თუ რომელი უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულების კურსდამთავრებული ან სტუდენტია აპლიკანტი, თუმცა, როგორც

კომენტარებში ამუხსტებენ, ეს ინფორმაცია მათ აინტერესებთ მხოლოდ ზოგადი ინფორმაციის მისაღებად.

გამოკითხული დამსაქმებლების 28%-სთვის ჟურნალისტურ განათლებას (იგულისხმება დიპლომი) არ აქვს მნიშვნელობა. ზუსტად იგივე რაოდენობა მიიჩნევს, რომ სასურველია ჰქონდეს ჟურნალისტური განათლება. 16-16% მიიჩნევს, რომ დიპლომი აუცილებელია და, ჟურნალისტურ განათლებასთან ერთად, უნდა ფლობდეს სხვა სპეციალობასაც (მაგ.: პოლიტოლოგიას, ეკონომიკას, ხელოვნებათმცოდნეობას დასხვ.). 24% მიიჩნევს, რომ ითვალისწინებს ჟურნალისტად მუშაობის გამოცდილებას.

დამსაქმებლების ამრით, კურსდამთავრებულები უნივერსიტეტებში ყველაზე მეტად იღებენ თეორიულ ცოდნას და ყველაზე ნაკლებად - დარგობრივ კომპეტენციებს. გამოკითხულ დამსაქმებელთა 84% მიიჩნევს, რომ ჟურნალისტად დასაქმებისას უპირატესობას ანიჭებს სხვა სფეროში მიღებულ დარგობრივ კომპეტენციებს. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ დარგობრივი ცოდნის ქონა კონკრეტულ თემებზე მუშაობისთვის აუცილებელია. გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა იხრება იმ ამრისკენ, რომ ძალიან მნიშვნელოვანია პრაქტიკული ცოდნის და უნარების შექმნა.

გამოკითხულთა 44% თავად ასწავლის უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებაში, ხოლო 60% აღნიშნავს, რომ არ ჰქონიათ პრაქტიკა, რომ აკადემიურ პერსონალთან, მედია სკოლის დეკანებთან და ადმინისტრაციასთან განეხილათ ის კომპეტენციები, რომელიც საჭიროა, ჰქონდეს მომავალ ჟურნალისტს. დამსაქმებლებსა და უნივერსიტეტებს შორის კომუნიკაციისას დასახვეწად საჭიროა არა მარტო იმ კომპეტენციების ანალიზი, რომელსაც დამსაქმებლები მოითხოვენ, არამედ დიალოგი აკადემიურ წრეებთან

და კომპეტენციებზე დაფუძნებული განათლების ორმხრივი ტრანსფერი.

ჟურნალისტური განათლების სამომავლო დისკუსიებისთვის დამსაქმებლებს მნიშვნელოვნად მიაჩნიათ რიგი საკითხები, რომლებიც უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების პროგრამების აკრედიტაციის სტანდარტების მოთხოვნებთან პირდაპირ შესაბამისობაში მოდის. კანონმდებლობის მიხედვით, აკრედიტაციის სტანდარტი დაკმაყოფილებულია თუ „პროგრამის სწავლის შედეგები უზრუნველყოფს კურსდამთავრებულთა კონკურენტუნარიანობას საგანმანათლებლო (განათლების შემდგომ საფეხურზე) და დასაქმების ბაზარზე; პროგრამის სწავლის შედეგების განსაზღვრისა და პროგრამის განვითარების პროცესში დაინტერესებული მხარეების (დამსაქმებლები, აკადემიურიპერსონალი, სტუდენტები, კურსდამთავრებულები) მონაწილეობის მექანიზმი შემუშავებულია და ხორციელდება. დაწესებულება ორიენტირებულია სწავლების ინტერნაციონალიზაციაზე (რაც საერთაშორისო კომპეტენციების გადაცემას გულისხმობს). სწავლების პროცესში უზრუნველყოფილია შესაბამისი ადამიანური და ტექნიკური რესურსებით და სხვ (უფრო მეტი იხილეთ www.eqe.ge, ბოლო ნახვა დეკემბერი, 2016).

