



# ზიანის შემცირების ქსელის კომუნიკაციის პოლიტიკა და წესები

# 1. შესავალი

დოკუმენტი ასახავს ქსელის შიდა და გარე კომუნიკაციის პოლიტიკას და წესებს. დოკუმენტის მთავარი დანიშნულებაა უზრუნველყოს გარე და შიდა კომუნიკაციის ეფექტურობის ზრდა ერთიანი და სისტემური კომუნიკაციის ფორმებისა და ხარისხის სტანდარტების დანერგვით.

დოკუმენტი შედგება სამი ნაწილისაგან:

**კომუნიკაციის მთავარი პრინციპები**, სადაც ასახულია ის საკვანძო ღირებულებები, რომელსაც ეფუძნება ზოგადად ქსელის კომუნიკაციის პოლიტიკა.

**გარე კომუნიკაცია**, სადაც აღწერილია გარე აქტორებთან ქსელის ურთიერთობის, მისი წარმოჩენისა და მუშაობის მიზნები, მეთოდები და არხები.

**შიდა კომუნიკაცია**. ამ ნაწილში ასახულია ქსელის შიგნით (ქსელი წევრები, სხვადასხვა სტრუქტურული ერთეულები) ინფორმაციის გაცვლისა და კოორდინაციის უმთავრესი მიზნები, მეთოდები და არხები.

**ქსელის შესახებ**: ქსელი არის იმ საზოგადოებრივი ორგანიზაციების გაერთიანება, რომელთა უშუალო საქმიანობის სფერო ნარკოტიკულ საშუალებების მოხმარებასთან დაკავშირებულ საკითხებს ეხება. ქსელის თითოეული ორგანიზაცია დამოუკიდებელია, მათი საქმიანობის ნაწილი და/ ან ინტერესის სფერო ნარკოტიკების მოხმარებით გამოწვეული ზიანის შემცირება და ზიანის შემცირების პრინციპების გაზიარებაა.

ქსელის წევრი ორგანიზაციები ერთიანდებიან ნარკოტიკების მოხმარებით გამოწვეული ზიანის შემცირების იდეის გარშემო და ახორციელებენ ისეთ ღონისძიებებს, როგორცაა : აივ/შიდსის B,C, ჰეპატიტების, სისხლით გადამდები და სხვა ინფექციების გამოვლენა და მკურნალობა, კონსულტირება, უსაფრთხო ინექციაზე და სექსობრივ ცხოვრებაზე საინფორმაციო მასალისა და საშუალებების გავრცელება, ნარკოპოლიტიკაზე ზემოქმედება, უფლებების ადვოკატირება და თემის გაძლიერება. ქალი მოხმარებლების უფლებების დაცვა, ზედოზირების პრევენცია და წევრი ორგანიზაციების განვითარების ხელშეწყობა.

ზიანის შემცირების ქსელის ხედვაა: ქვეყანა, სადაც ნარკოტიკების მოხმარება განიხილება, როგორც საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის და არა დამნაშავეობასთან ბრძოლის საკითხი; ხოლო ნარკომომხმარებლებს ხელი მიუწვდებათ ჯანმრთელობის დაცვის, მათ შორის ზიანის შემცირების სერვისებზე; აქვთ შესაძლებლობა იყვნენ საზოგადოების სრულფასოვანი წევრები და სრულად გამოიყენონ საკუთარი პოტენციალი.

ზიანის შემცირების ქსელის მისიაა: გააერთიანოს და გააძლიეროს ზიანის შემცირების სფეროში მოქმედი ორგანიზაციები და თანამოაზრეები; შექმნას ერთიანი ეროვნული

პლატფორმა ზიანის შემცირების პოლიტიკის და პროგრამების ეფექტური განხორციელებისა და ადვოკატირებისათვის.

**ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელი აქტიურად მუშაობს შემდეგი მიმართულებებით:**

- ✓ **პოლიტიკის ადვოკატირება** - მტკიცებულებებზე დამყარებული ნარკოპოლიტიკის გატარება
  - საქართველოს ნარკოპოლიტიკის მიმართულების შეცვლა მკაცრი, სრულ აბსტინენციაზე ორიენტირებული მიდგომიდან ზიანის შემცირებისაკენ;
  - საზოგადოების, პოლიტიკოსების, კანონმდებლების და მედიის განათლება ნარკოტიკების პრობლემებისადმი ალტერნატიული მიდგომების თაობაზე;
- ✓ **სერვისების მიწოდების ორგანიზება და განვითარება** - ზიანის შემცირების სერვისების ხარისხისა და ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა
  - ეროვნული და რეგიონალური ზიანის შემცირების პროგრამების მხარდაჭერა და განვითარება
- ✓ **წევრების შესაძლებლობების გაძლიერება** - ძლიერი ორგანიზაციები ქმნიან ძლიერ ქსელს

**2. კომუნიკაციის პრინციპები**

- ✓ **დროულობა**  
*კომუნიკაციის დროულობა გულისხმობს ინფორმაციის გავრცელებას მაშინ, როდესაც მისი რეალური საჭიროება (არც ადრე და არც გვიან) არსებობს და/ან ამა თუ იმ მესიჯის სტიმულირებას წინასწარ განსაზღვრული გეგმის მიხედვით.*
- ✓ **თანმიმდევრულობა**  
*ეს პრინციპი გულისხმობს წინასწარ გათვლილ და წინა კომუნიკაციის შედეგებზე დაფუძნებულ საკომუნიკაციო საქმიანობას.*
- ✓ **სიცხადე**  
*ინფორმაციის სიცხადე გულისხმობს გარემოებებისა და ფაქტების ადექვატურ და გასაგებ ენაზე კონსტატაციას.*
- ✓ **ეფექტურობა**  
*კომუნიკაციის ეფექტურობა გულისხმობს წინასწარ კარგად განსაზღვრულ და მიზნობრივ ჯგუფებზე გათვლილი “საინფორმაციო საბაზების” შექმნასა და მათ მედია მხარდაჭერას. აგრეთვე კომუნიკაციის პროცესის მოსალოდნელი შედეგების განსაზღვრასა და მათი შეფასების კრიტერიუმების თავიდანვე ჩამოყალიბებას.*
- ✓ **გამჭირვალეობა**

*გამჭვირვალობა გულისხმობს კამპანიის მიზნების შესაბამისად ინფორმაციის გავრცელებას ორგანიზაციის მიერ განხორციელებული მნიშვნელოვანი ქმედებებისა და პროექტების შესახებ.*

✓ **პრო-აქტიურობა**

*პრო-აქტიურობა გულისხმობს ინფორმაციის გავრცელებას ორგანიზაციის ინიციატივისა და დაგეგმილი სტრატეგიის შესაბამისად საზოგადოების ცნობიერების ამაღლების, რისკების პრევენციისა და გარკვეული მესიჯების სტიმულირების მიზნით.*

✓ **უკუკავშირი**

*უკუკავშირი გულისხმობს საზოგადოების/სხვადასხვა მიზნობრივი ჯგუფის მხრიდან რეაგირების მიღებასა და მათი პოზიციის ადექვატურ გათვალისწინებას.*

✓ **ეთიკურობა**

*ეთიკურობა გულისხმობს შემდეგი ნორმების გათვალისწინებას როგორც წევრი ორგანიზაციებს შორის ისე ბენეფიციარებთან მიმართებაში:*

- ურთიერთპატივისცემა
- ადამიანური ღირსებების დაცვა
- ზიანის შემცირების კონცეპტუალური პრინციპების შესაბამისობა
- ჰუმანიზმი
- ტოლერანტობა
- პარტნიორობა

### **3. გარე კომუნიკაცია**

#### **3.1 გარე კომუნიკაციის მიზანი და ამოცანები**

ეფექტიანი გარე კომუნიკაცია ძალზედ მნიშვნელოვანია ზიანის შემცირების ქსელის მიერ დასახული მიზნების მისაღწევად და მხარდამჭერთა წრის გაფართოებისათვის. აღნიშნული გულისხმობს არსებული გარემოს ანალიზის შედეგად და ქსელის მიზნების შესაბამისად გზავნილების შემუშავებასა და მათი სამიზნე აუდიტორიისათვის დროულად და ეფექტურად მიწოდებას.

გარე კომუნიკაცია ასევე ემსახურება ქსელის იმიჯის შენარჩუნებასა და ამაღლებას, გამჭვირვალობის, ანგარიშვალდებულების, მიზნობრივი ჯგუფების ცნობიერების ამაღლების გზით და მათ კონსოლიდაციას საზოგადოებრივი კეთილდღეობისთვის ცვლილებების ადვოკატირების პროცესში.

**გარე კომუნიკაციის მიზანია:**

ჰუმანური ნარკოპოლიტიკა, რომელიც გულისხმობს: სახელმწიფოს მხრიდან ზიანის შემცირების; ჯანდაცვის და სოციალური პროგრამების უზრუნველყოფას; ნარკო

მომხმარებელთა/მოწყვლადი ჯგუფების უფლებების დაცვას და ნარკოტიკების მოხმარების დეკრიმინალიზაციას.

