

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის  
სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ანა ბარბაქაძე

საჯარო მმართველობა ციფრული მედიის ერაში  
მოქალაქეების თანამონაწილეობა გადაწყვეტილების მიღების  
პროცესში ონლაინ პლატფორმების მეშვეობით

სახელმწიფო მართვა და საჯარო მმართველობა

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია პოლიტიკურ მეცნიერებათა  
მაგისტრის (სახელმწიფო მართვა და საჯარო პოლიტიკა) აკადემიური  
ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ნანა მაჭარაშვილი, თბილისის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტის სოციალურ და პოლიტიკურ  
მეცნიერებათა ფაკულტეტის პოლიტიკის მეცნიერების მიმართულების  
ასოცირებული პროფესორი,  
პოლიტიკის მეცნიერების დოქტორი

თბილისი

2018

ანოტაცია:

ციფრულმა მედიამ თავისი გავლენისა და მასშტაბურობის წყალობით, დიდი ხანია რაც არაერთი სფეროს ქცევითი მახასიათებლები შეცვალა, იმდენად რომ სხვადასხვა მიმართულებების საკომუნიკაციო წყაროები ან სრულად გააქრო ან მომხმარებლები შეუმცირა. საუბარია იმაზეც ჩაანაცვლებს თუ არა ციფრული მედია ე.წ ტრადიციულ მედიას. ამ სწრაფად ცვალებადი და ცოცხალი პროცესის ტენდენციების გათვალისწინება გარდა კომერციული და კერძო ორგანიზაციებისა საჯარო მმართველობის, სახელმწიფო ორგანოებსაც დასჭირდათ. ციფრული მედიის ერაში, მაშინ როდესაც სოციალურ ქსელებში გამოხატული პროტესტი და წამოწყებული კამპანია ქუჩებში ინაცვლებს და რიგ შემთხვევებში მოთხოვნებზე რეაგირებას იღებს, სოციალური ქსელების ფუნქცია სცდება მხოლოდ პირადი მოხმარების, ფოტოების, სხვადასხვა ბმულებისა და პირადი სტატუსის გამოქვეყნების ფარგლებს. დღეს ის არის კომუნიკაციის ერთ-ერთი ყველაზე აქტუალური, სწრაფი, ხელმისაწვდომი და მრავლისმომცველი საშუალება, როგორც ინდივიდებისთვის, ასევე კერძო თუ საჯარო სექტორისთვის. მოქალაქეები, სოციალურ ქსელებში საჯაროდ აცხადებენ თავიანთ სურვილებს, ინტერესებს, მოთხოვნებს. თანამოაზრეები ერთმანეთს პოულობენ და ამ ყოველივეს უკვე კამპანიური ხასიათიც კი ეძლევა. თავის მხრივ კი, საჯარო სექტორი კომუნიკაციის ამ ფორმას - სხვებთან შედარებით ყველაზე სწრაფს, იაფს და მრავლისმომცველს საკუთარი მიღწევებისა და ინიციატივების გასაზიარებლად იყენებს.

ჩვენი კვლევის მიზანია დადგინდეს თუ რა საშუალებებს თავაზობს საჯარო სექტორი მოქალაქეებს, რომ ისინი ჩაერთონ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში და ინიცირებაში, რა სხვა ალტერნატივები აქვს მოსახლეობას ონლაინ საკუთარი აზრის დასაფიქსირებლად და რამდენად იყენებს თავად საზოგადოება სამთავრობო უწყებებთან და საჯარო მოხელეებთან კომუნიკაციისთვის, საკუთარი იდეების გაზიარების ამ შესაძლებლობას.

ჩვენი კვლევის ამოცანაა სამთავრობო ონლაინ პორტალებზე დაკვირვებითი ანალიზი და მონაცემთა შეგროვება იმის დასადგენად თუ რამდენად ეძლევათ მოქალაქეებს ინტერაქციის საშუალება და რამდენად ერთვებიან ისინი შანსის არსებობის შემთხვევაში გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. ასევე ონლაინ კითხვარის საშუალებით ფეისბუქ მომხმარებლების განწყობის დადგენა მათთვის შეთავაზებულ ჩართულობის დონეზე და მათ მზაობაზე შესაძლებლობის შემთხვევაში ჩაერთონ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. ამასთანავე გავაანალიზებთ საერთაშორისო და ადგილობრივ პრაქტიკას და განვიხილავთ იმ მაგალითებს, როდესაც სოციალურ ქსელებში საზოგადოებრივ აქტივობას შედეგი მოჰყვა. განვიხილავთ საკუთარი პოზიციების დასაფიქსირებელ რამდენიმე ინტერნეტ პლატფორმას.

კვლევისათვის გამოვიყენებთ მეორეული წყაროების ანალიზს, ონლაინ ნახევრადსტრუქტურულ კითხვარს Facebook ის ქართველ მომხმარებლებში, ასევე გამოვიყენებთ დაკვირვებითი ანალიზის და მონაცემთა შეგროვების მეთოდებს. ონლაინ კითხვარის შემთხვევაში შერჩევა შემთხვევითია.

Anotation:

Digital media have long since transformed the behavioral characteristics of a number of fields, so that the communication sources of the different directions are either completely eliminated or reduced to consumers. The question is whether digital media can be replaced by traditional media. Taking into consideration this rapidly changing and lifelong tendency, commercial and private organizations needed public governance and state agencies as well. In the era of digital media, while social network's protest and initiated campaigns on the streets and in some cases react to demands, the function of social networks exceeds the scope of personal consumption, photos, different links and personal status publishing. Today it is one of the most urgent, quick, accessible and comprehensive means of communication for individuals, as well as private and public sectors. Citizens publicly claim their wishes, interests, and demands on social networks. The associates find each other and all these are already given a campaign. In turn, the public sector uses this form of communications - the fastest, the lowest, and the most expensive to share their achievements and initiatives.

The goal of our research is to determine what tools the public sector provides for citizens to engage in decision-making and initiation, what other alternatives to the population online to express their own opinion and how the community uses communication with government agencies and public servants to share their ideas That's it.

The task of our research is to analyze and monitor data on online government portals to determine how much people are able to interact and how they are involved in the decision-making process. Also, the online questionnaire is to determine the positivity of Facebook users at the level of engagement offered to them and to get involved in the decision-making process if possible. At the same time we will analyze international and local practice and consider the example of social activities in social networks. We will consider some of our internet platforms to fix their positions.

For research we will use analysis of secondary sources, online, semi-structured question on Facebook users in Georgia, and will also use observational analysis and data collection methods. Choosing an online questionnaire is random.

## 1.1 ციფრული მედიის მნიშვნელობა 21-ე საუკუნეში

როგორც თემის აქტუალობის განსაზღვრაში აღვნიშნეთ, დღეისათვის ციფრული მედია ინფორმაციის მოპოვებისა და გავრცელების ერთ-ერთ უსწრაფეს წყაროს წარმოადგენს და თუ სხვა მედიები მხოლოდ შუამავლის როლს ასრულებენ, ციფრული მედია მომხმარებლებს და ინფორმაციის გამავრცელებელი საშუალების მიღმა მყოფ პირებს ერთმანეთს უკუკავშირის ინსტრუმენტის საშუალებით აახლოვებს, რაც ძირეულად ცვლის გაცემული ინფორმაციის შემდგომ ინტერპრეტირებას, საკითხის შემობრუნებასა და საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების პროცესს. ასევე, ციფრული მედიიდან მიღებული ინფორმაცია მნიშვნელოვნად ღირებულია გადაწყვეტილების მიმღები სხვადასხვა ორგანოების თუ ორგანიზაციებისთვის, რადგან სწორედ აქ არის მომხმარებელი, როგორც კომერციის ასევე საჯარო სერვისებისა და მმართველობის. მისი ორი მთავარი მახასიათებელი და გამორჩეული ნიშანი ინტერაქტიულობა, ფართო მასშტაბები და სისწრაფეა. ციფრულ მედიაში შესაძლებელია ყველაზე კრიტიკული აზრის მოსმენა, რაც მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს გადაწყვეტილების მიმღები პირთათვის. ციფრულ მედიაში გამოხმაურებებისა და რეაქციების გაზომვით, შესაძლებელია მიმდინარე ან დაგეგმილი პოლიტიკის შეფასება.