ამ კუთხით გამოიკვეთა დამსაქმებელთა რეკომენდაციები შემდეგი მიმართულებით:

- კომპეტენციებზე დაფუძნებული განათლების კომპონენტი (ცოდნა და გაცნობიერება, ღირებულებები): მნიშვნელოვანია მედია სამართლის და თვითრეგულირების კომპონენტის ცოდნა. ამ კუთხით ყურადღებას ამახვილებენ ეთიკის სტანდარტების და საკანონმდებლო რეგულაციების საფუძვლიან სწავლებაზე. დამსაქმებლები საუბრობენ ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარსა და კომუნიკაციის უნარს

კომპეტენციებზე. მაგ: მეტყველებისა და წერის უნარ-ჩვევების დასახვეწ დისციპლინებზე, ახალი ტექნოლოგიების შესწავლაზე, აუდიო-ვიზუალური ხელოვნების გაუმჯობესებაზე, ახალი და სოციალური მედიაპლატფორმების ცოდნაზე, კონვერტირებული ნიუსრუმისთვის საჭირო უნარების ქონაზე. ასევე, სტაჟირებების ხელშეწყობაზე, მეტი პრაქტიკული უნარ-ჩვევების გამომუშავებასა და ღირებულებითი კომპეტენციების მიცემაზე. დამსაქმებლების კომენტარებში აქცენტირებულია ისეთი თემები, როგორიცაა: ხშირი სტაჟირებები რედაქციებში, პრაქტიკა უნივერსიტეტის ბაზაზე, „წაკლები თეორია და მეტი პრაქტიკა“, დარგობრივი ჟურნალისტიკის განვითარება - კონკრეტული სფეროების მიხედვით სპეციალიზაცია, ეთიკის სტანდარტების სწავლება. ისეთიარადარგობრივი საგნების სწავლება, როგორიცაა მაგ: აკადემიური წერა

- მნიშვნელოვანი საკითხია პედაგოგთა კვალიფიკაცია. ამ კუთხით, დამსაქმებლები ყურადღებას ამახვილებენ პრაქტიკოსი ლექტორების მოზიდვაზე, რომლებსაც „წლების განმავლობაში ჟურნალისტად მუშაობენ და იციან ის პრაქტიკული ნიუანსები, რომლებიც მომავალში გამოადგებათ სტუდენტებს“
- მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის გაუმჯობესება და სახელმძღვანელოებით მაქსიმალური უზრუნველყოფა, დარგობრივი ჟურნალისტიკის განვითარება.
- მნიშვნელოვანი კომპონენტია სწავლების ინტერნაციონალიზაცია. დამსაქმებლები ყურადღებას ამახვილებენ გაცვლითი პროგრამების და უცხოელი პროფესორების მოწვევის

აუცილებლობაზე, ასევე უცხო ენების გაძლიერებულ სწავლებაზე, დასავლეთის საუკეთესო უნივერსიტეტებში ჟურნალისტის სწავლების გაცნობა და სხვ.

მნიშვნელოვანია მოწვეული პრაქტიკოსების და დამსაქმებლების ჩართვა საგანმანათლებლო პროცესში, რადგან ეს თავისთავად არის ხიდი ფორმალური და არაფორმალური კავშირების გაძლიერებისა და დასაქმებისკენ.

სამომავლო კვლევაში საინტერესოა საგანმანათლებლო სექტორის წარმომადგენლების გამოკითხვა როგორც კომპეტენციებზე, ასევე პროგრამის მოდერნიზაციის გეგმებზე.

რეკომენდაციები

კვლევამ აჩვენა, რომ დამსაქმებელთა დიდი ნაწილი (60%) სტაჟირებაში თანხას არ იხდის. ამ კუთხით, სასურველია, წახალისდეს უმაღლესი საგანმანათლებლო სასწავლებლების და დამსაქმებლების თანამშრომლობა ანაზღაურებადი სტაჟირებების გზით. კერძოდ, ერთ-ერთ მოდელად შეიძლება განხილულ იქნას დუალური განათლების კომპონენტის ჩართვა სწავლის პროცესში (განსაკუთრებით დამამთავრებელი სემესტრების დროს, საბაკალავრო სწავლებისას), როცა სტუდენტი ცოდნას და უნარებს იძენს უშუალოდ დამსაქმებელთან, დამსაქმებლის ბაზაზე უტარდება ლექციები და პრაქტიკუმები, ხოლო უნივერსიტეტში დამატებით თეორიულ სასწავლო კურსებს ესწრება. სტაჟირების ამგვარი კრედიტ-კურსების განვითარებაში უნივერსიტეტი თანხას (მაგ: სწავლის საფასურიდან შემოსულს) უხდის დამსაქმებელს, რომელიც, თავის მხრივ, ამ თანხის ნაწილს სტაჟიორის ხელფასში მიმართავს.

