

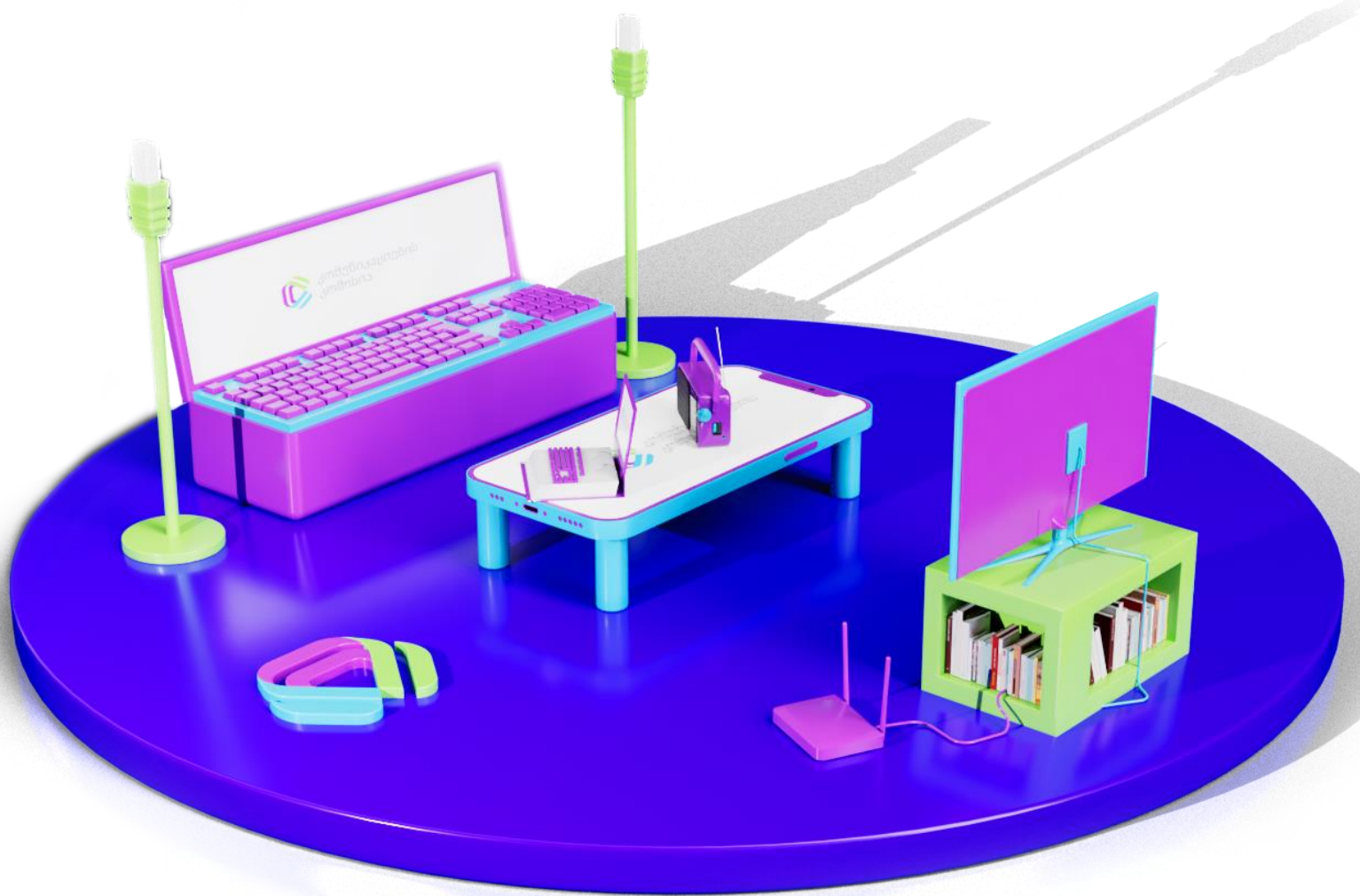
კომუნიკაციების კომისიის
სტრატეგია
2024-2026



კომუნიკაციების
კომისია

სარჩევი

კომუნიკაციების კომისია და მისი როლი	3
სატელეკომუნიკაციო დარგის განვითარება და ძირითადი გამოწვევები	7
აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების და ვიდეოგაზიარების პლატფორმების განვითარება და ძირითადი გამოწვევები	18
მედიაწიგნიერების განვითარება და ძირითადი გამოწვევები.....	25
კომუნიკაციების კომისიის სტრატეგიული მიზნები და ამოცანები	35
მიზანი 1 - საქართველოს მოსახლეობაში ხარისხიან ციფრულ და სატელეკომუნიკაციო სერვისებზე თანაბარი ხელმისაწვდომობა	36
მიზანი 2 - სატელეკომუნიკაციო სექტორში ტექნოლოგიური განვითარებისა და ინოვაციური მომსახურებების დანერგვისთვის ხელშემწყობი გარემოს შექმნა.....	41
მიზანი 3 - მომხმარებლისთვის ჯანსაღი მედია გარემოს შემქნის ხელშემწყობა.....	43
მიზანი 4 - საზოგადოების გაძლიერება თანამედროვე მედიაგარემოში უსაფრთხო ნავიგაციისა და ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად საჭირო ცოდნითა და უნარებით.....	47
მიზანი 5 - სატელეკომუნიკაციო სერვისების, ციფრული და ტრადიციული მედიამომსახურებების მომხმარებელთა უფლებების ეფექტიანი დაცვა.....	53
მიზანი 6 - კომუნიკაციების კომისიის ინსტიტუციონალური განვითარება და ეფექტიანობის ამაღლება	56
სტრატეგიის ბიუჯეტი, მისი შესრულების მონიტორინგი და შეფასება.	61



კომუნიკაციების კომისია და მისი როლი

1

კომუნიკაციების კომისია და მისი როლი

კომუნიკაციების კომისიამ საქმიანობა 2000 წლის 1 ივლისს დაიწყო. მისი ძირითადი საქმიანობაა სატელეკომუნიკაციო და მედია სფეროში მომხმარებელთა ინტერესების დაცვა, საქართველოს მოქალაქეებისთვის მომსახურების ფართო არჩევანისა და ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვისა და ბაზარზე კონკურენციის ხელშეწყობა.

კომუნიკაციების კომისია, როგორც სატელეკომუნიკაციო და მედია მომსახურებების სფეროს მომავლის არქიტექტორი, ხელს უწყობს ქვეყანაში სიახლეების დანერგვას, რათა უზრუნველყოს უფრო ეფექტური, კომფორტული და დროსთან შესაბამისი კომუნიკაცია თითოეული მოქალაქისთვის. კომუნიკაციების კომისია ემსახურება ჯანსაღი კონკურენციის არსებობას და ყოველთვის იცავს საზოგადოების ინტერესს.

კომისიის მისია
ვქმნით კომუნიკაციის და ინფორმირებული არჩევანის შესაძლებლობას ყველასთვის

კომუნიკაციების კომისიის საქმიანობა უზრუნველყოფს ისეთ ფუნდამენტურ სტანდარტებს, რომელთა გარეშეც თანამედროვე ადამიანისთვის კომუნიკაციების და ტექნოლოგიების საუკუნეში სრულფასოვნად ინტეგრირება, ცხოვრება და პროგრესი შეუძლებელია.

2017 წლის ბოლოს, კომუნიკაციების კომისიას „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით მესამე, უმნიშვნელოვანესი ფუნქცია დაეკისრა - ქვეყანაში მედიაწიგნიერების განვითარება და ხელშეწყობა.

კომუნიკაციების კომისიის ყველა გადაწყვეტილება თავისუფალი და თანამედროვე საზოგადოების ჩამოყალიბებას ისახავს მიზნად. ტექნოლოგიურმა განვითარებამ, ბევრ სიკეთესთან ერთად, ახალი გამოწვევებიც გააჩინა. სამყაროში, რომელშიც ჩვენ ვცხოვრობთ, ინფორმაცია ელვის სისწრაფით ვრცელდება, ამასთან გამკლავების ერთადერთი იარაღი კი, მედიაწიგნიერი მოქალაქეა.

მედიაწიგნიერება არის ცოდნისა და უნარების ერთობლიობა, რომელიც თანამედროვე, ციფრული ტექნოლოგიების ეპოქაში კრიტიკულად აუცილებელი და მნიშვნელოვანია. მედიაწიგნიერება გვეხმარება ციფრულ სამყაროში სწორ და ეფექტიან ნავიგაციაში. მედიაწიგნიერმა ადამიანმა იცის, თუ სად და როგორ მოიპოვოს, გაფილტროს, შექმნას, კრიტიკულად შეაფასოს და გაავრცელოს ინფორმაცია. შესაბამისად, მედიაწიგნიერება კრიტიკული, ლოგიკური და შემოქმედებითი აზროვნების უნარებს ეფუძნება და ადამიანებს აძლევს შესაძლებლობას, გააკეთონ ინფორმირებული არჩევანი. ამდენად, მედიაწიგნიერება, ერთი მხრივ, ხელს უწყობს მედია სტანდარტის და მედიაპროდუქტის ხარისხის ზრდას, ხოლო, მეორე მხრივ, ეხმარება მოქალაქეებს, მრავალფეროვან ინფორმაციულ ნაკადში შეძლონ სწორი ნავიგაცია. ამიტომაც, მედიაწიგნიერების

უნარების განვითარება არა მხოლოდ საქართველოსთვის, არამედ გლობალურად, ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ამოცანაა.

დღეს, როდესაც იმიტირებული რეალობით, ყალბი ინფორმაციით გამოწვეული საფრთხეები აშკარაა, კომუნიკაციების კომისიისთვის მნიშვნელოვანია მოქალაქეებს არა მხოლოდ მაღალტექნოლოგიურ სერვისებზე ჰქონდეთ შეუფერხებელი წვდომა, არამედ მათ ციფრულ სამყაროში სწორი ნავიგაციისთვის საჭირო უნარების განვითარებაში დაეხმაროს. კომუნიკაციების კომისიის მიზანი ინფორმირებული არჩევანის ხელშეწყობაა.

ტექნოლოგიურ ეპოქაში, როდესაც ყოველდღიურად ინერგება ინოვაციური სერვისები, უმნიშვნელოვანესია ამ გამოწვევებს ქვეყანამ ეფექტურად უპასუხოს, განავითაროს და დანერგოს ახალი ტექნოლოგიები. ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად, კომუნიკაციების კომისიისთვის უმნიშვნელოვანესია უზრუნველყოს ქვეყანაში პლურალისტური და დამოუკიდებელი მედიის არსებობა, რადგან საუკეთესო არჩევანის გაკეთება, მხოლოდ სწორად ინფორმირებულ მოქალაქეს შეუძლია. შესაბამისად, ქვეყნის განვითარებაში კომუნიკაციების კომისიის როლი ყოველდღიურად უფრო მნიშვნელოვანი და საპასუხისმგებლო ხდება.

კომუნიკაციების კომისიის კანონმდებლობით განსაზღვრულ ძირითად ფუნქციებს წარმოადგენს ისეთი მნიშვნელოვანი საკითხები, როგორებიც არის:

- მომხმარებელთა ინტერესების დაცვა;
- მომხმარებლებისთვის მომსახურების ფართო არჩევანისა და ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა;
- გამჭვირვალე მარეგულირებელი გარემოს ჩამოყალიბება და კონკურენციის ხელშეწყობა;
- ელექტრონული კომუნიკაციებისა და მაუწყებლობის სფეროში მონოპოლიური საქმიანობის დაუშვებლობა;
- მედიაინჟინერების შესახებ ცნობიერების ამაღლება და შესაბამისი უნარების განვითარება;
- თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვის ხელშეწყობა;
- სიბშირული სპექტრისა და ნუმერაციის რესურსის ეფექტიანი გადანაწილება;
- სატელეკომუნიკაციო ბაზრის გამართული და სტაბილური ფუნქციონირებისთვის ავტორიზებულ და ლიცენზიის მფლობელ ჰირებს შორის წარმოქმნილი დავებისა და ასევე, დარგის მოთამაშესა და მომხმარებელს შორის წარმოქმნილი დავების განხილვა;
- რადიოსიბშირული სპექტრის დადგენა და განაწილება, ელექტრონული კომუნიკაციებისა და მაუწყებლობის საშუალებების სერტიფიცირება, სტანდარტიზაცია, მეტროლოგიური მომსახურების უზრუნველყოფა;
- ელექტრონული საკომუნიკაციო ქსელის ოპერატორების ურთიერთჩართვის ტექნიკური, სამართლებრივი და ეკონომიკური საკითხების დარეგულირება, რომლის ძირითადი მიზანი მომხმარებელთა ინტერესების დაცვა და ნებისმიერი ოპერატორის მომსახურების მიღების შესაძლებლობის უზრუნველყოფაა.

დაარსების დღიდან, ორგანიზაციის ძირითად ამოცანას წარმოადგენდა სატელეკომუნიკაციო და მედია მომსახურებების ბაზრის რეგულირება იმგვარად, რომ ტელეკომუნიკაციისა და მედია ინდუსტრიის მიერ შეთავაზებული საზოგადოებრივი სარგებელი (მომსახურება) ხელმისაწვდომი ყოფილიყო საქართველოს მოსახლეობისთვის და ამავდროულად, თანამედროვე და მსოფლიო დონის სტანდარტების შესაბამისი.

კომუნიკაციების კომისიის ყველა ინიციატივა, გადამწყვეტილება თუ ქმედება, მოსახლეობის კეთილდღეობას ემსახურება. კომუნიკაციების კომისიის მიზანია უმაღლესი, მსოფლიო დონის სტანდარტის მქონე მომსახურების უზრუნველყოფა მედიისა და სატელეკომუნიკაციო ინდუსტრიის ფარგლებში, ინოვაციის დროული დანერგვა და ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა, რათა თითოეულ მომხმარებელს შეეძლოს უფრო ეფექტური მოქმედება როგორც მის პირად, ისე პროფესიულ ცხოვრებაში.

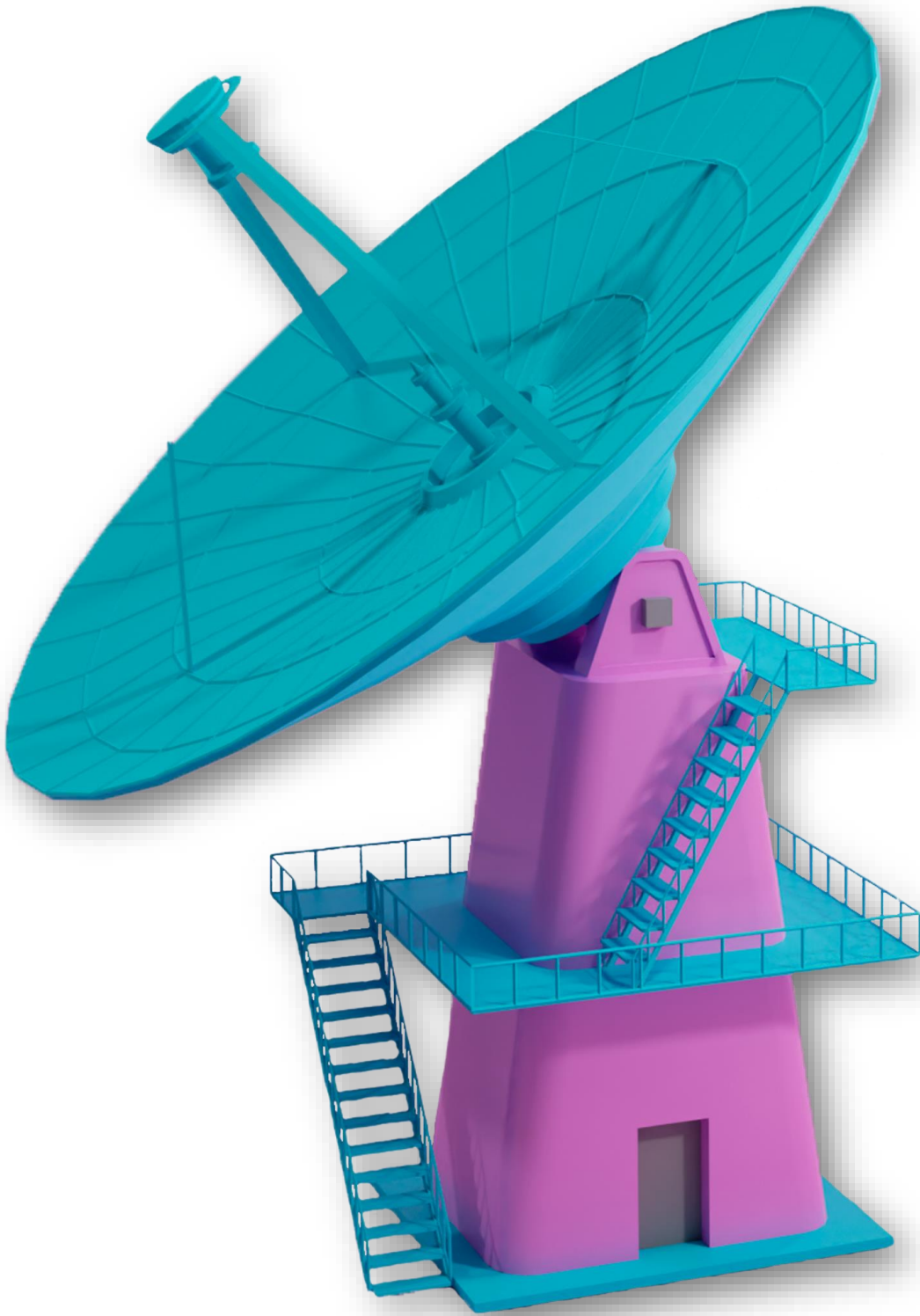
კომუნიკაციების კომისიის ღირებულებები

- სამართლიანობა
- პროგრესულობა
- ეფექტიანობა
- კომპეტენცია

თანამედროვე და ცვალებად გარემოში, კომუნიკაციების კომისია ყოველთვის იქნება იმის გარანტი, რომ თითოეულ მომხმარებელს ექნება წვდომა საუკეთესო (საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი) ხარისხის სატელეკომუნიკაციო და მედია მომსახურებაზე.

კომუნიკაციების კომისიის სტრატეგიული მიზნები





სატელეკომუნიკაციო დარგი და ძირითადი გამოწვევები

2

სატელეკომუნიკაციო დარგის განვითარება და ძირითადი გამოწვევები

სატელეკომუნიკაციო სფეროს განვითარება დადებითი დინამიკით ხასიათდება. მზარდია როგორც ტელეკომ მომსახურებების მომხმარებელი აბონენტების რაოდენობა, ისე ამ სფეროს შემოსავლები. ციფრული ეკონომიკა დინამიურად ვითარდება და ინოვაციური სატელეკომუნიკაციო პროდუქტები ახალ მოთხოვნებს უყენებს ტელეკომ ოპერატორებს. შესაბამისად ვითარდება მობილური და ფიქსირებული საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები და ამასთან, დიდი მოთხოვნა და მზარდი მიმღებლობაა მომხმარებელთა მხრიდან.

საკომუნიკაციო მომსახურებების ბაზრის ლიბერალიზაციის, კონკურენციის განვითარების ხელშეწყობის და მათი ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესების მიზნით, საქართველოში ტელეკომ ბაზრის განვითარების მიმართულებით, კომუნიკაციების კომისიის მხრიდან ბოლო წლებში გადადგმული ნაბიჯების წვლილი, თვალსაჩინოა, რაც ასევე აისახება დადებით რიყხობრივ მაჩვენებლებში.

საქართველოში, 2023 წლის IV კვარტლის მდგომარეობით, მობილური მომსახურებების აბონენტების რაოდენობამ 5.91 მლნ შეადგინა, საიდანაც მობილური ინტერნეტის მომხმარებელთა წილი 73%, რაოდენობრივად - 4.32 მლნ-ია. ეს მაჩვენებელი 2019 წელს 59%-ს შეადგენდა. მნიშვნელოვნად არის გაზრდილი მობილური ინტერნეტის ტრაფიკის მოხმარება, რომელიც 2019 წელს 88 პეტაბაიტს შეადგენდა, 2023 წელს კი 564 პეტაბაიტს მიაღწია.

ასევე, აღსანიშნავია ხელმისაწვდომობის ზრდა ფიქსირებულ ფართოზოლოვან ინტერნეტ მომსახურებაზე - 2023 წლის IV კვარტლის მდგომარეობით, ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტის ფიზიკური პირი აბონენტების რაოდენობამ 1.049 მლნ. შეადგინა, მაშინ, როცა ეს მაჩვენებელი 2019 წლის IV კვარტლის მდგომარეობით, 897 ათასს შეადგენდა. შესაბამისად, გაზრდილია პენეტრაცია შინამეურნეობებში - 5 წლიან პერიოდში 80,9%-დან 94,6%-მდე. აღსანიშნავია, რომ ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტ მომსახურება ხელმისაწვდომია ყველა ქალაქსა და დაბაში, ასევე სოფლების 75%-ში (2541 სოფელი). 2023 წლის ბოლო მონაცემებით, 850-მდე სოფელში ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტ მომსახურება არ არის ხელმისაწვდომი.

კომუნიკაციების კომისიის მიერ საკომუნიკაციო მომსახურებების საბითუმო ბაზრის რეგულირებასთან დაკავშირებით მიღებულმა შესაბამისმა გადაწყვეტილებებმა, ხელი შეუწყო საცალო ბაზარზე მომსახურებების პირობების გაუმჯობესებას. კერძოდ: 2019 წელს, კომუნიკაციების კომისიის აქტიური მუშაობის შედეგად, მცირე და საშუალო ზომის ოპერატორებს ინტერნეტის საბითუმო მომსახურების ხარჯი დაახლოებით 10-ჯერ შემცირდათ, ამავე წელს გლობალურ ინტერნეტზე ზედა ზღვრული ტარიფი 32 ლარიდან 9 ლარამდე შემცირდა, ხოლო მობილურ და ფიქსირებულ ქსელში ურთიერთიარსის ტარიფები 4-ჯერ შემცირდა. სწორედ ბაზრის ლიბერალიზაციას და სატარიფო პოლიტიკის გაუმჯობესებას ისახავს მიზნად სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე



2019 წელს შემოღებული რეგულაცია მობილური ვირტუალური ოპერატორების დაშვებასთან დაკავშირებით. კომუნიკაციების კომისიამ ჯერ კიდევ 2018 წლიდან დაიწყო მუშაობა ფიქსირებულ ლოკაციაზე ადგილობრივი და ცენტრალური საბითუმო დაშვების ბაზრის, ე.წ. Bitstream-ის საბითუმო მომსახურების სეგმენტის შესწავლაზე, რომელიც ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტ მომსახურების ბაზარზე კონკურენციის და მომსახურებების ხელმისაწვდომობის ზრდას ისახავს მიზნად.

მიუხედავად აღნიშნული ღონისძიებების გატარებისა, საქართველოში მობილური და ფიქსირებული სატელეკომუნიკაციო მომსახურებების განვითარება და მათი, როგორც ეკონომიკური, ისე ფიზიკური ხელმისაწვდომობა, კომუნიკაციების კომისიის მთავარ გამოწვევად კვლავ რჩება.

კომუნიკაციების კომისია აცნობიერებს რა, რომ თანამედროვე სამყაროს სწრაფად ცვლებად და დინამიურ გარემოში ციფრული ტრანსფორმაციის, ციფრული ეკონომიკის, ელექტრონული მმართველობის, ინოვაციური სატელეკომუნიკაციო პროდუქტების განვითარებაში კრიტიკულია სატელეკომუნიკაციო მომსახურების როლი, საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკის გათვალისწინებით, არაერთ საკანონმდებლო და მარეგულირებელ ცვლილებაზე მუშაობს.