2017 წლის მონაცემებით, ინტერნეტი ხელმისაწვდომია 2 600 000-ზე მეტი ადამიანისთვის, რაც საქართველოს მოსახლეობის 68% წარმოადგენს. აღსანიშნავია, რომ 2000 წლების დასაწყისში ინტერნეტი ხელმისაწვდომი 20 000 ადამიანისთვის იყო. იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოს მოსახლეობის რიცხვი დაახლოებით 3 900 000, ინტერნეტზე წვდომის მაჩვენებელი მაღალია.

მაშინ, როდესაც ვსაუბრობთ ციფრულ მედიაზე პირველი რაც გვახსენდება სოციალური ქსელი Facebook-ია, მართლაც საქართველოში, სოციალური ქსელებიდან ყველაზე მეტი მომხმარებელი სწორედ Facebook-ს ჰყავს და ეს რიცხვი დაახლოებით 2 100 000 ინდივიდუალურ ანგარიშს წარმოადგენს.

სხვადასხვა ქვეყანაში ციფრული მედიის განსხვავებულ არხებს იყენებენ, შესაბამისად განსხვავდება გამოქვეყნებული ინფორმაციის სტრუქტურა, შინაარსი, უკუკავშირის ინსტრუმენტები და სხვა. ვინაიდან თემა საქართველოს ეხება, გარდა იმ თავისა და ქვეთავებისა, როდესაც უცხოურ თეორიებსა და საერთაშორისო გამოცდილებაზე ვისაუბრებთ, სამაგალითოდ იმ სოციალურ ქსელებსა და ციფრული მედიის არხებს მოვიყვანთ, რომელიც საქართველოშია აქტუალური.

ციფრული მედია, საქართველოს შემთხვევაში სოციალური ქსელი Facebook და ონლაინ პორტალები არის თავისუფალი სივრცე ნებისმიერი პროფესიის, სქესის, ასაკის და სხვადასხვა კუთვნილების ადამიანებისთვის, რომლებსაც საკუთარი მოსაზრებები აქვთ/ ციფრულ მედიაში აკუმულირებული ინფორმაციის გამოყენება საჯარო მმართველობის პროცესში, გადაწყვეტილების მიღებისას მნიშვნელოვანია. ამას მოითხოვს საზოგადოებაც, რომელიც გაზრდილია როგორც სამოქალაქო აქტივიზმის, ასევე ციფრული სამყაროს შემეცნებისა და გაგების მიმართულებით.

ციფრული მედია, მისი სწორად გამოყენების შემთხვევაში, დღეისათვის ყველაზე მომგებიანი ინსტრუმენტია სახელმწიფო სტრუქტურებისთვისაც, რადგან სხვა საკომუნიკაციო არხებზე შედარებით, მინიმალური დანახარჯით წვდომა აქვს დიდ აუდიტორიაზე, რომელიც მის მიერ შეთავაზებული სერვისების/პოლიტიკის მომხმარებელს წარმოადგენს. ამის გაცნობიერება და პროცესის სწორად წარმართვა ნებისმიერი სახელმწიფო უწყებისთვის სასარგებლოა, ხოლო ისინი ვინც არ ცნობენ ციფრულ მედიას, სოციალურ ქსელებს და მათ მხოლოდ სიმბოლურ დამატებათ წარმოიდგენენ არ აქვთ გაცნობიერებული 21-ე საუკუნის მართვის და საზოგადოებასთან ურთიერთობის ტენდენციები. სოციალური ქსელები არ არის დამატებითი ინსტრუმენტი, ის შესაძლოა გახდეს კომუნიკაციის, გადაწყვეტილების მიღების, უკუკავშირისა და დიალოგის მთავარი ინსტრუმენტი, რომელიც არ იქნება მოწყვეტილი რეალობას.

აშშ-ში, ევროპისა და აზიის ქვეყნებში პოლიტიკოსებს, საჯარო უწყებებსა და საჯარო მოხელეებს გაცნობიერებული აქვთ სოციალური მედიის ძალა, ისინი უამრავ რესურსს დებენ საზოგადოებისთვის - სწორი აუდიტორიისთვის, სწორი ინფორმაციის, სწორად მიტანისთვის, რომელიც შესაძლოა საბოლოო ჯამში მხოლოდ მათ სიკეთესაც ემსახურებოდეს.

## 1.2 ციფრული მედია/სოციალური ქსელები - თეორიული ჩარჩო

სოციალური მედია არის საშუალება, რომელიც გვებმარება დროის, ფულისა და ენერჯის დაზოგვაში და ამასთანავე აქრობს სივრცით ბარიერებს. სოციალური მედია ავტორიტარული ტენდენციების იგნორირებას ახდენს. (Lentz, 2011).

Web 2.0 შექმნის შემდეგ, ციფრულმა სამყარომ, კერძოდ კი სოციალურმა მედიის სხვადასხვა არხებმა სამოქალაქო აზრის, სამოქალაქო საზოგადოების შექმნის, საჯაროს აზრის გამოხატვის და თვითორგანიზებული, კოლექტიურად მოქმედების ახალი შესაძლებლობები გააჩინა, რამაც გარკვეულწილად იმოქმედა პოლიტიკის შექმნის, მისი დღის წესრიგის განსაზღვრის პროცესზე. ონლაინ პლატფორმებმა შექმნეს სრულიად განსხვავებული და ახალი სადისკუსიო, თავისუფალი სივრცე. (Habermas, 1991).

წინამდებარე მოსაზრებების საპირისპიროდ შეგვიძლია მოვიყვანოთ მოსაზრება, რომ სოციალური მედია ტრადიციულ საშუალებებთან შედარებით მომხმარებელთა უფრო მცირე კონტიგენტისთვისაა ხელმისაწვდომი, რასაც განაპირობებს ინტერნეტ კავშირის არ ქონა და ამასთანავე მის გამოყენებასთან დაკავშირებული უნარების ნაკლებობა. შესაბამისად შეიძლება ითქვას, რომ ამ მხრივ სოციალურ ქსელებში უთანასწორობას ვხვდებით და აქ გამოთქმული მოსაზრებები არ წრამოადგენს სხვადასხვა სეგმენტის გაზიარებულ აზრს. (Rainie, 2015).

სოციალური მედიის როლი განსაკუთრებით საგულისხმოა განვითარებადი. ე.წ “მესამე სამყაროს“ ქვეყნებისთვის, რისი დასტური ირანში, ეგვიპტეში, ტუნისსა და ფილიპინებში განვითარებული პოლიტიკური მოვლენებია, სადაც სოციალურმა ქსელებმა Facebook, twitter, youtube ერთ-ერთი გადამწყვეტი როლი შეასრულეს ამ ქვეყნების პოლიტიკურ ცხოვრებასა და ორიენტირში. (Safranek, 2012)

ზემოთხსენებული მაგალითებიდან და მოსაზრებებიდან ცხადია რომ საკითხი აკადემიურ წრეებში დისკუსიის საგნადაა ქცეული. დავობენ იმაზე თუ რა გავლენას ახდენს სოციალური მედია პოლიტიკურ პროცესებზე და სოციალურ აქტივობაზე, რამდენად გადაჭარბებულია მისი როლის შეფასება გადაწყვეტილების მიღების პროცესში.

როზენბერგის მიხედვით სოციალური ქსელების პოლიტიკურ ინსტრუმენტად ქცევა ბარიერების შემცირებასთანაა დაკავშირებული. ის ხაზს უსვამს მის სამ მახასიათებელს, რომელიც განსხვავებულ, ახალი შესაძლებლობების მქონე მედიას წარმოგვიჩენს, ესენია: ქმედითოფა და სიიაფე, მოტივაცია, რაც გულისხმობს იმას რომ სოციალურ ქსელებში საჯაროდაა თვალნათელი თუ ვის რამდენი თანამოაზრე და სასაუბრო პლატფორმა აქვს, მათ იციან თუ რომელ ჯგუფს მიეკუთვნებიან და რა რაოდენობის ადამიანების მხარდაჭერაზეა საუბარი, მესამე მახასიათებელი ინფორმაციის გადაცემის ეფექტური გზაა.