კვლევამ გამოკვეთა, რომ არ არსებობს დამსაქმებელსა და აკადემიურ წრეებს შორის მუდმივი ეფექტური კომუნიკაციის პრაქტიკა. სასურველია, შეიქმნას და განვითარდეს ამგვარი კომუნიკაციის პლატფორმა. მოეწყოს სხვადასხვა ღონისძიებები (ფორუმები, სემინარები, კონფერენციები და სხვ.), სადაც დაინტერესებულ მხარეებს დიალოგის შესაძლებლობა ექნებათ. ეს მიეხმარება როგორც კომპეტენციებზე დაფუძნებული და შრომის ბაზარზე ორიენტირებული პროგრამების შექმნას, ასევე თავად შრომის ბაზრის დახვეწას და განვითარებას.

კვლევამ აჩვენა, რომ დამსაქმებლების უმრავლესობისთვის მნიშვნელოვანია პრაქტიკული უნარები, განსაკუთრებით კი წერის და რედაქტირების უნარი. სწორედ პრაქტიკულ სწავლებას უნდა მიექცეს მეტი ყურადღება პროგრამების მოდერნიზაციისას.

კვლევამ აჩვენა, რომ დაუდგენელია ყოველწლიურად რამდენი კურსდამთავრებულია საქართველოში ჟურნალისტის, მასობრივი კომუნიკაციის კვალიფიკაციით, ან ჟურნალისტიკის მთავარი მაპროფილებელი პროფესიით (ECTS 120 კრედიტით). ჟურნალისტის პროფესიაში შესვლა არ მოითხოვს დამატებით რეგულაციებს, ამიტომ გზდებით სხვა პროფესიიდან ჟურნალისტის კარიერაში გადასაცვლების ხშირ შემთხვევებს. ეს, შესაძლოა, კარგი იმპულსი იყოს დარგობრივი ჟურნალისტიკის განვითარებისთვის, თუმცა, მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მომავალი ჟურნალისტი ფლობს ჟურნალისტიკის პროფესიის შესაბამის კომპეტენციებს. ამ კუთხით, საქართველოში საინტერესო შეთავაზება იქნება საბაკალავრო საფეხურზე ორმაგი კვალიფიკაციის მინიჭების შესაძლებლობის დაშვება (მაგ: შესაძლებლობა 240 ECTS-დან, სტუდენტმა 120 მოაგროვოს ჟურნალისტიკაში და 120 - სხვა სპეციალობით). საქართველოში, კანონმდებლობის შესაბამისად, ჯერჯერობით არ არსებობს ორმაგი კვალიფიკაციის მინიჭების შესაძლებლობა. მიუხედავად არაერთი ცვლილებისა, რომელიც ბოლო 10 წლის მანძილზე ამ ბრძანებას შეეხო, კანონმდებლობა არ უშვებს საბაკალავრო საფეხურზე ორი მთავარი სპეციალობის (ე.წ. მეიჯორის) კვალიფიკაციის დაშვებას და აღიარებას. ჩვენი რეკომენდაციაა ამ ცვლილების განხილვა და ინიცირება უნივერსიტეტების მხრიდან, რაც შესაძლებლობას მისცემს საბაკალავრო საფეხურზე, 120 კრედიტი სტუდენტმა დააგროვოს ჟურნალისტიკაში, ხოლო 120 კრედიტი – სხვა სპეციალობაში. ეს ყველაფერი კი ხელს შეუწყობს დარგობრივი ჟურნალისტიკის და კომპეტენციებზე დაფუძნებული განათლების ხარისხის გაუმჯობესებას.

ბიბლიოგრაფია

Andreas Veglis and Andreas Pomportsis, Journalists in the Age of ICTs: Work Demands and Educational Needs, *Journalism & Mass Communication Educator*, 2014, Vol 69 (1) 61–75, jmce.sagepub.com, Downloaded from jmc.sagepub.com by guest on October 8, 2016.

