

კომუნიკატონი (კომუნიკაციის ჰაკათონი). ვიმსჯელოთ ქართულ პოლიტიკაზე  
ინსტრუქცია მონაწილეებისათვის

**კომუნიკატონის დაწყებამდე**

1. გაეცანით ჩვენს [ანგარიშს პოლიტიკური პოლარიზაციის შესახებ](#)
2. დააზუსტეთ ადგილმდებარეობა, გამოცხადდით დროულად 14 ივლისს, პარასკევს Impact Hub-ში („ფაბრიკა“, ეგნატე ნინოშვილის ქუჩა N8, თბილისი 0102) და დარეგისტრირდით შემოსასვლელში.
3. თან იქონიეთ ლეპტოპი, ტაბლეტი, სმარტფონი ან სხვა მოწყობილობა (მაგ. ფოტო აპარატი), რომელიც აუცილებლად გამოგადგებათ. უფასო უსადენო ინტერნეტი უზრუნველყოფილი იქნება.

**რა და როდის უნდა წარმოვადგინო?**

კომუნიკატონის მიმდინარეობისას ჩატარდება პროექტების პრეზენტაციის (პიჩინგი) ორი სესია:

**იდეების გაზიარების ეტაპი – შაბათი, 15 ივლისი, 14:00.** პროექტის პრეზენტაცია უნდა იყოს **მაქს. 2 წუთიანი.**

ყველა მონაწილეს ან თითოეულ ჯგუფს ექნება 2 წუთი, რათა წარმოადგინოს თავდაპირველი იდეა კომუნიკაციის კამპანიის შესახებ. ყველა იდეა შეიკრიბება და შესაძლებლობა გექნებათ გაწევრიანდეთ ერთ რომელიმე გუნდში, გუნდები დაკომპლექტდება მაქსიმუმ 6 ადამიანისგან. სასურველი იდეის სასარგებლოდ ხმის მიცემის შესაძლებლობა გექნებათ პიჩინგის დროს ან შემდგომ ეტაპზე, როდესაც სრულად გაეცნობით ყველა იდეას. თითოეულ გუნდში შეიძლება იყოს მაქსიმუმ 6 ადამიანი, შესაბამისად, თუკი გუნდი შეივსება, მოგიწევთ სხვა გუნდში გაწევრიანება. გუნდები მთელი შაბათ-კვირის განმავლობაში იმუშავებენ მენტორების, ტრენერების და DRI (Democracy Reporting International) და საიას პერსონალის ხელმძღვანელობით.

**პროექტების ეტაპი - კვირა, 16 ივლისი 16:00:** პროტოტიპების / ნიმუშების პიჩინგი და პრეზენტაცია უნდა გაგრძელდეს **მაქსიმუმ 2 წუთამდე.** ჩვენ გაგიწევთ დახმარებას მთელი პროცესის განმავლობაში, შაბათს ღამით გაიმართება პრეზენტაცია, ხოლო კვირას ForSet გუნდი შეადგენს თითოეულ გუნდთან პიჩინგ სესიის გრაფიკს.

**სამუშაო პროცესი**

გუნდები, საბოლოო ჩამოყალიბების შემდეგ, დაიწყებენ მუშაობას საკუთარი იდეებისა და კომუნიკაციის კამპანიების შემუშავებაზე, ხოლო კვირას წარმოადგენენ საბოლოო პროდუქტს, ისევე როგორც პროტოტიპებს.

**როგორ შევქმნათ გუნდი?**

1. ყველა გუნდში უნდა იყოს მინიმუმ 3 და მაქსიმუმ 6 წევრი და იდეალურ შემთხვევაში უნდა მოიცავდეს შემდეგი ფუნქციების მქონე ადამიანებს:
  - კოორდინატორი

- პიარის / მარკეტინგის / კომუნიკაციების სპეციალისტი
- პოლიტიკური განათლების/ბექგრაუნდის მქონე პირები
- დამატებითი: სოციალური მედია მენეჯერი; დიზაინერი; ჟურნალისტი

გუნდების დაკომპლექტების შემდეგ, თითოეული გუნდის კოორდინატორი მიაწვდის შემდეგ ინფორმაციას ორგანიზატორებს: გუნდის წევრების სახელები, გუნდის კოორდინატორის საკონტაქტო ინფორმაცია, იდეის მოკლე აღწერა(ორი წინადადებით) და გუნდის სახელი (სურვილისამებრ). გთხოვთ, აღნიშნული ინფორმაცია გააგზავნეთ შაბათს **20.00 საათამდე** მისამართზე: [europa@democracy-reporting.org](mailto:europa@democracy-reporting.org)

2. გუნდების ჩამოყალიბების შემდეგ, გუნდებს დაეხმარებიან მენტორები, რომლებიც მონაცვლეობით იმუშავებენ გუნდებთან. გუნდებს შეეძლება ჩაეწერონ რიგში ტატინასთან, ანასტასიასთან ან მარიამთან (არ ინერვიულოთ, სამკერდე ნიშნებით შეძლებთ ჩვენს ამოცნობას).

