



„ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი“

**ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის
საინფორმაციო კამპანია და მისი დაფინანსება**

(მარტი, 2013 წელი)

ავტორი: უჩა სეთური

რედაქტორი: გიორგი კლდიაშვილი

წინამდებარე კვლევა მომზადდა ააიპ „ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის“ (IDFI) მიერ პროექტის - „ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის მხარდაჭერა და მონიტორინგი საქართველოში“- ფარგლებში. პროექტი დაფინანსებულია ფონდ „ღია საზოგადოება საქართველოს“ მიერ.



OPEN SOCIETY GEORGIA FOUNDATION
ფონდი ღია საზოგადოება საქართველო

კვლევის შინაარსზე პასუხისმგებელია ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI). კვლევაში გამოთქმული მოსაზრებები შესაძლებელია არ გამოხატავდეს ფონდ „ღია საზოგადოება საქართველოს“ პოზიციას.

წინამდებარე კვლევაზე ვრცელდება ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის (IDFI) საავტორო უფლებები. დაუშვებელია კვლევის ან კვლევის ნაწილის გამოყენება კომერციული ან სხვა მიზნებით ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის (IDFI) ნებართვის გარეშე.

ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის საინფორმაციო კამპანიის მიზანია საზოგადოების ყველა დაინტერესებული ჯგუფის ინფორმირება დაგეგმილი ცვლილებების რაობის და ვადების შესახებ. საინფორმაციო კამპანიის ფარგლებში უნდა განხორციელდეს ყველა ბოლო მომხმარებლისათვის ციფრული მიწისზედა საეთერო მაუწყებლობის უპირატესობების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება იოლად აღქმადი ფორმით, ყველა ეთნიკური თუ სხვა ნიშნით გამორჩეული ჯგუფის, ისევე როგორც შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა მოთხოვნილებების გათვალისწინებით.

ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის წარმატება, განსაკუთრებით კი რეგიონულ დონეზე, დამოკიდებულია კარგად ფოკუსირებულ და სწორად დაგეგმილ საინფორმაციო კამპანიაზე, რომელსაც განახორციელებს საქართველოს ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პოლიტიკის დოკუმენტით განსაზღვრული პირი. ამ პროცესთან დაკავშირებული ყველა ინფორმაცია, შესაბამისი დაინტერესებული მხარეების მიერ, მიეწოდება საზოგადოებრივ მაუწყებელს მიეწოდება ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მიერ, რომელიც წარმოადგენს ამ პროცესის წარმართვაზე პასუხისმგებელ საჯარო დაწესებულებას ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე. აღნიშნული სამინისტროს ამოცანაა, ყველა ჩართულ მხარესთან ერთად, მოახდინოს საჭირო პროცედურების და აქტივობების დაგეგმვა და ორგანიზება, მომზადება და განხორციელება.

აღნიშნული მიზნით უნდა განხორციელდეს შემდეგი აქტივობები:

- საზოგადოების ინფორმირება რომ მიმდინარეობს მომზადება ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის და ანალოგური მაუწყებლობის გამორთვის მიმართულებით, ვადების მითითებით;
- საზოგადოების ინფორმირება ციფრული მაუწყებლობის უპირატესობების შესახებ ანალოგურ მაუწყებლობასთან შედარებით;
- ინფორმაციის წარდგენა დაგეგმილი სუბსიდიების შინაარსის, ბენეფიციარების, სუბსიდიების გაცემის წესის და ოდენობის, სუბსიდიების მიღების და ვადების, ადგილის, ასევე ყველა სხვა სახის ინფორმაცია, რომელიც შესაძლოა საჭირო გახდეს ბოლო მომხმარებლისათვის ციფრულ მაუწყებლობაზე გადართვისათვის (საინფორმაციო-საკონსულტაციო ინტერნეტ გვერდის, საკონსულტაციო უფასო ტელეფონის შესახებ

ინფორმაციის წარდგენა, საინფორმაციო კლიპების და ფლაერების მომზადება და ა.შ.).

პროცესში აქტიურად უნდა იყვნენ ჩართული აპარატურის იმპორტიორები.