**ამოცანა 1:** ზიანის შემცირების ქსელის ცნობადობის ამაღლება და იმიჯის ფორმირება საზოგადოების მხრიდან ნდობის მოპოვების მიზნით

**ამოცანა 2:** საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება და აზრის ფორმირება ადვოკატორების კამპანიების წარმოებისას მხარდაჭერის მოპოვების მიზნით (საზოგადოება არის ტოლერანტული და არ განიხილოს ნარკოდამოკიდებული პირი როგორც კრიმინალი)

**ამოცანა 3:** ქსელის ჩართულობის უზრუნველყოფა ნარკო-პოლიტიკის რეფორმირებისა და სრულყოფის პროცესში, ნარკო მომხმარებელთა დეკრიმინალიზაციისა და სხვა საკითხების თაობაზე

**ამოცანა 4:** ადვოკატორების კამპანიების განხორციელება ზიანის შემცირების, მკურნალობა/რეაბილიტაციის ინფრასტრუქტურის შემუშავების მიზნით

### 3.2 გარე კომუნიკაციის მიზნობრივი ჯგუფები

- **პოლიტიკის აქტიორები**  
საკანონმდებლო და აღმასრულებელი ორგანოების წარმომადგენლები, რომელთაც ევალებათ სფეროს რეგულირება და/ან მართვა
- **პოლიტიკური პარტიები და გაერთიანებები**, რომლებიც ჩართულები არიან საჯარო პოლიტიკის წარმოებაში
- **აზრთა ლიდერები** - ცნობადი სახეები
- **პარტნიორი ორგანიზაციები**  
ორგანიზაციული ერთეულები, რომლებიც სხვადასხვა მიმართულებით თანამშრომლობენ და/ან იკვეთებიან ზიანის შემცირების ქსელთან
- **საერთაშორისო ორგანიზაციები და მისიები**, რომლების განიხილებიან, როგორც პარტნიორები/მოკავშირეები და ახდენენ ზეგავლენას გადაწყვეტილების მიმღებ პირებზე.
- **დონორები**  
ადგილობრივი, თუ საერთაშორისო ორგანიზაციული ერთეულები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ზიანის შემცირების ქსელს საგრანტო დაფინანსებით და/ან ახორციელებენ არასამთავრობო ორგანიზაციების ფინანსირებას
- **მედია**  
სატელევიზიო, რადიო, ბეჭდვითი მედიის საშუალებები და სოციალური მედია პლატფორმები - ჟურნალისტები, პროდიუსერები, და მედია ორგანიზაციების ხელმძღვანელობა, ბლოგერები,
- **არასამთავრობო ორგანიზაციები**  
რომლებიც არ არიან ზიანის შემცირების ქსელის წევრები, მაგრამ

ახორციელებენ შესაბამის უფლებადაცვით საქმიანობას და ჩრთული არიან პოლიტიკის რეფორმებში.

- საქართველოში მოქმედი რელიგიური სტრუქტურები
- საზოგადოება - საქართველოს მოქალაქეები და ქსელის ბენეფიციარები
  - ნარკო მომხმარებლები
  - ოჯახის წევრები და თანადამოკიდებული პირები
  - სქესობრივი უმცირესობების წარმომადგენლები
  - სხვადასხვა მოწყვლადი ჯგუფები
  - პროფესიული თემი/საზოგადოება (ექიმები, ნარკოლოგები, ადვოკატები, იურისტები და ა.შ.)
  - საქართველოს მოქალაქეები ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით:
    - 18-30 - ახალგაზრდები
    - 31-50 - საშუალო ასაკის მოქალაქეები
    - 50+ - საშუალოზე დიდი ასაკის წარმომადგენლები

### 3.3 მთავარი გზავნილები

ზიანის შემცირების ქსელის მიერ ცალკეული კამპანიის განხორციელებისას მუშავდება კამპანიის სპეციფიური გზავნილი და სლოგანი.

**ამავდროულად ქსელის მთავარი გზავნილებია:**

**ზიანის შემცირების ხელშეწყობა:** "ზიანის შემცირება" ეს არის პოლიტიკის, პროგრამებისა და პრაქტიკის ერთობლიობა, რომელიც უკავშირდება ფსიქო-აქტიური საშუალებების გამოყენებით გამოწვეული ზიანის შემცირებას მათთვის, ვისაც მოცემულ მომენტში არ შეუძლია ან არ სურს ფსიქოაქტიური ნივთიერებების მოხმარების შეწყვეტა.

ზიანის შემცირების მთავარი მახასიათებელია ნარკოტიკების მოხმარებით გამოწვეული ზიანის თავიდან აცილება და ნარკოტიკების მომხმარებელთა ჯანმრთელობისა და სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესება.

**ნარკოტიკების მოხმარების დეკრიმინალიზაცია:** „ნარკოტიკების მოხმარება არ არის დანაშაული და ამის გამო ადამიანები ციხეში არ უნდა ხვდებოდნენ. ნარკოტიკების მიხმარება არ უნდა განიხილებოდეს კანონით როგორც დანაშაული“

**სერვისების ხელმისაწვდომობა:** სახელმწიფომ და საზოგადოებამ უნდა უზრუნველყოს ნარკო დამოკიდებული პირებისა და მოწყვლადი ჯგუფებისთვის საჭირო და აუცილებელი სერვისის მიწოდება ჯანდაცვის სფეროში.

### 3.4 ბრენდირების წესები

ორგანიზაციის ლოგოს გამოყენება სავალდებულოა შემდეგ დოკუმენტებზე:

- ორგანიზაციის სატიტულე ქაღალდი
- ორგანიზაციის ბეჭედი
- ორგანიზაციის თანამშრომელთა სავიზიტო ბარათები
- პრეზენტაციები
- ანგარიშები (წინასწარ ზუსტდება დონორთან წარსადგენი ანგარიშის ბრენდირების მოთხოვნები)
- ორგანიზაციის მიერ გამოცემული ბეჭდვითი სარეკლამო მასალა (ბროშურა, ლიფლეტი, საინფორმაციო ბიულეტენი და სხვა.)
- სატელევიზიო სარეკლამო რგოლი
- ინტერნეტ რეკლამა
- ვებ გვერდი
- სოციალური მედიის პლატფორმები
- პრესრელიზი
- ორგანიზაციის მიერ შეკვეთილი ვიზუალური ასალა (კალმები, ბლოკნოტები და ა.შ.)
- სხვა ორგანიზაციებთან ერთად განხორციელებული ღონისძიებების დროს გამოცემული საინფორმაციო მასალა

ორგანიზაციის ლოგოს გამოყენება სავალდებულოა არ არის, თუმცა სასურველია შემდეგ შემთხვევებში:

- სტატია ბეჭდვით მედიაში
- სატელევიზიო თოქ შოუ ან საინფორმაციო გამოშვებები

*აღნიშნულ შემთხვევებში, ისევე როგორც რადიო ინტერვიუების დროს სასურველია ორჯერ მაინც იყოს დაფიქსირებული ორგანიზაციის დასახელება: ინფორმაციის დასაწყისში და შუაში, ან ბოლოში შესაბამისი ფორმატიდან გამომდინარე.*

**გრაფიკული ბრენდირების წესები:**

გრაფიკული ბრენდირებისას (ლოგოს დატანა ბეჭდვით, ინტერნეტ მასალებზე და ორგანიზაციის სარეკლამო რგოლზე) შენარჩუნებული უნდა იყოს ლოგოს თეთრი ფონი (დამცავი ზოლი).



აღნიშნული სტანდარტის დარღვევა არ უნდა მოხდეს ლოგოს ფერად მასალაზე დადების დროსაც. ასეთ შემთხვევაში ლოგო უნდა გამოიყურებოდეს შემდეგნაირად:



## 2.5 გარე საკომუნიკაციო არხები

### ვებგვერდი

ორგანიზაციის ვებ გვერდი მოიცავს ინფორმაციას ორგანიზაციის დაარსებისა და საქმიანობის, მისიის, განხორციელებული და მიმდინარე პროექტების შესახებ და სხვა. (იხ. დოკუმენტი: ვებ გვერდის აღწერილობა და სტანდარტები)

### წლიური ანგარიში

მზადდება წელიწადში ერთხელ და მოიცავს:

- წლის განმავლობაში მიღწეული შედეგების აღწერას
- მიმდინარე პროექტების აღწერას
- საკითხთან დაკავშირებულ სამეცნიერო თუ კვლევით სტატიებს და სხვა.

წლიური ანგარიში მზადდება მიმდინარე წლის მარტის თვემდე. წლიური ანგარიში წარედგინება საერთო კრებას. მისი დამტკიცების შემდეგ კი ქვეყნდება ვებგვერდზე. რესურსების არსებობის შემთხვევაში ხდება წლიური ანგარიშის ბეჭდური სახით გამოქვეყნება.

### საინფორმაციო ბიულეტენების გამოშვება და გავრცელება

საინფორმაციო ბიულეტენები (კვარტალური ?) მუშავდება ორგანიზაციის მხრიდან შუალედური ანგარიშების განხორციელების მიზნით და მოიცავს:

- წარმატებული ქვისების მოკლე და დასურათებულ აღწერას
- კვარტლის განმავლობაში განხორციელებული საქმიანობის მოკლე აღწერას და სხვა.

### საკომუნიკაციო აქტივობები

მედია აქტივობები გულისხმობს:

- **საინფორმაციო საბაზების შექმნა და გაშუქება (ახალი ამბები, პრესა, სოციალური მედიის პლატფორმები)**
  - **პრესკონფერენცია**  
პრესკონფერენციის ორგანიზება ხდება მაშინ, როდესაც ორგანიზაციის მიზანია გაავრცელოს ესა თუ ის მნიშვნელოვანი და საზოგადოებისთვის საინტერესო განცხადება
  - **სემინარი და სამუშაო შეხვედრები მედიასთან და სხვა დაინტერესებულ პირებთან**  
სემინარები და შეხვედრები მედიასთან და სხვა დაინტერესებულ პირებთან ხორციელდება აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით ცნობიერების ამაღლების, უკუკავშირისა და ადვოკატირების საკითხების სტიმულირების



მიზნით.

სემინარების განხორციელებისას მზადდება შემდეგი მასალები:

- პრეზენტაცია
  - ფოტომასალა (თუ საჭიროა)
  - ვიდეომასალა
  - საინფორმაციო მასალა
  - პრაქტიკული ქეისები
- **ლონისძიებების ჩატარება**  
ლონისძიების დაგეგმარებისას წინასწარ ისაზღვრება, როგორც ლონისძიების შინაარსი და ფორმატი, ისე მიზნობრივი ჯგუფი და მედიის ჩართულობის ხარისხი
  - **განცხადებები, პეტიციები**  
განცხადებები და პეტიციები გამოიყენება მაშინ, როდესაც ორგანიზაცია გადაწყვეტს შეატყობინოს მნიშვნელოვანი ინფორმაცია საზოგადოებას და/ან ადვოკატირების კამპანიების დროს. ორგანიზაციის იერ გაკეთებულ განცხადებებს ხელს აწერენ ორგანიზაციის წევრები ალფაბეტის მიხედვით.
  - **ლონისძიების ანონსირება (წინასწარი რელიზი)**  
წინასწარი რელიზი მზადდება და ვრცელდება ლონისძიების (ბრიფინგის, პრესკონფერენციის, პრეზენტაცია და ა.შ.) ჩატარებამდე წინა ორი დღის განმავლობაში. წინასწარი მედია ეგზავნებათ ელ-ფოსტით მედიის წარმომადგენლებს (საინფორმაციო სააგენტოები, ტელევიზია, რადიო, ბეჭდვითი მედია, ელექტრონული მედია) აგრეთვე ვრცელდება სოციალური ქსელების საშუალებით.  
წინასწარი რელიზი მოიცავს ინფორმაციას ლონისძიების ჩატარების, ადგილის, დროის, თემის, მონაწილეების შესახებ და საკონტაქტო პირის ტელეფონსა და ელ-ფოსტას.  
წინასწარი რელიზი შედგება მაქსიმუმ ორი პარაგრაფისგან და წარმოადგენს ლონისძიების მშრალ აღწერას. (იხ. მაგალითი: წინასწარი რელიზი). წინასწარი რელიზი აგრეთვე შეიძლება მოიცავდეს სლოგანს ან კამპანიის მოწოდებას, მისი არსებობის შემთხვევაში.
  - **პრეს რელიზი**  
პრეს რელიზი ლონისძიებებისა და საინფორმაციო საბაზების თანმდევი აუცილებელი დოკუმენტია, რომელიც განკუთვნილია მედიასთან მუშაობის ეფექტურობის გაზრდისთვის. პრესრელიზის სტანდარტული ზომაა ერთი გვერდი. აღნიშნული დოკუმენტი იბეჭდება ორგანიზაციის ბლანკზე ან სავალდებულოდ არის ბრენდირებული ორგანიზაციის ლოგოთი (პარტნიორების და დონორების ლოგოების განთავსება ხდება შეთანხმებისამებრ), პრესრელიზში აგრეთვე სავალდებულოა ორგანიზაციის მისამართი და საკონტაქტო პირის/პირების კონტაქტები.  
იმ შემთხვევაში, თუ ორგანიზაცია პარტნიორებთან ერთად ახორციელებს ამა

თუ იმ ქმედებას, რასაც პრეს რელიზი აღწერს, დოკუმენტი ბრენდირებულია ყველა პარტნიორის ლოგოთი და არ შეიცავს ბლოკს ორგანიზაციის საქმიანობის შესახებ.

პრეს რელიზი ღონისძიების დროს ურიგდებათ მედიის წარმომადგენლებს. ღონისძიების წინა დღეს კეთდება ანონსირება საინფორმაციო სააგენტოების საშუალებით (იხ. წინასწარი რელიზის ფორმა). პრესრელიზის შინაარსი თანხმდება პროექტის მენეჯერთან და/ან აღმასრულებელ დირექტორთან.

○ **ღონისძიების შემდგომი აღწერა**

იწერება ღონისძიების ჩატარების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების მიზნით. აღნიშნული დოკუმენტი მოიცავს შემდეგ ინფორმაციას: სად, ვის მიერ და რა მიზნით ჩატარდა ღონისძიება. რა აქტივობები განხორციელდა ღონისძიების ფარგლებში. რატომ ჩატარდა ღონისძიება - რა საკითხი წამოიწია ღონისძიების განმავლობაში ვინ იღებდა მონაწილეობას ღონისძიებაში. რა მიზნები იყო მიღწეული. რა გეგმები აქვს ორგანიზაციას აღნიშნული მიმართულებით მომავალში. დოკუმენტი სავალდებულოდ არის ბრენდირებული - იწერება ან სატიტულო ბლანკზე ან, სხვა ორგანიზაციების მონაწილეების შემთხვევაში, დატანილია ლოგოები. სავალდებულოა დოკუმენტის შეთანხმება პროექტის მენეჯერთან და/ან აღმასრულებელ დირექტორთან. ვრცელდება სოციალური ქსელის საშუალებით და ეგზავნება მედიას.

○ **ადამიანური ისტორიებისა და ლეგენდების შემუშავება და შესაბამისი საინფორმაციო მხარდაჭერა**

მაგალითი: კამპანია ბექა კრიმინალი არ არის. არნიშნული სახის საინფორმაციო საბაზი ყოველთვის ბევრად ეფექტიანია, რადგანაც არის პერსონოფოციერებული და არა გენერალიზებული. შესაბამისად იწვევს ადამიანთა ემოციურ ბმას.

● **რადიო და სატელევიზიო თოქ შოუებში მონაწილეობა**

რადიო და სატელევიზიო თოქ შოუებში მონაწილეობა ხდება ამა თუ იმ საკითხის სტიმულირებისათვის და/ან უკვე გაჟღერებული ინფორმაციისა და წამოწეული თემის სიღრმისეული განხილვის და ანალიზის მიზნით.

● **რეკლამა**

**სოციალური რეკლამა:** ხორციელდება სხვადასხვა ინტერნეტ- პორტალებზე ბანერების სახით და/ან Facebook სოციალური ქსელის შესაბამისი მიმართულების გამოყენებით.

**სატელევიზიო, რადიო, ბეჭდვითი, გარე რეკლამა და ინტერნეტ რეკლამა** დაფინანსების მოპოვების შემთხვევაში, ფართომასშტაბიანი ადვოკატირებისა და საკომუნიკაციო კამპანიების განხორციელების დროს შემუშავდება და შესაბამის არხებსა და საშუალებებში განთავსდება სოციალური სარეკლამო რგოლები, ბანერები/პლაკატები, დიბეჭდება და დარიგდება საგანმანათლებლო ბუკლეტები და ფლაიერები.

ინტერნეტ რეკლამა განთავსებული იქნება როგორც ბანერების სახით სახვადასხვა ვებ გვერდებსა და ინტერნეტ პორტალებზე, ასევე ინტერნეტში განთავსებული ფილმების, სიუჟეტებისა და ინფორმაციის წინ და/ან შუაში.

- სემინარები და შეხვედრები მიზნობრივ ჯგუფებთან**

სემინარები და შეხვედრები მიზნობრივ ჯგუფთან ხორციელდება ინფორმაციის საქმიანობის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების მიზნით და გამოყენებულია შემდეგი სახის ინფორმაცია:

  - პრეზენტაცია (იხ. პრეზენტაციის მაგალითი)
  - ფოტომასალა (თუ საჭიროა)
  - ვიდეომასალა
  - საინფორმაციო მასალა
  - პრაქტიკული ქეისები და სხვა.
- აზრთა ლიდერების გამოყენება (Life placement)**

ადვოკატებისა და ცნობიერების ამაღლების საკომუნიკაციო კამპანიების მიმდინარეობისას ზიანის შემცირების ქსელი აქტიურად გამოიყენებს აზრთა ლიდერებს, რომლებიც გააჟღერებენ კამპანიის შესაბამის გზავნილებს და შესაბამისად ზეგავლენას მოახდენენ როგორც საზოგადოების ფართო მასებზე, ისე გარკვეულ მიზნობრივ ჯგუფებზე.
- სასცენარო ხაზის განვითარება უკვე არსებულ მედია პროდუქციაში (Product placement)**

საჭიროებისა და დაფინანსების შემთხვევაში, ფართომასშტაბიანი ადვოკატებისა და ცნობიერების ამაღლების კამპანიების წარმოებისას, გამოყენებული იქნება ტექნოლოგია Product placement, რომელიც გულისხმობს იდეისა, თუ მოწოდების შესაბამისი სასცენარო ხაზის განვითარებას ეროვნულ სერიალებსა და სხვა მედია პროდუქტებში (თოქ შოუები, გასართობი გადაცემები და ა.შ.)
- სოციალური მედიის პლატფორმების გამოყენება**

სოციალური მედიის პლატფორმები გამოიყენება ამა თუ იმ თემის წამოწევისა და სტიმულირების მიზნით. აღნიშნული მიმართულებით აქტიური ჩართულობა იქნება უზრუნველყოფილი არა მხოლოდ სოციალური ქსელების, არამედ ბლოგების მხრიდანაც. სოციალური მედიის საშუალებით ვრცელდება შეთანხმებული და წინასწარ კარგად გათვლილი ინფორმაცია. მნიშვნელოვანი ყურადღება ექცევა კომენტარების ანალიზსა და პასუხის გაცემის პროცესს.
- ონლაინ საინფორმაციო სააგენტოები**

თემის წამოწევისა და გაშლის მიზნით აქტიურად გამოიყენება ონლაინ საინფორმაციო სააგენტოები, რომლებიც აქტიურად პოზიციონირდებიან სოციალურ პლატფორმებზე და ავრცელებენ შესაბამის მესიჯებს.
- აუდიო PR**

დაფინანსებისა და საჭიროების შემთხვევაში, ფართომასშტაბიანი ცნობიერების ამაღლებაზე მიმართული თუ ადვოკატების კამპანიების წარმოებისას შექმნილი და შესაბამის არხებზე განთავსებული იქნება აუდიო სინგლი კამპანიის გზავნილებით.
- ადვოკატირება**

ზიანის შემცირების ქსელის ერთერთი მნიშვნელოვანი მიმართულება ადვოკატირების კამპანიების წარმოებაა, რომლის დროსაც გამოყენებული იქნება როგორც ლობირებისა და ადვოკატირების, ისე კომუნიკაციის ტექნოლოგიები და საშუალებები.

### 3. შიდა კომუნიკაცია

#### 3.1. შიდა კომუნიკაციის მიზნები

ქსელი ახორციელებს სხვადასხვა პროექტებს, ადვოკატირებას უწევს ზიანის შემცირების მიდგომას, აწვდის სერვისებს წევრ ორგანიზაციებს, ახდენს წევრი ორგანიზაციებისა და ნარკოტიკების მომხმარებლების თემის მობილიზებას პოლიტიკის ცვლილებებისათვის. ამგვარად, მნიშვნელოვანია ქსელის სხვადასხვა სტრუქტურულ ერთეულებს შორის (წევრები, გამგეობა, აღმასრულებელი რგოლი/სტაფი) ხდებოდეს ინფორმაციის ეფექტური გაცვლა.

შიდა კომუნიკაცია ხელს უნდა უწყობდეს ძლიერი ორგანიზაციული კულტურის ფორმირებას და უზრუნველყოს: ადამიანებსა და სტრუქტურული ერთეულებს შორის მეტი შეკავშირება, ეფექტურ კოორდინაცია, ანგარიშვალდებულება, ერთიანი ხედვის ფორმირება. ასევე ხელს უნდა უწყობდეს შიდა დისკუსიას და კონსენსუსს.

შიდა კომუნიკაცია ქსელის ფუნქციონირების მთავარი ინსტრუმენტია და წარმოადგენს წევრების მოტივირების უპირველეს მექანიზმს. ინფორმაციის გაცვლა ეფექტური ქსელური მუშაობის წინაპირობაა.

#### 3.2 შიდა კომუნიკაციის მიზნობრივი ჯგუფები

- წევრი ორგანიზაციები
- გამგეობა
- ქსელის თანამშრომლები

#### 3.3 შიდა საკომუნიკაციო არხები

- **ფორმალური ბეჭდვითი კორესპონდენცია**  
ფორმალური წერილები მზადდება ორგანიზაციის სატიტულო ქაღალდზე. კორესპონდენციის ეტიკეტის წესების დაცვით.

- **ელექტრონული კორესპონდენცია**

მიმოწერის პროცესში თანამშრომელი ვალდებულია მიუთითოს წერილის საგანი, ასევე მიუთითოს პროექტის ნომერი თუ მიმოწერა კონკრეტულ პროექტს ეხება. კორესპონდენცია უნდა მომზადდეს საქმიანი მიმოწერის ეტიკეტის წესების დაცვით.

ყველა თანამშრომელი ვალდებული და პასუხისმგებელია საკუთარი კორესპონდენციის არქივის წარმოებაზე. თანამშრომლები ვალდებული არიან წერილის ასლი გაუგზავნონ პროექტის უშუალო მენეჯერს.

დონორთან კომუნიკაციის შემთხვევაში პროექტის მენეჯერი ვალდებულია წერილის ასლში მიუთითოს აღმასრულებელი დირექტორი და საჭიროებიდან გამომდინარე ფინანსური მენეჯერი.

- **შიდა ახალი ამბები**

ქსელის სიახლეები თავსდება ქსელის ვებგვერდზე. ის ახალი ამბები, რომელიც არ გამოქვეყნდება ვებგვერდზე და მხოლოდ შიდა აუდიტორიისათვის არის განკუთვნილი ეგზავნებათ ელექტრონული ფოსტით ქსელის წევრი ორგანიზაციების ხელმძღვანელებსა და საკონტაქტო პირებს.

შიდა კომუნიკაციის მიზნით ქსელი ქმნის და აახლებს ელ-მისამართების სიას, რომელშიც გაწევრიანებული არიან ქსელის ყველა წევრი ორგანიზაციის ხელმძღვანელი და ორგანიზაციის მიერ დასახელებული სხვა საკონტაქტო პირი, ქსელის გამგეობის წევრები, ქსელის სრულ და ნაწილობრივ განაკვეთზე დაქირავებული ყველა თანამშრომელი, ქსელის ასოცირებული კონსულტანტები.

- **თანამშრომლების საკოორდინაციო შეხვედრები**

თანამშრომლის საკოორდინაციო შეხვედრის მოწვევას ახორციელებს აღმასრულებელი დირექტორი სულ მცირე კვირაში ერთხელ არაუგვიანეს სამშაბათისა. რიგ შემთხვევებში (სასწრაფოდ გასავრცელებელი სიახლე, ფორს მაჟორული სიტუაცია თუ სხვა). დირექტორის არ ყოფნის შემთხვევაში შეხვედრა შესაძლოა მოიწვიოს პროგრამების მენეჯერმა.

შეხვედრის მიზანია თანამშრომლებს შორის მიმდინარე სიახლეების გაცვლა, კვირის მანძილზე დაგეგმილი აქტივობების შეჯერება.

შეხვედრისათვის წინასწარ დღის წესრიგისა და შეხვედრის ოქმის მომზადება არ არის აუცილებელი წინაპირობა. ამის შესახებ გადაწყვეტილებას იღებს დირექტორი საჭიროებიდან გამომდინარე.

- **პროექტის გუნდის საკოორდინაციო შეხვედრები**

ცალკეული პროექტის გუნდის საკოორდინაციო შეხვედრის მოწვევას ახდენს პროექტის მენეჯერი. ასეთი შეხვედრების ინტენსიობა განისაზღვრება პროექტის მენეჯერის მიერ. თუმცა სავალდებულოა თვეში სულ მცირე 3 - ჯერ ასეთი შეხვედრის ჩატარება.

შეხვედრას შესაძლოა დაესწროს აღმასრულებელი დირექტორი.

ყველა ასეთი შეხვედრისათვის პროექტის მენეჯერი სავალდებულო წესით ამზადებს დღის წესრიგს და ოქმს. აღნიშნული დოკუმენტები ელექტრონული სახით ეგზავნება პროექტის ყველა თანამშრომელს და აღმასრულებელ დირექტორს. დოკუმენტები ინახება როგორც ელექტრონული ასევე ამობეჭდილი სახით შესაბამისი პროექტის დოკუმენტაციის სისტემაში.

- **პირისპირ სამუშაო შეხვედრები**

პირისპირ სამუშაო შეხვედრების ინიცირება ხდება მენეჯერებისა და თანამშრომლების მიერ. ასეთი შეხვედრის შემდეგ მხარეები თავად იღებენ გადაწყვეტილებას წერილობითი შეჯამების აუცილებლობის შესახებ. ასეთ შემთხვევაში ერთ-ერთი მონაწილე ამზადებს შემაჯამებელ წერილს და ელექტრონულად აგზავნის, როგორც შეხვედრის მეორე მონაწილესთან ასევე ხელმძღვანელთან.

- **გამგეობის შეხვედრა**

გამგეობის შეხვედრის ორგანიზება რეგულირდება წესდებისა და შინა განაწესის შესაბამისი დებულებებით.

- **თემატური სამუშაო ჯგუფების შეხვედრები**

ქსელის წევრებისგან შექმნილი თემატური სამუშაო ჯგუფები იკრიბებიან ჯგუფის კოორდინატორის მოწვევით. ცალკეული შეხვედრის დღის წესრიგის და ოქმის მომზადებაზე პასუხისმგებელია ჯგუფის კოორდინატორი. ორივე დოკუმენტი უნდა გაეგზავნოს ქსელის გამგეობას და აღმასრულებელ დირექტორს. დოკუმენტაცია ინახება ქსელის ადმინისტრაციის მიერ.

- **საერთო კრება/ზიანის შემცირების კონფერენცია**

ქსელის საერთო კრება/ზიანის შემცირების კონფერენცია იმართება სულ მცირე წელიწადში ერთხელ წესდებით გათვალისწინებული პროცედურის დაცვით.

საერთო კრების ოქმზე დაფუძნებით უნდა მომზადდეს საინფორმაციო ფურცელი და გამოქვეყნდეს ქსელის ვებგვერდის ახალ ამბებში.

- **ყოველწლიური გასვლითი სამუშაო შეხვედრები**

წელიწადში ერთხელ ეწყობა შემაჯამებელი გასვლითი სამუშაო შეხვედრები, სადაც განიხილება წლის განმავლობაში მიღწეული წარმატებები თუ არსებული გამოწვევები და მუშავდება შემდეგი წლის სამოქმედო გეგმა.

გასვლით სამუშაო შეხვედრებს ესწრებიან ქსელის წევრი ორგანიზაციის ხელმძღვანელობა და კოორდინატორი - საკონტაქტო პირი/პირები.

**დანართების სია**

დანართი 1 - ვებგვერდის აღწერა

დანართი 2- ინსტრუმენტი -მედიის ინფორმირების ჩეკლისტი

დანართი 3 - ღონისძიების ორგანიზების ჩეკლისტი

დანართი 4 - პრეს რელიზის ფორმატი პარტნიორებთან ერთად

დანართი 5 - პრეს რელიზის ფორმატი პარტნიორების გარეშე

დანართი 6 - პოსტ რელიზის ფორმატი

დანართი 7 - წინასწარი რელიზის ფორმატი

დანართი 8 - წერილის ფორმატი

დანართი 9 - ადვოკატირების კამპანიის ინსტრუმენტი

დანართი 10 - პრეზენტაციის ფორმატი

## დანართი #1

„ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელის“ ვებგვერდის დეველპმენტის, დიზაინისა და ადმინისტრირების ტექნიკური დავალება

შემუშავებულია შ.პ.ს. „ვან აიტის“ და „ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელის 2012 წლის 2 ოქტომბრის ხელშეკრულების ფარგლებში.

შეთანხმებულია 2012 წლის 15 ოქტომბერს

---

ვებ-გვერდის და მართვის პანელის აღწერილობა

მთავარი გვერდის სტრუქტურა

მთავარი გვერდი შედგება ოთხი ძირითადი ნაწილისგან

1. ჰიდერი, ანუ გვერდის ზედა ნაწილი, სადაც განლაგებული იქნება შემდეგი ობიექტები
  - კომპანიის ლოგო
  - საძიებო ველი
  - მთავარი მენიუ
  - სიახლეების განთავსების ნაწილი
2. ფუტერი, ანუ გვერდის ქვედა ნაწილი, სადაც განლაგებული იქნება მთავარ მენიუში განთავსებული პუნქტების ნაწილი
3. გვერდის მარჯვენა ნაწილში განთავსდება კალენდარი და რამდენიმე ბანერი.
4. გვერდის ცენტრალური ე.წ. ცვალებადი ნაწილი.

ასევე, გვერდის ქვედა ნაწილში შესაძლებელია ე.წ. ლენტის განთავსება, სადაც შესაძლებელი იქნება საინტერესო საიტებისა და/ან პარტნიორი ორგანიზაციების ბანერების ან ლინკების განთავსება.

მთავარი მენიუს პუნქტები და ქვეპუნქტები:

სიახლეები

ჩვენს შესახებ

- ქსელის ისტორია, მისია, . . .
- გამგეობა
- თანამშრომლები
- ქსელის წესდება და დოკუმენტები
- ქსელის ძირითადი საქმიანობა
- ქსელის წევრი კომპანიები
- კონტაქტი

პროგრამები

- ძირითადი სტრატეგიები
- განხროციელებული პროექტები



- მიმდინარე პროექტები
- დონორები
- ზიანის შემცირების კონფერენცია
- კამპანიები

#### პუბლიკაციები

- პერიოდიკა
- თემატური
- წლიური ანგარიში

#### უფლებები და ნარკოპოლიტიკა

- საკანონმდებლო აქტები
- ნარკოპოლიტიკა
- თემის გაძლიერება
- ქალი მომხმარებლები

#### ჯანმრთელობა

- პრევენცია
- მკურნალობის ხელმისაწვდომობა
- პრაქტიკული რჩევები
- ნარკოსენა

#### ბმულები და რესურსები

##### გამოვყოთ ზოგიერთი მათგანი

სიახლეების განთავსების ადგილი - მთავარ გვედრზე ზედა ნაწილის ცენტრში განთავსებული ცვლადი ნაწილი სადაც ადმინისტრატორს შესაძლებლობა მიეცემა განათავსოს სხვადასხვა სიახლეების შესახებ ინფორმაცია. ამ ნაწილში შესაძლებელია არა ერთი, არამედ რამოდენიმე სიახლის განთავსება, რომლებიც დროის გარკვეული ინტერვალით ავტომატურად შეიცვლება.

ქსელის წევრი კომპანიები - ქსელის წევრ კომპანიებს ექნებათ საშუალება შევიდნენ სისტემაში და შეიყვანონ / განაახლონ საკუთარი ინფორმაცია. ექნებათ საკუთარი ლოგოს ატვირთვის საშუალება. ასევე კალენდარში განათავსონ საკუთარი ღონისძიებები. ყოველ წევრ კომპანიას სისტემაში შესასვლელად ექნება საკუთარი მომხმარებლის სახელი და პაროლი. სისტემაში შესვლისათვის ქსელის წევრი კომპანიის წარმომადგენელმა უნდა დააჭიროს შესაბამის ქვეპუნქტში განთავსებულ ლინკზე, რომლის შემდეგაც გადავა მომხმარებლის სახელისა და პაროლის შესაყვან ნაწილზე. მომხმარებლის სახელისა და პაროლის შეყვანის შემდეგ მომხმარებელი მოხვდება სისტემის დამოუკიდებელ ნაწილში საიდანაც განახორციელებს ინფორმაციის შეყვანას / განახლებას. სისტემის ეს ნაწილი

წარმოადგენს დამოუკიდებელ ნაწილს და არ გაიხსენბა ვებ-გვერდის შემადგენელი ნაწილის სახით.

ქსელის წევრ კომპანიებს ექნებათ საშუალება დაამატონ / შეცვალონ შემდეგი მონაცემები:

დასახელება;

- სექტორები (სრული ჩამონათვალი მოსანიშნი ჩეკბოქსებით);
- სერვისების ჩამონათვალი (სრული ჩამონათვალი მოსანიშნი ჩეკბოქსებით);
- გეოგრაფია - ადგილმდებარეობა - რეგიონალური ცენტრი, ქალაქი;
- ორგანიზაციის მისია (ტექსტური განაცხადი);
- საკონტაქტო ინფორმაცია;
- წარმომადგენელი - სახელი გვარი და ა.შ.;
- განხორციელებული პროექტები (პერიოდი, სახელწოდება, დონორი);
- დაგეგმილი პროექტები (პერიოდი, სახელწოდება, დონორი);
- ადამიანური რესურსები;
- ორგანიზაციის მიერ დაანონსებული ღონისძიებები;
- ივენთების მითითება (კალენდარზე მიზმის საშუალება).

ასევე ქსელის წევრ კომპანიებს ექნებათ ლოგოს ატვირთვის საშუალება.

კალენდარი - კალენდარზე კონკრეტულ თარიღზე დაჭერისას ეკრანზე გამოვა ინფორმაცია ამ თარიღში დაგეგმილი ღონისძიებების შესახებ. ის თარიღი, რომელშიც განთავსებულია რაიმე ღონისძიება, ვიზუალური ეფექტისთვის კალენდარზე გამოიყოფა სხვა ფერით.

*შენიშვნა: ქსელის წევრი კომპანიის მიერ სისტემაში დაფიქრებული / ატვირთული ინფორმაცია (მათ შორის ლოგო) საიტზე გამოჩნდება მხოლოდ სისტემის ადმინისტრატორის მიერ ავტორიზაციის მინიჭების შემდგომ.*

### **ვებ-გვერდის სხვა გვერდების სტრუქტურა**

ვებ გვერდზე, რომელიმე მენიუს ან ქვემენიუს არჩევის შემთხვევაში გამოტაბილ გვერდზე ინფორმაცია გამოვა შემდეგი თანმიმდევრობით:

გვერდის ზედა ნაწილში განთავსებული იქნება ე.წ. გზა, ანუ ის მარშრუტი, რომელიც მომხმარებელმა გაიარა სასურველ ინფორმაციის ძებნის პროცესში, ანუ იმ ინფორმაციის გამოტანისთვის, რომელიც კონკრეტულ მომენტში გამოტანილია ეკრანზე. აღნიშნული გზა იქნება აქტიური და მისი გამოყენებით მომხმარებელს შესაძლებლობა მიეცენა გადავიდეს წინა ეტაპზე.

არჩეული ინფორმაცია ეკრანზე გამოტანისას გამოვა ამ ინფორმაციის მხოლოდ ის ნაწილი, რომელიც მითითებულია მოკლე აღწერილობის ნაწილში. სრული ინფორმაციის ნახვისათვის მომხმარებელს ექნება საშუალება დააჭიროს „სრულად ნახვა“ ლილავს, რის შემდეგაც გაიხსენბა ინფორმაცია სრულად, ხოლო საწყისად გამოტანილი ჩამონათვალის დანარჩენი

ინფორმაცია ხელმისაწვდომი აღარ იქნება. მათი ნახვისთვის მომხმარებელი უნდა დაბრუნდეს წინა ეტაპზე. (შენიშვნა: აღნიშნული გამოწვეული იმით, რომ სრულად გამოტანილი ინფორმაცია შესაძლოა იყოს დიდი ზომის, რის გამოც დანრჩენი ინფორმაციის მოკლე აღწერილობის ნაწილები საგრძნობლად ქვემოთ ჩაინაცვლებს, რაც თავისთავად გაართულებს მათი ნახვის პროცესს. ამიტომ უმჯობესია მომხმარებელი დაბრუნდეს იმ ნაწილში სადა გამოტანილია მხოლოდ მოკლე აღწერილობები).

ყველა ინფორმაციის გამოტანა იქნება ფორმატიზებული, ანუ ყველა ინფორმაცია (მენიუს რომელიმე პუნქტისა ან ქვეპუნქტის არჩევისას) გამოტანილ იქნება მსგავსი ვიზუალით.

### **გვერდის მართვის პანელი**

სისტემის ადმინისტრატორს მართვის პანელიდან შესაძლებლობა ექნება:

- დაამატოს / შეცვალოს ქვემენიუ;
- დაამატოს / შეცვალოს ქვემენიუსა და მენიუს შიგთავსი;
- საჭიროების შემთხვევაში ინფორმაციაში მიუთითოს სხვადასხვა გვერდების ან განთავსებული ინფორმაციის ლინკები;
- მართოს კალენდარი;
- დაამატოს ქსელის წევრი კომპანიების მიერ მითითებული ინფორმაცია;
- განახორციელოს მომხმარებელთა ადმინისტრირება;
- განათავსოს სიახლეები მთავარი მენიუს ქვეშ განთავსებულ სიახლეების ნაწილში;
- განათავსოს ინფორმაცია ბანერებზე.

**დანართი 3 - ღონისძიების ორგანიზების ჩეკლისტი**

ღონისძიების დროს ჩასატარებელი სამუშაოების ნუსხა:

საქმიანობა	შენიშვნა	შესრულების მონიშვნა
<b>ღონისძიების ფორმატის შემუშავება</b>		
გამართვის თარიღი		<input type="checkbox"/>
გამართვის ადგილი		<input type="checkbox"/>
ღონისძიების მიმდინარეობის დრო		<input type="checkbox"/>
პრეზენტაციების მომზადება (თუ საჭიროა)		<input type="checkbox"/>
გამომსვლელებთან გასაუბრება (თუ საჭიროა)		<input type="checkbox"/>
ღონისძიების ფორმატი (რა აქტივობები იქნება)		<input type="checkbox"/>
აქტივობა 1		<input type="checkbox"/>
აქტივობა 2		<input type="checkbox"/>
აქტივობა 3 და ა.შ.		<input type="checkbox"/>
<b>გამასპინძლება</b>		
რა სახის გამასპინძლება		<input type="checkbox"/>
რა დროს		<input type="checkbox"/>
მომწოდებელი (მენიუს და ბიუჯეტის შეთანხმება)		<input type="checkbox"/>
<b>სტუმრების დაპატიჟება</b>		
დასაპატიჟებელი სტუმრების სიის შემუშავება		<input type="checkbox"/>
მოსაწვევის შედგენა (თარგმნა, თუ სხვა ენაზეც არის საჭირო)		<input type="checkbox"/>
მოსაწვევის შინაარსი - ღონისძიების აღწერა, ადგილი, საათი, ხანგრძლივობა ორგანიზატორები, დონორები, თემის მოკლე მიმოხილვა, თხოვნა შეგატყობინონ დასწრების შესახებ, საკონტაქტო პირი. შესაძლოა დავურთოთ დღის წერსრიგიც.		<input type="checkbox"/>
მოსაწვევის დამტკიცება		<input type="checkbox"/>
მოსაწვევის დაბეჭდვა (თუ სარეკლამო სააგენტო ბეჭდავს - დიზაინზე და რაოდენობაზე შეთანხმება- ამ შემთხვევაში შინაარსი ძალიან შეკვეცილია, თუ ორგანიზაციის ფარგლებში იბეჭდება - უნდა ჩაიდოს ორგანიზაციის ლოგოიან კონვერტში - ლოგოს ამობეჭდვა შეიძლება სპეციალურ პოსტერზე)		<input type="checkbox"/>
მოსაწვევების განაწილება		<input type="checkbox"/>

<b>ტრანსპორტირების საკითხები თუ რეგიონშია ღონისძიება</b>		
გარკვევა ვის ესაჭიროება მანქანა		<input type="checkbox"/>
ტრანსპორტის შეკვეთა		<input type="checkbox"/>
დროის და ადგილის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება სატრანსპორტო კომპანიასა და სტუმრებისთვის		<input type="checkbox"/>
ინფორმაციის გადამოწმება ყველამ მართებულად გაიგო თუ არა		<input type="checkbox"/>
<b>მედიის ინფორმირება</b>		
წინასწარი რელიზის შემუშავება ღონისძიების ანონსირებისთვის		<input type="checkbox"/>
პრესრელიზის შემუშავება		<input type="checkbox"/>
პრესრელიზის შეთხზვება მენეჯმენტთან, დონორებთან და/ან პარტნიორებთან		<input type="checkbox"/>
პრესრელიზის გამრავლება		<input type="checkbox"/>
წინასწარი რელიზის განვრელება - ღონისძიების ანონსირება საინფორმაციო სააგენტოების დახმარებით		<input type="checkbox"/>
ჟურნალისტების ინფორმირება ტელეფონითა და ელ-ფოსტის საშუალებით		<input type="checkbox"/>
მედიის ტრანსპორტირებით უზრუნველყოფის საკითხები		<input type="checkbox"/>

## დანართი 4 - პრეს რელიზის ფორმატი პარტნიორებთან ერთად

### პრეს-რელიზი

დამატებითი ინფორმაციისთვის მიმართეთ

ქ. თბილისი: მარინა ასათიანი მობ. 599119999 ელ.ფოსტა:

[marinaasatiani@yahoo.com](mailto:marinaasatiani@yahoo.com)

ქ. გორი: ქეთინო ბიძინაშვილი მობ. 599370255 ელ.ფოსტა: [nabiji02@gmail.com](mailto:nabiji02@gmail.com)

ქ. ზუგდიდი: ნინო ჯანაშია მობ. 599719757 ელ.ფოსტა: [ninojanashia@yahoo.com](mailto:ninojanashia@yahoo.com)

ქ. ბათუმი: ნათია ხარატი მობ. 599502512 [natiakharati@yahoo.com](mailto:natiakharati@yahoo.com)

**წყარო:** ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელი

**სათაური:** 28 ივლისი, ჰეპატიტის საერთაშორისო დღე: იცოდეთ! შეცვალეთ! დაიცავით!

**გამართვის ადგილი:** თბილისი, გორი, ზუგდიდი, ბათუმი

**თარიღი:** 27 ივლისი 2011 წელი

**საათი:** 11:00

„ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელი“ და „კოალიცია - ადამიანის უფლებები ჯანდაცვის სფეროში“, „ფონდი ღია საქოგადოება საქართველოს“ და „მსოფლიო ექიმები - საფრანგეთის“ მხარდაჭერით **28 ივლისს ჰეპატიტის საერთაშორისო დღეს აღნიშნავენ.**

კამპანიის მიზანია **C ჰეპატიტის საკითხთან მიმართებაში საზოგადოების ინფორმირებულობის გაზრდა და სახელმწიფო პოლიტიკის ფორმირების ხელშეწყობა**

დღის განმავლობაში დაგეგმილია მრგვალი მაგიდა, ქუჩის აქცია და სხვა ღონისძიებები.

**პრესკონფერენცია და მრგვალი მაგიდა გაიმართება 28 ივლისს 11:00 საათზე** სასტუმრო „ჰოლიდი ინში“ (26 მაისის მოედანი, #1). ნაჩვენები იქნება **C ჰეპატიტით ინფიცირებული ადამიანების ვიდეო ისტორიები;** გაკეთდება მიმოხილვა **C ჰეპატიტის ეპიდსიტუაციაზე,** დიაგნოსტიკისა და მკურნალობის ხელმისაწვდომობაზე, საერთაშორისო გამოცდილებისა და საქართველოს ვალდებულებებზე ამ პრობლემასთან მიმართებაში. წარმოდგენილი იქნება პეტიცია, რომელიც ხელმოწერების შეგროვების შემდეგ გადაეცემა ქვეყნის **პრეზიდენტს, პარლამენტს, შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს, სახალხო დამცველს.**

ხელმოწერები შეგროვდება ქუჩის აქციის დროს, რომელიც **მეტრო „რუსთაველთან“ 13:00** დაიწყება და რუსთაველის გამზირის, ლესელიძის და ერეკლე მე-2-ის წუჩების გავლით რიყის პარკში გადაინაცვლებს. **17:00 საათზე რიყეზე** მოიხატება მოძრავი კედლები და გაიშვება კამპანიის ფერის ბუშტები.

კამპანია მიმდინარეობს ქვეყნის მასშტაბით. **ქ. გორში და ზუგდიდში** გაიმართება მრგვალი მაგიდები. ხოლო **ქ. ბათუმში** იგეგმება ქუჩის აქცია.

#### ინსტრუქცია

პარტნიორების/დონორების ლოგოს არსებობის შემთხვევაში ქსელის შესახებ საინფორმაციო ბლოკი, მისამართი და საკონტაქტო ინფორმაცია ამოღებული უნდა იყოს პრესრელიზიდან.

## დანართი 5 - პრეს რელიზის ფორმატი პარტნიორების გარეშე

### პრეს-რელიზი

დამატებითი ინფორმაციისთვის მიმართეთ

ქ. თბილისი: მარინა ასათიანი მობ. 599119999 ელ.ფოსტა:

[marinaasatiani@yahoo.com](mailto:marinaasatiani@yahoo.com)

ქ. გორი: ქეთინო ბიძინაშვილი მობ. 599370255 ელ.ფოსტა: [nabiji02@gmail.com](mailto:nabiji02@gmail.com)

ქ. ზუგდიდი: ნინო ჯანაშია მობ. 599719757 ელ.ფოსტა: [ninojanashia@yahoo.com](mailto:ninojanashia@yahoo.com)

ქ. ბათუმი: ნათია ხარატი მობ. 599502512 [natiakharati@yahoo.com](mailto:natiakharati@yahoo.com)

**წყარო:** ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელი

**სათაური:** 28 ივლისი, ჰეპატიტის საერთაშორისო დღე: იცოდე! შეცვალე! დაიცავი!

**გამართვის ადგილი:** თბილისი, გორი, ზუგდიდი, ბათუმი

**თარიღი:** 27 ივლისი 2011 წელი

**საათი:** 11:00

„ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელი“ და „კოალიცია - ადამიანის უფლებები ჯანდაცვის სფეროში“, „ფონდი ღია საქოგადოება საქართველოს“ და „მსოფლიო ექიმები - საფრანგეთის“ მხარდაჭერით **28 ივლისს ჰეპატიტის საერთაშორისო დღეს აღნიშნავენ.**

კამპანიის მიზანია **C ჰეპატიტის საკითხთან მიმართებაში საზოგადოების ინფორმირებულობის გაზრდა და სახელმწიფო პოლიტიკის ფორმირების ხელშეწყობა**

დღის განმავლობაში დაგეგმილია მრგვალი მაგიდა, ქუჩის აქცია და სხვა ღონისძიებები.

**პრესკონფერენცია და მრგვალი მაგიდა გაიმართება 28 ივლისს 11:00 საათზე** სასტუმრო „ჰოლიდეი ინში“ (26 მაისის მოედანი, #1). ნაჩვენები იქნება **C ჰეპატიტით ინფიცირებული ადამიანების ვიდეო ისტორიები**; გაკეთდება მიმოხილვა **C ჰეპატიტის ეპიდსიტუაციაზე**, დიაგნოსტიკისა და მკურნალობის ხელმისაწვდომობაზე, საერთაშორისო გამოცდილებისა და საქართველოს ვალდებულებებზე ამ პრობლემასთან მიმართებაში. წარმოდგენილი იქნება პეტიცია, რომელიც ხელმოწერების შეგროვების შემდეგ გადაეცემა ქვეყნის **პრეზიდენტს, პარლამენტს, შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს, სახალხო დამცველს.**

ხელმოწერები შეგროვდება ქუჩის აქციის დროს, რომელიც **მეტრო „რუსთაველთან“ 13:00** დაიწყება და რუსთაველის გამზირის, ლესელიძის და ერეკლე მე-2-ის წუჩების გავლით რიყის პარკში გადაინაცვლებს. **17:00 საათზე რიყეზე** მოიხატება მოძრავი კედლები და გაიშვება კამპანიის ფერის ბუმტები.

კამპანია მიმდინარეობს ქვეყნის მასშტაბით. **ქ. გორში და ზუგდიდში** გაიმართება მრგვალი მაგიდები. ხოლო **ქ. ბათუმში** იგეგმება ქუჩის აქცია.

\* \* \*

ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელი დაარსდა ... წელს. ორგანიზაციის მიზანია . . . ორგანიზაციის საქმიანობის ძირითადი მიმართულებებია: საქართველოს ნარკოპოლიტიკის მიმართულების შეცვლა მკაცრი, სრულ აბსტინენციაზე ორიენტირებული მიდგომიდან ზიანის შემცირებისაკენ; საზოგადოების, პოლიტიკოსების, კანონმდებლების და მედიის განათლება ნარკოტიკების პრობლემებისადმი ალტერნატიული მიდგომების თაობაზე; ეროვნული და რეგიონალური ზიანის შემცირების პროგრამების მხარდაჭერა და განვითარება.

## დანართი 6 - პოსტ რელიჯის ფორმატი

### იცოდე! შეცვალე! დაიცავი!

28 ილისი, ჰეპატიტის საერთაშორისო დღე

2011 წლი 28 ივლისს „ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელისა“ და „კოალიციის - ადამიანის უფლებები ჯანდაცვის სფეროში“ მიერ, „ფონდი ღია საქოგადოება საქართველოს“ და „მსოფლიო ექიმები - საფრანგეთის“ მხარდაჭერით ჩატარდა ჰეპატიტის საერთაშორისო დღისადმი მიძღვნილი ღონისძიება.

ღონისძიება, რომელიც განხორციელდა . . . კამპანიის ფარგლებში, მიზნად ისახავდა . . .

კამპანიის . . . მიზანია . . .

ჰეპატიტის საერთაშორისო დღისადმი მიძღვნილი ღონისძიების ფარგლებში განხორციელდა შემდეგი აქტივობები:

- მრგვალი მაგიდა  
. . . საკითხზე მოხსენების მოსმენის შემდეგ, მონაწილეებმა განიხილეს . . . .
- ქუჩის აქცია
- C ჰეპატიტით ინფიცირებული ადამიანების ვიდეო ისტორიების ჩვენება
- პეტიციის ხელმოწერა, რომელიც გადაეცა . .  
ხელმოწერების შეგროვება დაიწყო მეტრო რუსთაველთან 13:00. სულ შეგროვდა . . . .  
ხელმოწერა. პეტიციას ხელი მოაწერეს . . . და მოქალაქეებმა, სტუდენტებმა . . . ,  
რომლებმაც მოითხოვეს . . . (პეტიციის შინაარსი).

დამატებითი ინფორმაციისთვის მოგვმართეთ: საკონტაქტო პირი, ტელეფონი, ელ ფოსტა

\*\*\*

ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელი დაარსდა ... წელს. ორგანიზაციის მიზანია . . . ორგანიზაციის საქმიანობის ძირითადი მიმართულებებია: საქართველოს ნარკოპოლიტიკის მიმართულების შეცვლა მკაცრი, სრულ აბსტინენციაზე ორიენტირებული მიდგომიდან ზიანის შემცირებისაკენ; საზოგადოების, პოლიტიკოსების, კანონმდებლების და მედიის განათლება ნარკოტიკების პრობლემებისადმი ალტერნატიული მიდგომების თაობაზე; ეროვნული და რეგიონალური ზიანის შემცირების პროგრამების მხარდაჭერა და განვითარება.



## დანართი 7 - წინასწარი რელიზის ფორმატი

### 28 ივლისი - ჰეპატიტის საერთაშორისო დღე

ივოდე! შეცვალე! დაიცავი!

**წყარო:** ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელი  
**გამართვის ადგილი:** თბილისი, გორი, ზუგდიდი, ბათუმი  
**თარიღი:** 27 ივლისი 2011 წელი  
**დასაწყისი საათი:** 11:00

2011 წლის 27 ივლისს „ზიანის შემცირების საქართველოს ქსელი“ და „კოალიცია - ადამიანის უფლებები ჯანდაცვის სფეროში“, „ფონდი ღია საქოგადოება საქართველოს“ და „მსოფლიო ექიმები - საფრანგეთის“ მხარდაჭერით **28 ივლისს** აღნიშნავენ **ჰეპატიტის საერთაშორისო დღეს**.

კამპანიის მიზანია **C ჰეპატიტის საკითხთან მიმართებაში საზოგადოების ინფორმირებულობის გაზრდა და სახელმწიფო პოლიტიკის ფორმირების ხელშეწყობა**

დღის განმავლობაში დაგეგმილია მრგვალი მაგიდა, ქუჩის აქცია და სხვა ღონისძიებები.

**პრესკონფერენცია და მრგვალი მაგიდა გაიმართება 28 ივლისს 11:00 საათზე** სასტუმრო „ჰოლიდეი ინში“ (26 მაისის მოედანი, #1). ნაჩვენები იქნება **C ჰეპატიტით ინფიცირებული ადამიანების ვიდეო ისტორიები**; გაკეთდება მიმოხილვა **C ჰეპატიტის ეპიდსიტუაციაზე**, დიაგნოსტიკისა და მკურნალობის ხელმისაწვდომობაზე, საერთაშორისო გამოცდილებისა და საქართველოს ვალდებულებებზე ამ პრობლემასთან მიმართებაში. წარმოდგენილი იქნება პეტიცია, რომელიც ხელმოწერების შეგროვების შემდეგ გადაეცემა ქვეყნის პრეზიდენტს, პარლამენტს, შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს, სახალხო დამცველს.

ხელმოწერები შეგროვდება ქუჩის აქციის დროს, რომელიც მეტრო „რუსთაველთან“ 13:00 დაიწყება და რუსთაველის გამზირის, ლესელიძის და ერეკლე მე-2-ის წუჩების გავლით რიყის პარკში გადაინაცვლებს. **17:00 საათზე რიყეზე** მოიხატება მოძრავი კედლები და გაიშვება კამპანიის ფერის ბუმბუტები.

კამპანია მიმდინარეობს ქვეყნის მასშტაბით. **ქ. გორში და ზუგდიდში** გაიმართება მრგვალი მაგიდები. ხოლო **ქ. ბათუმში** იგეგმება ქუჩის აქცია.

*დამატებითი ინფორმაციისთვის მოგვმართეთ*

ქ. თბილისი: მარინა ასათიანი მობ. 599119999 ელ.ფოსტა: [marinaasatiani@yahoo.com](mailto:marinaasatiani@yahoo.com)

ქ. გორი: ქეთინო ბიძინაშვილი მობ. 599370255 ელ.ფოსტა: [nabiji02@gmail.com](mailto:nabiji02@gmail.com)

ქ. ზუგდიდი: ნინო ჯანაშია მობ. 599719757 ელ.ფოსტა: [ninojanashia@yahoo.com](mailto:ninojanashia@yahoo.com)

ქ. ბათუმი: ნათია ხარატი მობ. 599502512 [natiakharati@yahoo.com](mailto:natiakharati@yahoo.com)

**დანართი 8 - წერილის ფორმატი**

[დაიტანება ორგანიზაციის ბლანკზე]

N - წერილის სარეგისტრაციო ნომერი

2012 წლის თარიღი - თვე

პატივცემულო ბ-ნო/ქ-ნო . . .

ან

ბ-ნო/ქ-ნო . . .

წერილის შინაარსი

პატივისცემით,

ხელმომწერის სახელი და გვარი

ხელმოწერა

ხელმომწერის პოზიცია

---

## დანართი 9 - ადვოკატების კამპანიის ინსტრუმენტი

### პრობლემის აღწერა

მოკლედ აღწერეთ ის კონკრეტული პრობლემა, რომლის მოგვარებაც გსურთ. მიუთითეთ მთავარი დაინტერესებული პირები/მიზნობრივი ჯგუფები და გააანალიზეთ მათი ინტერესები. გააანალიზეთ კამპანიის მომხრეთა და მოწინააღმდეგეთა შესაძლებლობები. გააკეთეთ კამპანიის SWOT ანალიზი.

პრობლემა

SWOT ანალიზი  
ძლიერი მხარეები

სუსტი მხარეები

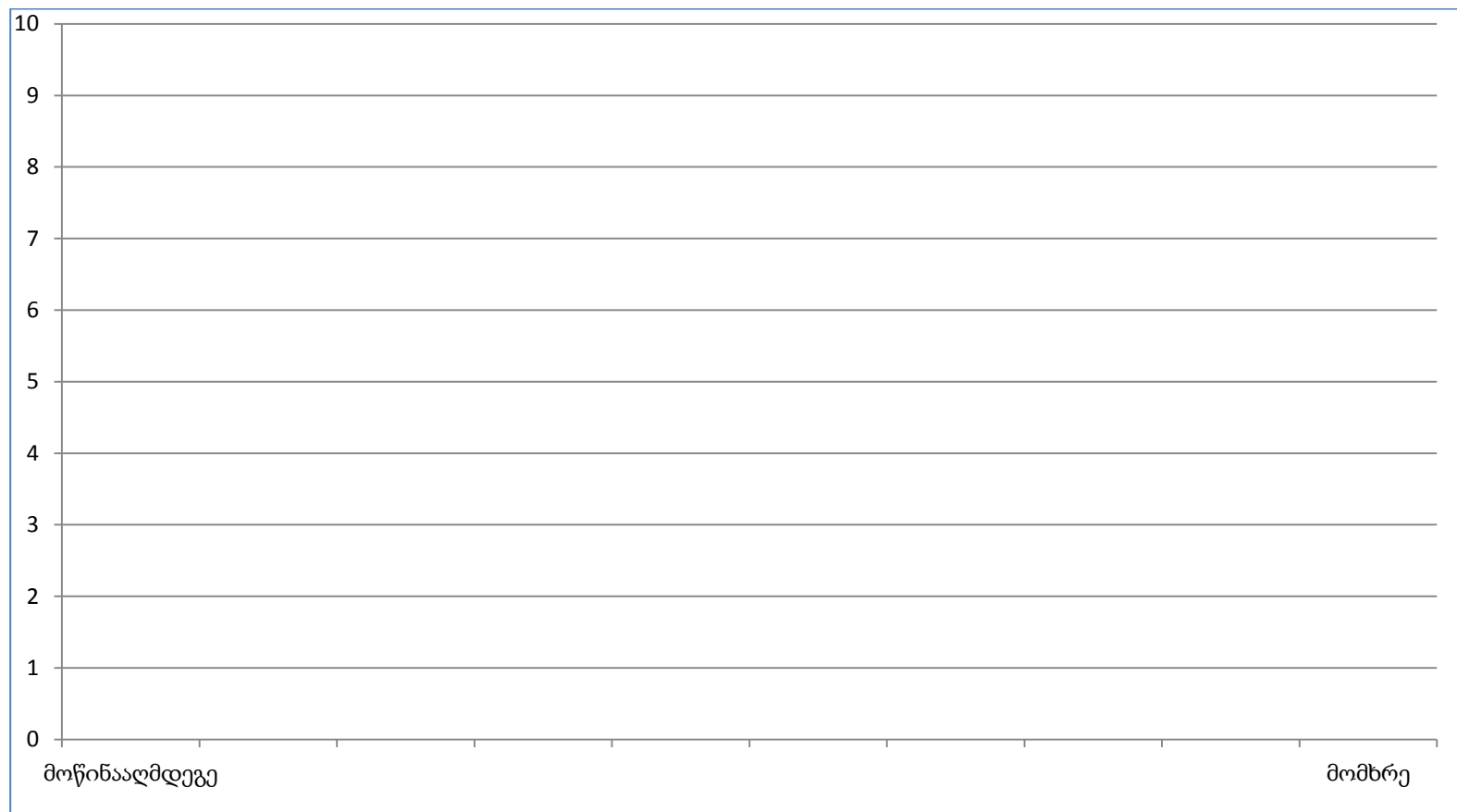
შესაძლებლობები

საშიშროებები

დაინტერესებული პირი	ინტერესი	პოზიცია - მომხრე/მოწინააღმდეგე	ზეგავლენის დონე მინიმალური - მაქსიმალური

### ინტერესთა ზეგავლენის რუკა

განალაგეთ დაინტერესებული პირები რუკაზე მათი პოზიციების მიხედვით. მომხრე-მოწინააღმდეგე და მცირე და მწმუნელოვანი ზეგავლენის კრიტერიუმების მიხედვით. შეფასებისთვის გამოიყენეთ სკალა 1-დან 10-მე, სადაც 1 არის წინააღმდეგი/მცირე ზეგავლენა, ხოლო 10 - მომხრე/მნიშვნელოვანი ზეგავლენა.



კამპანიის ამოცანები და მიზნები

ამოცანა/მიზანი	მიზნობრივი ჯგუფი	მესიჯი	ინდიკატორი

კამპანიის განხორციელების გეგმა

მესიჯი	მიზნობრივი ჯგუფი	საკომუნიკაციო არხი	პერიოდი/სიხშირე	შენიშვნა



