

საქართველოში მედიანობის პრაქტიკის კვლევა და საჭიროებების შეფასება

იანვარი 2022

ეკატერინე ბასიალაია
ნინო დანელია

საქართველოში მედიანობის კრედიტის კვლევა და საჭიროებების შეფასება

ეკატერინე ბასიალაია

ნინო დანელია

ნაშრომში გამოთქმული მოსაზრებები ეკუთვნის ავტორებს
და შეიძლება არ გამოხატავდეს ევროპის საბჭოს
ოფიციალურ პოლიტიკას.

ამ დოკუმენტის სრული ვარიანტის ან მისი ნაწილის
რეპროდუქციასა ან თარგმანთან დაკავშირებით მიმართეთ
კომუნიკაციების დირექტორატს (F-67075 Strasbourg Cedex ან
publishing@coe.int)

კვლევის ავტორები:

ეკატერინე ბასიალაია, მედია მკვლევარი და საქართველოს
საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის ასისტენტ პროფესორი

ნინო დანელია, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
პროფესორი და ჟურნალისტიკისა და მედია მენეჯმენტის
კავკასიური სკოლის მინვეული პროფესორი

დიზაინი: გიორგი ქინქლაძე

@ევროპის საბჭო, 2022 წლის იანვარი

წინასიტყვაობა

კვლევა „საქართველოში მედიანიგნიერების პრაქტიკის შესწავლა და საჭიროებების შეფასება“ მომზადდა ევროპის საბჭოს პროექტის ფარგლებში - „მედიისა და ინტერნეტის თავისუფლების ხელშეწყობა საქართველოში“ - რომელიც განხორციელდა 2019-2021 წლებში. კვლევის მიზანია, აღწეროს მედიანიგნიერების გარემო საქართველოში, შეაფასოს საჭიროებები და გასცეს რეკომენდაციები ამ სფეროს შემდგომი განვითარებისთვის.

მედიანიგნიერების ამაღლება საქართველოში 2017 წლის ბოლოს ერთ-ერთი პრიორიტეტი გახდა საკანონმდებლო დონეზე. „მაუწყებლობის შესახებ“¹ და „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“² კანონებში შეტანილი ცვლილებების შესაბამისად, მედიანიგნიერების განვითარების ფუნქცია დაეკისრა კომუნიკაციების კომისიას; დამტკიცდა მედიანიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის სტრატეგია და სამხლიანი სამოქმედო გეგმა; მთელ რიგ სახელმწიფო და საჯარო უწყებებს დაევალათ მუშაობა მედიანიგნიერების საკითხებზე, რომელთა შორისაც არის ციფრული წიგნიერება, კიბერუსაფრთხოება, კიბერჰიგიენა და პირადი სივრცის ხელშეუხებლობა.

ქვეყანაში მედიანიგნიერების სფეროში არსებული ვითარების კვლევამ გამოავლინა 85 პროექტი/პროგრამა/აქტივობა/კვლევა, რომლებიც 2017-2020 წლებში ხორციელდებოდა. შედეგებმა ასევე აჩვენა, რომ არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ განხორციელებული პროგრამებისა და პროექტების რაოდენობა აღემატებოდა საჯარო სტრუქტურებისა და საგანმანათლებლო დაწესებულებების აქტივობათა რიცხვს. პროექტების უმრავლესობა ეროვნული მასშტაბისაა და სამიზნე აუდიტორიად განიხილავს ახალგაზრდებს. აქტივობათა დიდი ნაწილი ითვალისწინებს მნიშვნელოვანი რესურსების შექმნასა და მოქალაქეებში კრიტიკული აზროვნების განვითარებას. ამ უნარის გასაძლიერებლად, ისწავლება დეზინფორმაციის (disinformation), მცდარი ინფორმაციისა (misinformation) და პროპაგანდის ნიშნები, ტექსტური, აუდიო და ვიზუალური ინფორმაციის გადამოწმების ტექნიკა და მედიის სწორად მოხმარებისთვის საჭირო სხვა მნიშვნელოვანი კომპონენტები. ეს მოქალაქეს ეხმარება, რომ ერთმანეთისგან განასხვავოს ფაქტებზე დამყარებული და მცდარი ინფორმაცია, ჟურნალისტური შეცდომით გამოწვეული უზუსტობა და მიზანმიმართული ყალბი ამბავი; ასევე, მეტი პასუხისმგებლობით მოეკიდოს ინფორმაციის სხვებისთვის გაზიარებას.

აღსანიშნავია, რომ ცოტაა სიღრმისეული კვლევები, რომლებიც შეისწავლის შემდეგ საკითხებს: მედიის მოხმარების უნარ-ჩვევები საქართველოში, მედიის მიმართ დამოკიდებულებები, ინფორმაციის გავრცელების გზები და მედიანიგნიერების სხვა ასპექტები. არ არსებობს რაიმე მექანიზმი, რომელიც სისტემურად შეაფასებს მედიანიგნიერების სფეროში განხორციელებული პროგრამების, პროექტებისა ან სხვა აქტივობების შედეგებს და მათ გავლენას. ეს უდავოდ დაეხმარებოდა ორგანიზაციებს საკუთარი საქმიანობის უკეთ გაანალიზებაში, საჭიროებისამებრ, შეცვლასა და სამომავლო აქტივობების უკეთ დაგეგმვაში.

კვლევამ ასევე გამოავლინა, რომ აუცილებელია, ერთმანეთს დაუახლოვდეს ძირითადი სახელმწიფო და სამოქალაქო აქტორების ხედვები მედიანიგნიერების პოლიტიკასა და მის განხორციელებაზე, რათა უკეთ გამოიკვეთოს საერთო გამოწვევები და საჭიროებები მედიანიგნიერების სფეროსა და ინტერსექტორულ თანამშრომლობაში.

1 საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=59>

2 საქართველოს კანონი „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/29620?publication=36>

სარჩევი

აბრევიატურების სია:	6
1. შესავალი	7
2. კონტექსტი	9
2.1. საინფორმაციო გარემო და გამოწვევები საქართველოში	9
2.2. მედიანიგნიერების განვითარებასთან დაკავშირებული კანონმდებლობა, პოლიტიკა და სტრატეგიული დოკუმენტები საქართველოში	11
3. კვლევის მეთოდოლოგია	15
3.1. მედიანიგნიერების განმარტება	15
3.2. კვლევის საგანი	15
3.3 კვლევის მონაწილეთა შერჩევა	16
3.4. მონაცემთა შეგროვება	16
4. კვლევის შედეგები და მათი ანალიზი	19
4.1. სექტორები	19
4.2. პროექტის ტიპები	19
4.3. უნარები	24
4.4. რატომ არის პროექტი მნიშვნელოვანი	27
4.5. პროექტების გეოგრაფიული არეალი	28
5. შეჯამება: მთავარი მიგნებები, გამომწვევები და საჭიროებები	31
6. დასკვნა	35
7. რეკომენდაციები	35
8. ბიბლიოგრაფია	37
დანართი I.	40
კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები	40
დანართი II.	41
კითხვარი	41
დანართი III.	46
კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციების მიერ განხორციელებული პროექტების, კვლევებისა და სხვა აქტივობების სია	46
9. ავტორთა მოკლე ბიოგრაფია:	51

აბრევიატურების სია:

- Atlantic Council's DFRLab - ატლანტიკური საბჭოს ციფრული გამოძიების კვლევის ლაბორატორია
- DEA - საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს მონაცემთა გაცვლის სააგენტო*
- DEMLab - დემოკრატიის ლაბორატორია
- DW Akademie - დოიჩე ველეს აკადემია
- EWMI - აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი
- Frontline Club - ფრონტლაინ ჯორჯია კლუბი
- GPB - საზოგადოებრივი მაუწყებელი
- GIPA - საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი
- GRASS - საქართველოს რეფორმების ასოციაცია
- IDFI - ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი
- Internews Georgia - ინტერნიუსი საქართველო
- ISFED - სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება
- IREX - საერთაშორისო კვლევებისა და გაცვლების საბჭო
- JRC - ჟურნალისტიკის რესურსცენტრი
- MDF - მედიის განვითარების ფონდი
- MES - საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო
- MilLab - მედიისა და ინფორმაციული წიგნიერების ლაბორატორია
- UNICEF - გაეროს ბავშვთა ფონდი
- სსიდა - საქართველოს საზოგადოებრივი ინტერესების დაცვის ასოციაცია
- რეკომენდაცია CM/Rec(2018)1 - მინისტრთა კომიტეტის რეკომენდაცია მედიაპლურალიზმისა და მედიამფლობელობის გამჭვირვალობის შესახებ.

* საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს მმართველობის სფეროში მოქმედი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – მონაცემთა გაცვლის სააგენტო გაუქმდა 2020 წლის მეორე ნახევარში. საკვლევ პერიოდში სააგენტოს განხორციელებული აქვს ცხრა პროექტი.

1. შესავალი

მედიის თავისუფლება და პლურალიზმი ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენციის მე-10 მუხლით გარანტირებული გამოხატვის თავისუფლების განუყოფელი კომპონენტებია და აუცილებელია დემოკრატიული საზოგადოების ფუნქციონირებისთვის.³ ფართო სპექტრის მედიისა და მრავალფეროვანი მედიაპროდუქტის არსებობასთან ერთად, საჭიროა კოგნიტური, ტექნიკური და სოციალური უნარ-ჩვევების განვითარება მოქალაქეებში, რომლებიც მათ დაეხმარება სხვადასხვა წყაროდან მიღებული ინფორმაციის კრიტიკულად გაანალიზებაში. ეს უნარები კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი გახდა დღეს, როდესაც პოლიტიკურმა, ეკონომიკურმა და სოციალურ-კულტურულმა პროცესებმა, ტექნოლოგიურ ცვლილებებთან ერთად, თანამედროვე მსოფლიოს დღის წესრიგში მწვავედ დააყენა დეზინფორმაციასთან, მცდარ ინფორმაციასა და საინფორმაციო პროპაგანდასთან გამკლავების საკითხები.⁴ მიზანმიმართული და ორგანიზებული დეზინფორმაციისა თუ ყალბი ინფორმაციის გავრცელების უმთავრესი მიზანია საზოგადოებრივი აზრით მანიპულაცია და გავლენის მოხდენა ადამიანთა ინფორმირებულ არჩევანზე, მათი შეცდომაში შეყვანის გზით. რუსული პროპაგანდისა და ჰიბრიდული ომის პირობებში, რაზეც მიუთითებენ ადგილობრივი და უცხოური სამთავრობო თუ არასამთავრობო ორგანიზაციები⁵, მედიანიგნიერება განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს საქართველოსთვის, მისი უსაფრთხოებისა და დემოკრატიული განვითარებისთვის.

მედიანიგნიერების მნიშვნელობა და წევრ სახელმწიფოთა ვალდებულება მისი განვითარებისა და გავრცელების სფეროებში განერილია ევროპის საბჭოს მინისტრთა კომიტეტის 2018 წლის 7 მარტის CM/Rec(2018)1 რეკომენდაციაში მედიაპლურალიზმისა და მედიამფლობელობის გამჭვირვალობის შესახებ.⁶ ევროპის საბჭოს საქმიანობის ერთ-ერთი მთავარი მიმართულებაა წევრ სახელმწიფოთა მხარდაჭერა მის მიერ შემუშავებული ადამიანის უფლებათა სტანდარტების დანერგვაში. ევროპის საბჭოსა და საქართველოს ურთიერთთანამშრომლობა მედიის სფეროში წარმართება ისეთი პროექტის ფარგლებში, როგორცაა „მედიისა და ინტერნეტის თავისუფლების ხელშეწყობა საქართველოში“. ამ პროექტის ერთ-ერთი მთავარი პრიორიტეტია მედიანიგნიერების ხელშეწყობა და განვითარება ქვეყნებში, სადაც ჩატარდა ასეთი კვლევა. კვლევა აღწერს საქართველოში მედიანიგნიერების სფეროში მომუშავე ორგანიზაციების პრაქტიკას; ასევე, ავლენს შესაბამის გამოწვევებსა და საჭიროებებს. მისი შედეგები გამოყენებული იქნება მედიანიგნიერების სფეროში ერთიანი მიდგომის შესამუშავებლად და ინტერსექტორული თანამშრომლობის გასაღრმავებლად, რაც, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობს მოქალაქეებში მედიანიგნიერების დონის ამაღლებას.

კვლევის საწყის პერიოდად აღებულია 2017 წლის დეკემბერი, როდესაც „მაუწყებლობის შესახებ“⁷ და „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“⁸ კანონებში შეტანილი ცვლილებების შესაბამისად, მედიანიგნიერების განვითარების ფუნქცია ქვეყანაში დაეკისრა კომუნიკაციების კომისიას.

კვლევის მეთოდოლოგია დაეყრდნო სამაგიდო კვლევას, სფეროს ძირითად აქტორთა გამოკითხვასა და ჩაღრმავებულ ინტერვიუებს. საბოლოოდ, სახელმწიფო, საჯარო, სამოქალაქო, საგანმანათლებლო

3 ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენცია: <https://bit.ly/3bZgs07>

4 Disinformation aims at undermining democracy: <https://bit.ly/3qzHnDC>

Jamieson, K.H. (2018). Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President: What We Don't, Can't, and Do Know.

კინურაშვილი თამარ, ხორბალაძე თამარ, გელაშვილი სოფო, რაფაეა ნანა, პეტრიაშვილი მაკა, და ქურდაძე დალი (2019), „მედია და ინფორმაციული ნიგნიერების სწავლება“: <https://bit.ly/2KyldLY>

მედიის განვითარების ფონდი: პროპაგანდა და ვერიფიკაცია: <http://millab.ge/ka/mil-resources/any/15/any/any>

5 საქართველოს პარლამენტი: თემატური მოკვლევა დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის საკითხების შესახებ: <https://bit.ly/390Z2h0>

U.S. Department of State: GEC Special Report: August 2020 Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem: https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia%E2%80%99s-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf

ავალიშვილი ლევან; ლომთაძე გიორგი და ქვეციშვილი სანდრო, „კრემლის საინფორმაციო ომი საქართველოს წინააღმდეგ: პროპაგანდასთან ბრძოლის სახელმწიფო პოლიტიკის აუცილებლობა.“ (2016): <https://bit.ly/39RT3ej>

Adzinbaia, Z., Zawadzka, M. (2018) Countering Russia's Disinformation and Propaganda in Georgia: <https://bit.ly/3o3BBIX>

6 ევროპის საბჭოს მინისტრთა კომიტეტის 2018 წლის 7 მარტის რეკომენდაცია CM/Rec(2018)1: <https://rm.coe.int/16804ec488>

7 საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=59>

8 საქართველოს კანონი „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/29620?publication=36>

და მედიის სექტორებიდან შეირჩა 28 ორგანიზაცია⁹, რომლებიც 2017 წლიდან ახორციელებდნენ პროგრამებს, პროექტებსა თუ სხვა აქტივობებს მედიანიგნიერების სფეროში.

კვლევა ფოკუსირებულია იმ ძირითად პროექტებზე, რომლებიც განხორციელდა ან ხორციელდებოდა 2017 წლის დეკემბრიდან 2020 წლის დეკემბრის ჩათვლით.

მისი მიზანი არ ყოფილა აღნიშნული აქტივობების ხარისხისა და გავლენის შეფასება, ან მედიანიგნიერების სფეროში განხორციელებულ პროექტთა სრულყოფილი სიის შედგენა: კვლევას უნდა აღეწერა არსებული ვითარება და გამოეველინა ქვეყანაში განხორციელებული ძირითადი პროექტები, ასევე, დეტალურად შეესწავლა გამონვევები და შესაძლებლობები.

9 იხ. დანართი I. სია განახლდა 2020 წლის ბოლოს და დაემატა რამდენიმე ორგანიზაცია, თუმცა მათთან სიღრმისეული ინტერვიუები არ ჩატარებულა.

2. კონტექსტი

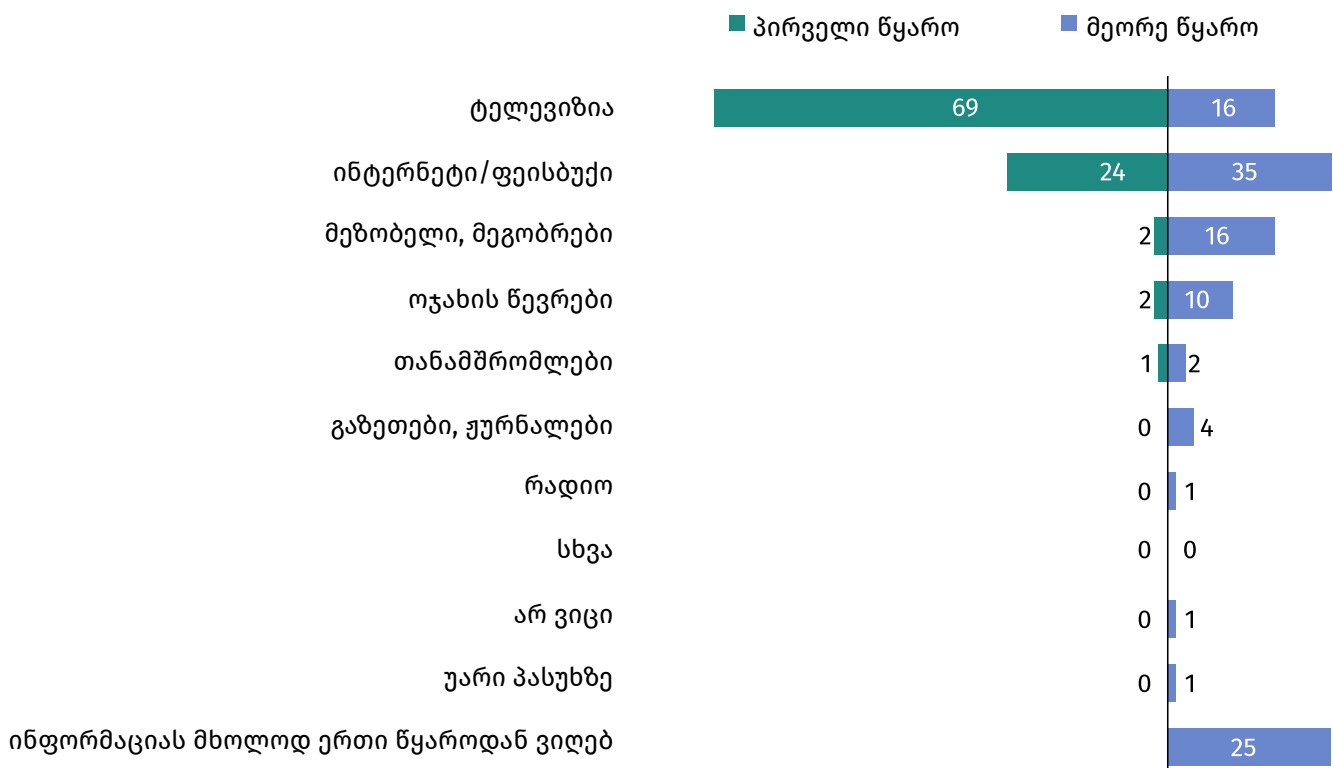
2.1. საინფორმაციო გარემო და გამოწვევები საქართველოში

ბოლო ათწლეულებში საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარებამ შეცვალა საინფორმაციო მედიის ტრადიციული გაგება და მოქალაქეები დააყენა ბევრი ისეთი გამოწვევის წინაშე, რომლებიც უკავშირდება მედიაწიგნიერებასა და ციფრულ წიგნიერებას, კიბერუსაფრთხოებას, კიბერჰიგიენასა და პირადი სივრცის ხელშეუხებლობას.