საინფორმაციო კამპანიის თავისებურებები

საინფორმაციო კამპანიის ფარგლებში ასევე უნდა განხორციელდეს და დაფინანსდეს შემდეგი მიმართულებები:

- ✓ ციფრული მაუწყებლობის ადვილად დასამახსოვრებელი ბრენდის შექმნა, საზოგადოებაში მაქსიმალურად ცნობადი სახეების გამოყენებით;
- ✓ რამდენიმე ენაზე მომზადებული სარეკლამო-საინფორმაციო კლიპის მომზადება;
- ✓ საინფორმაციო ინტერნეტ-გვერდის მომზადება;
- ✓ სტატიები ჟურნალებში და ელექტრონულ მედიაში, რადიო ინფორმაციის და სარეკლამო ბილბორდების მომზადება;
- ✓ დომენის რეგისტრაცია (www.digital.ge) და აქტივაცია;
- ✓ უნდა მომზადდეს კლიპი, რომლის ტრანსლირება მოხდება საცალო მოვაჭრეების, მეტროს და სხვადასხვა შიდა სატელევიზიო ქსელებში;
- ✓ სარეკლამო კლიპების მომზადებისას ასაკობრივი, ასევე შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირების მოთხოვნილებებზე ადაპტირებული კლიპების და საინფორმაციო ბუკლეტების მომზადება;
- ✓ ყველზე პოპულარულ ფორუმზე სპეციალური სივრცის ორგანიზება;
- ✓ სარეკლამო კამპანიის და შესაბამისი მომსახურების ბიუჯეტი;
- ✓ საინსტალაციო და გამართვის მომსახურების ორგანიზება, რეკლამირება და დაფინანსება;
- ✓ გაყიდული რისივერების და ციფრული ტელევიზორების გაყიდვების სტატისტიკის სისტემატური ყოველთვიური ანგარიში;
- ✓ საინფორმაციო კამპანიის აღქმადობის კონტროლი და პოლიტიკის შესაბამისი კორექტირება;
- ✓ რისივერების ტესტირების და მარკირების პროცედურების შესახებ შესაბამისი ინფორმაციის მიწოდება ბოლო მომხმარებლისათვის;
- ✓ ინფორმაცია დენის ხარჯის მომატების შესახებ (თუ გამოიყენება რისივერი);
- ✓ საკონტროლო სიების გამოქვეყნება უნდა მოხდეს დაფინანსების დაწყებამდე სულ მცირე ორი თვით ადრე;
- ✓ გამყიდველების და მომხმარებლების კითხვების ამომწურავი სატრენინგო ცნობარის შედგენა და მიწოდება საცალო მოვაჭრეებისათვის;
- ✓ რეგიონულ დონეზე ადგილობრივი თვითმართველობების აქტიური ჩართვა;
- ✓ ცხელი ხაზის ორგანიზება და საზოგადოებრივი მაუწყებლობის რესურსის გამოყენება;
- ✓ ჩრდილოვანი ზონების დაფინანსება ხდება ყველა საქსელო მაუწყებლის შემოსავლების პროპორციულად სატელიტური მაუწყებლობის სრულად დასაფინანსებლად;

- ✓ ანტენების შესახებ ინფორმაციის მომზადება;
- ✓ რისივერების კლასიფიკაცია და სერტიფიცირების წესი;
- ✓ ბიბლიოთეკებში მონაცემების წარდგენა;
- ✓ რეგულირების დაწესება რისივერის სხვაზე გადაცემის შემთხვევაში.

ზემოთ ჩამოთვლილი აქტივობების რეალიზაციისათვის, საქართველოს მთავრობის მიერ უნდა განისაზღვროს ზუსტი დავალებები, რომ უზრუნველყოფილი იყოს საინფორმაციო კამპანიის ვერტიკალური და ჰორიზონტალური კოორდინაცია, სწორი და ყველა სოციალურ ჯგუფზე მაქსიმალურად ორიენტირებული საინფორმაციო-საგანმანათლებლო აქტივობები, რომლებიც განსაზღვრულია ამ სტრატეგიის დანართით (N1).

ზემოთ ჩამოთვლილი ამ მიმართულებების რეალიზაციისათვის, პროცესში ჩართულ ყველა მხარეს უნდა ეთხოვოს ინტენსიური და უწყვეტი თანამშრომლობა პროცესში ჩართულ ყველა სუბიექტთან, მათ შორის საქართველოს მთავრობას, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს და სხვა ჩართულ სამინისტროებს, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას, საზოგადოებრივ მაუწყებელს და კერძო მაუწყებლებს, ავტორიზებულ პირებს (საქსელო პროვაიდერებს), აპარატურის იმპორტიორებს, არასამთავრობო ორგანიზაციებს.