Deb Wenger and Lynn C. Owens, An Examination of Job Skills Required by Top U.S. Broadcast News Companies and Potential Impact on Journalism Curricula, 2013, *Electronic News*, 7(1) 22-35; Downloaded from enx.sagepub.com at Tbilisi State University on October 9, 2016

Gerbrand Tholen, Phillip Brown, Sally Power, Annabelle Allouch, The role of networks and connections in educational elites' labour market entrance Gerbrand Tholena, *Research in Social Stratification and Mobility* 34 (2013) 142–154. Published by Elsevier Ltd., Available online at www.sciencedirect.com

Huang, E. (2006) 'Facing the Challenges of Convergence: Media Professionals' Concerns of Working across Media Platforms', *Convergence* 12(1): 83–98

Lee B. Becker, Edmund Laufi and Wilson Lowrey, Differential Employment Rates in the Journalism and Mass Communication Labor Force Based on Gender, Race, and Ethnicity: Exploring the Impact of Affirmative Action, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 76, No. 4 1999, p.

631-645. Downloaded from jmq.sagepub.com at Tbilisi State University on October 9, 2016

Lee B. Becker, Jeong Yeob Han, Donna Wilcox, and Tudor Vlad, The Effects of Preuniversity Study of Journalism on Entry to the Job Market, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2014, Vol. 91(2) 344–356, 2014, jmq.sagepub.com, Downloaded from jmq.sagepub.com at Tbilisi State University on October 9, 2016

Henrik Örnebring, Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives, University of Oxford, UK, *Journalism* 11(1) 57–74, 2010, <http://jou.sagepub.com>, Downloaded from jou.sagepub.com at Tbilisi State University on October 10, 2016, გვ. 57

Singer, J. B. (2004) 'More than Ink-stained Wretches: The Resocialisation of Print Journalists in Converged Newsrooms', *Journalism and Mass Communication Quarterly* 81(4): 838–56.

Mariam Gersamia, Maia Toradze

EMPLOYMENT OF ENTRY-LEVEL JOURNALISTS IN
MEDIA (GEORGIAN CASE)

Media and Communication Educational and
Research Center (MCERC)
2017

კვლევის დაფინანსების წყარო: ავტორებს არ მიუღიათ ფინანსური
მხარდაჭერა კვლევის ჩატარებისა და გამოქვეყნებისთვის.

მარიამ მერსამია არის პროფესორი, 2001 წლიდან მუშაობს ივ. ჯავახიშვილის სახ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში (სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტზე). არის ა(ა)იპ მედიის და კომუნიკაციის საგანმანათლებლო და კვლევითი ცენტრის ხელმძღვანელი. პროფესიით ჟურნალისტს, დიდი გამოცდილება აქვს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში, არის მედია ფსიქოლოგიის, მედიის და მასობრივი კომუნიკაციის მკვლევარი, უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის ექსპერტი, არაერთი საერთაშორისო ჟურნალის რეცენზენტი და პროფესიული ასოციაციების წევრი. არის მონოგრაფიის, სახელმძღვანელოს და ოცამდე სამეცნიერო პუბლიკაციის ავტორი. ჰყავს მეუღლე და ორი შვილი: ლიზა და გიორგი. ავტორს შეგიძლიათ დაუკავშირდეთ ელ-ფოსტაზე: Mariam.gersamia@tsu.ge ან mgersamia@mcerc.ge

მაია თორაძე, თსუ-ის ასოცირებული პროფესორი, 2005 წლიდან მუშაობს ივ. ჯავახიშვილის სახ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში (სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტზე), არის გაზეთ „თბილისის უნივერსიტეტის“ მთავარი სპეციალისტი და ა(ა)იპ მედიის და კომუნიკაციის საგანმანათლებლო და კვლევითი ცენტრის გამგეობის წევრი. აქვს მედიაში მუშაობის 26-წლიანი გამოცდილება, სხვადასხვა დროს მუშაობდა გაზეთებში „შანსი“, „კავკასიონი“, „აქცენტი“. არის 2 წიგნის ავტორი და 7 პუბლიცისტური კრებულის თანაავტორი. გამოქვეყნებული აქვს 10 სამეცნიერო სტატია. ავტორს შეგიძლიათ დაუკავშირდეთ ელ ფოსტაზე: maiatoradze@yahoo.com; ან maia.toradze@tsu.ge