საზოგადოებრივი აზრის უახლესი გამოკითხვის მიხედვით, მოსახლეობის 69% პოლიტიკასა და მიმდინარე მოვლენებზე ინფორმაციის პირველწყაროდ ასახელებს ტელევიზიას, ხოლო 24% - ინტერნეტს. ინტერნეტი ინფორმაციის მიღების მეორე წყაროა მოსახლეობის მეოთხედისთვის.¹⁰

დიაგრამა N1: ინფორმაციის წყაროები

წყარო: CRRC-საქართველო



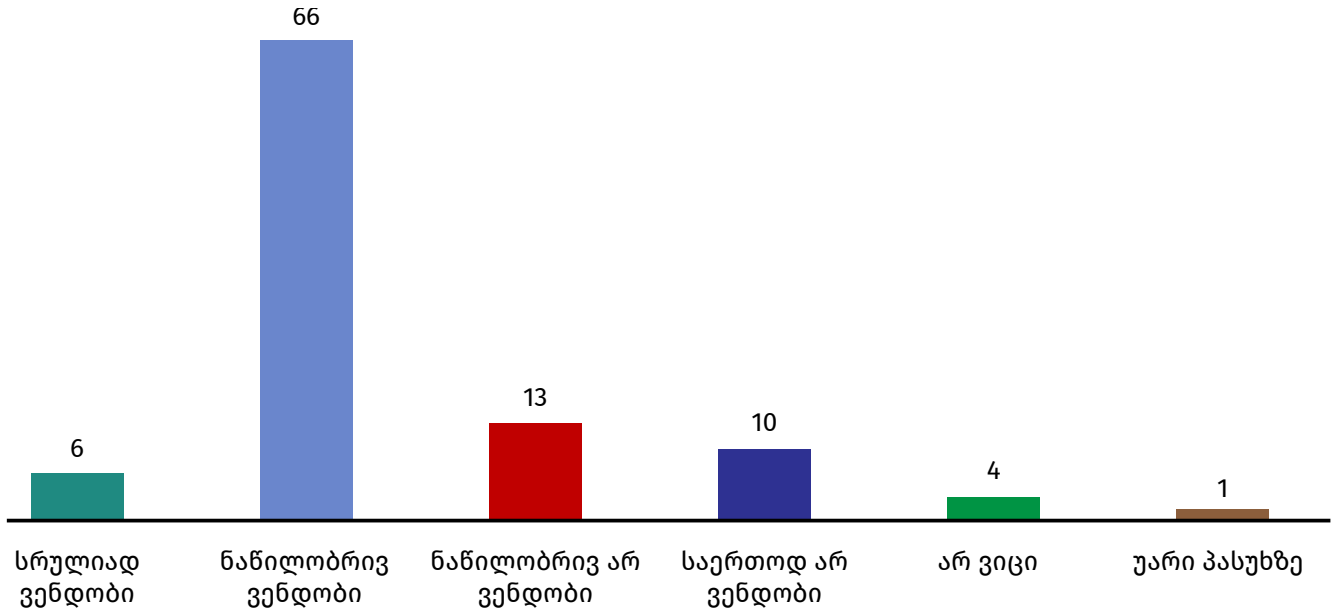
მოქალაქეთა უმრავლესობა (72 %) სრულად ან ნაწილობრივ ენდობა ქართულ მედიას.¹¹

¹⁰ კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი (CRRC-საქართველო): საზოგადოების განწყობა საქართველოში, 2019 წლის დეკემბრის გამოკითხვის შედეგები: <https://bit.ly/3oWBH6z>

¹¹ კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი (CRRC-საქართველო): საზოგადოების განწყობა საქართველოში, 2019 წლის დეკემბრის გამოკითხვის შედეგები: <https://bit.ly/3oWBH6z>

დიაგრამა N2: ნდობა ქართული მედიის მიმართ¹²

წყარო: CRRC-საქართველო



ინტერნეტმომხმარებელთა რაოდენობის მატებასთან ერთად, გაიზარდა სოციალური ქსელების მოხმარებაც, რომელთაგან საქართველოში ყველაზე ხშირად ფეისბუქი სახელდება.¹³

პრობლემური საკითხია ფეისბუქისა და სხვა სოციალური ქსელების ბოროტად გამოყენება: ამ პლატფორმებზე დარეგისტრირებული და კოორდინირებულად მოქმედი პირები და/ან ორგანიზაციები ხშირად ავრცელებენ არაავთენტიკურ, მადისკრედიტირებელ, მანიპულაციურ და მცდარ ინფორმაციას მომხმარებელთა შეცდომაში შესაყვანად. ამაზე მეტყველებს ისიც, რომ 2019¹⁴ და 2020¹⁵ წლებში ფეისბუქის ადმინისტრაციამ წაშალა 959 გვერდი, 203 ანგარიში, 141 ჯგუფი და ინსტაგრამის 118 ანგარიში. კომპანიის განცხადებით, ისინი დაკავშირებულნი იყვნენ პოლიტიკურ პარტიებთან და წინასაარჩევნოდ მიზნად ისახავდნენ ოპონენტთა დისკრედიტაციას.¹⁶

ასევე პრობლემაა ანტიდასავლური პროპაგანდა და დეზინფორმაცია უცხო ქვეყნების მხრიდან, რომელსაც სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახური ეროვნული ინტერესების საწინააღმდეგო ქმედებად მიიჩნევს.¹⁷ სოციოლოგიური კვლევის თანახმად, მოსახლეობის 10% თვლის, რომ რუსული სამხედრო აგრესიისა და აფხაზეთისა თუ სამხრეთ ოსეთის რეგიონების ოკუპაციის შემდეგ, ეროვნულ უსაფრთხოებას მნიშვნელოვან რისკს უქმნის რუსული პროპაგანდა.¹⁸

„საქართველოს ევროკავშირში ინტეგრაციის საგზაო რუკის“ თანახმად (საგარეო საქმეთა სამინისტრო,

12 კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი (CRRC - საქართველო): საზოგადოების განწყობა საქართველოში, 2019 წლის დეკემბრის გამოკითხვის შედეგები: <https://bit.ly/2XUXPSG>

13 Facebook users in Georgia from September 2018 to December 2020. Statista: <https://bit.ly/3sNXrDI>

14 Gleicher, Nathaniel (2019) Facebook: Removing Coordinated Inauthentic Behavior from Georgia, Vietnam and the US: <https://bit.ly/2XOKkna>

15 April 2020 Coordinated Inauthentic Behavior Report (2020): <https://bit.ly/3oXE60J>
 October 2020 Coordinated Inauthentic Behavior Report (2020): <https://bit.ly/2YRWIno>
 Facebook: April 2020 Coordinated Inauthentic Behavior Report (2020): <https://bit.ly/3oXE60J>

16 Freedom on the Net, 2019: Georgia. Freedom House: <https://bit.ly/361J450>
 Divisive narratives on Facebook during the 2018 Elections. ISFED: <https://bit.ly/3nWTLw3>

17 საქართველოს სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახურის ანგარიში (2017): <https://bit.ly/3nS1efP>
 „დეზინფორმაცია და პროპაგანდა - საფრთხე საქართველომაც აღიარა“, რადიო თავისუფლება (2019): <http://bit.ly/2Tdfwvk>

18 კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი (CRRC-საქართველო): საზოგადოების განწყობა საქართველოში, 2019 წლის აპრილის გამოკითხვის შედეგები, გვ. 44: <https://bit.ly/3qDpp3r>

2019), ქვეყანაში მუდმივად მიმდინარეობს რუსეთის ჰიბრიდული ომი;¹⁹ დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის საკითხებზე მომუშავე თემატური მოკვლევის ჯგუფის (საქართველოს პარლამენტის საგარეო ურთიერთობათა კომიტეტი) 2019 წლის ანგარიშის თანახმად კი, რუსეთთან აფილირებული მედიასუბიექტები, მათ შორის, სოციალურ მედიაში მოქმედი ჯგუფები/სააგენტოები, ხშირად ავრცელებენ დეზინფორმაციასა და მტრულ ნარატივს.²⁰ ეს მთელ რიგ გამონკვევებს ქმნის მოქალაქეთა ინფორმირებული არჩევანის კუთხით.²¹

ქვეყნის ორი დიდი რეგიონის (სამცხე-ჯავახეთი და ქვემო ქართლი) მოსახლეობის ნაწილისთვის ინფორმაციის მიღების ერთ-ერთი მთავარი წყაროა რუსულენოვანი მედია. მისი მოხმარების მაჩვენებელი პირდაპირ აისახება ეთნიკურ უმცირესობათა განწყობებსა და პოზიციებზე.²² თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ რუსულ მედიას უმეტესად მიმართავენ გასართობი გადაცემებისთვის და შედარებით ნაკლებად იყენებენ ახალი ამბების გასაგებად.

პროპაგანდისტული მედიაკამპანია და დეზინფორმაციული მუშაობა საქართველოს წინააღმდეგ მიმდინარე ჰიბრიდული ომის მნიშვნელოვან კომპონენტია. მისი მიზანია ანტიდასავლური განწყობების გაღვივება ქართულ საზოგადოებაში, საქართველოს საერთაშორისო იმიჯის შელახვა, საზოგადოების დემორალიზაცია და ეთნიკურ თუ რელიგიურ ნიადაგზე რადიკალიზაციის ხელშეწყობა, რაც, თავის მხრივ, ნაახალისებს საზოგადოებაში დეზინტეგრაციული პროცესების განვითარებას და აღრმავებს პოლარიზაციას.²³

მცდარი ინფორმაციის გავრცელებას შესაძლოა, პოლიტიკურის გარდა, ფინანსური მიზნებიც ჰქონდეს. შეცდომაში შემყვანი მასალა (clickbait), რომელიც შექმნილია ეკონომიკური მოგებისთვის აუდიტორიის ყურადღების მისაპყრობად, ასევე მოითხოვს კრიტიკულ შეფასებას მედიამომხმარებელთა მხრიდან და ციფრულ წიგნიერებას.

არ არსებობს კვლევები, რომლებიც სისტემურად შეისწავლის მოქალაქეებში მედიანიგნიერების დაბალი დონის განმსაზღვრელ ფაქტორებს, თუმცა შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ამ კუთხით, ქვეყნის წინაშე მდგარ გამოწვევებს შორისაა: ზოგადი განათლების დაბალი ხარისხი; ქვეყნის შიგნით ერთიანი სტრატეგიული ხედვისა და კომუნიკაციის ნაკლებობა პრობლემის აღმოსაფხვრელად; მოქალაქეთა დაბალი ცნობიერება არა მხოლოდ დეზინფორმაციის, არამედ კიბერუსაფრთხოების, პერსონალურ მონაცემთა დაცვისა და მედიანიგნიერებასთან დაკავშირებული სხვა კომპონენტების მიმართ; სუსტი თანამშრომლობა ძირითად აქტორებს შორის და ა.შ.

2.2. მედიანიგნიერების განვითარებასთან დაკავშირებული კანონმდებლობა, პოლიტიკა და სტრატეგიული დოკუმენტები საქართველოში

საქართველოს მთავრობა

2019-2020 წლების სამთავრობო პროგრამაში მედიანიგნიერებისა და ციფრული მოქალაქეობის პროგრამების დანერგვა განათლების მიმართულებით განსახორციელებელ რეფორმათა ნაწილია.²⁴

19 „საქართველოს ევროკავშირში ინტეგრაციის საგზაო რუკა“, საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო, 2019, გვ 30: საქართველოს ევროკავშირში ინტეგრაციის საგზაო რუკა (mfa.gov.ge)

20 აძინბაია ზვიად და დევედარიანი ჯაბა (2019), საქართველოს პარლამენტის საგარეო ურთიერთობათა კომიტეტის დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის საკითხების თემატური მოკვლევის ჯგუფის 2019 წლის ანგარიში, გვ. 17: <https://bit.ly/3sKwYHe>

21 ავალიშვილი ლევან; ლომთაძე გიორგი და ქევიშვილი სანდრო, „კრემლის საინფორმაციო ომი საქართველოს წინააღმდეგ: პროპაგანდასთან ბრძოლის სახელმწიფო პოლიტიკის აუცილებლობა.“ (2016). <https://bit.ly/2XS1cd7>

Christopher Paul and Miriam Matthews, The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model: <https://bit.ly/3oWdjBL>
Gvineria Shota (2019). “Tracking and Refuting Disinformation in Georgia. Social Media Monitoring and Analysis Final Report”: <https://bit.ly/3qybnQA>

Tughushi, Lasha; Meskhi, Ana & Ananishvili, Guram. “Disinformation resilience in Central and Eastern Europe”: <https://bit.ly/3szJedz>
Kapanadze, S. (2015). “Russia’s Soft Power in Georgia – A Carnivorous Plant in Action”: https://liia.lv/site/docs/LIIA_soft_power_book_web_layout.pdf

22 კინწურაშვილი თამარ, გელავა სოფო და ჩიტალაძე ანა, „საქართველოს ევროატლანტიკური ინტეგრაციის საკითხებზე უმცირესობებით დასახლებული რეგიონების ინფორმირება“ (2019): <https://bit.ly/39IEDNE>

23 Tsitsikashvili, Mariam (2019). „Comparing Lessons Learned from Countering Russian Disinformation in Georgia and the Czech Republic“: <https://bit.ly/3qK6bZT>

Zurabashvili, Tornike (2018). Russia’s Disinformation Activities and Counter-Measures. Lessons from Georgia: <https://bit.ly/39NPrU0>

24 საქართველოს მთავრობის სამთავრობო პროგრამა 2019-2020, გვ. 28: <https://bit.ly/2LR8YBI>

კომუნიკაციების კომისია

2017 წლის 23 დეკემბერს „მაუწყებლობის შესახებ“²⁵ და „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“²⁶ კანონებში შეტანილი ცვლილებების შესაბამისად, საქართველოში მედიანიგნიერების განვითარების ფუნქცია დაეკისრა კომუნიკაციების კომისიას (კანონის თანახმად, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია“). 2018 წლის 31 მაისს კომისიამ დაამტკიცა მედიანიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის სტრატეგია²⁷ და სამწლიანი სამოქმედო გეგმა.²⁸ სამოქმედო გეგმის თანახმად, კომისიას ეკისრება პასუხისმგებლობა, რომ:

- შეიმუშაოს მედიანიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის სტრატეგია და სამოქმედო გეგმა;
- ჩამოაყალიბოს მედიანიგნიერების საგანმანათლებლო და კვლევითი ცენტრი;
- შექმნას ეროვნული მედიანიგნიერების ქსელი და მისი მხარდამჭერი ვებგვერდი/ პლატფორმა, საჭიროებიდან გამომდინარე;
- გამოიყენოს კომისიის ხელთ არსებული ყველა სამართლებრივი მექანიზმი მედიანიგნიერების ხელშეწყობისათვის;
- კომისიის ბიუჯეტიდან გამოყოს სათანადო სახსრები და მოიძიოს გრანტებისა და დაფინანსების სხვა წყაროები მედიანიგნიერების ხელშეწყობისთვის;
- გამოიყენოს კომისიისთვის ხელმისაწვდომი ყველა სამართლებრივი მექანიზმი მედიანიგნიერების ხელშეწყობისათვის, რაც შეიძლება მოიცავდეს შემდეგ საკითხებსაც: ტრენინგპროგრამებისა და სამაუწყებლო სასწავლო-საგანმანათლებლო პროდუქტების შექმნა, სოციალური რეკლამის დამზადება და განთავსება, კონფერენციების ორგანიზება, დაინტერესებულ პირთა დისკუსიები და სხვა მიზნობრივი ღონისძიებები.
- საზოგადოებას მიაწოდოს ინფორმაცია ქვეყანაში მედიანიგნიერების დონეზე, გამონვევებსა და განვითარების შესაძლებლობებზე.²⁹

ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ კანონის“ მე-6-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის თანახმად:

„ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის ძირითად მიმართულებებს, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს (შემდგომში ეკონომიკის სამინისტრო) წინადადებათა გათვალისწინებით, შეიმუშავებს საქართველოს მთავრობა და დასამტკიცებლად წარუდგენს საქართველოს პარლამენტს.“³⁰

ეკონომიკის სამინისტრო, ტელეკომუნიკაციების საერთაშორისო კავშირის დახმარებით, მუშაობდა ეროვნულ სტრატეგიაზე, რომლის მთავარი მიზანია შესაბამის უწყებათა რესურსების გაერთიანება ქვეყანაში უსაფრთხო და უკეთესი ინტერნეტსივრცის შესაქმნელად;³¹ ასევე, ინტერნეტუსაფრთხოებასთან დაკავშირებული უნარ-ჩვევების ჩამოსაყალიბებლად ბავშვებში, მოზარდებში, მათ მშობლებსა და პედაგოგებში. ეს ხელს შეუწყობს ქვეყანაში „ციფრული ნიგნიერების“ დონის ამაღლებას.³²

ეკონომიკის სამინისტროს სამოქმედო გეგმა ონლაინუსაფრთხოების მიმართულებით მოიცავს საქართველოს ფართოზოლოვანი ქსელების განვითარების ეროვნულ სტრატეგიასა და სამოქმედო

25 საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“, მუხლი 1, პუნქტი 19(3): <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=59>

26 საქართველოს კანონი „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“, მუხლი 6, პუნქტი 4: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/29620?publication=36>

27 მედიანიგნიერების განვითარების ხელშეწყობა - სტრატეგია. კომუნიკაციების კომისია: <https://bit.ly/361F0BL>
„კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ საზოგადოებას მედიანიგნიერების სამოქმედო გეგმა და სტრატეგია წარუდგინა“: <https://bit.ly/39U1Jkl>

28 მედიანიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის სამოქმედო გეგმა, კომუნიკაციების კომისია: <https://bit.ly/3iyG1X3>

29 მედია ნიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის სამოქმედო გეგმა, გვ. 2: <https://bit.ly/3iyG1X3>

30 საქართველოს კანონი „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/29620?publication=36>

31 საქართველოში უსაფრთხო ინტერნეტის საერთაშორისო დღე აღინიშნა (05.02.2019): <http://www.economy.ge/?page=news&nw=1028>

32 ამ კვლევის გასაჯაროებისას შესაძლოა სტრატეგიაზე მუშაობა უკვე დასრულებული იყოს.

გეგმას 2020-2025 წლებისთვის.³³ სტრატეგიული ქსელების განვითარების ერთ-ერთი ამოცანაა, ხელი შეუწყოს მედიის სწორ გამოყენებას, ციფრული უნარებისა და წიგნიერების პროგრამებს და სახელმწიფო კამპანიებს ონლაინ უსაფრთხოების შესახებ, განსაკუთრებით, ახალგაზრდა თაობაში. ეს, თავისთავად, ხელს შეუწყობს ცნობიერების ამაღლებას კიბერუსაფრთხოებაზე.³⁴

განათლების სამინისტრო

ციფრული მოქალაქეობის, ასევე, მედიანიგნიერების უნარებისა და კომპეტენციების განვითარება ერთ-ერთი საგანმანათლებლო პრიორიტეტია საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების 2017-2021 წლების ერთიან სტრატეგიაში.³⁵ ზოგადი განათლების სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის მიზნების შესასრულებლად, საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო იყენებს ეროვნულ სასწავლო გეგმას. 2018-2024 წლების სასწავლო გეგმა³⁶ მედიანიგნიერებას გამჭოლ კომპეტენციად განიხილავს და, მოსწავლეებში მისი განვითარებისთვის, რეკომენდაციას უწევს განსხვავებული ბეჭდური თუ მულტიმედიური მასალების გამოყენებას სწავლების პროცესში. ამის მიზანია, მოსწავლეებმა შეძლონ საკითხის გააზრება და გამოყენება, ინფორმაციის გაფილტვრა და მიღებული ინფორმაციის კრიტიკულად შეფასება.

ამ კუთხით, მნიშვნელოვანია მასწავლებლის პროფესიული სტანდარტიც, რომელიც „ზოგადი განათლების შესახებ“³⁷ კანონის შესაბამისად განსაზღვრავს პედაგოგის პროფესიულ ცოდნას, უნარ-ჩვევებსა და ვალდებულებებს. სტანდარტი ასევე მიემართება საჭიროებას, რომ მასწავლებლებმა მოსწავლეებში აამაღლონ ციფრული მოქალაქეობა და მედიანიგნიერება.

სხვა დოკუმენტები

ქვემოთ ჩამოთვლილი რამდენიმე კანონი ასევე ითვალისწინებს მედიანიგნიერების საკითხებს. ესენია: საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“³⁸, რომელიც არეგულირებს ადამიანის უფლებათა დაცვის საკითხებს პერსონალურ მონაცემთა დამუშავებისას;³⁹ და საქართველოს კანონი „საავტორო დამოძიწნავე უფლებების შესახებ“⁴⁰ - იგი არეგულირებს ურთიერთობებს, რომლებიც უკავშირდება საავტორო უფლებებს (მეცნიერების, ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებთა შექმნა-გამოყენებისას), მოძიწნავე უფლებებს (შემსრულებლის, ფონოგრამის/ვიდეოგრამის მწარმოებლისა და მაუწყებლობის მოძიწნავე უფლებებთან დაკავშირებულ ურთიერთობებს), და მონაცემთა ბაზის შემქმნელთა უფლებებს.

33 საქართველოს მთავრობის განკარგულება N60 „საქართველოს ფართოზოლოვანი ქსელების განვითარების 2020-2025 წლების ეროვნული სტრატეგისა და მისი განხორციელების სამოქმედო გეგმის დამტკიცების შესახებ“: http://gov.ge/files/545_74851_576141_60.pdf

34 იხ. „აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში ციფრული ბაზრების ჰარმონიზაციის (HDM)“ პროექტი: <http://www.economy.ge/?page=projects&s=18>

უსაფრთხო ინტერნეტსივრცის უზრუნველყოფა: <http://www.economy.ge/?page=projects&s=18>

35 „საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების ერთიანი სტრატეგია 2017-2021-ის დამტკიცების შესახებ“, გვ. 21: https://mes.gov.ge/uploads/MESStrategy_2017-2021.pdf

36 ეროვნული სასწავლო გეგმა, მუხლი 8, პუნქტები 7, 9, 10: <https://bit.ly/38ZMnlv>

37 მასწავლებლის პროფესიული სტანდარტი, მუხლი 7, პუნქტი „ე“ და მუხლი 5, პუნქტი „დ“: <https://bit.ly/3bpwFIU>

38 საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1561437?publication=22>

39 კანონპროექტი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ შემუშავების პროცესშია, რაც ნიშნავს, რომ დღეს არსებული კანონი შეიცვლება. ახალი კანონპროექტი მიზნად ისახავს საქართველოს შესაბამისი კანონმდებლობის დაახლოებას ევროკავშირისა და ევროპის საბჭოს სტანდარტებთან.

40 საქართველოს კანონი „საავტორო და მოძიწნავე უფლებების შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/16198?publication=10>

3. კვლევის მეთოდოლოგია

3.1. მედიანიგნირების განმარტება

ამ კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, მედიანიგნირება განმარტა „მაუწყებლობის შესახებ“

კანონის თანახმად. კერძოდ, მედიანიგნირება არის:

„მხავადფეხოვანი მედიასაშუალებებისა და გვენოლოგიების, აგხეთვე ინტეხნეგის ეფექტიანი და უსაფხთხო გამოყენების, მათი მეშვეობით ინფოხმაციის შექმნის, მიღების, დამუშავებისა და გადაცემის, მის მიღებასა და გადაცემაში ინტეხაქტიუდი მონაწიდეობის და ინფოხმაციის აღქმის, გაგებისა და კიტიკუდი შეფასების, აგხეთვე მედიასპოდექციის (აუდიოვიზუალუდი გედეხადიოპოდექცია, ედექტოხონუდი და სოციალუდი მედიასპოდექცია, მათ შოხის, ფიდეები, მუსიკალუდი კლიპები, გამოსახუდეები, ვებგვეხდეები და სხვა პოდექცია) შინაახის და მხავადფეხოვანი მედიასპოდექციებისა და გვენოლოგიების შექმნის, მათი ბუნების, გამოყენებისა და ხეგუდეიების შესახებ სპეციალუდი ცოდნისა და უნახ-ჩვევების ეხთობდეობა.“⁴¹

მედიანიგნირების განვითარების სამიზნე აუდიტორიაში შედიან მოქალაქეები, რომლებსაც ციფრული ტექნოლოგიების ეპოქაში უსაჭიროებათ მედიის გარემოსა და შინაარსის კრიტიკულად აღქმა, მისი სწორად გამოყენება და ადეკვატური უკუკავშირის დამყარება.⁴²

ტერმინის განმარტებიდან გამომდინარე, ამ კვლევის სამიზნე ჯგუფად არ განიხილებიან ჟურნალისტები, რომელთათვისაც მედიანიგნირების საკითხების ცოდნა (მათ შორის, ფაქტების გადამონებისა და მედიის სწორად გამოყენების უნარები, ასევე, კიბერუსაფრთხოების საკითხები) პროფესიული მომზადების ნაწილია. სხვა სიტყვებით, ჟურნალისტებისთვის ეს ცოდნა პროფესიული სტანდარტია, ნორმა, და მედიანიგნირების საკითხებზე საუბარი მათთან საინტერესო იქნებოდა მხოლოდ ისეთ პროექტებთან კავშირში, რომლებიც აუმჯობესებს საზოგადოების მედიანიგნირების დონეს. შესაბამისად, კვლევამ მოიცვა რამდენიმე მედიასაშუალება, იმ მნიშვნელოვანი როლიდან გამომდინარე, რომელიც მათ შეიძლება ჰქონდეთ საზოგადოებაში მედიანიგნირების გაუმჯობესების კუთხით (დამატებით ინფორმაციისთვის, იხილეთ კვლევის მეთოდოლოგია და კვლევის მონაწილეთა შერჩევა).

მოქალაქეთა შორის მედიანიგნირების უნარების გაზრდა ხელს შეუწყობს მაღალი პასუხისმგებლობის განვითარებას მედიაში, შეამცირებს მოქალაქეთა მოწყვლადობას სხვადასხვა ყალბი ამბისა თუ დეზინფორმაციის წინაშე, განავითარებს ცოდნის ეკონომიკას და უზრუნველყოფს მოქალაქეთა ჩართულობას სხვადასხვა პროცესში, რომლებიც აუცილებელია დემოკრატიული სახელმწიფოსთვის.