საინფორმაციო კამპანია უნდა შეეხოს შემდეგ მიმართულებებს:

- ინფორმაციის მიწოდება ციფრული უფასო და ფასიანი საეთერო მაუწყებლობის შესახებ და ანალოგური მაუწყებლობის გამორთვის დროის შესახებ;
- ინფორმაცია, თუ როგორი პარამეტრების რისივერები და ტელევიზორებია საჭირო ციფრული საეთერო მომსახურების მისაღებად, ასევე ინფორმაცია მიმღები ანტენების და მისი მკვებავი კაბელის პარამეტრების და მონაცემების შესახებ;
- ინფორმაცია მოწყვლადი და განსაკუთრებული შესაძლებლობების მქონე პირების მოთხოვნების დაფინანსების, საინფორმაციო, საინსტალაციო პროცესში დახმარებისთვის განსაზღვრული სპეციალური ღონისძიებების შესახებ.

ინტენსიური საინფორმაციო კამპანია უნდა მიმართული იყოს იმ გეოგრაფიული ზონების მოსახლეობისათვის, სადაც გადართვის გეგმის მიხედვით პირველ რიგში მოხდება ციფრული პლატფორმით სატელევიზიო სიგნალების ტრანსლირება (ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის გეგმა რეგიონების მიხედვით).

ბოლო მომხმარებლისათვის, ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლასთან დაკავშირებით ყოველგვარი ინფორმაციის მიღება, უნდა იყოს უფასოდ ხელმისაწვდომი. საქართველოს მთავრობამ უნდა გაითვალისწინოს ენობრივი ბარიერის მქონე პირების სპეციალური მოთხოვნილებები მიმართულების დაფინანსებისას.

საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრომ, საქართველოს კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიასთან ერთად, უნდა განსაზღვროს აპარატურის იმპორტიორების ინფორმირების შინაარსი, ვადები და პირობები, დაგეგმილი საინფორმაციო კამპანიის პარალელურად.

მოსახლეობის ინფორმირებისათვის საინფორმაციო-სარეკლამო კამპანიის სამოქმედო გეგმა, წარმოდგენილია დანართი N1

აქტივობა	პასუხისმგებელი ორგანო	ბოლო ვადა
სატელევიზიო ინფორმირების ეტაპი		
სარეკლამო კლიპის მომზადება და ტრანსლირება (მნიშვნელოვანია იოლად აღქმადი ლოგოს (mascot) და სლოგანის შექმნა-შემუშავება)	საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო (კლიპის შინაარსი) საზოგადოებრივი მაუწყებელი (უშუალო მომზადება და გავრცელება)	2013 წლის 1 ივნისი
სარეკლამო კლიპის გავრცელების ხელშეკრულების გაფორმება და დაფინანსება	საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო	2014 წლის 1 ივნისი
სარეკლამო კლიპის ტრანსლირების შედეგად მიღებული ინტერნეტ და სატელეფონო შეკითხვების საპასუხოდ მომზადებული დამატებითი მცირე ზომის კლიპების მომზადება/ტრანსლირება	საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო (ინფორმაციის ანალიზის ნაწილი), საზოგადოებრივი მაუწყებელი (უშუალო მომზადება და გავრცელება)	2014 წლის 1 აგვისტო
მოსახლეობის უშუალო ინფორმირება		
საინფორმაციო ბროშურის მომზადება, ბეჭდვა და დარიგების პროცესის ორგანიზება	საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო	2014 წლის 1 იანვარი

შეხვედრების ორგანიზება რეგიონების მოსახლეობასთან	საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო	2014 წლის 1 იანვარი
საინფორმაციო ინტერნეტ გვერდის შექმნა		
ფართო საზოგადოებისათვის წვდომადი საინფორმაციო ვებ-გვერდის შექმნა-პრეზენტაცია	საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო	2013 წლის 1 ივნისი
სივრცის უზრუნველყოფა ფორუმის სახით, მისი მართვა და ანალიზი	საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო	2013 წლის 1 აგვისტო
არსებული დოკუმენტაციის და სხვა ვიზუალური მასალების წარმოდგენა, გამოხმაურებების ანალიზი და პერიოდული განახლებები დასაბუთებული კომენტარების ანალიზის საფუძველზე	საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო	2015 წლის 17 ივნისი
ქოლ-ცენტრის ორგანიზება		
საინფორმაციო ცენტრის შექმნა, კომპლექტაცია, საინფორმაციო ნომრის განსაზღვრა	საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო	2014 წლის 1 იანვარი