



# საქართველოს სახალხო დამცველის აპარატის საკომუნიკაციო სტრატეგია საბოლოო სამუშაო ვერსია

წინამდებარე დოკუმენტზე მუშაობა შესამღებელი გახდა ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული პროექტის „დისკრიმინაციის ყველა ფორმის წინააღმდეგ ბრძოლა საქართველოში“ ფინანსური მხარდაჭერის შედეგად. სტრატეგია მომზადებულია პიარისა და მარკეტინგული კომუნიკაციების კომპანია „ჯეპრას“ მიერ. მის შინაარსზე პასუხისმგებელია „ჯეპრა“. ანგარიშში გამოთქმული მოსაზრებები შეიძლება არ ემთხვეოდეს ევროკავშირის პოზიციას.



# შინაარსი

შესავალი.....	2
სტრატეგიული ქოლგა .....	4
ფასეულობები .....	4
საკომუნიკაციო ხედვა .....	5
საკომუნიკაციო მისია .....	5
სტრატეგიული მიზნები და ამოცანები .....	6
რეკომენდაციები .....	8
სტრუქტურული რეორგანიზაცია .....	8
კომუნიკაციის ახლებური პრინციპები.....	12
შიდა კომუნიკაცია .....	13
ვებგვერდი .....	13
სოციალური მედია.....	14
საინფორმაციო მასალები .....	15
შეფასებისა და ანგარიშების მექანიზმები .....	16
შეფასების ანგარიშების პროცედურა.....	17

# შესავალი

წინამდებარე დოკუმენტი წარმოადგენს საქართველოს სახალხო დამცველის აპარატის საკომუნიკაციო სტრატეგიის საბოლოო სამუშაო ვერსიას, რომელიც მომზადდა პიარისა და მარკეტინგული კომუნიკაციების კომპანია „ჯეპრას“ მიერ, ევროკავშირის დაფინანსებული პროექტის „დისკრიმინაციის ყველა ფორმის წინააღმდეგ ბრძოლა საქართველოში“ მხარდაჭერის ფარგლებში. სტრატეგიის შემუშავებაში ჩართულები იყვნენ უწყების ხელმძღვანელობა, აპარატის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრუქტურული ერთეულის წარმომადგენლები და კომუნიკაციის პროცესის მონაწილე სხვა თანამშრომლები. დოკუმენტი მოიცავს არსებული მდგომარეობის მოკლე მიმოხილვას, აპარატის კომუნიკაციის სტრატეგიულ ქოლგას და კონკრეტულ რეკომენდაციებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის წარმოების კუთხით.

„საქართველოს სახალხო დამცველი“ არის კონსტიტუციური ინსტიტუტი, რომელიც ზედამხედველობს საქართველოს ტერიტორიისა და მისი იურისდიქციის ფარგლებში ადამიანის უფლებათა და თავისუფლებათა დაცვას. იგი ავლენს ადამიანის უფლებათა და თავისუფლებათა დარღვევის ფაქტებს და ხელს უწყობს დარღვეული უფლებებისა და თავისუფლებების აღდგენას. საქართველოს სახალხო დამცველი მის საქმიანობაში დამოუკიდებელია და ზედამხედველობს სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოებს, ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებს, საჯარო დაწესებულებებსა და თანამდებობის პირებს.

ამავდროულად, იგი სწავლობს ადამიანის უფლებათა და თავისუფლებათა დარღვევის ფაქტებს როგორც მიღებული განცხადებების საფუძველზე, ისე საკუთარი ინიციატივით. შესაბამისად, მოცემული დოკუმენტი ასახავს აპარატის, როგორც ინსტიტუტის და ამასთან, ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლების დაცვის სფეროს საზოგადოებასთან ურთიერთობის არსებულ მდგომარეობას.

საკომუნიკაციო სტრატეგიის შემუშავება რამდენიმე ეტაპად განხორციელდა. საწყის ეტაპზე მოხდა სიტუაციის ანალიზი და არსებული მდგომარეობის განსაზღვრა. ამ დროს ჩატარდა სატელეფონო გამოკითხვა მთელი საქართველოს

მასშტაბით<sup>1</sup>, განხორციელდა მაღალი და საშუალო რგოლის მენეჯმენტის, ასევე გარე სტეიკჰოლდერი ორგანიზაციების წარმომადგენლების ინტერვიუება და დოკუმენტაციის ანალიზი, რომლის საფუძველზეც მომზადდა შეფასებითი ანგარიში. მეორე ეტაპზე კი ჩატარდა სტრატეგიული დაგეგმვის სამუშაო შეხვედრა სახალხო დამცველის აპარატის თანამშრომლების მონაწილეობით, სადაც განისაზღვრა სტრატეგიის ძირითადი კომპონენტები.

მოცემული სტრატეგია სამწლიანია და მოიცავს პერიოდს 2019 წლის ბოლომდე.

---

<sup>1</sup> სახალხო დამცველის აპარატისა და მის მიმართ არსებული დამოკიდებულების იდენტიფიკაციისათვის, 2016 წლის დეკემბერში ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა - სტრუქტურული ინტერვიუ CATI-ს მეთოდის და შემთხვევითი პროცედურა RDD მეთოდის გამოყენებით. კვლევისათვის შეადგინეს ინტერვიუს ანკეტა, რომელიც ძირითადად ე.წ. „დახურულ კითხვებს“ მოიცავდა, პასუხები იყო 2 ტიპის - შეხსენებითი და სპონტანური. გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 800-მა რესპონდენტმა 6 დიდი ქალაქიდან (თბილისი, ქუთაისი, ბათუმი, რუსთავი, ზუგდიდი, გორი).

# სტრატეგიული ქოლგა

## ფასეულობები

საქართველოს სახალხო დამცველი საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროცესში, გარე და შიდა აუდიტორიასთან კომუნიკაციის დროს ეყრდნობა შემდეგ ძირითად ფასეულობებს, რასაც იზიარებენ აპარატის თანამშრომლებიც:

- **გამჭვირვალობა** - სახალხო დამცველის და აპარატის საქმიანობისადმი ნდობის უპირობო საფუძველი გამჭვირვალე კომუნიკაცია და თანამშრომლობისთვის ღიაობაა, რაც საჯარო მმართველობის ეფექტიანად განხორციელების მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტებია
- **პროფესიონალიზმი** - სახალხო დამცველის აპარატი დაკომპლექტებულია საქმისადმი ერთგული, შედეგზე ორიენტირებული, პასუხისმგებლიანი, გაწონასწორებული და თავდაჯერებული, კვალიფიციური გუნდით, შესაბამისად ორგანიზაციის ყველა აქტივობა და საქმიანობა პროფესიონალიზმის ნიშნით ჩნდება აუდიტორიაში.
- **პროაქტიულობა** - სამიზნე ჯგუფებთან და დაინტერესებულ მხარეებთან კომუნიკაციის ინიცირება, მათი მაქსიმალური ინფორმირება და პიარის სხვადასხვა ინსტრუმენტის კომპლექსურად გამოყენება, წარმატებისა და ნდობის გაღრმავების მნიშვნელოვანი წინაპირობაა.
- **გუნდურობა** - კომუნიკაციაზე პასუხისმგებელი გუნდის, ასევე საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროცესში ჩართული თანამშრომლობის კოორდინირებული, შეთანხმებული და დაბალანსებული საქმიანობა მოსახლეობასთან ეფექტიან კომუნიკაციას და კამპანიების წარმატებულად მართვას მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს.
- **გულისხმიერება** - სამიზნე აუდიტორიასთან გულისხმიერი დამოკიდებულება, მათი პრობლემებისა და გამოწვევებისადმი თანაზიარობა, კომუნიკაციაში ამ პრინციპის ხაზგასმა, აუცილებელი პირობაა ნდობისა და კეთილგანწყობის ფორმირებისათვის.
- **თანასწორობა** - საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრაქტიკა საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფების ინტერესებზე უნდა იყოს მორგებული, სადაც ყველას უფლება მაქსიმალურად იქნება დაცული, ხოლო თავისებურება - გათვალისწინებული.

## საკომუნიკაციო ხედვა

საქართველოს სახალხო დამცველის აპარატის საკომუნიკაციო სტრატეგიის მთავარ საფუძველს და ერთგვარ იდეალურ მიზანს წარმოადგენს საკომუნიკაციო ხედვა, რომელიც შემდეგი სახით არის ფორმულირებული:

*2020 წლისთვის საქართველოს სახალხო დამცველი იქნება მაღალი საქმიანი რეპუტაციის მქონე, ღირებულებებისადმი ერთგული, პროფესიონალების ერთიანი გუნდით დაკომპლექტებული ავტორიტეტული საჯარო ინსტიტუტი, რომელიც ქვეყნის შიგნით შექმნის დღის წესრიგს ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლების დაცვის სფეროში, ქვეყნის გარეთ კი წარმოჩინდება აზრის ლიდერად, როგორც თანამედროვე ევროპული სტანდარტებით მომუშავე გამოცდილი უწყება.*

*ამასთან, აპარატი იქნება დაინტერესებული მხარეებისთვის სანდო პარტნიორი, თანამშრომლობის ინსტიტუციური მექანიზმებით, მედიისთვის - ობიექტური ინფორმაციის მიღების წყარო, ხოლო თანამშრომლებისთვის - პროფესიულად კომფორტული სამუშაო სივრცე.*

## საკომუნიკაციო მისია

საქართველოს სახალხო დამცველი ერთის მხრივ წარმოადგენს საკუთარ თავს, ხოლო მეორეს მხრივ, როგორც ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლების დაცვის მთავარი მაკოორდინებელი ორგანო, მთლიანად სფეროს სახეა. შესაბამისად მას აკისრია გამორჩეული მისია საზოგადოებასთან ურთიერთობის კუთხითაც:

*საქართველოს სახალხო დამცველის აპარატის მისიაა საზოგადოებაში ადამიანის უფლებების დაცვის მიმართულებით ცნობიერების ამაღლების ხელშეწყობა და უფლებების დაცვის ეფექტიანი ზედამხედველობა ქვეყანაში სამართლიანი გარემოს ფორმირებისა და ადამიანის უფლებების დაცვის მაღალი სტანდარტების დამკვიდრების მიზნით.*