3.2. კვლევის საგანი

მედიანიგნირებისთვის ტრადიციულად მნიშვნელოვანი საკითხების გარდა (მაგ: კრიტიკული აზროვნება და კიბერუსაფრთხოება), კვლევა ფოკუსირებულია მედიანიგნირების უნარების განვითარებაზე, როგორცაა ინფორმაციის ანალიზი და შეფასება, ფაქტების გადამონება და შინაარსის შექმნა ღია წყაროთა ინსტრუმენტებით. ეს, თავის მხრივ, მოქალაქეებს ეხმარება, რომ გაერკვნენ ცვლად და რთულ მედიაგარემოში; ასევე, ხელს უწყობს ზოგადად დემოკრატიის განვითარებას ქვეყანაში.

კვლევის მიზანი იყო: ქვეყანაში მედიანიგნირების სფეროში არსებული მდგომარეობის შესწავლა; ძირითადი აქტორების, საუკეთესო პრაქტიკებისა და საჭიროებების გამოვლენა; ასევე, ერთიანი

⁴¹ საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“; მე-2 მუხლის 19(3) ქვეპუნქტი: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=59>

⁴² Chapman, Martina. „Mapping of media literacy practices and actions in EU-28.“ European Audiovisual Observatory (2016): <https://rm.coe.int/1680783500>

Tomljenović, Robert. Regulatory Authorities for Electronic Media and Media Literacy comparative Analysis of the Best European Practices: <https://bit.ly/362heWn>

პლატფორმის შექმნის მნიშვნელობისა და საჭიროების განსაზღვრა სფეროს ძირითად მოთამაშეებს შორის შესაძლო თანამშრომლობისთვის.

3.3 კვლევის მონაწილეთა შერჩევა

კვლევის სამიზნე აუდიტორიად შეირჩენ საქართველოში მედიანიგნიერების სფეროში მომუშავე ორგანიზაციები: სახელმწიფო სტრუქტურები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, დონორი ორგანიზაციები და კერძო/საჯარო უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებები.⁴³ ამ აქტორთა შერჩევისას გათვალისწინებული იყო შესაბამისი კრიტერიუმები, კერძოდ:

1. საჯარო და სამთავრობო სტრუქტურების შემთხვევაში - ამ ორგანიზაციების როლი და ადგილი მედიანიგნიერების პოლიტიკისა და სტრატეგიის განსაზღვრაში; ასევე, გამოცდილება მედიანიგნიერების კონკრეტული პროექტების განხორციელების კუთხით;
2. საჯარო და კერძო უმაღლესი სასწავლო დაწესებულებები (როგორც დედაქალაქში, ასევე რეგიონებში) შეირჩა მათ კურიკულუმებში წარმოდგენილი მედიანიგნიერების საკითხების ან იმგვარი პროგრამების საფუძველზე, რომლებიც უშუალოდ უკავშირდებოდა აღნიშნულ სფეროს, ასევე, მედიანიგნიერების კომპეტენციების გაუმჯობესებას სტუდენტებში.
3. არასამთავრობო ორგანიზაციები შეირჩა ამ სფეროში მათი როლისა და მათ მიერ განხორციელებული პროექტების საფუძველზე; კვლევის შედეგების რედაქტირებისას, დოკუმენტს დაემატა ერთი ორგანიზაცია, რომელიც მართავს ონლაინპლატფორმას კიბერბულინგის თემზე ცნობიერების ასამაღლებლად.
4. დონორებს შორის კვლევამ მოიცვა ისეთი ორგანიზაციები, რომლებსაც დაფინანსებული ჰქონდათ მსგავსი პროექტები და/ან რომლებიც აფინანსებდნენ მედიანიგნიერების მიმდინარე პროექტებს.
5. კვლევაში ასევე მონაწილეობდა ორი მედიასაშუალება - საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი და რუსულენოვანი ტელევიზია TOK TV. საზოგადოებრივ მაუწყებელს ევალება, რომ საზოგადოებას შესთავაზოს მედიანიგნიერების დონის გაუმჯობესებაზე ორიენტირებული პროგრამები. რუსულენოვანი ტელევიზია TOK TV კი მაუწყებლობს სამცხე-ჯავახეთში, სადაც მოსახლეობის 50%-ზე მეტი ეთნიკურად სომეხია⁴⁴ და ინფორმაციის მთავარი წყაროა რუსულენოვანი მედია. კვლევის შედეგების რედაქტირებისას, დოკუმენტს დაემატა მესამე საშუალება - მედიაპლატფორმა on.ge, რომელმაც შექმნა მედიანიგნიერებაზე ორიენტირებული ახალი ონლაინთამაში.

საერთო ჯამში, კვლევამ მოიცვა 28 ორგანიზაცია. ცხადია, ეს არ გამოირიცხავს სხვა ორგანიზაციათა არსებობას, რომლებიც კვლევაში ვერ მოხვდნენ, თუმცა სხვადასხვა აქტივობას ახორციელებენ მედიანიგნიერების განვითარებისათვის.

3.4. მონაცემთა შეგროვება

მონაცემები შეგროვდა ე.წ. სტანდარტული კითხვარისა⁴⁵ და ჩაღრმავებული ინტერვიუს გამოყენებით, 2019 წლის ოქტომბრიდან 2020 წლის თებერვლამდე.

კვლევის წარმოდგენილი მეთოდოლოგია, მათ შორის, სტანდარტული კითხვარი, საფუძვლად დაედო კვლევას „მედიანიგნიერების პრაქტიკისა და აქტივობების შესწავლა ევროკავშირის 28 ქვეყანაში“⁴⁶, რომლის მიზანი გახლდათ: მედიანიგნიერების გაძლიერებაზე მიმართული პროგრამებისა და აქტივობების შესწავლა; მედიანიგნიერების სფეროში არსებული მთავარი მოთამაშეებისა და პროგრამების იდენტიფიცირება; ასევე, იმ აუდიტორიებისა და უნარ-ჩვევების გამოვლენა, რომელთა განვითარებაზეც არიან ორიენტირებულნი მედიანიგნიერების სფეროში მომუშავე ორგანიზაციები.

43 კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციების სია მოცემულია N1 დანართის სახით.

44 მოსახლეობის 2014 წლის საყოველთაო აღწერა: მოსახლეობის განაწილება რეგიონებისა და ეროვნებების მიხედვით: <http://census.ge/ge/results/census1/demo>

45 იხ. დანართი II.

46 Chapman, Martina. „Mapping of media literacy practices and actions in EU-28.” European Audiovisual Observatory (2016): <https://rm.coe.int/1680783500>

კვლევა განახლდა 2021 წლის იანვარში და მოიცვა სამაგიდო კვლევა და მედიანიგნიერების სფეროში უკვე იდენტიფიცირებული ძირითადი აქტორების გამოკითხვა (ჩაღრმავებული ინტერვიუების გარეშე).

სამაგიდო კვლევა

ინტერვიუებამდე ჩატარდა მედიანიგნიერების კანონმდებლობისა და პოლიტიკის დოკუმენტების ე.წ. სამაგიდო კვლევა. კერძოდ, კვლევის ფარგლებში შეისწავლეს: საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“, საქართველოს კანონი „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“, სამთავრობო პროგრამა 2019-2020, კომუნიკაციების კომისიის მედიანიგნიერების განვითარების ხელშეწყობის სტრატეგია და სამოქმედო გეგმა, განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს 2017-2021 წლების ერთიანი სტრატეგია, ეროვნული სასწავლო გეგმა, მასწავლებლის პროფესიული სტანდარტი, საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ და სხვა დოკუმენტები, რომლებიც შეეხებოდა მედიანიგნიერების განვითარებას.

კითხვარი და ჩაღრმავებული ინტერვიუ

კითხვარი

კვლევის ფარგლებში გამოყენებული იყო ე.წ. სტანდარტული კითხვარი,⁴⁷ რომელიც ითვალისწინებდა ინფორმაციის შეგროვება-გაანალიზებასა და საჭიროებათა გამოკვეთას. კვლევისთვის მნიშვნელოვანი იყო: ინფორმაცია მიმდინარე პროექტების ტიპებზე; უნარები, რომელთა გამომუშავებაც ორიენტირებულია ესა თუ ის პროექტი; იმ სექტორების გამოვლენა, რომლებშიც მუშაობენ მედიანიგნიერების სფეროში ჩართული ორგანიზაციები; პროექტის გეოგრაფიული არეალი; და რატომ არის ის მნიშვნელოვანი.

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციების მიერ შესაბამისი **სექტორის** მისათითებლად, TTT5 კითხვარი ითვალისწინებდა შემდეგ კატეგორიებს:

- საგანმანათლებლო დაწესებულება
- აუდიოვიზუალური პროდუქციის მიმწოდებელი
- საჯარო სტრუქტურა
- მედიის მარეგულირებელი
- ონლაინპლატფორმა
- სამოქალაქო საზოგადოება
- სექტორთაშორისი თანამშრომლობა
- სხვა

ზემოთ ჩამოთვლილი სექტორებიდან რესპონდენტებს მხოლოდ ერთის არჩევა შეეძლოთ, რათა არ მომხდარიყო ერთი და იმავე აქტივობის დუბლირება, ასევე, გამოკვეთილიყო მედიანიგნიერების სფეროში დომინანტური სექტორი. თუ ჩამონათვალში არ იყო შესაბამისი გრაფა, რესპონდენტს შეეძლო, აერჩია კატეგორია „სხვა“ და მიეთითებინა შესაბამისი სექტორი. თუ აქტივობა ერთზე მეტ სექტორს მოიცავდა, რესპონდენტს შეეძლო, აერჩია „სექტორთაშორისი თანამშრომლობა“.

პროექტის **ტიპის** აღნიშვნისას, რესპონდენტებმა გამოიყენეს შემდეგი კატეგორიები:

- **კვლევა** - მედიანიგნიერების საკითხებთან დაკავშირებული კვლევები, რომლებიც გამოქვეყნდა, ან რომლებსაც ფართოდ იყენებენ მედიანიგნიერების საკითხებზე მომუშავე პრაქტიკოსები.
- **რესურსები** - სატელევიზიო გადაცემები, ელექტრონულად გამოქვეყნებული მასალები, საინფორმაციო ლიფტეტები, ვიდეო/აუდიო მასალები, საგაკვეთილო გეგმები, კურიკულუმები, მოდულები, ვებგვერდები ან ნებისმიერ სხვა რამ, რაც უკავშირდება მედიანიგნიერების საკითხებს.
- **კამპანიები** - როგორც წესი, უკავშირდება ცნობიერების ამაღლებასა და სასურველი ქცევის მიღწევას. ჩვეულებრივ, კამპანიას ახლავს მოწოდება კონკრეტული ქმედებისკენ, როგორცაა „გააზიარე გონივრულად!“ ანდა „იცოდე, როგორ გადაამოწმო ონლაინინფორმაციის

47 კითხვარი მოცემულია II დანართში.

სისწორე“. კამპანიები შეიძლება ხორციელდებოდეს ერთზე მეტი პირის მიერ და მოიცავდეს სატელევიზიო/რადიო/ონლაინ და/ან სხვა საკომუნიკაციო არხებს.

- **დაფინანსება** - მედიანიგნიერებასთან დაკავშირებული აქტივობების დაფინანსება შეიძლება შემოთავაზებული იყოს გრანტის, ღია კონკურსის, ან ტენდერში მონაწილეობის სახით.
- **ურთიერთთანამშრომლობის პლატფორმა** - მედიანიგნიერების საკითხებთან დაკავშირებული კონფერენციები, სემინარები, შეხვედრები, ონლაინ და ოფლაინ ფორუმები, მონაცემთა ბაზები, საინფორმაციო ფურცლები და ა.შ.
- **პოლიტიკის განვითარება** - კონსულტაციები, ანგარიშები და რეკომენდაციები მედიანიგნიერების დონის გასაუმჯობესებლად.
- **მოქალაქეთა ჩართულობაზე ორიენტირებული აქტივობა** - პროექტები, რომლებიც ფოკუსირებულია უშუალოდ მოქალაქეთა ჩართულობაზე, ინფორმაციის მიწოდებასა და მოქალაქეებთან პირისპირ მუშაობაზე (ტელეფონით ან ონლაინ).
- **სხვა** - თუ პროექტი არ აკმაყოფილებს ზემოთ აღწერილ არცერთ ტიპს, რესპონდენტები მიუთითებენ კატეგორიას „სხვა“.

ზოგიერთი პროექტი აკმაყოფილებდა ერთზე მეტ კატეგორიას (მაგ: რესურსები და კამპანიები; კამპანიები და მოქალაქეთა ჩართულობაზე ორიენტირებული აქტივობა; ან კვლევა და რესურსები). ასეთ შემთხვევებში, რესპონდენტები ირჩევდნენ ყველაზე შესაფერის კატეგორიას, რამაც შეიძლება გავლენა იქონია წარმოდგენილი პროექტების ტიპების რაოდენობრივ მაჩვენებელზე. თუმცა, ასეთი შეზღუდვა საჭირო იყო იმისთვის, რომ აგვერიდებინა აქტივობათა დუბლირება, ასევე, ზუსტად ასახულიყო აქტივობის უპირველესი მიზანი.

კითხვარის თანახმად, რესპონდენტებს 5 კატეგორიიდან უნდა შეერჩიათ, კონკრეტულად რომელ უნარს ავითარებდა მათ მიერ განხორციელებული პროექტი და/ან აქტივობა. ამ შემთხვევაშიც, რესპონდენტებს უნდა გამოეყოთ მხოლოდ ერთი მთავარი უნარი, რომლის გამომუშავებაც იყო კონკრეტულ სამიზნე აუდიტორიაზე ფოკუსირებული პროექტის/აქტივობის მთავარი მიზანი. მედიანიგნიერების უნარების აღწერისას გამოყენებული იყო შემდეგი კატეგორიები:

- **შემოქმედებითობა** - მედიის შინაარსის შექმნა, აწყობა და გენერირება;
- **კრიტიკული აზროვნება** - მედიანიდუსტრიის მუშაობის, ასევე, მედიაგზავნილების შექმნის წესებისა და პრინციპების გაგება; მედიის შინაარსის შემქმნელთა მოტივაციის სკეპტიკურად აღქმა, რათა ინფორმირებული არჩევანი გავაკეთოთ ამ კონტენტის შერჩევისა და გამოყენებისას; სხვადასხვა ტიპის მედიის შინაარსის ამოცნობა და მისი სანდოობისა და ფაქტობრიობის შეფასება; ონლაინუსაფრთხოების რისკების ამოცნობა და მართვა.
- **ინტერკულტურული დიალოგი** - რადიკალიზაციისა და სიძულვილის ენის კრიტიკული შეფასება.
- **მედიის სწორი გამოყენების უნარი** - მედიის კონტენტისა თუ სერვისების ძებნის, პოვნისა და გამოყენების, ასევე, შესაბამისი ნავიგაციის შესაძლებლობები.
- **მონაწილეობა და ინტერაქცია** - მედიის საშუალებით საზოგადოების ჩართულობა და მონაწილეობა პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, სოციალურ, შემოქმედებით და კულტურულ ცხოვრებაში; დემოკრატიული მონაწილეობისა და ფუნდამენტური უფლებების ხელშეწყობა.
- **სხვა** - თუ პროექტი არ ავითარებს ზემოთ აღწერილ არცერთ უნარს, მიუთითეთ კატეგორია „სხვა“.

გარდა ამისა, კითხვარი მიზნად ისახავდა ინფორმაციის შეგროვებას ისეთ საკითხებზე, როგორცაა: აქტივობის (პროგრამა, პროექტი და ა.შ.) შინაარსი, მიზნობრივი აუდიტორია, კონკრეტული შედეგები, ბიუჯეტი და ა.შ.

ჩაღრმავებული ინტერვიუ

ჩაღრმავებული ინტერვიუს დროს რესპონდენტთაგან მიღებული ინფორმაცია მოიცავდა შემდეგ საკითხებს: მედიანიგნიერების კუთხით ქვეყანაში არსებული გამოწვევებისა და საჭიროებების შეფასება; სხვადასხვა აქტორის მხრიდან დანახული გადაჭრის გზების გამოვლენა; იმ მექანიზმების იდენტიფიცირება, რომლებიც მიმართულია არსებული და პოტენციური გამოწვევების აღმოფხვრაზე. გარდა ამისა, შეკითხვების დიდი ნაწილი ეხებოდა ამ პროექტის ფარგლებში დაგეგმილი მედიანიგნიერების ქსელის საჭიროების განსაზღვრას.

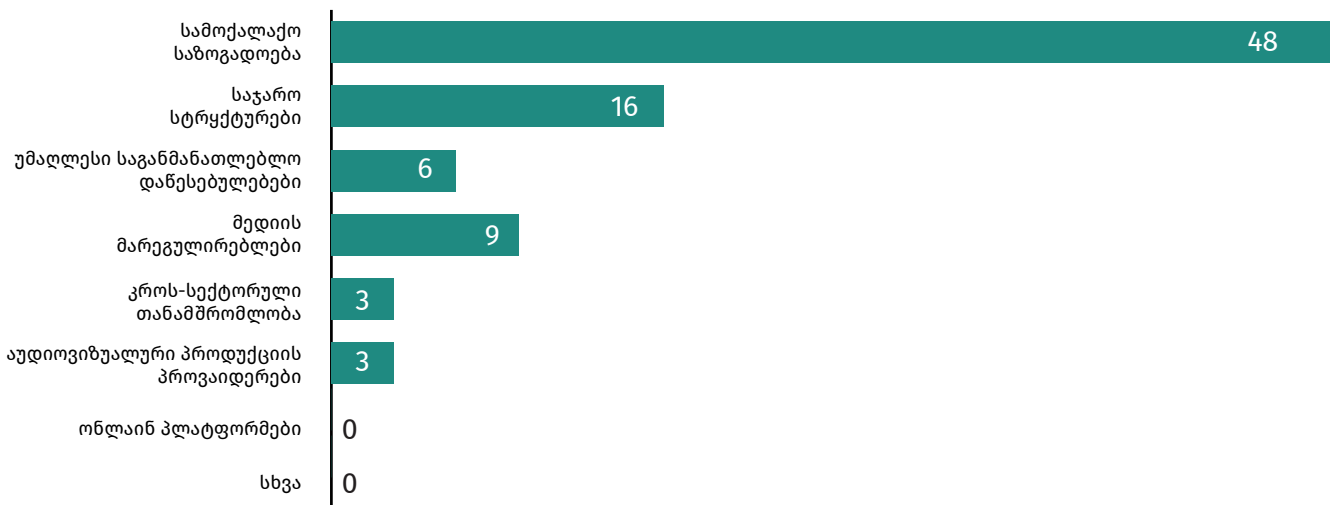
4. კვლევის შედეგები და მათი ანალიზი

4.1. სექტორები

საქართველოში მედიანიგნიერების აქტივობები გამოვლინდა ოთხ ძირითად სექტორში, სადაც განხორციელდა რიგი მნიშვნელოვანი პროექტები (დიაგრამა N3):

- სამოქალაქო საზოგადოება (48)
- საჯარო უწყებები (16)
- უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებები (6)
- მედიის მარეგულირებელი (9)
- სექტორთაშორისი თანამშრომლობა (3)
- და აუდიოვიზუალური პროდუქციის მიმწოდებლები (3)

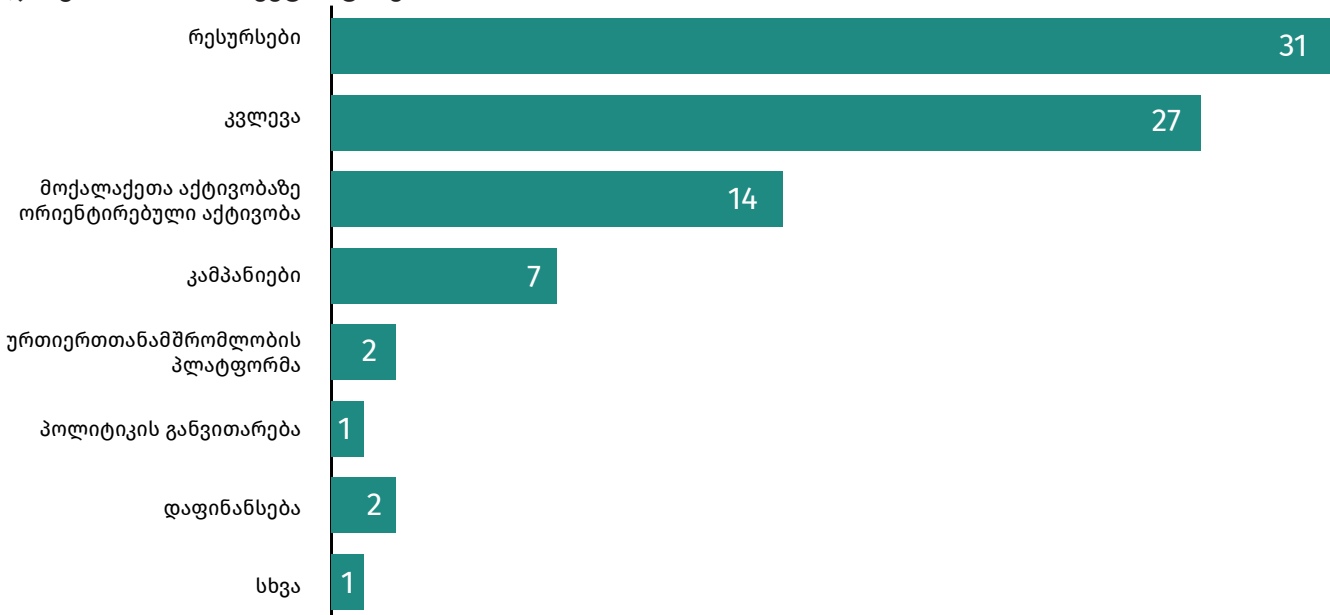
დიაგრამა N3. კვლევის შედეგად იდენტიფიცირებული 85 პროექტის კლასიფიკაცია სექტორების მიხედვით:



4.2. პროექტის ტიპები

ქვემოთ მოცემული დიაგრამა N4 აჩვენებს პროექტების, პროგრამებისა და სხვა აქტივობების ტიპებს, რომლებიც საქართველოში 2017 წლის ბოლოდან განხორციელდა და მიმართული იყო მედიანიგნიერების უნარ-ჩვევების გაძლიერებაზე.

დიაგრამა N4.: პროექტის ტიპები



ყველაზე ხშირია პროექტები, რომლებიც მოიცავს რესურსების შექმნას, არსებული რესურსების ადგილობრივ საჭიროებებზე მორგებას (31) და კვლევებს (27).

შედარებით ნაკლებია პროექტები, რომლებიც მიემართება მოქალაქეთა აქტივობას (14) და საინფორმაციო კამპანიების წარმოებას (7). საკმაოდ შეზღუდულია იმ პროექტების რაოდენობა, რომლებიც ფოკუსირებულია მედიანიგნიერების სფეროს ზოგადი პოლიტიკის შემუშავებაზე (1).