ერთ-ერთი გამორჩეული მოწინააღმდეგე, რომელიც თვლის რომ სოციალური მედიის როლი გადაჭარბებით ფასდება არის გლედველი. მისი აზრით სოციალურ ქსელებში ურთიერთობა ზედაპირულია და გამოყოფს ძლიერ სა სუსტ სოციალურ კავშირებს. სუსტ სოციალურ კავშირად სწორედ სოციალურ ქსელებში გამოხატულ თანამოაზრეობასა და

თანაზიარებას მიიჩნევს, ხოლო ძლიერ კავშირებად უშუალო, პერსონალურ ურთიერთობებს განიხილავს.

გლედევის მოსაზრებით სოციალური ქსელები, რომლებიც სუსტი კავშირებითაა აგებული არაა მოწოდებული რეალური ცვლილებების მიღწევისკენ, რადგან არასტაბილურია.

დალაგენის მოსაზრებით, Web 2.0, ინტერნეტი კომუნიკაციისთვის განსაკუთრებული მნიშვნელობის ინსტრუმენტია. მის დადებით მხარედ მიიჩნევს უნარს გაამარტივოს ჰორიზონტალური სამოქალაქო კომუნიკაცია და გააქრონ ბარიერები მოქალაქესა და ორგანიზაციებს შორის. სოციალური ქსელების საშუალებით ადამიანებს გაუჩნდათ შესაძლებლობა გააზიარონ საკუთარი მოსაზრება, მოიპოვონ იდეის მხარდამჭერები, მოახდინონ მობილიზაცია. ამრიგად მას დიდი სამოქალაქო პოტენციალის არსებობას მიაწერს. ინტერნეტი მომხმარებელს თანამონაწილეობის არაერთ საშუალებას სთავაზობს და ეს არ გამოიხატება მხოლოდ სოციალურ ქსელებში, მას აქვს უამრავი იაფი, ეფექტური და სწრაფი ინსტრუმენტი, რომელიც სამოქალაქო აქტივიზმის განვითარებას ეხმარება. დალაგენი საუბრობს ინტერნეტით პოზიციების დაფიქსირების მოტივატორზეც და ერთ-ერთ მთავარ მიზეზად მოჰყავს - ხილვადობა, ანუ საკუთარი თავის პრეზენტაცია, ასოცირება სხვა სასურველ ჯგუფებთან.

ყველაზე მეტად სწორედ დალაგენის თეორიულ ჩარჩოს ერგება აღნიშნული კვლევა, რომლის ჰიპოტეზის თანახმად ციფრული მედია და სოციალური ქსელები საკუთარი აზრის გამოხატვის ერთ-ერთი მოსახერხებელი, ხელმისაწვდომი და მრავლისმომცველი საშუალებაა, რომელიც მოქალაქეს სხვადასხვა პლატფორმების გამოყენებით პოლიტიკის მართვისა და შემუშავების პროცესში ჩართვას, საკუთარი პროტესტის, იდეებისა და ინიციატივების გაზიარების და გადაწყვეტილების მიმღებ პირებამდე და ორგანოებამდე მიტანის საშუალებას იძლევა.

## 2.1 ციფრული მედია როგორც პოლიტიკის შექმნაში თანამონაწილეობის და საჯარო პროტესტის გამოხატვის ინსტრუმენტი საზოგადოებისთვის მსოფლიოში

გამოკითხვის მიხედვით, ზრდასრული ამერიკელების 68% იყენებს ციფრულ მედიას და სოციალურ ქსელებს ყოველდღიურად. მათ 20% მოსწონს პოლიტიკური ხასიათის პოსტების და საჯარო დისკუსიების ხილვა, 67% კი ამ ასპარეზს საკუთარი შეხედულებების გამოსახატად იყენებს.

აშშ-ში Digitas-ისა და Harris Interactive-ის მიერ ჩატარებულმა ერთობლივმა კვლევამ აჩვენა, რომ კანდიდატებისგან სოციალურ მედიაში ჩართულობას სოციალური ქსელების მომხმარებელთა 61% მოელის. 10-დან 4 მომხმარებელი კი აცხადებს, რომ სოციალური მედიიდან მიღებული ინფორმაცია მათ არჩევანს უფრო მეტად განაპირობებს, ვიდრე ტრადიციული მედია. 2011 წლის მაისში, social vibe-ის მიერ ჩატარებული კვლევის მიხედვით, სოციალური მედიის სრულწლოვანი მომხმარებლის 94% აქტიურად ადევნებს თვალს პოლიტიკოსთა მესიჯებს ამ სივრცეში – 39% მას საშუალოდ 130 მეგობარს უზიარებს.

ამერიკაშიც ბევრი სპეციალისტი მიიჩნევს, რომ 2008 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებში სწორედ ინტერნეტმა ითამაშა გადამწყვეტი როლი და პრეზიდენტი ობამა გამარჯვებას გარკვეულწილად მას უნდა უმადლოდეს.

არჩეული თანამდებობის პირების და მთავრობის წარმომადგენლები ახალი ან უკვე არსებული პოზიციების მოსაპოვებლად და შესანარჩუნებლად სოციალურ ქსელებში, საკუთარ მიღწევებს დემონსტრაციას უკეთებენ. ამით საკუთარ პერსონებს ხდიან მეტად ხელმისაწვდომს. ლიდერები, რომლებიც კომუნიკაციის ამ ფორმას იყენებენ და მის გავლენას აღიარებენ აღწევენ უფრო ფართო აუდიტორიამდე.

მეტი გამჭვირვალობისთვის სხვადასხვა სახელმწიფო სტრუქტურები მიღებულ და დაგეგმილ პოლიტიკებს, გადაწყვეტილებებსა და კანონებს ასაჯაროებენ, თუმცა პროცესი აქ არ სრულდება. ცნობისმოყვარე და კრიტიკულად განწყობილი მომხმარებელი ამ დოკუმენტებს ეცნობა და საკუთარი მოსაზრებებით ავსებს. პოლიტიკის შემოქმედები, მზარდი დაინტერესებისა და მოთხოვნის გამო იძულებულნი და ვალდებულნი ხდებიან ჩაერთონ საჯარო განხილვებში და გაიზიარონ უკუკავშირი.

ამერიკის შეერთებულ შტატებში, გარდა პრეზიდენტის ადმინისტრაციისა და სხვა სახელმწიფო ორგანებისა, სოციალურ ქსელებს უკუკავშირის მისაღებად იყენებენ: კალიფორნიის წყლის დეპარტამენტი, ენერჯო დეპარტამენტი, სან ფრანცისკოს პოლიციის დეპარტამენტი. ეს უკანასკნელი გამორჩეულია იმით, რომ მათ აქვთ ფორუმი, სადაც დანაწილებულია უბნები და მოქალაქეებს შეუძლიათ მოხალისეობრივი წვლილი შეიტანონ კანონისა და სიმშვიდის დაცვაში. აქ მოქალაქეები სამართალდამცავებს უზიარებენ იმ ინფორმაციას, ოპერატიულად აწვდიან შეტყობინებას იმ მოვლენების შესახებ, რომელიც მათ შეიძლება გამოეჩინათ.

ციფრულმა მედიამ და სოციალურმა ქსელებმა, განსაკუთრებით ფეისბუქმა და ტვიტერმა თავიანთი გავლენა იქონიეს ძველი, დამკვიდრებული დიქტატურული მმართველობების



დასრულებაში. მაგალითად: ტუნისში, ეგვიპტესა და ლიბიაში, როდესაც ცვლილებების მუხტი სწორედ სოციალური ქსელებიდან წამოვიდა და მოქალაქეებმა თვითორგანიზება სწორედ ონლაინ ინსტრუმენტების გამოყენებით შეძლეს, რამას საბოლოოდ გადამწყვეტი გავლენა იქონია რეალური ცვლილებების მოხდენაზე.

ეგვიპტეში მომხდარ რევოლუციას "სოციალური ქსელების რევოლუციად" მოიხსენიებენ, ვინაიდან საპროტესტო გამოსვლები სწორედ სოციალურ ქსელში დაგეგმილი საჯარო ღონისძიებიდან დაანონსდა. აქ გამოჩნდა ქვეყნის მოსახლეობის საშუალო ფენა, რომელსაც ჰქონდა ინტერნეტზე წვდომა. პირველი საპროტესტო აქციების ადგილი - ტაჰრირის მოედანიც სწორედ საჯარო ღონისძიებაში დასახელდა, რომელსაც გამოქვეყნებიდან ორ დღეში 100 000 ადამიანზე მეტი მხარდამჭერი გამოუჩნდა.

პირველი საპროტესტო აქციის მასშტაბურობიდან და სოციალური ქსელიდან მომდინარე ტალღის გამო ეგვიპტის ხელისუფლებამ ინტერნეტის და სოციალური ქსელების (Facebook, Twitter) ბლოკირება სცადა, ნომერ პირველმა საძიებო სისტემამ GOOGLE და მისმა ხელმძღვანელობამ გამოაქვეყნეს სპეციალურად შექმნილი საერთაშორისო ნომრები, რომელთა მეშვეობითაც ეგვიპტელები ხმოვან შეტყობინებას ტოვებდნენ, ისინი კი ავტომატურ რეჟიმში თავსდებოდა სოციალურ ქსელებში. ამ სერვისის დახმარებით, მიუხედავად მთავრობის მხრიდან ინტერნეტის შეზღუდვისა, ეგვიპტელების პროტესტი მსოფლიოსთვის მეტად შესამჩნევი და აქტუალური გახდა.

მილიონიანი მარში ეგვიპტეში - სოციალურ ქსელში დაწყებულმა პროტესტმა, ქუჩაში გადაინაცვლა და საბოლოოდ მთავრობა შეცვალა.

სიტუაციის დასტაბილურების შემდეგ, პოზიტიური ცვლილებების გამომწვევი მთავარი ინსტრუმენტის Facebook პატივსაცემად, მოქალაქემ თავის შვილს სწორედ სოციალური ქსელის სახელი დაარქვა.

მსგავსად წარიმართა მოვლენები ტუნისშიც, სახალხო მოძრაობა, რომელსაც რეალურად პოლიტიკური ლიდერი არ ჰყოლია სწორედ სოციალური ქსელების დახმარებით თვითორგანიზდა, კონკრეტული მოთხოვნებით ცვლილებებისთვის და პროტესტმა გადაინაცვლა ქუჩებში

სოციალურმა მედიამ, თავისი შეუქცევადი და ერთ-ერთი პირველი ეფექტი კორეის სამთავრობო არჩევნებზე გამოავლინა, როდესაც 20-30 წლის ახალგაზრდა ამომრჩევლების რიცხვი 7.5%-ით გაიზარდა წინა არჩევნებთან (2006 წ) შედარებით. ახალგაზრდების აქტიურობა გამოიწვია მათთვის მისაბაძი ადამიანების მიერ, სოციალურ ქსელებში გავრცელებულმა ფოტოებმა, სადაც ისინი თავად იყვნენ ასახული მოქალაქეობრივი ვალის მოხდისას. ამ შემთხვევაში სოციალური ქსელები წარმოგვიდგება, როგორც საზოგადოებრივი/სამოქალაქო პასუხისმგებლობის გაღვივების მოტივატორი, რომელიც შემდგომში პირდაპირ კავშირს იქონიებს ქვეყნის პოლიტიკასთან.

„სოციალური მედია არის 21-ე საუკუნის ერთგვარი ბროშურა, ადგილი, სადაც მოცემული სტატუს კვოთი გაღიზიანებული/უკმაყოფილო ადამიანები საკუთარი თავის ორგანიზებას ეწევიან“ - ჟურნალი Wired (ინფორმაციული ტექნოლოგიების შესახებ).

სოციალურმა მედიამ არაპირდაპირი კომუნიკაცია პირდაპირით შეცვალა, რასაც ცხადყოფს ორეის 2010 წლის მონაცემები, როდესაც ტვიტერის მომხმარებლების 42% თქვა, რომ პროგრამის, პოლიტიკოსების, პოლიტიკის შესახებ ინფორმაცია სწორედ სოციალურ ქსელებში გაიგეს. ამ შემთხვევაში, გარდა იმისა, რომ მედია გახდა საზოგადოებისთვის აზრის გამოხატველი პლატფორმა, ის კორეის მთავრობისთვის ერთ-ერთ ინსტრუმენტად იქცა. ინსტრუმენტად, რომლის მეშვეობითაც სწრადად და მინიმალური დანახარჯით გაავრცელეს მათთვის საინტერესო სამომავლო გადაწყვეტილებებზე ინფორმაცია და მიიღეს უკუკავშირი.

ციფრული მედია და სოციალური ქსელები წარმოადგენს ორმაგ სარგებელს, როგორც საჯარო პოლიტიკით დაინტერესებული პირებისთვის, ასევე მოსახლეობისთვის, რომლებიც თვითორგანიზებით, პეტიციების შედგენით უფრო ახლოს დგებიან გადაწყვეტილების მიმღებ პირებთან. მაგალითად: თვითერში, 2010 წელს დაწყებულმა კამპანიამ, რომელიც მხარს უჭერდა დაივინგის ინსტრუქტორს, რომელსაც ბრალი ედებოდა ჰონდურასში 1 ადამიანის მკვლელობაში, ეს ადამიანი იხსნა, იმ მტკიცებულებების საფუძველზე, რომელიც დაცვის მხარეს ჰქონდა და რომელიც ფართო განხილვის საგანი ვერ გახდებოდა, რომ არა სოციალურ ქსელებში წარმოებული კამპანია. მოცემული აქტივობის და წარმოდგენილი მტკიცებულებების საფუძველზე ეს ადამიანი გაამართლეს და გაათავისუფლეს.

2009 წელს დიდი ბრიტანეთის მასინდელმა პრემიერ მინისტრმა, გორდონ ბრაუნმა საჯარო მოხელეებს რეკომენდაცია მისცა ეაქტიურათ სოციალურ ქსელებში და მათ ვიაც აქამდე პირადი ანგარიშები არ ჰქონდათ, აუცილებლად შეექმნათ ისინი. ამით ისინი შეძლებდნენ შეემოწმებინათ საზოგადოების უკუკავშირი მთავრობის ქმედებებსა და განხორციელებულ საქმიანობაზე.

განსხვავებით წარსულისგან, როდესაც საჯარო დისკუსიებს მხოლოდ რამდენიმე პოლიტიკური, დომინანტური ფიგურა წარმართავდა, ციფრულ ერაში ამის საშუალება ნებისმიერ მოქალაქეს აქვს, სწორედ მათ ერთმანეთში გავრცელებულ ინფორმაციას და შეფასებებს აქვს დღეს ნდობა და არა წინასწარ მომზადებულ, შაბლონურ ჩარჩოში მოქცეულ ინფორმაციას.

შეცვლილმა სიტუაციამ იმოქმედა პოლიტიკის კეთების პროცესზეც. ამერიიდან, დღის წესრიგი მუშავდება ინდივიდებისთვის და არა ერთი მთლიანი საზოგადოებისთვის. მმართველი პირები/მთავრობა იზიარებს და იგებს მოქალაქეების მოსაზრებებს სოციალური ქსელების მეშვეობით. მაშინ როდესაც სულ ცოტა ხნით ადრე პოლიტიკა დახურულ კარს მიღმა მუშავდებოდა გადაწყვეტილების მიმღები პირების და ვიწრო წრის ექსპერტების მიერ.

მოსახლეობას აღარ აკმაყოფილებს საჯარო მმართველობის სერვისების მხოლოდ მოხმარება, არამედ სურს თავად იყოს მისი შემოქმედი და პროცესის თანამონაწილე. ამ მიმართულებით მეტად გამოიყენება პეტიციების ინსტრუმენტი, როცა მოქალაქეთა გარკვეული ჯგუფი თემას გამოიტანს სააშკარაოზე, დაასაბუთებს შეცვლის მოთხოვნებს, მისაღებ ცვლილებებს და

შემდეგ გავრცელებს მას საზოგადოებაში. პეტიციის ხელმომწერთა გარკვეული რაოდენობა მოთხოვნა ლეგიტიმური ხდება და იმსახურებს განხილვას. მაგალითად: ინდოეთში, სამოქალაქო აქტივისტა ანა ჰაზარმა წარმატებას მიაღწია ადგილობრივ მთავრობასთან, როდესაც ხდებოდა ანტი კორუფციული კანონის მიღება. სოციალურ ქსელებში მისი პოზიციის გამოხატვას, მოქალაქეთა ჩართულობა და 4 დღეში მთავრობის დაინტერესებაც მოჰყვა.