სრულფასოვანი კვლევა შესაბამისი ბაზრების ევროკულ რარჩოსთან დაახლოების მიზნით

საქართველოს სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე გასულ წლებში განხორციელებულმა ორმა მნიშვნელოვანმა კონსოლიდაციამ, რომელიც ერთი მხრივ, „მაგთიკომის“ მიერ საქართველოში ერთ-ერთი ინტერნეტ პროვაიდერის, „კავკასუს ონლაინის“ საცალო სეგმენტის შესყიდვას, ხოლო მეორე მხრივ, „სილქნეტის“ მიერ „ჯეოსელის“ შესყიდვას უკავშირდება, ბაზარზე ორი მსხვილი კომპანიის ჩამოყალიბება გამოიწვია. აღნიშნული კონსოლიდაციის შედეგად, ოპერატორები ერთდროულად როგორც მობილურ, ისე ფიქსირებული ინტერნეტის სეგმენტებზე მნიშვნელოვან საბაზრო წილებს და მნიშვნელოვან საბაზრო ძალაუფლებას ფლობენ. აქედან გამომდინარე, ფიქსირებული ინტერნეტის როგორც საბითუმო, ისე საცალო სეგმენტი, მაღალი კონცენტრაციით ხასიათდება, რაც ფართოზოლოვანი ინტერნეტის მომსახურების ბაზარზე შესვლის სტრუქტურული თუ საოპერაციო ბარიერების არსებობაზე მიუთითებს.

აღნიშნულმა საბაზრო სტრუქტურამ და დაბალკონკურენტულმა გარემომ, წარმოაჩინა როგორც მობილური, ისე ფიქსირებული საკომუნიკაციო მომსახურებების სეგმენტების კვლევის საჭიროება იმ მიზნით, რომ ერთი მხრივ, შეფასდეს მომხმარებლებისთვის საკომუნიკაციო მომსახურებების ხელმისაწვდომობა, ხოლო მეორე მხრივ, სექტორის განვითარებისა და გაფართოების შესაძლებლობები, რაც ბაზარზე შესვლის ბარიერების მოხსნით და მცირე და საშუალო ოპერატორების გაჩენით მიიღწევა.

2022 წელს, კომუნიკაციების კომისიამ ევროკომისიის ექსპერტებთან ერთად, მუშაობა დაიწყო უმნიშვნელოვანეს პროექტზე, რომელიც ითვალისწინებს რეგულირებადი ბაზრების სრულფასოვან შესწავლას ევროკომისიის მიერ დადგენილი ბაზრის

ანალიზის მეთოდოლოგიური წესების მიხედვით, რათა უზრუნველყოფილ იქნას ევროპულ ჩარჩოსთან შესაბამისი რეგულირებადი ბაზრების სტრუქტურის განსაზღვრა, საცალო ბაზარზე კონკურენციის ეფექტიანობის და ქსელის საბითუმო ელემენტებზე დამზების გაუმჯობესების მიზნით. ამასთან, აღნიშნული რეკომენდაციები არსებითია საქართველოსთვის ევროკავშირის სარეგულაციო ჩარჩოსთან დინამიური აპროქსიმაციის მიზნის მისაღწევად.

2023 წელს, კომუნიკაციების კომისიამ, ევროპულ ექსპერტებთან ერთად, საქართველოს სატელეკომუნიკაციო ბაზრის, კერძოდ, ფიქსირებული და მობილური მომსახურებების ბაზრების კომპლექსური კვლევა ჩაატარა და პირველადი შედეგები დაინტერესებულ მხარეებს სამუშაო რეჟიმში წარუდგინა. ტელეკომ სექტორის კვლევის პირველი ეტაპის ფარგლებში, მობილური და ფიქსირებული ფართოზოლოვანი მომსახურებების საცალო და საბითუმო ბაზრების შესწავლა დასრულდა.

საქართველოსა და ევროკავშირს შორის გაფორმებული ასოცირების შეთანხმებით ნაკისრი ვალდებულებების შესაბამისად, საქართველოს საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო სრულად უნდა დაუახლოვდეს ევროპულს, რისთვისაც აუცილებელია კომუნიკაციების კომისიამ, საცალო ბაზარზე კონკურენციის ეფექტიანობისა და ქსელის საბითუმო ელემენტებზე დამზების გაუმჯობესებისათვის, ევროკომისიის რეკომენდაციების შესაბამისად დაადგინოს რეგულირების მიზნებისთვის სავალდებულოდ შესასწავლი ბაზრები.

Bitstream სემენტის რეგულირება

ფიქსირებული ფართოზოლოვანი ინტერნეტ მომსახურების ბაზრის გახსნა კვლავ ერთ-ერთ გამოწვევად რჩება. შესაბამისი პროდუქტებისა და სერვისების რეგულირებადი ბაზრების შესახებ ევროკომისიის რეკომენდაციის მიხედვით, ფიქსირებულ ლოკაციაზე ადგილობრივი და ცენტრალური საბითუმო დამზების ე.წ. ფართოზოლოვანი ინტერნეტის ბაზრის Bitstream-ის საბითუმო მომსახურების სემენტი, რეგულირების მიზნებისთვის სავალდებულოდ შესასწავლი ბაზარია. შესაბამისად, კომპლექსური კვლევის ფარგლებში, ასევე მოხდება აღნიშნულ რეგულირებას დაქვემდებარებული ბაზრის ანალიზი, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორების გამოვლენა და სპეციფიკური ვალდებულებების განსაზღვრა, რაც მომსახურების ბაზრის ამ სემენტზე უზრუნველყოფს შესვლის ბარიერების მოხსნას და გაზრდის კონკურენციას.

MVNO-ს (მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორი) განვითარება

MVNO არის მობილური მომსახურების მიმწოდებელი ისეთი ოპერატორი, რომელსაც არ აქვს საკუთარი ქსელი ან ინფრასტრუქტურა და მობილური მომსახურებების მიწოდებას ახორციელებს უკვე არსებული ოპერატორის ქსელის მეშვეობით. არსებობს ვირტუალური დამზების სხვადასხვა მოდელი და მათი სხვადასხვაგვარი პირობითი კატეგორიზაცია, რომლებსაც ქსელის სხვადასხვა დონეზე და სხვადასხვა დანიშნულებით გამოყენებულ ქსელურ ელემენტებთან დამზება განსაზღვრავს. თუმცა,

ძირითადად გამოყოფენ მსუბუქ, საშუალო და სრულ MVNO-ებს. ვირტუალურ ოპერატორებს არ აქვთ ქსელის მშენებლობასა და მის ოპერირებასთან დაკავშირებული ის დიდი კაპიტალური დანახარჯები, რომელიც, როგორც წესი, არსებითი დაბრკოლებაა მობილური მომსახურებების მიწოდების საქმიანობის დასაწყებად. შესაბამისად, ოპერატორის ქსელზე დაშვებულ კომპანიებს ეძლევათ საშუალება თავიანთი რესურსები მიმართონ სერვისების განვითარებისკენ და მომხმარებლისთვის ხელმისაწვდომი გახადონ ხარისხსა და ინოვაციაზე ორიენტირებული მრავალფეროვანი, თანამედროვე და ინდივიდუალურ მოთხოვნებზე მორგებული ნიშური სერვისები.

ტექნოლოგიური წინსვლისა და შემდეგი თაობის ქსელების ე.წ. NGA, 5G ტექნოლოგიის განვითარების კვალდაკვალ, იზრდება მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორების როლი, რომლებიც ინოვაციური, ნიშური სერვისების განვითარებით, სხვადასხვა სფეროში ციფრული ეკონომიკის განვითარებასა და გაციფრულების პროცესების დაჩქარებას უწყობს ხელს.

მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში MVNO-ს დაშვება კომერციული პირობებით განხორციელდა და მარეგულირებელი მექანიზმების გამოყენება არ გახდა საჭირო, თუმცა გარკვეულ ქვეყნებში, მათ შორის: ჩრდილოეთ მაკედონიაში, კვიპროსსა და ესპანეთში, აღნიშნული ბაზრის განვითარებისთვის წინასწარი რეგულირება გახდა საჭირო, ნორვეგიაში კი რეგულაცია დღესაც მოქმედებს. რამდენიმე ევროპულმა ქვეყანამ, მათ შორის: ჩეხეთმა, ხორვატიაში, საფრანგეთმა და საბერძნეთმა, რეგულირება და სავალდებულო დაშვების პირობები სალიცენზიო ვალდებულებებით განსაზღვრა.

ბოლო მონაცემებით, მსოფლიოში 2000-მდე აქტიური მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორი არსებობს და დამატებით 300-ზე მეტი ახალი ოპერატორი გეგმავს სერვისების გაშვებას. საერთაშორისო გამოცდილება აჩვენებს, რომ იმ ქვეყნებში, სადაც ციფრული ეკონომიკა დინამიურად ვითარდება და მიმდინარეობს ციფრული ტრანსფორმაციის შეუქცევადი პროცესი, MVNO-ებს მნიშვნელოვანი როლი აქვთ.

ბოლო წლებში კომუნიკაციების კომისია აქტიურად მუშაობს სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე მობილური ვირტუალური ქსელის ოპერატორის დაშვებისთვის საჭირო წინაპირობების უზრუნველსაყოფად. ბაზარზე ახალი მოთამაშეების გაჩენა მომხმარებლებისთვის მობილური მომსახურების არჩევანის გაზრდას უზრუნველყოფს და ეტაპობრივად აისახება როგორც მომსახურების ხარისხზე, ისე ხელმისაწვდომობასა და ფასებზე. MVNO ამასთანავე, არის შესაძლებლობა, რომელიც ინოვაციურ პროდუქტებს, მომხმარებელზე მორგებულ ნიშურ სერვისებს და ახალ შეთავაზებებს ქმნის.

მიუხედავად იმისა, რომ 2005 წლიდან კანონით ისედაც განსაზღვრული იყო ვირტუალური ოპერატორის დაშვების ვალდებულება, საქართველოში MVNO-ები ვერ განვითარდა. სწორედ ამიტომ, კომუნიკაციების კომისიამ მიიღო ქმედითი გადაწყვეტილება და დააკონკრეტა ვირტუალური ოპერატორების დაშვების ვადები და

მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე კომპანიებს ინფორმაციის გამჭვირვალობის ვალდებულება დაუწესა.

საბალაქომუნიკაციო მომსახურებაების ფასების შედარებითი ანალიზი

„ვიდრე საქართველოში შენარჩუნდება მაღალსიჩქარიანი და მაღალი მოცულობის ინტერნეტის მაღალი ფასები, მომხმარებლები კვლავ იძულებული იქნებიან აირჩიონ დაბალსიჩქარიანი და დაბალი მოცულობის მომსახურებები ან გადაიხადონ მნიშვნელოვნად მაღალი, პრემიუმ ფასები და ასე მიიღონ მაღალი სიჩქარე და მოცულობა“ - ეს არის ამონარიდი ე.წ. ბენჩმარკინგის კვლევის დასკვნიდან, რომელიც კომუნიკაციების კომისიის დაკვეთით, 2023 წელს ჩატარდა. კვლევა ბრიტანულმა კვლევითმა ორგანიზაციამ - Strategy Analytics-მა საერთაშორისოდ აღიარებული და აპრობირებული მეთოდოლოგიის შესაბამისად განახორციელა, რომელიც ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) მიერ არის შემუშავებული. საქართველოს მონაცემები ევროკავშირის წევრი 22 ქვეყნისა და დიდი ბრიტანეთის ანალოგიურ მაჩვენებლებთანაა შედარებული.

საქართველოში ტელეკომ მომსახურებების ფასების კვლევა მიზნად ისახავდა ქვეყანაში ტელეკომ მომსახურების ფასების შედარებას ევროპის ქვეყნების ანალოგიურ მაჩვენებლებთან, კერძოდ, რამდენად ხელსაყრელია მობილური ხმოვანი და ინტერნეტ მომსახურების და ფიქსირებული ინტერნეტ სერვისების ფასები ცალ-ცალკე და სხვა ტელეკომ მომსახურებებთან კომბინაციაში.

ანალიზის შედეგად დადგინდა, რომ საქართველოში დაბალი მოცულობის და სიჩქარის მომსახურებები, როგორც მობილურ, ისე ფიქსირებულ ბაზარზე, კვლევაში შემავალი ქვეყნების საშუალო ფასების თითქმის ანალოგიური, ან უფრო იაფია, ხოლო, რაც შეეხება მაღალი მოცულობის და სიჩქარის მომსახურებების ფასებს - ევროპის ქვეყნების საშუალოს მნიშვნელოვნად აჭარბებს. კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ მაგალითად, 10 გბ ინტერნეტი და 1795 წუთიანი ჰაკეტი 35%-ით, 20 გბ ინტერნეტი და ულიმიტო წუთები - 36%-ით, ხოლო 100 მბ/წმ სიჩქარის ფიქსირებული ინტერნეტის ფასი 136%-ით უფრო ძვირია, ვიდრე ევროპის 24 ქვეყნის საშუალო ფასი.

კვლევის მიხედვით, მაღალი მოცულობის და სიჩქარის მომსახურებებზე მაღალი ფასები განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი და პრობლემურია, ვინაიდან 2022 წლის მონაცემებით, მობილური ინტერნეტის მოხმარება მკვეთრად მზარდია და საშუალოდ 12 გბ-ს აღწევს. ციფრულ ეპოქაში ინტერნეტის მოხმარების ტრენდი მიმართულია მზარდი სიჩქარის და მოცულობის მოხმარებისკენ, რაც 5G ინტერნეტის დანერგვასთან ერთად, კიდევ უფრო გაიზრდება. ანალოგიური მდგომარეობაა ფიქსირებულ ინტერნეტ მომსახურებებზე, ვინაიდან მომხმარებლების მიერ ონლაინ გატარებული დრო და სხვადასხვა მომსახურებების ონლაინ მიღებაზე მოთხოვნა სულ უფრო იზრდება. შესაბამისად, მაღალსიჩქარიანი ინტერნეტ მომსახურებების როლი აბონენტებისთვის, კრიტიკულად მნიშვნელოვანია.

სატელეკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურისა და სატელეკომუნიკაციო მიწნებისთვის გამოყენებადი ფიზიკური ინფრასტრუქტურის გაზიარება

სატელეკომუნიკაციო მომსახურებები და ციფრული სერვისები ქვეყნის განვითარებასა და მომხმარებლების ყოველდღიურ ცხოვრებაში სულ უფრო და უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს. მზარდი მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად ტელეკომ მომსახურებების ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა, ქსელურ ინფრასტრუქტურაში ინვესტირების დიდი კაპიტალტევადობის გამო, მნიშვნელოვანი გამოწვევაა.

2023 წელს, კომუნიკაციების კომისიის ჩართულობით, საქართველოს პარლამენტმა მიიღო საქართველოს კანონი „სატელეკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურისა და სატელეკომუნიკაციო მიწნებისთვის გამოყენებადი ფიზიკური ინფრასტრუქტურის გაზიარების შესახებ“, რომელსაც საფუძვლად უდევს ევროკავშირის 2014/61/EU დირექტივა. აღნიშნული კანონის მიზანი საქართველოს ტერიტორიაზე მაღალსიჩქარიანი, ფართოზოლოვანი ინფრასტრუქტურის განვითარების ხელშეწყობისთვის, სატელეკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურაზე და სატელეკომუნიკაციო მიწნებისთვის გამოყენებად ფიზიკურ ინფრასტრუქტურაზე დაშვების არადისკრიმინაციული, სამართლიანი და გონივრული პირობების უზრუნველყოფაა.

კანონის აღსრულება ხელს შეუწყობს ტელეკომ ოპერატორებს, ეფექტიანად განავითარონ თავიანთი ქსელი, კერძოდ, ქსელის ასაშენებლად გამოიყენონ უკვე არსებული ელექტროენერჯის, გარე განათების, თბომომარაგების, ტრანსპორტისა და სხვა დანიშნულების ინფრასტრუქტურა. აღნიშნული კი, თავის მხრივ, გამოიწვევს ტელეკომ ოპერატორებს შორის კონკურენციის გაზრდას და საბოლოოდ პოზიტიურად აისახება მომხმარებელზე, რომლისთვისაც გარანტირებული იქნება ინტერნეტზე მეტი ხელმისაწვდომობა და არჩევანის თავისუფლება.

აღნიშნული ინსტრუმენტი ხელს შეუწყობს სატელეკომუნიკაციო სექტორის განვითარებას - ქსელური ინფრასტრუქტურის გაფართოებას, საკომუნიკაციო მომსახურებების ხელმისაწვდომობის ზრდას, ციფრული სერვისების განვითარებას, რაც საბოლოოდ დარგის განვითარებაზე აისახება.

საქართველო ევროკავშირის როუმინგის ერთიან სივრცეში

2023 წელს, კომუნიკაციების კომისიამ, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროსთან ერთად, ევროკავშირის როუმინგის ერთიან სივრცესთან საქართველოს მიერთების მიზნით, ეკონომიკური გავლენის ანალიზი ჩაატარა.

ანალიზის შედეგად დადგინდა, რომ როუმინგის ერთიან სივრცესთან მიერთებით, აბონენტების მიერ მობილური მომსახურებების მისაღებად განეული დანახარჯები მნიშვნელოვნად შემცირდება. ამასთან ერთად, როგორც დიდ, ისე მცირე და საშუალო ბიზნესებს მიეცემათ შესაძლებლობა, ისარგებლონ ინოვაციური საკომუნიკაციო პროდუქტებით და გააფართოვონ მათ მიერ შექმნილი ციფრული პროდუქტების მოხმარების არეალი. მიერთება, ასევე, ხელს შეუწყობს საქართველოს ციფრული

ბაზრის განვითარებას, ევროკავშირის ერთიან ციფრულ ბაზართან ჰარმონიზაციასა და ევროკავშირში ინტეგრირების პროცესს.

როუმინგის ერთიანი ევროპული სივრცის მომსახურებები „Roam Like at Home“-ის (RLAH) სახელით მოიხსენება, რაც ევროკავშირის ქვეყნების აბონენტებს აძლევს შესაძლებლობას, ამ ქვეყნებში გამოიყენონ თავიანთი მობილური მომსახურებები როუმინგის დამატებითი საფასურის გადახდის გარეშე, ან ისარგებლონ მნიშვნელოვნად შემცირებული ტარიფებით.

2022 წელს, საქართველოს მთავრობამ ევროკავშირის როუმინგის ერთიან სივრცესთან საქართველოს მიერთების შესახებ საკითხი დააინიცირა. აღნიშნული საქართველოსა და ევროკავშირის შორის როუმინგის ერთიანი სივრცის შექმნას გულისხმობს, რაც საქართველოს მომხმარებლებს საშუალებას მისცემს, ევროკავშირში მოგზაურობისას ისარგებლონ როუმინგის ადგილობრივი ტარიფებით, მათ შორის ხმოვან, მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებსა და ინტერნეტ მომსახურებაზე.

ევროკავშირის როუმინგულ სივრცესთან მისაერთებლად, როუმინგთან დაკავშირებული საქართველოს სამართლებრივი ბაზა და მარეგულირებელი ნორმები, სრულად უნდა შეესაბამებოდეს ევროკავშირისა და ევროპის ქვეყნების მარეგულირებელი ორგანოების გაერთიანების (BEREC) კანონმდებლობას და რეგულაციებს.

კომუნიკაციების კომისიამ, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროსთან ერთად, ევროკავშირის ექსპერტების ჩართულობით, ევროკავშირის როუმინგის ერთიან სივრცესთან საქართველოს მიერთების მიზნით, დაიწყო პროექტი, რომელიც შესაბამისი სამართლებრივი თუ ეკონომიკური საფუძვლების მომზადებას ემსახურება.

ქვეყნის ინტერნეტიზაცია და ციფრული მხარდაჭერა

2020 წლიდან აქტიურად მიმდინარეობდა სამუშაოები საყოველთაო ინტერნეტიზაციის სახელმწიფო პროგრამის „Log-in Georgia“-ს ფარგლებში, რომელიც მსოფლიო ბანკისა და ევროპის საინვესტიციო ბანკის ფინანსური მხარდაჭერით ხორციელდება.

კომპანია „ოუფენ ნეტმა“, კომუნიკაციების კომისიის მხარდაჭერით, ოპტიკური ქსელის მშენებლობა ტყიბული-ამბროლაური-ონი, ჩოხატაური-სამტრედია და ქობულეთი-ხელვაჩაურის ტერიტორიებზე დაასრულა. აღნიშნული ქსელი 425 კმ-იან ინფრასტრუქტურას მოიცავს, რომელიც დამატებით 58,000 მოსახლისთვის და ასევე, კერძო სატელეკომუნიკაციო ოპერატორებისთვის ახალი შესაძლებლობების შექმნას უზრუნველყოფს.

2023 წელს სამშენებლო სამუშაოები დაიწყო და აქტიურად მიმდინარეობს ზუგდიდი-ხობის მიმართულებაზეც, რომელიც მოიცავს 270 კმ-იან ინფრასტრუქტურას, 48 დასახლებულ პუნქტს და 26,500 მოსახლეს.

მსოფლიო ბანკის შესყიდვის პროცედურებით, ოპტიკური ქსელის მშენებლობის მიზნით, გამოცხადდა ახალი ტენდერები აბაშა-სენაკის, წყალტუბო-ვარციხე-ხონის, ჭიათურა-საჩხერისა და ასევე, ზესტაფონი-ხარაგაულის ტერიტორიებზე და მიმდინარეობს საპროექტო/სამშენებლო სამუშაოები.

საყოველთაო ინტერნეტიზაციის სახელმწიფო პროგრამის ფარგლებში, აშენებულია 800 კმ-იანი ოპტიკურ-ბოჭკოვანი მაგისტრალი, ხოლო ჭამში დასრულებული და მიმდინარე ტენდერების მოცულობა 2000 კმ-ზე მეტია, რომელიც 386 დასახლებულ პუნქტს და 210,000 მოსახლეს მოიცავს, მათ შორის, გურიამი, სამეგრელოში, აჭარაში, რაჭაში, ლეჩხუმში, ქვემო სვანეთისა და იმერეთის რეგიონებში.

2023 წელს აქტიურად მიმდინარეობდა პროექტის მეორე კომპონენტიც, რომელიც მოსახლეობაში ინტერნეტის პოპულარიზაციისა და ციფრული სერვისების გამოყენების ხელშეწყობის მიზნით, „ციფრული მხარდაჭერის პროგრამის“ ფარგლებში ხორციელდება. პროგრამის მიზანს შერჩეული მუნიციპალიტეტებისა და სოფლად მცხოვრები მოსახლეობის ციფრული ცნობიერების ამაღლება, მათთვის ინტერნეტის მიზნობრივად გამოყენების სწავლება და ციფრულ ეკონომიკაში ჩართულობის ხელშეწყობა წარმოადგენს.

საყოველთაო ინტერნეტიზაციის სახელმწიფო პროექტის ფარგლებში, საქართველოს 1,000-მდე სოფელს და 500,000 მოქალაქეს, მათ შორის, მალაღმთიანი რეგიონების მოსახლეობას, მიეცემა შესაძლებლობა მიიღოს მაღალი ხარისხის ინტერნეტი და ისარგებლოს ციფრული სერვისებით. ინტერნეტიზაციის სახელმწიფო პროგრამა - „Log-In Georgia“, საქართველოს ფართოზოლოვანი ქსელების განვითარების 2020-2025 წლების ეროვნული სტრატეგიის განხორციელების ხელშეწყობის მიზნით შემუშავდა.

თანამგზავრული კავშირი და ახალი ორბიტალური კოზმოსიები

2023 წელს საქართველომ მონაცემთა გადაცემისა და ახალი სამაუწყებლო გეოსტაციონარული თანამგზავრული ორბიტალური კოზმოსიები მოიპოვა, რაც იმას ნიშნავს, რომ მოპოვებულ ორბიტალურ კოზმოსიაზე შესაძლებელია განთავსდეს თანამგზავრები, რომლებიც საქართველოს და მიმდებარე ტერიტორიებს მონაცემთა გადაცემის მომსახურებითა და სატელევიზიო პროგრამების მაუწყებლობით უზრუნველყოფენ. საქართველოს მიერ მონაცემთა გადაცემის მომსახურების საკუთარი თანამგზავრის გაშვება მნიშვნელოვანია სტაბილური და უსაფრთხო კავშირის უზრუნველსაყოფად როგორც სახელმწიფო დაწესებულებებისთვის, ისე კომერციული ორგანიზაციებისთვის.