ქვემოთ მოყვანილია სხვადასხვა ორგანიზაციის მიერ განხორციელებულ პროექტთა მაგალითები მათი ტიპების მიხედვით. ეს არ არის ამომწურავი ჩამონათვალი საქართველოსთვის - საკითხის საილუსტრაციოდ შერჩეულია მხოლოდ რამდენიმე მნიშვნელოვანი პროექტი. სრული სია შეგიძლიათ იხილოთ დანართის სახით.⁴⁸

რესურსები

კომუნიკაციების კომისია⁴⁹, რომელიც პასუხისმგებელია ქვეყანაში მედიანიგნიერების პოლიტიკის განვითარებაზე ააიპ მედიააკადემიასთან თანამშრომლობით განხორციელებული პროექტების ფარგლებში, ორიენტირებულია ისეთი რესურსების შექმნაზე, რომლებიც ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლებს, სკოლის მოსწავლეებსა და სტუდენტებს დაეხმარება მედიანიგნიერების სხვადასხვა უნარის გამომუშავებაში. მაგალითად, „თავგადასავალი პროგრამირების სამყაროში“ და „მოგზაურობა კომპიუტერში“ - წიგნების სერიიდან „გამარჯობა რუბი“ - მოსწავლეებს მხარს უჭერს პროგრამირებისა და კომპიუტერულ მეცნიერებათა საფუძვლების დაუფლებაში. ამასთან, „გამარჯობა რუბი“ მოსწავლეებს ხელს უწყობს კრიტიკული და ანალიტიკური აზროვნების განვითარებაშიც. ააიპ მედიააკადემიასთან თანამშრომლობით შექმნილი წიგნების ზემოხსენებული სერია კომუნიკაციების კომისიამ, განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროსთან ერთად, საქართველოს საჯარო და კერძო სკოლებში შეიტანა განათლების ახალი რეფორმის ფარგლებში (სულ 5 სკოლაში 2019 წელს). 2020 წელს დამატებით მოიპოვა ლიცენზია და დაბეჭდა 3000 წიგნი, რომლებიც დაემატა არსებულ სკოლებს. ამასთან, კომისიის დახმარებით, ერთ-ერთ საჯარო სკოლაში „გამარჯობა რუბი“ სავალდებულო საგანი გახდა. კომუნიკაციების კომისიასთან თანამშრომლობით, ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტმა (BTU) დაიწყო ახალი საგნის სწავლება - „ციფრული წიგნიერება და კიბერეთიკა“.

კომისიამ ცალკე სასწავლო რესურსები შექმნა ეთნიკური უმცირესობების, სტუდენტებისა და მოსწავლეებისთვისაც და მათი მეშვეობით ატარებს ტრენინგებს/სასწავლო სემინარებს ამ ჯგუფებში, როგორც დამოუკიდებლად, ასევე კონკრეტული კონკურსის ფარგლებში (მაგ: „ნამდვილი თუ მოგონილი“ და ა.შ.).

მედიანიგნიერების განვითარების რესურსად მიიჩნევენ მედიააკადემია თავის ერთ-ერთ პროექტს - მედიაკრიტიკის პლატფორმა (mediacritic.ge), რომლის მიმართაც ამ სფეროში აზრთა სხვადასხვაობაა.⁵⁰ ვებგვერდის მიხედვით, ახალი პლატფორმის მიზანია საზოგადოებისთვის პროფესიული და კვალიფიციური ანალიზის მიწოდება; ინფორმაციის კრიტიკული აღქმისა და, საბოლოო ჯამში, გააზრებული, ინფორმირებული არჩევანის ხელშეწყობა;⁵¹ ასევე, ჟურნალისტთა პროფესიული განვითარების მხარდაჭერა და გიდის როლის შესრულება მაყურებელსა და მედიას შორის.⁵²

მასწავლებელთა პროფესიული განვითარების ეროვნული ცენტრის მხარდაჭერით გამოიცემა ბეჭდური და ონლაინ-ჟურნალი „მასწავლებელი“⁵³, სადაც ჯამში 45-ზე მეტი სტატია დაეთმო მედიანიგნიერებას. 2020 წელს ცენტრმა, ევროპის საბჭოს განათლების დეპარტამენტთან პარტნიორობის ფარგლებში, თარგმნა „ციფრული მოქალაქეობის განათლების სახელმძღვანელო“;⁵⁴ ასევე, შეიმუშავა „მშობელთა გზამკვლევი ციფრულ სამყაროში“, რომელიც მშობლებს აძლევს რჩევებს ისეთ საკითხებზე, როგორიცაა

48 იხ. დანართი III.

49 კომუნიკაციების კომისიის 2018 წლის ანგარიში: <https://bit.ly/3a6rFct>

50 იხ. ქვემოთ, გვ. 39.

51 mediacritic.ge: <https://bit.ly/3bVqXlb>

52 mediacritic.ge: <https://bit.ly/3bVqXlb>

53 ბეჭდური და ონლაინ-ჟურნალი „მასწავლებელი“: http://mastsavlebeli.ge/?page_id=52

54 <https://bit.ly/3k6fm55>

უსაფრთხო ციფრული გარემოს შექმნა ტექნოლოგიების ეპოქაში.

მონაცემთა გაცვლის სააგენტოს მიერ (რომელიც 2020 წლის პირველი ნახევრის ჩათვლით ფუნქციონირებდა) განხორციელებული პროექტები ძირითადად ორიენტირებული იყო კიბერუსაფრთხოების საკითხებზე. სააგენტო მართავდა პორტალს CyberLab.tech,⁵⁵ რომლის მიზანიც გახლდათ კიბერინციდენტების გამოვლენა, ასევე, მათზე რეაგირებისთვის საჭირო პრაქტიკული უნარების გაღრმავება საინფორმაციო ტექნოლოგიების (IT) სფეროს სტუდენტებისა და პრაქტიკოსებისთვის.

მედიის განვითარების ფონდმა მნიშვნელოვანი რესურსები შექმნა სკოლებში MIL-ისა (მედიისა და ინფორმაციული წიგნიერების პროგრამა) და MilLab-ის (მედიისა და ინფორმაციული წიგნიერების ლაბორატორია) ონლაინპლატფორმის⁵⁶ სახით, სადაც თავმოყრილია სასწავლო მასალები, თამაშები, სავარჯიშოები და პრაქტიკული მაგალითები. ეს მასალები დაინტერესებულ აუდიტორიას ეხმარება UNESCO-ს 5 ძირითადი უნარისა (ანალიზი, შეფასება, ხელმისაწვდომობა, შექმნა, რეფლექსია) და კრიტიკული აზროვნების განვითარებაში, ასევე, მედიის სწორად გამოყენებაში. ხელმისაწვდომი რესურსები მოიცავს შემდეგ საკითხებს: მედია და ინფორმაცია; პროპაგანდა და ვერიფიკაცია; გამჭვირვალობა; სიძულვილის ენა; კიბერუსაფრთხოება და პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობა/პერსონალური მონაცემები; ონლაინთამაშები, რომლებიც მნიშვნელოვანია სხვადასხვა უნარის განვითარებისთვის. პროგრამამ „მედია და ინფორმაციული წიგნიერება“ (MIL) მოიცვა საქართველოს თითქმის ყველა დიდი ქალაქი და უმცირესობებით კომპაქტურად დასახლებული რეგიონები. მის ფარგლებში საშუალო სკოლის მასწავლებლებს შესაძლებლობა ჰქონდათ, გასცნობოდნენ მედიანიგნიერების სწავლების კურიკულუმს და პროგრამა დაენერგათ საკუთარ სკოლებშიც.

საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიამ შექმნა უფროსკლასელთა დამხმარე სასკოლო რესურსი, რომელიც მოზარდებს ეხმარება მედიის წერილობითი, აუდიო და ვიზუალური ტექსტების კრიტიკულად აღქმასა და სწორად გამოყენებაში.⁵⁷ სახელმძღვანელო UNICEF-ის კოსოვოს ოფისის მიერ განხორციელებული პროგრამის - PONDER-ის ადაპტირებული (ქართულ რეალობაზე მორგებული) ვერსიას.

ინფორმაციის თავისუფლებისა და განვითარების ინსტიტუტის (IDFI) პროექტის ფარგლებში - „ციფრული წიგნიერება და ინტერნეტის თავისუფლება საქართველოში“⁵⁸ - მომზადდა სახელმძღვანელოები კიბერუსაფრთხოების თემაზე. ხელმისაწვდომი რესურსები მოიცავს კიბერუსაფრთხოებასთან დაკავშირებულ საკითხებს, რომელთა შორისაც არის ინტერნეტისა და სოციალური ქსელების უსაფრთხო გამოყენება, პერსონალური მონაცემები, კიბერბულინგი და სხვა.

კვლევა

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს კვლევა სახელწოდებით „საქართველოში ონლაინუსაფრთხოების შეფასების ანგარიში“ საფუძვლად დაედო საქართველოს ფართოზოლოვანი ქსელების განვითარების 2020-2025 წლების ეროვნულ სტრატეგიასა და სამოქმედო გეგმას.

ატლანტიკური საბჭოს ციფრული გამოძიების კვლევის ლაბორატორიამ (DFR Lab), სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოებამ (ISFED) და მედიის განვითარების ფონდმა (MDF) რამდენიმე კვლევა ჩაატარეს მედიანიგნიერებისა და კიბერუსაფრთხოების საკითხებზე.⁵⁹ მათ შორისაა კვლევები, რომლებიც უკავშირდება ონლაინ სადებინფორმაციო კამპანიებს ხელისუფლების

55 კიბერლაბორატორია: კიბერუსაფრთხოების საკითხებში რეალური ცოდნის დისტანციურად მიღების შესაძლებლობა: <https://cyber-lab.tech/>

56 მედიისა და ინფორმაციული წიგნიერების ლაბორატორია (MilLab): <http://millab.ge/ka/>

57 ძველიშვილი ნატა, ჯაფიაშვილი ნინო, კუპრაშვილი ნათია და დანელია ნინო, „მედიანიგნიერების სახელმძღვანელო“ (2018): <https://uni.cf/3o70rHY>

58 <https://idfi.ge/ge/cybersecurity>

59 Buziashvili, Eto. “Atlantic Council’s Digital Forensic Research Lab: Georgians Gripped by Generated Graphics” (2019). Medium.com: <https://bit.ly/2KAHjnU>

Buziashvili, Eto and Kanishk Karan. “Cyberattack knocks out Georgian websites with a surprise” (2019): Medium.com: <https://bit.ly/361NrNI>
სოციალური მედიის მონიტორინგი. სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება (ISFED): <https://bit.ly/3qEYU23>

მიმართ კრიტიკულად განწყობილი ჯგუფების წინააღმდეგ⁶⁰, ანტიდასავლურ ნარატივებს⁶¹ და ქსენოფობიურ თუ ჰომოფობიურ საინფორმაციო კამპანიებს, რომლებიც სიძულვილის ენას იყენებენ მოწყვლადი ჯგუფების მიმართ.⁶² გამოკვლეულია ციფრული უსაფრთხოების საკითხებიც.

ატლანტიკური საბჭოს ციფრული გამოძიების კვლევის ლაბორატორია (DFR Lab) მონაწილეობდა ოთხ კვლევით პროექტში: ერთი განხორციელდა i.ge-სთან პარტნიორობით; მეორე - ისეთ ორგანიზაციებთან ერთად, როგორცაა უსაფრთხოების პოლიტიკის ევროპული ღირებულებების ცენტრი (European Values Center for Security Policy), საქართველოს რეფორმების ცენტრი, მედიის განვითარების ფონდი და სამოქალაქო იდეის პლატფორმა; მესამე კვლევას ახორციელებს ატლანტიკური საბჭოს ორი ცენტრი: ციფრული გამოძიების კვლევის ლაბორატორია და ევრაზიის ცენტრი. პროექტი ძირითადად ეხება საქართველოს 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნებთან დაკავშირებულ დეზინფორმაციულ კამპანიებს სოციალურ მედიაში: კერძოდ, როგორ ცდილობდნენ ამომრჩეველზე ზეგავლენას შიდა აქტორები და კრემლი საინფორმაციო ოპერაციების მეშვეობით. მეოთხე კვლევითი პროექტი ხორციელდება Zink-ის კონსორციუმთან თანამშრომლობით და მისი ძირითადი ფოკუსი გახლავთ დეზინფორმაციული კამპანიები სოციალურ მედიაში.

ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტმა (IDFI), შვედეთის განვითარებისა და თანამშრომლობის სააგენტოს (Sida) ორგანიზაციული მხარდაჭერის გრანტის ფარგლებში, მოამზადა ანალიტიკური მასალები, რუბრიკით: „მეხსიერებისა და დეზინფორმაციის კვლევები.“⁶³

კამპანიები

მონაცემთა გაცვლის სააგენტოს კამპანია „ფიშინგის (Phishing) სიმულაცია“ გულისხმობდა შემდეგ აქტივობას: სამიზნე ორგანიზაციების თანამშრომლებთან ელფოსტით გაიგზავნა საეჭვო ბმული, რის შემდეგაც გაანალიზდა, თუ რომელმა თანამშრომელმა გახსნა ის და გააზიარა ინფორმაცია (ასევე, შეიყვანა პაროლი საეჭვო ვებგვერდებზე). დეტალური ინფორმაცია ამ მომხმარებლებსა და მათ ქმედებებზე ეგზავნებოდა ორგანიზაციას (უმეტეს შემთხვევაში, ინფორმაციული უსაფრთხოების ოფიცერს), რათა შემდგომ დაეგეგმათ ორგანიზაციის შიდა ტრენინგი და თანამშრომლებს შორის განესაზღვრათ სამიზნე აუდიტორია.

კომუნიკაციების კომისიის ყველა პროექტზე ხორციელდება საინფორმაციო კამპანია. ბოლო თვეების განმავლობაში საზოგადოებრივ მაუწყებელზე „ტელესკოლის“ ეთერში გადიოდა საინფორმაციო სარეკლამო რგოლები Happy onlife-ის პლატფორმის შესახებ.

მედიანინგნიერების დონის ამაღლებას ემსახურებოდა მედიის განვითარების ფონდის კამპანია „გაბომე სიმართლე“, რომელიც მოიცავს სოციალური რეკლამების ციკლს; ასევე, „ინფოდემია“ - ვიდეოსიუჟეტების ციკლი, თუ როგორ გადაამონმონ ინფორმაცია პანდემიის შესახებ, რაც ხელს შეუწყობს მედიანინგნიერების უნარების განვითარებას.⁶⁴

60 Buziashvili Eto. "Gavrilov's Night": Multiple Facebook Pages Target protests in Georgia" (2019). Medium.com: <https://bit.ly/3c4xZUO>
Buziashvili, Eto and Gigitashvili, Gigi. "Inauthentic pages linked to majority government taken down in Georgia" (2019). Medium.com: <https://bit.ly/2LUBCBN>

Buziashvili, Eto. "Pro-Kremlin Outlets Fail in Anti-West Sentiment Push around Anaklia Port" (2019). Medium.com: <https://bit.ly/364SfSk>
„ტროლები ანტისაოკუპაციო პროტესტის წინააღმდეგ“, მედიის განვითარების ფონდი: <https://bit.ly/2Meiz5a>

61 Buziashvili, Eto. "Pro-Kremlin Narratives Challenge NATO Sec General's Georgia Visit," Atlantic Council of Georgia: <https://bit.ly/3o9bzE4>

62 Buziashvili, Eto. "Pro-Kremlin Actors Fuel Anti-Turkish Sentiment in Georgia" (2019). Medium.com: <https://bit.ly/3o5Jzkl>

Buziashvili, Eto. "Holy Tension! Georgia-Azerbaijan Border Dispute Grows" (2019). Medium.com: <https://bit.ly/393zz7e>

Buziashvili, Eto. "Anti-LGBT Facebook Posts Proliferate in Georgia Before Tbilisi Pride." (2019). Medium.com: <https://bit.ly/35ZINVa>

63 ინფორმაციის თავისუფლებისა და განვითარების ინსტიტუტი, IDFI: „რუსული ონლაინმედია საქართველოში პომპეოს ვიზიტის შესახებ“: <https://bit.ly/3oVBNu9> და „რუსული საინფორმაციო ომი ლუგარის ლაბორატორიის წინააღმდეგ“: <https://bit.ly/3jtTy2Q>

ინფორმაციის თავისუფლებისა და განვითარების ინსტიტუტი, IDFI: „დეზინფორმაცია ყარაბაღის კონფლიქტთან დაკავშირებით საქართველოს პოზიციის შესახებ სომხურ და აზერბაიჯანულ მედიაში“.

64 მედიის განვითარების ფონდი, გაბომე სიმართლე: <http://www.mdfgeorgia.ge/geo/gallery/3>

მედიის განვითარების ფონდი, ინფოდემია: <https://www.facebook.com/1436499703296575/videos/422819862193448>

მოქალაქეთა ჩართულობაზე ორიენტირებული აქტივობა

კომუნიკაციების კომისიამ განახორციელა პროექტი Happy Onlife⁶⁵ - ონლაინაპლიკაცია და სამაგიდო თამაში მოზარდებისთვის, რომელიც ხელს უწყობს მოქალაქეთა ჩართულობას. აპლიკაციის მიზანია, თამაშით შეასწავლოს ბავშვებს ციფრული მედიის უსაფრთხო გამოყენება (გათვლილია როგორც დანყებითი, ასევე უფროსი კლასების მოსწავლეებისთვის). განათლების სამინისტროსთან მჭიდრო თანამშრომლობით, Happy Onlife-ის სამაგიდო თამაში საქართველოს სკოლებში შეიტანეს. 2020 წელს ტრენინგები აპლიკაციისა და სამაგიდო თამაშის სწორ გამოყენებაზე კომისიის მედიანიგნიერების დეპარტამენტის წარმომადგენლებმა 700-ზე მეტ მოსწავლეს ჩაუტარეს საქართველოს 10 სკოლაში.

მოქალაქეთა ჩართულობაზე ასევე ორიენტირებულია:

მედიის განვითარების ფონდის პროექტი „მითების დეტექტორის ლაბორატორია“⁶⁶, რომელიც არაფურნალისტ მონაწილეებს საშუალებას აძლევს, ინფორმაცია მიიღონ მედიის ფუნქციასა და მუშაობის პრინციპებზე დემოკრატიულ საზოგადოებაში. ამ ცოდნის საფუძველზე, მათ შეუძლიათ ინფორმაციის გადამოწმება და მასალის ვებგვერდზე გამოქვეყნება. პროექტის მონაწილეთა სტატიები ქვეყნდება ევროკავშირის საინფორმაციო პორტალზეც EUvsDisinfo.⁶⁷ ამ ორგანიზაციამ ჩაატარა რამდენიმე კონკურსიც („ყველაზე მედიანიგნიერი ახალგაზრდა“⁶⁸, „ყველაზე მედიანიგნიერი სკოლა“⁶⁹ და საერთაშორისო ჰაკათონი⁷⁰);

საქართველოს რეფორმების ასოციაციისა და მოხალისეთა ჰაბის (Volunteer Hub) ინიციატივა, რომლის ფარგლებშიც, ფაქტების მოხალისე გადამოწმებლები (fact-checkers) მიიღებენ დებინფორმაციასთან ბრძოლის გამოცდილებას და დაესწრებიან ტრენინგებს;⁷¹

საქართველოს საზოგადოებრივი ინტერესების დაცვის ასოციაციის (სსიდა) კურსი „შესავალი მედიანიგნიერებაში“. მის ფარგლებში, მედიანიგნიერება განხილულია გამჭოლ კომპეტენციად. პროექტის სამიზნე ჯგუფს წარმოადგენენ საგანმანათლებლოს სკოლების სხვადასხვა საგნის პედაგოგები. პროექტის ფარგლებში, მასწავლებელთა მონაწილეობით იქმნება სასწავლო მასალები ისეთ მნიშვნელოვან საკითხებზე, როგორცაა ჯანსაღი კვება, ოკუპაცია და ქალთა უფლებები;

ციფრული სააგენტო Circle-ის მიერ დაარსებული პლატფორმა Stopbullying.ge, რომელიც ემსახურება ცნობიერების ამაღლებას ბულინგის საკითხებზე. პლატფორმის მიზანია ბულინგის ცნების მიტანა საზოგადოებამდე და საზოგადოების გააქტიურება. მისი საშუალებით ნებისმიერ ადამიანს (მოსწავლე, მშობელი, მასწავლებელი და ა.შ.) შეეძლება, ანონიმურად დასვას კითხვები, მოყვეს საკუთარი ისტორიები და დროულად მიიღოს შესაბამისი მხარდაჭერა. გარდა ონლაინ პლატფორმისა, ორგანიზაცია გეგმავს მობილური აპლიკაციის შექმნასაც.

On.ge-მ შექმნა ახალი ონლაინთამაში „სიცრუის იმპერია“.⁷² მისი ინსპირაცია იყო კემბრიჯის უნივერსიტეტის მიერ შექმნილი თამაში Get Bad News, რომელსაც „ყალბი ამბების ვაქცინასაც უწოდებენ“. ჟურნალ Nature-ში გამოქვეყნებული კვლევის თანახმად (Roosenbeek, J., Linden, R. 2019), რომელიც მეცნიერებმა 15 000 მონაწილესთან ჩაატარეს თამაშამდე და თამაშის შემდგომ, „ადამიანთა უნარი, აღმოაჩინონ მცდარი ინფორმაცია და დაიცვან თავი მისგან, თამაშის შემდეგ გაუმჯობესდა, განათლების დონის, ასაკის, პოლიტიკური იდეოლოგიისა და შემეცნებითი სტილის მიუხედავად“.⁷³ ბრიტანული თამაშისა და მისი ქართული ვერსიის არსი ასეთია: მოთამაშე ირგებს ყალბი ინფორმაციის

65 Happy Onlife: <https://bit.ly/3bZppqf>

66 მითების დეტექტორის ლაბორატორია, „დაადგინე სიმართლე შენით!“ <https://bit.ly/3bXqEX1>
Busting myths in the Georgian media: <https://bit.ly/3izLBbO> <https://bit.ly/3p965u0> <https://bit.ly/2M80pSM>

67 EUvsDisinfo არის “the European External Action Service’s East StratCom Task Force” - პროექტი, რომელიც შეიქმნა 2015 წელს, რათა წინასწარ განეჭვრიტათ და სათანადოდ ეპასუხათ რუსეთის დებინფორმაციული კამპანიებისთვის, რომლებსაც გავლენა ჰქონდა ევროპის კავშირზე, მის წევრ სახელმწიფოებსა და მეზობელ ქვეყნებზე: <https://euvsdisinfo.eu/about/>

68 მედიის განვითარების ფონდი, ყველაზე მედიანიგნიერი ახალგაზრდა: <https://bit.ly/39VYHfx>

69 მედიის განვითარების ფონდი, ყველაზე მედიანიგნიერი სკოლა: <https://bit.ly/3obmDR2>

70 მედიის განვითარების ფონდი, საერთაშორისო ჰაკათონი: http://mdfgeorgia.ge/geo/view_news/513

71 საქართველოს რეფორმების ასოციაციისა და მოხალისეთა ჰაბის ერთობლივი ინიციატივა: <https://bit.ly/3qEN3fr>

72 სიცრუის იმპერია: <https://imperiamon.ge>

73 Roosenbeek, J., van der Linden, S. (2019) Fake news game confers psychological resistance against online misinformation.