საზოგადოების ჩართვა პოლიტიკის განხილვისა და კეთების პროცესში მსოფლიოში აპრობირებული მეთოდია. ხშირად ეს ხდება პოსტ ფაქტუმ, როდესაც მოქალაქეები ერთიანდებიან და გამოდიან არსებული პოლიტიკის შეცვლის მოთხოვნით, თუმცა არის შემთხვევები, როდესაც მთავრობა თავად რთავს მოქალაქეებს ამა თუ იმ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. მაგალითად: კანადაში, ვანკუვერში, ჩატარდა ონლაინ საჯარო დისკუსია, რომელიც ემსახურებოდა საჯარო ტრანსპორტის პოლიტიკის განსაზღვრას.

“ციფრული მედია და მისი შემადგენელი აპლიკაციები ატარებენ მომხმარებლებში გენერირებულ ინფორმაციას, რომელიც მთავრობებსა და მოქალაქეებს სთავაზობს უნიკალურ შესაძლებლობას მათ შორის ურთიერთობის ფორმირებისთვის - მონო ან პირდაპირი კომუნიკაციიდან ბევრი ბევრთან პროცესით“ (Agostino, 2013).

სარგებელთან ერთად, ციფრულ მედიას, განსაკუთრებით მტავრობებისთვის გამოწვევებიც მოაქვს, რადგან სოციალური მედია მეტად პერსონალურია, ვიდრე ინსტიტუციური მედია, შესაბამისად ინფორმაცია ვრცელდება დამუშავების და სხვა სახის კონტროლის/გადამოწმების გარეშე, რამაც შეიძლება გამოიწვიოს კონკრეტული პირების ინდივიდუალური იდეოლოგიური ხედვების და ორიენტაციის ფართოდ გავრცელება და დამკვიდრება, თუმცა ეს იმას არ ნიშნავს რომ ამის გამო გადაწყვეტილების მიმღებმა პირებმა ის უნდა უკუაგდონ. პირიქით მოცემული ზღვა ინფორმაციიდან უნდა გამოიხშიროს უბრალოდ პოპულისტური შეთავაზებები და ცვლილებების და სიახლის მოთხოვნები, რომელიც რეალურ ხალხს, საზოგადოებას აქვს და საჭიროებს.

## 2.2 ციფრული მედია როგორც პოლიტიკის შექმნაში თანამონაწილეობის და საჯარო პროტესტის გამოხატვის ინსტრუმენტი საზოგადოებისთვის საქართველოში

საქართველოში სოციალური ქსელებიდან ყველაზე პოპულარული Facebook-ია, დღეისათვის მასში 2 100 000 - მდე ქართული ანგარიშია წარმოდგენილი, რაც საქართველოს მოსახლეობის ნახევარზე მეტს წარმოადგენს.

თუ მსოფლიოში 2006-2007 წელს სოციალურ ქსელებში აქტივობებით პოზიტიური ცვლილებები ხდებოდა, საქართველოში ეს ტენდენცია აქტიურად მხოლოდ ბოლო 3-4 წელია შეიმჩნევა, რა თქმა უნდა აქამდეც იყო ცალკეული ჯგუფების და ინდივიდების აქტიურობა, განსაკუთრებით 2011 წელს, როდესაც მთავრობის შეცვლის მოთხოვნით აქციები იმართებოდა, თუმცა გაერთიანების, თვითორგანიზებული დიდი ჯგუფების ყოველდღიური აქტივობა მხოლოდ ბოლო წლებშია შესამჩნევი.

დღეისათვის, ყველა სამინისტროს და საჯარო უწყებას, სხვადასხვა ქალაქის მერიას, საკრებულოებს, ზოგ საჯარო მოხელესა და მაჟორიტარ დეპუტატს აქვს საკუთარი ოფიციალური Facebook გვერდი, სადაც მოქალაქეებს უზიარებენ სიახლეებს, მომხმარებლები კი თავის მხრივ მიმდინარე მოვლენებზე უკუკავშირს ან საკუთარ იდეებს, პროტესტს გამოხატავენ ამ გვერდებზე.

გარდა სოციალური ქსელი Facebook-ისა რომელიც ყველაზე დიდი პოპულარობით სარგებლობს, მოქალაქეებს გამოხატვისა და საჯარო პროცესებში ჩართვის სხვა პლატფორმებზეც მიუწვდებათ ხელი იქნება ეს პეტიციების პორტალი თუ ონლაინ გამოცემები და ფორუმები.

იმისათვის რომ კვლევამდე ზედაპირული წარმოდგენა შეგვექმნას თუ რა საშუალებები არსებობს და როგორ იყენებენ ადამიანები პოლიტიკის შექმნაში თანამონაწილეობის და საჯარო პროტესტის გამოხატვის ინსტრუმენტებს, ამისთვის დაკვირვებითი ანალიზის საფუძველზე გთავაზობთ ონლაინ პეტიციების პორტალების და Facebook კამპანიებისა და საჯარო ღონისძიებების ზოგად და ცალკეული მაგალითების განხილვას.

## 2.3 საქართველოს მოქალაქეების ჩართულობა საჯარო პოლიტიკის შემუშავების პროცესში ონლაინ პეტიციების გამოყენებით

საქართველოში, სახელმწიფო უწყებებიდან ონლაინ პეტიციების პლატფორმა აქვს საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაციას და თბილისის მერიას. ასევე განვიხილავთ დამოუკიდებელ პლატფორმას Manifest.ge - ს.

საქართველოს მთავრობის პორტალის [ichange.gov.ge](http://ichange.gov.ge) -ს შექმნის ვალდებულება საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაციამ აიღო ღია მმართველობის პარტნიორობის (OGP) საქართველოს მეორე სამოქმედო გეგმის მიხედვით, რომელიც საქართველოს მთავრობის 2014 წლის N557 დადგენილებით იქნა დამტკიცებული. [ichange.gov.ge](http://ichange.gov.ge) მოქალაქეთა ელექტრონული პეტიციების ოფიციალური სამთავრობო პლატფორმაა.

ღია მმართველობის პარტნიორობის (OGP) ფუნდამენტური პრინციპებია – მთავრობათა ღიაობა, გამჭვირვალობა, საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებულება და გადაწყვეტილების მიღების პროცესში მოქალაქეთა ჩართულობა – საქართველოს მთავრობის სტრატეგიული მნიშვნელობის ღირებულებებია. მოწინავე ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების გამოყენებით, გამჭვირვალობითა და ანგარიშვალდებულებით, საქართველო მიზნად ისახავს საზოგადოებრივი ნდობის ამაღლებას, მოქალაქეთა გაძლიერებას და მთავრობის ეფექტიანობის უზრუნველყოფას. [ichange.gov.ge](http://ichange.gov.ge) პეტიციების პლატფორმის მიზანია საჯარო პოლიტიკაში საზოგადოების ჩართულობის, საქართველოს მთავრობის გადაწყვეტილებებისა და საქმიანობის გამჭვირვალობის უზრუნველყოფა, საქართველოს მთავრობისა და საზოგადოების ურთიერთდაახლოების გაადვილება.

[ichange.gov.ge](http://ichange.gov.ge) პორტალის დახმარებით ნებისმიერ სრულწლოვან საქართველოს მოქალაქეს ან / და მოქალაქეთა ჯგუფს შეუძლიათ პეტიციის საშუალებით საქართველოს მთავრობის ყურადღება გაამახვილონ იმ საკითხ(ებ)ზე რომელიც მათ მიაჩნიათ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანად. შესაბამისი კრიტერიუმების დაკმაყოფილების შემთხვევაში საქართველოს მთავრობა ვალდებულია განიხილოს პეტიციაში აღწერილი საკითხი და მოახდინოს რეაგირება ან გასცეს ოფიციალური პასუხი.

პეტიციის გამოქვეყნებიდან 30 კალენდარული დღის განმავლობაში, პეტიციამ უნდა დააგროვოს 10000 ხელმოწერა, ამის შემდეგ პეტიციას განიხილავს საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაციაში შექმნილი ელექტრონული პეტიციის ექსპერტების კომისია, ამავე კომისიის ინიციატივით შესაძლებელია ზოგიერთი პეტიციის განხილვა საქართველოს მთავრობის სხდომაზე.

თუ პეტიციამ ვერ დააგროვა 10000 ხელმოწერა გამოქვეყნებიდან 30 კალენდარული დღის განმავლობაში, იგი ჩაითვლება ვადაგასულად, გადავა არქივში და მისი განხილვა არ მოხდება.

ელექტრონულ პეტიციაზე ოფიციალური პასუხი უნდა მომზადდეს და გამოქვეყნდეს [ichange.gov.ge](http://ichange.gov.ge) პორტალზე 10000 ხელმოწერის შეგროვებიდან არაუგვიანეს 3 კალენდარული თვის ვადაში.

2018 წლის, ივლისის თვის მონაცემებით, 2015 წლის შემდეგ პორტალზე დარეგისტრირებულია --- პეტიცია, საიდანაც 18% სოციალურ საკითხებს, 14% რეგიონალური განვითარების საკითხებს, 11% ეკონომიკას, 7% ეკონომიკას და დარჩენილი წილი სპორტს, კულტურას, საგარეო ურთიერთობებს, გარემოს დაცვას, ინოვაციებს, ჯანდაცვას და მეცნიერებას ეხება. დარეგისტრირებული პეტიციებიდან უარყოფილია -- პეტიცია. უარყოფის მიზეზი 57% შემთხვევაში არის თემის საქართველოს მთავრობის კომპეტენციის ფარგლებს გაცდენა, 23% შემთხვევაში გვხვდება დუბლირება, 16% კი საქმე გვაქვს ჩამოუყალიბებელ და სახუმარო პეტიციასთან. დანარჩენ შემთხვევებში თემატიკა ეწინააღმდეგება საქართველოს კანონმდებლობას და ითვალისწინებს მხოლოდ ერთი ადამიანის პირად ინტერესებს. ვებგვერდზე გამოქვეყნებული საჯარო მონაცემების თანახმად პორტალზე დარეგისტრირებული და გამოქვეყნებული პეტიციებიდან ვერცერთმა მიაღწია იმ 10 000 ხელმომწერს, რომ ინიციატივა საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაციაში შექმნილი ელექტრონული პეტიციის ექსპერტების კომისიას განეხილა. რამ გამოიღო ეს შედეგი, რატომ ვერ დააგროვა ვერცერთმა დარეგისტრირებულმა და გამოქვეყნებულმა პეტიციამ 10 000 ხელმომწერა, იყო ეს ინფორმაციის ნაკლებობის, თემების არარელევანტურობის თუ მსგავსი სამოქალაქო აქტივობისადმი უნდობლობის/არადამაჯერებლობის შედეგი, ამას ჩვენ კვლევაში, ონლაინ კითხვარის დახმარებით გავიგებთ.

[idea.tbilisi.gov.ge](http://idea.tbilisi.gov.ge) - არის მერიის საქმიანობაში თბილისში რეგისტრირებული მოსახლეობის ჩართულობისა და ქალაქისათვის მნიშვნელოვანი საკითხებზე ინიციატივების ონლაინ წარდგენის მექანიზმი, რაც საშუალებას აძლევს მოქალაქეებს მონაწილეობა მიიღონ ქალაქის განვითარებაში.

პორტალზე დარეგისტრირებული იდეა პირველ ეტაპზე განიხილება საიტის ადმინისტრატორის მიერ იდეის წარდგენიდან 10 კალენდარული დღის ვადაში, რომელიც ამოწმებს მის შესაბამისობას მოქმედ კანონმდებლობასთან. ხარვეზების აღმოჩენის შემთხვევაში, ხარვეზის გამოსასწორებლად განმცხადებელს ეძლევა 15 კალენდარული დღე. ხარვეზის გამოუსწორებლობის შემთხვევაში, იდეა არ გავა ხმის მიცემის ეტაპზე. იდეამ ხმის მიცემის პერიოდში, რომელიც 60 კალენდარულ დღეს მოიცავს, უნდა მოაგროვოს 2500 ხმა. საჭირო რაოდენობის ხმების მოგროვების შემდეგ 10 სამუშაო დღის ვადაში ქალაქის მერი იღებს გადაწყვეტილებას იდეის განხილვის გაგრძელების, ან იდეის დაკმაყოფილებაზე უარის თაობაზე. თუ მიღებული იქნა გადაწყვეტილება იდეის შემდგომი განხილვის თაობაზე, 60 კალენდარული დღის განმავლობაში მერი, შესაბამის სტრუქტურულ ერთეულებთან, ტერიტორიულ ორგანოებთან და მერიის მიერ დაფუძნებულ იურიდიულ პირებთან ერთად განიხილავს იდეის განხორციელების შესაძლებლობას.

ვებგვერდზე, რომელიც 2017 წლის შემოდგომიდან ფუნქციონირებს იდეების დაფიქსირება შესაძლებელია შემდეგ 13 კატეგორიაში: ეკონომიკური განვითარება, ჯანსაღი და უსაფრთხო საცხოვრებელი გარემო, ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური უზრუნველყოფა, კულტურული სპორტული ან ახალგაზრდული საკითხები, შშმ პირთა ინკლუზია და მათთვის გარემოს ადაპტაცია, სკოლამდელი არაფორმალური და პროფესიული განათლება, გამწვანება, გარე განათება, წყალმომარაგება, ნარჩენების მართვა, სატრანსპორტო

ინფრასტრუქტურა, საგზაო ინფრასტრუქტურა და მერიის კომპეტენციას მიკუთვნებული სხვა საკითხები. 2018 წლის ივლისის თვის მონაცემებით პორტალზე დარეგისტრირებულია 821 იდეა. საიდანაც 175 დაიბლოკა და ვერ გადავიდა ხმის მიცემის ეტაპზე, რადგან ვერ აკმაყოფილებდნენ პორტალის მოთხოვნებს (სცდება მერიის კომპეტენციის ზღვარს, ემსახურება კონკრეტული ადამიანის ინტერესებს, ეწინააღმდეგება კანონმდებლობას და სხვა). 466 არშემდგარია, რადგან ვერ დააგროვა საკმარისი ხმა, უარყოფილია 1 რაც ნიშნავს იმას რომ მოაგროვა საკმარისი ხმები, თუმცა უარი ეთქვა განხორციელებაზე, მერიის მხრიდან განხილვის პროცესშია 9, ხოლო შეთანხმებულია 2 განცხადება, ორივე ნარჩენების მართვის საკითხზე, რომლებიც ეხება ბოთლიყლაპია აპარატების გამოყენებას და ქუჩაში მაცხოვრებელი ცხოველების გამოკვებას (ციტ - დანადგარი , რომლის მეშვეობითაც ნებისმიერ მოქალაქეს შესაძლებლობა ექნება , გამოიმუშავოს საკვები ე.წ უპატრონო ცხოველებისთვის , ეს არის დანადგარი, რომელშიც თუ ჩავყრით ნარჩენებს , მის ქვემოთ ჩამოიყრება სპეციალური ცხოველის საჭმელი და ასევე წყლის დაღვევის საშუალებაც ექნებათ მათ. იდეა არა მარტო ცხოველების გამოკვებას ემსახურება , არამედ ქალაქის დასუფთავებასაც შეუწყობს ხელს. მოქალაქეებს ექნებათ მოტივაცია , არ დაანაგვიანონ თბილისის ქუჩები და ჩააგდონ ნარჩენები ასეთ დანადგარებში.) აქტიურია და ხმის მიცემის პროცესი მიმდინარეობს 168 დარეგისტრირებულ განცხადებაზე.

ამ შემთხვევაშიც ვხვდებით 466 არშემდგარ იდეას, რომლებმაც ვერ მოაგროვეს განხილვის ეტაპზე გადასასვლელი 2500 ხმა, რაც საერთო განაცხადების რაოდენობის 57% წარმოადგენს. აქაც შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ საქმე გვაქვს მოქალაქეთა ნაკლებ ჩართულობასთან. რა იწვევს ამას ინფორმაციის არქონა, თემების არარელევანტურობა თუ მსგავსი აქტივობების მიმართ უინტერესობა, ამას ჩვენი კვლევის ფარგლებში, ონლაინ კითხვარის საშუალებით დავადგენთ.

manifest.ge - ა(ა)იპ "მანიფესტი" არ წარმოადგენს რომელიმე პოლიტიკური სუბიექტისა თუ გაერთიანების მხარდამჭერ ინტერნეტ რესურსს და როგორც ვებგვერდზეა მითითებული არც მომავალში განიხილება მსგავსი შესაძლებლობა. პეტიციები, შედგენილია მომხმარებლების მიერ და არ გამოხატავს საიტის ადმინისტრაციის შეხედულებებს. მიმდინარე წლის მონაცემებით, ვებგვერდი განახლდა ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით, ამასთანავე აღნიშნულია, რომ ავტორის/ავტორების მიერ საინფორმაციო მასალაში გამოთქმული მოსაზრება შესაძლოა არ გამოხატავდეს ფონდ „ღია საზოგადოება-საქართველოს“ პოზიციას. შესაბამისად, ფონდი არ არის პასუხისმგებელი მასალის შინაარსზე.

ონლაინ პეტიციების საიტზე [www.manifest.ge](http://www.manifest.ge) რეგისტრაცია უფასოა, დარეგისტრირება შეუძლია ნებისმიერ მსურველს ფიზიკურ, იურიდიულ ან საინიციატივო ჯგუფს. პეტიციის ზღვარს ის ადამიანი/ჯგუფი ინდივიდუალურად ადგენს ვინც მას არეგისტრირებს, ვინაიდან აქ დარეგისტრირებულ თუ გასულ/საჭირო რაოდენობის ხმებს პეტიციას არ აქვს იურიდიული ძალა, არცერთ სახელმწიფო სტრუქტურას პირდაპირ არ ავალდებულებს მის განხილვას. მიუხედავად ამისა, აღნიშნული პორტალი უფრო დიდი პოპულარობით

სარგებლობს, ვიდრე ზემოთ განხილული, სახელმწიფო უწყებების შეთავაზებული ვებგვერდები.

მიუხედავად იმისა, რომ ვებგვერდი არ წარმოადგენს რომელიმე საჯარო უწყების მფლობელობაში არსებულ ონლაინ პორტალს, Manifest.ge - ზე გამოქვეყნებული პეტიციები თემატურად ხშირად ეხება სახელმწიფოს სხვადასხვა ორგანოს კომპეტენციების ფარგლებს და წარმოადგენს სოციალურ ქსელებში განხილვის საგანს. რატომ არჩევს საზოგადოება დამოუკიდებელ პლატფორმაზე აქტივობას, სამთავრობო უწყებებთან პირდაპირ კონტაქტს გამოწვეულია ეს მეტი ცნობადობით, სანდოობით თუ მოსახერხებელი გამოყენების წესებით ამას ჩვენი კვლევის ფარგლებში, ონლაინ გამოკითხვის მეშვეობით დავადგენთ.



## 2.4 საქართველოს მოქალაქეების ჩართულობა საჯარო პოლიტიკის შემუშავების პროცესში სოციალური ქსელის Facebook გამოყენებით

საჯარო პოლიტიკის მართვის პროცესში ონლაინ ჩართვის და პროტესტის გამოხატვის ერთ-ერთი საშუალება სოციალურ ქსელ Facebook - ში საჯარო ღონისძიებების შექმნაა, სადაც დაინტერესებული ჯგუფები ან ცალკეული ინდივიდები საკუთარ მოთხოვნებს, ცვლილებების სურვილს და იდეებს სოციალური ქსელების საშუალებით ავრცელებენ, იკრებენ თანამოაზრეებს და რიგ შემთხვევებში ონლაინ განცხადებები ქუჩაში, კონკრეტული ორგანიზაციების თუ საჯარო უწყებების შენობების წინ ინაცვლებს იგივე მოთხოვნით. რატომ არჩევს მომხმარებელი საჯარო უწყებებთან ოფიციალური პეტიციების და საკომუნიკაციო არხებს გვერდის ავლით საკუთარი იდეების და პროტესტის დაფიქსირებას, არის ეს მეტად ხელმისაწვდომობის, მოსახერხებელი ფორმის თუ გარკვეულ წრეზე/იდეაზე საკუთრი თავის იდენტიფიცირების საშუალება ამას ჩვენი კვლევის ფარგლებში, ონლაინ გამოკითხვის საშუალებით დავადგენთ. ამასთანავე განვიხილავთ მაგალითებს, როდესაც სოციალურ ქსელში Facebook, საჯარო ღონისძიებები პირდაპირ თუ ირიბად, გახდა შემდგომში იდეის/პროტესტის უფრო მართო მასშტაბებზე გამოხატვის და ცვლილებების საფუძველი.

ბექა კრიმინალი არ არის ამ სახელწოდების კამპანია სოციალურ ქსელში დაიწყო. საკითხი ეხება 2013 წელს დაკავებული მოქალაქის ბექა წიქარიშვილის საქმეს, რომელიც ოპერატიული ინფორმაციის საფუძველზე, მარიხუანას შეძენა - შენახვის გამო დააკავეს. მას 7 - დან 14 წლამდე პატიმრობა ემუქრებოდა. სოციალურ ქსელებში დაწყებული კამპანია და საჯარო ღონისძიება იყო ადგილი, საიდანაც თემით დაინტერესებულმა მხარეებმა და მხარდამჭერებმა საპროტესტო ტალღა დაიწყეს მოთხოვნით შემსუბუქებულიყო საქართველოში ნარკო პოლიტიკა. კამპანიამ რომელიც სოციალურ ქსელში დაიწყო, რამდენიმე წელი მიმდინარეობდა და ქუჩაში საპროტესტო აქციებით გაგრძელდა შედეგი გამოიღო - ბექა წიქარიშვილი თავისუფალია, 2015 წელს, საკონსტიტუციო სასამართლომ არაკონსტიტუციურად ცნო სადავო ნორმის ის ნორმატიული შინაარსი, რომელიც უშვებს პირადი მოხმარების მიზნით მარიხუანას შეძენა/შენახვისთვის სასჯელის სახით თავისუფლების აღკვეთის გამოყენებას. შედეგად, 70 გრამამდე გამოშრალი და 100 გრამამდე ნედლი მარიხუანის პირადი მოხმარების მიზნით შეძენა-შენახვა პატიმრობით აღარ ისჯება საკონსტიტუციო სასამართლოს 2015 და 2017 წლების გადაწყვეტილებების თანახმად, თუმცა პატიმრობის გარდა, სხვა სანქციები კანონში კვლავ რჩება.

ერთ-ერთი პირველი ასეთი გამოვლინება, რომელმაც შემდგომში ფართო მასებში გადაინაცვლა და არათუ საჯარო პოლიტიკის, არამედ პოლიტიკის და მთავრობის შეცვლაში იქონია წვლილი არის 2012 წელს სექტემბერში, ე.წ „ციხის კადრების“ გავრცელების შემდგომ Facebook-ში ორგანიზებული საპროტესტო აქციები. აქციაზე მოითხოვდნენ ცალკეული თანამდებობის პირების გადადგომასა და საპოლიციო სისტემის შეცვლას. აქციების მსვლელობისას ცალკეულმა პირებმა თანამდებობები დატოვეს, აქციების თანმდევი საპარლამენტო არჩევნების შედეგად შეიცვალა საპარლამენტო უმრავლესობა და მთავრობა.

2018 წლის ზაფხულში, ასევე Facebook ში, საჯარო ღონისძიების სახით დაანონსდა აქცია-მსვლელობა უნივერსიტეტის პორველი კორპუსიდან მერიამდე, რომლის მხარდამჭერებიც მეტროს მემანქანეებს სოლიდარობას უცხადებდნენ და მათთვის ხელფასების მომატებას ითხოვდნენ. გარდა ღონისძიების ველში აქტიურობისა, მათ ზემოთხსენებულ პორტალზე manifest.ge შეადგინეს და გაავრცელეს პეტიცია იგივე მოთხოვნით. თბილისის მერიის განცხადებით, მეტროს მემანქანეებს მომავალი წლიდან ხელფასები მოემატებათ.