### როგორ წარმოვადგინოთ კამპანიის მოკლე მონახაზი?

თქვენს მიერ შემუშავებული მონახაზი / პროტოტიპი (ნახეჭდი 2 გვერდიანი ტექსტი + კომუნიკაციის კამპანიის ნიმუშები / პროტოტიპები) და თქვენი პროექტის პიჩინგი გამოაგზავნეთ ელ-ფოსტის მეშვეობით [europa@democracy-reporting.org](mailto:europa@democracy-reporting.org) **15:00 საათამდე, კვირას, 9 ივლისს**. პროექტების (პიჩების) წარდგენის შემდეგ, ჟიურის წევრები შეაფასებენ პროექტებს და გამოაცხადებენ გამარჯვებულებს, ხოლო ამის შემდეგ ჩვენ ყველანი ავლნიშნავთ ამ მოვლენას საზეიმოდ ჭიქა ღვინით.

### რაში მდგომარეობს შეფასების კრიტერიუმები?

შეფასების კრიტერიუმები მოიცავს შემდეგს:

- **რელევანტურობა:** რამდენად ეხება იდეა კომუნიკაციის საკითხის უმნიშვნელოვანეს ასპექტებს?
- **შემოქმედებითობა / ნოვატორობა:** არის იდეა სიახლე ან წარმოადგენს იგი დამოკიდებულებას, რომელიც ნოვატორულია პოლიტიკური პოლარიზაციის პრობლემის კონტექსტში?
- **მომავალი კამპანიის სირთულე, სიცხადე და დეტალები:** რამდენად არის იდეა შექმნილი კომუნიკაციის / ტექნიკური თვალსაზრისით და ახდენს იგი გუნდის მიერ გაწეული ტექნიკური სამუშაოს დემონსტრირებას?
- **მიზანშეწონილობა: 1)** მოიტანს იდეა რაიმე შედეგს? **2)** შესაძლებელია 1-2 თვეში კამპანიის შემუშავება და განხორციელება?
- **ხარჯთეფექტურობა (ეკონომიურობა):** კამპანიის უდიდესი კვალი / მიზანის მიღწევის შესაძლებლობა მცირე ფინანსური დანახარჯებით.
- **სამომავლოდ სამუშაოს გაგრძელების პოტენციალი:** არსებობს რაიმე დამატებითი კომუნიკაციის იდეები / მოდელები, რომლებიც შეიძლება წარმოიშვას ამ კონკრეტული იდეიდან ( მდგრადობის შესანარჩუნებლად)?

### **დამატებითი ინფორმაცია**

- 16 ივლისს, კამპანიის იდეებისა და კონცეფციების პრეზენტაციის შემდეგ, ჟიური, ზემოთ ხსენებულ კრიტერიუმებზე დაყრდნობით, გამოავლენს 1-3 გამარჯვებულ იდეას. DRI, საია და მათი ექსპერტები ითანამშრომლებენ გამარჯვებული იდეების ავტორებთან იდეების კამპანიებად ჩამოყალიბების მიზნით.
- შერჩეული იდეები დამატებით უნდა დაიხვეწოს კამპანიების დაწყებამდე; შესაბამისად, საბოლოო ჯამში, გამარჯვებულ გუნდებს დასჭირდებათ უფრო მეტი ძალისხმევის მობილიზება.

### **კომუნიკაციის შემდეგ**

გამარჯვებული პროექტების ავტორი გუნდები იმუშავებენ მენტორებთან, რათა გარდაქმნან საკუთარი იდეები კომუნიკაციის კამპანიებად 2017 წლის ოქტომბრამდე. კამპანიების შემუშავების შემდეგ, მოხდება მათი პრეზენტაცია ვორქშოფზე 2017 წლის სექტემბრის ბოლოს, ხოლო მოგვიანებით გამოქვეყნდება DRI- ს და საიას ვებ-გვერდებზე, სოციალური მედიის პლატფორმებზე და გავრცელდება უნივერსიტეტებში.