შემქმნელის როლს და ეუფლება დეზინფორმაციის პროდუქტებში გამოყენებულ ექვს ტექნიკას: პოლარიზაცია, ემოციების გამოწვევა, კონსპირაციული თეორიების გავრცელება, ონლაინტროლინგი, სხვა ადამიანებისთვის რაიმეს დაბრალება და ყალბი ონლაინ ანგარიშებით სარგებლობა, სადაც ადამიანები მალავენ ნამდვილ სახელს, გვარსა და გარეგნობას. ამიტომ, თამაშის ავტორთა აზრით, „სიცრუის იმპერია“ მოთამაშეებს უკეთ გააგებინებს ყალბი ამბების შემქმნელთა ფსიქოლოგიას, ტაქტიკასა და ტექნიკებს და გაზრდის მათ მდგრადობას ამგვარი ინფორმაციის მიმართ.

დაფინანსება

ამ კატეგორიაში მოხვდა დონორი ორგანიზაციების მიერ დაფინანსებული პროექტები, მაგრამ რადგან ყველა მათგანი მითითებული იყო აქტივობის განმახორციელებელი ორგანიზაციის მიერ, დუბლირების თავიდან ასაცილებლად, ეს კატეგორია არ არის გათვალისწინებული აქტივობათა რაოდენობრივ მაჩვენებელში. გამონაკლისის სახით, აღნიშნულ კატეგორიაში მოხვდა აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტის მიერ დაფინანსებული რამდენიმე პროექტი, რომელთა განმახორციელებელი ორგანიზაციებიც ამ კვლევაში არ შედიან. ერთ-ერთი ასეთი პროექტია „საინფორმაციო თავდაცვის ლეგიონი“, რომელსაც ახორციელებს არასამთავრობო ორგანიზაცია „სტრატეგიული კომუნიკაციების ცენტრი-საქართველო“. მისი მიზანია, საინფორმაციო თავდაცვისთვის შექმნას ე.წ. „ლეგიონი“, რომლის წევრებსაც მიეცემა შესაძლებლობა, საკუთარი წვლილი შეიტანონ საქართველოს ინფორმაციული უსაფრთხოების გაძლიერებაში. პროექტი ითვალისწინებს აქტივობებს, როგორცაა Google Play store-ის თამაშის infoarmy-ის შექმნა, სხვადასხვა ტიპის ვიდეო და აუდიოკამპანიებს რუსეთის ჰიბრიდულ ომსა და დეზინფორმაციასთან გასამკლავებლად. 2020 წელს საინფორმაციო თავდაცვის ლეგიონმა დაფინანსება მიიღო EWMI-ისგანაც, გაზეთ „პოზიციის“ გამოცემისა და ონლაინ სადისკუსიო სტუდიის ორგანიზებისთვის. გაზეთი ფოკუსირებულია ე.წ. ოფლაინ თემებზე და გავრცელდა საქართველოს ოთხ რეგიონში. გაზეთის საშუალებით, აუდიტორიამ ალტერნატიული ინფორმაცია მიიღო ისეთ საკითხებზე, როგორცაა კოვიდ-19, რუსეთის მიერ გავრცელებული ყალბი ამბები, ანტითურქული და ნატოს (NATO) საწინააღმდეგო ნარატივები და ა.შ.

EWMI-ის დაფინანსებულ პროექტებს შორისაა სოციალური მედიამონიტორინგის პლატფორმაც „ვინ ვინ არის“, რომელსაც ახორციელებს ორგანიზაცია „ინტერნეტმონიტორინგი დემოკრატიული სამოქალაქო აქტივობისთვის“ (IMDCA). პლატფორმამ ამოიცნო და ამხილა 2,862-მდე ტროლი, ყალბი და მავნე აქტორი, რომლებიც იყვნენ დეზინფორმაციისა და მანიპულაციის წყაროები. ამან მნიშვნელოვნად შეუშალა ხელი დეზინფორმაციისა და ყალბი ამბების გავრცელებას 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების წინა პერიოდში.

„სხვა“ კატეგორიაში მოხვედრილი პროექტები

საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს „ახალი სკოლის მოდელი“⁷⁴ ზოგადი განათლების სისტემაში მიმდინარე რეფორმის ნაწილია. მისი მიზანია კრიტიკულ აზროვნებასა პიროვნებაზე ორიენტირებული საგანმანათლებლო გარემოს შექმნა, რომელიც მოზარდს მისცემს 21-ე საუკუნის გამოწვევებისთვის საჭირო ცოდნასა და უნარ-ჩვევებს. მოდელი ითვალისწინებს ტექნოლოგიათა ინტეგრირებას სასწავლო პროცესში, ასევე, მედიანიგნიერების კომპონენტებისა და კომპეტენციების განვითარებას შესაბამისი აუდიტორიისთვის (მასწავლებლები და მოსწავლეები). „ახალი სკოლის მოდელი“ მოიცავს მედიანიგნიერების რამდენიმე ტიპის პროექტს, როგორცაა რესურსების განვითარება, შემოქმედებითობა და მედიის სწორი გამოყენების უნარი. მოდელის ფარგლებში შეიქმნა მხარდამჭერი ჯგუფები, რომლებიც სკოლებს ეხმარებიან კურიკულუმის განვითარებაში, ტექნიკური უნარების გაუმჯობესებასა და სწავლებისადმი კომპლექსური მიდგომის შემუშავებაში, სადაც მედიანიგნიერება მოიაზრება, როგორც გამჭოლი კომპეტენცია. 2020 წლიდან „ახალი სკოლის მოდელის“ დანერგვა დაიწყო საქართველოს სხვადასხვა სკოლაში. დაგეგმილია, რომ 2024 წლამდე „ახალი სკოლის მოდელი“ საქართველოს ყველა სკოლაში ამოქმედდება.

4.3. უნარები

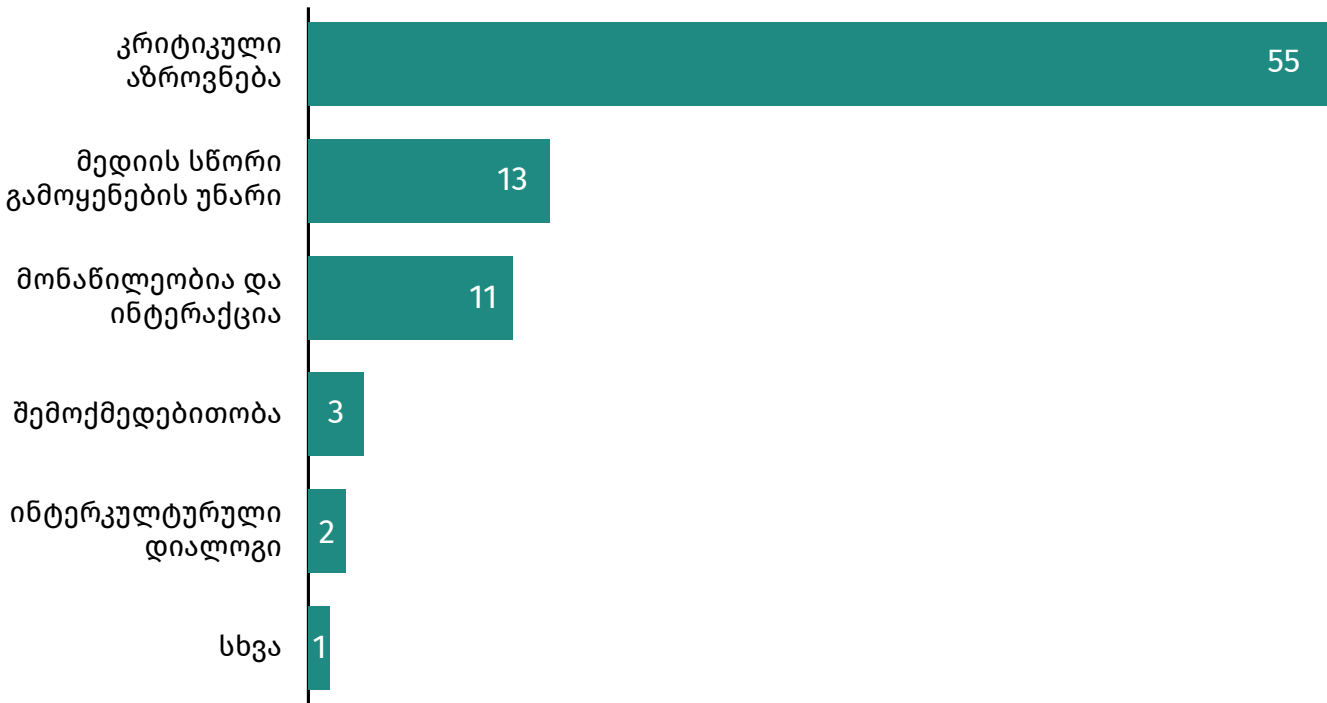
დიაგრამა N5 აჩვენებს, რომ საქართველოში წარმოდგენილი პროექტები მედიანიგნიერების უნარების

⁷⁴ საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო: <https://www.mes.gov.ge/content.php?id=10021&lang=geo>

მთელ სპექტრს ავითარებს, თუმცა კრიტიკული აზროვნების განვითარება ყველაზე მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა პროექტთა უმრავლესობაში (53). მას მოჰყვა მედიის სწორი გამოყენება (13) და მონაწილეობა და ინტერაქცია (11). შემოქმედებითობა (მედიის შინაარსის შექმნა, აწყობა და გენერირება) მხოლოდ რამდენიმე პროექტში მიეთითა პრიორიტეტულ უნარად, თუმცა კიდევ ერთხელ უნდა აღვნიშნოთ, რომ ხშირად ერთი და იგივე პროექტი ერთზე მეტი უნარის განვითარებაზე იყო ორიენტირებული.

ქვემოთ მოცემულია მეტი ინფორმაცია იმ უნარებზე, რომელთა მიხედვითაც გადანაწილდა პროექტები. საილუსტრაციოდ, მოყვანილია სხვადასხვა ორგანიზაციის მიერ განხორციელებული პროექტების მაგალითები, რომლებიც კონკრეტულ უნარს ავითარებენ.

დიაგრამა N5. მედიანიგნიერების უნარები, განაწილებული 85 პროექტის მიხედვით:



კრიტიკული აზროვნების უნარების განვითარება

კრიტიკული აზროვნების განმავითარებელი პროექტები მოიცავს ისეთი კომპონენტების სწავლებას, რომლებიც ხელს უწყობს შემდეგი უნარების განვითარებას: მედიაგარემოს ანალიზი, ფაქტების გადამოწმება ღია წყაროების ინსტრუმენტებით (ე.წ. fact-checking), ანალიზი, მედიის შინაარსის შეფასება, რეფლექსია, ფოტო/ვიდეო მანიპულაციისა და გეოლოკაციის ამოცნობა. ასევე, აწვდის ცოდნას შემდეგ საკითხებზე: ყალბი ინფორმაციისა და პროპაგანდის ტიპები; მასობრივი კომუნიკაცია და ახალი ტექნოლოგიები; კავშირები მედიას, აუდიტორიასა და ინფორმაციას შორის.

კომუნიკაციების კომისიის ერთ-ერთი პროექტია „ნამდვილი თუ მოგონილი?!“ - კონკურსი უფროსკლასელთათვის, რომლის მიზანია მედიანიგნიერების, კრიტიკული აზროვნებისა და შემოქმედებითი უნარების განვითარება მოზარდებსა და სტუდენტებში. მის ფარგლებში, მონაწილეებმა უნდა აღმოაჩინონ და გააანალიზონ გავრცელებული ყალბი ინფორმაცია (fake news), ასევე, დაადგინონ წყარო და რეალური ფაქტები. 2020 წელს კონკურსი გამოცხადდა უნივერსიტეტებში, ბაკალავრიატის საფეხურის სტუდენტებისთვის. მედიანიგნიერების განვითარების მიზნით, ამ პროექტის ფარგლებში კომუნიკაციების კომისიამ ონლაინ ტრენინგები ჩაუტარა 6 უმაღლესი სასწავლო დაწესებულების 170-მდე სტუდენტს (მათ შორის, რეგიონებშიც). 2020 წელს კომისიამ მედიანიგნიერებისა და კომუნიკაციის უნარების განვითარების მნიშვნელოვან სამიზნე ჯგუფად განსაზღვრა ეთნიკური უმცირესობები და ორდღიანი ტრენინგები ჩაუტარა იმ არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენლებს, რომლებიც მოქმედებენ ეთნიკური უმცირესობებით კომპაქტურად დასახლებულ რეგიონებში. ეს ტრენინგები ინიცირებული იყო შერიგებისა და სამოქალაქო თანასწორობის საკითხებში საქართველოს სახელმწიფო მინისტრის აპარატის მიერ, მთავრობის ადმინისტრაციასა და კომუნიკაციების კომისიასთან თანამშრომლობით, და განხორციელდა შემდეგი ორგანიზაციების მხარდაჭერით:

აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტო (USAID), საქართველოს გაეროს ასოციაცია (UNAG), „ტოლერანტობის, სამოქალაქო ცნობიერებისა და ინტეგრაციის მხარდაჭერის პროგრამა“ (PITA).

საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს ექსპერტთა მიერ შემუშავებული პროფესიული მოდულის („კომუნიკაცია ქართულ ენაზე“) გზამკვლევში მასწავლებლებისთვის წარმოდგენილი მასალა ორიენტირებულია კრიტიკული და შემოქმედებითი აზროვნების უნარების განვითარებაზე, სხვადასხვა ტიპის, სახისა და ფორმატის ტექსტების, მათ შორის, მულტიმედიური მასალების გამოყენებით.⁷⁵

მოქალაქეებში კრიტიკული აზროვნების განვითარება ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის მიერ მართული პლატფორმის, მედიაჩეკერის⁷⁶ ერთ-ერთი მთავარი მიზანია. იგი რეგულარულად აანალიზებს მედიატექსტებს და აუდიტორიას მიუთითებს მედიის სარედაქციო პოლიტიკაზე, მიზნებსა და განზრახვებზე.

კრიტიკული აზროვნების უნარის განვითარებას ხელს უწყობს მედიის განვითარების ფონდის პროექტიც „თავად აღმოაჩინე სიმართლე“, 17 ქალაქში ჩატარებული 22 სამუშაო შეხვედრით. შეხვედრებზე სხვადასხვა თამაშისა და სავარჯიშოს გამოყენებით, მონაწილეები ეცნობოდნენ ფოტოს/ვიდეოს შემონიშნებისა და ტროლების ამოცნობის ტექნიკებს, ასევე, ეუფლებოდნენ ცოდნას კიბრუსაფრთხოებისა და პირადი მონაცემების დაცვაზე.

მედიის სწორი გამოყენების უნარი

მედიის სწორი გამოყენება არსებითი კომპონენტი იყო განხილულ აქტივობათა მნიშვნელოვან ნაწილში და მოიცავდა მსჯელობას ყალბი ინფორმაციისა და პროპაგანდის ტიპებზე; განიხილებოდა კონკრეტული მაგალითებიც და მათი ამოცნობის ტექნიკური საშუალებები, რისი მიზანიც იყო ყალბი ინფორმაციისა და ფოტო/ვიდეო მანიპულაციის ამოცნობის უნართა გაძლიერება.

კომუნიკაციების კომისიის პროექტთა შორის ამ უნარის გამომუშავებაზე ორიენტირებულია „მედიის ეკონომიკა“ - საგანმანათლებლო მოკლევადიანი კურსი დაწყებითი კლასების მოსწავლეებისთვის, რომელიც მიემართება ციფრული მედიის ეკონომიკის პრინციპების შესწავლას. პროექტის სამიზნე აუდიტორიას ქმნიან საქართველოს სკოლების 10-დან 15 წლამდე მოზარდები. მოსწავლეები ინტერაქტიული ტრენინგების ფორმატით სწავლობენ მედიასაშუალებათა არჩევა-მომხმარებას და, რაც მთავრია, იღებენ ინფორმაციას ციფრული მედიის ფინანსურ და ეკონომიკურ ასპექტებზე. „მედიანიგნიერება და ციფრული მოქალაქეობა“ კომისიის ერთ-ერთი პროექტია, რომლის ფოკუსიც გახლავთ ტრენინგების ორგანიზება დაინტერესებულ მხარეთა ცნობიერების ასამაღლებლად მედიანიგნიერებისა და ციფრული მოქალაქეობის თანამედროვე გამოწვევებსა და როლზე.

ფრონტლაინ ჯორჯია კლუბის/საქართველოს საზოგადოებრივი ინსტიტუტის პროექტის ფარგლებში ტრენინგების ციკლი ჩატარდა 11 უმაღლეს სასწავლებელში, როგორც თბილისში, ასევე რეგიონებში (მარნეული, ახალციხე). ბაკალავრიატის სტუდენტთა ჯგუფებს ჰარვარდის კენედის მმართველობის სკოლის მიერ მომზადებული ვიდეოკურსის საფუძველზე ჩატარდათ რამდენიმე სასწავლო მოდული. პროექტის ბოლოს შეირჩნენ მედიანიგნიერების ელჩები, რომლებიც ქვეყნის სხვადასხვა რეგიონში თავად უძღვებიან მედიანიგნიერების ტრენინგებსა და კამპანიებს.

შემოქმედებითი უნარის განვითარება

ამ პროცესს ხელს უწყობს უნივერსიტეტებისა და არასამთავრობო ორგანიზაციების სასწავლო და სატრენინგო პროგრამები, რომელთა ფარგლებშიც სტუდენტები და სხვა მონაწილეები სწავლობენ მულტიმედია ჟურნალისტიკის საფუძვლებსა და პრინციპებს, ასევე, წყაროებთან მუშაობას (მულტიმედია პროექტები, მოკლე დოკუმენტური ფილმები და ა.შ.), და ქმნიან ჟურნალისტურ პრინციპებზე დაფუძნებულ მედიაპროდუქტს.

ევროპის ჟურნალისტური განათლების ასოციაციის (EJTA) წევრის ეგიდით, საქართველოს უნივერსიტეტის

⁷⁵ „კომუნიკაცია ქართულ ენაზე“, საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო: <http://bit.ly/2PGbr0y>

⁷⁶ www.mediachecker.ge

(UG), ასევე, კავკასიის ჟურნალისტიკისა და მედიამენეჯმენტის (CSJMM) სკოლების სტუდენტები წინასწარ შერჩეულ თემაზე ატარებენ ჟურნალისტურ მოკვლევას, ამონებენ გავრცელებულ ინფორმაციას და შექმნილ მედიაპროდუქტს ათავსებენ დეზინფორმაციის ბლოგპოსტზე EUfactcheck.eu.⁷⁷

საქართველოს უნივერსიტეტისთვის მედიანიგნიერების სწავლება ერთ-ერთ პრიორიტეტია. აქედან გამომდინარე, შეიქმნა ცალკე არჩევითი კურსი, რომელიც სტუდენტებს, ჰიბრიდული ომისა და პროპაგანდის თეორიული ცოდნის გარდა, ასწავლის ინფორმაციის გადამოწმებისა და ვიზუალიზაციის ტექნიკასაც. მისი არჩევა სასწავლებლის ყველა სტუდენტს შეუძლია. უნივერსიტეტი მედიანიგნიერების საკითხებზე შეხვედრებს მართავს შვიდ რეგიონულ წარმომადგენლობაშიც.⁷⁸

მედიანიგნიერების განვითარებაზე მუშაობს ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტიც. მედიის განვითარების ფონდთან თანამშრომლობით, მომავალი პედაგოგებისთვის შეიქმნა „სკოლებში მედიისა და ინფორმაციული წიგნიერების სწავლების“ კურსი, რომელიც მომავალ მასწავლებლებს დაეხმარება, რომ მედიანიგნიერების კომპონენტები შეიტანონ თავიანთ სასწავლო კურიკულუმებსა და პროგრამებში. შეიქმნა საგანი „პროპაგანდის თეორია და მეთოდებიც“, რომლის არჩევა უნივერსიტეტის ნებისმიერ სტუდენტს შეუძლია.⁷⁹

აღსანიშნავია, რომ საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის კავკასიის ჟურნალისტიკისა და მედიამენეჯმენტის სკოლა მულტიდარგობრივი ტრენინგების სერიას მართავს ეთნიკური უმცირესობებით კომპაქტურად დასახლებულ რეგიონებში, კერძოდ, სამცხე-ჯავახეთისა და ქვემო ქართლის ხუთ დასახლებულ პუნქტში: მარნეული, ხულდარა, ქვემო სარალი, ნინოწმინდა და ახალქალაქი. პროექტის მიზანია, ეთნიკურად სომეხ და აზერბაიჯანელ ახალგაზრდებს შესძინოს ციფრული მედიაკომუნიკაციისა და მედიანიგნიერების უნარები და ხელი შეუწყოს საკუთარი რეგიონისა და ქვეყნის აქტიურ მოქალაქეებად ჩამოყალიბებაში.⁸⁰

შემოქმედებითი უნარის განვითარებას ხელს უწყობს მედიის განვითარების ფონდის პროექტი „ახალგაზრდების მედიანიგნიერების ლაბორატორია“.⁸¹

4.4. რატომ არის პროექტი მნიშვნელოვანი

კვლევაში მონაწილე სუბიექტები მათ მიერ განხორციელებული პროექტების, პროგრამებისა და/ან აქტივობების აქტუალურობის მთავარ მიზეზად ასახელებდნენ მიზნობრივი აუდიტორიის ზომას. მაგალითად, ეროვნულ დონეზე სხვადასხვა რესურსისა და აქტივობის შემუშავების გარდა, არასამთავრობო ორგანიზაციები და უნივერსიტეტები ცდილობენ, შეხვედრები და ტრენინგები ჩაატარონ რეგიონებშიც, რათა რაც შეიძლება მეტ ადამიანს მიწვდნენ, ასევე, ტრენინგებისთვისაც, რომლებიც, მიღებული ცოდნისა და ხელმისაწვდომი რესურსების გამოყენებით, აგრძელებენ თანასწორთა განათლებას და შექმნილ გამოცდილებას აზიარებენ საკუთარ თემსა თუ რეგიონში. მაგალითად, მასწავლებელთა პროფესიული განვითარების ეროვნული ცენტრის კურსის ფარგლებში - „სწავლება ციფრული მოქალაქეობის შესახებ“ - 2019 წელს საჯარო სკოლის 1000 მასწავლებელს ჩაუტარდა ტრენინგები ისეთ თემებზე, როგორცაა კიბერჰიგიენა, კიბერუსაფრთხოება, კიბერძალადობა, მართული ძალადობრივი თამაშები, კიბერსივრცის გამონვევები და სხვა.

ბევრი ადამიანი მოიცვა დემოკრატიის ლაბორატორიის ონლაინთამაშმა „რაც მოგივაო დავითაო“, რომელშიც ჩაერთო 42,000 პირი, 13-დან 24 წლამდე. ზოგადად, პროექტთა დიდი ნაწილი მიმართულია ბავშვებსა და ახალგაზრდებზე 15-დან 35-წლამდე.

პროექტის მნიშვნელობის განმსაზღვრელი მეორე მიზეზია აუდიტორიის ჩართულობის დონე, რასაც განაპირობებს არა მხოლოდ მედიაპროდუქტის შექმნა-გავრცელება, არამედ ყალბი ინფორმაციის იდენტიფიცირება და ყველაზე მედიანიგნიერი სკოლისა თუ მოქალაქის გამოვლენა ეროვნული

77 EU Factcheck.eu: <https://eufactcheck.eu/>

78 საქართველოს უნივერსიტეტი: <https://www.ug.edu.ge/>

79 ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი: <https://iliauni.edu.ge/ge>

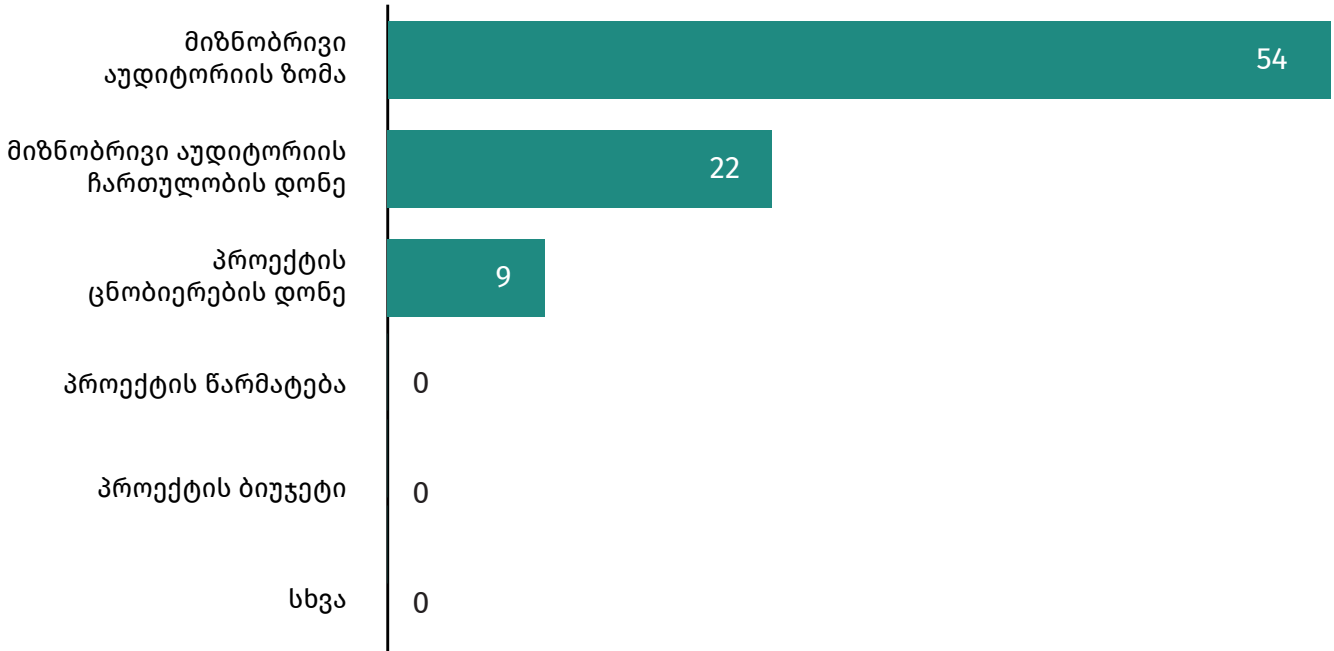
80 საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი: <https://gipa.ge/geo/>

81 მედიის განვითარების ფონდი: ახალგაზრდების მედიანიგნიერების ლაბორატორია პასუხისმგებელიანი მედიამომხმარებლისთვის: http://www.mdfgeorgia.ge/geo/view_actives/67

მასშტაბის კონკურსებით.

რამდენიმე პროექტი გამოირჩეოდა ცნობადობის მაღალი დონით.

დიაგრამა N6. პროექტის მნიშვნელობის განმსაზღვრელი მთავარი ფაქტორები მონაწილეთა განმარტებით



4.5. პროექტების გეოგრაფიული არეალი

ეროვნული პროექტები

პროექტების უმრავლესობა ეროვნულ დონეზე მოქმედებს. ასეთ აქტივობებს მიეკუთვნება ორგანიზაციების მიერ შექმნილი რესურსები, ჩატარებული კვლევები, სასწავლო მოდულები, ეროვნული კონკურსები და დაჯილდოებები, ასევე, ონლაინთამაშები. გამოვლენილი 85 პროექტიდან ათამდე გულისხმობს უშუალო მუშაობას ქვეყნის სხვადასხვა რეგიონის მოსახლეობასთან და/ან კონკრეტულად მათ საჭიროებებზე მორგებული პროექტების განვითარებას.

მაგალითად, კომუნიკაციების კომისიის თითქმის ყველა პროექტი ეროვნულ დონეზე განხორციელდა და გულისხმობს როგორც ეროვნულ, ასევე რეგიონულ აქტორთა ჩართულობას (მაგ: Happy Onlife; „მედიის ეკონომიკა“ - საგანმანათლებლო მოკლევადიანი კურსი დაწყებითი კლასების მოსწავლეებისთვის). კომუნიკაციის კომისიის ერთ-ერთი პროექტი მოიცავს ტრენინგების ჩატარებას ეთნიკური უმცირესობებით კომპაქტურად დასახლებულ რეგიონებში.

რეგიონული პროექტები

ერთი-ერთი კომპონენტი დემოკრატიის ლაბორატორიის პროექტებისა „რაც მოგივა დავითაო, ყველა შენი თავითაო“ და „ეს არ არის მხოლოდ კონფერენცია“, არის რეგიონის მოსახლეობის ჩართულობა და გაძლიერება ყალბი მედიაგზავნილების ამოცნობისათვის. ამ მიზნით, პროექტის ნაწილად დაგეგმილია 2-3-დღიანი გასვლითი ღონისძიებები საქართველოს რეგიონებში, მედიაინჟინერების ექსპერტთა მონაწილეობით.

ფრონტლაინ ჯორჯია კლუბის/საქართველოს საზოგადოებრივი ინსტიტუტის, საქართველოს უნივერსიტეტის, ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიისა და მედიის განვითარების ფონდის პროექტები, რომელთა მიზანია ახალგაზრდებში კრიტიკული აზროვნების განვითარება და მედიაკონტენტის კრიტიკულად აღქმა, ასევე ორიენტირებულია მედიაინჟინერების დონის ამაღლებაზე რეგიონებში

მცხოვრებ ახალგაზრდებს შორის.

ჟურნალისტიკის რესურსცენტრსა და რუსულენოვანი რეგიონული TOK-TV-ის პროექტი - მულტიმედიური გასართობი შოუ FACT-FAKE - ასევე ფოკუსირებულია რეგიონის მოსახლეობაზე. პროექტი, რომელიც აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში ხორციელდება, მიზნად ისახავს კრიტიკული აზროვნების განვითარებას, მედიაწიგნიერების გაძლიერებას მომძლავრებული დეზინფორმაციისა და ყალბი ინფორმაციის ეპოქაში, სადაც ჭარბად გვხვდება რუსულ ენაზე გავრცელებული სიცრუე, მანიპულაცია და მცდარი ინფორმაცია.

საერთაშორისო ქსელებისა და პლატფორმების წევრობა

კომუნიკაციების კომისია თანამშრომლობს საერთაშორისო სატელეკომუნიკაციო გაერთიანებასთან (ITU) და არის რამდენიმე საერთაშორისო ქსელისა და პლატფორმის წევრი. მათ შორისაა: ევროპის სატელეკომუნიკაციო სტანდარტების ინსტიტუტი (ETSI), ევროპის სატელეკომუნიკაციო და საფოსტო ადმინისტრაციების კონფერენცია CEPT, აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების ელექტრონული კომუნიკაციების მარეგულირებელ ორგანოთა ქსელი, მარეგულირებელ ორგანოთა ევროპული პლატფორმა - EPRA, და ევროპის სატელეკომუნიკაციო სტანდარტთა ინსტიტუტის ეროვნული სტანდარტების ორგანო (National Standards Organization – NSO) საქართველოში.

რამდენიმე უნივერსიტეტი და არასამთავრობო ორგანიზაცია საერთაშორისო ქსელებისა და პლატფორმების მონაწილეა. მედიის განვითარების ფონდი ჩართულია დოიჩე ველეს აკადემიის მედიისა და ინფორმაციული წიგნიერების ექსპერტთა გლობალურ ქსელსა (MILEN) და ღია საინფორმაციო პარტნიორობის ქსელში (OIP), რომელსაც მართავენ ცნობილი საერთაშორისო ქსელები და ორგანიზაციები: Zink Network, Media Diversity Institute, Atlantic Council და Bellingscat. გამოცდილების გასაზიარებლად, ორგანიზაცია სხვადასხვა ქვეყანაში ატარებს სემინარებს და ქსელის საქმიანობას/რესურსებს წარადგენს საერთაშორისო პლატფორმებზე. OIP-ის მეშვეობით, მედიის განვითარების ფონდი, კვალიფიკაციის ამალგების გარდა, ადგილობრივად გეგმავს მოქალაქეებში მედიაწიგნიერების ასამალგებელ კამპანიებს. საქართველოს რეფორმების ასოციაცია არის ფაქტების გადამოწმების საერთაშორისო ქსელის (IFCN) წევრი, რომელსაც მართავს ჟურნალისტური კვლევებისა და განათლების ამერიკული ორგანიზაცია Poynter Institute. ასოციაცია ჩართულია ღია საინფორმაციო პარტნიორობის (OIP) ქსელშიც.

ევროპის ჟურნალისტური განათლების ასოციაციისა (EJTA) და მის მიერ შექმნილი ჟურნალისტური სკოლების ევროპული ქსელის წევრები არიან საქართველოს უნივერსიტეტი (UG) და კავკასიის ჟურნალისტიკისა და მედიამენეჯმენტის (CSJMM) სკოლები.

5. შეჯამება: მთავარი მიზნები, გამოწვევები და საჭიროებები

სახელმწიფო და საჯარო სექტორის ორგანიზაციები

კვლევის შედეგად გამოვლინდა ინფორმაციის გაცვლისა და კოორდინაციის ნაკლებობა მედიანგინიერების საკითხებზე მომუშავე აქტორებს შორის, საჯარო უწყებათა ჩათვლით, რაც ხელს უშლის ინტერსექტორულ თანამშრომლობას, ასევე, ახალი ინიციატივების განვითარებასა და ეფექტიანად განხორციელებას.

უმალესი საგანმანათლებლო დაწესებულებები

უმალესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების (უსდ) უმრავლესობას არ აქვს მედიანგინიერების სასწავლო კურსი ან მოდული, ასევე, კვლევები მედიანგინიერების მიმართულებით. შესწავლილი 11 დაწესებულებიდან მედიანგინიერების კუთხით სისტემურად მუშაობს მხოლოდ 3 - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საზოგადოებრივსაქმეთაინსტიტუტის კავკასიის შურნალისტიკისა და მედიამენეჯმენტის სკოლა და საქართველოს უნივერსიტეტი. 2020 წლიდან ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტმა (BTU) დაიწყო საგნის - „ციფრული ნიგნიერება და კიბერეთიკა“ სწავლება. ისეთ ეროვნულ და რეგიონულ საჯარო უნივერსიტეტებში, როგორცაა თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი და გორის სასწავლო უნივერსიტეტი, მედიანგინიერების მიმართულებით მუშაობა ჯერჯერობით სისტემატიზებული არ არის. შესაბამისად, ამ უნივერსიტეტებს არ აქვთ შემუშავებული მედიანგინიერების ისეთი კურსები, რომლებიც მორგებული იქნებოდა ზოგად საუნივერსიტეტო და არასაუნივერსიტეტო საზოგადოებაზე (მთელი სიცოცხლის განმავლობაში სწავლა). თუმცა, ზოგიერთ მათგანში მედიანგინიერება მიჩნეულია ერთ-ერთ გამჭოლ კომპეტენციად და, ამგვარად, გათვალისწინებულია საუნივერსიტეტო კურიკულუმის შესაბამის პროგრამებში.

არასამთავრობო სექტორი

არასამთავრობო ორგანიზაციებისთვის ერთ-ერთი დიდი გამოწვევაა არასაკმარისი დაფინანსება და რესურსები მედიანგინიერების პროექტებისა და ღონისძიებების მოსამზადებლად. ერთ-ერთი რესპონდენტის თქმით, დონორებთან ურთიერთობაში სირთულეს ქმნის ისიც, რომ პრიორიტეტებსა და საჭიროებებს თავად საერთაშორისო დონორები განსაზღვრავენ, რის გამოც ხშირად ნაკლებად არის გათვალისწინებული ადგილობრივი ინტერესები და სპეციფიკური საჭიროებები. ზოგ შემთხვევაში, სამოქალაქო ორგანიზაციებს საჯარო უწყებებში მუშაობა დაუსაბუთებლად ეზღუდებათ სახელმწიფო სტრუქტურების მხრიდან.

დონორი ორგანიზაციების მხარდაჭერა მედიანგინიერების სფეროსთვის

კვლევაში მონაწილე დონორებს შორის ექვსმა გამოხატა მედიანგინიერების სფეროში მუშაობის მკაფიო ინტერესი მათი მიზნებიდან, პრიორიტეტებიდან და ბიუჯეტიდან გამომდინარე. ესენი არიან: IREX, აშშ-ისა და ბრიტანეთის საელჩოები, დოიჩე ველეს აკადემია (DW Akademie), აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი (EWMI) და UNICEF. სხვა დონორებმა გამოთქვეს ზოგადი ინტერესი, თუმცა ჯერ ცნობილი არ არის, იქნება თუ არა მედიანგინიერების სფერო მათი პრიორიტეტთაგანი 2020 წლიდან.

კვლევაში აღწერილი პროექტების უმრავლესობა სწორედ ზემოხსენებული დონორი ორგანიზაციების მხარდაჭერით ხორციელდება. ნაწილი უკვე დასრულებულია, ნაწილი კი მიმდინარეობს. მაგალითად, მიმდინარე პროექტებს შორისაა IREX-ის მიერ მხარდაჭერილი პროექტი „ისწავლე, რათა ამოიცნო“, რომელსაც მედიის განვითარების ფონდი უძღვება. პროექტის მიზანია, საინფორმაციო კამპანიის საშუალებით, საქართველოში აამაღლოს ახალგაზრდების ცნობიერება მედიანგინიერების მნიშვნელობაზე და განავითაროს მათი მედიანგინიერებისა და საინფორმაციო ნიგნიერების უნარ-ჩვევები. ციფრული თამაშებისა და კასკადური პრაქტიკული ტრენინგმოდელის გამოყენებით, პროექტი მოიცავს 36 000 ადამიანს.

აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტის მხარდაჭერით ხორციელდება მრავალი პროექტი. მათ შორისაა: „მითების დეტექტორი“, რომელსაც ასევე მედიის განვითარების ფონდი მართავს, და „საინფორმაციო თავდაცვის ლეგიონი“, რომელსაც ახორციელებს ორგანიზაცია სტრატეგიული კომუნიკაციების ცენტრი - საქართველო.

სამოქალაქო საზოგადოების მნიშვნელოვანი როლი მედიანიგნიერების პროექტებში

კვლევის შედეგად გამოვლენილი 85 პროექტიდან/აქტივობიდან 48-ს ახორციელებენ სამოქალაქო სექტორის ორგანიზაციები, 16-ს - საჯარო უწყებები, 9-ს კი - კომუნიკაციების კომისია. ეს ციფრები მიუთითებს სამოქალაქო საზოგადოების დიდ წვლილზე ქვეყნის მოსახლეობის მედიანიგნიერების გაუმჯობესებაში.

მოქალაქეებისთვის საჭირო რესურსების შექმნა მედიანიგნიერების პროექტთა წამყვანი პრიორიტეტია

კვლევაში აღწერილ პროექტთა უმეტესობის მთავარი მიზანია საჭირო რესურსების შექმნა მოქალაქეთა მედიანიგნიერების დონის ასამაღლებლად, ხოლო არასამთავრობო ორგანიზაციების შემთხვევაში - მათი კვლევითი შესაძლებლობების გაზრდა. 85-დან 31 პროექტი სწორედ სხვადასხვა რესურსის შექმნას მოიცავს, ხოლო 27 ფოკუსირებულია კვლევაზე.

კრიტიკული აზროვნების განვითარება მედიანიგნიერების პროექტებისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი უნარია

აღწერილი 85 პროექტიდან 55 კრიტიკული აზროვნების უნარის განვითარებას გულისხმობს. ეს ნიშნავს, რომ პროექტები მიმართულია შემდეგ საკითხებზე: საზოგადოების ინფორმირებულება მედიის მუშაობისა და მედიაგზავნილის კონსტრუირების შესახებ; მოქალაქეთა ცნობიერების ამაღლება ონლაინუსაფრთხოებაზე; კრიტიკული შეფასების უნარის გამომუშავება ინფორმირებული არჩევანის გასაკეთებლად და ა.შ.

კრიტიკული აზროვნების უნარს მოსდევს მედიის სწორად გამოყენების უნარი. მის განვითარებას უპირველეს მიზნად ისახავდა 13 პროექტი და მეორეულ მიზნად განსაზღვრავდა პროექტთა უმრავლესობა.

მედიანიგნიერების ისეთი უნარები, როგორცაა შემოქმედებითობა, მონაწილეობა და ინტერაქცია, ნაკლებად არის წარმოდგენილი, ხოლო ინტერკულტურული დიალოგი, რომელიც ავლენს სიძულვილის ენასა და რადიკალიზაციას, მედიანიგნიერების პროექტებში ყველაზე იშვიათად გვხვდება.

პარტნიორობთან ერთად განხორციელებულ პროექტთა ნაკლებობა

საკვლევი 85 პროექტიდან მხოლოდ 3 გულისხმობს სექტორთაშორის თანამშრომლობას, მაშინ, როდესაც ამგვარი თანამშრომლობა შეიძლება ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი იყოს მედიანიგნიერების კუთხით წარმატებული მუშაობისთვის. კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციებმა აღნიშნეს, რომ სხვადასხვა ორგანიზაციასთან მჭიდრო ურთიერთთანამშრომლობის მიუხედავად, ეს პროცესი ჯერჯერობით გაფანტულია - მას არ აქვს კარგად ჩამოყალიბებული სახე, ასევე, კოორდინაციისა და თანამშრომლობის ორგანიზებული პლატფორმის ფორმა. ზოგიერთ დონორს სურს ისეთი პროექტების მხარდაჭერა, რომლებიც ითვალისწინებს მედიასთან თანამშრომლობას ინფორმაციის ფართო აუდიტორიისთვის მისაწოდებლად.

გამოვლენილ პროექტთა მცირე ნაწილი მიემართება ქვეყნის რეგიონებისა და უშუალოდ მონყვლადი ჯგუფების საჭიროებებს

პროექტთა უმრავლესობას ძირითადად ეროვნული ფოკუსი აქვს. გამოვლენილი 85 პროექტიდან მხოლოდ 10-მდე გულისხმობს კომუნიკაციას უშუალოდ საქართველოს რეგიონებში მცხოვრებ მოსწავლეებთან, მასწავლებლებსა და, ზოგადად, მოსახლეობასთან, მათი საჭიროებებიდან და გამომწვევებიდან გამომდინარე. მოკვლევას არ გამოუვლენია პროექტი, რომლის სამიზნე აუდიტორია იქნებოდა საზღვრისპირა/ოკუპირებული ტერიტორიების მოსახლზრედ მცხოვრები მოსახლეობა.

საქართველოს რეგიონებში მცხოვრებ ადამიანთა საჭიროებებზე მორგებული პროექტების მცირე რაოდენობა მიუთითებს, რომ აუცილებელია მუშაობის გაძლიერება ამ კუთხით.

პროექტთა უმრავლესობის სამიზნე ჯგუფს ქმნიან ახალგაზრდები

პროექტების დიდი ნაწილის სამიზნე ჯგუფები არიან სკოლის მოსწავლეები (12-დან 17 წლამდე) და ახალგაზრდები (18-35 წელი). არ გამოვლენილა ისეთი პროექტები და/ან აქტივობები, რომლებიც განკუთვნილია სპეციფიკურად 55+ ასაკობრივი ჯგუფისთვის. ეს მიუთითებს, რომ არ არსებობს ისეთი რესურსი, ინიციატივა, ან კამპანია, რომელიც უშუალოდ ამ ასაკობრივი ჯგუფის ინტერესებზე იქნებოდა მორგებული. ასევე არ გამოვლენილა კონკრეტულად ბალის ასაკის ბავშვებზე ორიენტირებული პროექტი.

მედიანიგნიერების ერთიანი ქსელის შექმნის მნიშვნელობა, საჭიროება და გამოწვევები

პოტენციური თანამშრომლობის შეფასებისას, კვლევის მონაწილე აქტორები დადებითად აფასებდნენ ურთიერთთანამშრომლობის შესაძლებლობებს და ასახელებდნენ ურთიერთთანამშრომლობის ქსელის როგორც დადებით მხარეებს, ასევე პოტენციურ გამოწვევებს.

პროცესის მონაწილე საჯარო და არასამთავრობო ორგანიზაციების, ასევე, აკადემიის წარმომადგენელთა აზრით, ქსელის წინადადებები უნდა იყოს სარეკომენდაციო და ხელს უწყობდეს მოქმედ აქტორებს შორის ინფორმაციის გაცვლა-გაზიარებას. ქსელის ფარგლებში აუცილებელია მიმდინარე თუ დაგეგმილი კვლევებისა და პროექტების წარდგინება, საჭიროების შემთხვევაში კი - ერთობლივი ღონისძიებების დაგეგმვა-განხორციელება და მჭიდრო თანამშრომლობა მიზნობრივ აუდიტორიებთან წვდომისთვის. კვლევის მონაწილეთა უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ ქსელი სასარგებლო იქნება ქვეყანაში მედიანიგნიერების სფეროს განვითარებისა და საზოგადოებაში მედიანიგნიერების დონის ამაღლებისათვის: კერძოდ, მრავალაქტორული პლატფორმა ქსელის წევრებს შესაძლებლობას მისცემს, რომ უკეთ შეაფასონ მედიანიგნიერების საჭიროებები და დასახონ მოქალაქეთა ინტერესებსა და საჭიროებებზე ორიენტირებული გეგმები.