გასული წლის ზაფხულში 2 ქართველი რეპერი დააკავეს კლუბური ნარკოტიკის MDMA შეძენა-შენახვისთვის. სწორედ სოციალურ ქსელებში გავრცელდა პირველად მოსაზრება რომ ეს დაკავება იყო სამაგიერო რეპერების მიერ რამდენიმე დღით ადრე ონლაინ სივრცეში ატვირთული ვიდეოს გამო, სადაც ზოგი ადამინისთვის მიუღებელი ფორმით იყო პატრულის თანამშრომელი წარმოდგენილი. ეს ცნობილი თავად ერთ-ერთი დაკავებულის განცხადებიდან გახდა. შეიქმნა საჯარო ღონისძიება, სადაც დაანონსდა რეპერების მხარდასაჭერი აქცია და დაიწერა ინფორმაცია, რომ დაკავებულების ჯიბეში აღმოჩენილი კლუბური ნარკოტიკი რეალურად არ წარმოადგენდა მათ საკუთრებას და ის მათ „ჩაუდეს“. საბოლოოდ, პროკურატურამ, მხარის მიერ წარმოდგენილი მტკიცებულებების საფუძველზე შეწყვიტა საქმე და დაკავებულები გირაოს სანაცვლოდ გამოუშვეს. საპროტესტო ტალღას მოჰყვა პრემიერ მინისტრის განცხადება, რომ ნარკო პოლიტიკა მკაცრია და მისი გადახედვაა საჭირო, მოგვიანებით კი შინაგან საქმეთა სამინისტროს ოფიციალურ Facebook გვერდზე გამოჩნდა ჰეშთეგი #არაჩადებას.

ჰეშთეგები პროტესტის თუ პოზიციის გამომხატველი კიდევ ერთი საშუალებაა, რომელსაც სხვადასხვა სოციალური ქსელი მოქალაქეს აძლევს. რა ფუნქცია აქვს ჰეშთეგს? მისი გამოყენებით საძიებო ველში გამარტივებულადაა შესაძლებელი სასურველ თემაზე, კონკრეტული „ქული“ ჰეშთეგის ფარგლებში არსებული ყველა ინფორმაციის მოძიება. თუმცა ხშირად ჰეშთეგს არა ინფორმაციის თავმოყრისთვის, არამედ იდეის თუ პროტესტის ლაკონიურად გამოხატვისთვის იყენებენ.

ერთ-ერთი უკანასკნელი ჰეშთეგ კამპანია მთავრობისა და პროკურატურის მაღალჩინოსნების გადადგომის მოთხოვნით გაიმართა, რომელსაც თან სდევდა ქუჩის პროტესტი, საქმე ეხება უკვე ყოფილი მთავარი პროკურორის ირაკლი შოთაძის, უკვე ექს პრემიერის გიორგი კვირიკაშვილის, იუსტიციის მინისტრის, თეა წულუკიანის და შინაგან საქმეთა მინისტრის, გიორგი გახარის გადადგომის მოთხოვნას, რომელიც საერთო კამპანიის ერთ-ერთი მთავარი გამომხატველი ელემენტი იყო.

რა იწვევს საზოგადოების მაღალ ჩართულობას, რატომ გახდა Facebook პროტესტის თუ იდეების გაზიარების ერთ-ერთი მთავარი წყარო, არის ეს მარტივი ხელმისაწვდომობის, ფართო საზოგადოების ინფორმირების შესაძლებლობის თუ რაიმე სხვა მიზეზის გამო, ამას ჩვენი კვლევის საფუძველზე, ონლაინ კითხვარის მეშვეობით დავადგენთ თავად Facebook და ონლაინ პორტალების მომხმარებლებში.

### 3.1 Facebook მომხმარებლების კვლევა მათი თანამონაწილეობის შესახებ, გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ონლაინ პლატფორმების მეშვეობით

დაკვირვებითი ანალიზისა და მონაცემთა შეგროვების საფუძველზე დავადგინეთ თუ რა ონლაინ პლატფორმები აქვთ საქართველოს მოქალაქეებს საკუთარი აზრის/იდეის/პროტესტის დასაფიქსირებლად და საჯარო პოლიტიკის შემუშავების პროცესში საკუთარი წვლილის შესატანად. შესაბამისად გამოიკვეთა გარკვეული დაშვებები. სახელმწიფო სტრუქტურებიდან 2 - საქართველოს მთავრობა და თბილისის მერია მოქალაქეებს პირდაპირ სთავაზობს პეტიციების პლატფორმას, რომელსაც გარკვეული პირობების დაცვის და გარკვეული მხარდამჭერთა რაოდენობის მოპოვების შემდეგ იურიდიული ძალა და განხილვის მეტი ალბათობა ენიჭება, თუმცა მათზე აქტივობა არ შეინიშნება არც იდეის ავტორების და არც შემდგომში მათი თანამოაზრეების სახით, მაშინ როდესაც არასამთავრობო ორგანიზაციის მსგავსი შინაარსის, თუმცა იურიდიული ძალის არმქონე პორტალზე ბევრად მაღალი აქტივობაა. რა იწვევს ამას? უნდობლობა სახელმწიფო ორგანოებთან პირდაპირი კომუნიკაციისას? ინფორმაციის არქონა? თემებისა და იდეების არარელევანტურობა? თავად ამ სახელმწიფო სტრუქტურების ნაკლები უკუკავშირი? წარსული გამოცდილება? ამას და ნახევრადსტრუქტურული კითხვარის ფარგლებში წარმოჩენილ სხვა მახასიათებლებს ჩვენს კვლევაში დავადგინთ. ონლაინ კვლევა ასევე მოიცავს Facebook - ის როგორც საჯარო განცხადებების, პროტესტისა და ინიციატივების გამოხატვის ინსტრუმენტის შეფასებას მისი მომხმარებლების მხრიდან. რამ გამოიწვია მისი ასეთი პოპულარობა? არის კი ის პოპულარული და ინიციატივების/იდეების/პროტესტის გაზიარების ეფექტიანი საშუალება? როგორია მომხმარებელთა გამოცდილება? ამ და ზემოთმოცემულ კითხვებზე პასუხს ჩვენი ონლაინ კვლევის საფუძველზე გავიგებთ, რომელიც აეწყო SurveyMonkey პორტალზე, ექნება ნახევრად სტრუქტურირებული სახე, ღია და დახურული, მულტიფუნქციური არჩევანის გაკეთების საშუალებით. კვლევის მიზანია შემთხვევითი შერჩევის გზით მოიცვას მინიმუმ 200 Facebook მომხმარებელი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

Governance in the Age of Digital Media and 'Public Sector Branding' - [blogs.worldbank.org](https://blogs.worldbank.org)

The Impact of Social Media in the Public Sector - [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)

Social Media in Public Administration's Future A Response to Farazmand - [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

The Role of Social Media in the Public Sector: Opportunities and Challenges - [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

Government communication in the digital age: Social media's effect on local government public relations – [www.journals.sagepub.com](http://www.journals.sagepub.com)

ACCOUNTABILITY THROUGH PUBLIC OPINION FROM INERTIA TO PUBLIC ACTION - SINA ODUGBEMI AND TAEKU LEE

Governance in the Age of Digital Media and Branding - [onlinelibrary.wiley.com](http://onlinelibrary.wiley.com)

Towards a theory of digital media - Information, Communication & Society

Digital Media and Society Implications in a Hyperconnected Era - [www3.weforum.org](http://www3.weforum.org)

INFLUENCING PUBLIC POLICY IN THE DIGITAL AGE The Law of Online Lobbying and Election-related Activities - [bolderadvocacy.org](http://bolderadvocacy.org)

Americans See Social Media Impact On Public Policy - [www.holmesreport.com](http://www.holmesreport.com)

სოციალური მედიის როლი ქართულ პარტიულ პოლიტიკაში - რადიო თავისუფლება

სოციალური მედია და პოლიტიკა - ამერიკის ხმა

რევოლუციიდან სოციალურ მოძრაობებამდე? - პროტესტის დინამიკა 21-ე საუკუნის საქართველოში - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი