

---

ჰაინრიჰ ბიოლის ფონდის სამხრეთ კავკასიის  
რეგიონალურ ბიუროში  
2012 წლის 31 ივლისს გამართული საჯარო  
დისკუსია თემაზე:

**“ინტერნეტის პოლიტიკური არქიტექტურა  
საქართველოში”**

---

**ძირითადი მომხსენებლები:**

**კორნელი კაკაჩია** - ივანე ჯავახიშვილის  
სახელობის თბილისის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტი

**გიგა პაიჭაძე** - სოციალური მედიის განვითარების  
ფონდი

**დავით სიჭინავა** - კავკასიის კვლევითი  
რესურსების ცენტრი

---

**მოდერატორი: ნინო დანელია**

---

**ნინო დანელია** - სადამო მშვიდობისა. დღეს ძალიან მნიშვნელოვანი თემა გვაქვს სასაუბროდ. ეს არის “ინტერნეტის პოლიტიკური არქიტექტურა საქართველოში”. მოწვეული გვყავს ძალიან საინტერესო სტუმრები, რომლებიც სწორედ ამ სფეროში მუშაობენ. ბატონი კორნელია კაკაჩია გახლავთ ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი. იგი ამჟამად მუშაობს თემაზე, რომელსაც ჰქვია “სოციალური მედიის როლი ქართულ პარტიულ პოლიტიკაში”. ის შეეცდება კვლევის წინასწარი შედეგები გაგვაცნოს და გვესაუბროს ამ პროექტის შესახებ. ბატონი გიგა პაიჭაძე, რომელიც სოციალური მედიის განვითარების ფონდს წარმოადგენს, ისაუბრებს ქართულ ბლოგოსფეროზე და პოლიტიკაზე. შევეცდებით გავარკვიოთ, არსებობს თუ არა ქართული პოლიტიკური ბლოგოსფერო და თუკი არსებობს, რა გავლენა შეიძლება ჰქონდეს მას გარკვეული პოლიტიკური კურსის ან პოლიტიკური დისკუსიების განვითარებაზე. ბატონი დავით სიჭინავა კი წარმოადგენს კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრს. მას მომზადებული აქვს პრეზენტაცია, რომელიც შეეხება საზოგადოების ინტერნეტგანათლებულობას და საშუალო სტატისტიკური ინტერნეტ მომხმარებლის პროფილის გარკვევას.

დისკუსიის დაწყებამდე ბატონ მალხაზ სალდამეს მინდა ვთხოვო ორი სიტყვა გვითხრას ფონდის ახალი ინიციატივის შესახებ, რომელიც მან ასოციაცია “მწვანე ალტერნატივასთან” ერთად წამოიწყო.

**მალხაზ სალდამე** - ჩემთვის პატივია, მოგესალმოდე ჰაინრიჰ ბიოლის ფონდის სახელით. მინდა დავაანონსო ინიციატივა, რომელიც ჩვენს ფონდს აქვს ასოციაცია “მწვანე ალტერნატივასთან” ერთად. მოგეხსენებათ, საქართველოში პოლიტიკური კონიუნქტურა მაინცდამაინც არ სწყალობს მემარცხენე სახის პოლიტიკურ პლატფორმებს, მაგრამ ჩვენი ფონდის მისია გულისხმობს იმას, რომ მიმართული იქნას ძალისხმევა საზოგადოების ეკოცნობიერების გაზრდისა და ამ მიმართულებით პოლიტიკური პარტიების პლატფორმების განვითარებისაკენ. ვიწყებთ თანამშრომლობას ასოციაცია “მწვანე ალტერნატივასთან” ამ საკითხებზე. მართალია, ამ მიმართულებით პარტიებთან თანამშრომლობა არ არის სიახლე ზოგადად, იმიტომ რომ “მწვანე ალტერნატივა” ამაზე უკვე მუშაობდა. მაგრამ ამ მიმართულებით მუშაობას განვაგრძობთ უკვე ახალი ინსტრუმენტების გამოყენებით და შემთხვევითი არ არის, რომ დღევანდელ დისკუსიაზე მიწევს ამ ინიციატივაზე საუბარი. ერთ-ერთი კომპონენტი, რომელიც ჩვენს ერთობლივ საქმიანობაში მოიაზრება, ესაა კომუნიკაციის ახალი მეთოდებისა და ინსტრუმენტების, რომელიც უკვე მზარდი მოხმარების საგანი ხდება ქართულ საზოგადოებაში და განსაკუთრებით პოლიტიკურად აქტიურ საზოგადოებაში, ინტენსიურად გამოყენება იმისთვის, რომ მოხდეს ქართული პოლიტიკური პარტიების „გამწვანება“ (ანუ როგორ შემოვიტანოთ მდგრადი განვითარებისა და ეკოლოგიის საკითხები პარტიულ პლატფორმებში). იმედი მაქვს, ამ ინსტრუმენტების პოლიტიკაზე ზეგავლენისთვის გამოყენების ვალიდურობაზე დღეს მოვისმენთ ექსპერტების მოსაზრებებს და დასკვნებს, რომლებზეც არამკვლევარ საზოგადოებას შეიძლება ნაკლებად მიგვიწვდება ხელი.

იმისთვის, რომ „მწვანე ალტერნატივასთან“ ერთად დაგვემოსაზროთ საქმიანობაში გავაძლიეროთ ამ მიმართულებით მუშაობა, გვსურს სოციალური მედიის უფრო აქტიურად ჩართვა. ამისთვის პროექტი ეძებს ადამიანს, რომელიც არის კვალიფიცირებული ამ დარგში, არის სოციალური მედია-ქსელის აქტიური წევრი, გარკვეულია ქართულ პოლიტიკაში და დაინტერესებულია მწვანე საკითხებით. მოვალეობები, რომლებსაც ვხედავთ სოციალური მედია-აქტივისტის მიმართ, რომელიც ჩერთვება ამ პროექტში, გამოიხატება იმაში, რომ მან მოახერხოს ახალი მედია-სტრატეგიის შემუშავება პროგრამისთვის, რომელსაც „მწვანე ალტერნატივა“ შეიმუშავებს და რაც შეიძლება მეტად გამოიყენოს სოციალური მედიის რესურსები იმისთვის, რომ პროექტი ცნობადი გახადოს, ხელი შეუწყოს საზოგადოების ფართო ფენებს პროგრამაში ჩამოყალიბებული მიზნების შესახებ ცნობიერების გაზრდაში.

**ნინო დანელია** - არა მხოლოდ გარემოს დაცვის საკითხებში, არამედ ძალიან ბევრ სოციალურ თუ სამოქალაქო წამოწყებაში სოციალურ ქსელებს გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ხოლმე და საქართველოში, ისევე როგორც მთელ მსოფლიოში, სულ უფრო მეტად საუბრობენ სოციალური ქსელების და ინტერნეტის გაზრდილი როლის შესახებ ისეთ სფეროშიც კი, როგორც არის პოლიტიკა. განსაკუთრებით გახშირდა ამაზე საუბარი ამერიკის შეერთებულ შტატებში ბარაკ ობამას არჩევნების დროს, როდესაც სწორედ სოციალურმა მედიამ შეასრულა ერთ-ერთი გადამწყვეტი როლი იმაში, რომ ბატონი ობამა ამერიკის შეერთებული შტატების პრეზიდენტი გახდა. სწორედ ამ პერიოდიდან დაიწყო პოლიტიკურ სფეროზე ინტერნეტის და სოციალური მედიის გავლენის უფრო ინტენსიური შესწავლა. ყველა საუბრობდა ინტერნეტის გაზრდილ როლზე, თუმცა 2010 წლის გამოკვლევებმა ამერიკის შეერთებულ შტატებში აჩვენა, რომ ცოტა შეცვლილია სურათი და ინტერნეტს 2008 წელთან შედარებით ნაკლები გავლენა აქვს პოლიტიკურ სფეროზე. თუკი ადამიანები ინტერნეტში საუბრობენ პოლიტიკურ თემებზე, ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ისინი რეალურ სივრცეშიც ისეთივე აქტიურები არიან, როგორც ინტერნეტში. სპეციალური ტერმინიც კი გამოიგონეს, „ინტერნეტ-აქტივიზმი“, რომელიც გულისხმობს იმას, რომ ინტერნეტ-სივრცეში ადამიანი შეიძლება ძალიან აქტიურად იქცეოდეს, რაც შეიძლება მის რეალურ ცხოვრებასთან არ იყოს პირდაპირ პროპორციული.

დღეს, როდესაც ვსაუბრობთ ქართულ ინტერნეტ-სივრცეზე და მოგეხსენებათ, რომ მართლაც საკმაოდ პოლარიზებული პოლიტიკური სივრცე გვაქვს, ძირითადი პოლიტიკური გაერთიანებები ცდილობენ ძალიან აქტიურად გამოიყენონ ინტერნეტი, განსაკუთრებით სოციალური ქსელები. ცდილობენ შეხვედრები მოაწყონ ბლოგერებთან და აქციონ ისინი მათ მხარდამჭერებად ან მათი იდეების გამტარებლებად. რამდენად გამოსდით ეს, ამას მოგვიანებით შევხებით.

ინტერნეტის და განსაკუთრებით სოციალური მედიის გაზრდილი როლი პირდაპირ შეეხო მედიის განვითარებას არა მარტო საქართველოში, არამედ მთელ მსოფლიოში, იმიტომ რომ გაჩნდა გადამოწმების პრობლემა ინტერნეტით გავრცელებული ინფორმაციის სანდოობასთან დაკავშირებით. იმ ქვეყნებში, სადაც შეზღუდულია ტრადიციული მედიის თავისუფლება, იქ სწორედ ინტერნეტის საშუალებით ავრცელებენ და იღებენ ადამიანები მიუკერძოებელ ინფორმაციას. „არაბული გაზაფხული“ ნათელი გამოხატულებაა იმისა, თუ როგორი გაზრდილი როლი აქვს სოციალურ მედიას სწორედ რადიკალური პოლიტიკური განვითარებისთვის.

მოდით დისკუსია დავიწყოთ იმაზე საუბრით, თუ რა როლს თამაშობს ინტერნეტ-მედია საქართველოში პოლიტიკური დისკუსიებისა და ზოგადად, პოლიტიკური სფეროს განვითარებაში. ბატონ კორნელის ვთხოვ გვესაუბროს კვლევაზე, რომელზეც მუშაობს.

**კორნელი კაკაჩია** - დიდი მადლობა მოწვევისთვის დისკუსიის ორგანიზატორებს. როგორც ქალბატონმა ნინომ ახსენა, ძალიან მნიშვნელოვანია სოციალური ქსელების როლი პოლიტიკაში მთელ მსოფლიოში და საქართველოშიც. ძალიან მოკლედ მინდა გითხრათ ამ პროექტის შესახებ. ეს ორწლიანი პროექტი მხარდაჭერილია შვეიცარიის აკადემიური კვლევების კავკასიური ქსელის მიერ. პროექტის სახელია „სოციალური ქსელების როლი ქართულ პარტიულ პოლიტიკაში“. პროექტის თანახელმძღვანელი გახლავთ ქალბატონი თამარ პატარაია, რომელიც აქ იმყოფება. პროექტი ხორციელდება უნივერსიტეტში პატარა, ხუთკაციანი ჯგუფის მიერ. იმის გათვალისწინებით, რამდენად მნიშვნელოვანია სოციალური ქსელების როლი თანამედროვე პოლიტიკაში, პროექტის მიზანია იმის შესწავლა, თუ რა როლს თამაშობს სოციალური ქსელები კონკრეტულად ქართულ პარტიულ პოლიტიკაში. აქედან გამომდინარე შევარჩიეთ 11 ძირითადი პოლიტიკური პარტია: „ქართული ოცნებიდან“ - „თავისუფალი დემოკრატები“, „ეროვნული ფორუმი“, „რესპუბლიკური პარტია“; „ახალი მემრჯვენები“; „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“;

„ლეიბორისტული პარტია“; „სოციალ-დემოკრატიული პარტია“ და „ქრისტიან-დემოკრატები“. ამ სპექტრზე გავაკეთეთ აქცენტი. თავიდან ათ პარტიას ვაპირებდით, მაგრამ იქიდან გამომდინარე, რომ „ქართული ოცნება“ არის ბლოკი და პროექტზე მუშაობის ორი წლის განმავლობაში, არ ვიცით როგორ განვითარდება მოვლენები, შეიძლება ეს ბლოკი დაიშალოს კიდევ, ამიტომ „ქართული ოცნება“ ცალკე დაემატა ჩამონათვალს, როგორც პარტია.

პირველი, რაც პროექტის განმავლობაში გავაკეთეთ, ბოლო 9-10 თვის განმავლობაში ვაკვირდებოდით ამ პარტიების პლატფორმებს, მათ ვებგვერდებს, ასევე მათ აქტიურობას სოციალურ ქსელებში, იქნება ეს „ტვიტერი“ თუ „ფეისბუქი“. ვცდილობდით აღგვეჩვენებინა, არჩევნებამდე რა აქტივობები შეინიშნებოდა ვებგვერდებზე, როგორ შეიცვლებოდა სიტუაცია არჩევნების მოახლოებისას და როგორ შეიცვლება სიტუაცია არჩევნების შემდეგ. ასევე გვინტერესებდა, რამდენად ინტერაქტიულები არიან ისინი, შეუძლიათ თუ არა მოიზიდონ თავინთი მხარდამჭერები და ახდენენ თუ არა მათ მობილიზებას სოციალური ქსელების მეშვეობით. რამდენად აქვთ ამის უნარი ქართულ პოლიტიკურ პარტიებს. გვინტერესებდა ისეთი საკითხებიც, ადამიანს, რომელიც ვთქვით ონის რაიონში იმყოფება, თუ აქვს რომელიმე პოლიტიკურ პარტიაში გაწევრიანების სურვილი, შეუძლია თუ არა ეს ვებგვერდის მეშვეობით გააკეთოს. არის კიდევ უამრავი სხვა საკითხი, რომელიც ჩვენთვის საინტერესოა.

პირველი საკითხი, რომელსაც კვლევის დროს შევეხეთ და რომელიც ჯერ კიდევ დასადგენია, იმაში მდგომარეობს, რამდენი ინტერნეტმომხმარებელია საქართველოში. ოფიციალური მონაცემები, რომლებიც შევკრიბეთ, არის გაეროს მონაცემები, რომლის მიხედვითაც 2010 წლის მდგომარეობით საქართველოში აღრიცხულია მილიონ სამასი ათასი ინტერნეტ მომხმარებელი. კვლევის დროს ჩავატარეთ ინტერვიუები, როგორც პოლიტიკურ პარტიებთან (თითო პარტიიდან 6 ადამიანთან) ასევე ბლოგერებთან და ადამიანებთან, რომლებიც მეტნაკლებად ჩართულები არიან სოციალურ ქსელებში. აღმოჩნდა, რომ ძალიან ბევრ პროფესიონალს ეჭვი ეპარება ამ ციფრებში და უფრო ნაკლები ჰგონია. რაც მთავარია, ინტერნეტის წვდომა რის 28,3%, რაც არ არის ძალიან ცოტა, თუ გავითვალისწინებთ საქართველოს მოსახლეობას [რაოდენობას]. ამის გარდა შევეცადეთ დაგვედგინა, თუ რამდენი მომხმარებელი ჰყავს „ფეისბუქს“ საქართველოში. 2011 წლის მონაცემებით „ფეისბუქის“ 779 000-მდე რეგისტრირებული მომხმარებელია საქართველოში. ამ მონაცემების მიხედვით საქართველო 87-ე ადგილზეა, სომხეთი - 115-ეზე, აზერბაიჯანი კი 86-ე ადგილზე.

გარდა ამისა ვცდილობთ გამოვიყენოთ ის მონაცემები, რომლებიც აქვს CRRC-ს [კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი]. მათმა კვლევებმაც აჩვენა, რომ ძალიან მზარდია ინტერნეტმომხმარებლების რაოდენობა. მათი მონაცემების მიხედვით ირკვევა, რომ ინტერნეტ მომხმარებლების რაოდენობა ყოველწლიურად იმატებს. მათ ასევე ჩაატარეს კვლევა, და მოგვიანებით ალბათ იქნება ამაზე საუბარი, რომ მოსახლეობის მხოლოდ 5% იყენებს ინტერნეტს, რაც ცოტა წინააღმდეგობაში მოდის წინა მონაცემებთან.

**ნინო დანელია** - აქ, მე მგონი, იმაზეა საუბარი, რომ 5% იყენებს, როგორც ინფორმაციის წყაროს.

**კორნელი კაკაჩია** - გეთანხმებით. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ მიუხედავად იმისა, რომ სოციალური ქსელები თანდათან შემოვიდა ქართულ პოლიტიკაში, ისინი მაინც ვერ უწყვეტ ჯერჯერობით წინააღმდეგობას ტრადიციულ მედიას, განსაკუთრებით ტელევიზიას.

კვლევის დროს ასევე გვქონდა საშუალება გავსაუბრებოდით პოლიტიკურ ლიდერებს, და გაგვერკვია პოლიტიკურ პარტიებში რომელ სოციალურ ქსელებს იყენებენ ძირითადად. როგორც მოსალოდნელი იყო, „ფეისბუქი“ ყველაზე პოპულარულია. მის პოპულარიზაციას ხელი შეუწყო მისმა გაქართულებამაც. მანამდე უფრო აქტიური იყო „ფორუმ.გე“, რომელსაც ცოტა უფრო განსხვავებული დატვირთვა ჰქონდა. ჯერჯერობით „ფეისბუქი“ ყველაზე

აქტუალური რჩევა ქართული პოლიტიკური პარტიებისთვის. თუ გადავხედავთ ათივე პოლიტიკურ პარტიას, ყველაზე აქტიური, თავადაც შენიშნავდით, არის „ნაციონალური მოძრაობა“ და „ქართული ოცნება“. ასევე აქტიურები არიან „რესპუბლიკელები“, „ქრისტიან-დემოკრატები“ და კიდევ რამდენიმე პარტია, რომლებსაც მეტნაკლებად კარგად ესმით სოციალური ქსელების მნიშვნელობა. თუმცა ამ ინტერვიუების დროს ასევე გამოიკვეთა, რომ ხშირად, როდესაც ჩვენი ინტერვიუერი მიდიოდა პოლიტიკური პარტიების ლიდერებთან, მათში ინტერესი იზრდებოდა სოციალური ქსელების მიმართ.

**ნინო დანელია** - თქვენ ბრძანეთ, რომ ეს ორი პარტია გამორჩეულად აქტიურია. რას გულისხმობთ აქტიურობაში, სარეკლამო ბანერების სიხშირეს, საკუთარი ვებგვერდების ხშირად განახლებას თუ იმას, რომ პოლიტიკური პარტიების წევრები თავად აქტიურად მონაწილეობენ პოლიტიკურ დისკუსიებში.

**კორნელი კაკაჩია** - რამდენიმე საკითხი შეიძლება გამოიკვეთოს. ამ ორ პარტიას აქვს ძირითადად ფასიანი რეკლამები „ფეისბუქზე“, შექმნილია მიხეილ სააკაშვილის და ბიძინა ივანიშვილის გვერდები, პროპაგანდის საშუალებადაც არის ქცეული, რათა ამა თუ იმ პარტიის წარმომადგენლებმა ხელი შეუშალონ თავინთ მოწინააღმდეგეებს. ასევე საინტერესოა, რომ არიან „ოფინიონ-ლიდერები“, ადამიანები, რომლებსაც ყველანი კარგად ვიცნობთ, ვინც „ფეისბუქზე“ ვართ და რომლებიც ან მთავრობის პოზიციას იზიარებენ ან ოპოზიციის, და თავიანთი პოსტებით და კომენტარებით ქმნიან ამინდს. იმ ადამიანებისთვის, რომლებსაც ჯერ გადაწყვეტილი არ აქვთ, ვის უნდა მისცენ ხმა, თუ მათთვის ეს ადამიანი ავტორიტეტულია, მათი პოზიცია შეიძლება მნიშვნელოვანი აღმოჩნდეს. ვებგვერდებზე ჩვენი დაკვირვებით დიდი ცვლილებები არ შეიმჩნევა. პოლიტიკურ პარტიებს ბოლომდე არა აქვთ გააზრებული მათი მნიშვნელობა. ვებგვერდებზე ძირითადად ან მომველებული ან არაფრისმთქმელი ინფორმაცია აქვთ განთავსებული. რაც მთავარია, რომ არ ვიცოდეთ პარტიის სახელი, ამ ვებგვერდებზე ვერ მოვნახავთ ინფორმაციას, რომლის მიხედვითაც დავადგენდით, თუ რა იდეოლოგიის მიმდევარია ესა თუ ის პოლიტიკური პარტია.

საინტერესოა საკითხია, თუ როგორ იყენებენ პარტიები ბლოგერებს და არის თუ არა მათ შორის კავშირი. როგორც კვლევის პირველმა მონაცემებმა აჩვენა, დიდი კავშირი არ არის. საქართველოში არიან ბლოგერები, მაგრამ ისინი ძირითადად არ წერენ პოლიტიკაზე. თუმცა ვერ ვიტყვით იმას, რომ ასეთები საერთოდ არ არიან. მაგალითად ჟურნალ „ტაბულას“ ბლოგერები. ისინი არ არიან კონკრეტულად პარტიის ბლოგერები, მაგრამ იდეოლოგიურად მოტივირებული ბლოგერები არიან. ეს ცოტა ახალი ფენომენია ქართულ პარტიულ პოლიტიკაში, რომელიც ჩემი აზრით საინტერესოა ანალიზისთვის.

საინტერესოა ჟურნალ „ლიბერალის“ მონაცემებიც. როგორც გავარკვეეთ, მას 20 ათასი მკითხველი ჰყავს კვირაში, რაც ცოტა არ არის.

**ნინო ბექიშვილი, ჟურნალი „ლიბერალი“** - დავაზუსტებ, „ლიბერალს“ ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი, 50 ათასი მკითხველი დაუფიქსირდა აპრილში. შემდეგ ცოტა კლება იყო. მაისში იყო 48 ათასი. თებერვლამდე, სანამ ჟურნალი გამოდიოდა, უფრო ნაკლებად შემოდიოდა ხალხი ვებგვერდზე და 20 ათასი სწორედ მაშინ იყო, შემდეგ გაორმაგდა. ყველაზე მეტი ადამიანი მაინც ბლოგებზე შემოდის. განსაკუთრებულად დიდია „ვიზიტორების“ რაოდენობა ცხელ და სენსიტიურ თემებზე, ბლოგებს შორის ყველაზე პოპულარული რელიგიური თემატიკაა. როგორც კი შეეხები ამ თემას, მაშინვე ათმაგდება „ვიზიტორთა“ რიცხვი.

**ნინო დანელია** - ესენი არიან „ვიზიტორები“, რომლებიც ტოვებენ კომენტარს?

**ნინო ბექიშვილი** - ერთი ასეთი შემთხვევა გვქონდა, როდესაც ჩვენი ავტორი შეესწრო მღვდელს, რომელმაც ქალს ვაჭრობა დაუშალა და იმავე დღეს 11 ათასმა ადამიანმა წაიკითხა ეს ბლოგი, „იუთუბზე“ კი 20 ათასმა კაცმა ნახა. გამოკვეთილად პოლიტიკური ბლოგები ჩვენთან არ არის.

**გიგა პაიჭაძე** - არ უნდა დაგვავიწყდეს უნიკალური მოვლენა, როცა ნინო ჟიჟილაშვილის მიერ ბიძინა ივანიშვილთან ჩაწერილი პირველი ვიდეო დაიდო „ლიბერალის“ საიტზე, სამი თუ ოთხი საათის განმავლობაში გაითიშა საიტი, რადგან ვერ გაუძლო დატვირთვას, იმდენად ბევრი მომხმარებელი შედიოდა. რაღაც მომენტში იმაზე უფრო მეტი იყო ინტერესი, ვიდრე „ლიბერალს“ შეეძლო შეეთავაზებინა.

**კორნელი კაკაჩია** - ასევე გამოიკვეთა შემდეგი სიტუაცია, რომ ქართველი ინტერნეტ მომხმარებელი ძირითადად ზარმაცია და დიდი ტექსტების კითხვას ვიდეოების ნახვას ამჯობინებს. ზოგადად, რაც კვლევის შედეგად გამოვლინდა, ის არის, რომ სოციალური ქსელები ჯერჯერობით ვერ თამაშობს ისეთ მნიშვნელოვან როლს ქართულ პარტიულ პოლიტიკაში, როგორსაც უნდა თამაშობდეს. მოგვეჩვენა, რომ ჩვენი თემა პოსტმოდერნისტულია საქართველოსთან მიმართებით, თუმცა არც მთლად ასე ცუდად არის საქმე, იმიტომ რომ თუ გადავხედავთ ბოლო აქტივობებს, სოციალური ქსელების როლი ძალიან იზრდება. აქამდე თუ პოლიტიკური პარტიების ლიდერებს ჰქონდათ „ფეისბუქზე“ კომერციული რეკლამა, ახლა უკვე გამოჩნდა რამდენიმე მაჟორიტარი დეპუტატი, რომელიც თითქმის ყოველდღე აახლებს თავის ვებგვერდს, იდება ვიდეოები. სიმართლე გითხრათ, ამის მიზანი ვერ გავიგე, იმიტომ რომ თუ ელექტორატთან გინდა წვდომა, რეგიონებში ინტერნეტის წვდომა ძალიან მცირეა.

მეორე მაგალითი, რომელიც ამ დღეებში ალბათ ყველამ ნახა, ალბათ გახსოვთ ცაიშის ცნობილი ინციდენტი ქალბატონთან დაკავშირებით, რომელსაც პრეზიდენტი ეწვია, შორს ვარ იმ აზრისგან, რომ ეს მხოლოდ სოციალურმა ქსელებმა გააკეთა, მაგრამ მოყვა რაღაც რეაქცია, „ფეისბუქზე“ პრეზიდენტის გვერდზეც დაიდო და მერე წაიშალა, მაგრამ ამან გავლენა იქონია. ეს იმას ნიშნავს, რომ ვერ ვიტყვით, რომ სოციალური ქსელები არანაირ როლს არ თამაშობენ. ასეთი შემთხვევები, დარწმუნებული ვარ, მანამდეც იყო, მაგრამ წინასწარჩვენო პერიოდი რომ არ ყოფილიყო და იქ რომ ჟურნალისტი არ ყოფილიყო, ამისთვის შეიძლება არც მიგვექცია ყურადღება. გაზვიადებაც არ შეიძლება სოციალური ქსელების, მაგრამ ფაქტია, რომ ისინი ხელს უწყობს ინფორმაციის უფრო სწრაფად გავრცელებას.

მინდა შევეხო „ლაიქების“ თემასაც. მოგეხსენებათ, ზოგჯერ პოლიტიკური პარტიებისთვის ეს არის პრესტიჟის ამბავი. საინტერესო იყო რამდენიმე ლიდერის პასუხი „ლაიქებთან“ დაკავშირებით. ბევრი ექსპერტისთვის გაუგებარია, როგორ მოახერხა მაგალითად ბიძინა ივანიშვილმა ერთ დღეში 100 000 „ლაიქის“ მოგროვება. თავად ექსპერტების აზრით არსებობს სხვადასხვა გზა, თუ როგორ შეიძლება ამის გაკეთება. „ლაიქები“ აუცილებლად არ ნიშნავს პარტიის პოპულარობას, მაგრამ პრესტიჟის საგანს ალბათ წარმოადგენს. ეს საკითხი ცოტა არ იყოს გაუგებარი დარჩა.

პროფესიული ბლოგერების ისეთი ტიპი, როგორც დასავლეთში გვხვდება და რომელიც შეიძლება დაიქირავოს რომელიმე პოლიტიკურმა პარტიამ და დღეს ერთისთვის მუშაობდეს, ხვალ სხვისთვის, როგორც კვლევამ აჩვენა, საქართველოში ჯერჯერობით არ გვყავს. როგორც ჩანს ამაზე მოთხოვნა არ არის.

საინტერესოა, რამდენად აქტიურობენ თავად პოლიტიკური პარტიების ლიდერები. სხვადასხვა მიზეზების გამო ისინი ძირითადად ერიდებიან აქტიურობას. ამის მიზეზი შეიძლება ის არის, რომ სოციალური ქსელები გახსნილია და შეიძლება მომენტალურად მიიღო უკურეაქცია, რომელიც შეიძლება დადებითიც იყოს და უარყოფითიც. კომენტარებიც, როგორც კვლევამ აჩვენა, ხშირად იშლება. რაც თავისთავად ცუდია, მაგრამ მეორე მხრივ ამ

პოლიტიკური ლიდერებისაც მესმის, იმიტომ რომ ზოგჯერ ისეთი კომენტარი შეიძლება დაიდოს, როგორსაც არ იმსახურებ. რამდენიმე ინტერნეტ კონფერენცია ჩატარდა, ნინო ბურჯანაძემ, ირაკლი ალასანიამ ჩაატარეს ასეთი კონფერენციები, რომლებიც მეტნაკლებად წარმატებული იყო, მაგრამ ვერ ვიტყვი, რომ დიდი გავლენა მოახდინა ამომრჩევლების მობილიზების კუთხით. მაგრამ ფაქტია, რომ ეს ფორმა ფეხს იკიდებს, რაც მისასალმებელია.

მთლიანობაში შეგვიძლია ვთქვათ, რომ სოციალური ქსელების როლი ელექტორატის მობილიზებაში ჯერჯერობით ბოლომდე არა აქვთ ქართულ პოლიტიკურ პარტიებს გააზრებული. მაგრამ ეს მარტო პოლიტიკურ პარტიებზეც არ არის დამოკიდებული. დამოკიდებულია ბევრ სხვა ფაქტორზე, იმაზე, თუ რამდენად შეაღწევს ინტერნეტი რეგიონებში. სოციალური ქსელები პოლიტიკური პარტიებისთვის ჯერჯერობით ვერ ცვლის ტრადიციულ ურთიერთობებს, როდესაც თავად ჩადიხარ სოფელში და პირადად ხვდები ადამიანებს. მას შემდეგ, რაც უფრო მისაწვდომი გახდება ინტერნეტი რეგიონებისთვის, სიტუაცია ალბათ თანდათან შეიცვლება.

ჩვენთვის საინტერესო იყო ასევე, თუ ჰყავდათ პარტიებს სოციალურ ქსელებზე პასუხისმგებელი ადამიანი. ინტერვიუების დროს იყვნენ პოლიტიკოსები, რომლებმაც „აიტიშნიკთან“ გაგვაგზავნა. ეს უკვე მეტყველებს იმაზე, როგორ უყურებენ ამ პარტიაში სოციალურ ქსელებს. მათ ჰგონიათ, რომ ეს ტექნიკური საკითხია და „აიტიშნიკს“ ეხება. მაგრამ იყვნენ ისეთებიც, რომლებსაც ძალიან კარგად ესმით მათი მნიშვნელობა, მაგრამ მაინც მიაჩნიათ, რომ ცოტა ნაადრევია ამ თემის წინ წამოწევა.

**ნინო დანელია** - ვფიქრობ, ბევრი კითხვა დაისმება, იმიტომ რომ თემა ძალიან საინტერესო და მნიშველოვანია. ვიდრე გიგა მოგვახსენებს, რა ხდება ბლოგოსფეროში და არიან თუ არა პოლიტიკურ საკითხებზე მოფიქრალი ბლოგერები, მცირე თეორიული წინასიტყვაობა მინდა გავაკეთო. ძალიან გავრცელებულია აზრი იმის შესახებ, რომ იმ ქვეყნებში, სადაც ტრადიციული მედია კონტროლდება, სწორედ იმიტომ რომ მედიის მესაკუთრეები ლოიალურები არიან ხელისუფლების თუ ოპოზიციური პოლიტიკური ელიტის მიმართ, ასეთ ქვეყნებში ინტერნეტ-მედია და მათ შორის სოციალური ქსელები განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს. მოქალაქის თვალთ დასახული ინფორმაცია უპირისპირდება პოლიტიკური თუ ეკონომიკური ელიტის მიერ მოქალაქეებისთვის მიწოდებულ ინფორმაციას. ინფორმაციის გავრცელება ამ სფეროში უკეთ გამოსდით მოქალაქეებს იმის გამო, რომ კონტროლი მათზე ვერ ხორციელდება.

გიგა, რამდენად არის საქართველოში გავლენიანი პოლიტიკური ბლოგოსფერო. ბლოგერებს, ვიცით, რომ განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვთ ამ სივრცეში სწორედ იმიტომ, რომ ისინი ქმნიან ამინდს, ჰყავთ მკითხველები, წერენ საინტერესოდ, აქვთ ვიზუალური მასალა საკუთარი აზრის გასაფორმებლად და ძალიან ხშირად პოლიტიკური პარტიები თუ სახელმწიფო უწყებები ცდილობენ ამ ადამიანებთან დამეგობრებას სწორედ ისევე, როგორც მანამდე ცდილობდნენ ტრადიციულ მედიასთან დამეგობრებას, რომ შემდეგ მათზე ყოფილიყო დადებითი გამოხმაურება. რა ხდება ამ მხრივ ქართულ ბლოგოსფეროში?

**გიგა პაიჭაძე** - კლასიკური გაგებით პოლიტიკური ბლოგი არის ის, სადაც ბლოგის ავტორი მიმდინარე მოვლენების ანალიზს აკეთებს. ჩვენთან სამწუხაროდ საგარეო პოლიტიკაზე საერთოდ არ არის საუბარი. ეს შეიძლება იმიტომ არის გამოწვეული, რომ ყველა პოლიტიკურ პარტიას მეტნაკლებად ერთნაირად წარმოუდგენია, თუ როგორ უნდა მოგვარდეს კონფლიქტები და ა.შ. პატარა ნიუანსებშია განსხვავება. ძირითადად თუ დისკუსია მიმდინარეობს ქართულ პოლიტიკაზე, ის მიმდინარეობს შიდა პარტიულ და კლანურ საკითხებზე. ამის აღნიშვნა მინდოდა, იმიტომ რომ განვითარებულ ქვეყნებში პოლიტიკურ ბლოგერებს იმხელა გავლენა აქვთ, რომ შეიძლება ვიღაცის გადადგომაც კი გამოიწვიონ თანამდებობიდან, ჩვენთან ამას ადგილი არა აქვს.

დღეს გვყავს 3100 ბლოგერი, მეცნიერული კვლევა ჩაატარა ერთ-ერთმა ჩვენმა კოლეგამ. ამდენი კაცია დათვლილი ტექნიკურად და გადამოწმებულია. მათგან 99% პირადი ხასიათის ბლოგერები არიან, ანუ ისინი, ვინც თავიანთ ყოველდღიურ ცხოვრებაზე წერენ ან ისეთ თემებს ეხებიან, როგორც არის კულინარია, ფოტოგრაფია და ა.შ.

პოლიტიკური ბლოგერი სულ ოთხი მახსენდება. რომლებიც არიან დამოუკიდებლობები და ცდილობენ უფრო კრიტიკული თემები წამოწიონ წინ. შეიძლება ვთქვათ, რომ ისინი სრულად ვერ მოიცავენ ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების სპექტრს. გარდა ამისა არსებობენ ჟურნალისტები, რომლებიც პოლიტიკაზე წერენ. ესენი არიან პირველ რიგში რადიო „თავისუფლების“, ჟურნალების „ტაბულა“ და „ლიბერალი“ ბლოგერები. ჯამში შეიძლება სულ იყოს 25 კაცი, რომელიც წერს იმაზე, თუ რა ხდება ქვეყანაში, ოღონდ ვიმეორებ, ეს ძირითადად შიდა პოლიტიკურ საკითხებს ეხება და ჩემი აზრით არ წარმოაჩენს სრულ სურათს. ასე რომ ნაკლებია, ხარვეზიანია ჩვენი პოლიტიკური ინტერნეტ-სტრუქტურა.

რამდენიმე წელია ვცდილობთ დავითვალოთ, რამდენი ადამიანია საქართველოში ინტერნეტში. „ფეისბუქს“ აქვს ყოველდღიური სტატისტიკა, რომლის შემოწმებაც ნებისმიერ წუთს შეგვიძლია. თქვენ სწორად ახსენეთ რიცხვი, დაახლოებით 779 ათასი ადამიანია დარეგისტრირებული „ფეისბუქზე“ საქართველოდან, ვინც ქართული „აიპიდან“ შედის და ვინც კვირაში ერთხელ მაინც აქტიურობს. ოფიციალურ წყაროებს თუ დავეყრდნობით, მაგალითად კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიას, საქართველოში დღეს არსებობს 300 ათასი მაღალსიჩქარიანი ინტერნეტმეერთება. ეს იმას ნიშნავს, რომ 300 ათას ოჯახს აქვს სხვადასხვა სახის ინტერნეტი. თუ საშუალოდ ჩავთვლით, რომ ოჯახში 2,7 კაცი უნდა ცხოვრობდეს, სწორედ მილიონ სამასი ათასამდე ავდივართ.

ამასთან მობილურ ოპერატორებსაც აქვთ თავიანთი საინტერესო სტატისტიკა. ისინი ამბობენ, რომ ჰყავთ უფრო მეტი აბონენტი, ვიდრე ქვეყანაში ცხოვრობს, რაც გასაგებია, იმიტომ რომ ყველას ორი ტელეფონი აქვს. ამის მიხედვით თუ დავთვლით, 3 მილიონამდე ადამიანს გააქტიურებული უნდა ჰქონდეს ინტერნეტი. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მოსახლეობის დაახლოებით 30%-ს ყოველდღიურად აქვს ინტერნეტთან შეხება.

იმისათვის, რომ გავიგოთ რამდენად დიდ გავლენას ახდენს ბლოგოსფერო ხალხზე, არა ინტერნეტმოსახლეობის მოსაზრებებს უნდა დავეყრდნოთ, რაც სამწუხაროდ შეუძლებელია, იმიტომ რომ პირველ რიგში, დისკუსია, რომელიც მიმდინარეობს „ფეისბუქზე“ და ბლოგებზე, არ გადმოდის რეალურ ცხოვრებაში. ყველანი შესულები ვართ „ფეისბუქზე“, „ფორუმზე“, ვუკომენტებთ და „ვუშეარებთ“ ერთმანეთს მასალას, მაგრამ ყველაფერი იხარშება ერთ პატარა ქვაბში. მაგალითად, ზემო მაჩხანელი რიგითი მოქალაქე, ვერასოდეს ვერ მიწვდება მას ის ინფორმაცია, რომელზეც „ფეისბუქშია“ ლაპარაკი.

**ნინო დანელია** - შეგვეკმათები. როგორც ტრადიციულ მედიაში რაღაც ახალი ამბის ნახვის შემდეგ მოუყვები მეზობელს, რომელმაც ვერ ნახა, თუ შეიძლება ასე მოყოლით გავრცელდეს ინფორმაცია.

**გიგა პაიჭაძე** - კი შეიძლება, მაგრამ „ფიდბექს“ [უკუკავშირს] ვერ ვიღებთ. „ლაიქების“ თემას რომ დავუბრუნდეთ, შეიძლება ერთს 100 000 „ლაიქი“ ჰქონდეს, მეორეს კი 5, მაგრამ მას უფრო მეტი კომენტარი ჰქონდეს, უფრო მეტი გამოხმაურება. პოლიტიკოსი, რომელსაც შედარებით ნაკლები მკითხველი ჰყავს, შეიძლება უფრო აქტიურად იყოს ჩართული თავის მკითხველთან დისკუსიაში, ვიდრე ის, რომელიც შლის მისთვის გაკეთებულ კომენტარებს, მეორე, თუ ვერ დავინახავთ „ფიდბექს“ მოსახლეობისგან, მის ჩართულობას, ვერ ვიტყვით, რამდენად გავლენიანია დღეს ბლოგოსფერო მოსახლეობაზე. ჩვენი დასავლელი კოლეგები გვეუბნებიან, რომ ვიდრე 50%-ს არ ასცდება ინტერნეტის წვდომა საქართველოში, მანამდე ამ საკითხს არაფერი ეშველება. როგორც კი ასცდება 45%-ს, მაშინვე გამოჩნდება ის ტენდენცია, რომ რიგითი მოქალაქეები, ისინი ვისაც პროფესიიდან ან თავისი ცხოვრების წესიდან



გამომდინარე არა აქვს შეხება ისეთ საკითხებთან, რომელზეც დღეს ვლაპარაკობთ, ისინი ჩაერთვებიან ამ დისკუსიაში და წამოიღებენ რეალურ “ფიდბექს” მოსახლეობიდან.

ბლოგოსფეროზე თავად სოციალური ქსელების გავლენაზეც მინდოდა მეთქვა. ჩვენ ვამბობთ, რომ ბლოგებმა რაღაც უნდა გააკეთოს და მოსახლეობაში რაღაც შეცვალოს, მაგრამ გვავიწყდება, რომ “ფეისბუქმა” ჩაყლაპა ის პოტენციალი, რომელიც ბლოგოსფეროში უნდა წასულიყო. ადამიანები, რომლებიც გახდებოდნენ ბლოგერები და დაიწყებდნენ წერას ისეთ საკითხებზე, რომლებიც აინტერესებთ, ან რომელშიც ექსპერტიზა გააჩნიათ, გადასულები არიან “ფეისბუქზე”, დისკუსია მიმდინარეობს იმ ფორმატში და მათ უკან ველარასოდეს წამოვიყვანთ. ბლოგოსფერო რუდიმენტულ დონეზე დარჩა და ალბათ დარჩება კიდევ სამწუხაროდ საქართველოში.

**ნინო დანელია** - ალბათ იმიტომ, რომ მეტ ძალისხმევას მოითხოვს ბლოგერისგან, ვიდრე “ფეისბუქში” ჩართულობა.

**გიგა პაიჭაძე** - იმიტომ, რომ ადრე, 90-იანი წლების ბოლოდან 2000-იანების დასაწყისში, ეს ერთადერთი გზა იყო საკუთარი მოსაზრების გამოსახატავად, როგორც კი გამოჩნდა “ფეისბუქი” და მარც ცუკერბერგი, ხალხს მაშინვე მიეცა უფრო ადვილი გზა, საკუთარი მოსაზრება გამოეხატა. ბლოგებს ალბათ ფსიქოთერაპიული მნიშვნელობა აქვს, ამაზეც ლაპარაკობენ დღეს ექსპერტები. მთავარია, თავიანთი აზრი გამოთქვან და რამდენი კაცი გაიგებს, ამას უკვე აღარა აქვს სამწუხაროდ მნიშვნელობა.

სამწუხაროდ ბევრს ვერაფერს ვიტყვი პოლიტიკაზე ბლოგერებთან, რადგან, როგორც ვთქვი, ასეთი რამე არ არსებობს. თუმცა პერიოდულად გვაქვს გამონათებები. ის ოთხი დამოუკიდებელი ბლოგერი და ჯამში 25, არის ხალხი, რომელიც ცდილობს კვირაში ერთხელ ან თვეში რამდენჯერმე განაახლოს თავისი ბლოგი და რაღაც მოგვაწოდოს, მაგრამ ყველაფერი ორ-სამ დღეში მთავრდება ხოლმე.

**ნინო დანელია** - რატომ არის საქართველოში ნაკლებად განვითარებული “ტვიტერი”? ამერიკის შეერთებულ შტატებში ის გაცილებით უფრო პოპულარულია, ვიდრე “ფეისბუქი”.

**გიგა პაიჭაძე** - ამას პირველ რიგში იმას ვაბრალებ, რომ არ იყო მიზნული მობილურ ქსელებზე. “ტვიტერის” პოპულარობა იმან განაპირობა, რომ პირდაპირ მობილური ტელეფონიდან ინტერნეტში შეუსვლელად შემდეგ სმს-ის გაგზავნა და ჩემი 5 ათასი მეგობრისთვის შემეტყობინებინა რას ვაკეთებ ან რა მიჭირს. არის კიდევ შემთხვევები, როდესაც “ტვიტერის” საშუალებით გაუგიათ რომელიმე ქვეყანაში ჟურნალისტის დაჭერის ამბავი და შემდეგ გაუთავისუფლებიათ. ჩვენთან ეს შეუძლებელი იყო და უნდა მჯდარიყავი ინტერნეტთან, რათა “ტვიტერზე” შესულიყავი. დღეს სამივე მობილური ოპერატორიდან შესაძლებელია “ტვიტერზე” სმს-ის გაგზავნა და პასუხების მიღება, მაგრამ როგორც ვთქვი, “ფეისბუქმა” ჩაყლაპა ის აქტიური ხალხი, რომელიც ყოველდღე ინტერნეტთან ზის. ამიტომ “ტვიტერის” განვითარებაზე შეფხებულა იმ დიდი სოციალური ქსელის მიერ.

ნინომ “არაბული გაზაფხული” ახსენა. ჩემი აზრით, ცენზურა ყოველთვის ხელს უწყობს საინტერესო ინსტრუმენტების საინტერესოდ გამოყენებას და განვითარებას, დაწყებული იქიდან, როგორ ვითარდება მკაცრი ცენზურის ქვეშ კულტურა, ხელოვნება. დღეს ჩანს, როგორ შეიძლება განვითარდეს საზოგადოება და რა გზები შეიძლება გამოძებნოს თავის დასაღწევად. საქართველოში არ არის მკაცრი ცენზურა, ციხეში არავის სვამენ აზრის გამოხატვის გამო, როგორც მოხდა ეს რუსეთში, აზერბაიჯანში, ეგვიპტეში და სხვაგან. ამიტომ ჩვენთან სოციალური ქსელები ისე ვერ ვითარდება, საზოგადოება მათ ისე ვერ იყენებს, როგორც ეს მოხდა იმ ქვეყნებში, სადაც ცენზურამ ხალხი აიძულა, ეს ინსტრუმენტები გამოეყენებინა.

**ნინო დანელია** - კარგი იქნებოდა ნესტან ცეცხლამე ყოფილიყო ჩვენთან, მაგრამ სამწუხაროდ ვერ მოახერხა მოსვლა. მიუხედავად იმისა, რომ აბსოლუტურად გეთანხმები იმაში, რომ ცენზურა სწორედაც რომ ხელს უწყობს ინტერნეტ სივრცის გამოყენებას, როგორც ერთ-ერთი თავისუფალი სივრცის და არა მარტო “არაბული გაზაფხულის” მაგალითი შეგვიძლია გავიხსენოთ, არამედ ირანიც, როდესაც “ტვიტერით” ცდილობდნენ ადამიანები ინფორმაციის გავრცელებას იქ არსებული პოლიტიკური ვითარების შესახებ. თუმცა ინტერნეტი საქართველოშიც შეიძლება იყოს გამოყენებული როგორც ერთადერთი პლატფორმა თავისუფალი მედიის განვითარებისთვის იმიტომ რომ ჩვენი ტრადიციული მედიასივრცე ძალიან პოლარიზებულია. ესეც შეიძლება გახდეს ერთ-ერთი მოტივატორი იმისა, რომ ინტერნეტი უფრო აქტიური იყოს, გნებავთ ბლოგოსფეროს, გნებავთ სოციალური ქსელების თვალსაზრისით. ალბათ ყველაფერს თავისი დრო უნდა და ნელ-ნელა მივიღებთ უფრო აქტიურ ინტერნეტსივრცეს, ვიდრე დღეს გვაქვს.

ალბათ ორიოდ სიტყვით უნდა ვთქვათ, რა მნიშვნელობა აქვს ინტერნეტს ჟურნალისტიკის განვითარებისთვის. ამ პერიოდში, როდესაც ძალიან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ინფორმაციის სწრაფად გავრცელებას, და მის დაცულობას პოლიტიკური თუ ეკონომიკური გავლენებისგან, სწორედ ინტერნეტს აქვს ძალიან დიდი მნიშვნელობა და მაგალითისთვის შეიძლება მოვიყვანოთ არამარტო “ნეტგაზეთი”, რომელიც “ბათუმელების” ონლაინ-გამოცემა გახდა, არამედ “გურია-ნიუსის” ვებ-პორტალი, რომელთა მეშვეობითაც მკითხველი ახალ ამბებს მათი ინტერნეტ-გამოცემიდან უფრო სწრაფად იგებს, ვიდრე შეძლებენ ბეჭდური გამოცემები შესთავაზონ თავიანთ მკითხველს. ასევე შეიძლება ითქვას, რომ ინტერნეტ-რესურსი უფრო მეტ საშუალებას აძლევდეს იმისთვის, რომ გავრცელდეს ფოტო, ვიდეო და აუდიო მასალა, რაც, ბუნებრივია, რთულია ბეჭდურ გამოცემებში, ტელევიზიებში კი, როგორც ვთქვი, ლოიალობების მიხედვით ნაწილდება და იფუთება ინფორმაცია.

ძალიან ბევრს ლაპარაკობენ საქართველოშიც და მის ფარგლებს გარეთაც იმის შესახებ, რომ შეიძლება მედიის მიერ ინტერნეტ-სივრცის გამოყენებამ დაფაროს ჟურნალისტიკის ფუნქცია და მისი როლის საკუთარ თავზე აიღოს. სწორედ იმიტომ რომ მომხმარებელს არა აქვს გარკვეული ტიპის განათლება, რა ინფორმაცია შეიძლება იყოს სანდო, რა შეიძლება ეფუძნებოდეს ფაქტებს და რა შეიძლება იყოს ბლოგერის სუბიექტური მოსაზრება. აქ საქმე გვაქვს მედია-განათლებასთან ან გაუნათლებლობასთან. მიუხედავად იმისა, რომ ინტერნეტმა კიდევ უფრო გააძლიერა ეს საკითხები, არა მგონია ეს მარტო ინტერნეტის პრობლემა იყოს, იმიტომ რომ იგივე ხდება ტრადიციულ მედიაში. ფაქტის და მოსაზრების გარჩევა სამწუხაროდ ძალიან უჭირს მკითხველს, მაყურებელს თუ მსმენელს.

ინტერნეტ-რესურსის გამოყენებამ კიდევ ერთი პრობლემა შექმნა, რასაც ჰქვია პირადი სივრცის შეზღუდვა. “ფეისბუქზე“, “გუგლზე“ დიდი სკანდალები ყოფილა იმასთან დაკავშირებით, რომ მესამე კომპანიებს აძლევენ მათი მომხმარებლის შესახებ ინფორმაციას, რაც პრობლემებს ქმნის პირადი ინფორმაციის დაცვის თვალსაზრისით.

ახლა სიტყვას გადავცემ ბატონ დავით სიჭინავას. წინ გვაქვს ძალიან საინტერესო პრეზენტაცია ინტერნეტ განათლებულობის თემაზე. ჩვენ მეორე მხრიდან შევხედავთ ინტერნეტ-რესურსს. როგორია ინტერნეტ მომხმარებელი და როგორია ინტერნეტ განათლებულობის დონე საქართველოში, თუ არ ვცდები, ამ თემებსაც ეხება თქვენი პრეზენტაცია.

**კორნელი კაკაჩია** - განსხვავება ტრადიციულ მედიასა და სოციალურ ქსელებს შორის რა თქმა უნდა ის არის, რომ სოციალურ ქსელში უფრო სწრაფად შეგიძლია ინფორმაციის განთავსება, მაგრამ პრობლემაა, რომ ხშირ შემთხვევაში ის შეიძლება გადაუმოწმებელი იყოს. მაშინ როცა ტრადიციულ მედიაში მუდმივად მოწმდება ეს. კიდევ ერთი საკითხია - ახალგაზრდების. “ფეისბუქს” თუ გადავხედავთ, ძირითადად ახალგაზრდები არიან, იშვიათად რომ ვინმე იყოს 60 წელს გადაცილებული.

**დავით სიჭინავა** - ვისაუბრეთ პოლიტიკური კონიუნქტურის შესახებ ინტერნეტ სივრცეში, მაგრამ ინტერნეტზე საუბრისას ალბათ არ უნდა დაგვავიწყდეს მთავარი ასპექტი, ინტერნეტ მომხმარებლები, ადამიანები, რომლებიც სხედან კომპიუტერებთან, ინფორმაციას ეძებენ ან სოციალურ ქსელებში მოგზაურობენ.

მინდა წარმოგიდგინოთ აღწერილობითი ხასიათის პრეზენტაცია. ეს გახლავთ კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრის მიერ ჩატარებული ყოველწლიური “კავკასიის ბარომეტრის” შედეგები, რომელიც ტარდება სამხრეთ კავკასიის სამ ქვეყანაში. კვლევის ფარგლებში ვეკითხებით სხვადასხვა თემების შესახებ. თემის აქტუალობიდან გამომდინარე 2011 წლის კვლევაში მოხვდა რამდენიმე კითხვა ინტერნეტისა და ინტერნეტ მომხმარებლების შესახებ.

ვნახოთ რა განსხვავებაა სამხრეთ კავკასიის შიგნით ქვეყნებს შორის. საქართველოს, სომხეთს და აზერბაიჯანს გეოგრაფიული მდებარეობის გამო ერთ რეგიონად განიხილავენ, მეტნაკლებად მსგავსი ისტორიული წარსულიც გააჩნია ამ სამ ქვეყანას. საქართველოს მოსახლეობის დაახლოებით 45% -ს გააჩნია მეტნაკლები შეხება ინტერნეტთან. ბოლო სამი წლის განმავლობაში საკმაოდ მნიშვნელოვანი ზრდა იყო. ასევე იზრდებოდა მოსახლეობაში ინტერნეტ მომხმარებლების რიცხვი სომხეთში. აზერბაიჯანში ეს ზრდა თითქმის მინიმალური იყო. თუმცა შეიძლება დავა ამ მონაცემების შესახებ. არსებობს გაეროს მონაცემები, საერთაშორისო ტელეკომუნიკაციების კავშირის მონაცემები, რომლის მიხედვითაც საქართველოს მოსახლეობის 37%-ს აქვს ინტერნეტთან წვდომა. ეს არის 2011 წლის მონაცემები. აზერბაიჯანში ამბობენ, რომ ასეთია მოსახლეობის 50%, მაგრამ ყურადღება უნდა მივაქციოთ იმას, ვინ გასცემს ამ ინფორმაციას. აზერბაიჯანის შემთხვევაში ეს არის სახელმწიფო სტატისტიკის სამმართველო, რომლის მონაცემებმაც შეიძლება კითხვები გაგვიჩინოს. ჩვენთან “ჯეოსტატი” გასცემს, მაგრამ ალბათ ხვდებით, რომ ეს მეტნაკლებად აკურატული ინფორმაციაა და მისი გადამოწმება შესაძლებელია სხვადასხვა წყაროებით.

მთავარი კითხვა, რომელიც დავუსვით ადამიანებს, არის, რამდენად ხშირად იყენებენ ინტერნეტს. ჩვენი მომდევნო ანალიზი დაფუძნებული იქნება ორი ჯგუფის, ინტერნეტის მომხმარებელი და ადამიანების, რომლებიც არ მოიხმარენ ინტერნეტს, შედარებაზე. განვიხილავთ დემოგრაფიულ, ეკონომიკურ, სოციალურ და პოლიტიკურ კითხვებს და ვნახავთ თუ არის განსხვავება მათ მიმართ ამ ადამიანების დამოკიდებულებაში.

სამხრეთ კავკასიაში იმ ადამიანების რიცხვი, რომელიც არასოდეს იყენებს ინტერნეტს, ყველაზე მინიმალურია საქართველოში. აზერბაიჯანში ყველაზე მეტია ადამიანი, რომელმაც არ იცის, რას ნიშნავს ინტერნეტი.

ცოტა ხნით გადავუხვიოთ CRRC-ის მონაცემებს. თქვენ ხედავთ რუკას, რომელიც გიჩვენებთ ინტერნეტაბონენტების რეგიონულ განაწილებას. ყურადღება უნდა მივაქციოთ იმას, რომ ეს შეიძლება იყოს როგორც ოჯახები, ასევე ორგანიზაციები, რომლებიც მოიხმარენ ინტერნეტს, ინტერნეტქსელში არიან ჩართულები. არ არის გასაკვირი, რომ მსხვილ ქალაქებში ინტერნეტდაფარვის ხარისხი უფრო მაღალია და საქართველოს მთელ რიგ რეგიონებში თითქმის უმნიშვნელო ნაწილია ინტერნეტით უზრუნველყოფილი.

დავუბრუნდეთ CRRC-ის კვლევის შედეგებს. საქართველოს დედაქალაქის მოსახლეობის 60%-ს აქვს წვდომა ინტერნეტზე, 51%-ს სხვა ქალაქებში. აქ ივლისხმება არამარტო დიდი ქალაქები, არამედ საქალაქო ტიპის ყველა დასახლება. როგორც ხედავთ სოფლის მოსახლეობა ყველაზე ნაკლებად არის უზრუნველყოფილი ინტერნეტით და 20%-საც კი არ შეადგენს.

შემდეგ ვიღებთ მხოლოდ ინტერნეტმომხმარებლების ჯგუფს და ვარკვევთ, რომ მათი 66% საკუთარი კომპიუტერიდან ან შედის ინტერნეტში, ვხედავთ რომ მნიშვნელოვანია მათი რაოდენობა, ვინც მეგობრის კომპიუტერით სარგებლობს ინტერნეტში შესასვლელად. სხვა

ქვეყნების შემთხვევაში ეს ნიშნული მინიმალური იყო. მნიშვნელოვანი წილი მოდის სამსახურზე. მხოლოდ 5% შედის მობილური ტელეფონიდან.

მომდევნო და ალბათ ყველაზე საინტერესო კითხვა - რას აკეთებენ ინტერნეტ მომხმარებლები ინტერნეტში შესვლისას. 50%-მა თქვა, რომ ინფორმაციას ეძებს, 40% ეტანება სოციალურ ქსელებს, ოღონდ “ფეისბუქს” მხოლოდ 26% იყენებს.

**ნინო დანელია** - ინფორმაციის მოძიებაში რა იგულისხმება, თვისობრივად თუ გაქვთ გაშლილი ეს კითხვა.

**დავით სიჭინავა** - ეს მრავალარჩევანიანი კითხვა იყო, შეიძლება ზოგადი ხასიათის მოგეჩვენოთ, მაგრამ მერე ვშლით მას. ამაში იგულისხმება ის, რასაც რესპოდენტი თავად გულისხმობდა ინფორმაციის მოძიებაში. საკმაოდ მნიშვნელოვანია მუსიკის და ვიდეოპორტალების გამოყენება, ელექტრონული ფოსტის, მესინჯერ-პროგრამების და ახალი ამბების წაკითხვა. ბლოგებზე მოდის მხოლოდ 4%. ინტერნეტმომხმარებელთა მხოლოდ 4%-მა დაასახელა ბლოგები ინტერნეტსაქმიანობის ერთ-ერთ სახედ. აქ იგულისხმება როგორც თავად ბლოგერობა, ასევე ბლოგების კითხვა. ფორუმებს და ინტერნეტბანკინგებს მინიმალური მოცულობა ერგო.

საინტერესოა, რომ მესინჯერ-პროგრამების გამოყენება ძალიან აქტუალურია სომხეთში. შეიძლება ვიკამათოთ, რომ სომხეთის მოსახლეობის დიდი ნაწილი ემიგრაციაშია და ეს ახლობლებთან დაკავშირების ერთ-ერთი წყაროა. საქართველოში ეს ფუნქცია შეიძლება “ფეისბუქს” ჰქონდეს შეთავსებული.

ახლა ვნახოთ, ის ჯგუფი, რომელიც არ არის ინტერნეტ მომხმარებელი, რატომ არ იყენებს ინტერნეტს. ამის მიზეზად უმეტესობა, დაახლოებით 35%, კომპიუტერის უქონლობას ასახელებს. 19-19%-მა განაცხადა, რომ არ აინტერესებს ან არ სჭირდება ინტერნეტი და 13%-მა განაცხადა, რომ არ იცის, როგორ უნდა გამოიყენოს ინტერნეტი.

როგორია ამ ორი ჯგუფის დამოკიდებულება სხვადასხვა საკითხების მიმართ - ამ სლაიდზე წარმოდგენილია სქესობრივი სტრუქტურა როგორც ინტერნეტმომხმარებლების, ისე მათი, ვინც არ მოიხმარს ინტერნეტს. ინტერნეტმომხმარებლებში მნიშვნელოვანი განსხვავება არ ფიქსირდება, მაგრამ მათში, ვინც არ მოიხმარს ინტერნეტს, ქალები სჭარბობენ. ინტერნეტმომხმარებლების თითქმის 60% არის 18-დან 35 წლამდე ასაკის ადამიანები. 35% მოდის 36-დან 55 წლამდე ადამიანებზე, უფრო ხანშიშესულ ადამიანებზე კი 8%.

ინტერნეტმომხმარებლების 48% დასაქმებული იყო. საქართველოში ჩვენი კვლევის თანახმად გამოკითხულთა დაახლოებით 35-40% აცხადებდა, რომ დასაქმებული იყო. ინტერნეტის არამომხმარებლების 70% მიიჩნევს, რომ დაუსაქმებელია.

მომდევნო სლაიდი შეიძლება წინააღმდეგობაში მოდიოდეს წინა სლაიდთან. ინტერნეტმომხმარებლების 39%-მა განაცხადა, რომ არა აქვს შემოსავალი. ამას შეიძლება მოვუძებნოთ რაციონალური ახსნა. რა თქმა უნდა ამის გამოსარკვევად სხვადასხვა სტატისტიკური ტესტია საჭირო და ჩვენ არ ჩავვითარებთ, რადგან ჩვენი პრეზენტაცია აღწერილობითი ხასიათისაა, მაგრამ თუკი გავითვალისწინებთ ასაკობრივ დაყოფას, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ახალგაზრდები, რომლებიც არიან სტუდენტები, და ჯერ არ დაუწყიათ მუშაობა, ისინი უფრო აქტიური ინტერნეტმომხმარებლები არიან. თუ განვიხილავთ ოჯახის ან შიდამეურნეობის შემოსავალს, ინტერნეტმომხმარებლების ოჯახების შემოსავალი უფრო მაღალია, ვიდრე არამომხმარებლებისა. ინტერნეტის არამომხმარებლების ოჯახების ნახევარზე მეტის შემოსავალი არის 100 ამერიკულ დოლარამდე. მაშინ, როცა ინტერნეტმომხმარებლების 9% აღნიშნავს, რომ 400 დოლარზე მეტი შემოსავალი აქვს მის ოჯახს, 18% - 250-დან 400 დოლარამდე, 27% - 100-დან 250 დოლარამდე. ეკონომიკური თვალსაზრისით ინტერნეტმომხმარებლების ოჯახები შედარებით უკეთეს მდგომარეობაში არიან.

ასევე საინტერესოა განაწილება განათლების სტატუსის მიხედვით. მოსახლეობა დავყავით სამ ჯგუფად: ისინი, ვისაც გააჩნია საშუალო ან უფრო დაბალი განათლება, საშუალო ტექნიკური განათლება და უმაღლესი განათლება. ამ კითხვას თუ ინტერნეტის მოხმარების ჭრილში შევხედავთ, ვნახავთ, რომ არამომხმარებლების თითქმის ნახევარზე მეტს აქვს საშუალო ან უფრო დაბალი განათლება. ინტერნეტის მოხმარებლების 60%-ს აქვს უმაღლესი განათლება, ბაკალავრიატი ან უფრო მაღალი საფეხური.

ინტერნეტის მომხმარებლების 30% აცხადებს, რომ არ არის დაქორწინებული, რაც ადვილი ასახსნელია, თუკი გავითვალისწინებთ ახალგაზრდების წილს ინტერნეტ მომხმარებლებს შორის.

მომდევნო სლაიდი შეიძლება არ ჯდებოდეს კონტექსტში, მაგრამ საკმაოდ საინტერესო იყო, რესპონდენტებს დავუსვით კითხვა, სურთ თუ არა საზღვარგარეთ დროებით წასვლა. ინტერნეტის მომხმარებლების 62% აცხადებს, რომ მას დროებით უნდა საზღვარგარეთ წასვლა, ასევე 62% არამომხმარებლებისა აცხადებს, რომ საერთოდ არ უნდა საზღვარგარეთ წასვლა დროებითაც კი.

საუბარი იყო რელიგიასთან დაკავშირებით. მახსენდება საქართველოში ერთ-ერთი ყველაზე დიდი ივენთი, რომლის ორგანიზებაც სოციალური ქსელების საშუალებით მოხდა, ვგულისხმობ რელიგიის თავისუფლების შესახებ კანონის მიღებას, როდესაც “ფეისბუქის” მეშვეობით მოხდა დიდი საპროტესტო აქციის და მსვლელობის ორგანიზება. ვნახოთ, რა განსხვავებაა რელიგიის მიმართ დამოკიდებულებაში ინტერნეტმომხმარებლებსა და არამომხმარებლებს შორის. ინტერნეტმომხმარებლების 45% აცხადებს, რომ რელიგია მათ ცხოვრებაში ძალიან მნიშვნელოვანია. ასეთი პასუხი ინტერნეტის არამომხმარებლების მხოლოდ 37%-მა გასცა. საინტერესოა მეორე სლაიდი - რამდენად ხშირად ესწრებით რელიგიურ მსახურებას. კვირაში ერთხელ ან უფრო ხშირად - ინტერნეტმომხმარებელთა 23%. 31% - თვეში ერთხელ. არამომხმარებელთა შემთხვევაში გვაქვს 12 და 15%. საკმაოდ დიდია ასევე ინტერნეტის მომხმარებლებში იმ ადამიანთა რიცხვი, რომლებმაც თქვეს, რომ ძალიან იშვიათად ან არასდროს მონაწილეობენ რელიგიურ მსახურებაში.

ასევე გამოვიკვლიეთ დამოკიდებულება სხვადასხვა ინსტიტუციების მიმართ. იყო რამდენიმე პოლიტიკური კითხვაც, რომელიც საშუალებას გვაძლევს გავზომოთ დამოკიდებულება ამა თუ იმ პოლიტიკურ საკითხზე. თუკი შევხედავთ საქართველოში არსებული ინსტიტუტებისადმი ნდობას, მნიშვნელოვანი განსხვავებები არ გამოიკვეთება. განსხვავებები იკვეთება მხოლოდ საგანმანათლებლო სისტემისადმი, პრეზიდენტისადმი, ბანკებისადმი და სახალხო დამცველისადმი ნდობაში. პრეზიდენტისადმი ინტერნეტმომხმარებლები შედარებით უფრო ნეგატიურად არიან განწყობილები მათთან შედარებით, ვინც არ მოიხმარს ინტერნეტს. დანარჩენების შემთხვევაში საპირისპირო ტენდენცია გვაქვს - ინტერნეტმომხმარებლები უფრო დადებითად არიან განწყობილები ამ ინსტიტუტებისადმი.

გვქონდა კითხვა, რამდენად სამართლიანად ექცევა მთავრობა ხალხს. როდესაც ვსაუბრობთ პოლიტიკურ კითხვებზე, აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ ის, რომ ინტერნეტის არამომხმარებლებში გვაქვს საკმაოდ მაღალი “არ ვიცის” წილი. ინტერნეტის არამომხმარებლები შედარებით ნაკლებად არიან ინფორმირებულები ამ საკითხებთან დაკავშირებით და შესაბამისად არ აქვთ ჩამოყალიბებული საკუთარი აზრი. ინტერნეტმომხმარებლებში უფრო მეტს მიაჩნია, რომ მთავრობა სამართლიანად ექცევა ხალხს.

სასამართლოს მიმართ დამოკიდებულება - ინტერნეტის არამომხმარებელთა 44% აცხადებს, რომ არ იცის, როგორი სასამართლოა საქართველოში. მაგრამ უნდა აღინიშნოს, რომ ინტერნეტმომხმარებლების 42% აცხადებს, რომ სასამართლო მიკერძოებულია, რაც ყურადსადეობი ფაქტია.

ასევე გვეხსენება კითხვები, რომლებიც ზომავდა მოსახლეობის პოლიტიკურ ორიენტაციას. იყო ასეთი კითხვა - როგორია თქვენი დამოკიდებულება კონკურენციისადმი. ინტერნეტის მომხმარებლები უფრო აცხადებდნენ, რომ კონკურენცია კარგია.

საინტერესოა მომდევნო სლაიდი, რომელიც კერძო საკუთრებას ეხება. ინტერნეტმომხმარებლების 58% მიიჩნევს, რომ საწარმოების უმეტესობა კერძო საკუთრებაში უნდა იყოს. ინტერნეტის არამომხმარებლების 26% ამბობს, რომ საწარმოების უმეტესობა უნდა იყოს მთავრობის ხელში.

ინტერნეტმომხმარებლების 35% აცხადებს, რომ ხალხმა უნდა მიიღოს საპროტესტო აქციებში მონაწილეობა, თუმცა გასათვალისწინებელია უარისა და “არ ვიცის” საკმაოდ დიდი მოცულობა, განსაკუთრებით ინტერნეტის არამომხმარებლებს შორის.

რაც შეეხება იმას, თუ რამდენად სწორი მიმართულებით ვითარდება საქართველოში პოლიტიკა, ინტერნეტ მომხმარებლების 46% და არამომხმარებლების 45% აცხადებს, რომ საქართველოში პოლიტიკა სწორი ან მეტნაკლებად სწორი მიმართულებით ვითარდება. მნიშვნელოვანია მოსახლეობის დამოკიდებულება პოლიტიკური აქტივობისადმი. ორივე ჯგუფის დაახლოებით 85%-მა თქვა, რომ საპრეზიდენტო არჩევნებში, თუკი ის უახლოეს კვირაში ჩატარდებოდა, აუცილებლად მიიღებდა მონაწილეობას.

შემაჯამებელი სლაიდი - რამდენად დემოკრატიულია დღეს საქართველო. მნიშვნელოვანი განსხვავებები არც აქ გამოკვეთილა. ინტერნეტმომხმარებლების მხოლოდ 46% ფიქრობს, რომ საქართველოში არის დემოკრატია, მაგრამ დიდი პრობლემებით, მაშინ როცა ინტერნეტის არამომხმარებლების მხოლოდ 40% ფიქრობს ასე. აქაც არის “არ ვიცის” საკმაოდ დიდი წილი.

კვლევის მონაცემები საჯაროა და შეგიძლიათ იხილოთ ჩვენს ვებგვერდზე, ასევე შეგიძლიათ ნახოთ ჩვენი ბლოგი, სადაც ბევრი საინტერესო თემაა. შეჯამებისთვის ვიტყვი, რომ რეგიონული განსხვავება სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებში საკმაოდ გამოხატულია. საქართველოში ბევრად უფრო მეტი ადამიანი მოიხმარს ინტერნეტს. საკმაოდ ნიშანდობლივი იყო ის, რომ ინტერნეტის არამომხმარებლები ნაკლებად ინფორმირებულები არიან და შესაბამისად უჭირთ საკუთარი მოსაზრებების ჩამოყალიბება.

**ნინო დანელია** - ძალიან საინტერესო ფაქტები მოვისმინეთ. ინტერნეტრესურსი ამოუწურავი თემაა. სამწუხაროდ ვერ შევხვებთ და ალბათ არც დრო გვექნება იმისთვის, რომ ვისაუბროთ იმაზე, რამდენად მნიშვნელოვანია ღია რესურსის არსებობა. თქვენ გახსოვთ უახლესი ინტერნეტპროტესტები, როდესაც “ვიკიპედია” და “გუგლი” დაიხურა იმის გამო, რომ შეიძლებოდა მიეღოთ კანონი რესურსების დახურვის შესახებ, ინტელექტუალური საკუთრების დაცვის გამო.

კითხვა მაქვს ბატონ დავითთან. თქვენ ბრძანეთ, რომ ინტერნეტმომხმარებლები უფრო ინფორმირებულები არიან, ვიდრე ისინი, ვინც არ მოიხმარს, და ეს გამოჩნდა კითხვებში კონკრეტულ სფეროებზე. გვამღევეს თუ არა ეს ინფორმაცია იმის თქმის და განზოგადოების საშუალებას, რომ ინტერნეტის მომხმარებელი უფრო მეტად არის ინფორმაციის მაძიებელი ან უფრო მეტად აქტიური და დაინტერესებულია ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური ან არაპოლიტიკური პროცესების მიმართ?

**დავით სიჭინავა** - სამწუხაროდ “კავკასიის ბარომეტრის” მონაცემები საშუალებას არ გვამღევეს ვისაუბროთ იმაზე, რამდენად აქტიურია ან რამდენად შეესაბამება პირის ინტერნეტჩართულობა მის ჩართულობას საზოგადოებრივ საქმიანობაში. თუმცა ამ შედეგების მიხედვითაც შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ მათი ინფორმაციულობის ხარისხი უფრო მეტია, და რაც უფრო მეტი ინფორმაცია გაქვს, მით მეტი გინდა მოიპოვო. ძალიან საინტერესო თემაა საკვლევა.

**კორნელი კაკაჩია** - ჯერჯერობით არ გვაქვს მასალა, რომელიც ამას დაადასტურებდა, მაგრამ ვარაუდის დონეზე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ინტერნეტმომხმარებელი არის ერთ-ერთი ყველაზე აქტიური პოლიტიკურ პროცესებში. ეს შეიძლება ვივარაუდოთ, თუ გადავხედავთ საარჩევნო პროცესს და პოლიტიკური პარტიების საქმიანობას, ისინი განსაკუთრებით აქტიურდებიან არჩევნების პერიოდში. აქტივისტებს, რომლებსაც ამ პერიოდში სურთ თავიანთი მოსაზრებების გამოხატვა პოლიტიკურ საკითხებზე, სხვა სივრცე საამისოდ არც რჩებათ. ტელევიზიებში ეს შეუძლებელია, მიტინგების ტალღამ გადაიარა, ერთადერთი საშუალება საამისოდ სოციალური ქსელებია.

ღია რესურსთან დაკავშირებითაც გავაკეთებ კომენტარს. ეს მართლაც სერიოზული პრობლემაა. განსაკუთრებით აკადემიურ წრეებში. ორი წლის განმავლობაში ვიყავი ჰარვარდის უნივერსიტეტში. უნივერსიტეტს, რომელიც ერთ-ერთი უმდიდრესია მსოფლიოში, სერიოზული პრობლემა აქვს, თუ როგორ მოიზიდოს ელექტრონული წყაროები, რომელიც ძალიან ძვირია. მოგეხსენებათ, დღეს ყველაფერი ელექტრონულია. შეიძლება იყოს ელექტრონული ჟურნალი სპეციფიურ თემაზე, რომელსაც მსოფლიოში 50 ადამიანი კითხულობდეს, მაგრამ ძალიან ძვირი ღირდეს. ამაზე უკვე სერიოზული დისკუსიაა. ჰარვარდმა უკვე გახსნა თავისი ელექტრონული რესურსები. რა აზრი აქვს ისეთი ჟურნალის არსებობას, თუ მას ვერავენ წაიკითხავს? ამიტომ ჰარვარდმა დაიწყო გადაფასების პროცესი. კოლუმბია ფიქრობს, მიყვეს თუ არა. თუ ეს პროცესი განვითარდა, ღია რესურსები უფრო მისაწვდომი იქნება.

**ნინო დანელია** - ეს თემა პოლიტიკური პარტიების თემაც გახდა. მოგეხსენებათ, არსებობს „მეკობრეების პარტია“ [იცავს ინტერნეტ მომხმარებლების უფლებას, არალიცენზირებული ინტერნეტ პროდუქცია მოიხმარონ], რომელიც გერმანიაში მოვიდა ხელისუფლებაში, უნგრეთში ძალას იკრებს და ფიქრობს, მონაწილეობა მიიღოს არჩევნებში. ინტერნეტ რესურსის ხელმისაწვდომობის და ღიაობის თემა ევროპული პოლიტიკური პარტიების პოლიტიკური პროგრამების სერიოზული შემადგენელი ნაწილი გახდა. ვფიქრობ, რომ საქართველოშიც ექნება ამას მნიშვნელობა.

**გიგა პაიჭაზე** - ერთადერთი იმის თქმა შემიძლია, რომ ადრე რომ უბნის ბირჟები გვქონდა, დღეს ეს ფუნქცია ოცდაოთხ საათიან რეჟიმში შეითავსა ინტერნეტმა. ინტერნეტმომხმარებელი თავისდაუნებურად ხდება ინფორმაციის ნაკადის მონაწილე. ხშირად შეიძლება არც უნდოდეს ინფორმაციის მიღება, ბევრი უნივერსიტეტი სალექციო კურსებსაც სთავაზობს ინტერნეტით. ხშირად ადამიანმა არც იცის ამის შესახებ, მაგრამ სოციალური ქსელის მთავარი პლიუსი დღეს ის არის, რომ ჩემი მეგობრები განაპირობებენ იმ ინფორმაციის მოცულობას და ხარისხს, რასაც მე მივიღებ. ანუ თუ „სწორი“ მეგობრები მყავს, მით უფრო სწორ და სასარგებლო ინფორმაციას მომაწვდიან და ბევრ საინტერესო რამეს შევიტყობ. შეიძლება რაღაც ვერც კი წარმომედგინა, მაგრამ ავტომატურად ვიღებ ინფორმაციას. გვინდა თუ არა, ჩვენ თვითონ ვხდებით ამის მატარებელი, როდესაც “ვალაიქებთ” და “ვაშეარებთ” რაღაცას. აქედან გამომდინარეობს ის ტენდენცია, რომ ინტერნეტის მომხმარებლები ყოველთვის მეტად ინფორმირებულები იმიტომ კი არ არიან, რომ უნდოდან რაღაცის გაგება, უფრო მეტი რაღაცის შესახებ სმენიათ და უნახავთ.

**ნინო დანელია** - ახლა უკვე დარბაზსაც შეუძლია მიიღოს მონაწილეობა დისკუსიაში. ბევრი თქვენგანი წერს ბლოგს ან აქტიური მომხმარებელია, კითხულობს, “ფეისბუქიც” ალბათ არის თქვენი ცხოვრების ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილი. მაინტერესებს, თუ ხედავთ ან თუ გაქვთ კონკრეტული მაგალითები კავშირისა ინტერნეტ აქტივიზმსა და რეალურ აქტივიზმს შორის და თუ არ არის, რა არის თქვენი აზრით ამის მიზეზი? და თქვენი აზრით რა გზები უნდა გამოიძებნოს საამისოდ?

**თამარ პატარაია, მშვიდობის, დემოკრატიის და განვითარების კავკასიური ინტიტუტი**  
- მე მგონი, მონაწილეობა და საზოგადოების ჩართულობა ასე პირდაპირ ინტერნეტთან არ უნდა იყოს დაკავშირებული იმის გათვალისწინებით, რომ შეიძლება მეტმა ინფორმაციამ და განათლებამ შეიძლება უკუშედეგი გამოიღოს, მაგალითად უკმყოფილება იმ ყველაფრით, რაც გარშემო ხდება. შეიძლება ადამიანი საკუთარ თავში ჩაიკეტოს. ინტერნეტზე მიჯაჭვულობა არ ნიშნავს იმას, რომ პიროვნება [სოციალურ] მობილიზებაში მონაწილეობას მიიღებს და თავის გამოხატვის სურვილი გაუჩნდება. ამიტომაც არის აუცილებელი, რომ საზოგადოების კრიტიკული მასა ჩართული იყოს ინტერნეტში, რომ ამ ზოგადი მასიდან საზოგადოების ის წილი, რომელიც ზოგადად აქტიური და მობილიზებულია და მზად არის საზოგადოებრივი აქტივობისთვის, მუდმივად მონაწილეობდეს საზოგადოებრივ ცხოვრებაში.

**ნინო დანელია** - დარბაზში მყოფ ახალგაზრდებს მინდა ვთხოვო აზრის გამოთქმა, იმიტომ რომ მთელ მსოფლიოში გავრცელებული მონაცემებით თქვენ ხართ ყველაზე უფრო აქტიური ინტერნეტმომხმარებლები.

**ლაშა ქავთარაძე, ბლოგერი** - ჩემი პირადი დაკვირვებიდან ვიტყვი, რომ დღეს გაცილებით უკეთ აცნობიერებს ინტერნეტის, როგორც რესურსის მნიშვნელობას ხელისუფლება, ვიდრე ოპოზიცია. არამხოლოდ “ფეისბუქის” საშუალებით, არამედ ბლოგერებთან ურთიერთობის თვალსაზრისითაც. ბოლო ერთი წლის განავლობაში ათამდე შეხვედრა მახსენდება, როდესაც ისინი დაპატიჟეს საგუნდაოდ, გასართობად, და თქვენ წარმოიდგინეთ, ძალიან ბევრი კეთილგანწყობაც მოიპოვეს. კიდევ ერთი საკითხი, ეს ფინანსებთან არის დაკავშირებული, რომ დაახლოებით ერთი წლის წინ ოპოზიციური პარტიების წარმომადგენლები საერთოდ არ ჩანდნენ სოციალურ ქსელებში.

კიდევ ერთი ტექნიკური საკითხი განათლების პრობლემას უკავშირდება. როდესაც მოვითხოვთ კარგი ბლოგოსფეროს არსებობას, საზოგადოებაც ცოტათი კარგი უნდა იყოს. როდესაც ჟურნალისტიკის ფაკულტეტზე სტუდენტებს ვერ უხსნიან, რა მნიშვნელობა აქვს სოციალურ მედიას, და როდესაც ლექტორებს არა აქვთ მეილი, იმიტომ რომ არ იციან, რა არის მეილი, უადგილოა, ვაკრიტიკოთ ბლოგერები, რატომ არ წერენ პოლიტიკურ თემებზე. განათლების სერიოზული პრობლემაა.

**ნინო დანელია** - მე მგონი არავის ვაკრიტიკებთ, უბრალოდ ვცდილობთ გავაანალიზოთ რა ხდება. თქვენ ახსენეთ შეხვედრები ბლოგერებთან. სულ მაინტერესებს, ასეთი ტიპის შეხვედრებზე კონკრეტულ თემებზე გესაუბრებიან თუ არა. ჟურნალისტიკის შემთხვევაში ერთი ძალიან მარტივი წესია, მას ეთიკური პროფესიული სტანდარტის დაცვა ევალება, რაც მარტივად რომ ვთქვათ, იმაში გამოხატება, რომ საგუნდაოდ არ უნდა წაყვას პოლიტიკოსს ან თუ უარს ვერ ეუბნება, უნდა შეეცადოს, რომ მისი გავლენის ქვეშ არ იყოს, რათა პატიოსანი იყოს თავის აუდიტორიასთან. მესმის, რომ ძალიან დიდი განსხვავებაა ბლოგერსა და ჟურნალისტს შორის, მაგრამ აუდიტორიის წინაშე პატიოსნება ალბათ არის ის ღირებულება, რომელიც ყველასთვის მისაღებია. თქვენი აზრით რამდენად ახერხებენ ეს ადამიანები გუნდაობის დროს გავლენის მოპოვებას უკვე პროდუქტზე, ბლოგებზე.

**ლაშა ქავთარაძე** - პირადად მე მონაწილეობა მაქვს მიღებული ქართული ბლოგინგის დღეებში. ერთ-ერთი სახელმწიფო სტრუქტურის მიერ იყო ორგანიზებული, დაგვათვალისწინებინეს რაღაცები. სხვა შეხვედრებზე არ წავსულვარ.

**გიგა პაიჭაძე** - პირადად ვარ ნამყოფი ორ მინისტრთან შეხვედრაზე. ერთი იყო არაფორმალური, სამუშაო დროისა და სივრცის გარეთ, ბრეინსტორმინგის ფორმატი იყო, შედეგად ბლოგზე არაფერი დამიწერია და არც ინფორმაცია გამივრცელებია მის შესახებ.



უნდოდან იდეების შეგროვება იმის თაობაზე, თუ რა ფორმებით შეუძლია იმ კონკრეტულ სამინისტროს სოციალური მედიის გამოყენება თავისი მიზნების განხორციელებისთვის. ეს იყო ეკონომიკის განვითარების სამინისტროს შეხვედრა და ეხებოდა კონკრეტულად ტურიზმის თემას. მეორე შეხვედრა ფორმალური ხასიათი იყო, ნიკა გილაურთან, მისი პრემიერ-მინისტრობის დროს. ყველანი ვისხედით მრგვალ მაგიდასთან, დრო შეზღუდული იყო და მხოლოდ ორ-ორი კითხვის დასმის საშუალება გვქონდა. რამდენიმე მწვავე კითხვაც დაისვა. როგორც ხდება ხოლმე ქართველ პოლიტიკოსებთან შეხვედრისა, პირდაპირი პასუხები ამ კითხვებზე არ ყოფილა. ეს უფრო იყო პიარის მიზნის შეხვედრა. თუმცა მიმაჩნია, რომ მაინც ძალიან საინტერესო იყო და სახლში რომ მოვედი, დავწერე პოსტი ამის შესახებ, თუ რა გვითხრეს, რა ვკითხეთ და რა გვიპასუხეს ან არ გვიპასუხეს. ბლოგერებსაც აქვთ თავიანთი დაუწერელი კანონები, რომლებიც მეტნაკლებად იმეორებს ჟურნალისტური ეთიკის სულისკვეთებას.

ბლოგერები ჰეტეროგენული ჯგუფია ისევე როგორც ყველა, ვისაც გვაცვია ჯინსები. არ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ყველა, ვისაც ჯინსი აცვია, ერთნაირია.

**ნინო დანელია** - სულ არის ლაპარაკი იმაზე, რომ სოციალური ქსელების გაჩენასთან ერთად, რამაც ბევრი დადებითი მოიტანა ჩვენს ცხოვრებაში, ასევე წაშალა ზღვარი პიარს, მარკეტინგს და ინფორმაციას შორის. რამდენად არის რისკი, რომ ასეთი შეხვედრების დროს გახდეთ სხვადასხვა ორგანიზაციების პიარის ან მარკეტინგული გეგმის შემადგენელი ნაწილი. იქნებ ეს საერთოდ არ არის პრობლემა. საერთოდ, რამდენად განიხილავთ ამ საკითხებს ერთმანეთში.

**გიგა პაიჭაძე** - რა თქმა უნდა ამაზე არის ხოლმე დისკუსიები. ყოველთვის მოიძებნება ხალხი, რომელიც უარს ამბობს ასეთ შეხვედრებში მონაწილეობაზე და პირიქით. სოციალურ მედიას თუ განვიხილავთ პიარის ინსტრუმენტად, აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ ის, რომ ის არის კიდევ ერთი ახალი მედიუმი, ეს არის დამატებითი ინსტრუმენტი, რომელსაც ახლა ყველანი ერთად ვეჭვევით და ვცდილობთ გავიგოთ სადამდე გადაიღუნება ეს ჯოხი და გატყდება თუ არა. შესაბამისად ჯერ ბოლომდე არ ვიცით, როგორ უნდა გამოვიყენოთ იგი.

კერძო კომპანიებთან შეხვედრებს რაც შეეხება, ასეთი ახალი ინსტრუმენტების პლუსს პირველი რატომღაც იჭერს ხოლმე ბიზნესი, რომელშიც დიდი კონკურენციაა. ბანკები დღეს ყველაზე აქტიურები არიან სოციალურ მედიაში. საკითხი ასე დგას, მე თუ კომპანია მთხოვს დავათვალიერო მისი ოფისი და დავწერო მის შესახებ, ვალდებული ვარ დავწერო ჩემს ბლოგზე. ამას იმიტომ ვწერ, რომ კომპანიამ მთხოვა დამეწერა და თუ ამაში ფულს მიხდის, ესეც ნახსენები უნდა იყოს. ეს ერთ-ერთი დაუწერელი კანონია. თუ ბლოგზე აშკარა რეკლამა დევს და არ აწერია, რომ ეს რეკლამაა, ბლოგერს უვარდება რეიტინგი. მეორე მხარეა, როცა ჩემი ბლოგის ფარგლებს გარეთ მთავაზობენ სამსახურს და ხელფასს და ვხდები კომპანიის რიგითი თანამშრომელი. ასეთი ურთიერთობა ჩემი აზრით ყველაზე უფრო კარგად ჯდება ჩარჩოებში. ჯერ კიდევ არ არის ჩამოყალიბებული ეს ინსტრუმენტი ბოლომდე, მაგრამ მგონია რომ სწორი მიმართულებით მივდივართ. დისკუსიები კი ამ თემებზე სულ იმართება.

**გუგა გოგია, სტუდენტი** - ამერიკაში ვსწავლობ და თბილისში ზაფხულობით ჩამოვდივარ დასასვენებლად. ამიტომ ინტერნეტი ჩემთვის ინფორმაციის მთავარი წყაროა. ჩემი აზრით პოლიტიკაში ძალიან დიდ როლს თამაშობენ უცხოეთში წასული ქართველები თუნდაც იმ მარტივი ლოგიკით, რომ ხმის მიცემის უფლება გააჩნიათ.

**ნინო დანელია** - ხმის მიცემის უფლება საქართველოში მცხოვრებ მოქალაქეებსაც გააჩნიათ. ისინი რატომ თამაშობენ დიდ როლს?

**ფუგა გოგია, სტუდენტი** - იმის თქმა მინდოდა, რომ პოლიტიკაში თამაშობენ როლს. ქართული პოლიტიკური პროცესების შესახებ, მაგალითად “ქართული ოცნების” შესახებ ინტერნეტით გავიგე ინფორმაცია.

ერთ განსხვავებაზე მინდა მივუთითო, ამერიკაში იდეოლოგიებს შორის ომი მიმდინარეობს, საქართველოში კი პიროვნებებს შორის. ბლოგერებიც პიროვნებებზე ლაპარაკობენ და არა პოლიტიკურ შეხედულებებზე. საერთოდ საქართველოში ნაკლებად აქვთ პოლიტიკური შეხედულებები, აქ უფრო იმაზეა ლაპარაკი ერთი მესიის გჯერა თუ „მესია 2“-ის, რაც ბევრ პრობლემას წარმოშობს. ამის გამო ბლოგინგის შემოსვლა აქ ნაადრევია.

**ნინო დანელია** - ძნელია არ დაგეთანხმოთ. ამ შემთხვევაში ინტერნეტს იგივე პრობლემა აქვს რაც ტრადიციულ მედიას, რომ მართლაც საკითხების განხილვაზე მეტად მიდის პიროვნული განხილვა თუ თავდასხმა.

**კორნელი კაკაჩია** - რამდენიმე საინტერესო საკითხი წამოიჭრა. მაგალითად, ბლოგერი შეიძლება თუ არა იქნეს ჩართული პოლიტიკურ ბრძოლაში. მე მგონი “უბიწოების” პრობლემა ბლოგერებმა საქართველოში ერთხელ და სამუდამოდ უნდა დაძლიონ, იმიტომ რომ არაფერი სამარცხვინო არ არის იმაში, თუ პოლიტიკური ბლოგერი იქნები. ასევე არ არის პრობლემა ის, რომ მიკერძოებული იყო. შეიძლება მოგწონდეს ესა თუ ის პარტია და ლიდერი, ეს არ არის პრობლემა. ამისგან არ უნდა შევქმნათ ტრაგედია.

ლაშას მიერ წამოჭრილ თემას შევხები. მე თავად მოვამზადე უნივერსიტეტში კურსი, რომელსაც ჰქვია “პოლიტიკა, როგორც პროფესია”, რომე ლიც ითვალისწინებდა სტუდენტებისთვის პოლიტიკური კომუნიკაციების სწავლებას, საჭირო იყო ინგლისურენოვანი ლიტერატურა. მაგრამ აღმოჩნდა, რომ მსგავსი კურსისთვის უნივერსიტეტი მზად არ არის არც ტექნიკურად და არც სხვაგვარად. სტუდენტებში არის ინტერესი, მაგრამ აღმოჩნდა, რომ არ აქვთ ვიდეოკამერასთან დამოუკიდებლად მუშაობის ჩვევები.

კიდევ ერთი საკითხია, გამოჩნდნენ ექსპერტები, რომლებიც “ფეისბუქზე” წერენ ყველაფერს, მაგრამ მათ სახელს და გვარს რომ დაგუგლავ, მათ უკან არ დგას არც მეცნიერული კვლევა, არაფერი. ინტერნეტით კი ქვეყანას გამოსავლის სხვადასხვა გზებს სთავაზობენ. პრობლემაა ზედაპირული ექსპერტიზა.

არიან პოლიტიკური ბლოგერები, მაგალითად ვასილ მაღლაფერიძე, ასევე კანადაში მცხოვრები, სამწუხაროდ გვარი აღარ მახსოვს, მის ბლოგს ჰქვია “ეროვნული ინტერესი”, საგარეო პოლიტიკაზე წერს. ასეთები ერთეულები არიან. მაგრამ აქაც იგივე ხდება, რაც მთლიანად ჩვენს საზოგადოებაში.

**ლაშა ქავთარაძე** - პიარსა და ბლოგერობას შორის ზღვარის მოშლაზე საუბრობდით. ჩემი აზრით უხეში პიარი მიდის ხოლმე. ბლოგერებთან შეხვედრა აბსოლუტურად აპრობირებული მეთოდია. ნანახი მაქვს ამერიკის შეერთებული შტატების პრეზიდენტთან, ბარაკ ობამასთან ბლოგერების შეხვედრის სტენოგრაფიული ჩანაწერი, რომელიც 4-5 საათს გრძელდებოდა და სულ 6 ბლოგერი იყო მიწვეული. განსხვავებით ნიკა გილაურთან გამართული შეხვედრისგან, სადაც 30 კაცი იყო მიწვეული და შეხვედრა ამ სულ ორ საათს გასტანა. ამ შეხვედრიდანაც არავის არაფერი დამახსოვრებია იმაზე მეტი, რომ ნიკა გილაური ისეთი ღია პიროვნებაა, რომ ბლოგერებს შეხვდა. არავის ღირებული არაფერი გამოუტანია ამ შეხვედრიდან. ამერიკაში მაინც აკრიტიკებდნენ ობამას იმის გამო, რომ მან მხოლოდ მემარცხენე იდეოლოგიის ბლოგერები მიიწვია.

**მარიამ კობალაძე, კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი** - ინტერნეტი ბევრი კუთხით მაინტერესებს, განსაკუთრებით ახალი ამბების. თუმცა პოლიტიკურ დისკუსიებში

ნაკლებად ვმონაწილეობ, იმიტომ რომ ხშირად არ ვენდობი პოლიტიკასთან დაკავშირებულ ინფორმაციას ან უბრალოდ არ მივიჩნევ საჭიროდ პოლიტიკურ კამათში ჩართვას.

### **ნინო დანელია - ზოგადად პოლიტიკური საკითხები გაინტერესებთ?**

**მარიამ კობალაძე, კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი** - ზოგადად მაინტერესებს, მაგრამ ისე ძალიან არა. კომენტარს გავაკეთებ ბატონ გიგას ნათქვამზე “სწორი მეგობრების” შერჩევასა და ინფორმაციულ მრავალფეროვნებაზე. ჩემი დაკვირვებით პირიქით ხდება. ძალიან ძნელია განსაზღვრო, როგორ შეარჩიო “სწორი მეგობარი” და მიიღო მრავალფეროვანი ინფორმაცია. უმეტესად ისეთ მეგობრებს არჩევ და ისეთ მეგობრებთან გაქვს ინტერაქცია, ვინც შენაირად ფიქრობს და ერთგვაროვან წრეში უფრო ხვდები, ვიდრე მრავალფეროვანში.

**კორნელი კაკაჩია** - ერთი საკითხი მაინტერესებს. ხშირად გამჩენია შეკითხვა, რამდენად ეთიკურია “ფეისბუქზე” სტუდენტების და მასწავლებლების მეგობრობა. თქვენ როგორ ფიქრობთ? თქვენ, როგორც სტუდენტი როგორ ხედავთ ამას? რა პრობლემები შეიძლება შექმნას ამან, თუ პირიქით წასახალისებელია?

**მარიამ კობალაძე, კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი** - არაეთიკურობის პრობლემას აქ ვერ ვხედავ. ძალიან ბუნებრივია, რომ სტუდენტებს უნდათ თავიანთი ლექტორის დამატება და მისგან უფრო მეტი ინფორმაციის მიღება. პირიქით, ბევრი ლექტორი იმასაც კი ცდილობს, რომ ამ გზით სტუდენტებს თავისი შეხედულებები მოახვიოს თავს.

**გიგა ხოსიტაშვილი, ილიას უნივერსიტეტი** - ერთ-ერთმა მომხსენებელმა ახსენა, რომ ზოგჯერ ადამიანები გაურბიან სოციალურ ქსელში თავიანთი პოლიტიკური მოსაზრებები გამოაქვეყნონ. იდენტიფიკაციის ხომ არ ეშინიათ? რამდენად დაცულია „ინტერნეტ იუზერების“ პირადი მონაცემები საქართველოში?

ინფორმაციის სახით ვიტყვი, სხვაგან არ ვიცი, მაგრამ ილიას უნივერსიტეტში უკვე მესამე წელია არსებობს სავალდებულო საგანი “საინფორმაციო წიგნიერება”, სადაც სოციალური მედიის და ბლოგების გამოყენებას ასწავლიან.

**გიგა პაიჭაძე** - იმ კუთხით, რასაც თქვენ გულისხმობთ, პირადი ინფორმაცია კანონმდებლობით დაცული არ არის. შარშან რამდენიმე კანონში შევიდა ცვლილება. ერთ-ერთია “ოპერატიულ-სამძებრო საქმიანობის შესახებ კანონი”, სადაც ეს ცვლილება რამდენიმე მუხლშია გაწერილი. საგამოძიებო ორგანოებს აქვთ უფლება მოსამართლის წინასწარი ნებართვის გარეშე აწარმოონ თქვენი ინტერნეტ ტრაფიკის როგორც „ჰარდვერული“, ისე „სოფტვერული“ ფილტრაცია. ანუ პროვაიდერის მხარეს შეუძლიათ დააყენონ ისეთი პროგრამული უზრუნველყოფა, რომელიც ჩაიწერს ყველა იმ ვებსაიტს და ინფორმაციას, რომელსაც ნახულობთ და გადასცემთ, ან შეუძლიათ ცალკე სერვერი დააყენონ, რომელიც მხოლოდ იმაზე იქნება მომართული, რომ თქვენი ტრაფიკი გაფილტროს. რა თქმა უნდა აღარავის სჯერა იმ ლეგენდების, რომ სკაიპი არ ისმინება და ა.შ. თუ ხართ სახელმწიფოებრივად საშიში ელემენტი, თქვენს შესახებ ყველაფერი იქ, სადაც საჭიროა, უკვე იცან. ეს პრობლემა საერთაშორისო დონეზეც დგას. ამერიკის მთავრობა ეჭიდავება “გუგლს”, “მაიკროსოფტს” და სხვას, სთხოვს ინფორმაციას, ისინი არ ამლევენ, იხდიან უზარმაზარ ჯარიმას, და ა.შ. დღეს გავრცელდა ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ სკაიპმა უკვე ოფიციალურად გააფორმა ამერიკის მთავრობასთან შეთანხმება, რომ ყველანაირ ინფორმაციას გადასცემს, როგორც კი ფედერალური საგამოძიებო ორგანოები მოსთხოვენ.

**კორნელი კაკაჩია** - ბოლო ხანებში შევამჩნიე, რომ ადამიანები, რომლებიც ჰიპერაქტიურები იყვნენ რამდენიმე წლის წინ, განსაკუთრებით თუ მთავრობის მომხრეები იყვნენ, და საჯაროდ გამოხატავდნენ თავიანთ მოსაზრებებს, ბოლო ხანებში ეტყობა მიხვდნენ, რომ ქარი სხვა მიმართულებით ქრის და უკვე ერიდებიან აქტიურობას. ესეც მიუთითებს, რომ ამგვარი პრობლემა არსებობს. არის კიდევ ერთი პრობლემა, საკუთარი სახელით გამოაქვეყნო შენი პოლიტიკური მოსაზრებები. არის ერთი იუზერი, სოლომონ თერნალი, რომელიც ფსევდონიმით წერს და არავინ იცის სინამდვილეში მისი ვინაობა. რაღაც პრობლემა რომ არ ყოფილიყო, ამ ადამიანს ხომ არ დასჭირდებოდა სხვისი სახელით წერა?!

**ნინო დანელია** - ვფიქრობ, შეგვიძლია დღევანდელი შეხვედრის დასრულება. დიდი მადლობა ყველას, ვინც მობრძანდით, განსაკუთრებით ჩვენს მომხსენებლებს. ეს ამოუწურავი თემაა და რაც უფრო მივუახლოვდებით არჩევნებს, მით უფრო აქტუალური გახდება. მაინც მრჩება კითხვა „ონლაინ“ და „ოფლაინ“ ჩართულობის კავშირის შესახებ. სხვა დროს ვისაუბროთ ამ თემაზე.