კვლევის მონაწილეთა გამოკითხვით დადგინდა, რომ მედიანიგნიერების ერთიანი ქსელის შექმნას, სადაც სფეროს ყველა აქტორი განეწიანდება, რამდენიმე ფაქტორი უშლის ხელს.

პირველ რიგში, აღნიშნული სფეროს ძირითად აქტორებს განსხვავებული ხედვები აქვთ მედიის - მათ შორის, მედიანიგნიერების დარგის - პოლიტიკასა და მის განხორციელებაზე. ამ მხრივ, გამოწვევად რჩება კომუნიკაციების კომისიისა და სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენელთა შორის აზრთა სხვადასხვაობა კომისიასთან არსებული მედიააკადემიის პროექტზე - „მედიაკრიტიკის პლატფორმა“ (mediacritic.ge).⁸²

გარდა ამისა, სფეროს ძირითად აქტორებს შორის არ არის მიღწეული კონსენსუსი მედიანიგნიერების ერთიანი ქსელის საკოორდინაციო ფუნქციებზე.

ამ გამოწვევების აღმოსაფხვრელად, მნიშვნელოვანია მხარეთა შორის დიალოგი და მჭიდრო თანამშრომლობა.

82 მედიააკადემია კომუნიკაციების კომისიასთან შექმნილი საჯარო სამართლის იურიდიული პირია: <https://bit.ly/3o3slis>; „მედიაგარემო საქართველოში“, კოალიცია „მედიის ადვოკატირებისთვის“ (2020): <https://bit.ly/3o2PtTO> „ვინ „ღირს“ მედიაკრიტიკად?“ მედიის განვითარების ფონდი: <https://bit.ly/2Y71FbG>

6. დასკვნა

ტექნოლოგიური განვითარებით შეცვლილმა ტრადიციულმა მედიაგარემომ, ერთი მხრივ, საშუალება მისცამოქალაქებს, რომ თავადაირჩიოს ინფორმაციის წყარო, ჩამოაყალიბოს და გააზიაროს ინფორმაცია და ხელი შეუწყოს დღის წესრიგის განსაზღვრას, მეორე მხრივ კი საუკეთესო შესაძლებლობა შექმნა გადაუმონებელი, ყალბი, მრავალი ფობის გამომხატველი ინფორმაციის გასავრცელებლად.

საბოლოო ჯამში, კვლევამ გამოავლინა, რომ საქართველოში მედიანიგნიერების დონის ასამაღლებლად მუშაობს სხვადასხვა დონის ექსპერტული ცოდნისა და გამოცდილების მქონე ორგანიზაცია, რომლებიც ხელს უწყობენ მოქალაქეებში მედიანიგნიერების უნარების განვითარებას. თუმცა, ქვეყანაში არ არსებობს სახელმწიფო და არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ შეთანხმებული ერთიანი სტრატეგიული მიდგომა, რომელიც მიმართული იქნება საზოგადოების მედიანიგნიერების დონის გაუმჯობესებასა და არსებულ გამოწვევებთან გამკლავებაზე.

7. რეკომენდაციები

- გაუმჯობესდეს კოორდინაცია სხვადასხვა აქტორს შორის, რომელთა საქმიანობა უკავშირდება მედიანიგნიერების სფეროს. მედიანიგნიერების დონის ამაღლების ერთიანი მიზნის მისაღწევად, მნიშვნელოვანია თანამშრომლობა საჯარო, სამოქალაქო, მედიისა და საგანმანათლებლო ორგანიზაციებს შორის. ეს ხელს შეუწყობს მედიანიგნიერებასთან დაკავშირებული მრავალი მნიშვნელოვანი საკითხის გამოვლენას, დაზუსტებასა და გადაჭრას.
- ქვეყანაში არსებული კონტექსტის გათვალისწინებით, მედიანიგნიერების კუთხით არსებული მდგომარეობისა და საჭიროებების შესაფასებლად, აუცილებელია მუშაობის გაძლიერება კვლევების, საჭიროებათა ანალიზისა და რისკების შეფასების მიმართულებით. ეს გააძლიერებს მუშაობას მედიანიგნიერების კუთხით.
- მნიშვნელოვანია, მეტი ყურადღება დაეთმოს მედიანიგნიერების პროექტთა და ღონისძიებათა სამიზნე ჯგუფებად რეგიონებში მცხოვრებ პირთა განსაზღვრას, რომლებიც განსაკუთრებულად მოწყვლადები არიან მიმდინარე გამოწვევების მიმართ (მაგ: ეთნიკური, რელიგიური და/ან ენობრივი უმცირესობები).
- მნიშვნელოვანია, პროექტები, კამპანიები, ღონისძიებები და სხვა აქტივობები აქტიურად მიემართებოდეს სკოლამდელი ასაკისა და ხანდაზმულ აუდიტორიას.
- მნიშვნელოვანია, უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში დაინერგოს სისტემური მიდგომა მედიანიგნიერების მიმართ, რაც ითვალისწინებს სხვადასხვა სასწავლო კურსის, მოდულისა და კვლევითი პროექტის შექმნას, როგორც საუნივერსიტეტო, ასევე ფართო აუდიტორიისთვის.
- აუცილებელია, საკომუნიკაციო სტრატეგიის შემუშავება მოქალაქეებში მედიანიგნიერების დონის ასამაღლებლად და ფართომასშტაბიანი საინფორმაციო კამპანიების დაგეგმვა-განხორციელება.
- მნიშვნელოვანია, საერთაშორისო და ადგილობრივი დონორები უფრო მეტად უწყობდნენ ხელს მედიანიგნიერების ამაღლებაზე მიმართულ პროექტებსა და სიღრმისეულ კვლევებს, რომლებიც შეისწავლიან შემდეგ საკითხებს: მედიის მოხმარების უნარ-ჩვევები საქართველოში, მედიის მიმართ დამოკიდებულებები, ინფორმაციის გავრცელების გზები და მედიანიგნიერების სხვა ასპექტები; ასევე, შეაფასებენ მედიანიგნიერების სფეროში განხორციელებული პროგრამების, პროექტებისა ან სხვა აქტივობების შედეგებსა და/ან გავლენას.

8. ბიბლიოგრაფია

კანონმდებლობა და სტრატეგიული დოკუმენტები:

1. ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენცია: <https://bit.ly/3bZgs07>
2. ევროპის საბჭოს მინისტრთა კომიტეტის 2018 წლის 7 მარტის რეკომენდაცია CM/Rec(2018)1: <https://rm.coe.int/16804ec488>
3. ეროვნული სასწავლო გეგმა, ეროვნული სასწავლო გეგმების პორტალი: <http://ncp.ge/ge/curriculum/satesto-seqtsia/akhali-sastsavlo-gegmebi-2018-2024/datskebiti-safekhuri-i-vi-klasebi-damtkitsda-2016-tsels>
4. მასწავლებლის პროფესიული სტანდარტი: <https://bit.ly/3bpwFJU>
5. საქართველოს კანონი „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/29620?publication=36>
6. საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1561437?publication=22>
7. საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32867?publication=54>
8. საქართველოს კანონი „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/16198?publication=10>
9. საქართველოს პარლამენტი: თემატური მოკვლევა დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის საკითხების შესახებ: <http://www.parliament.ge/ge/saparlamento-saqmianoba/komitetebi/sagareo-urtiertobata-komiteti-147/tematuri-mokvleva>
10. კომუნიკაციების კომისია: მედიაინჟინერების განვითარების ხელშეწყობა - სტრატეგია: <https://www.comcom.ge/uploads/other/3/3285.pdf>
11. კომუნიკაციების კომისია: მედიაინჟინერების განვითარების ხელშეწყობის სამოქმედო გეგმა: <https://www.comcom.ge/ge/news/press-releases/komunikaciebis-erovnulma-komisiam-sazogadoebas-mediawignierebis-samoqmedo-gegma-da-strategia-warudgina.page>
12. კომუნიკაციების კომისიის წლიური ანგარიში, 2018: <https://comcom.ge/uploads/other/3/3706.pdf>
13. საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო: <https://www.mes.gov.ge/content.php?id=10021&lang=geo>
14. საქართველოს სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახურის ანგარიში (2017): <https://bit.ly/3nS1efP>
15. საქართველოს სამთავრობო პროგრამა 2019-2020: <https://bit.ly/3o70Yta>
16. საქართველოს მთავრობის განკარგულება N60 „საქართველოს ფართოზოლოვანი ქსელების განვითარების 2020-2025 წლების ეროვნული სტრატეგიისა და მისი განხორციელების სამოქმედო გეგმის დამტკიცების შესახებ“: http://gov.ge/files/545_74851_576141_60.pdf
17. „საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების ერთიანი სტრატეგია 2017-2021-ის დამტკიცების შესახებ“: https://mes.gov.ge/uploads/MESStrategy_2017-2021.pdf
18. საქართველოს მთავრობის დადგენილება: „საქართველოს კიბერუსაფრთხოების 2017-2018 წლების ეროვნული სტრატეგიის და მისი სამოქმედო გეგმის დამტკიცების შესახებ“: http://gov.ge/files/469_59439_212523_14.pdf

კვლევები ქართულ ენაზე:

19. ავალიშვილი ლევან, ლომთაძე გიორგი და ქეჯიშვილი სანდრო, „კრემლის საინფორმაციო ომი საქართველოს წინააღმდეგ: პროპაგანდასთან ბრძოლის სახელმწიფო პოლიტიკის აუცილებლობა.“ ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (2016): <https://bit.ly/3632YMX>
20. აძინბაია ზვიად და დევდარიანი ჯაბა (2019), საქართველოს პარლამენტის საგარეო ურთიერთობათა კომიტეტის დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის საკითხების თემატური მოკვლევის ჯგუფის 2019 წლის ანგარიში, გვ. 17: <https://bit.ly/3sKwYHe>
21. კინწურაშვილი თამარ, გელავა სოფო და ჩიტალაძე ანა, „საქართველოს ევროატლანტიკური ინტეგრაციის საკითხებზე უმცირესობებით დასახლებული რეგიონების ინფორმირება“ (2019),

მედიის განვითარების ფონდი: <https://bit.ly/3qJq6bw>

22. კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი (CRRC): საზოგადოების განწყობა საქართველოში, 2019 წლის აპრილის გამოკითხვის შედეგები: <https://bit.ly/3c0tSsT>
23. კინწურაშვილი თამარ, ხორბალაძე თამარ, გელავა სოფო, რაფავა ნანა, პეტრიაშვილი, მაკა და ქურდაძე დალი, „მედია და ინფორმაციული წიგნიერების სწავლება“, მედიის განვითარების ფონდი (2019): <https://bit.ly/3o1UzQ1>
24. კოალიცია „მედიის ადვოკატირებისთვის“: მედიაგარემო საქართველოში (2020): <https://bit.ly/3o2PtTO>
25. „ვინ „ღირს“ მედიის კრიტიკად?“ მედიის განვითარების ფონდი: <https://bit.ly/2Y71FbG>
26. „ვინ არის მაქსიმ შევჩენკო და რატომ არ თვლის მარეგულირებლის მედიაკრიტიკა მას კრემლის პროპაგანდისტად?“ მითების დეტექტორი (2020): <https://bit.ly/398rpL9>

სხვა რესურსები ქართულ ენაზე:

27. კომუნიკაციების კომისიის შესახებ: <https://comcom.ge/en/the-commission/about-commission>
28. კომუნიკაციების კომისიის 2018 წლის ანგარიში: <https://comcom.ge/uploads/other/3/3706.pdf>
29. მედიააკადემია: <https://bit.ly/3o3slis>
30. საზოგადოების განწყობა საქართველოში, 2019 წლის აპრილის გამოკითხვის შედეგები, ჩატარებული CRRC-საქართველოს მიერ, NDI-ის დაკვეთით: <https://bit.ly/2Y0FGDh>
31. საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტროს დოკუმენტი „საქართველოს ევროკავშირში ინტეგრაციის საგზაო რუკა“ (2019): საქართველოს ევროკავშირში ინტეგრაციის საგზაო რუკა (mfa.gov.ge)

მასალები ინგლისურ ენაზე:

32. April 2020 Coordinated Inauthentic Behavior Report (2020): Facebook. <https://about.fb.com/news/2020/05/april-cib-report/>
33. Adzinbaia, Z., Zawadzka, M. „Countering Russia’s Disinformation and Propaganda in Georgia“ (2018): Warsaw Institute. <https://bit.ly/3qGecPp>
34. Chapman, Martina. „Mapping of media literacy practices and actions in EU-28.“ European Audiovisual Observatory (2016): <https://rm.coe.int/1680783500>
35. Christopher, Paul and Matthews, Miriam. „The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It.“ Santa Monica Calif.: RAND Corporation PE-198-OSD, 2016: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>
36. Gleicher, Nathaniel. “Facebook: Removing Coordinated Inauthentic Behavior from Georgia, Vietnam and the US” (2019). Facebook: <https://bit.ly/2Y1YgL8>
37. Jamieson, K.H. (2018). Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President: What We Don’t, Can’t, and Do Know. Oxford University Press.
38. Kapanadze, S. (2015), “Russia’s Soft Power in Georgia – A Carnivorous Plant in Action” in The Different Faces of “Soft Power”: the Baltic States and Eastern Neighborhood between Russia and the EU, Editors: Toms Rostoks and Andris Sprūds, Latvian Institute of International Affairs, 2015: https://liia.lv/site/docs/LIIA_soft_power_book_web_layout.pdf
39. Gvineria Shota (2019). “Tracking and Refuting Disinformation in Georgia. Social Media Monitoring and Analysis Final Report”. McCain Institute, Arizona State University. <https://bit.ly/3qybnQA>
40. Roosenbeek, J., van der Linden, S. (2019) Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. Palgrave Communications: <https://bit.ly/3pXy9RX>
41. Tomljenović, Robert. Regulatory Authorities for Electronic Media and Media Literacy. Comparative Analysis of the Best European Practices (2018). Council of Europe Publishing. Strasbourg Cedex: <https://bit.ly/3pmNGu0>
42. Tsitsikashvili, Mariam(2019), Comparing Lessons Learned from Countering Russian Disinformation in Georgia and the Czech Republic. In Kremlin Watch Report: <https://bit.ly/3qK6bZT>
43. Tughushi, Lasha; Meskhi, Ana& Ananeishvili, Guram (2018). Georgia. In Disinformation Resilience in Central

and Eastern Europe: http://prismua.org/wp-content/uploads/2018/06/DRI_CEE_2018.pdf

44. Zurabashvili, Tornike (2018). Russia's Disinformation Activities and Counter-Measures: Lessons from Georgia. In Kremlin Watch Report: <https://bit.ly/3c26bQG>

სხვა რესურსები ინგლისურ ენაზე:

45. Disinformation aims at undermining Democracy: <https://bit.ly/2Y7T48o>
46. Freedom on the Net, 2019: Georgia. Freedom House: <https://bit.ly/3iFvhGE>
47. Information Disorder. Council of Europe: <https://bit.ly/2MfHSnA>
48. EUvsDisinfo. <https://euvsdisinfo.eu/about/>
49. Divisive narratives on Facebook during the 2018 Elections. ISFED: <https://bit.ly/3p8LDcX>
50. Media Sustainability Index Georgia, 2018. IREX: <https://bit.ly/3p7h7QS>
51. Media Sustainability Index Georgia, 2019. IREX: <https://bit.ly/2KFEfqK>
52. U.S. Department of State: GEC Special Report: August 2020 Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem:
53. https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia%E2%80%99s-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები

სახელმწიფო და საჯარო ორგანიზაციები:

1. საქართველოს პარლამენტი
2. საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო
3. მასწავლებელთა პროფესიული განვითარების ეროვნული ცენტრი
4. ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო
5. კომუნიკაციების კომისია
6. სსიპ მონაცემთა გაცვლის სააგენტო (მოქმედი იყო 2020 წლის პირველ ნახევარში)

უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებები:

7. ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
8. საქართველოს უნივერსიტეტი
9. საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი

სამოქალაქო სექტორი:

10. მედიის განვითარების ფონდი (MDF)
11. საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია
12. საქართველოს საზოგადოებრივი ინტერესების დაცვის ასოციაცია
13. საქართველოს რეფორმების ასოციაცია
14. ფრონტლაინ ჯორჯია კლუბი
15. ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI)
16. დემოკრატიის ლაბორატორია (DEMLab)
17. ატლანტიკური საბჭოს ციფრული გამოძიების კვლევის ლაბორატორია (Atlantic Council DFRLab)
18. ჟურნალისტიკის რესურსცენტრი (JRC)
19. სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება (ISFED)

ფონდები და საელჩოები:

20. აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი (EWMI)
21. დიდი ბრიტანეთის საელჩო საქართველოში (The British Embassy in Tbilisi)
22. ამერიკის შეერთებული შტატების საელჩო საქართველოში (U.S. Embassy in Georgia)
23. დოიჩე ველეს აკადემია (Deutsche Welle Akademie)
24. აირექსი (IREX)
25. იუნისეფი (UNICEF)
26. ინტერნიუსი საქართველო (Internews Georgia)

მედიაშემაჯობლები:

27. საზოგადოებრივი მაუწყებელი
28. TOK TV

დანართი II.

კითხვარი

გამარჯობა. გთხოვთ, მონაწილეობა მიიღოთ კვლევაში, რომლის მიზანია საქართველოში მედიანგნიერების ერთიანი პოლიტიკის განვითარების ხელშეწყობა.

პროექტი ხორცილდება ევროპის საბჭოს (Council of Europe) მხარდაჭერით. მისი ამოცანაა მედიანგნიერების საკითხებში ჩართულ აქტორთაგან ინფორმაციის შეგროვება მიმდინარე ინიციატივებზე და სხვადასხვა საჭიროების გამოვლენა. ეს ხელს შეუწყობს საქართველოში ერთიანი ხედვისა და სტრატეგიის ჩამოყალიბებას მედიანგნიერების სფეროში. კვლევის შედეგად მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე მომზადდება საჭიროებათა შეფასების დოკუმენტი (needs assessment) და რეკომენდაციების პაკეტი.

გთხოვთ, მონაწილეობა მიიღოთ კვლევაში ამ წერილზე დართული კითხვარის შევსებით.

თქვენი ჩართულობა უაღრესად მნიშვნელოვანია პროექტის საბოლოო მიზნის მისაღწევად!

წინასწარ გიხდით მადლობას დათმობილი დროისა და ყურადღებისათვის!

პატივისცემით,

ეკატერინე ბასილაია

ნინო დანელია

I ბლოკი - კონტექსტი

თქვენი ორგანიზაციის სახელი:

დაასახელეთ სხვა ორგანიზაციები, რომლებიც ასევე მუშაობენ მედიანგნიერების საკითხებზე (ის შეიძლება იყოს სხვადასხვა სექტორიდან. მაგ: საგანმანათლებლო ორგანიზაცია, აუდიოვიზუალური პროდუქციის მიმწოდებელი, ონლაინპლატფორმა, საჯარო სტრუქტურა, მედიის მარეგულირებელი, სამოქალაქო საზოგადოება).

რა ტიპის პლატფორმებსა და ქსელებში (networks) თანამშრომლობთ მედიანგნიერების საკითხებზე მომუშავე მხარეები? საჭიროებისას, შეგიძლიათ რამდენიმე პლატფორმის დასახელება.

თუ შეიძლება, რამდენიმე წინადადებით აღწერეთ, როგორ მუშაობენ ეს თანამშრომლობითი პლატფორმები, ვინ მართავს მათ და რომელ დონეზე (ადგილობრივი/რეგიონული, ეროვნული, თუ საერთაშორისო)?

II ბლოკი

გთხოვთ, შეავსოთ ქვემოთ მოცემული ცხრილი და დაასახელოთ 10 ყველაზე მნიშვნელოვანი პროექტი, რომლებიც განახორციელეთ 2017 წლის 23 დეკემბრიდან. თუ შეიძლება, მიუთითეთ ერთი ყველაზე შესაფერისი კატეგორია შემდეგ კრიტერიუმებში: პროექტის ტიპი; შემსრულებელი სექტორი; მედიანიგნიერების უნარები, რომელთა გაუმჯობესებაც დასახულია მიზნად; და მიზეზი, რატომ არის პროექტი მნიშვნელოვანი. კატეგორიების მითითებისას, გთხოვთ, იხელმძღვანელოთ ვარსკვლავებით აღნიშნული აღწერილობებით, რომელთა განმარტებებიც მოცემულია ქვემოთ.

	1	2
პროექტის სახელწოდება		
პროექტის ტიპი (ერთ პროექტზე მონიშნეთ მხოლოდ ერთი კატეგორია)*		
შემსრულებელი სექტორი**		
მედიანიგნიერების უნარები, რომელთა განვითარებაც დასახულია მიზნად***		
რეგიონული დონე, თუ ეროვნული****		
განხორციელების წლები		
რატომ არის პროექტი მნიშვნელოვანი *****		
მნიშვნელობის ხარისხი (1-ძალიან მნიშვნელოვანი, 3 - უმნიშვნელო)*****		

* პროექტის ტიპების მითითებისას გამოიყენეთ შემდეგი კატეგორიები:

- კვლევა - მედიანიგნიერების საკითხებთან დაკავშირებული რაოდენობრივი ან თვისებრივი კვლევები, რომლებიც გამოქვეყნდა, ან რომლებსაც ფართოდ იყენებენ მედიანიგნიერების საკითხებზე მომუშავე პრაქტიკოსები.
- რესურსები - სატელევიზიო გადაცემები, ელექტრონულად გამოქვეყნებული მასალები, საინფორმაციო ლიფტები, ვიდეო/აუდიო მასალები, საგაკვეთილო გეგმები, კურიკულუმები, მოდულები, ვებგვერდები ან ნებისმიერ სხვა რამ, რაც უკავშირდება მედიანიგნიერების საკითხებს.
- კამპანიები - როგორც წესი, უკავშირდება ცნობიერების ამაღლებასა და სასურველი ქცევის მიღწევას. ჩვეულებრივ, კამპანიას ახლავს მონოდება კონკრეტული ქმედებისკენ, როგორცაა „გააზიარე გონივრულად!“ ანდა „იცოდე, როგორ გადაამოწმო ონლაინ ინფორმაციის სისწორე“. კამპანიები შეიძლება ხორციელდებოდეს ერთზე მეტი პირის მიერ და მოიცავდეს სატელევიზიო/რადიო/ონლაინ და/ან სხვა საკომუნიკაციო არხებს.
- დაფინანსება - მედიანიგნიერებასთან დაკავშირებული აქტივობების დაფინანსება შეიძლება შემოთავაზებული იყოს გრანტის, ღია კონკურსის ან ტენდერში მონაწილეობის სახით.
- ურთიერთთანამშრომლობის პლატფორმა - მედიანიგნიერების საკითხებთან დაკავშირებული

კონფერენციები, სემინარები, შეხვედრები, ონლაინ და ოფლაინ ფორუმები, მონაცემთა ბაზები, საინფორმაციო ფურცლები და ა.შ.