კოზმოსიების მინიჭება 2023 წლის ბოლოს ტელეკომუნიკაციის საერთაშორისო კავშირის (ITU) რადიოკავშირის მსოფლიო კონფერენციაზე WRC-2023 მოხდა და კონფერენციის ფინალური აქტებით, ფიქსირებული თანამგზავრული სამსახურის - FSS-ისა და სამაუწყებლო თანამგზავრული სამსახურის - BSS-ის გეგმებში აისახა. აღნიშნულით, WRC-2023 კონფერენციაზე დასრულდა კოორდინაციის ოთხწლიანი პროცესი, რომელიც 2019 წელს, რადიოკავშირის მსოფლიო კონფერენცია WRC-2019-ზე დაიწყო

და კომუნიკაციების კომისიამ სხვადასხვა ქვეყნის თანამგზავრული კავშირგაბმულობის მარეგულირებელ ორგანოებთან ერთად, ტელეკომუნიკაციის საერთაშორისო კავშირის რადიოკავშირის ბიუროს (ITU BR) მიერ დადგენილი გრაფიკის შესაბამისად, წარმატებით განახორციელა.

უნდა აღინიშნოს, რომ კონფერენციაზე მოპოვებული თანამგზავრული სამაუწყებლო სამსახურის BSS-ს გეოსტაციონარული თანამგზავრული ახალი ორბიტალური ჰოზიკია, ადრე არსებულთან შედარებით, პერსპექტივაში გააუმჯობესებს საქართველოს ტერიტორიაზე მაუწყებლობის შესაძლებლობას.

კომუნიკაციების კომისიამ Starlink-ს ავტორიზაცია 2022 წლის ივლისში მიანიჭა. ავტორიზაციის პირობების შესაბამისად, SpaceX-ი საქართველოში მაღალსიჩქარიან ფართოზოლოვან ინტერნეტ მომსახურებას Starlink-ის თანამგზავრული სისტემებით აწვდის. მსოფლიოს მასშტაბით, SpaceX-ს 5000-ზე მეტი Starlink-ის დაბალ ორბიტალური თანამგზავრი ჰყავს გაშვებული. 2023 წლის ბოლოს ილონ მასკმა ოფიციალურად განაცხადა, რომ Starlink-ის მაღალი სიჩქარის ინტერნეტი საქართველოშია ხელმისაწვდომი. შესაბამისად, საქართველო რეგიონში პირველი ქვეყანაა, სადაც Starlink-ის მაღალსიჩქარიანი თანამგზავრული ინტერნეტი გაეშვა.

Starlink-ი მსოფლიოში ერთ-ერთი მოწინავე სატელიტური ფართოზოლოვანი ინტერნეტ სისტემაა, რომელიც უზრუნველყოფს მაღალსიჩქარიან, დაბალი დაყოვნების მქონე ფართოზოლოვანი ინტერნეტის მიწოდებას მთელს მსოფლიოში, მათ შორის, ისეთ ადგილებში, სადაც ინტერნეტ კავშირი დაბალი საიმედოობის, უხარისხო ან სრულიად მიუწვდომელია. Starlink-ი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი და საინტერესო მაღალმთიან რეგიონებშია. Starlink-ის დანერგვის შემდეგ, ყველა ასეთ გეოგრაფიულ არეალში მაღალსიჩქარიან ინტერნეტზე წვდომა ნებისმიერი მსურველისთვის საქართველოში, უკვე შესაძლებელია.

უნივერსალური მომსახურების დანერგვა

საკომუნიკაციო მომსახურებების ხელმისაწვდომობის გაზრდის თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანია საქართველოში უნივერსალური მომსახურების დირექტივის დანერგვის პროექტის განხორციელება. „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონში შესაბამისი ცვლილებების განხორციელების შემდეგ ეტაპზე, ამ მომსახურებების დანერგვა კომუნიკაციების კომისიის ერთ-ერთი პრიორიტეტული ამოცანა იქნება.

5G ტექნოლოგიის განვითარება

5G ტექნოლოგიის დასანერგად კომუნიკაციების კომისიამ აქტიური სამუშაოები ჯერ კიდევ 2020 წელს დაიწყო. 5G-ის დანერგვისთვის საჭირო სიხშირული რესურსის გაცემის მიზნით, კომუნიკაციების კომისიამ საკონსულტაციო დოკუმენტი აუქციონის ჩატარებასთან დაკავშირებით საჯაროდ გამოაქვეყნა. დოკუმენტი მოიცავს დეტალურ ინფორმაციას აუქციონის პირობებისა და ვალდებულებების შესახებ, მათ შორის, 5G

მომსახურებისთვის ხელმისაწვდომი სიხშირეების, სანყის საფასურის, ლოტების, საქმიანობის დაწყების, დაფარვის და სხვა ვალდებულებების შესახებ.

რამდენიმე წლიანი აქტიური მუშაობის შედეგად, საქართველოში მე-5 თაობის მობილური ინტერნეტი, ე.წ. 5G გაეშვა, რითაც ქვეყანა ევროკავშირის წევრი ქვეყნებისა და მსოფლიოს სხვა ტექნოლოგიურად მოწინავე სახელმწიფოების რიგებშია.

2023 წელს კომუნიკაციების კომისიამ, ქვეყანაში ახალი თაობის ტექნოლოგიის დასაწერად, ოპერატორებისთვის აუქციონი 24 ლოტზე გამოაცხადა და აუქციონის ფარგლებში 700, 3400-3700 და 2600, ასევე, 800 და 1800 მეგაჰერცის დიაპაზონების სიხშირული ზოლები გამოიტანა.

კომუნიკაციების კომისიამ, 5G ინტერნეტის დასაწერად აუქციონი 4 კომბინირებულ და 20 ცალკემდგომ ლოტზე გამოაცხადა. კომუნიკაციების კომისიის გადაწყვეტილებით, აუქციონში მონაწილე კომპანიებს, 5G ქსელების აგებისას, ევროკავშირის მიერ განსაზღვრული ტექნიკური ნორმებით უნდა ეხელმძღვანელოთ, რაც ქსელის მაღალ ხარისხსა და უსაფრთხოებას უზრუნველყოფდა. აუქციონის პირობების შესაბამისად, ქსელის განვითარებასთან ერთად, კომპანიები, რომლებიც მე-5 თაობის ინტერნეტის დაწერვისთვის საჭირო სიხშირეს მოიპოვებდნენ, ვალდებული იქნებოდნენ, MVNO საკუთარ ქსელზე დაემკათ.

აუქციონის შესაბამისად, გამარჯვებულ კომპანიას 5G ინტერნეტის დასაწერად საჭირო სიხშირული რესურსით სარგებლობის ლიცენზიები 15 წლის ვადით მიენიჭა. 2023 წლის ბოლოს 5G ინტერნეტი გუდაურსა და ბაკურიანში, ასევე თბილისში - დიდუბესა და დიდ დილომში უკვე გაეშვა.

5G - ეს არის ახალი თაობის უსადენო ინტერნეტ ტექნოლოგია, რომელიც უკვე არსებულ ტექნოლოგიებთან შედარებით, მნიშვნელოვნად გაზრდის მობილური ინტერნეტის სიჩქარეს, შეამცირებს დაყოვნებას და საკომუნიკაციო სექტორთან ერთად, სრულიად ახალ საფეხურზე გადაიყვანს ისეთ უმნიშვნელოვანეს დარგებს, როგორებიცაა: ჯანდაცვა, განათლება, სოფლის მეურნეობა, ენერჯეტიკა, ინფრასტრუქტურა და სხვა, რაც, თავის მხრივ, ქვეყნის ეკონომიკას გააძლიერებს.

საკომუნიკაციო მომსახურების ხარისხი

საკომუნიკაციო მომსახურებების გაზრდილი მნიშვნელობის კვალდაკვალ, განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს მიწოდებული მომსახურების ხარისხი. ციფრული ეკონომიკის, ციფრული სერვისების, IoT/M2M, ჭკვიანი მოწყობილობების და მათი ინდუსტრიული გამოყენების მიმართულებების უზრუნველსაყოფად, ტელეკომ სერვისების ხარისხის პარამეტრების უზრუნველყოფა, ასევე, კრიტიკულად მნიშვნელოვანია, რაც 5G ტექნოლოგიის დაწერვის შემდეგ უფრო მეტ აქტუალობას შეიძენს.



აუდიოვიზუალური მედიაშემსახურების
და ვიდეობაზიარების პლატფორმების
განვითარება და ძირითადი გამოწვევები

3

აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების და ვიდეოგაზიერების პლატფორმების მომსახურების სფეროში დღეს რამდენიმე ძირითადი გამოწვევაა. ესენია: შინაარსთან დაკავშირებული პრობლემები, როგორებიცაა სიძულვილის ენის, უხამსობის გამოყენება; მიუკერძოებლობის პრინციპების დაუცველობა; ასევე, სარეკლამო კომუნიკაციების წესების დარღვევა; საავტორო და მომიჯნავე უფლებების დარღვევა; არასრულწლოვანთა დაცვა და სხვა.

შინაარსის რეგულირება

მოქმედი კანონმდებლობიდან გამომდინარე, შინაარსთან დაკავშირებული დარღვევები, რამდენიმე გამონაკლისის გარდა, როგორებიცაა სიძულვილის ენა და უხამსობა, არ შედის კომუნიკაციების კომისიის რეგულირების სფეროში. ასეთი დარღვევის შემთხვევაში, დაინტერესებულმა პირმა უნდა მიმართოს თვითრეგულირების მექანიზმს, რომელიც თავად მედიამომსახურების მიმწოდებელშია შექმნილი. ეს პრობლემას წარმოადგენს ევროპულ პრაქტიკასთან შესაბამისობის კუთხითაც, რადგან ევროპის ქვეყნების პრაქტიკის გათვალისწინებით, მნიშვნელოვანია, რომ სახელმწიფოებს ჰქონდეთ ეფექტური მექანიზმი ზემოთ ჩამოთვლილი საკითხების რეგულირებისთვის, რაც არსებული კანონმდებლობით სახეზე არ გვაქვს.

აღსანიშნავია, რომ აუდიოვიზუალური მედია მომსახურებების დირექტივა (AVMSD) მოითხოვს მაუწყებლობის სფეროში სიძულვილის ენისა და ტერორიზმისკენ მიმწოდების საკანონმდებლო რეგულირებას. დირექტივის მოთხოვნას სწორედ ამგვარად განმარტავს აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების ევროპული მარეგულირებლების ჯგუფი European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA), რომელიც სწორედ იმისთვისაა შექმნილი, რომ ევროკომისიას და ევროკავშირის წევრ ქვეყნებს ტექნიკური ექსპერტიზა გაუწიოს დირექტივით გათვალისწინებული საკითხების განმარტებაში. ERGA-ს „განახლებული აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების დირექტივის იმპლემენტაციის“ საბოლოო ანგარიშის თანახმად, ამის ძირითადი მიზეზი არის ის, რომ ადამიანის ღირსება არის ერთ-ერთი ყველაზე მონყვლადი ღირებულება, რომლის დაცვაც საკანონმდებლო მედია რეგულაციით ხდება. სიძულვილის ენას კი შეუძლია მყისიერი და გამოუსწორებელი ზიანი მიაყენოს ადამიანს და მის ღირსებას. ამიტომ, ადამიანის ღირსების დაცვა რთული იქნება თვითრეგულაციით ან თანარეგულაციით. ადამიანის ღირსების დაცვა, როგორც რეგულაციის ფუნდამენტური ელემენტი, საუკეთესოდ შეიძლება განხორციელდეს რეგულატორის ან სასამართლოს მეშვეობით.

საქართველოს პარლამენტის მიერ, კომუნიკაციების კომისიის მონაწილეობითა და ევროკომისიის ჩართულობით, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების შესახებ 2010/13/EU დირექტივასთან ჰარმონიზების მიზნით, საკანონმდებლო ცვლილებების პროექტები მომზადდა. 2023 წელს, საქართველოს პარლამენტმა მიიღო და დაამტკიცა საკანონმდებლო

ცვლილებები, რომლის შედეგადაც მაუწყებლების თვითრეგულირების ორგანოების ინსტიტუციური მოწყობის საკითხები „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დარეგულირდა. კანონში ცვლილებებამდე, აღნიშნული წესები „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით“ წესრიგდებოდა.

კანონის მიხედვით, სიძულვილის ენისა და ტერორიზმისკენ მოწოდების შემცველი პროგრამისა და რეკლამის გავრცელების საკითხები კომუნიკაციების კომისიის რეგულირებას დაექვემდებარა. კერძოდ, დაინტერესებულ პირს უფლება აქვს აღნიშნულ დარღვევებთან დაკავშირებით თვითრეგულირების ორგანოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილება გაასაჩივროს კომუნიკაციების კომისიაში. აღნიშნულ ცვლილებამდე მას ეს უფლება არ ჰქონდა, რადგან მაუწყებლის თვითრეგულირების ფარგლებში მიღებული გადაწყვეტილება მხოლოდ ამავე თვითრეგულირების სააპელაციო ორგანოში საჩივრდებოდა, რომლის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება იყო საბოლოო და კომუნიკაციების კომისიასა და სასამართლოში გასაჩივრებას არ ექვემდებარებოდა. ცვლილების მიხედვით, ადამიანის უფლებების შელახვის შემთხვევაში, კომუნიკაციების კომისია უფლებამოსილია კანონით გათვალისწინებული შესაბამისი რეაგირება საკუთარი ინიციატივით მოახდინოს.

ასევე, დაიხვეწა საკანონმდებლო ნორმები, რომლებიც განსაზღვრავდა კომუნიკაციების კომისიის მხრიდან რეაგირების წესებს, არასრულწლოვანთათვის შეუფერებელი მასალის, კერძოდ - პორნოგრაფიისა და უხამსობის შემცველი პროგრამების ან რეკლამების გადაცემის შემთხვევაში.

„მაუწყებლობის შესახებ“ კანონით დაზუსტდა მედიამომსახურების მიმწოდებლის მიერ კანონმდებლობის დარღვევის შემთხვევაში, დაინტერესებული პირის მიერ სასამართლოსადმი მიმართვის საკითხი და განიმარტა, რომ დაინტერესებული პირის სარჩელს სასამართლო განიხილავს მხოლოდ მაშინ, თუ მას ამავე საკითხზე მიმართული აქვს კომუნიკაციების კომისიისთვის.

კომერციული კომუნიკაციების წესების დარღვევა

ბოლო წლებში გახშირდა მაუწყებლების მიერ სარეკლამო კომუნიკაციებთან დაკავშირებული კანონმდებლობის დარღვევის ფაქტები, რაზეც კომუნიკაციების კომისიამ, ჩატარებული მონიტორინგის ფარგლებში, შესაბამისი რეაგირება მოახდინა. ძირითადად, საქმე სპონსორობისა და პროდუქტის განთავსების, ე.წ. Product Placement-ის წესების დარღვევებს ეხებოდა.

სპონსორობისა და პროდუქტის განთავსების წესების დარღვევა ლახავს მაყურებლის უფლებებს, ვინაიდან წამყვანების მიერ პროდუქტის მახასიათებლებსა და უპირატესობებზე გადაჭარბებული ხაზგასმისას, შეუძლებელი ხდება რეკლამისა და გადაცემის შინაარსის ერთმანეთისაგან გამოჯანა, რამაც შესაძლოა შეცდომაში შეიყვანოს მაყურებელი და მოახდინოს მის გადაწყვეტილებაზე გავლენა, განსაკუთრებით კი ბავშვებზე, ახალგაზრდებსა და სხვა მოწყვლად ჯგუფებზე.

გარდა მაყურებლის ინტერესებისა, სარეკლამო წესების დარღვევა სარეკლამო საქმისთვისაც დამაზიანებელია, რადგან დამკვეთები პროდუქტის განთავსებაში თანხის გადახდას ანიჭებენ უპირატესობას და შედეგად, კომერციული რეკლამიდან მიღებული შემოსავლებიც მცირდება, რაც სარეკლამო ბაზარს მნიშვნელოვნად აზიანებს და გარკვეულწილად, ამცირებს.

სამაუწყებლო სფეროში აღნიშნული გამოწვევის საპასუხოდ, იმისთვის, რომ მაყურებლების უფლებები იყოს დაცული და არ ხდებოდეს მაუწყებლის მიერ მათი შეცდომაში შეყვანა, კომუნიკაციების კომისიამ, 2023 წელს, ევროპულ ექსპერტებთან ერთად, კვლევა დაიწყო. კვლევის მიზანი პროდუქტის განთავსების შესახებ ევროპის 15 ქვეყანაში არსებული პრაქტიკის შესწავლა იყო.

მოკვლევის ფარგლებში, შესწავლილ იქნა პროდუქტის განთავსების რეგულირების საუკეთესო მაგალითები და მიდგომები, რომლებიც სარეკლამო კომუნიკაციების ბაზარზე არსებობს. მათ შორის: რა ზიანი ადგება მაყურებელს პროდუქტის არაიდენტიფიცირებადი და გადაჭარბებული განთავსებით; როგორია სარეკლამო კომუნიკაციის სახეები და პროდუქტის განთავსების განსაკუთრებულობა; რას ექვეა ყურადღება დარღვევის დადგენისას.

კვლევის შედეგად რამდენიმე მნიშვნელოვანი ფაქტორი გამოიკვეთა, მათ შორის ის, რომ ევროპის ყველა ქვეყანაში, კანონის აღსრულების ნაწილში, გაცილებით მკაცრი მიდგომებია, ვიდრე საქართველოში. კვლევამ ასევე, აჩვენა, რომ გადაცემის შინაარსისა თუ ფორმატის მიუხედავად, სარეკლამო კომუნიკაცია მკაფიოდ იდენტიფიცირებული უნდა იყოს, რადგან მაყურებელმა უნდა იცოდეს, რომ ის სარეკლამო კომუნიკაციას უყურებს. კვლევით დადგინდა, რომ ქართული კანონმდებლობა სრულ შესაბამისობაშია ევროპულ პრაქტიკასთან, თუმცა კანონის მოთხოვნების ეფექტიანი აღსრულებისთვის, დარგის რეგულატორი უფრო მომთხოვნი უნდა გახდეს.

კვლევის დასრულების შემდგომ, კომუნიკაციების კომისიამ ჩაატარა კონფერენცია “სატელევიზიო სარეკლამო ბაზრის გამომწვევები - Product Placement”. ღონისძიებაში მონაწილეობა ევროკავშირის მედია ექსპერტმა, ჟან ფრანსუა ფურნემონმა, დიდი ბრიტანეთისა და ლიუტუვის მარეგულირებელი კომისიების, ევროკავშირის დელეგაციისა და ამერიკის შეერთებული შტატების საელჩოს წარმომადგენლებმა მიიღეს. კონფერენციას ესწრებოდნენ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარე, ტელემაუწყებლების, გაყიდვების სახლებისა და არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლები.

კომუნიკაციების კომისიის მიზანია დაიცვას მაყურებელი ფარული, შეცდომაში შემყვანი კომერციული კომუნიკაციისაგან, მეორე მხრივ კი, დაიცვას მაუწყებლები კომერციული გავლენებისგან. სწორედ ამიტომ არსებობს კანონი, თუმცა, მიუხედავად კარგი საკანონმდებლო ბაზისა, ეს გამოწვევა ამ დრომდე რჩება.

საავტორო და მომიჯნავე უფლებები

საავტორო და მომიჯნავე უფლებების დარღვევებს, ძირითადად, ადგილი აქვს არა ტრადიციულ მაუწყებლებში, არამედ ონლაინ სივრცეში. ვებ-გვერდებს, რომლებიც ფილმებს და სერიალებს ავრცელებენ, არ აქვთ მოპოვებული შესაბამისი უფლებები და არალეგალურად ახორციელებენ აღნიშნული პროდუქციის გავრცელებას. ინტერნეტ სივრცეში ინტელექტუალური საკუთრებისა და საავტორო და მომიჯნავე უფლებების დაცვის მიზნით, კომუნიკაციების კომისია წლებია ქართული და უცხოური ვებ-გვერდების აქტიურ მონიტორინგს ახორციელებს.

ინტერნეტ სივრცეში აუდიოვიზუალური პროდუქციის საავტორო უფლებების დარღვევით განთავსება, ქვეყნის იმიჯისა და რეპუტაციის დაზიანების გარდა, სერიოზულ ფინანსურ ზარალს აყენებს კომპანიებს, რომლებსაც აუდიოვიზუალური პროდუქცია ლეგალურად აქვთ შეძენილი.

2023 წლის მონაცემებით, არალეგალური ვებ-გვერდების უმრავლესობაზე, რომლებიც ქართულ ბაზარზე საქმიანობენ, წვდომა შეზღუდულია. კომუნიკაციების კომისიამ, ჩართულ მხარეებთან თანამშრომლობით, დამატებითი მექანიზმები აამოქმედა იმისთვის, რომ პირატულმა ვებ-გვერდებმა, სხვადასხვა ტექნიკური საშუალებებითა და მეთოდებით, შეზღუდვების გვერდის ავლა ვერ შეძლონ. მიუხედავად კომუნიკაციების კომისიის მცდელობისა, სირთულე მდგომარეობს იმაში, რომ არალეგალურ ვებ-გვერდებს საკუთარი კონტენტი განთავსებული აქვთ უცხოურ სერვერებზე და მათი დაბლოკვის შემდეგაც, სწრაფადვე ახდენენ ახალი ვებ-გვერდის გაშვებას.

გამომდინარე იქიდან, რომ ინტერნეტ სივრცის არალეგალური აუდიოვიზუალური პროდუქციისგან გათავისუფლება პრიორიტეტად რჩება, კომუნიკაციების კომისია, პერმანენტულად მიმართავს ვებ-გვერდებს, ამოიღონ საკუთარი პლატფორმებიდან არალეგალური აუდიოვიზუალური პროდუქცია და მიიღონ კანონის შესაბამისი ზომები.

ყოველივე ზემოთქმულთან ერთად, გამოწვევას წარმოადგენს არა მხოლოდ ის, რომ კონტენტი არალეგალურად ვრცელდება, არამედ ისიც, რომ ეს ვებ-გვერდები ეწევიან გამოძახებით აუდიოვიზუალურ მედია მომსახურებას, რაც ავტორიზებადი საქმიანობაა და ისინი ავტორიზაციის გარეშე საქმიანობენ.

საერთაშორისო პრაქტიკა ცხადჰყოფს, რომ აღნიშნული პრობლემის სრულად აღმოფხვრა პრაქტიკულად შეუძლებელია, რადგან ბაზარზე მუდმივად ახალი არალეგალური ვებ-გვერდები ჩნდება. შესაბამისად, კომუნიკაციების კომისია საავტორო და მომიჯნავე უფლებების ეფექტიანი დაცვისა და არალეგალური ვებ-გვერდების გავრცელებაზე რეაგირებისთვის, მონიტორინგს გააგრძელებს.

ვიდეოგაზიარების პლატფორმების რეგულირება

ვიდეოგაზიარების პლატფორმების ცნება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში 2022 წლის დეკემბრიდან გაჩნდა, როდესაც „აუდიოვიზუალური

მედიაომოსახურებების დირექტივის“ იმპლემენტაციის მიზნით, კანონში ცვლილებები განხორციელდა. აღნიშნული პლატფორმების თავისებურება იმაში გამოიხატება, რომ ამ სერვისის მიმწოდებლები არ არიან პასუხისმგებელი მასში განთავსებულ კონტენტზე. კონტენტის გენერირება მესამე პირების მიერ ხდება.

მიუხედავად ამისა, ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებს აქვთ ვალდებულებები სარეკლამო კომუნიკაციებთან, არასრულწლოვნების დაცვასთან და სხვა საკითხებთან დაკავშირებით, ასევე, მათ უნდა გაათარონ შესაბამისი ღონისძიებები ამ ვალდებულებების შესასრულებლად. ასეთი ღონისძიებების მაგალითებია:

- ა) მომხმარებლების მიერ გენერირებული ვიდეორგოლების, პროგრამებისა და აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციის მიმართ ამ კანონით გათვალისწინებული მოთხოვნების ასახვა მომსახურების მიწოდების პირობებსა და წესებში;
- ბ) ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომხმარებლებისთვის ასაკის გადამოწმებისა და მშობლის კონტროლის სისტემების შექმნა ისეთ მასალასთან მიმართებით, რომელმაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვანთა ფიზიკურ, გონებრივ ან მორალურ განვითარებას;
- გ) მომხმარებელთა საჩივრების განხილვისა და შესაბამისი გადაწყვეტილებების მიღების გამჭვირვალე, ადვილად გამოსაყენებელი და ეფექტიანი პროცედურების შემუშავება და ფუნქციონირება.

შშმ პირების მედიაომოსახურებაზე ხელმისაწვდომობა

მომხმარებლებისთვის სატელეკომუნიკაციო სერვისებზე და აუდიოვიზუალურ მედიაომოსახურებებზე თანაბარი ხელმისაწვდომობა კომუნიკაციების კომისიის უმთავრესი ამოცანაა. ამ მიმართულებით განსაკუთრებით საყურადღებოა შშმ პირების მედიაომოსახურებებზე ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა. ბოლო წლებში კომუნიკაციების კომისია მუშაობდა შესაბამის საკანონმდებლო-ნორმატიულ აქტებში ცვლილებების მომზადებაზე, რაც წარმატებით აისახა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში, ევროდირექტივაზე დაყრდნობით. შშმ პირების უფლებები, ასევე, არაერთი საერთაშორისო დოკუმენტით არის გარანტირებული და აღიარებული, მათ შორის მათი უფლება, რომ თანაბრად იყვნენ ჩართულები კულტურულ და სოციალურ ცხოვრებაში, ჰქონდეთ ხელმისაწვდომობა მედიაომოსახურებებზე და იყვნენ ინფორმირებულები.

ამ მიზნის მისაღწევად კომუნიკაციების კომისიამ დამატებით უნდა შეიმუშაოს კანონქვემდებარე აქტ(ებ)ი და შემდგომ უზრუნველყოს მისი აღსრულება. აღნიშნული ვალდებულების აღსრულების ძირითად გამოწვევას წარმოადგენს მედიაომოსახურებების მიმწოდებლების მხრიდან ფინანსური სახსრების გამოყოფის მზაობა, რათა მოხდეს მათი კონტენტის შშმ პირებისთვის ხელმისაწვდომობის (სუბტიტრები, უესტების ენა, აუდიო აღწერა) უზრუნველყოფა.

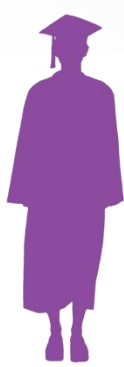
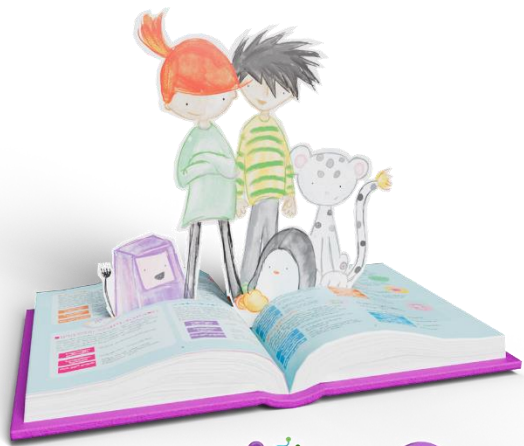
არასრულწლოვანთა დაცვა

არასრულწლოვანების მავნე ზეგავლენისგან დაცვა, როგორც მედიამომსახურების, ისე ვიდეოგაზიარების სფეროში, ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევაა. ამ მიზნის მისაღწევად „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში არაერთი დებულებაა გათვალისწინებული. მაუწყებლობაში არასრულწლოვანების დაცვისთვის, კერძოდ, პროგრამებისთვის ასაკობრივი კატეგორიების მინიჭება და დროითი წყალგამყოფები, როდესაც გარკვეული პროგრამების ეთერში გამშვება მხოლოდ კანონით განსაზღვრული დროის შემდეგ არის შესაძლებელი. გამოცხადებით აუდიოვიზუალური მომსახურებების შემთხვევაში, ისეთი აუდიოვიზუალური მასალა, რომელმაც შესაძლოა ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვანის ფიზიკურ, გონებრივ და მორალურ განვითარებას, მხოლოდ შესაბამისი ნიშანდებით შეიძლება განთავსდეს. ხოლო, ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლებმა უნდა უზრუნველყონ მშობლის კონტროლის სისტემის, ასაკობრივი ვერიფიკაციის სისტემის და მავნე ზეგავლენის მქონე კონტენტის მონიშვნის მექანიზმების დანერგვა.

ევროპული წარმოების პროდუქციის განთავსების ხელშეწყობა

ევროპული წარმოების პროდუქციის განთავსების ვალდებულება, რომელიც გათვალისწინებულია „აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების შესახებ“ 2010/13/EU ევროპულ დირექტივაში და ასახულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში, 2022 წლის დეკემბრიდან შეეხო როგორც მაუწყებლებს, ისე გამოცხადებითი აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების მიმწოდებლებს. აღნიშნული ვალდებულება გულისხმობს ეროვნული მაუწყებლებისა და გამოცხადებითი აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების მიმწოდებლების მიერ ევროპული წარმოების პროდუქციის განთავსებას საკუთარ ეთერში/შეთავაზებული პროგრამების კატალოგში. ეროვნული მაუწყებლების შემთხვევაში, კანონით გათვალისწინებულია სატელევიზიო დროის (ახალი ამბების პროგრამებისთვის, სპორტული მოვლენებისა და თამაშებისთვის, რეკლამისთვის, ტელეტექსტისა და ტელემოპინგისთვის გამოყოფილი დროის გამოკლებით) უმეტესი ნაწილის, ხოლო გამოცხადებითი აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების მიმწოდებლების შემთხვევაში - შეთავაზებული პროგრამების კატალოგის 30%-ის ევროპული პროდუქციის განთავსებისთვის გამოყოფა. დამატებით, მაუწყებელი ვალდებულია თავისი სატელევიზიო დროის სულ მცირე, 10% (ახალი ამბების პროგრამებისთვის, სპორტული მოვლენებისა და თამაშებისთვის, რეკლამისთვის, ტელეტექსტისა და ტელემოპინგისთვის გამოყოფილი დროის გამოკლებით), ან შენაცვლებით, თავისი პროგრამების ბიუჯეტის სულ მცირე, 10% დაუთმოს ტელემაუწყებლებისგან დამოუკიდებელი პროდიუსერების მიერ შექმნილ ევროპული წარმოების პროდუქციას.

აღნიშნული ვალდებულება არ შეეხოთ რეგიონულ მაუწყებლებს და ასევე, მცირე შემოსავლისა და აუდიტორიის მქონე აუდიოვიზუალური გამოცხადებითი მედიამომსახურებების მიმწოდებლებს. კანონისმიერი ვალდებულების აღსრულების მონიტორინგი ხორციელდება კომუნიკაციების კომისიის მიერ.



მედიანობნიერების განვითარება და ძირითადი გამოწვევები

4

ციფრული ტექნოლოგიებისა და ხელოვნური ინტელექტის განვითარებამ და შედეგად, მრავალფეროვანი საკომუნიკაციო არხების ხელმისაწვდომობამ, შესაძლებლობებთან ერთად, ონლაინ უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული რისკებიც გაზარდა. ციფრულმა ეპოქამ, თითოეული ჩვენგანი ჭარბი რაოდენობით ინფორმაციის მომხმარებლად და ამავე დროს, მედიაპროდუქტის შემქმნელად აქცია. ამდენად, გაიზარდა ინფორმაციის გავრცელების ტემპი და მასშტაბი. თუმცა, აღნიშნულ სიკეთესთან ერთად, გართულდა ფაქტისა და მოსაზრების, ყალბი და ნამდვილი ინფორმაციის, ერთმანეთისაგან გამიჯვნაც.

ინფორმაციული ექსპლუზიის პირობებში, როდესაც მოსახლეობის განწყობით მანიპულირების მიზნით, აქტიურად გამოიყენება დეზინფორმაციის, მისინფორმაციისა თუ მალინფორმაციის მეთოდები, მედიაწიგნიერება საზოგადოებისა და შესაბამისად, დემოკრატიის გაძლიერების ერთ-ერთი მძლავრი ინსტრუმენტია. სწორედ მედიაწიგნიერადამიანს შეუძლია, მოიპოვოს საჭირო ინფორმაცია, კრიტიკულად შეაფასოს მისი სანდოობა და ანალიზის საფუძველზე მიიღოს ინფორმირებული გადაწყვეტილება, რაც სამოქალაქო პასუხისმგებლობას განსაზღვრავს.

მედიაწიგნიერების განვითარება ზოგადსაკაცობრიო მისიაა, რაზეც მიუთითებს გაეროს 2021 წლის 25 მარტის რეზოლუციაც „მედია და ინფორმაციული წიგნიერების გლობალური კვირეულის თაობაზე“.¹ მედიაწიგნიერების ხელშეწყობა პრიორიტეტია ევროკავშირისთვისაც, რაც „აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების შესახებ“ დირექტივაშია ხაზგასმული.² მედიაწიგნიერების განვითარების ეროვნული მნიშვნელობა კი, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში 2017 წელს შეტანილ ცვლილებებში ფიქსირდება, რომლის მიხედვითაც, კომუნიკაციების კომისიამ მედიაწიგნიერების პოლიტიკის განსაზღვრისა და აღსრულების ფუნქცია შეიძინა.³

2018 წლიდან, სამიზნე ჯგუფებში მედიაწიგნიერების შესახებ ცნობიერების ასამაღლებლად, კომუნიკაციების კომისიამ არაერთი ინიციატივა დაიწყო განახორციელა.⁴ 2019 წლიდან 2023 წლის ჩათვლით, კომუნიკაციების კომისიამ მედიაწიგნიერების პროექტების ფარგლებში, კრიტიკული და ლოგიკური აზროვნების განვითარების ხელშეწყობის მიზნით, 600-ზე მეტი საგანმანათლებლო სემინარი ჩაატარა, რომლის ბენეფიციართა საერთო რაოდენობამ 26,000 შეადგინა. გარდა ამისა, მედიაწიგნიერების ხელშეწყობაში ჩართული არიან როგორც სხვა სახელმწიფო უწყებები, ისე არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციები. თუმცა, საქართველოს, საერთაშორისო საზოგადოების მსგავსად, მედიაწიგნიერების განვითარების გზაზე კიდევ არაერთი მნიშვნელოვანი გამოწვევა აქვს გადასალახი.

¹<https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n21/076/41/pdf/n2107641.pdf?token=7MDvJdbPUVq9Cshkse&fe=true>

²<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52023IP0134>

³<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=73>

⁴<https://comcom.ge/uploads/other/11/11728.pdf>

მედიაციის განხორციელების შესახებ საზოგადოების დაბალი ცნობიერება

თანამედროვე რეალობაში, მედიაციის განხორციელება შედარებით ახალი ცნებაა, რაც ვლინდება როგორც გამოცდილების, შესაძლებლობებისა და რესურსების, ისე, სფეროში ჩართულ სახელმწიფო და არასამთავრობო მხარეთა მცირე რაოდენობაში. მედიაციის განხორციელების ტერმინიც კი, ხშირად, საზოგადოებაში დაბნეულობასა და გაურკვევლობას იწვევს.

კომუნიკაციების კომისია, როგორც ქვეყანაში მედიაციის განხორციელებაზე პასუხისმგებელი სახელმწიფო ორგანო, 2021 წლიდან, ყოველი წლის ოქტომბრის ბოლო კვირას აღნიშნავს მედია და ინფორმაციული წიგნიერების გლობალურ კვირეულს, რომლის ფარგლებში განხორციელებული სხვადასხვა საგანმანათლებლო ღონისძიების საშუალებით, მიზნად ისახავს სამიზნე ჯგუფებში მედიაციის განხორციელების რაობისა და მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებას.

გასული სამი წლის განმავლობაში, კვირეულის აღსანიშნავად, კომუნიკაციების კომისიამ განხორციელა ისეთი შემეცნებითი აქტივობები, როგორებიცაა: თემატური კონფერენციები, სიმულაციური თამაშები, ჰაკათონი, კვალიფიკაციის ასამაღლებელი კურსები და ადგილობრივ და საერთაშორისო ექსპერტთა ლექცია-სემინარები. ძირითად სამიზნე აუდიტორიას კი, წარმოადგენდა თბილისისა და რეგიონების სასკოლო და საუნივერსიტეტო საზოგადოება.

კომუნიკაციების კომისიისათვის მნიშვნელოვანი ამოცანაა ქვეყანაში მედიაციის განხორციელების პროცესში მეტი დაინტერესებული მხარის ჩართვა და აქტიური კოორდინაციის ხელშეწყობა. სწორედ ამ მიზანს ემსახურება მედიაციის განხორციელების ეროვნული პლატფორმა - www.mediatsigniereba.ge, რომელიც საქართველოში მედიაციის განხორციელების მიმართულებით მომუშავე საჯარო, საერთაშორისო და არასამთავრობო ორგანიზაციებისა თუ უწყებებისთვის ერთიან ონლაინ სივრცეს, ერთგვარ ჰაბს წარმოადგენს. ვებ-გვერდზე ნებისმიერი დაინტერესებული პირისათვის ხელმისაწვდომია მედიაციის სფეროს სიახლეები და ასევე, 100-ზე მეტი შემეცნებითი სტატია, რომლებიც ისეთ თემებს ეხება, როგორებიცაა: კიბერჰიგიენა, ინტერნეტ საფრთხეები, ყალბი ინფორმაციის სახეები, სოციალური მედია, ხელოვნური ინტელექტი და სხვა. პლატფორმას, 2023 წლის მონაცემებით, 60,000-ზე მეტი ვიზიტორი ჰყავდა.

გარდა მედია და ინფორმაციული წიგნიერების გლობალური კვირეულისა, კომუნიკაციების კომისია ყოველწლიურად უერთდება უსაფრთხო ინტერნეტის დღისადმი მიძღვნილ ღონისძიებებს. ასევე, აქტიურად იყენებს სხვადასხვა ადგილობრივ თუ საერთაშორისო პლატფორმას ისეთი თემების აქტუალიზებისთვის, როგორებიცაა ბავშვთა ონლაინ დაცვა, კიბერუსაფრთხოება, ინფორმაციით მანიპულირების მეთოდები, ციფრული მოქალაქეობა, მედიასტანდარტი და სხვა.

იმისათვის, რომ მედიაციის განხორციელების მნიშვნელობა ქართულმა საზოგადოებამ უკეთესად გაიაზროს, აუცილებელია მრავალმხრივი თანამშრომლობა სახელმწიფო,

საერთაშორისო, არასამთავრობო და აკადემიური სექტორების წარმომადგენლებს შორის. სწორედ დაინტერესებული მხარეების ერთობლივი ძალისხმევა, არაფორმალური განათლების ინოვაციური პროექტები, მრავალფეროვანი საგანმანათლებლო რესურსი და საინფორმაციო ხასიათის ღონისძიებები შეუწყობს ხელს მედიაწიგნიერების შესახებ ცნობიერების ამაღლებას.

მედიაწიგნიერების განვითარებისათვის კვლევებზე დაფუძნებული ცოდნის სიზმრა

გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველოს მედიაწიგნიერების პოლიტიკის შემუშავების ხანგრძლივი გამოცდილება არ აქვს, არ არსებობს კვლევებზე დაფუძნებული ცოდნის ბაზა, რომელიც სიღრმისეული შესწავლისა და შედარებითი ანალიზის საფუძველზე, სფეროს განვითარების სახელმძღვანელო გახდებოდა. მიუხედავად ამისა, კომუნიკაციების კომისია მედიაწიგნიერების განათლების მიმართულებით ევროპის ქვეყნების წარმატებული პრაქტიკის კვლევისა და ანალიზის საფუძველზე, ახდენს წარმატებული საერთაშორისო ინოვაციური პროექტებისა და საგანმანათლებლო პროდუქტების ადაპტირებასა და დანერგვას.

განხორციელებული ევროპული პროექტების უმრავლესობა მოსწავლეებში, მასწავლებლებში, მშობლებსა და სტუდენტებში მედიაწიგნიერების შესახებ ცნობიერების ამაღლებასა და კრიტიკული აზროვნების განვითარებას ემსახურება. ამის ნათელი მაგალითია ევროკომისიის მიერ ციფრული სამყაროს ელჩად აღიარებული ლინდა ლიუკასის საავტორო ფინური წიგნების სერია „გამარჯობა, რუბი“, რომელიც დაწყებითი კლასის მოსწავლეებში პროგრამირებისა და კომპიუტერული ტექნოლოგიების სანყისების დაუფლებასთან ერთად, ციფრული წიგნიერების, კრიტიკული აზროვნებისა და ანალიზის უნარების განვითარებას ისახავს მიზნად. 2019 წლიდან, კომუნიკაციების კომისიამ „გამარჯობა, რუბის“ 10,000 წიგნი დაბეჭდა და საქართველოს მასშტაბით, 59 საჯარო და 2 კერძო სკოლას უსასყიდლოდ გადასცა. ამასთანავე, წიგნებით სწავლებაში კომუნიკაციების კომისიამ კომპიუტერული ტექნოლოგიების 220-მდე მასწავლებელი გადაამზადა. შედეგად, დაწყებითი კლასის 6000-ზე მეტ მოსწავლეს მიეცა „გამარჯობა, რუბის“ წიგნებით პროგრამირების შესწავლის შესაძლებლობა.

ევროპული პრაქტიკის დანერგვის კიდევ ერთი ნიმუშია პროექტი „მედიის გასაღები“, რომელიც ფინური მოდელის მიხედვით შექმნილი ონლაინ პლატფორმაა, სადაც ფილმების შესახებ პროფესიონალი ფსიქოლოგებისა და კინომკოდნეების მიერ შემუშავებული ინფორმაციაა განთავსებული. პლატფორმა ხელს უწყობს მოზარდებს, მედიაწიგნიერების უნარ-ჩვევების გამოყენებით, განივითარონ კრიტიკული აზროვნება, გააანალიზონ ფილმის შინაარსი, ასევე, შეაფასონ მთავარი სათქმელი და მედია პროდუქტის არსი. ამჟამად ვებ-გვერდზე განთავსებულია 100 ფილმის, მათ შორის 30 ქართული და 70 უცხოური ფილმის შესახებ ინფორმაცია. „მედიის გასაღები“ მშობლებს, მასწავლებლებსა და მოზარდებს სთავაზობს ფილმებს ოთხი ასაკობრივი ჯგუფისთვის, მათ შორის: სკოლამდელი და დაწყებითი კლასის ასაკის - 4-8 წლამდე ბავშვებისთვის, დაწყებითი კლასების - 9-11 წლამდე მოსწავლეებისთვის, ასევე, 12-14 წლამდე და 15-18 წლამდე მოზარდებისთვის.

მედიაინჟინერების აღნიშნული პროექტი მშობლებსა და მასწავლებლებს ხელს უწყობს განსაზღვრონ მათი შვილების ასაკისთვის შესაფერისი ფილმები, გამართონ მათთან დისკუსია და განიხილონ ფილმის პოზიტიური შინაარსი. ამასთან, პროექტი მოზარდებს მედიაინჟინერების, კრიტიკული და ლოგიკური აზროვნების უნარების განვითარებაში ეხმარება. პროექტის ფარგლებში, კომუნიკაციების კომისია სკოლებში კინოჩვენებებს მართავს და მოსწავლეებს ფილმების მიმოხილვის პროცესში რთავს. ფილმის ყურების შემდეგ, მოზარდები განიხილავენ, რა არის ფილმის მთავარი თემა, ფილმის მთავარი სათქმელი და გადმოცემული ინფორმაციის სანდოობას აფასებენ.

ამდენად, პერიოდულ თვისებრივ და რაოდენობრივ კვლევებთან ერთად, რომლებიც საქართველოში მედიაინჟინერების მდგომარეობის დროში ცვლილების, გამოწვევებისა და პოტენციალის შეფასების საშუალებას მოგვცემს, საჭიროა ამ მიმართულებით წარმატებული ქვეყნების პრაქტიკისა და შეფასების ინსტრუმენტების განგრძობადი შესწავლა, ადაპტირება და დანერგვა.

ფორმალურ განათლებაში მედიაინჟინერების სისტემური ინტეგრირება

მედიაინჟინერება, როგორც გამჭოლი კომპეტენცია, ეროვნულ სასწავლო გეგმას ჯერ კიდევ 2011 წელს დაემატა და იგი მესამე თაობის ეროვნული სასწავლო გეგმის ფარგლებშიც (2018-2024) სხვადასხვა საგანში იყო ინტეგრირებული.⁵ თუმცა, კომუნიკაციების კომისიის ძალისხმევით, 2023-2024 სასწავლო წლიდან, მედიაინჟინერება ეროვნული სასწავლო გეგმის არჩევითი საგნების ნუსხაშია შესული და უკვე ისწავლება ზოგადი განათლების საშუალო საფეხურზე (X-XII კლასში).

„მედიაინჟინერების ფორმალურ განათლებაში ინტეგრირების“ პროექტი, საქართველოს განათლების, მეცნიერებისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსთან თანამშრომლობითა და გაეროს ბავშვთა ფონდის (UNICEF) მხარდაჭერით, კომუნიკაციების კომისიამ 2022 წელს დაიწყო. პროექტი სამ ეტაპად განხორციელდა. პირველ ეტაპზე ჩატარდა მედიაინჟინერების საჭიროებებისა და დამოკიდებულებების კვლევა სასკოლო საზოგადოებაში. საჭიროებების შესწავლის საფუძველზე კი, საქართველოს განათლების, მეცნიერებისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსთან მჭიდრო თანამშრომლობით, მედიაინჟინერების საგანმანათლებლო სტანდარტი შემუშავდა და შეიქმნა სახელმძღვანელო მასწავლებლებისთვის - „მედიაინჟინერების გაკვეთილები“, გადამზადების თანმხლებ მოდულთან ერთად. პროექტის ბოლო ეტაპზე კი, კომუნიკაციების კომისიამ, საქართველოს მასშტაბით, მათ შორის: თბილისში, ბათუმში, ქუთაისში, ზუგდიდში, ზესტაფონში, ამბროლაურში, გორში, მცხეთაში, თელავში, ოზურგეთში, როხატაურში, მარნეულში, ახალციხესა და ჰანკისში ჩატარებული 22 სემინარის შედეგად, 600-მდე პედაგოგი გადაამზადა.

მასწავლებლების შემდგომი გადამზადებისა და პროექტის მდგრადობის უზრუნველყოფის მიზნით, კომუნიკაციების კომისიამ, მასწავლებელთა პროფესიული

⁵ <https://mes.gov.ge/content.php?id=12552&lang=geo>

განვითარების ეროვნულ ცენტრსა (TPDC) და გაეროს ბავშვთა ფონდთან (UNICEF) ურთიერთთანამშრომლობის შეთანხმება გააფორმა. მემორანდუმის შედეგად, კომუნიკაციების კომისიამ მასწავლებელთა პროფესიული განვითარების ეროვნულ ცენტრს, პროექტის ფარგლებში შექმნილი საგანმანათლებლო რესურსები გადასცა, რომლის მეშვეობითაც TPDC-იმ მედიაწიგნიერების სწავლებაში დამატებით 1000-მდე მასწავლებელი უკვე გადაამზადა.

ასევე, 2023 წელს, მედიაწიგნიერების ფორმალურ განათლებაში ინტეგრირების ხელშეწყობისა და მედიაწიგნიერების საგნის და შესაბამისი საგანმანათლებლო რესურსების გაცნობის მიზნით, კომუნიკაციების კომისიამ, საქართველოს განათლების, მეცნიერებისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს მონაწილეობითა და გაეროს ბავშვთა ფონდის ორგანიზებით, აჭარის, გურიის, სამეგრელოს, იმერეთისა და კახეთის სკოლების 240 დირექტორთან 6 საინფორმაციო შეხვედრა გამართა.

პროექტის განხორციელების შედეგად, 2023 წლის შემოდგომის სემესტრიდან, მედიაწიგნიერება, როგორც არჩევითი საგანი, საქართველოს 6 სკოლაში, მათ შორის, თბილისსა და ქუთაისში, ისწავლება ზოგადი განათლების საშუალო საფეხურზე. საგანმანათლებლო პრაქტიკიდან გამომდინარე, აღნიშნული სტატისტიკა სწავლების პირველივე წელს მაღალი ინტერესის მანიშნებელია, თუმცა, საჭიროა მეტი ძალისხმევა, რათა მომდევნო სასწავლო წლებში აღნიშნული სტატისტიკა იყოს მუდმივად მზარდი.

აღსანიშნავია ისიც, რომ მედიაწიგნიერების ფორმალურ განათლებაში ინტეგრირების ხელშეწყობის მიზნით, კომუნიკაციების კომისია აქტიურად მუშაობს უმაღლესი განათლების მიმართულებითაც. კომუნიკაციების კომისიას, მედიაწიგნიერების მიმართულებით, ურთიერთთანამშრომლობის შეთანხმება აქვს გაფორმებული ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტთან, ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტთან, შოთა რუსთაველის სახელობის ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტთან, ქუთაისის საერთაშორისო უნივერსიტეტთან, ევროპის უნივერსიტეტსა და სოხუმის საერთაშორისო უნივერსიტეტთან, სადაც თემატური საჯარო ლექციები სტუდენტებისა და აკადემიური პერსონალისთვის საერთაშორისო ექსპერტების მიერ ტარდება. ამჟამად, მედიაწიგნიერება, როგორც არჩევითი საგანი, უკვე ისწავლება რიგ უმაღლეს სასწავლებლებში.

გარდა ზოგადი განათლებისა და ერთეული უნივერსიტეტებისა, ფორმალურ განათლებაში მედიაწიგნიერების სისტემური ინტეგრირებისთვის, საჭიროა, რომ ცვლილებები განათლების ყველა საფეხურის (სკოლამდელი, ზოგადი, პროფესიული და უმაღლესი) სასწავლო პროგრამაში აისახოს, პროცედურული და შინაარსობრივი ნაწილის უზრუნველყოფის შემდეგ კი, ამ სფეროში ჩართული სხვადასხვა მხარისა და ბენეფიციარების მოტივირების საფუძველზე, მედიაწიგნიერების შესაბამისი ფორმით სწავლება აქტიურად დაინერგოს.

გაღია და ინფორმაციული წიგნიერების კომპეტენციების არათანაბარი განვითარება საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფში

კრიტიკული და ლოგიკური ანალიზის უნარი, ციფრულ წიგნიერებასთან ერთად, საზოგადოების ყველა წევრისთვის თანაბრად მნიშვნელოვანია. თუმცა, დღევანდელი მოცემულობით, სხვადასხვა ასაკობრივი კატეგორიისა და გეოგრაფიული არეალის წარმომადგენლები განსხვავებული გამოწვევების წინაშე დგანან. მაშინ, როდესაც მაღალმთიანი რეგიონებისა და სოფლად მცხოვრები მოსახლეობისთვის საჭიროებას წარმოადგენს ინტერნეტის მოხმარების საბაზისო უნარების სწავლება, ინტერნეტთან და ტექნოლოგიებთან მაღალი ხელმისაწვდომობის მქონე ჯგუფებში, მათ შორის, ახალგაზრდებში, გამოწვევად გვევლინება ყალბი ინფორმაციის იდენტიფიცირებისა და ონლაინ უსაფრთხოებისათვის საჭირო კრიტიკული აზროვნების უნარების განვითარება.

2021 წლიდან, კომუნიკაციების კომისია ახორციელებს „ციფრული მხარდაჭერის პროგრამას“, რომლის მიზანსაც შერჩეული მუნიციპალიტეტებისა და სოფლად მცხოვრები მოსახლეობის ციფრული ცნობიერების ამაღლება, მათთვის ინტერნეტის მიზნობრივად გამოყენების სწავლება და ციფრულ ეკონომიკაში ჩართულობის ხელშეწყობა წარმოადგენს. პროგრამა მოიცავს ციფრული წიგნიერებისა და ინტერნეტის უსაფრთხო გამოყენების საკითხებზე სემინარებს, რომელიც ემსახურება პროგრამის ბენეფიციარების ცნობიერების ამაღლებას ისეთ საკითხებზე, როგორცაა: ინფორმაციის მოძიება, ელ-ფოსტის გამოყენება, Google რუქითა და თარჯიმნით სარგებლობა, ადგილმდებარეობის გაზიარება, ონლაინ საკომუნიკაციო საშუალებების გამოყენება, ინტერნეტში უსაფრთხო ნავიგაცია, ყალბი ინფორმაციის ამოცნობა და სხვა. გარდა თემატური სემინარებისა, პროგრამა მოიცავს საინფორმაციო შეხვედრებს სხვადასხვა თემაზე, მათ შორის: სახელმწიფო ელექტრონული სერვისების შესახებ, სახელმწიფო ელ-აუქციონის გამოყენების და ინტერნეტის მომხმარებელთა უფლებების შესახებ და ა.შ.

ახალგაზრდებში ინფორმაციისადმი კრიტიკული დამოკიდებულების გაღვივების მიზნით კი, კომუნიკაციების კომისია 2019 წლიდან ახორციელებს პროექტს „ნამდვილი თუ მოგონილი?!“, რომელიც მიზნად მოზარდებსა და ახალგაზრდებში კრიტიკული და ლოგიკური აზროვნებისა და ანალიტიკური უნარების განვითარებას ისახავს და სამი ელემენტისგან შედგება: კონკურსი, საგანმანათლებლო სემინარები და საინფორმაციო კამპანია. წესების თანახმად, კონკურსის მონაწილეებს ევალებათ მედიასივრცეში გავრცელებული ყალბი ინფორმაციის აღმოჩენა, რომელიც მანამდე არ ყოფილა დადასტურებული, როგორც ყალბი და შემდგომ, ინფორმაციის აღმოჩენის შემოქმედებითი გზით, შესაბამისი წყაროსა და რეალური ფაქტების წარმოდგენა. ჟიურის მიერ გამოვლენილი 3 გამარჯვებული მაღალტექნოლოგიური პრიზებით ჯილდოვდებიან. დამატებით, კომუნიკაციების კომისია, საუკეთესო 15 ნაშრომის ავტორ სტუდენტს, ცოდნის გაღრმავებასა და კარიერულ განვითარებაში ეხმარება, რაც სერტიფიცირებულ გადამზადებასა და მედიაწიგნიერების პროექტებში ჩართვის შესაძლებლობას გულისხმობს.

„Log-in Georgia“ პროექტის ფარგლებში, კომუნიკაციების კომისიამ განახორციელა ციფრული ინკლუზიის შეფასებისა და ინტერნეტ საჭიროებების კვლევები, რომლებზე დაყრდნობითაც, იკვეთება ინტერნეტის მიზნობრივად გამოყენების შესახებ მოსახლეობის სხვადასხვა ჯგუფის ინფორმირების საჭიროება. ამგვარად, ქვეყნის კონტექსტის შესაბამისად, ციფრული ცნობიერებისა და მედიაწიგნიერების კომპეტენციების განვითარება უნდა მოხდეს ინკლუზიური მიდგომით, სამიზნე ჯგუფების საჭიროებების გათვალისწინების საფუძველზე.

მოქალაქეების ინფორმირებულობის ხელშეწყობასთან ერთად, მედიაწიგნიერების კიდევ ერთი დანიშნულება მედიასტანდარტის გაუმჯობესებაა, რაც უზრუნველყოფს ხარისხიანი მედიაპროდუქტის შექმნას. ამ მხრივ, მნიშვნელოვანია მედიასფეროში დასაქმებულ პირთა პროფესიული უნარების განვითარება და მედიასივრცეში ინოვაციების დანერგვის წახალისება.

სწორედ ამ მიზნით, 2018 წელს კომუნიკაციების კომისიის მიერ კანონით განსაზღვრული უფლებამოსილების ფარგლებში, დაარსდა ააიპ „მედიაკადემია“, რომელიც სამი ძირითადი მიმართულებით საქმიანობს: მედიასკოლა, მედიაკრიტიკა და მედიალაბი. მედიასკოლა ატარებს სხვადასხვა ხანგრძლივობისა და შინაარსის კურსებსა და სემინარებს მედია მენეჯერებისთვის, პროდიუსერებისა და ჟურნალისტებისთვის. მედიაკრიტიკის მიმართულების ამოცანაა ქართულ მედიაბაზარზე არსებული პროდუქციის ანალიზი და კრიტიკული შეფასება, რაც, ერთი მხრივ, ობიექტური სურათის შექმნაში ეხმარება თავად ჟურნალისტებსა და პროდიუსერებს, ხოლო მეორე მხრივ, ერთგვარი გზამკვლევი მომხმარებელთათვის. აკადემიის მესამე კომპონენტია მედიალაბი, რომელიც ხელს უწყობს ციფრულ მედიაში სტარტაპების მხარდაჭერასა და დაფინანსებას.

დეზინფორმაციის და სხვადასხვა სახის ყალბი ამბების გავრცელება

დეზინფორმაციის და სხვადასხვა სახის ყალბი ამბების გავრცელება კვლავ სერიოზულ პრობლემას წარმოადგენს მთელს მსოფლიოში, მათ შორის, საქართველოში. ინფორმაციის მომხმარებლებისა და მთლიანად, საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი გამოწვევაა, ასევე, ჭარბი ინფორმაციის გავრცელება, რაც ონლაინ-მედიისა და სოციალური ქსელების განვითარების თანმდევი პროცესია.

მედიაკრიტიკის ონლაინ-პლატფორმა www.mediacritic.ge მეხუთე წელია საზოგადოებას მედიაპროდუქტების კრიტიკულ ანალიზს სთავაზობს და ხელს უწყობს ჟურნალისტებისა და პროდიუსერების პროფესიულ განვითარებას. www.mediacritic.ge არის ერთგვარი გზამკვლევი საზოგადოებასა და მედიას შორის, რომელიც იმავდროულად, ზრუნავს მედიის წარმომადგენლების პროფესიულ განვითარებაზე.

მედიაკრიტიკის პლატფორმა მუშაობს საკუთარი სარედაქციო კოდექსის საფუძველზე, რომელიც დაარსებისას პროფესიონალ ჟურნალისტებთან და მედიის ექსპერტებთან ერთად შემუშავდა. კოდექსის ძირითადი პრინციპებია - ინფორმაციის სიზუსტე, მიუკერძოებლობა და კეთილსინდისიერება, საზოგადოებრივი ინტერესი და

ანგარიშვალდებულება, ფაქტებისა და შეფასებების გამიჯვნა, ბალანსი, პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობა, დისკრიმინაციის დაუმშავებლობა და სარედაქციო დამოუკიდებლობა. მედიაკრიტიკის ვებ-გვერდზე გამოქვეყნებული პუბლიკაციები სწორედ აღნიშნული მედიასტანდარტების დარღვევებს აკრიტიკებს.

2023 წლის განმავლობაში მედიაკრიტიკის პლატფორმაზე 119 მასალა გამოქვეყნდა და 335,000 ვიზიტორი ჰყავდა. www.mediacritic.ge-ზე განთავსებულ მასალებს, დაარსების დღიდან, მილიონზე მეტი მომხმარებელი გაეცნო, ხოლო ვებ-გვერდზე სამ მილიონზე მეტი ვიზიტი დაფიქსირდა.

დაბალი მედია სტანდარტი

თანამედროვე ქართულ მედიას რამდენიმე ძირითადი გამოწვევა აქვს: მათ შორისაა კვალიფიკაცია, ეთიკური სტანდარტების დაცვა, ყალბი და ნამდვილი ამბების ერთმანეთისგან გარჩევა, პოლარიზება და ა.შ. არსებული მედია გარემოდან გამომდინარე, მედიასკოლის გამოწვევად და ამოცანად რჩება როგორც საერთაშორისო გამოცდილების, ისე ქართველი პროფესიონალების მეშვეობით, მუდმივად განახლებად რეჟიმში, მოქმედი ჟურნალისტების, პროდიუსერების, რედაქტორების და ოპერატორების კვალიფიკაციის ამაღლება, განახლებადი ცოდნის მიწოდება და პერიოდული გადამზადება.

მაღალი მედია სტანდარტის დამკვიდრების მიზნით, მედიასკოლა მეხუთე წელია აქტიურად მუშაობს და მედიის წარმომადგენლებსა და ჟურნალისტების ფაკულტეტის სტუდენტებს პროფესიულ განვითარებასა და კვალიფიკაციის ამაღლებაში ეხმარება. დაარსების დღიდან მედიასკოლამ 50-ზე მეტი სეგმენტური სემინარი და სწავლება ჩაატარა პროდიუსერებისთვის, ოპერატორებისთვის, მოქმედი და დამწყები ჟურნალისტებისთვის.

მედიასკოლა საზოგადოებას მესამე წელია სრულიად უფასოდ სთავაზობს პროექტს „მასტერკლასი“, სადაც მენეჯერები, პროდიუსერები, ტელეწამყვანები და ოპერატორები დაინტერესებულ აუდიტორიას საკუთარ გამოცდილებას ონლაინ ლექციების საშუალებით უზიარებენ. ჟურნალისტის კითხვებზე დაინტერესებულ ადამიანებს აქვთ შესაძლებლობა წარმატებული და პროფესიონალი ავტორებისგან ისწავლონ ის, რაც ზოგადად, მედიას, მაღალი ხარისხის მედიაპროდუქტის მომზადებასა და პროფესიონალ ჟურნალისტს სჭირდება. „მასტერკლასის“ ვიდეო ლექციებს, რომლებიც YouTube არხზე ყველასთვის ხელმისაწვდომია, 3 მილიონზე მეტი ჯამური ნახვა აქვს.

გაუღიარებული წვდომა სტარტაპგანათლებაზე და გამოცდილ მენტორებაზე

მიუხედავად იმისა, რომ იზრდება ინტერესი მეწარმეობის მიმართ, განსაკუთრებით ციფრული მედიის სექტორში, დამწყებ დამფუძნებლებს ხშირად ექმნებათ სირთულეები საჭირო ცოდნისა და უნარების შექმნაში სტარტაპის სწორად დასაწყებად და გასავითარებლად. რადგან სფერო ძალიან დინამიურია, მუდმივად ჩნდება ახალი ტექნოლოგიები, მიდგომები და შესაძლებლობები. ყველა ეტაპზე მყოფი

სტარტაპისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია სწრაფად უპასუხოს ასეთ ცვლილებებს და ამაში გამოცდილი მენტორების დახმარებაა საჭირო, რაც საქართველოში, ხშირად, არ არის ხელმისაწვდომი.

2023 წელს, მედიალაბმა სტარტაპერებისთვის 20-ზე მეტი სემინარი და სამუშაო შეხვედრა ჩაატარა, მათ შორის რეგიონებში და 450-მდე ბენეფიციარი გადაამზადა.

ინფორმაციის ასიმეტრია

ციფრული მედიის სტარტაპების კიდევ ერთი გამოწვევაა ინფორმაციული ასიმეტრია, წვდომა შესაბამის და განახლებულ ინფორმაციაზე, როგორცაა ბაზრის ტენდენციები, ცვლილებები ინდუსტრიაში, დაფინანსებასთან დაკავშირებული საკითხები სხვადასხვა იურისდიქციაში და მარეგულირებელი მოთხოვნები გლობალურ ბაზარზე. საქართველოში სტარტაპებს უჭირთ ზუსტი და ამომწურავი ინფორმაციის მოპოვება, რაც იწვევს გაურკვევლობას და არაეფექტურობას გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. საჭირო კავშირების არარსებობა და მენტორობის შესაძლებლობების უთანასწორობა აძლიერებს ინფორმაციის ასიმეტრიას, რაც კიდევ უფრო აფერხებს ციფრული მედიის სტარტაპების ზრდას და კონკურენტუნარიანობას.

სტარტაპების დამხმარე ორგანიზაციების გამოწვევები

დამხმარე ეკოსისტემის სიმცირე აძლიერებს იმ გამოწვევებს, რომელთა წინაშეც დგანან ციფრული მედიის სტარტაპები საქართველოში. მიუხედავად იმისა, რომ არის პროგრესი მენარმეობის ხელშეწყობის კუთხით, გაჩნდა ინკუბატორები, აქსელერატორები და ტარდება სხვადასხვა ღონისძიება, რჩება ხარვეზები ციფრული მედიის სტარტაპებისთვის მორგებული მხარდაჭერისა და მენტორობის უზრუნველყოფის კუთხით. ძლიერი სტარტაპეკოსისტემა მოიცავს არა მხოლოდ ფინანსურ რესურსებზე წვდომას, არამედ მენტორობას, კონტაქტებს და ბაზრებზე წვდომას - ეს ყველაფერი გადამწყვეტია ციფრული მედიის სტარტაპების წარმატებისთვის.

2023 წლის განმავლობაში, მედიალაბი აქტიურად თანამშრომლობდა სტარტაპეკოსისტემის წარმომადგენელ სხვა ორგანიზაციებთან, რომლებთან ერთადაც 10-ზე მეტი სამუშაო შეხვედრა ჩატარდა. მათი უმეტესობა სტარტაპერების ინვესტორებთან დაკავშირებას, მათ მიერ ვენჩერული კაპიტალის მოზიდვასა და ქართული სტარტაპეკოსისტემის პოტენციალის წარმოჩენას ემსახურებოდა.

სტარტაპსაზოგადოების გაძლიერება (Startup community)

ძლიერი სტარტაპსაზოგადოება გადამწყვეტ როლს თამაშობს სტარტაპეკოსისტემის მდგრადობასა და სიცოცხლისუნარიანობაში. კაპიტალზე და რესურსებზე ხელმისაწვდომობის მიღმა, ძლიერი სტარტაპსაზოგადოება ხელს უწყობს თანამშრომლობას, ცოდნის გაზიარებას და მენტორობას სტარტაპერებს შორის, ზრდის რისკის მიმღებლობას და ახალისებს ექსპერიმენტებსა და ინოვაციებს. აქტიური სტარტაპსაზოგადოება აძლიერებს ეკოსისტემის ხილვადობას და სანდოობას

გლობალურ ბაზარზე, იზიდავს ტალანტებს, ინვესტორებს და სტრატეგიულ პარტნიორებს, რითაც ხელს უწყობს შემდგომ ზრდას და განვითარებას.

ძლიერი სტარტაპსაზოგადოების, სტარტაპგანათლებისა და ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის გამოწვევა წარმოადგენს მნიშვნელოვან ბარიერს საქართველოში ციფრული მედიის სტარტაპების ზრდისა და კონკურენტუნარიანობისთვის. სტარტაპებისთვის ხელმისაწვდომი, რელევანტური და მუდმივად განახლებადი პროგრამებით, ინფორმაციის გაზიარების მექანიზმების გაძლიერებით და საერთო სტარტაპეკოსისტემის გაძლიერებით, საქართველოს შეუძლია შექმნას ხელსაყრელი გარემო ინოვაციებისთვის ციფრულ ეპოქაში.



**კომუნიკაციების კომისიის
სტრატეგიული მიზნები და ამოცანები**



კომუნიკაციების კომისიის სტრატეგიული მიზნები და ამოცანები

კომისიის 3 წლიანი სტრატეგიული დოკუმენტი მიზნად ისახავს ქვეყანაში მედიაინფორმაციის განვითარების, სატელეკომუნიკაციო და აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების დარგის, ასევე ვიდეოგაზიარების პლატფორმების რეგულირების წინაშე მდგარი გამოწვევების გადასაღებად სტრატეგიული მიზნების, ამოცანებისა და პრიორიტეტული აქტივობების განსაზღვრას.

კომუნიკაციების კომისიის სტრატეგია 2024 – 2026 წლებისთვის, შესაბამისობაშია კომისიის კანონისმიერ ფუნქციებთან, ვალდებულებებთან და ასევე, შესაბამისობაშია საქართველოს მთავრობის მიერ საქართველოს ფართოზოლოვანი ქსელის განვითარების დასახულ სტრატეგიასთან და განხორციელების გეგმასთან.

მიზანი 1 - საქართველოს მოსახლეობაში ხარისხიან სიფრულ და საბელაქომუნიკაციო სერვისებზე თანაბარი ხელმისაწვდომობა

ამოცანა 1.1: საბელაქომუნიკაციო დარგის განვითარებისა და ამოწარვადი რეგულაციის ოპტიმალურად გამოყენებისთვის ეროვნული კანონმდებლობის ევროპულ საკანონმდებლო ჩარჩოსთან ჰარმონიზაცია.

ქვე-ამოცანა 1.1.1: სატელეკომუნიკაციო დარგში ჯანსაღი კონკურენციის უზრუნველყოფისთვის ევროპულ გამოცდილებაზე დაფუძნებული სამართლებრივი ჩარჩოს დახვეწა და სახელმძღვანელო დოკუმენტების შემუშავება და დამტკიცება.

აქტივობა 1: „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის ევროპის ელექტრონული კომუნიკაციების კოდექსთან (EECC) შესაბამისობაში მოყვანისთვის საკანონმდებლო ცვლილებების პაკეტის მომზადება.

აქტივობა 2: ბაზრის ანალიზის მეთოდოლოგიური წესების და პროცედურების განახლებულ „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონთან შესაბამისობაში მოყვანა.

აქტივობა 3: სატელეკომუნიკაციო ბაზრის ცალკეულ სეგმენტზე, საბაზრო ძალაუფლების მაღალი კონცენტრაციის თავიდან აცილების მიზნით, ავტორიზებული პირების შერწყმის ან შექმნის წინასწარი შეფასებისთვის ევროპული მარეგულირებელი სახელმძღვანელო პრინციპების შესაბამისად, კომუნიკაციების კომისიის 2007 წლის N5 დადგენილების განახლება და დამტკიცება.

აქტივობა 4: ევროკომისიის სახელმძღვანელო პრინციპებისა და ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკის საფუძველზე, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულების მიზნით, სახელმძღვანელო დოკუმენტის შემუშავება და დამტკიცება, რომელიც მოიცავს დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების, კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებების შეფასებისა და კონცენტრაციის კონტროლის სტანდარტებს.

აქტივობა 5: „ავტორიზებული პირების მიერ ხარჯთაღრიცხვისა და დანახარჯების განცალკევებულად განაწილების მეთოდოლოგიური წესების დამტკიცების

თაობაზე” საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2006 წლის 20 აპრილის N5 დადგენილებაში ცვლილების შეტანა.

ქვე-ამოცანა 1.1.2: მომხმარებლისთვის ქვეყნის გარეთ მობილურ სატელეკომუნიკაციო სერვისებზე ხელმისაწვდომობის მიზნით, საქართველოს ევროპის როუმინგის ერთიან სივრცესთან მიერთებისთვის ეროვნული სამართლებრივი ჩარჩოს დახვეწა ევროკომისიის შესაბამისი რეგულაციებისა და სახელმძღვანელოების შესაბამისად.

აქტივობა 1: „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონში შესატანი ცვლილებების პაკეტის მომზადება და „ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში მომსახურების მიწოდების წესებისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ რეგლამენტში“ ცვლილებების შეტანა.

აქტივობა 2: საცალო და საბითუმო როუმინგული სერვისების რეგულირებისთვის კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტების შემუშავება და დამტკიცება.

ქვე-ამოცანა 1.1.3: ქვეყანაში უნივერსალური მომსახურების დანერგვის მიზნით, კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტების საკანონმდებლო ცვლილებებთან შესაბამისობაში მოყვანა.

აქტივობა 1: უნივერსალური მომსახურების მიმწოდებელი კომპანიის გამოსავლენად აუქციონის გამართვის წესის, წმინდა ხარჯების გაანგარიშების და კომპენსირების მეთოდოლოგიის შესახებ კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტების შემუშავება და დამტკიცება.

ქვე-ამოცანა 1.1.4: ამონერვადი რესურსის მართვა და ევროპულ კანონმდებლობასთან ჰარმონიზაცია.

აქტივობა 1: საქართველოს ეროვნული სიხშირული გეგმის ჰარმონიზაცია საერთაშორისო სატელეკომუნიკაციო კავშირის (ITU) მიერ 2023 წელს დამტკიცებულ სიხშირულ გეგმასთან.

აქტივობა 2: ამონერვადი რესურსების განაწილების და გაცემის საკანონმდებლო ჩარჩოს ევროპულ ელექტრონული კომუნიკაციის კოდექსთან ჰარმონიზაციის მიზნით, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონში შესატანი ცვლილებების პაკეტის მომზადება და წარდგენა.

ამოცანა 1.2: საბალანსო კომუნიკაციო დარგის საინვესტიციო მიზიდვლობის ამაღლების ხელშეწყობა

ქვე-ამოცანა 1.2.1: საქართველოში რეგიონული ციფრული ჰაბის განვითარების ხელშეწყობი გარემოს ჩამოყალიბებისთვის სატელეკომუნიკაციო სექტორში სხვადასხვა ანალიტიკური, კვლევითი თუ მასტიმულირებელი აქტივობების განხორციელება.

აქტივობა 1: საქართველოში რეგიონული ციფრული ჰაბის განვითარების ხელშეწყობი გარემოს ჩამოყალიბებისთვის სატელეკომუნიკაციო სექტორში ეკონომიკური სარგებლიანობის შეფასებითი ანალიზის ჩატარება.

ქვე-ამოცანა 1.2.2: სატელეკომუნიკაციო სერვისებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდის მიზნით, ქვეყანაში არსებული სატელეკომუნიკაციო და სატელეკომუნიკაციო მიზნებისთვის გამოყენებადი ინფრასტრუქტურის გაზიარების ხელშეწყობა.

აქტივობა 1: ინფრასტრუქტურის ოპერატორსა და ავტორიზებულ პირს შორის დავის წარმოშობის შემთხვევაში ინფრასტრუქტურის ოპერატორის მფლობელობაში არსებულ ფიზიკურ ინფრასტრუქტურასთან დაშვების საფასურის გაანგარიშების შესახებ დებულების შემუშავება და დამტკიცება.

აქტივობა 2: ავტორიზებული პირის ელექტრონულ ინფრასტრუქტურასთან და სატელეკომუნიკაციო მიზნებისთვის გამოყენებად ფიზიკურ ინფრასტრუქტურასთან დაშვების წესებისა და პირობების შესახებ დებულების შემუშავება და დამტკიცება.

აქტივობა 3: სატელეკომუნიკაციო და სატელეკომუნიკაციო მიზნებისთვის გამოყენებადი ინფრასტრუქტურის გაზიარების ერთიანი საინფორმაციო პლატფორმის ადმინისტრირების წესის შემუშავება და დამტკიცება.

ამოცანა 1.3: ციფრულ და საბაზოკომუნიკაციო სერვისებზე ფიზიკური და აკონომიკური ხელმისაწვდომობის ზრდის ხელშეწყობა

ქვე-ამოცანა 1.3.1: მობილური და ფიქსირებული სატელეკომუნიკაციო მომსახურებების ბაზარზე კონკურენციის ზრდა ბაზრის გახსნით, ახალი მოთამაშეების გაჩენითა და არსებული მცირე და საშუალო ოპერატორების გაძლიერებით.

აქტივობა 1: მობილური და ფიქსირებული საცალო და შესაბამისი საბითუმო ბაზრების შესწავლა და კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორებისთვის შესაბამისი სპეციფიკური ვალდებულებების განსაზღვრა.

ქვე-ამოცანა 1.3.2: ინტერნეტ რესურსებზე წვდომის გაუმჯობესება და ინტერნეტის გაცვლის ნეიტრალური წერტილის ჩამოყალიბების ხელშეწყობა.

აქტივობა 1: გაფართოებული ერთიერთიჩართვის ბაზრის ფუნქციონირების პრინციპების, ინტერნეტის მიმოცვლის წერტილის განვითარების და გლობალურ ინტერნეტ რესურსებთან წვდომის გაუმჯობესების შესაძლებლობების ანალიზი და შესაბამისი რეკომენდაციების მომზადება.

სტრატეგიული მიზანი 1	ვადა და ინდიკატორი
„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის ევროპის ელექტრონული კომუნიკაციების კოდთან (EECC) შესაბამისობაში მოყვანისთვის საკანონმდებლო ცვლილებების პაკეტის მომზადება	2026 წლის IV კვარტალი
ბაზრის ანალიზის მეთოდოლოგიური წესების და პროცედურების განახლებულ „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ კანონთან შესაბამისობაში მოყვანა	2026 წლის IV კვარტალი
სატელეკომუნიკაციო ბაზრის ცალკეულ საბაზრო სეგმენტებზე საბაზრო ძალაუფლების მაღალი კონცენტრაციის თავიდან აცილების მიზნით, ავტორიზებული პირების შერწყმის ან შექმნის	2025 წლის IV კვარტალი

წინასწარი შეფასებისთვის ევროპული მარეგულირებელი სახელმძღვანელო პრინციპების შესაბამისად, კომუნიკაციების კომისიის 2007 წლის N5 დადგენილების განახლება და დამტკიცება	
ევროკომისიის სახელმძღვანელო პრინციპებისა და ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკის საფუძველზე, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულების მიზნით, სახელმძღვანელო დოკუმენტის შემუშავება და დამტკიცება, რომელიც მოიცავს დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების, კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებების შეფასებისა და კონცენტრაციის კონტროლის სტანდარტებს	2026 წლის IV კვარტალი
„ავტორიზებული პირების მიერ ხარჯთაღრიცხვისა და დანახარჯების განცალკევებულად განაწილების მეთოდოლოგიური წესების დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2006 წლის 20 აპრილის N5 დადგენილებაში ცვლილების შეტანა	2025 წლის II კვარტალი
საქართველოს ევროპის როუმინგის ერთიან სივრცესთან მიერთებისთვის „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონში შესატანი ცვლილებების პაკეტის მომზადება და „ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში მომსახურების მიწოდების წესებისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ რეგლამენტში“ ცვლილებების შეტანა	2025 წლის II კვარტალი
საცალო და საბითუმო როუმინგული სერვისების რეგულირებისთვის კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტების შემუშავება და დამტკიცება	2025 წლის IV კვარტალი
უნივერსალური მომსახურების მიმწოდებელი კომპანიის გამოსავლენად აუქციონის გამართვის წესის, წმინდა ხარჯების გაანგარიშების და კომპენსირების მეთოდოლოგიის შესახებ კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტების შემუშავება და დამტკიცება	2026 წლის IV კვარტალი
საქართველოს ეროვნული სიხშირული გეგმის ჰარმონიზაცია საერთაშორისო სატელეკომუნიკაციო კავშირის (ITU) მიერ 2023 წელს დამტკიცებულ სიხშირულ გეგმასთან	2026 წლის II კვარტალი
ამოწურვადი რესურსების განაწილების და გაცემის საკანონმდებლო ჩარჩოს ევროპულ ელექტრონული კომუნიკაციის კოდექსთან ჰარმონიზაციის მიზნით „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონში შესატანი ცვლილებების პაკეტის მომზადება და წარდგენა	2026 წლის III კვარტალი
საქართველოში რეგიონული ციფრული ჰაბის განვითარების ხელშეწყობი გარემოს ჩამოყალიბებისთვის სატელეკომუნიკაციო სექტორში ეკონომიკური სარგებლიანობის შეფასებითი ანალიზის ჩატარება	2026 წლის IV კვარტალი
ინფრასტრუქტურის ოპერატორსა და ავტორიზებულ პირს შორის დავის წარმოშობის შემთხვევაში ინფრასტრუქტურის	2024 წლის II კვარტალი

ოპერატორის მფლობელობაში არსებულ ფიზიკურ ინფრასტრუქტურასთან დაშვების საფასურის გაანგარიშების შესახებ დებულების შემუშავება და დამტკიცება	
ავტორიზებული პირის ელექტრონულ ინფრასტრუქტურასთან და სატელეკომუნიკაციო მიწნებისთვის გამოყენებად ფიზიკურ ინფრასტრუქტურასთან დაშვების წესებისა და პირობების შესახებ დებულების შემუშავება და დამტკიცება	2024 წლის II კვარტალი
სატელეკომუნიკაციო და სატელეკომუნიკაციო მიწნებისთვის გამოყენებადი ინფრასტრუქტურის გაზიარების ერთიანი საინფორმაციო პლატფორმის ადმინისტრირების წესის შემუშავება და დამტკიცება	2024 წლის II კვარტალი
მობილური და ფიქსირებული საცალო და შესაბამისი საბითუმო ბაზრების შესწავლა და კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ოპერატორებისთვის შესაბამისი სპეციფიკური ვალდებულებების განსაზღვრა	2024 წლის IV კვარტალი
გაფართოებული ურთიერთჩართვის ბაზრის ფუნქციონირების პრინციპების, ინტერნეტის მიმოცვლის წერტილის განვითარების და გლობალურ ინტერნეტ რესურსებთან წვდომის გაუმჯობესების შესაძლებლობების ანალიზი და შესაბამისი რეკომენდაციების მომზადება	2026 წლის IV კვარტალი

მიზანი 2 - სატელეკომუნიკაციო საქმორში ტექნოლოგიური განვითარებისა და ინოვაციური მომსახურებების დანერგვისთვის ხელშეწყობი გარემოს შექმნა

ამოცანა 2.1: საქართველოში ახალი თაობის საკომუნიკაციო ტექნოლოგიის დანერგვის ხელშეწყობა.

ქვე-ამოცანა 2.1.1: საქართველოში მე-5 თაობის მობილური ტექნოლოგიების განვითარების ხელშეწყობა.

აქტივობა 1: რადიოსიხშირული სპექტრის გამოყენების პირობების შემუშავება და აუქციონის გზით, დაინტერესებულ მობილური მომსახურების მიმწოდებელ კომპანიებზე სიხშირეების გაცემა.

აქტივობა 2: მე-5 თაობის მობილური ტექნოლოგიების საშუალებით მიწოდებული მომსახურებების ხარისხის მონიტორინგის მიზნით, შესაბამისი მეთოდოლოგიის დამტკიცება და მონიტორინგის სისტემების მოწყობა.

ქვე-ამოცანა 2.1.2: დაბალ-ორბიტალური თანამგზავრული ტექნოლოგიების განვითარების ხელშეწყობა.

აქტივობა 1: თანამგზავრული ტექნოლოგიების ეფექტური გამოყენების მიზნით, რადიოსიხშირული სპექტრის გამოთავისუფლება.

აქტივობა 2: რადიოსიხშირული სპექტრის გამოყენების წესების მოდიფიცირება, თანამგზავრული კომუნიკაციის გამოყენების მიზნით.

აქტივობა 3: თანამგზავრული კავშირგაბმულობის რეგულირებისთვის წესების შემუშავება და დამტკიცება.

ქვე-ამოცანა 2.1.3: თანამედროვე, მათ შორის 5G, ტექნოლოგიების დანერგვის ხელშეწყობა და წახალისება სატელეკომუნიკაციო სფეროში არაავტორიზებული პირების საქმიანობისთვის.

აქტივობა 1: თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვისთვის რადიოსიხშირული სპექტრის გამოყოფა.

აქტივობა 2: რადიოსიხშირული სპექტრის გამოყენების ნორმების და წესების დადგენა ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორში, დამხმარე ტექნოლოგიური გამოყენების მიზნით.

ამოცანა 2.2: ინოვაციური ციფრული და საკომუნიკაციო სარკისების განვითარების ხელშეწყობა.

ქვე-ამოცანა 2.2.1: სატელეკომუნიკაციო ბაზარზე არსებული ციფრული და საკომუნიკაციო სერვისების ხელმისაწვდომობის შესწავლა და ციფრულ ეკოსისტემაში ჩართული მხარეების ცნობიერების დონის ამაღლება.

აქტივობა 1: ევროპულ ბაზარზე არსებული სატელეკომუნიკაციო სერვისების ეკოსისტემის წარმატებული მაგალითების შესწავლა და ქართულ ბაზარზე მათი დანერგვის და განვითარების შესაძლებლობების ანალიზი და შესაბამისი რეკომენდაციების მომზადება.

ქვე-ამოცანა 2.2.2: დაინტერესებული მხარეებისთვის ახალი ციფრული მომსახურებების შექმნა, რომელიც ხელს შეუწობს დარგის განვითარებას და გამჭვირვალობას.

აქტივობა 1: სატელეკომუნიკაციო მომსახურებების და ინფრასტრუქტურის ხელმისაწვდომობის ამსახველი ციფრული რუკის შექმნა და მართვა.

აქტივობა 2: სატელეკომუნიკაციო და სატელეკომუნიკაციო მიწნებისთვის გამოყენებადი ინფრასტრუქტურის გაზიარების ინტერნეტ პორტალის (SIP) შექმნა და შემდგომი განვითარება.

აქტივობა 3: ერთიანი ელექტრონული პორტალის შემუშავება, რომლის მეშვეობითაც მოხდება ამონერვადი რესურსის მართვა, ავტორიზებული/ლიცენზირებული პირების მიერ მარეგულირებელი ნორმატიული აქტებით დადგენილი ვალდებულებების შესრულების მონიტორინგი და დაინტერესებული მხარეებისთვის დარგის განვითარების ტენდენციების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება.

სტრატეგიული მიზანი 2	ვადა და ინდიკატორი
რადიოსიხშირული სპექტრის გამოყენების პირობების შემუშავება და აუქციონის გზით, დაინტერესებულ მობილური მომსახურების მიმწოდებელ კომპანიებზე გაცემა	2024 წლის IV კვარტალი
მე-5 თაობის მობილური ტექნოლოგიების საშუალებით მიწოდებული მომსახურებების ხარისხის მონიტორინგის მეთოდოლოგიის დამტკიცება და მონიტორინგის სისტემების მოწყობა	2024 წლის IV კვარტალი
თანამგზავრული ტექნოლოგიების ეფექტური გამოყენების მიზნით, რადიოსიხშირული სპექტრის გამოთავისუფლება	2024 წლის IV კვარტალი
რადიოსიხშირული სპექტრის გამოყენების წესების მოდიფიცირება, თანამგზავრული კომუნიკაციის გამოყენების მიზნით	2026 წლის IV კვარტალი
თანამგზავრული კავშირგაბმულობის რეგულირების წესების შემუშავება და დამტკიცება	2026 წლის IV კვარტალი
თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვისთვის რადიოსიხშირული სპექტრის გამოყოფა	2024 წლის III კვარტალი
რადიოსიხშირული სპექტრის გამოყენების ნორმების და წესების დადგენა ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორში დამხმარე ტექნოლოგიური გამოყენების მიზნით	2024 წლის III კვარტალი
ევროპულ ბაზარზე არსებული სატელეკომუნიკაციო სერვისების ეკოსისტემის წარმატებული მაგალითების შესწავლა და ქართულ ბაზარზე მათი დანერგვის და განვითარების შესაძლებლობების ანალიზი და შესაბამისი რეკომენდაციების მომზადება	2025 წლის I კვარტალი

სატელეკომუნიკაციო მომსახურებების და ინფრასტრუქტურის ხელმისაწვდომობის ამსახველი ციფრული რუკის შექმნა და მართვა	2025 წლის III კვარტალი
სატელეკომუნიკაციო და სატელეკომუნიკაციო მიზნებისთვის გამოყენებადი ინფრასტრუქტურის გაზიარების ინტერნეტ პორტალის (SIP) შექმნა და შემდგომი განვითარება	2024 წლის III კვარტალი პორტალის შექმნა 2025 წლის I კვარტალი პორტალის განახლება
ერთიანი ელექტრონული პორტალის შემუშავება, რომლის მეშვეობითაც მოხდება ამონურვადი რესურსის მართვა, ავტორიზებული/ლიცენზირებული პირების მიერ მარეგულირებელი ნორმატიული აქტებით დადგენილი ვალდებულებების შესრულების მონიტორინგი და დაინტერესებული მხარეებისთვის დარგის განვითარების ტენდენციების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება	2025 წლის I კვარტალი

მიზანი 3 - მომხმარებლისთვის ჯანსაღი მედია გარემოს შექმნის ხელშეწყობა

ამოცანა 3.1: მედიამომსახურებაებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმების სფეროს განვითარებისთვის ეროვნული კანონმდებლობის ევროპულ საკანონმდებლო ჩარჩოსთან ჰარმონიზაცია

ქვე-ამოცანა 3.1.1: მედიამომსახურებისა და ციფრული პლატფორმების სფეროში სამართლიანობის, მიუკერძოებლობისა და გამჭვირვალობის სტანდარტის ამაღწევის მიზნით, ევროპულ გამოცდილებაზე დაფუძნებული სამართლებრივი ჩარჩოს დახვეწა და მეთოდოლოგიური დოკუმენტების დამტკიცება.

აქტივობა 1: გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლების ქცევის კოდექსში, ევროკავშირის რეკომენდაციების გათვალისწინებით, შესაბამისი ცვლილებების განხორციელება.

აქტივობა 2: საუკეთესო ევროპულ პრაქტიკაზე დაფუძნებით, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში მედია მფლობელობის გამჭვირვალობის შესახებ, საკანონმდებლო ცვლილებების პაკეტის მომზადება და წარდგენა.

აქტივობა 3: ევროპული წარმოების პროდუქციასთან დაკავშირებული ვალდებულებებისგან გათავისუფლების მიზნით, დაბალი შემოსავლის ან/და მცირერიცხოვანი აუდიტორიის მქონე აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების მიმწოდებლის განსაზღვრის შესახებ, წესის შემუშავება და დამტკიცება.

აქტივობა 4: მონიტორინგის მეთოდოლოგიის შემუშავება, მედიამომსახურების მიმწოდებლების მიერ ევროპული წარმოების პროდუქციის გავრცელების კვების და სხვა წესების დაცვის ზედამხედველობის მიზნით.

ამოცანა 3.2: სამართლიანი, მიუკერძოებელი და უსაფრთხო მედიაგარემოს უზრუნველყოფა

ქვე-ამოცანა 3.2.1: აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების მიმწოდებლების მიერ კანონმდებლობით განსაზღვრული შინაარსობრივი ვალდებულებების შესრულების მონიტორინგი.

აქტივობა 1: ტრადიციულ მედიაში და გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების პლატფორმებზე სიძულვილის ენისა და ტერორიზმისკენ წაქეზების შემთხვევების მონიტორინგი, დარღვევებზე შესაბამისი რეაგირება და შემაჯამებელი ანგარიშების მომზადება.

აქტივობა 2: ტრადიციული მედიის და გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების პლატფორმების შინაარსობრივი (მიუკერძოებლობა, ყალბი ინფორმაცია, ქცევის კოდექსით გათვალისწინებული ნორმების დაცვა) მონიტორინგი და შემაჯამებელი ანგარიშების მომზადება.

ქვე-ამოცანა 3.2.2: ტრადიციულ მედიასა და ინტერნეტ სივრცეში საავტორო და მომიჯნავე უფლებების დაცვა და დარღვევების შემდგომი პრევენცია.

აქტივობა 1: ტრადიციულ მედიაში საავტორო და მომიჯნავე უფლებების დაცვის მონიტორინგი და მყისიერი რეაგირება მიღწეული შედეგების შენარჩუნების და მაუწყებლობის ბაზარზე ახალი მოთამაშეების მიერ აღნიშნული უფლებების ზედმინწვნითი დაცვის უზრუნველყოფისთვის.

აქტივობა 2: ინტერნეტ სივრცეში საავტორო უფლებების დარღვევებთან დაკავშირებულ საჩივრებზე, ინტერნეტ პროვაიდერებთან აქტიური თანამშრომლობით, სწრაფი რეაგირება არსებული დარღვევების დროული აღმოფხვრისთვის.

აქტივობა 3: ინტერნეტში პირათული პროდუქციის გავრცელების ეფექტური პრევენციის ქმედითი გზების დასახვის მიზნით, საუკეთესო ევროპული პრაქტიკის მოძიება და ანალიზი.

ქვე-ამოცანა 3.2.3: აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციების წესების დაცვა სარეკლამო ბაზარზე დარღვევების შემცირების მიზნით.

აქტივობა 1: ტრადიციულ მედიაში და გამომდახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების პლატფორმებზე სარეკლამო კომუნიკაციების რეგულარული მონიტორინგი და დარღვევებზე მყისიერი რეაგირება, მედიაში სარეკლამო კომუნიკაციების მხრივ არსებული მდგომარეობის გამოსწორების მიზნით.

აქტივობა 2: „პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების (Product Placement) სახელმძღვანელო რეკომენდაციებში“, საუკეთესო ევროპული პრაქტიკის ანალიზის შედეგად, შესაბამისი ცვლილებების განხორციელება და მაუწყებლებთან საინფორმაციო შეხვედრების ჩატარება.

აქტივობა 3: მაუწყებლების მიერ პროდუქტის განთავსების წესების დაცვის რეგულარული მონიტორინგი და მყისიერი რეაგირება.

აქტივობა 4: ვიდეოგაზიარების პლატფორმების მომსახურების მიმწოდებლების მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული სარეკლამო კომუნიკაციის ვალდებულებების დაცვის მონიტორინგი.

სტრატეგიული მიზანი 3	ვადა და ინდიკატორი
გამომდახებითი აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლების ქცევის კოდექსში, ევროკავშირის რეკომენდაციების გათვალისწინებით, შესაბამისი ცვლილებების განხორციელება	2024 წლის IV კვარტალი
საუკეთესო ევროპულ პრაქტიკაზე დაფუძნებით, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში, მედია მფლობელობის გამჭვირვალობის შესახებ, საკანონმდებლო ცვლილებების პაკეტის მომზადება და წარდგენა	2024 წლის III კვარტალი
ევროპული წარმოების პროდუქციასთან დაკავშირებული ვალდებულებებისგან გათავისუფლების მიზნით, დაბალი შემოსავლის ან/და მცირერიცხოვანი აუდიტორიის მქონე აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების მიმწოდებლის განსაზღვრის შესახებ, წესის შემუშავება და დამტკიცება	2024 წლის III კვარტალი

მონიტორინგის მეთოდოლოგიის შემუშავება, მედიამომსახურების მიმწოდებლების მიერ ევროპული წარმოების პროდუქციის გავრცელების კვოტების და სხვა წესების დაცვის ზედამხედველობის მიზნით	2025 წლის I კვარტალი
ტრადიციულ მედიაში და გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების პლატფორმებზე სიძულვილის ენისა და ტერორიზმისკენ ნაქეზების შემთხვევების მონიტორინგი, დარღვევებზე შესაბამისი რეაგირება და შემაჯამებელი ანგარიშების მომზადება	2025 წლის I კვარტალიდან 10-მდე მაუწყებლის მონიტორინგი წელიწადში 4-ჯერ
ტრადიციული მედიისა და გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების პლატფორმების შინაარსობრივი (მიუკერძოებლობა, ყალბი ინფორმაცია, ქცევის კოდექსით გათვალისწინებული ნორმების დაცვა) მონიტორინგი და შემაჯამებელი ანგარიშების მომზადება	2025 წლის I კვარტალიდან 10-მდე მაუწყებლის მონიტორინგი წელიწადში 4-ჯერ
ტრადიციულ მედიაში საავტორო და მომიჯნავე უფლებების დაცვის მონიტორინგი და მყისიერი რეაგირება მიღწეული შედეგების შენარჩუნების და მაუწყებლობის ბაზარზე ახალი მოთამაშეების მიერ აღნიშნული უფლებების ზედმიწევნითი დაცვის უზრუნველყოფისთვის	წელიწადში 2-ჯერ ყველა მაუწყებლის მონიტორინგი
ინტერნეტ სივრცეში საავტორო უფლებების დარღვევებთან დაკავშირებულ საჩივრებზე, ინტერნეტ პროვაიდერებთან აქტიური თანამშრომლობით, სწრაფი რეაგირება არსებული დარღვევების დროული აღმოფხვრისთვის	ყოველთვიური მონიტორინგი
ინტერნეტში პირადული პროდუქციის გავრცელების ეფექტური პრევენციის და ქმედითი გზების დასახვის მიზნით, საუკეთესო ევროპული პრაქტიკის მოძიება და ანალიზი	2025 წლის IV კვარტალი
ტრადიციულ მედიაში და გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების პლატფორმებზე სარეკლამო კომუნიკაციების რეგულარული მონიტორინგი და დარღვევებზე მყისიერი რეაგირება, მედიაში სარეკლამო კომუნიკაციების მხრივ არსებული მდგომარეობის გამოსწორების მიზნით	წელიწადში 2-ჯერ ყველა მაუწყებლის მონიტორინგი და ანგარიშების მომზადება
„პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების (Product Placement) სახელმძღვანელო რეკომენდაციებში“, საუკეთესო ევროპული პრაქტიკის ანალიზის შედეგად, შესაბამისი ცვლილებების განხორციელება და მაუწყებლებთან საინფორმაციო შეხვედრების ჩატარება	2024 წლის IV კვარტალი
მაუწყებლების მიერ პროდუქტის განთავსების წესების დაცვის რეგულარული მონიტორინგი და მყისიერი რეაგირება.	2025 წლის I კვარტალიდან წელიწადში 2-ჯერ
ვიდეოგაზიარების პლატფორმების მომსახურების მიმწოდებლების მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული სარეკლამო კომუნიკაციის ვალდებულებების დაცვის მონიტორინგი	2025 წლის I კვარტალიდან წელიწადში 2-ჯერ

მიზანი 4 - საზოგადოების გაძლიერება თანამედროვე მედიანარამოში უსაფრთხო ნავიგაციისა და ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად საჭირო ცოდნითა და უნარებით

ამოცანა 4.1. თანამედროვე მედიანარამოში უსაფრთხო ნავიგაციისა და ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად საჭირო კომპეტენციების განვითარება ფორმალურ განათლებაში მედიანარამოების სისტემური ინტეგრირების ხელშეწყობით

ქვე-ამოცანა 4.1.1: სკოლამდელი განათლების დაწესებულებების აღსაზრდელებში ინფორმაციის კრიტიკული გააზრებისა და ინტერნეტის უსაფრთხო მოხმარებისათვის საჭირო უნარ-ჩვევების განვითარება.

აქტივობა 1: სკოლამდელი განათლების დაწესებულებების აღსაზრდელ-პედაგოგებისა და აღსაზრდელების საჭიროებების კვლევა და შესაბამისი სამოქმედო გეგმის შემუშავება.

აქტივობა 2: სკოლამდელი განათლების საფეხურისათვის სახელმძღვანელო რესურსისა და აღსაზრდელ-პედაგოგთა გადამზადების მოდულის შექმნა.

აქტივობა 3: ბავშვთა ონლაინ უსაფრთხოების თემაზე საპილოტე დაწესებულებების აღსაზრდელ-პედაგოგთა გადამზადება საქართველოს განათლების, მეცნიერებისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსთან თანამშრომლობით.

ქვე-ამოცანა 4.1.2: ზოგად განათლებაში მედიანარამოების კომპეტენციების საგნობრივი ინტეგრირებისა და მედიანარამოების, როგორც ცალკე საგნის, სწავლებისადმი ინტერესის გაზრდის ხელშეწყობა.

აქტივობა 1: სკოლის დირექტორებისა და მასწავლებლებისთვის სემინარების, სამოტივაციო კონკურსების, კონფერენციებისა და კვალიფიკაციის ასამაღლებელი კურსების ორგანიზება საქართველოს განათლების, მეცნიერებისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსთან ერთად.

აქტივობა 2: „გამარჯობა, რუბის“ წიგნებით სწავლებაში კომპიუტერული ტექნოლოგიების მასწავლებლების გადამზადება, მათთვის წიგნების გადაცემა და თანმხლები სასწავლო რესურსების ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა.

აქტივობა 3: მასწავლებლების საჭიროებების პერიოდული კვლევა, გამოწვევებისა და შესაბამისი ინტერვენციების განსაზღვრის მიზნით.

ქვე-ამოცანა 4.1.3: პროფესიულ და უმაღლეს საგანმანათლებლო პროგრამებში მედიანარამოების სწავლების ხელშეწყობა.

აქტივობა 1: პროფესიული და უმაღლესი სასწავლებლების საჭიროებების კვლევა და შესაბამისი სამოქმედო გეგმის შემუშავება.

აქტივობა 2: მედიანარამოების სწავლებისათვის საჭირო ქართულენოვანი საგანმანათლებლო რესურსის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა და სასწავლო კურსის სილაბუსის შემუშავებაში მხარდაჭერა.

აქტივობა 3: აკადემიური პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლება და მათ საჭიროებებზე მორგებული შემუშავებული ღონისძიებების ორგანიზება ადგილობრივი და საერთაშორისო ექსპერტების ჩართულობით.

ამოცანა 4.2: მედიანგიგნიერებისა და ინფორმაციული წიგნიერების კომპეტენციების ინკლუზიური განვითარების ხელშეწყობა არაფორმალური განათლების ინოვაციური პროექტების განხორციელებით.

ქვე-ამოცანა 4.2.1: საზოგადოების მედია და ინფორმაციული წიგნიერების დონის განსაზღვრა და სხვადასხვა ჯგუფის საჭიროებების გამოვლენა.

აქტივობა 1: სხვადასხვა ფორმატის მედიასა და ინფორმაციაზე წვდომის, შეფასების, კრიტიკული ანალიზისა და მისი შექმნის უნარების განმსაზღვრელი ეროვნული კვლევის ჩატარება.

ქვე-ამოცანა 4.2.2: მოსწავლეებში, მასწავლებლებში, მშობლებში, სტუდენტებსა და აკადემიურ პერსონალში ციფრული ტექნოლოგიების სიკეთებისა და საფრთხეების შესახებ ცნობიერების ამაღლება და შესაბამისი უნარ-ჩვევების განვითარება.

აქტივობა 1: საერთაშორისოდ აღიარებული საგანმანათლებლო პროდუქტებით კრიტიკული აზროვნებისა და ახალი ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებისთვის საჭირო კომპეტენციების განვითარება მოსწავლეებში, მასწავლებლებში, მშობლებში, სტუდენტებსა და აკადემიურ პერსონალში.

აქტივობა 2: საინფორმაციო კამპანიის ჩატარება ციფრული ტექნოლოგიების სიკეთებისა და საფრთხეების შესახებ.

ქვე-ამოცანა 4.2.3: ციფრული ინკლუზიის ხელშეწყობა მოსახლეობის მონყვლადი ჯგუფებისთვის ინტერნეტის მიზნობრივი გამოყენების სწავლებით.

აქტივობა 1: სოფლის მაცხოვრებლებისთვის ინტერნეტის მიზნობრივად გამოყენების სწავლება ადგილობრივ თვითმმართველობებთან და სახელმწიფო უწყებებთან თანამშრომლობით.

ქვე-ამოცანა 4.2.4: მოზარდებისთვის, მასწავლებლებისთვის, მშობლებისთვისა და სფეროთი დაინტერესებული სხვა პირებისთვის მედიანგიგნიერების სფეროში მედმივად განახლებული ინფორმაციის მიწოდება.

აქტივობა 1: Mediatsigniereba.ge - მედიანგიგნიერების ეროვნული ჰაბის განვითარება და გამრავალფეროვნება სახელმწიფო, არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან კოორდინირებული თანამშრომლობით, მედმივად განახლებად საგანმანათლებლო რესურსებთან, მედიანგიგნიერების სფეროში მიმდინარე სიახლეებთან წვდომისა და გამოცდილების გაზიარების შესაძლებლობის უზრუნველყოფით.

ამოცანა 4.3: მაღალი სტანდარტის მედია პროდუქტების შექმნის ხელშეწყობა

ქვე-ამოცანა 4.3.1 მედმივად ცვალებად გარემოში ჟურნალისტიკის სფეროში მოქმედი პროფესიონალებისთვის და სტუდენტებისთვის თანამედროვე და განახლებადი ცოდნის მიწოდება.

აქტივობა 1: მედიის წარმომადგენლებისა და ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის სტუდენტებისთვის ტრენინგების და სემინარების ჩატარება, ამბის თხრობის,

ეკონომიკის, კულტურის, საგანგებო სიტუაციების და ვიზუალური თხრობის მიმართულებით ცოდნის მიწოდების მიზნით.

აქტივობა 2: მედიასკოლის სტუდიაში გრძელვადიანი კურსების ჩატარება მომავალი ჟურნალისტებისთვის და ოპერატორებისთვის ყველა ჟურნალისტური უნარის სწავლებისა და შემდგომში რეალურ საქმიანობაში (სატელევიზიო, რადიო, ონლაინ) გამოსაყენებლად.

აქტივობა 3: ონლაინ მასტერკლასების ჩატარება სხვადასხვა მიმართულებით (მენეჯმენტი, პროდიუსინგი, ტელეწამყვანის უნარები, საოპერატორო საქმე, ფოტოგრაფია, საგანგებო სიტუაციების გაშუქება და სხვა), ჟურნალისტიკის სფეროში წარმატებული პროფესიონალების მიერ დაგროვილი ცოდნის გაზიარებისთვის მედიააკადემიის ტრენინგებში მონაწილეთათვის და ნებისმიერი დაინტერესებული პირისთვის.

აქტივობა 4: უნივერსიტეტებთან თანამშრომლობით, ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის სტუდენტებისთვის პრაქტიკული ლაბორატორიის შეთავაზება, თეორიული ცოდნის პრაქტიკულ საქმიანობაში გამოყენების მიზნით.

ქვე-ამოცანა 4.3.2: მედიის წარმომადგენლების პროფესიული განვითარების ხელშეწყობა და ფართო საზოგადოებისთვის მედიის კრიტიკული ანალიზის მიწოდება.

აქტივობა 1: საზოგადოებისთვის გასაანალიზებელი მასალების თემატიკის მრავალფეროვნების შეთავაზება (პოლიტიკა, ეკონომიკა, კულტურა, ენა, სოციალური საკითხები, საერთაშორისო ურთიერთობები, უცხოეთის მედია) და მომზადებული სტატიების რაოდენობის ზრდა.

აქტივობა 2: ტრადიციული მედიის პარალელურად, ონლაინ მედიის ინტენსიური მონიტორინგი ონლაინ სივრცეში განთავსებული ინფორმაციის გაანალიზებისა და სტატიების მომზადების მიზნით.

აქტივობა 3: მედიაკრიტიკის ახალი ვებ-აპლიკაციის შექმნა მედიაკრიტიკის აუდიტორიის გაზრდის მიზნით.

ამოცანა 4.4 ინოვაციების განვითარების ხელშეწყობა და ძლიერი სტარტაპსაზოგადოების შექმნა ციფრული მედიის სფეროში

ქვე-ამოცანა 4.4.1: მოქმედ და დამწყებ სტარტაპებში, ასევე სხვა დაინტერესებულ პირებში ციფრული წიგნიერების და სტარტაპგანათლების განვითარება.

აქტივობა 1: ონლაინ სტარტაპსკოლის განვითარება, სადაც მომხმარებლები ონლაინ რეჟიმში მიიღებენ საჭირო ინფორმაციას (სტარტაპის წამოწყებასთან დაკავშირებული საკითხები, რისკები, ფინანსები, იურიდიული საკითხები, ინდუსტრიის ანალიზი, სტარტაპის მასშტაბის გაზრდა, პრობლემაზე დაფუძნებული ღირებულების შეთავაზება და სხვა) სტარტაპის გასავითარებლად.

აქტივობა 2: ტრენინგების და სემინარების ჩატარება ციფრული წიგნიერებისა და სტარტაპგანათლების გავრცელების მიზნით, როგორც მოქმედი სტარტაპერებისთვის, ისე ციფრული მედიით დაინტერესებული პირებისთვის, რომლებიც მომავალში შეიძლება ჩაერთონ ციფრული მედიის სტარტაპებში.

ქვე-ამოცანა 4.4.2: ციფრული მედიის სფეროში სტარტაპიდების შეჩვენა, მათი შემდგომი დახვეწა და საბოლოო პროდუქტად გადაქცევის ხელშეწყობა.

აქტივობა 1: სტარტაპების აქსელერაციის პროგრამის განხორციელება სტარტაპერების იდეის დახვეწაში, დაფინანსების მოზიდვასა და პროდუქტის ბაზარზე გატანაში დახმარების მიზნით, რომლის ფარგლებშიც სტარტაპებს საშუალება ექნებათ, გამოცდილი მენტორების დახმარებით, გაუმკლავდნენ ყოველდღიურ გამოწვევებს და სწორად განავითარონ საკუთარი წამოწყება.

აქტივობა 2: სტარტაპიდების კონკურსის „იდეადრომის“ ფარგლებში პოტენციური სტარტაპერებისა და სტარტაპიდების აღმოჩენა და მათი რეალობად ქცევის ხელშეწყობა შესაბამისი ცოდნების, უნარებისა და რესურსების გაზიარებით.

ქვე-ამოცანა 4.4.3: მედიალაბის ინტეგრაცია გლობალურ ეკოსისტემაში ქართული სტარტაპების საერთაშორისო ბაზარზე გასვლისა და დაფინანსების მოპოვების ხელშეწყობისთვის.

აქტივობა 1: მედიალაბის მონაწილეობა საერთაშორისო სტარტაპ სამიტებში, კონფერენციებში, გამოფენებსა და სხვა ღონისძიებებში, საჭირო კონტაქტების დამყარებისთვის ინვესტორებთან, სტარტაპებთან, აქსელერატორებთან, ინკუბატორებთან და ეკოსისტემის დამხმარე ორგანიზაციებთან.

სტრატეგიული მიზანი 4	ვადა და ინდიკატორი
სკოლამდელი განათლების დაწესებულებების აღმზრდელ-პედაგოგებისა და აღსაზრდელების საჭიროებების კვლევის განხორციელება და შესაბამისი სამოქმედო გეგმის შემუშავება	2025 წლის II კვარტალი
სკოლამდელი განათლების საფეხურისათვის სახელმძღვანელო რესურსისა და აღმზრდელ-პედაგოგთა გადამზადების მოდულის შექმნა	2025 წლის III კვარტალი
ბავშვთა ონლაინ უსაფრთხოების თემაზე საპილოტე დაწესებულებების აღმზრდელ-პედაგოგთა გადამზადება საქართველოს განათლების, მეცნიერებისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსთან თანამშრომლობით	20 საპილოტე დაწესებულება 2025 წლის IV კვარტალი
სკოლის დირექტორებისა და მასწავლებლებისთვის სემინარების, სამოტივაციო კონკურსების, კონფერენციებისა და კვალიფიკაციის ასამაღლებელი კურსების ორგანიზება საქართველოს განათლების, მეცნიერებისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსთან ერთად	2026 წლის ბოლომდე 1000 მასწავლებელი და დირექტორი
„გამარჯობა, რუბის“ წიგნებით სწავლებაში კომპიუტერული ტექნოლოგიების მასწავლებლების გადამზადება, მათთვის წიგნების გადაცემა და თანმხლები სასწავლო რესურსების ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა	2025 წლის ბოლომდე საქართველოს სკოლების 60%-ის მასწავლებლები
მასწავლებლების საჭიროებების პერიოდული კვლევა, გამოწვევებისა და შესაბამისი ინტერვენციების განსაზღვრის მიზნით	წელიწადში ერთხელ
პროფესიული და უმაღლესი სასწავლებლების საჭიროებების კვლევა და შესაბამისი სამოქმედო გეგმის შემუშავება	2024 წლის III კვარტალი

მედიანჩინიერების სწავლებისათვის საჭირო ქართულენოვანი საგანმანათლებლო რესურსის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა და სასწავლო კურსის სილაბუსის შემუშავებაში მხარდაჭერა	2024 წლის III კვარტალი
აკადემიური პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლება და მათ საჭიროებებზე მორგებული შემეცნებითი ღონისძიებების ორგანიზება ადგილობრივი და საერთაშორისო ექსპერტების ჩართულობით	ყოველწლიურად 15-მდე ლექტორი
სხვადასხვა ფორმატის მედიასა და ინფორმაციაზე წვდომის, შეფასების, კრიტიკული ანალიზისა და შექმნის უნარების განმსაზღვრელი ეროვნული კვლევის ჩატარება	2025 წლის III კვარტალი
საერთაშორისოდ აღიარებული საგანმანათლებლო პროდუქტებით კრიტიკული აზროვნებისა და ახალი ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებისთვის საჭირო კომპეტენციების განვითარება მოსწავლეებში, მასწავლებლებში, მშობლებში, სტუდენტებსა და აკადემიურ პერსონალში	2026 წლის ბოლომდე სკოლამდელი აღზრდის დაწესებულებების 10%, სკოლების 50%, პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებების 10% და უნივერსიტეტების 20%
საინფორმაციო კამპანიის ჩატარება ციფრული ტექნოლოგიების სიკეთებისა და საფრთხეების შესახებ	2026 წლის II კვარტალი
სოფლის მაცხოვრებლებისთვის ინტერნეტის მიზნობრივად გამოყენების სწავლება ადგილობრივ თვითმმართველობებთან და სახელმწიფო უწყებებთან თანამშრომლობით	2026 წლის ბოლომდე 500-მდე სოფელი
Mediatsigniereba.ge - მედიანჩინიერების ეროვნული ჰაბის განვითარება და გამრავალფეროვნება სახელმწიფო, არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან კოორდინირებული თანამშრომლობით, მუდმივად განახლებად საგანმანათლებლო რესურსებთან, მედიანჩინიერების სფეროში მიმდინარე სიახლეებთან წვდომისა და გამოცდილების გაზიარების შესაძლებლობის უზრუნველყოფით	2026 წლის ბოლომდე 200-მდე ახალი საგანმანათლებლო სტატია და ჰაბის 10 ახალი პარტნიორი
მედიის წარმომადგენლებისა და ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის სტუდენტებისთვის ტრენინგების და სემინარების ჩატარება, თხრობის, ეკონომიკის, კულტურის, საგანგებო სიტუაციების და ვიზუალური თხრობის მიმართულებით ცოდნის მიწოდების მიზნით	საშუალოდ, 100 მონაწილე წელიწადში. 10 მიმართულება/ თემატიკა წელიწადში
მედიასკოლის სტუდიაში გრძელვადიანი კურსების ჩატარება მომავალი ჟურნალისტებისთვის და ოპერატორებისთვის ყველა ჟურნალისტური უნარის სწავლებისა და შემდგომში რეალურ საქმიანობაში (სატელევიზიო, რადიო, ონლაინ) გამოსაყენებლად	25 კურსდამთავრებული წელიწადში
ონლაინ მასტერკლასების ჩატარება სხვადასხვა მიმართულებით (მენეჯმენტი, პროდიუსინგი, ტელეწამყვანის უნარები, საოპერატორო საქმე, ფოტოგრაფია, საგანგებო სიტუაციების გაშუქება და სხვა), ჟურნალისტიკის სფეროში	საშუალოდ, 4 მასტერკლასი წელიწადში.

<p>წარმატებული პროფესიონალების მიერ დაგროვილი ცოდნის გაზიარებისთვის მედიააკადემიის ტრენინგებში მონაწილეთათვის და ნებისმიერი დაინტერესებული პირისთვის</p>	<p>წელიწადში 200 000 მდე ნახვების რაოდენობა თითო მასტერკლასზე</p>
<p>უნივერსიტეტებთან თანამშრომლობით, ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის სტუდენტებისთვის პრაქტიკული ლაბორატორიის შეთავაზება, თეორიული ცოდნის პრაქტიკულ საქმიანობაში გამოყენების მიზნით</p>	<p>2026 წლის ბოლომდე 2 უნივერსიტეტის სტუდენტების გადამზადება</p>
<p>საზოგადოებისთვის გასაანალიზებელი მასალების თემატიკის მრავალფეროვნების შეთავაზება (პოლიტიკა, ეკონომიკა, კულტურა, ენა, სოციალური საკითხები, საერთაშორისო ურთიერთობები, უცხოეთის მედია) და მომზადებული სტატიების რაოდენობის ზრდა</p>	<p>საშუალოდ 100 რეპლიკა, რეცენზია და ბლოგი წელიწადში. 7 ახალი თემის დამატება 2026 წლის ბოლომდე</p>
<p>ტრადიციული მედიის პარალელურად, ონლაინ მედიის ინტენსიური მონიტორინგი ონლაინ სივრცეში განთავსებული ინფორმაციის გაანალიზებისა და სტატიების მომზადების მიზნით</p>	<p>საშუალოდ 8 სტატია წელიწადში</p>
<p>მედიაკრიტიკის ახალი ვებ-აპლიკაციის შექმნა მედიაკრიტიკის აუდიტორიის გაზრდის მიზნით</p>	<p>2025 წლის I კვარტალი ვებ-აპლიკაციის შექმნა. მინიმუმ 2000 ვებ-აპლიკაციის მომხმარებელი 2026 წლის ბოლომდე</p>
<p>ონლაინ სტარტაპსკოლის განვითარება, სადაც მომხმარებლები ონლაინ რეჟიმში მიიღებენ საჭირო ინფორმაციას (სტარტაპის წამოწყებასთან დაკავშირებული საკითხები, რისკები, ფინანსები, იურიდიული საკითხები, ინდუსტრიის ანალიზი, სტარტაპის მასშტაბის გაზრდა, პრობლემაზე დაფუძნებული ღირებულების შეთავაზება და სხვა) სტარტაპის გასავითარებლად</p>	<p>ყოველწლიურად, საშუალოდ, 80 ახალი საინფორმაციო მასალის განთავსება</p>
<p>ტრენინგების და სემინარების ჩატარება ციფრული წიგნიერებისა და სტარტაპგანათლების გავრცელების მიზნით, როგორც მოქმედი სტარტაპერებისთვის, ისე ციფრული მედიით დაინტერესებული პირებისთვის, რომლებიც მომავალში შეიძლება ჩაერთონ ციფრული მედიის სტარტაპებში</p>	<p>ყოველწლიურად 600 მონაწილე და მინიმუმ 30 ტრენინგი/სემინარი</p>
<p>სტარტაპების აქსელერაციის პროგრამის განხორციელება სტარტაპერების იდეის დახვეწაში, დაფინანსების მოზიდვასა და პროდუქტის ბაზარზე გატანაში დახმარების მიზნით.</p>	<p>ყოველწლიურად 5 სტარტაპი</p>
<p>სტარტაპიდების კონკურსის „იდეადრომის“ ფარგლებში პოტენციური სტარტაპერებისა და სტარტაპიდების აღმოჩენა და მათი რეალობად ქცევის ხელშეწყობა შესაბამისი ცოდნების, უნარებისა და რესურსების გაზიარებით</p>	<p>ყოველწლიურად 10 მონაწილე სტარტაპი</p>
<p>მედიალაბის მონაწილეობა საერთაშორისო სტარტაპ სამიტებში, კონფერენციებში, გამოფენებსა და სხვა ღონისძიებებში საჭირო კონტაქტების დამყარებისთვის ინვესტორებთან, სტარტაპებთან, აქსელერატორებთან, ინკუბატორებთან და ეკოსისტემის დამხმარე ორგანიზაციებთან.</p>	<p>წელიწადში 2 საერთაშორისო ღონისძიებაში მონაწილეობა</p>

მიზანი 5 - საბელაქომუნიკაციო სერვისების, ციფრული და ტრადიციული მედიამომსახურებადის მომხმარებელთა უფლებების ეფექტიანი დაცვა

ამოცანა 5.1: მომხმარებელთათვის ხარისხიან საბელაქომუნიკაციო სერვისებზე წვდომის უზრუნველყოფა და მათი უფლებების დაცვა

ქვე-ამოცანა 5.1.1: მომხმარებლისთვის მიწოდებული სატელეკომუნიკაციო სერვისების ხარისხის კონტროლი.

აქტივობა 1: მობილური, მათ შორის მე-5 თაობის, მომსახურებების ხარისხის და ფიქსირებული კავშირის მონიტორინგი და შედეგების გამჭვირვალების უზრუნველყოფა.

აქტივობა 2: მომხმარებლების მიერ მოხმარებული ინტერნეტ მომსახურების ხარისხის კონტროლის ინსტრუმენტების ხარისხობრივი გაუმჯობესება.

ქვე-ამოცანა 5.1.2: მომხმარებელთა უფლებების დარღვევაზე მყისიერი რეაგირება და საპრევენციო ღონისძიებების განხორციელება.

აქტივობა 1: მომხმარებელთა საჩივრებზე მყისიერი რეაგირება მომსახურე კომპანიასთან მორიგების წარმოებით და საჭიროების შემთხვევაში, ფორმალური ადმინისტრაციული წარმოების დაწყება მომხმარებლისთვის პრობლემის აღმოფხვრის მიზნით.

აქტივობა 2: შემოსული საჩივრების სტატისტიკიდან გამომდინარე, პრობლემურ და აქტუალურ საკითხებზე რეკომენდაციების გაცემა მომსახურების მიმწოდებელი კომპანიებისთვის.

აქტივობა 3: ვიდეოგაზიარების პლატფორმების მომსახურების მიმწოდებლების მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ვალდებულებების მონიტორინგი და დარღვევების აღმოფხვრა.

ქვე-ამოცანა 5.1.3: მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლება სატელეკომუნიკაციო დარგში მათი უფლებების შესახებ

აქტივობა 1: მომხმარებლებისთვის სატელეკომუნიკაციო სფეროში მათი უფლებების შესახებ ტრენინგის - „იცნობდე შენს უფლებებს ტელეკომუნიკაციების სფეროში“, ჩატარება საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში და საინფორმაციო ბუკლეტების გავრცელება.

აქტივობა 2. მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლების ხელშეწყობის მიზნით, მომხმარებელთა უფლებების დამცველის ვებ-გვერდზე და სოციალურ ქსელში სატელეკომუნიკაციო სფეროსთან დაკავშირებული შემეცნებითი სტატიების, საინფორმაციო კლიპების და მიმდინარე სიახლეების თაობაზე ინფორმაციის აქტიური განთავსება.

აქტივობა 3: შეხვედრები საჯარო სექტორის წარმომადგენლებთან, რომლებსაც სამსახურებრივი მოვალეობებიდან გამომდინარე, უშუალო კომუნიკაცია აქვთ მოქალაქეებთან და შესაძლოა შეასრულონ შუამავლის როლი მოსახლეობისთვის ინფორმაციის გადაცემის თვალსაზრისით.

ქვე-ამოცანა 5.1.4: მომხმარებლებისთვის მიწოდებული სატელეკომუნიკაციო სერვისების პირობების გამჭვირვალობის უზრუნველყოფა.

აქტივობა 1: მომსახურების მიმწოდებელი კომპანიების მხრიდან შეთავაზებული სატელეკომუნიკაციო სერვისების პირობების გამჭვირვალობის საკანონმდებლო მოთხოვნების შესრულების რეგულარული მონიტორინგი.

აქტივობა 2: მონიტორინგის შედეგების საფუძველზე დაყრდნობით, მომსახურების მიმწოდებელი კომპანიებისთვის რეკომენდაციების გაცემა და საჭიროების შემთხვევაში, კანონის მიერ დადგენილი მოთხოვნების აღსრულების მიზნით, ადმინისტრაციული წარმოების დაწყება.

ამოცანა 5.2: მედიამომსახურებას და სატელეკომუნიკაციო სერვისების მომხმარებელთა ცალკეული ჯგუფების უფლებებისა და ინტერესების დაცვის მექანიზმების დანერგვა

ქვე-ამოცანა 5.2.1: შპმ პირებისთვის სატელეკომუნიკაციო და მედიამომსახურებების სფეროში მათი უფლებების შესახებ ინფორმაციისა და ხარისხის კონტროლის ინსტრუმენტების ადაპტაცია.

აქტივობა 1: მომხმარებელთა უფლებების დამცველის ვებ-გვერდის შპმ პირებისთვის ადაპტირება.

აქტივობა 2: მომხმარებლების მიერ მოხმარებული ინტერნეტ მომსახურების ხარისხის კონტროლის ინსტრუმენტების შპმ პირებისთვის ადაპტირება.

აქტივობა 3: სატელეკომუნიკაციო სფეროში ცნობიერების ამაღლების მიზნით, შპმ პირებთან შეხვედრების ჩატარება.

ქვე-ამოცანა 5.2.2: შპმ პირებისთვის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფისთვის სტანდარტებისა და წესების შემუშავება.

აქტივობა 1: შპმ პირთათვის მედიამომსახურებების განგრძობითად და პროგრესირებადად ხელმისაწვდომობისა და შპმ პირებისთვის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების ხელმისაწვდომობის შესახებ ონლაინპორტალის ფუნქციონირების წესის შემუშავება.

აქტივობა 2: შპმ პირებისთვის ადაპტირებული (აუდიოდესკრიფციით, ტელეტექსტური მომსახურებით, სუბტიტრებიტა და ჟესტების ენით) პროგრამების მომზადებისა და განთავსების წესის შემუშავება.

ქვე-ამოცანა 5.2.3: მედიარემოში და ონლაინ პლატფორმებზე განთავსებული ბავშვისთვის საფრთხის შემცველი, ფიზიკური, ფსიქოლოგიური, ინტელექტუალური და სულიერი განვითარებისთვის დამაზიანებელი ინფორმაციისგან არასრულწლოვანთა დაცვა.

აქტივობა 1: არასრულწლოვანთა დაცვის წესების შესრულების რეგულარული მონიტორინგი და დარღვევებთან დაკავშირებულ საჩივრებზე სწრაფი რეაგირება.

აქტივობა 2: ვიდეოგაზიარების პლატფორმების მომსახურების მიმწოდებლების მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული არასრულწლოვანთა დაცვის ვალდებულებების მონიტორინგი და დარღვევების აღმოფხვრა.

სტრატეგიული მიზანი 5	ვადა და ინდიკატორი
მობილური, მათ შორის მე-5 თაობის, მომსახურებების ხარისხის და ფიქსირებული კავშირის მონიტორინგი და შედეგების გამჭვირვალობის უზრუნველყოფა	2025 წლის I კვარტალიდან თითო რეგიონის მონიტორინგი წელიწადში 2-ჯერ და ანგარიშგება
მომხმარებლების მიერ მოხმარებული ინტერნეტ მომსახურების ხარისხის კონტროლის ინსტრუმენტების ხარისხობრივი გაუმჯობესება	2024 წლის IV კვარტალი
მომხმარებელთა საჩივრებზე მყისიერი რეაგირება მომსახურე კომპანიასთან მორიგების წარმოებით და საჭიროების შემთხვევაში, ფორმალური ადმინისტრაციული წარმოების დაწყება მომხმარებლისთვის პრობლემის აღმოფხვრის მიზნით	საშუალოდ 90% საჩივრების დაკმაყოფილებულია
შემოსული საჩივრების სტატისტიკიდან გამომდინარე, პრობლემურ და აქტუალურ საკითხებზე რეკომენდაციების გაცემა მომსახურების მიმწოდებელი კომპანიებისთვის	წელიწადში 2-ჯერ
ვიდეოგაზიარების პლატფორმების მომსახურების მიმწოდებლების მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ვალდებულებების მონიტორინგი და დარღვევების აღმოფხვრა	2025 წლის I კვარტალიდან წელიწადში 2-ჯერ
მომხმარებლებისთვის სატელეკომუნიკაციო სფეროში მათი უფლებების შესახებ ტრენინგის - „იცნობდე შენს უფლებებს ტელეკომუნიკაციების სფეროში“, ჩატარება საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში და საინფორმაციო ბუკლეტების გავრცელება	2026 წლის ბოლომდე ჩატარდება 300 შეხვედრა 15000 მომხმარებლისთვის
მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლების ხელშეწყობის მიზნით, მომხმარებელთა უფლებების დამცველის ვებ-გვერდზე და სოციალურ ქსელში სატელეკომუნიკაციო სფეროსთან დაკავშირებული შემეცნებითი სტატიების, საინფორმაციო კლიპების და მიმდინარე სიახლეების თაობაზე ინფორმაციის აქტიური განთავსება	წლიურად 145 საინფორმაციო მასალის გამოქვეყნება
შეხვედრები საჯარო სექტორის წარმომადგენლებთან, რომლებსაც სამსახურებრივი მოვალეობებიდან გამომდინარე, უშუალო კომუნიკაცია აქვთ მოქალაქეებთან და შესაძლოა შეასრულონ შეამავლის როლი მოსახლეობისთვის ინფორმაციის გადაცემის თვალსაზრისით	2026 წლის ბოლომდე 13 რეგიონში ჩატარდება 60 შეხვედრა
მომსახურების მიმწოდებელი კომპანიების მხრიდან შეთავაზებული სატელეკომუნიკაციო სერვისების პირობების გამჭვირვალობის საკანონმდებლო მოთხოვნების შესრულების რეგულარული მონიტორინგი	ყოველი წლის IV კვარტალი
მონიტორინგის შედეგების საფუძველზე დაყრდნობით, მომსახურების მიმწოდებელი კომპანიებისთვის რეკომენდაციების გაცემა და საჭიროების შემთხვევაში,	ყოველი წლის IV კვარტალი

კანონის მიერ დადგენილი მოთხოვნების აღსრულების მიზნით, ადმინისტრაციული წარმოების დაწყება	
მომხმარებელთა უფლებების დამცველის ვებ-გვერდის შპმ პირებისთვის ადაპტირება	2025 წლის IV კვარტალი
მომხმარებლების მიერ მოხმარებული ინტერნეტ მომსახურების ხარისხის კონტროლის ინსტრუმენტების შპმ პირებისთვის ადაპტირება	2025 წლის III კვარტალი
სატელეკომუნიკაციო სფეროში ცნობიერების ამაღლების მიზნით, შპმ პირებთან შეხვედრების ჩატარება	2026 წლის ბოლომდე 20-მდე შეხვედრა
შპმ პირთათვის მედიამომსახურებების განგრძობითად და პროგრესირებადად ხელმისაწვდომობისა და შპმ პირებისთვის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურებების ხელმისაწვდომობის შესახებ ონლაინპორტალის ფუნქციონირების წესის შემუშავება	2024 წლის III კვარტალი
შპმ პირებისთვის ადაპტირებული (აუდიოდესკრიფციით, ტელეტექსტური მომსახურებით, სუბტიტრებიტა და ჟესტების ენით) პროგრამების მომზადებისა და განთავსების წესის შემუშავება	2024 წლის III კვარტალი
არასრულწლოვანთა დაცვის წესების შესრულების რეგულარული მონიტორინგი და დარღვევებთან დაკავშირებულ საჩივრებზე სწრაფი რეაგირება	2025 წლის I კვარტლიდან
ვიდეოგაზიარების პლატფორმების მომსახურების მიმწოდებლების მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული არასრულწლოვანთა დაცვის ვალდებულებების მონიტორინგი და დარღვევების აღმოფხვრა	2025 წლის I კვარტალიდან ნელინადში 2-ჯერ

მიზანი 6 - კომუნიკაციების კომისიის ინსტიტუციონალური განვითარება და ეფექტიანობის ამაღლება

ამოცანა 6.1: კომუნიკაციების კომისიის, როგორც მოთხოვნი, პროფესიონალი და დარგში უახლესი სოდნითა და კვალიფიკაციით აღჭურვილი ორგანიზაციის განვითარება

ქვე-ამოცანა 6.1.1: კომუნიკაციების კომისიის თანამშრომელთა პროფესიული უნარებისა და ცოდნების განვითარება, რომელიც უზრუნველყოფს მაღალკვალიფიციურ ანალიზზე დაფუძნებული პროდუქტების მომზადებას.

აქტივობა 1: ორგანიზაციის სტრატეგიულ მიზნებზე და სტრუქტურული ერთეულების წინაშე მდგარ ამოცანებზე დაყრდნობით, თანამშრომელთა პროფესიული განვითარების საჭიროებების დადგენა.

აქტივობა 2: პროფესიული განვითარების საჭიროებებზე დაყრდნობით, თანამშრომელთა პროფესიული განვითარების გეგმის შემუშავება.

აქტივობა 3: პროფესიული განვითარების ეფექტიანობის შეფასება თანამშრომელთა მიერ შესრულებული სამუშაოს შედეგებისა და ხელმძღვანელების/თანამშრომლების უკუკავშირის საფუძველზე.

აქტივობა 4: სწავლასა და ცოდნის გაზიარებაზე ორიენტირებული კორპორატიული კულტურის დანერგვისთვის შიდა სასწავლო ღონისძიებების იდენტიფიცირება და სამოქმედო გეგმის შემუშავება.

ქვე-ამოცანა 6.1.2: პროფესიონალი თანამშრომლების კარიერული განვითარება და მათი შენარჩუნება სამართლიანი და თანაბარი სამუშაო პირობების უზრუნველყოფით.

აქტივობა 1: სამართლიანი სამოტივაციო პოლიტიკის რევიზია პროფესიონალი თანამშრომლების შენარჩუნებისთვის.

აქტივობა 2: შრომითი ეფექტიანობის ზრდის მიზნით, შესრულებული სამუშაოს მართვის სისტემის რევიზია და საჭიროების შემთხვევაში შესაბამისი ცვლილებების განხორციელება.

აქტივობა 3: სტრუქტურული ერთეულების ხელმძღვანელებთან ერთად, თანამშრომელთა სამუშაოსთან დაკავშირებული სტრესის შემცირებასა და პროდუქტიულობის გაუმჯობესებაზე ორიენტირებული წამახალისებელი პროგრამების/ღონისძიებების იდენტიფიცირება და სამუშაო გეგმის შემუშავება.

ქვე-ამოცანა 6.1.3: თანამშრომელთა ჩართულობის დონის გაზრდა

აქტივობა 1: შიდა ორგანიზაციული კვლევის ჩატარება თანამშრომელთა ჩართულობისა და მათი სამუშაო კმაყოფილების დადგენის მიზნით.

აქტივობა 2: ორგანიზაციის ფასეულობებსა და მისი გაზიარებაზე ორიენტირებული ღონისძიებების იდენტიფიცირება და სამოქმედო გეგმის შემუშავება.

აქტივობა 3: ორგანიზაციაში მიმდინარე მოვლენებზე, პროექტებსა და ცვლილებებზე თანამშრომელთა ინფორმირების მიზნით, შესაბამისი აქტივობების დაგეგმვა და განხორციელება.

აქტივობა 4: ჯანსაღი და პოზიტიური ინტერპერსონალური ურთიერთობის წახალისებისთვის სხვადასხვა აქტივობის იდენტიფიცირება და სამოქმედო გეგმის შემუშავება.

ამოცანა 6.2: საუკეთესო პრაქტიკაზე დაფუძნებული ეფექტიანი და ქვალითი პოლიტიკების, საზოგადოებრივი პროცესების და სისტემების შექმნა და მათი მუდმივი განვითარება

ქვე-ამოცანა 6.2.1: კომუნიკაციების კომისიის საქმიანობის ხარისხის კონტროლის, შედეგების შეფასებისა და გაზომვის ინსტიტუციური სისტემის მუდმივი გაუმჯობესება და ეფექტიანობის ამაღლება.

აქტივობა 1: კომუნიკაციების კომისიის სტრუქტურული, ფუნქციონალური და სამუშაო პროცესების გაუმჯობესება მათი ოპტიმიზაციის და ავტომატიზაციის გზით.

აქტივობა 2: კომუნიკაციების კომისიის ინფორმაციული უსაფრთხოებისთვის საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისი პოლიტიკისა და პროცედურების შემუშავება.

აქტივობა 3: კომუნიკაციების კომისიაში დანერგილი საქმიანობის ხარისხის სისტემის რეგულარული მონიტორინგი და სასერტიფიკაციო აუდიტის განხორციელება.

ქვე-ამოცანა 6.2.2: კომუნიკაციების კომისიის წინაშე დასახული ამოცანების ეფექტურად შესრულებისთვის საჭირო ტექნიკური გაუმჯობესებების განხორციელება.

აქტივობა 1: კომუნიკაციების კომისიის უფლებამოსილების ფარგლებში ჩატარებული მონიტორინგის პროცესის გაუმჯობესებისთვის, შესაბამისი პროგრამული გადაწყვეტების შემუშავება და განვითარება.

აქტივობა 2: თანამშრომელთა ინფორმირების და ცოდნის გაზიარების პლატფორმის შემუშავება და განვითარება.

ამოცანა 6.3: კომუნიკაციების კომისიის როლისა და დანიშნულების/მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლება და განმტკიცება როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე საერთაშორისო ასპარეზზე

ქვე-ამოცანა 6.3.1: სატელეკომუნიკაციო და მედია მომსახურებების დარგში მიმდინარე ტენდენციებისა და გამოწვევების შესახებ, დაინტერესებული მხარეების სწორი, ოპერატიული და ეფექტიანი ინფორმირება.

აქტივობა 1: კომუნიკაციების კომისიის მომავალი წლის სტრატეგიული საკომუნიკაციო პროდუქტების განსაზღვრა და კამპანიების გეგმის მომზადება.

აქტივობა 2: კომუნიკაციების კომისიის პროექტებისა და აქტივობების შესახებ საზოგადოების ინფორმირებისთვის საკომუნიკაციო პროდუქტების მომზადება და პროაქტიული გამოქვეყნება შესაბამის საკომუნიკაციო არხებზე.

აქტივობა 3: კომუნიკაციების კომისიის პროექტებისა და საქმიანობის შესახებ, დაინტერესებულ მხარეებთან (რეგულირების ქვეშ შემავალი კომპანიები, სამთავრობო, არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციები) საინფორმაციო შეხვედრების ორგანიზება და ინფორმაციის მიწოდება.

ქვე-ამოცანა 6.3.2: საერთაშორისო სატელეკომუნიკაციო დარგში ინოვაციური სიახლეების და ტენდენციების შესახებ, დაინტერესებული მხარეების ინფორმირება.

აქტივობა 1: სატელეკომუნიკაციო დარგში არსებულ ინოვაციურ ტექნოლოგიებზე, სერვისებსა და მათ სარგებელზე ქვეყნის განვითარებაში, საერთაშორისო გამოცდილებისა და პრაქტიკის შესწავლაზე დაფუძნებით, საკომუნიკაციო პროდუქტების შექმნა და შესაბამისი არხებით გავრცელება.

ქვე-ამოცანა 6.3.3: საერთაშორისო არენაზე კომუნიკაციების კომისიის პოზიციების განმტკიცება და საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკისა და ექსპერტიზის საქართველოს ბაზარზე დამკვიდრება.

აქტივობა 1: საერთაშორისო ორგანიზაციებში განვითარება და მათ სამუშაო ჯგუფებში აქტიური ჩართულობა.

აქტივობა 2: საკვანძო საერთაშორისო ღონისძიებებში კომუნიკაციების კომისიის თანამშრომლების და წევრების მონაწილეობა, მათ შორის პანელისტებად.

სტრატეგიული მიზანი 6	ვადა და ინდიკატორი
ორგანიზაციის სტრატეგიულ მიზნებზე და სტრუქტურული ერთეულების წინაშე მდგარ ამოცანებზე დაყრდნობით, თანამშრომელთა პროფესიული განვითარების საჭიროებების დადგენა	ყოველი წლის III კვარტალი
პროფესიული განვითარების საჭიროებებზე დაყრდნობით, თანამშრომელთა პროფესიული განვითარების გეგმის შემუშავება	ყოველი წლის IV კვარტალი
პროფესიული განვითარების ეფექტიანობის შეფასება თანამშრომელთა მიერ შესრულებული სამუშაოს შედეგებისა და ხელმძღვანელების/თანამშრომლების უკუკავშირის საფუძველზე	ყოველი წლის I და III კვარტლები
სწავლასა და ცოდნის გაზიარებაზე ორიენტირებული კორპორატიული კულტურის დანერგვისთვის შიდა სასწავლო ღონისძიებების იდენტიფიცირება და განხორციელება	ყოველი წლის I კვარტალი
სამართლიანი სამოტივაციო პოლიტიკის რევიზია პროფესიონალი თანამშრომლების შენარჩუნებისთვის	2026 წლის II კვარტალი
შრომითი ეფექტიანობის ზრდის მიზნით, შესრულებული სამუშაოს მართვის სისტემის რევიზია და საჭიროების შემთხვევაში შესაბამისი ცვლილებების განხორციელება	2025 წლის I კვარტალი
თანამშრომელთა სამუშაოსთან დაკავშირებული სტრესის შემცირებასა და პროდუქტიულობის გაუმჯობესებაზე ორიენტირებული წამახალისებელი პროგრამების/ღონისძიებების იდენტიფიცირება და სამუშაო გეგმის შემუშავება	ყოველი წლის I კვარტალი
შიდა ორგანიზაციული კვლევის ჩატარება თანამშრომელთა ჩართულობისა და მათი სამუშაო კმაყოფილების დადგენის მიზნით	2025 წლის III კვარტალი
ორგანიზაციის ფასეულობებისა და მისიის გაზიარებაზე ორიენტირებული ღონისძიებების იდენტიფიცირება და სამოქმედო გეგმის შემუშავება	ყოველი წლის IV კვარტალი

ორგანიზაციაში მიმდინარე მოვლენებზე, პროექტებსა და ცვლილებებზე თანამშრომელთა ინფორმირების მიზნით, შესაბამისი აქტივობების დაგეგმვა და განხორციელება	6 თვეში ერთხელ ყველა თანამშრომლისთვის
ჯანსაღი და პოზიტიური ინტერპერსონალური ურთიერთობის წახალისებისთვის სხვადასხვა აქტივობების იდენტიფიცირება და სამოქმედო გეგმის შემუშავება	ყოველი წლის IV კვარტალი
კომუნიკაციების კომისიის სტრუქტურული, ფუნქციონალური და სამუშაო პროცესების გაუმჯობესება მათი ოპტიმიზაციის და ავტომატიზაციის გზით	ყოველი წლის II და IV კვარტლები
კომუნიკაციების კომისიის ინფორმაციული უსაფრთხოებისთვის საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისი პოლიტიკისა და პროცედურების შემუშავება	2025 წლის IV კვარტალი
კომუნიკაციების კომისიაში დანერგული ხარისხის სისტემის რეგულარული მონიტორინგი და სასერტიფიკაციო აუდიტის განხორციელება	ყოველი წლის IV კვარტალი
კომუნიკაციების კომისიის უფლებამოსილების ფარგლებში ჩატარებული მონიტორინგის პროცესის გაუმჯობესებისთვის შესაბამისი პროგრამული გადაწყვეტების შემუშავება და განვითარება	2026 წლის IV კვარტალი
თანამშრომელთა ინფორმირების და ცოდნის გაზიარების პლატფორმის შემუშავება	2024 წლის III კვარტალი
კომუნიკაციების კომისიის მომავალი წლის სტრატეგიული საკომუნიკაციო პროდუქტების განსაზღვრა და კამპანიების გეგმის მომზადება	ყოველი წლის IV კვარტალი
კომუნიკაციების კომისიის პროექტებისა და აქტივობების შესახებ საზოგადოების ინფორმირებისთვის საკომუნიკაციო პროდუქტების მომზადება და პროაქტიული გამოქვეყნება შესაბამის საკომუნიკაციო არხებზე	2026 წლისთვის ბოლოს საზოგადოებაში ცნობადობა გაზრდილია 15%-ით
კომუნიკაციების კომისიის პროექტებისა და საქმიანობის შესახებ, დაინტერესებულ მხარეებთან (რეგულირების ქვეშ შემავალი კომპანიები, სამთავრობო, არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციები) საინფორმაციო შეხვედრების ორგანიზება და ინფორმაციის მიწოდება	ყველა სტრატეგიულ პროექტზე/საკითხზე ინფორმაცია მიწოდებულია ყველა დაინტერესებული მხარისთვის
სატელეკომუნიკაციო დარგში არსებულ ინოვაციურ ტექნოლოგიებზე, სერვისებსა და მათ სარგებელზე ქვეყნის განვითარებაში, საერთაშორისო გამოცდილებასა და პრაქტიკის შესწავლაზე დაფუძნებით, საკომუნიკაციო პროდუქტების შექმნა და შესაბამისი არხებით გავრცელება	2026 წლის ბოლოს ინფორმაცია მიწოდებულია და გაეცნო 1 500 000 ადამიანი
საერთაშორისო ორგანიზაციებში განხვედრება და მათ სამუშაო ჯგუფებში აქტიური ჩართულობა	2025 წლის IV კვარტალი კომისია არის BEREC-ის, ERGA-ს და შესაბამისი ჯგუფების წევრი
საკვანძო საერთაშორისო ღონისძიებებში კომუნიკაციების კომისიის თანამშრომლების და წევრების მონაწილეობა, მათ შორის პანელისტებად	2026 წლის ბოლოს კომისია წარმოდგენილი იყო პანელისტად მინიმუმ 5 საკვანძო ღონისძიებაზე

სტრატეგიის ბიუჯეტი, მისი შესრულების მონიტორინგი და შეფასება

კომუნიკაციების კომისია 3 წლიანი სტრატეგიული გეგმით დასახული მიზნებისა და ამოცანების მიღწევისთვის განსაზღვრულ აქტივობებს დააფინანსებს კომუნიკაციების კომისიის ბიუჯეტიდან.

სტრატეგიით განსაზღვრული აქტივობების შეფასება და მონიტორინგი განხორციელდება 6 თვეში ერთხელ, თანამშრომელთა მიერ შესრულებული სამუშაოს შეფასების ფარგლებში. ასევე, ყოველწლიურად მოხდება კომუნიკაციების კომისიის სტრატეგიული მიზნების, ამოცანების, ქვე-ამოცანების, აქტივობებისა და შესრულების ინდიკატორების გადახედვა და საჭიროებისამებრ მათი კორექტირება.