# სტრატეგიული მიზნები და ამოცანები

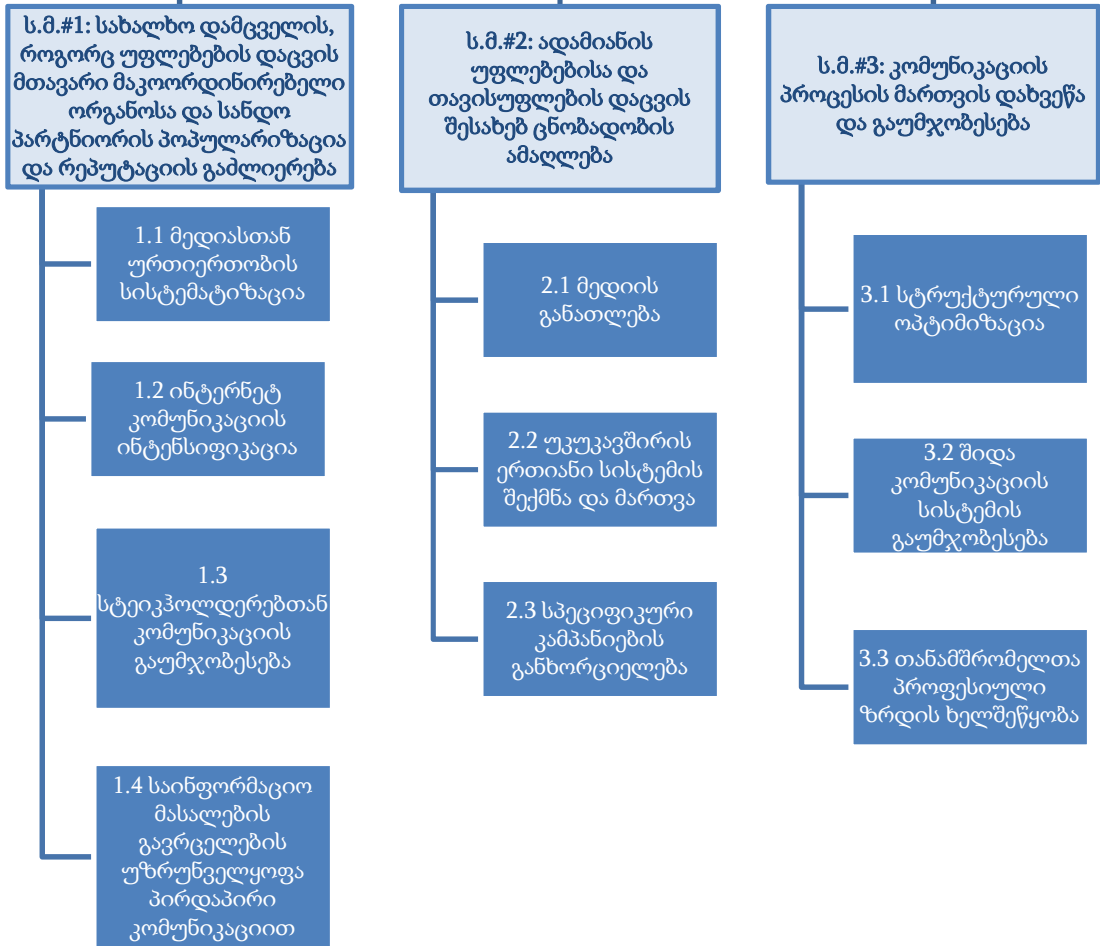
მოცემული ხედვის მიღწევის, ასევე სახალხო დამცველის საქმიანობის საკომუნიკაციო მხარდაჭერისთვის, განისაზღვრა შემდეგი სახის სტრატეგიული მიზნები, რის საფუძველზეც მოხდება კონკრეტული ამოცანების იდენტიფიკაცია და სამოქმედო გეგმის შემუშავება:

1. სახალხო დამცველის, როგორც უფლებების დაცვის მთავარი მაკორდინირებელი ორგანოსა და სანდო პარტნიორის პოპულარიზაცია და რეპუტაციის გაძლიერება
2. ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლების დაცვის შესახებ ცნობადობის ამაღლება
3. კომუნიკაციის პროცესის მართვის დახვეწა და გაუმჯობესება

თითოეული მიზნის რეალიზაციისთვის საჭირო იქნება სპეციფიკური ამოცანების განხორციელება და კონკრეტული აქტივობების შესრულება, რაც იქნება სამოქმედო გეგმის საფუძველი. ქვემოთ მოცემული ამოცანები გაერთიანდება სტრატეგიული მიზნების ქვეშ და კომუნიკაციის სტრატეგიული ჩარჩოც შემდეგი ფორმით ჩამოყალიბდება:

2020 წლისთვის საქართველოს სახალხო დამცველი იქნება მაღალი საქმიანი რეპუტაციის მქონე, ღირებულებებისადმი ერთგული, პროფესიონალების ერთიანი გუნდით დაკომპლექტებული ავტორიტეტული საჯარო ინსტიტუტი, რომელიც ქვეყნის შიგნით შექმნის დღის წესრიგს ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლების დაცვის სფეროში, ქვეყნის გარეთ კი წარმოიხინდება აზრის ლიდერად, როგორც თანამედროვე ევროპული სტანდარტებით მომუშავე გამოცდილი უწყება.

საქართველოს სახალხო დამცველის აპარატის მისიაა საზოგადოებაში ადამიანის უფლებების დაცვის მიმართულებით ცნობიერების ამაღლების ხელშეწყობა და უფლებების დაცვის ეფექტიანი ზედამხედველობა ქვეყანაში სამართლიანი გარემოს ფორმირებისა და ადამიანის უფლებების დაცვის მაღალი სტანდარტების დამკვიდრების მიზნით.





# რეკომენდაციები

მოცემული საკომუნიკაციო სტრატეგიის ეფექტიანად შესრულებისა და როგორც აპარატის, ასევე მთლიანად სისტემის საზოგადოების ურთიერთობის პროცესის ეფექტიანობის გაზრდის მიზნით, რაც საბოლოო ჯამში სახალხო დამცველის აპარატის საქმიანობის განვითარებასაც შეუწყობს ხელს, საჭირო იქნება საქმიანობის სპეციფიკური მიმართულებების დანერგვა და მართვის კუთხით ისეთი ცვლილებების განხორციელება, როგორცაა:

- სტრუქტურული რეორგანიზაცია
- კომუნიკაციის ახლებური პრინციპების დანერგვა
- მედიასთან ურთიერთობა
- შიდა კომუნიკაცია
- ვებგვერდი
- სოციალური მედია
- საინფორმაციო მასალები
- კომუნიკაციის მართვა - ანგარიშგებისა და შეფასების მექანიზმები

## სტრუქტურული რეორგანიზაცია

სტრატეგიაში და მისგან გამომდინარე სამოქმედო გეგმაში საკმაოდ მასშტაბური ღონისძიებები და პროექტებია გათვალისწინებული, რასაც მართვისა და კოორდინაციის მხრივ შესაბამისი რესურსების გამოყოფა სჭირდება, როგორც ფინანსური, ასევე ადამიანური რესურსის კუთხით. ამასთან, სტრატეგიის განხორციელების პირველი წელი უნდა იყოს მოსამზადებელი და სპეციფიკური პროექტების/ კამპანიების დაწყების პერიოდი, რაც გულისხმობს შემდგომ წლებში მეტად გააქტიურებას. შესაბამისად, აპარატი მზად უნდა იყოს ამისთვის, რადგან საინფორმაციო სივრცეში გააქტიურება ავტომატურად გამოიწვევს მედიის, სოციალური ქსელების აქტიური მომხმარებლებისა და სხვა დაინტერესებული პირების მხრიდან ყურადღების გაძლიერებას, რაც რეაგირების კუთხით დამატებით ძალისხმევას მოითხოვს.

მნიშვნელოვანი იქნება აპარატში საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრუქტურული ერთეულის ფორმირება, რომელსაც ეყოლება ხელმძღვანელი,

ანგარიშვალდებული სახალხო დამცველთან და მის პირველ მოადგილესთან. საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრუქტურულ ერთეულში უნდა შეიქმნას საზოგადოებასთან ურთიერთობაზე პასუხისმგებელი სამუშაო ჯგუფი, სადაც მოხდება ფუნქციური გადანაწილება და გუნდის წევრების პასუხისმგებლობის მკაფიო გამიჯვნა.

კომუნიკაციის სისტემატიზირებული პროცესი ხელს შეუწყობს მედიასთან ურთიერთობისა და ინტერნეტკომუნიკაციის გაუმჯობესებას, ასევე იმ მიმართულებების გაძლიერებას, რომლებიც სამოქმედო გეგმაშია განსაზღვრული.

ამასთან, კონკრეტული აქტივობების, საკომუნიკაციო პროექტების თუ კამპანიების განხორციელებისთვის, შესაძლებელი იქნება გარე ადამიანური რესურსების მობილიზაცია, ან სერვისის მიმწოდებელი ორგანიზაციის დაქირავება, რომელიც პიარისა და მარკეტინგული კომუნიკაციის მომსახურებას მიაწვდის სააგენტოს და კოორდინაციას გაუწევს კომუნიკაციის პროცესს საქართველოს სახალხო დამცველის აპარატის საზოგადოებასთან ურთიერთობის გუნდთან ერთად.

სრულფასოვანი კომუნიკაციის განხორციელებისათვის, აუცილებელი იქნება შიდა ან მოზიდული რესურსის გამოყენებით, შემდეგი ფუნქციების შესრულება:

მიმართულება	ფუნქციები
<p><b>სტრატეგიული მართვა</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• საკომუნიკაციო სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შესრულების კოორდინაცია</li> <li>• საქმიანობის დაგეგმვა და კამპანიების მართვა</li> <li>• პიარის წლიური ბიუჯეტის შედგენა</li> <li>• საზოგადოებასთან ურთიერთობის გუნდის მართვა</li> <li>• ანგარიშგება სახალხო დამცველთან და მის პირველ მოადგილესთან</li> </ul>
<p><b>მედიასთან ურთიერთობა</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• მედიაბაზის შედგენა და მუდმივი განახლება</li> <li>• მედიაკიტის მომზადება და მუდმივი განახლება</li> <li>• მედია მასალების მომზადება და გავრცელება</li> <li>• მედიალონისძიებების დაგეგმვა და</li> </ul>

	<p>კოორდინაცია</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• პასუხები მედიას და ინტერვიუების ორგანიზება</li> <li>• სიახლეების იდენტიფიკაცია და მედიასთან პროაქტიული მუშაობის წარმოება</li> <li>• ანგარიშგება საზოგადოების ურთიერთობის ერთეულის უფროსთან</li> </ul>
<b>ინტერნეტ კომუნიკაციის მართვა</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ვებგვერდის მართვა (სტრატეგიული განვითარება, სიახლეების განთავსება)</li> <li>• ვებგვერდის მონიტორინგი და რეპორტიინგი</li> <li>• სოციალური ქსელებით კომუნიკაციის წარმოება</li> <li>• სოციალური მედიის მონიტორინგი და რეპორტიინგი</li> <li>• ინტერნეტრეკლამის მართვა</li> <li>• ანგარიშგება საზოგადოების ურთიერთობის ერთეულის უფროსთან</li> </ul>
<b>შიდა კომუნიკაციის წარმოება</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• შიდა მოხმარების სიახლეების და მონაცემების შეგროვება</li> <li>• შიდა კომუნიკაციის სისტემის მართვა (ელ.ფოსტა, ინტრანეტი, facebook ჯგუფი)</li> <li>• ანგარიშგება საზოგადოების ურთიერთობის ერთეულის უფროსთან</li> </ul>
<b>ღონისძიებების მართვა</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• სპეციალური ღონისძიებების დაგეგმვა და ჩატარება</li> <li>• საინფორმაციო შეხვედრებისა და პრეზენტაციების ორგანიზება</li> <li>• გასვლითი შეხვედრებისა და ღონისძიებების დაგეგმვა და მართვა</li> <li>• მესამე მხარეების და მომწოდებლების კოორდინაცია</li> <li>• ანგარიშგება საზოგადოების ურთიერთობის ერთეულის უფროსთან</li> </ul>
<b>კონტენტის მენეჯმენტი</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• მესიჯების ფორმირება და არსებულ სიახლეებზე ტექსტების მომზადება/დარედაქტირება</li> <li>• საინფორმაციო მასალების (შიდა</li> </ul>

	<p>მოხმარების სიახლეები, მედიამასალა, საბეჭდი მასალა) კორექტურა</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ანგარიშების მომზადება (კონტენტის შეგროვება, რედაქტირება/კორექტურა, დიზაინერთან კოორდინირებული მუშაობა)</li> <li>• ანგარიშგება საზოგადოების ურთიერთობის ერთეულის უფროსთან</li> </ul>
<b>ვიზუალური დიზაინი</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• სოციალური მედიის ვიზუალური კონტენტის შექმნა</li> <li>• მედიამასალის ვიზუალის მომზადება</li> <li>• საინფორმაციო მასალების (პოსტერი, ტრიპლეტი, ფლაერი და ა.შ.) მომზადება</li> <li>• ანგარიშების მომზადება</li> <li>• ანგარიშგება საზოგადოების ურთიერთობის ერთეულის უფროსთან</li> </ul>
<b>ფოტო და ვიდეო არქივაცია</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ვიდეოგადაღება და მონტაჟი</li> <li>• ფოტოგადაღება და ფოტოების დამუშავება</li> <li>• ფოტო და ვიდეო მასალების არქივაცია</li> <li>• ანგარიშგება საზოგადოების ურთიერთობის ერთეულის უფროსთან</li> </ul>

## კომუნიკაციის ახლებური პრინციპები

იმისათვის, რომ მოხდეს საქართველოს სახალხო დამცველის სიახლეების, საინფორმაციო სივრცეში წინ წამოწევა და აუდიტორიის მხრიდან მისი დამახსოვრება, პირველ რიგში, მნიშვნელოვანია კომუნიკაციისადმი კამპანიური მიდგომის გამოყენება. ეს უზრუნველყოფს უწყების საქმიანობის შესახებ სამიზნე აუდიტორიის ინფორმირებას და მისი რეპუტაციის გაძლიერებას. სააგენტოსთვის აქტუალურ საკითხებსა და თემებზე, უნდა მომზადდეს სპეციალური საკომუნიკაციო პროექტები, კამპანიები, რომლებიც რამდენიმე აქტივობისა და სხვადასხვა ინსტრუმენტის კომპლექსური გამოყენებისაგან იქნება შემდგარი, რომელსაც ექნება საწყისი და საბოლოო, ასევე ინტენსიური და შედარებით მშვიდი აქტივაციის ფაზები. ასეთი მიდგომა და ერთი და იმავე გზავნილის გარკვეული პერიოდის განმავლობაში, სხვადასხვა არხით აუდიტორიისთვის მიწოდება, მეტი ეფექტის მომცემი იქნება.

ამასთან, მნიშვნელოვანია განსხვავებულ სამიზნე ჯგუფებთან, განსხვავებული საკომუნიკაციო საშუალების გამოყენებაც. მეტად გაცნობიერებული ჯგუფები, როგორცაა ადგილობრივ და საერთაშორისო დონეზე მხარდამჭერები (არასამთავრობო ორგანიზაციები, საერთაშორისო არასამთავრობო და დონორი ორგანიზაციები, პარლამენტი და ა.შ.) უფრო მეტ დიალოგს და ჩაღრმავებულ კომუნიკაციას მოითხოვენ. ხოლო, ნაკლებად გაცნობიერებული ჯგუფები, როგორცაა მედია და ფართო მოსახლეობა, უფრო პროაქტიულ მიდგომას საჭიროებენ, სადაც აპარატი უფრო მეტად აქტიური იქნება და მოახდენს კომუნიკაციის ინიცირებას.

## შიდა კომუნიკაცია

შიდა კომუნიკაცია გულისხმობს როგორც თანამშრომლების ინფორმირებულობის ამაღლებას სახალხო დამცველის აპარატის საქმიანობისა და აქტივობების შესახებ, ასევე სამსახურის მიმართ ლოიალურობის გაზრდას და ერთიან გუნდად ფორმირებას. ორივე მიმართულებით კომუნიკაციის გაუმჯობესებისთვის საჭიროა შემდეგი ქმედებების განხორციელება:

ინფორმირებულობის გაზრდა	ლოიალურობის გაზრდა
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook სამუშაო ჯგუფის აქტიური გამოყენება</li> <li>• ყოველკვირეული თათბირების სისტემა</li> <li>• რეგიონული დეპარტამენტის ყოველკვირეული თათბირები რეგიონულ წარმომადგენლობებთან</li> <li>• გაფართოებული თათბირი სათაო ოფისში</li> <li>• ყოველდღიური მედიადაიჯესტი</li> <li>• ანგარიშები</li> <li>• ღონისძიებების წლიური კალენდარი</li> <li>• სახალხო დამცველის მიერ ინიცირებულ საინფორმაციო კამპანიებში ჩართულობის გაზრდა - პროექტის გეგმის გაცნობა, პოსტერების გაკვრა წარმომადგენლობებში</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• სახალხო დამცველის შეხვედრები რეგიონულ წარმომადგენლობებთან (წინასწარ გაწერილი კალენდრის მიხედვით)</li> <li>• შიდა ტრენინგები</li> <li>• საინფორმაციო ფილმი (სახალხო დამცველის როლი ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლებათა დაცვის სფეროში)</li> <li>• ოფისის გარეთ საქმიანობის შესახებ ინფორმაციის ელ-ფოსტაზე მიწოდება</li> <li>• დაბადების დღეების ბაზის შექმნა და პირადი მილოცვა სახალხო დამცველისგან (სატელეფონო შეტყობინება, Facebook სამუშაო ჯგუფში თანამშრომლის პროფილის შექმნა და წარდგენა)</li> <li>• წახალისების პროგრამა - მაღლობის სიგელები გაწეული შრომისთვის</li> <li>• კორპორაციული წვეულება</li> <li>• თიმბილდინგი</li> </ul>

## ვებგვერდი

არსებული ვებგვერდი საჭიროებს დახვეწას როგორც ვიზუალურად, ასევე სტრუქტურულად. რეკომენდებულია შეიქმნას ვებგვერდის ტექნიკური დავალება, რომლის ფარგლებშიც მოხდება ახალი ვიზუალის, სტრუქტურული ხის და მისი შემადგენლების განსაზღვრა.

სასურველია შემდეგი ტიპის ცვლილებების განხორციელება:

- ვებგვერდის ვიზუალი უნდა შემუშავდეს სახალხო დამცველის ლოგოს რედიზაინისა და ბრენდბუქის დასრულების შემდეგ და ის უნდა აკმაყოფილებდეს ლოგოს და საფირმო სტილის მოთხოვნებს
- ვებგვერდს უნდა დაემატოს აქტივობების კალენდარი, რომელიც დაგეგმილ ღონისძიებებსა და დღესასწაულებს დაანონსებს
- ვებგვერდზე ინტერაქტიულობის გაზრდისთვის, მომსახურების გამარტივებისა და კონფიდენციალურობის მაღალი ხარისხის შესანარჩუნებლად, შესაძლებელია განთავსდეს ვებგვერდზე „ონლაინ საჩივრის ფორმა“
- ვებგვერდმა უნდა იტვირთოს ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლებათა დაცვის მიმართულებით საგანმანათლებლო ფუნქცია და შეიქმნას რჩევებისა და რეკომენდაციების ბლოკი
- ვებგვერდს უნდა დაემატოს ხშირად დასმული კითხვების განყოფილება
- უნდა შეიქმნას ვებსაიტის მობილური ვერსია და მოხდეს მისი პრომოუშენი შესაბამის აუდიტორიაში

## სოციალური მედია

მნიშვნელოვანია სოციალური მედიის არხების ერთი ქოლგის ქვეშ განხილვა, სადაც პლატფორმის ძირითადი არხის ფუნქციას Facebook მოწონების გვერდი შეასრულებს. საჭიროა, ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლებების დაცვის მიმართულებით საგანმანათლებლო კამპანიების განხორციელება, რომელიც კომპლექსურად განთავსდება შესაბამის ქსელებში.

ამასთანავე გასათვალისწინებელია შემდეგი შესაძლებლობები:

- სოციალური მედიის პლატფორმის ერთიან დიზაინში მოქცევა - ყველა სოციალური ქსელის გაფორმება ერთ ფორმატსა და სტილში
- ე.წ. Tag-ების (მონიშვნების) სიის შედგენა, რომელიც მასალას განთავსების დროს დაერთვება და ხელს შეუწყობს Google-ის საძიებო სისტემაში აღნიშნულ სიტყვებთან სახალხო დამცველის დაკავშირებას;
- ძირითადი აქტივობების მიხედვით შესაბამისი ჰეშთაგების შემუშავება, რომელიც დაერთვება განთავსებულ პოსტს, როგორც Facebook გვერდზე, ასევე Twitter-ზე

- Twitter-ზე მნიშვნელოვანია 140 სიმბოლოს სწორად ათვისება, რაც გულისხმობს ძირითადი ინფორმაციის მოკლე მესიჯის სახით მიწოდებას, შესაბამისი ჰეშთაგების გამოყენებას აუდიტორიის მოცვის მიზნით, ხოლო ბმულის არსებობის შემთხვევაში, მის შემოკლებას შემდეგი საიტების დახმარებით: [www.bitly.com](http://www.bitly.com) და [www.goo.gl](http://www.goo.gl)
- Facebook-ზე, Youtube-სა და Flickr-ზე განთავსებული მასალისთვის შესაბამისი სათაურისა და აღწერილობის გაკეთება. მნიშვნელოვანია ტექსტი მორგებული იყოს სოციალური მედიის აუდიტორიაზე და გადმოსცემდეს მხოლოდ ძირითად, მთავარ ინფორმაციას
- არქივაციის სისტემის წარმოება - სახალხო დამცველის აპარატისთვის მნიშვნელოვანი მასალების დაარქივება: ვიდეო კონტენტი განთავსდეს Youtube არხზე, ფოტოკონტენტი - Flickr-ზე, ხოლო დოკუმენტებისთვის შეიქმნას გვერდი შესაბამის სოციალურ ქსელში

## საინფორმაციო მასალები

საინფორმაციო მასალები ბრენდბუქის სახელმძღვანელოს გამოყენებით უნდა შეიქმნას, სადაც განსაზღვრულია სტრუქტურული წყობა, ვიზუალისა და ტექსტის გამოყენების ზოგადი წესები, ფონტის სახე და ზომა. ამასთან, რეკომენდებულია, ბეჭდური საინფორმაციო მასალის განთავსება ადგილობრივ და ეროვნულ დონეზე, როგორც სახალხო დამცველის ოფისებში, ისე სხვადასხვა საჯარო უწყებების დაწესებულებებში, როგორც არის 1) იუსტიციის სახლები; 2) სოციალური მომსახურების სააგენტოს ცენტრები; 3) შემოსავლების სააგენტო.



## შეფასებისა და ანგარიშების მექანიზმები

საქართველოს სახალხო დამცველის საკომუნიკაციო სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შესრულება მნიშვნელოვნად დამოკიდებულია საზოგადოებასთან ურთიერთობის გუნდის ეფექტიან მუშაობაზე. კომუნიკაციის პროცესების მიმდინარეობა და გეგმის მიხედვით განხორციელებული აქტივობების შეფასება, საქმიანობის ეფექტიანობის ანალიზი, უნდა ხდებოდეს საზოგადოებასთან ურთიერთობის ყოველთვიური ანგარიშის გამოყენებით, რომელიც შემდეგ მონაცემებსა და კომპონენტებს უნდა მოიცავდეს:

### მედია მონიტორინგი

- აპარატისა და ადამიანის უფლებების თემაზე მედიაში გასული მასალების რაოდენობრივი მაჩვენებლები
- მედიამასალების თვისობრივი მაჩვენებლები და თემატიკა

### სოციალური ქსელების ანალიზი

- აპარატისა და ადამიანის უფლებების თემაზე გასული ინფორმაციის მაჩვენებლები
- სოციალური ქსელების სტატისტიკური მონაცემები

### ვებგვერდის სტატისტიკა

- ვიზიტორთა რაოდენობა და მათი პრეფერენციები
- აქტუალური სიახლეები და თემები

### ღონისძიებების ანგარიში

- დამსწრეთა რაოდენობრივი მაჩვენებლები და მათი უკუკავშირი
- ფოტო და ვიდეო არქივი

### მიგნებები და რეკომენდაციები

- ძირითადი მიგნებები და
- სამომავლო რეკომენდაციები

ანგარიში უნდა მომზადდეს ერთიანი კორპორაციული სტილის დაცვით, ბრენდბუქის მიხედვით - სახალხო დამცველის აპარატის PPT პრეზენტაციის ფორმატში. დოკუმენტი უნდა შეავსონ მიმართულებებზე პასუხისმგებელმა მენეჯერებმა საზოგადოებასთან ურთიერთობის ერთეულის უფროსთან ერთად და მისი განხილვა უნდა მოხდეს ხელმძღვანელობასთან სპეციალური შეხვედრის ფორმატში.

# შეფასების ანგარიშგების პროცედურა

საქართველოს სახალხო დამცველის აპარატის საკომუნიკაციო სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შესრულების მონიტორინგი და შეფასება, რომლის მექანიზმებიც გეგმაშია მოცემული, წინასწარ განსაზღვრული პროცედურის საფუძველზე წარიმართება. ამასთან, მოცემული დოკუმენტის როგორც სტრატეგიული, ასევე სამოქმედო ნაწილი არ წარმოადგენს სახალხო დამცველის აპარატის საზოგადოებასთან ურთიერთობის წარმოების საბოლოო პრინციპს. იგი მხოლოდ დღევანდელი გუნდის ხედვას წარმოადგენს და შესაბამისად, მნიშვნელოვანია მასში ცვლილებების შეტანის და მუდმივი დახვეწის პროცედურების არსებობაც.

ამ მიზნით, მნიშვნელოვანია სახალხო დამცველის აპარატის საზოგადოებასთან ურთიერთობების მენეჯერისა და კომუნიკაციის პროცესში ჩართული თანამშრომლების მიერ საკომუნიკაციო პროცესის მუდმივი მონიტორინგი და ანგარიშგება. ყოველ 6 თვეში ერთხელ საზოგადოებასთან ურთიერთობის ერთეულის ხელმძღვანელის მიერ უნდა მომზადდეს სამოქმედო გეგმის შესრულების დეტალური ანგარიში, რომელიც შემდეგ ინფორმაციას მოიცავს:

- რა საქმიანობა იყო ამ დროისთვის დაგეგმილი?
- რა შესრულდა და როგორ, მოცემული პერიოდის განმავლობაში?
- რა ვერ განხორციელდა და რა იყო ამის მიზეზი?
- რეკომენდაციები იმ ცვლილებების თაობაზე, რაც უნდა განხორციელდეს გეგმის ადეკვატურად შესასრულებლად და ხელისშემშლელი პირობების გასაწესებად;
- რა უნდა შეიცვალოს თავად გეგმაში ახალი რეალობის გათვალისწინებით?

ანგარიშის მონაცემების საფუძველზე, საჭიროების შემთხვევაში, უნდა შევიდეს ცვლილებები როგორც სტრატეგიაში, ასევე სამოქმედო გეგმაში.

ანგარიშის მომზადების გარდა, რეკომენდებულია, რომ საანგარიშო პერიოდის ბოლოს, წელიწადში ერთხელ, განხორციელდეს კვლევა, რომლის შედეგებიც შედარდება წინა საანგარიშო პერიოდის კვლევის შედეგებთან. მიღებული შედეგი ნათლად წარმოაჩენს სტრატეგიის წარმატებას თუ წარუმატებლობას და შეაფასებს კონკრეტულ გაზომვად ინდიკატორებს.

„საქართველოს სახალხო დამცველის აპარატის“ საკომუნიკაციო სტრატეგიის მიზნებისა და ამოცანების რეალიზაციის ეფექტიანობის შეფასება შემდეგი სქემის გამოყენებით უნდა მოხდეს:

სტრატეგიული მიზნები/ ამოცანები	შესრულების ინდიკატორები	შემოწმების მექანიზმები
<p><b>ს.მ.#1: სახალხო დამცველის, როგორც უფლებების დაცვის მთავარი მაკორდინირებელი ორგანოსა და სახალხო პარტნიორის პოპულარიზაცია და რეპუტაციის გაძლიერება</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• მედიასთან ურთიერთობის სისტემატიზაცია</li> <li>• ინტერნეტ კომუნიკაციის ინტენსიფიკაცია</li> <li>• სტეკპოლდერებთან კომუნიკაციის გაუმჯობესება</li> <li>• საინფორმაციო მასალების გავრცელების უზრუნველყოფა პირდაპირი კომუნიკაციით</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ინფორმაციის გაცვლის მუდმივმოქმედი სისტემის არსებობა</li> <li>• საქმიანობის შესახებ ცნობადობისა და ინფორმირებულობის მაჩვენებელი</li> <li>• ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის სისტემის არსებობა</li> <li>• პოზიტიური რეპუტაცია და ნათლად გამოკვეთილი იმიჯი</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• სოციოლოგიური გამოკითხვა და ინტერნეტისა და მედიის მონიტორინგი</li> <li>• ღონისძიებების ანგარიშები</li> <li>• სტატისტიკური და რაოდენობრივი მონაცემების ანალიზი</li> </ul>
<p><b>ს.მ.#2: ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლების დაცვის შესახებ ცნობადობის ამაღლება</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• მედიის განათლება</li> <li>• უკუკავშირის ერთიანი სისტემის შექმნა და მართვა</li> <li>• სპეციფიკური კამპანიების განხორციელება</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ადამიანის უფლებების დაცვის ცნობადობისა და ინფორმირებულობის მაჩვენებელი</li> <li>• ნდობისა და მოსახლეობის მომართვიანობის მაჩვენებელი</li> <li>• მოსახლეობისა და დაინტერესებული მხარეების კომუნიკაციაში ჩართულობის ხარისხი</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• სოციოლოგიური გამოკითხვა და მიზნობრივი კვლევები</li> <li>• ინტერნეტისა და მედიის ანალიზი</li> <li>• შემოსული ინფორმაციის ანალიზი</li> </ul>
<p><b>ს.მ.#3: კომუნიკაციის პროცესის მართვის დახვეწა და გაუმჯობესება</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• სტრუქტურული ოპტიმიზაცია</li> <li>• შიდა კომუნიკაციის სისტემის გაუმჯობესება</li> <li>• თანამშრომელთა პროფესიული ზრდის ხელშეწყობა</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• უფლებადამცველების ინფორმირების ხარისხი და მათი ლოიალურობის მაჩვენებელი</li> <li>• შიდა კომუნიკაციისა და ანგარიშგების სისტემის არსებობა</li> <li>• თანამშრომლების ინფორმირებულობის დონე</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• სოციოლოგიური გამოკითხვა და მიზნობრივი კვლევები</li> <li>• დოკუმენტაციის შესწავლა</li> </ul>