- პოლიტიკის განვითარება - კონსულტაციები, ანგარიშები და რეკომენდაციები მედიანიგნიერების დონის გასაუმჯობესებლად.
- მოქალაქეთა ჩართულობაზე ორიენტირებული აქტივობა - პროექტები, რომლებიც ფოკუსირებულია უშუალოდ მოქალაქეთა ჩართულობაზე, ინფორმაციის მიწოდებასა და მოქალაქეებთან პირისპირ მუშაობაზე (ტელეფონით ან ონლაინ).
- სხვა - თუ პროექტი არ აკმაყოფილებს ზემოთ აღწერილ არცერთ ტიპს, რესპონდენტები მიუთითებენ კატეგორიას „სხვა“.

**** სექტორის აღნიშვნისას გამოიყენეთ შემდეგი კატეგორიები:**

- საგანმანათლებლო დაწესებულება
- აუდიოვიზუალური პროდუქციის მიმწოდებელი
- საჯარო სტრუქტურა
- მედიის მარეგულირებელი
- ონლაინპლატფორმა
- სამოქალაქო საზოგადოება
- სექტორთაშორისი თანამშრომლობა
- სხვა

***** მედიანიგნიერების უნარების აღნიშვნისას გამოიყენეთ შემდეგი კატეგორიები:**

- შემოქმედებითობა - მედიის შინაარსის შექმნა, აწყობა და გენერირება.
- კრიტიკული აზროვნება - მედიანიდუსტრიის მუშაობის, ასევე, მედიაგზავნილების შექმნის წესებისა და პრინციპების გაგება; მედიის შინაარსის შემქმნელთა მოტივაციის სკეპტიკურად აღქმა, რათა ინფორმირებული არჩევანი გავაკეთოთ ამ კონტენტის შერჩევისა და გამოყენებისას; სხვადასხვა ტიპის მედიის შინაარსის ამოცნობა და მისი სანდოობისა და ფაქტობრიობის შეფასება; ონლაინუსაფრთხოების რისკების ამოცნობა და მართვა.
- ინტერკულტურული დიალოგი - რადიკალიზაციისა და სიძულვილის ენის კრიტიკულად შეფასება.
- მედიის სწორი გამოყენების უნარი - მედიის კონტენტისა თუ სერვისების ძებნის, პოვნისა და გამოყენების, ასევე, შესაბამისი ნავიგაციის შესაძლებლობები.
- მონაწილეობა და ინტერაქცია - მედიის საშუალებით საზოგადოების ჩართულობა და მონაწილეობა პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, სოციალურ, შემოქმედებით და კულტურულ ცხოვრებაში; დემოკრატიული მონაწილეობისა და ფუნდამენტური უფლებების ხელშეწყობა.
- სხვა - თუ პროექტი არ ავითარებს ზემოთ აღწერილ არცერთ უნარს, მიუთითეთ კატეგორია „სხვა“.

****** პროექტების კლასიფიკაცია აღნიშნეთ ასოებით „რ“ (რეგიონული პროექტები) და „ნ“ (ნაციონალური პროექტები).**

******* როდესაც მიუთითებთ მიზნებს, თუ რატომ არის მნიშვნელოვანი პროექტი, იხელმძღვანელოთ ქვემოთ ჩამოთვლილი კრიტერიუმებით. ცხადია, შეგიძლიათ თითოეულ პროექტისთვის სახასიათო ინდიკატორის გამოყენებაც.**

- მიზნობრივი აუდიტორიის ზომა
- პროექტის ბიუჯეტი
- პროექტის წარმატება (შედეგები, დასახული მიზნების მიღწევა)
- პროექტის ცნობადობის დონე
- მიზნობრივი აუდიტორიის ჩართულობის დონე
- სხვა

******* პროექტების მნიშვნელობის ხარისხი მიუთითეთ 1-დან 3-მდე სკალის გამოყენებით, სადაც 1 ნიშნავს „ძალიან მნიშვნელოვანია“ და 3 - „უმნიშვნელოა“.**

III ბლოკი

ზემოთ ჩამოთვლილ პროექტებს შორის აღწერეთ თქვენი აზრით ყველაზე მნიშვნელოვანი მაქსიმუმ სამი პროექტი მედიაინიციერების კუთხით, რომლებიც საქართველოში 2018 წლიდან განხორციელდა. თითოეულისთვის გამოყავით ცალკე ფორმა, რომელიც მოცემულია ქვემოთ:

პროექტი N1:

1	პროექტის სახელი:																
2	<p>პროექტის ტიპი: თუ შეიძლება, ლათინური ასო X-ით აღნიშნეთ მხოლოდ ერთი კატეგორია ჩამოთვლილი 6-დან, როგორც აღწერილი იყო მესამე კითხვაში</p> <table border="1" data-bbox="256 815 1247 1733"> <tr> <td>კვლევა</td> <td></td> </tr> <tr> <td>რესურსები</td> <td></td> </tr> <tr> <td>კამპანიები</td> <td></td> </tr> <tr> <td>დაფინანსება (Provision of Funding)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>თანამშრომლობის პლატფორმა (Networking platforms)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>პოლიტიკის განვითარება (Policy Development)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>მოქალაქის/მომხმარებლის ჩართულობა (End-user engagement)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>სხვა</td> <td></td> </tr> </table> <p>თუ შეიძლება, მოკლედ აღწერეთ პროექტი და მიუთითეთ კონტექსტი, მოტივაცია, მიზნები, მეთოდები და გავრცელების გზები (მაგ: ონლაინ, პუბლიკაციებით, პირადად (face to face) და ა.შ.), ასევე, რატომ მიიჩნევთ პროექტს მნიშვნელოვანად. თუ პირადად იყავით ჩართული პროცესში, მიუთითეთ თქვენი როლი (ორგანიზატორი, მონაწილე, ბენეფიციარი, დამკვირვებელი და ა.შ.).</p>	კვლევა		რესურსები		კამპანიები		დაფინანსება (Provision of Funding)		თანამშრომლობის პლატფორმა (Networking platforms)		პოლიტიკის განვითარება (Policy Development)		მოქალაქის/მომხმარებლის ჩართულობა (End-user engagement)		სხვა	
კვლევა																	
რესურსები																	
კამპანიები																	
დაფინანსება (Provision of Funding)																	
თანამშრომლობის პლატფორმა (Networking platforms)																	
პოლიტიკის განვითარება (Policy Development)																	
მოქალაქის/მომხმარებლის ჩართულობა (End-user engagement)																	
სხვა																	

3	პროექტის გეოგრაფიული არეალი (რეგიონული თუ ეროვნული)
4	პროექტის განხორციელების დრო და, თუ ცნობილია, ბიუჯეტი.
5	მედიაწიგნიერების უნარები და შესაძლებლობები, რომელთა გაუმჯობესებაც დასახული იყო მიზნად.
6	დაინტერესებული მხარეები: თუ შეიძლება, მიუთითეთ ორგანიზაციები, სექტორი და ამ ორგანიზაციების როლი პროექტში.
7	მიზნობრივი აუდიტორია: თუ შეიძლება, მიუთითეთ მიზნობრივი აუდიტორიის ასაკი, სქესი, სოციალურ-ეკონომიკური ჯგუფი, საცხოვრებელი ადგილი და ნებისმიერი სხვა მნიშვნელოვანი მახასიათებელი. სადაც შესაძლებელია, აღნიშნეთ მიზნობრივი აუდიტორიის სიდიდე.
8	შედეგები და შეფასება: თუ შეიძლება, ძალიან მოკლედ აღწერეთ პროექტის მთავარი შედეგები და მიღწევები.
9	წყარო: თუ შეიძლება, მიუთითეთ, სად შეიძლება პროექტზე ინფორმაციის ნახვა (ვებგვერდი, პუბლიკაცია, სოციალური ქსელის პლატფორმა და ა.შ.)

დიდი მადლობა გამოკითხვაში მონაწილეობისათვის!

დანართი III.

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციების მიერ განხორციელებული პროექტების, კვლევებისა და სხვა აქტივობების სია

სახელმწიფო და საჯარო ორგანიზაციები:

1. საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო

- „ახალი სკოლის მოდელი“: <https://www.mes.gov.ge/content.php?id=8987&lang=geo>
- „კომუნიკაცია ქართულ ენაზე“ - მედიაინჟინერების სწავლებისა და სწავლის გზამკვლევი პროფესიული სასწავლებლის მოსწავლეებისთვის: <http://bit.ly/2PGbr0y2>.

2. მასწავლებელთა პროფესიული განვითარების ეროვნული ცენტრი

- ტრენინგების სერია მასწავლებლებისთვის: „სწავლება ციფრული მოქალაქეობის შესახებ;“
- ბეჭდური და ონლაინ ჟურნალი „მასწავლებელი“: <http://mastsavlebeli.ge/>
- სახელმძღვანელო „მშობელთა ციფრული გზამკვლევი“: http://tpdc.gov.ge/ptk_files/_ckuploaded/978672.pdf
- სახელმძღვანელო „ციფრული მოქალაქეობის განათლება“:
<https://rm.coe.int/16809382f9?fbclid=IwAR3LVzVQgATLjrXKcYRYjA-7IB-BsOAK9Fs7j97WkrOH1qM2gmerD-WVyLw>

3. ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

- „საქართველოში ონლაინუსაფრთხოების შეფასების ანგარიში“.

4. კომუნიკაციების კომისია და ააიპ მედიააკადემია

- „თავგადასავალი პროგრამირების სამყაროში“ და „მოგზაურობა კომპიუტერში - წიგნების სერია „გამარჯობა რუბი“;
- Happy Onlife - ევროკომისიის მხარდაჭერით შექმნილი ონლაინაპლიკაცია და სამაგიდო თამაში მოზარდებისთვის;
- მედიის ეკონომიკა - საგანმანათლებლო მოკლევადიანი კურსი დაწყებითი კლასების მოსწავლეებისთვის;
- მედიაინჟინერების კონკურსი უფროსკლასელებისთვის;
- მედიაინჟინერების ეროვნული მნიშვნელობის ონლაინპლატფორმა;
- ტრენინგები ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლებისთვის;
- ტრენინგები თემაზე „მედიაინჟინერება და ციფრული მოქალაქეობა“;
- თანამშრომლობა უნივერსიტეტებთან.

5. ააიპ მედიააკადემია

- მედიაკრიტიკის პლატფორმა: mediacritic.ge.

6. სსიპ მონაცემთა გაცვლის სააგენტოს მიერ განხორციელებული პროექტები 2013 წლიდან 2020 წლის პირველი ნახევრის ჩათვლით

- ღონისძიება/შეჯიბრი Cyber Exe (მიმდინარე);
- Cyber Cube (Cyber Olympiad) (მიმდინარე);
- ლექციების კურსი Cyber Class (მიმდინარე);
- ფიშინგის (Phishing) სიმულაცია (მიმდინარე);
- ზოგადი ტრენინგური კიბერუსაფრთხოებაში (მიმდინარე);
- კიბერჰიგიენის ტრენინგური (მიმდინარე);
- ელექტრონული სწავლების პორტალი: eLearning.dea.gov.ge (მიმდინარე);
- პორტალი სტუდენტებისთვის: <https://cyber-lab.tech/> (მიმდინარე);
- კიბერჰაკათონი (მიმდინარე).

უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებები

7. ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

- სკოლებში მედიისა და ინფორმაციული წიგნიერების სწავლების კურსი (2019);
- საგანი „მედიანიგნიერება“ (მიმდინარე);
- საგანი „პროპაგანდის თეორია“ (მიმდინარე).

8. საქართველოს უნივერსიტეტი

- კურსი Eufactcheck.Eu (მიმდინარე);
- რეგიონები (მიმდინარე).

9. საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი

- Engaging Ethnic Communities through Trainings in Multimedia Skills and Media Literacy (2018-20): <https://bit.ly/3tzEyFe>
- Learning the latest: Empowering the media and readers through media innovations (2019): <https://www.facebook.com/mediaednet/>
- Social Media Content Verification: Teaching and News Media Practice Study (2018)

სამოქალაქო სექტორი:

10. მედიის განვითარების ფონდი (MDF)

- სკოლებში მედიანიგნიერებისა და კრიტიკული აზროვნების სწავლება (2018-2019): <http://millab.ge/ka/>
- ახალგაზრდების მედიანიგნიერების ლაბორატორია (მიმდინარე): http://www.mdfgeorgia.ge/geo/view_actives/67
- მითების დეტექტორის ლაბორატორია მედიანიგნიერებისთვის (მიმდინარე): <http://mythdetector.ge/ka/laboratory>
<https://www.dw.com/en/dw-akademie/milen/s-45533421>
<https://milenexpertnetwork.wordpress.com>
- გაზომე სიმართლე: <http://www.mdfgeorgia.ge/geo/gallery/3>
- საერთაშორისო ჰაკათონი: http://mdfgeorgia.ge/geo/view_news/513
- ჰაკათონის ფარგლებში ჩატარებული სამუშაო შეხვედრები: http://mdfgeorgia.ge/geo/view_news/515
- „ისწავლე, რათა ამოიცილო“ - საქართველო - მედიანიგნიერების ტრენინგისთვის სახელმძღვანელოს თარგმნა და ადაპტირება;
- მედიანიგნიერების ხელშემწყობი ვიდეორგოლების სერია ინფოდემიაზე: <https://www.facebook.com/1436499703296575/videos/422819862193448>
კონკურსები: ყველაზე მედიანიგნიერი ახალგაზრდა: <http://mythdetector.ge/ka/myth/konkursi-qvelaze-mediagnieri-akhalgazrda-2019> და ყველაზე მედიანიგნიერი სკოლა: http://mdfgeorgia.ge/geo/view_statements/640

11. საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია

- მედიანიგნიერების პლატფორმა „მედიაჩეკერი“ (მიმდინარე): <https://www.mediachecker.ge/>
- მედიანიგნიერების განვითარება ახალგაზრდებში - მედიანიგნიერების სახელმძღვანელო (2018): <https://www.qartia.ge/ka/sakhelmdzghvanelo-tsesebi1/article/71298-mediatsignierebis-sakhelmdzghvanelo>
- მედიანიგნიერების განვითარება ახალგაზრდებში - ტრენინგები.

12. საქართველოს საზოგადოებრივი ინტერესების დაცვის ასოციაცია

- Online კურსი მედიანიგნიერებაში - შესავალი მედიანიგნიერებაში: <https://ganatldi.ge/>
- Online კურსი მედიანიგნიერებაში - მედიანიგნიერება;
- პროექტი „განმანათლებლები თანასწორობისთვის“ <https://bit.ly/2Uv2eIQ>

13. საქართველოს რეფორმების ასოციაცია

- ონლაინფაქტების გადამოწმების პლატფორმა Factcheck.ge (მიმდინარე);
- რეფორმების ასოციაციისა და მოხალისეთა ჰაბის ერთობლივი ინიციატივა, რომელიც გულისხმობს ახალგაზრდების მედეგობის გაზრდას ყალბი ამბების მიმართ: <https://www.facebook.com/VolunteerHubGeorgia/posts/521518949217537>
- საქართველოს რეფორმების ასოციაციისა და საქართველოს მასწავლებელთა პროფესიული ასოციაციის თანამშრომლობის საფუძველზე შექმნილი სახელმძღვანელო: „ანტიდასავლური დებინფორმაცია საქართველოში და მისი გამოვლენის გზები.“

14. ფრონტლაინ ჯორჯია კლუბი

- დისკუსიების სერია მედიანიგნიერებაზე (2018-2019): <https://www.facebook.com/frontlinegeorgia/>

15. ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI)

- პროექტი „ციფრული ნიგნიერება და ინტერნეტის თავისუფლება საქართველოში“ (სექტემბერი, 2017 – 31 იანვარი, 2018). პროექტის ფარგლებში მომზადდა ხუთი სახელმძღვანელო კიბერუსაფრთხოების თემაზე: <https://idfi.ge/ge/cybersecurity>
- შვედეთის განვითარებისა და თანამშრომლობის სააგენტოს (Sida) ორგანიზაციული მხარდაჭერის გრანტი, რომლის ფარგლებში მომზადდა რამდენიმე ანალიტიკური მასალა პროპაგანდის, დებინფორმაციისა და მედიის წარსული თუ თანამედროვე გამოწვევების შესახებ (1 იანვარი 2020 – 31 დეკემბერი 2022): <https://bit.ly/398FDLN>

16. დემოკრატიის ლაბორატორია - DEMLab (მიმდინარე)

- პროექტი „რაც მოგივა დავითაო, ყველა შენი თავითაო“ და „ეს არ არის კონფერენცია“ (მიმდინარე): <https://bit.ly/3qM4k70>

17. ატლანტიკური საბჭოს ციფრული გამოძიების კვლევის ლაბორატორია (Atlantic Council DFRLab)

- Georgians Gripped by Generated Graphics: <https://bit.ly/3o2YJaw>
- Pro-Kremlin Outlets Fail in Anti-West Sentiment Push around Anaklia Port: <https://bit.ly/367NSGe>
- Pro-Kremlin Narratives Challenge NATO Sec General’s Georgia Visit <https://bit.ly/3sLj2ga>
- “Gavrilov’s Night”: Multiple Facebook Pages Target: <https://bit.ly/396h9my>
- Anti-LGBT Facebook Posts Proliferate in Georgia Before Tbilisi Pride: <https://bit.ly/3iAO9Xf>
- Pro-Kremlin Actors Fuel Anti-Turkish Sentiment in Georgia: <https://bit.ly/2KIEK3k>
- Cyberattack knocks out Georgian websites with a surprise: <https://bit.ly/2KKxKTC>
- Inauthentic pages linked to majority government taken down in Georgia: <https://bit.ly/3iELk7t>
- Holy Tension! Georgia-Azerbaijan Border Dispute Grows: <https://bit.ly/3c2C37L>

18. ჟურნალისტიკის რესურსცენტრი - JRC

- პროექტის სახელწოდება: „პასუხისმგებლობით სანდოობისთვის“: <http://mediacouncil.ge/ge/news>

19. სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება (ISFED),

- სოციალური მედიის მონიტორინგი - ათი კვლევა:
https://isfed.ge/geo/sotsialuri-mediis-monitoringi?fbclid=IwAR3UnlT_AYkquzk-a7U_0CiZYnDEcbnGJWO38U-EDJETsmOisJnqgv6JdH8

20. ციფრული სააგენტო Circle

- ციფრული პლატფორმა და მობილური აპლიკაცია: Stopbullying.ge

მედიასაშუალებები:

21. საზოგადოებრივი მაუწყებელი

- სოციალური რეკლამა მედიაინჟინერებაზე;
- ერთობლივი პროექტი Factcheck.ge-თან.

22. TOK TV

- მულტიმედიური გასართობი შოუ FACK-FAKE:
<https://www.facebook.com/JournalismResourceCenter/videos/1422176911267541/?t=0>

23. ON.Ge

- ონლაინ თამაში „სიცრუის იმპერია“: <https://imperia.on.ge/>

დონორი ორგანიზაცია:

24. აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი (East-West Management Institute)

- პროექტი „საინფორმაციო თავდაცვის ლეგიონი“: <https://infoarmy.ge/ge>
- ახორციელებს არასამთავრობო ორგანიზაცია „სტრატეგიული კომუნიკაციების ცენტრი - საქართველო“;
- პლატფორმა „ვინ ვინ არის“, განახორციელა მოძრაობამ „ინტერნეტმონიტორინგი დემოკრატიული სამოქალაქო აქტივობისთვის“ (IMDCA), 15 აპრილი-15 ოქტომბერი, 2020.

25. საერთაშორისო კვლევებისა და გაცვლის საბჭო (IREX)

26. დოიჩე ველე (DW)

27. დემოკრატიის მხარდაჭერის ეროვნული ფონდი (NED)

9. ავტორთა მოკლე ბიოგრაფია:

ეკატერინე ბასილაია - მედიამკვლევარი და საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის ასისტენტ პროფესორი. იგი არის არაერთი კვლევითი და აკადემიური ნაშრომისა და ანგარიშის ავტორი მედიის სფეროსთვის მნიშვნელოვან სხვადასხვა საკითხზე. ეკატერინე ბასილაია არის IREX-ის მედიის მდგრადობის ინდექსის (MSI) და ძლიერი ინფორმაციის ბარომეტრის (VIBE) მოდერატორი და თანაავტორი ბოლო 10 წლის განმავლობაში. იგი იყო Media Influence Matrix (CEU)-ს საქართველოს შესახებ ანგარიშის კვლევის მრჩეველი 2019-2020 წლებში. ის არის თანაავტორი წიგნის „არასამთავრობო პოლიტიკის ადვოკატირების როლი და შეზღუდვები საქართველოში: ჯგუფები და მედია დღის წესრიგის შექმნაში“. ეკატერინე ბასილაია მუშაობდა მკვლევარად ისეთ ადგილობრივ და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან, როგორებიცაა BBC Action, DW Akademie, UNFPA, FPU, GIP და ა.შ.

ნინო დანელია - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი და ჟურნალისტიკისა და მედია მენეჯმენტის კავკასიური სკოლის მიწვეული პროფესორი. ის არის რამდენიმე კვლევისა და პოლიტიკის დოკუმენტის ავტორი ქართული მედიაგარემოს შესახებ და რამდენიმე სახელმძღვანელოს ტექსტის ავტორი ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციების სფეროში როგორც სტუდენტებისათვის, ასევე პრაქტიკოსებისთვის. მას აქვს საბაკალავრო და სამაგისტრო საფეხურზე სწავლებისა და პრაქტიკოსი ჟურნალისტებისა და კომუნიკაციის სპეციალისტებისათვის ტრენინგების ჩატარების 15 წლიანი გამოცდილება. ნინო დანელია ასევე მუშაობდა რამდენიმე გაზეთსა და რადიო გადაცემაში რეპორტიორად და რედაქტორად. ის ასევე არის არასამთავრობო ორგანიზაცია მედიაკლუბის დამფუძნებელი და კოალიცია მედიის ადვოკატირებისათვის ერთ-ერთი წევრი. ნინო დანელიამ ბაკალავრის ხარისხი მიიღო თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემიაში, მაგისტრის ხარისხი - ლუიზიანას სახელმწიფო უნივერსიტეტში.

www.coe.int

ევროპის საბჭო ადამიანის უფლებათა წამყვანი
ორგანიზაციაა კონტინენტზე. მასში
გაერთიანებულია 47 სახელმწიფო,
რომელთაგან 27 ევროკავშირის წევრია.
ევროპის საბჭოს ყველა წევრი სახელმწიფო
ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენციის
ხელმომწერია. აღნიშნული ხელშეკრულება
მიზნად ისახავს ადამიანის უფლებების,
დემოკრატიისა და კანონის უზენაესობის
დაცვას. ევროპის საბჭოს
წევრ-სახელმწიფოებში კონვენციის
განხორციელებას ზედამხედველობას უწევს
ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო.