

UDC 303.1/351

SCOPUS CODE 3321

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2024-2-301-309>

საზოგადოებასთან ურთიერთობების გამოწვევები თანამედროვე საქართველოს საჯარო მმართველობაში

გიორგი ბაღათურია საჯარო მმართველობისა და ელექტრონული ბიზნესის დეპარტამენტი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, საქართველო, 0160, თბილისი, მ. კოსტავას 77
E-mail: g.baghaturua@gtu.ge

ალექსანდრე შამათავა საჯარო მმართველობისა და ელექტრონული ბიზნესის დეპარტამენტი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, საქართველო, 0160, თბილისი, მ. კოსტავას 77
E-mail: aleksandre.shamatava@gmail.com

რეცენზენტები:

ვ. ჭიაურელი, სტუ-ის საინჟინრო ეკონომიკის, მედიატექნოლოგიებისა და სოციალური მეცნიერებების ფაკულტეტის პროფესორი

E-mail: vanochiaureli@yahoo.com

ო. ქოჩორაძე, სტუ-ის ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტის პროფესორი

E-mail: o.kochoradze@gtu.ge

ანოტაცია. სტატიაში განხილულია საზოგადოებასთან ურთიერთობის თანამედროვე პრობლემატიკა, რაც გავლენას ახდენს საქართველოს საჯარო მმართველობაში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებზე. ამ მიზნით განხილულია ემპირიული კვლევის შედეგები, გაანალიზებულია საზოგადოებასთან ურთიერთობების როლი სახელმწიფო მართვის პროცესში საქართველოს მაგალითზე; გამოკვეთილია ის ძირითადი გამოწვევები, რასაც პოლიტიკური ჯგუფები საზოგადოებრივი ურთიერთობების განხორციელების პროცესში აწყდებიან. კვლევა ჩატა-

რებულია ნახევრად სტრუქტურირებული სიღრმი-სეული ინტერვიუების მეშვეობით პოლიტიკოსები-სა და დარგის პროფესიონალთა მიზნობრივი შერჩევით, როგორც პოლიტიკურ აქტორებთან, ისე საერთაშორისო თუ ადგილობრივი ორგანიზაციის წარმომადგენლებთან. ინტერვიუს საკვანძო საკითხები მოიცავდა საზოგადოებასთან ურთიერთობის როლისა და მნიშვნელობის დახასიათებას სახელმწიფო მართვის პროცესში; ხელისუფლების PR-კამპანიის ძირითად მახასიათებლებს; ოპოზიციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის კამპანიის დახასიათებას; მოსახლეობის მოლოდინებს მთავრობის-

გან და სხვ. გამოტანილია შესაბამისი დასკვნები და ჩამოყალიბებულია სათანადო რეკომენდაციები საქართველოში პოლიტიკური კლიმატის გაჯანსაღების მიზნით.

საკვანძო სიტყვები: დარგის პროფესიონალები; ოპოზიცია; პოლიტიკოსები; პოლიტიკური პარტიები; საზოგადოებასთან ურთიერთობა; საქართველოს საჯარო მმართველობა; სიღრმისეული ინტერვიუ; ხელისუფლება.

შესავალი

საზოგადოებრივი ურთიერთობები საჯარო მმართველობის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფუნქციაა. საერთაშორისო გამოცდილების შესწავლამ და მსოფლიოს წარმატებული ქვეყნების საზოგადოებასთან ურთიერთობების გამოცდილებამ დაგვანახა საზოგადოებრივი ურთიერთობების მეთოდებისა და ტექნიკის მასშტაბური როლი სახელმწიფოს მართვაში, მათ შორის თანამედროვე საქართველოს საჯარო მართვის პროცესში. საზოგადოებრივ ურთიერთობებში არსებული გამოწვევები განსაკუთრებით აქტუალურია წინასაარჩევნო პერიოდში, ვინაიდან დღევანდელ ურთულეს საერთაშორისო ვითრებაში (რუსეთ-უკრაინის ომი; ისრაელ-პალესტინის ომი) და მტრული ძალების პროპაგანდისტული ნარატივების პირობებში განსაკუთრებით ძლიერდება საზოგადოებრივი ურთიერთობების, სტრატეგიული კომუნიკაციებისა და პროპაგანდის გავლენა, როგორც ზოგადად მიმდინარე

ნარე პოლიტიკურ პროცესებზე, ისე მოსახლეობაზე, ამომრჩეველზე.

წინამდებარე ნაშრომში ჩატარებული კვლევის მიზანია საზოგადოებრივი ურთიერთობების (PR) თანამედროვე გამოწვევების შესწავლა და გაანალიზება. შესაბამისად, ნაშრომში ემპირიული კვლევის საფუძველზე შესწავლილი და გაანალიზებულია საზოგადოებასთან ურთიერთობების როლი სახელმწიფო მართვის პროცესში საქართველოს მაგალითზე; გამოკვეთილია ის ძირითადი გამოწვევები, რასაც პოლიტიკური ჯგუფები საზოგადოებრივი ურთიერთობების განხორციელების პროცესში აწყდებიან. ამდენად, წინამდებარე ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული კვლევის შედეგები შესაძლოა გამოყენებული იყოს:

- პოლიტიკური პარტიებისა და ორგანიზაციების საზოგადოებასთან ურთიერთობების სტრატეგიისა და ტექნიკის განვითარებისათვის;
- არასამთავრობო ორგანიზაციებისა თუ სხვა მკვლევრებისთვის, საზოგადოებასთან ურთიერთობებისა და პოლიტიკური კომუნიკაციისა და საჯარო მართვის კვლევის პროცესში;
- საქართველოს უახლესი ისტორიის მკვლევრებისა და საზოგადოებრივი ურთიერთობების სპეციალისტებისთვის;
- თავად ხელისუფლებას, პარტიებს ექნებათ საშუალება, ნახონ პოლიტიკური კომუნიკაციის რა თანამედროვე მექანიზმები არსებობს და მოახდინონ მათი დანერგვა ყოველდღიურ პოლიტიკურ ცხოვრებაში.

ძირითადი ნაწილი

კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის პროცესში, თვისებრივი კვლევის მეთოდით შესწავლილია საზოგადოებასთან ურთიერთობების (PR) როლი სახელმწიფო მართვაში, საქართველოს მაგალითზე; ის ძირითადი გამოწვევები, რასაც საზოგადოებრივი ურთიერთობების პროცესში აწყდებიან პოლიტიკური ჯგუფები საჯარო მართვისას.

ემპირიული კვლევა ეყრდნობოდა თვისებრივი კვლევის მეთოდებს, რომლის ინსტრუმენტი იყო სიღრმისეული ინტერვიუ [4]. წინასწარ შემუშავებული ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარის საფუძველზე, ინტერვიუების ძირითადი მიზანი იყო, საჯარო მართვის პროცესში საზოგადოებრივი ურთიერთობების როლის მიმოხილვა, საქართველოს მაგალითზე PR-ის რეტროსპექტული როლის ანალიზი და ძირითადი გამოწვევების გამოვლენა.

ნახევრად სტრუქტურირებული სიღრმისეული ინტერვიუები ჩატარდა 21 რესპონდენტთან, პოლიტიკოსებისა და დარგის პროფესიონალთა მიზნობრივი შერჩევით, რაც მოცემულ შემთხვევაში წარმოადგენს რეპრეზენტატიულ ამონაჩვენს როგორც პოლიტიკურ აქტორებთან, ისე საერთაშორისო თუ ადგილობრივი ორგანიზაციის წარმომადგენლებთან [3,1]. ინტერვიუები ჩატარდა ინტერვიუს ჩატარების მეთოდის მოთხოვნათა გავალისწინებით [2]. ნახევრად სტრუქტურირებული ინტერვიუს კითხვარი შეიცავდა 11 ძირითად შეკითხვას, რესპონდენტების მიხედვით კი დაისვა რამდენიმე დამატებითი კითხვა. ინტერვიუებმა

მოიცვა საქართველოს პოლიტიკური სივრცის სრული სპექტრი, ხელისუფლებისა და ოპოზიციის ძირითადი წარმომადგენლები. 21 რესპონდენტიდან მხოლოდ 5-მა გადაწყვიტა კონფიდენციალურად დარჩენა.

კვლევის პროცესში ნახევრად სტრუქტურირებული ინტერვიუ ასევე ჩატარდა მოქმედი ხელისუფლებისა და ოპოზიციის წარმომადგენლებთან, მათ შორის რამდენიმე რესპონდენტმა მოითხოვა მათი ვინაობის კონფიდენციალურობა. ინტერვიუ ჩატარდა 2023 წლის დეკემბერსა და 2024 წლის იანვარში.

ინტერვიუს საკვანძო საკითხები მოიცავდა მრავალ პრობლემას, თუმცა ნაშრომში მოცემულია საზოგადოებასთან ურთიერთობის როლისა და მნიშვნელობის დახასიათება სახელმწიფო მართვის პროცესში; ხელისუფლების PR კამპანიის ძირითადი მახასიათებლები; ოპოზიციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის კამპანიის დახასიათება; რამდენად აკმაყოფილებს მმართველი გუნდი საზოგადოების მოთხოვნებს; რამდენად იწვევს PR კრიზისი პოლიტიკურ კრიზისს.

ინტერვიუების სრული ჩანაწერები ინახება ავტორის პირად ფაილში.

კვლევის შედეგების ანალიზი

ინტერვიუების შეჯამებისას შეიძლება ითქვას, რომ რესპონდენტები ერთმნიშვნელოვნად თანხმდებიან საზოგადოებრივი ურთიერთობების გადამწყვეტ როლზე საჯარო მართვის პროცესში. დარგის სპეციალისტები საზოგადოებრივი ურთიერ-

თობების ორ ძირითად ასპექტს გამოყოფენ, ერთი მხრივ, სახელმწიფოს ვალდებულებას, ჰქონდეს მუდმივი კომუნიკაცია საზოგადოებასთან და იყოს ანგარიშვალდებული მასთან იმ გაკეთებული საქმეებისა და მიმდინარე პროცესების შესახებ, რასაც ხელისუფლება აკეთებს, მეორე მხრივ კი გაიგონ თუ რა სურს ხალხს, მიიღონ ერთგვარი დაკვეთა საზოგადოებისგან.

ხელისუფლების საზოგადოებასთან ურთიერთობის კამპანიას კარდინალურად განსხვავებულად აფასებენ ხელისუფლებისა და ოპოზიციის წარმომადგენლები. ხელისუფლების წარმომადგენლების აზრით, ხელისუფლების PR-ის მთავარი მახასიათებელი დღეს ისაა, რომ რეალობის სწორ გააზრებაზეა ორიენტირებული და არ ისახავს მიზნად აუდიტორიისთვის განსხვავებული რეალობის შეთავაზებას. დღეს ხელისუფლების PR საზოგადოების ფართო ფენებისთვის გასაგებია, ის გამორჩეულია იმიტაც, რომ კარგად გრძნობს საზოგადოებაში აქტუალური თემების მომწიფების ხარისხს.

ოპოზიციის წარმომადგენლების აზრით, დღეს ხელისუფლების PR რუსული პროპაგანდის მეთოდებით მოქმედებს და ოპოზიციის ნებისმიერ ფასად დისკრედიტაციაზეა ორიენტირებული. თუმცა ისიც აღინიშნება, რომ მოქმედი ხელისუფლების PR-ში ნამდვილად სჯობს. ხელისუფლებამ საზოგადოებას მისთვის გასაგები და მის რეალობასთან ახლოს მყოფი საზოგადოებრივი კომუნიკაციის გზავნილები (მესიჯ-ბოქსი) შესთავაზა, რისი ნათელი მაგალითია უკრაინის საკითხზე მშვიდობის პოლიტიკის მიმართულებით ხელისუფლების კომუნიკაცია საზოგადოებასთან. ექსპერტული მოსაზრე-

ბით ხელისუფლების PR პირდაპირ კავშირშია მის იდეურ და საქმიან ასპექტებთან, რაც გულისხმობს ტრადიციის შენარჩუნებას, წარსული ისტორიის ანალიზს და მისგან სწორი დასკვნების გამოტანას.

რაც შეეხება ოპოზიციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის კამპანიას ხელისუფლების წარმომადგენლების აზრით, იგი მეტწილად ხასიათდება სიცრუით, ძალადობით და რადიკალიზმით. მათივე თქმით, ოპოზიციის PR მეტწილად პროპაგანდის ელემენტებითაა გაჯერებული. მათივე აზრით, მიუხედავად პროპაგანდისტული მეთოდებისა, ოპოზიციის PR-კამპანია უშედეგოა, ამის ნათელი დადასტურება კი არჩევნების შედეგები და საზოგადოების მხრიდან მათდამი ნდობის განულებაა. რაც შეეხება ოპოზიციას, მათი მოსაზრებები ორ ნაწილად იყოფა. ერთი ნაწილი თვლის, რომ ოპოზიციის PR მოწოდების სიმალეზეა და მიუხედავად რთული პოლიტიკური გარემოსი და იმ შეზღუდვებისა რა პირობებშიც უწევთ მუშაობა, მათ საკმაოდ კარგი შედეგი აქვთ. მეორე ნაწილი კი თვლის, რომ ოპოზიციას PR-ის კუთხით მეტი აქვს სამუშაო და აუცილებელია მხილების გაძლიერება. მათი სამიზნე აუდიტორია თითქოს არის არა ქართველი ხალხი, არამედ – დასავლური ელიტა. ექსპერტების ძირითადი ნაწილის აზრით, ოპოზიციის PR-კამპანია ნეგატიური ხასიათისაა და ძირითადად მხოლოდ ხელისუფლების დისკრედიტაციაზეა ორიენტირებული. ისინი არ ითვალისინებენ იმ ფაქტს, რომ ნეგატივზე აგებული დღის წესრიგი, რომელიც საზოგადოებას არაფერს სთავაზობს, ყოველთვის წამგებიანია.

აღნიშნულ საკითხზე ერთმანეთის საპირისპირო მოსაზრებები აქვთ ხელისუფლებისა და ოპოზიციის წარმომადგენლებს. ოპოზიციის წარმომადგენლების აზრით, ხელისუფლება საერთოდ ვერ პასუხობს ხალხის მოლოდინებსა და ქვეყანაში არსებულ გამოწვევებს, მათ შორის ვერც ეკონომიკურ გამოწვევებს, ვერც კორუფციას და ვერც ჯანდაცვის მიმართულებით. ოპოზიციის წარმომადგენლის თქმით, ამ ხელისუფლების ერთადერთი პიარული სვლა არის ის, რომ ხელისუფლება უბრალოდ ცუდს არაფერს აკეთებს, თორემ რაიმე მაგისტრალური ხაზი, ისე როგორც ეს ჰქონდათ წინა ხელისუფლებებს, არ არსებობს. ოპოზიციის წარმომადგენლებისგან განსხვავებით, ხელისუფლების წარმომადგენლები აღნიშნავენ, რომ ხელისუფლება მაქსიმალურად ასრულებს ხალხის მოთხოვნებს, მათ შორის მშვიდობის პოლიტიკისა და ეკონომიკური განვითარების მიმართულებით.

რაც შეეხება ექსპერტებს, მათი აზრით შეუძლებელია ხალხის მოლოდინების ბოლომდე დაკმაყოფილება, მათივე აზრით ხალხის მოთხოვნები რამდენიმე ნაწილად იყოფა: ეკონომიკური განვითარება; ინსტიტუციური განვითარება (კორუფციასთან ბრძოლა); ქვეყნის უსაფრთხოება; ევროპული პერსპექტივა. დარგის სპეციალისტთა უმეტესობა თვლის, რომ მმართველი გუნდი მეტწილად პასუხობს აღნიშნულ გამოწვევებს, თუმცა მეტია სამუშაო ეკონომიკური მიმართულებით და ინსტიტუციური განვითარების კუთხით. თუმცა ექსპერტთა ნაწილი მიიჩნევს, რომ ხელისუფლებას ხშირად აქვს კომუნიკაციის ნაკლებობა საზოგადო-

ებასთან და აუცილებელია უკუკავშირის ფორმების მეტად დახვეწა.

დარგის სპეციალისტთა თქმით, ცალსახად გამოჩენილია ხელისუფლების PR კამპანია მშვიდობის პოლიტიკის კუთხით, გეოპოლიტიკური საფრთხეებიდან გამომდინარე. მათ შორის ექსპერტთა ნაწილი მიიჩნევს, რომ აღნიშნულ კამპანიას ბევრი ისეთი ადამიანი უჭერდა მხარს, რომელიც ხელისუფლების მომხრე არაა. მოქმედი ხელისუფლების PR ნაბიჯებში ასევე გამოყოფენ ჯანდაცვის რეფორმას (C-ჰეპატიტის პროგრამა, საყოველთაო ჯანდაცვა და სხვ.) და სასჯელაღსრულების მიმართულებით გადადგმულ ნაბიჯებს. რამდენიმე ექსპერტი საუბრობს პანდემიის დროს გატარებულ სწორ PR პოლიტიკაზეც.

ასევე, დარგის პროფესიონალთა და პოლიტიკოსთა ნაწილი გამოყოფს ნაციონალური მოძრაობის რამდენიმე მნიშვნელოვან PR მოქმედებას, მათ შორის ინსტიტუციური რეფორმების გატარებას, პოლიციის რეფორმას და კორუფციასთან ბრძოლას.

რამდენიმე ექსპერტი საუბრობს იმაზეც, რომ ძალიან მნიშვნელოვანი PR ნაბიჯი იყო 2008 წლის ომის შემდგომი PR კამპანია, თუმცა აქვე დასძენენ, რომ შესაძლოა ამ კამპანიამ მიხეილ სააკაშვილს 2009 წლის არჩევნები მოაგებინა, თუმცა ეს იყო ცალსახა პროპაგანდა, როდესაც წაგებული ომის გამარჯვებად გამოცხადება გადაწყდა.

საბოლოოდ, ყველა რესპონდენტი აღნიშნავს, რომ საზოგადოებრივი ურთიერთობების კრიზისი, ცალსახად იწვევს პოლიტიკურ კრიზისს. ექსპერტთა ნაწილი იმასაც აღნიშნავს, რომ პოლიტიკური კრიზისების უმეტესობა სწორედ PR კრიზისიდან

მომდინარეობს და დაგვიანებული ან არასაკმარისი კომუნიკაციის შედეგია. ექსპერტთა ნაწილი საუბრობს გარკვეულ მაგალითებზეც, მათ შორის კი ყველაზე ხშირად ე.წ. „რუსული კანონი“ და „გავრილოვის ღამის“ მაგალითები მოჰყავთ. ერთ-ერთი ექსპერტი აღნიშნავს, რომ ე.წ. „რუსული კანონი“ ყველაზე კარგი ლუსტრაციაა იმის, თუ რა შეიძლება გამოიწვიოს PR-ის ჩავარდნამ.

დასკვნა

ემპირიული კვლევის პროცესში გამოიკვეთა რამდენიმე მნიშვნელოვანი ფაქტორი. მათ შორის, ყველა ექსპერტი თანხმდება, რომ საზოგადოებრივ ურთიერთობებს განსაკუთრებული და ხშირ შემთხვევაში გადამწყვეტი როლი აქვს ქვეყნის მართვის პროცესში, რომ საზოგადოებრივი ურთიერთობების კრიზისი იწვევს პოლიტიკურ კრიზისს.

ხელისუფლების PR კამპანია მეტწილად პრაგმატიზმით ხასიათდება, თუმცა გაყოფილია მოსაზრებები პოლიტიკური პრეფერენციების შესაბამისად. რაც შეეხება ოპოზიციის PR კამპანიას, ექსპერტთა უმეტესობა მიიჩნევს, რომ ოპოზიციის PR-ი მეტწილად ნეგატიური დღის წესრიგის შექმნაზეა ორიენტირებული, რაც არ ამართლებს. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ნაშრომში გამოტანილია დასკვნა, რომ ხელისუფლების PR კამპანია მეტწილად რეაქტიულია. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ის კონცენტრირებულია რამდენიმე ძირითად საკითხზე, ხოლო მექანიზმები საკმაოდ გამართულად მუშაობს. რაც შეეხება ოპოზიციას, მათი ამოსავალი წერტილი ხელისუფლების დისკრედიტაციაა, რაც გარკვეულწილად გულისხმობს ნეგატიური დღის

წესრიგის შექმნას, თუმცა იმ ფონზე, როდესაც საზოგადოების განწყობები ოპოზიციის მიმართ ისედაც მეტწილად ნეგატიურია, აღნიშნული PR სტრატეგია ნაკლებად მომგებიანი ხდება.

ხალხის მოლოდინებსა და ხელისუფლების ქმედებებს ექსპერტთა უმეტესობა ერთგვაროვნად აფასებს და თვლის, რომ ხელისუფლება მეტწილად უმკლავდება არსებულ ეკონომიკურ და პოლიტიკურ გამოწვევებს. განსხვავებულია მოსაზრებები პოლიტიკური პრეფერენციების მიხედვით. ამ შემთხვევაში, სრულიად ვიზიარებთ დარგის პროფესიონალთა მოსაზრებებს და მივიჩნევთ, რომ ვერცერთი ხელისუფლება ვერ მოახერხებს ხალხის მოთხოვნების სრულად დაკმაყოფილებას, თუმცა მოქმედი ხელისუფლება მეტწილად პასუხობს სახელმწიფო გამოწვევებს და აკმაყოფილებს ხალხის მოლოდინებს.

შეჯამების სახით შეიძლება ითქვას, რომ აღნიშნული ინტერვიუებიდან კიდევ ერთხელ ნათლად გამოიკვეთა თუ რამდენად დიდი როლი აქვს საზოგადოებრივ ურთიერთობებს სახელმწიფო მართვის პროცესში. გამოიკვეთა ისიც, რომ როგორც ხელისუფლების, ისე ოპოზიციის PR კამპანიები მეტწილად ოპონენტების დისკრედიტაციაზე ორიენტირებული და ნაკლებად ისახავს პოზიტიური დღის წესრიგის შექმნას მიზნად.

აღსანიშნია ისიც, რომ ქართულ რეალობაში ზღვარი PR-სა და პროპაგანდას შორის პრაქტიკულად ბუნდოვანი და წაშლილია, დარგის სპეციალისტების ნაწილისთვისაც კი გაუგებარია რით განსხვავდება PR-ი და პროპაგანდა.

აქვე უნდა გამოვყოთ ის ფაქტიც, რომ საზოგადოებრივი ურთიერთობების განვითარებასთან ერ-

თად გაზრდილია საინფორმაციო ნაკადები, საზოგადოებრივი ურთიერთობების ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად კი გაზრდილია მანიპულაციური ტექნოლოგიების გამოყენება და ყალბი ინფორმაციების გავრცელება, რაც დღეს ერთ-ერთი დიდი PR პრობლემა იყო.

ჩატარებული კვლევის საფუძველზე შესაძლებელია ჩამოყალიბდეს შემდეგი რეკომენდაციები საქართველოში PR კლიმატის გაუმჯობესების მიზნით, რაც ხელს შეუწყობს პოლიტიკური პროცესის გაჯანსაღებას საქართველოში:

- აუცილებელია, როგორც ხელისუფლება, ისე ოპოზიციამ გადაერთოს პოზიტიურ დღის წესრიგზე. ნეგატიურ დღის წესრიგზე აგებული PR კამპანია აზიანებს როგორც პოლიტიკურ პროცესს, ისე მთლიანად სახელმწიფოს.
- საჭიროა პოლიტიკური პროცესის დერადიკალიზაცია, როგორც პოლიტიკურ პარტიებს, ისე მედიებს შორის. პოლიტიკურ ველზე, მათ შორის საზოგადოებრივ ურთიერთობებში სრული პოლარიზაცია იწვევს ამომრჩევლის რადიკალიზაციასაც.
- საინფორმაციო ნაკადების გაზრდის ფონზე, განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ყალბი ამბების (ე.წ. ფეიკ ნიუსის) ფენომენს, რაც ხშირ შემთხვევაში იწვევს საზოგადოებაში ყალბი აღქმების შექმნას.
- გეოპოლიტიკური ვითარებიდან გამომდინარე, განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს უცხო ქვეყნების ე.წ. „რბილი ძალის“ პოლიტიკას. ჰიბრიდული ომის ფონზე, აუცი-

ლებელია პროპაგანდისტულ ნარატივებთან ბრძოლა, რომელიც შესაძლოა აღვივებდეს ეთნიკურ და რელიგიურ შუღლს საქართველოს გარკვეულ რეგიონებში.

- მაღალი პოლიტიკური კულტურის დამკვიდრების მიზნით, როგორც ხელისუფლებამ, ისე ოპოზიციამ უნდა დაამკვიდროს ეთიკური სტანდარტი. ის საკომუნიკაციო ენა, რითაც პოლიტიკურ ველზე ხდება კომუნიკაცია, არღვევს ყველა მორალურ და ეთიკურ ნორმას, რაც იწვევს როგორც პოლიტიკური პროცესის ჩაშლას, ისე პარტიის მხარდამჭერთა სრულ რადიკალიზაციას.
- როგორც ხელისუფლებამ, ისე ოპოზიციამ საზოგადოებას უნდა შესთავაზოს სტრატეგიული PR, რაც მოიცავს კონკრეტულ საკითხებს, მიზნებს და ამოცანებს. რეაქციული PR-დან აუცილებელია გადასვლა გრძელვადიან საზოგადოებრივ ურთიერთობებზე და იდეოლოგიურ ნარატივებზე, რაც ასევე ხელს შეუწყობს მაღალი პოლიტიკური კულტურის დამკვიდრებას საქართველოში.
- აუცილებელია მედიაში დამატებითი ფინანსური რესურსების მოძიება, რაც მას მიცემს საშუალებას მეტად დაცული იყოს პოლიტიკური გავლენისგან, რადგან დაბალი სპონსორული დაფინანსების ფონზე მედია პოლარიზებულია პოლიტიკური გავლენების კვალდაკვალ.
- ხელისუფლების შემთხვევაში აუცილებელია საზოგადოებრივი უკუკავშირის მექანიზმების გაძლიერება, რასაც თავად ხელისუფლე-

- ბის წარმომადგენლებიც ერთ-ერთ მთავარ PR პრობლემად ასახელებენ.
- აუცილებელია ხელისუფლების შიგაუწყებრივი კომუნიკაციების გაძლიერება, რაც ხშირ შემთხვევაში ერთ-ერთი ძირითადი გამოწვევაა, იმავდროულად ხშირია ხელისუფლების მხრიდან კონკრეტულ საკითხებზე დაგვიანებული რეაგირება.
 - ოპოზიციისთვის პრინციპულად მნიშვნელოვანია მათი საკომუნიკაციო გზავნილები მეტად თანხვედრაში იყოს საზოგადოებრივ პოზიციებთან, რასაც არამხოლოდ დარგის სპეციალისტები, თავად ოპოზიციის წარმომადგენლებიც აღნიშნავენ.
-

ლიტერატურა

1. Frankfort-Nachmias, Ch., Nachmias, D. (2009). *Research methods in social sciences*. Tbilisi: Ilyauni Publishing House.
 2. Creswell, J.W., (2009). *Research Design. Qualitative, quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
 3. Baghaturia, G. et. al. (2018). *Research methods in public administration tasks*.
 4. Durglishvili, N. (2006). *Sociological data analysis*.
-

UDC 303.1/351

SCOPUS CODE 3321

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2024-2-301-309>

Challenges of Public Relations in Modern Georgian Public Administration

Giorgi Baghaturia Department of Public Administration and E-Business, Georgian Technical University, Georgia, 0160, Tbilisi, 77, M. Kostava str.

E-mail: g.baghaturua@gtu.ge

Aleksandre Shamatava Department of Public Administration and E-Business, Georgian Technical University, Georgia, 0160, Tbilisi, 77, M. Kostava str.

E-mail: aleksandre.shamatava@gmail.com

Reviewers:

V. Chiaureli, Professor, Faculty of Engineering Economics, Media Technologies and Social Sciences, GTU

E-mail: vanochiaureli@yahoo.com

O. Kochoradze, Professor, Faculty of Business Technologies, GTU

E-mail: o.kochoradze@gtu.ge

Abstract. There are some modern problems in public relations that affect the political processes in the public administration of Georgia. The results of empirical research are discussed, the role of public relations in the state management process is analyzed on the example of Georgia; The main challenges that different political groups face in the process of implementing public relations are highlighted. The research was conducted through semi-structured in-depth interviews with a targeted selection of politicians and PR professionals, both political actors and representatives of international and local organizations. The key issues of the interview included characterizing the role and importance of public relations in the state management process; the main features of the government's PR campaign; characterizing the public relations campaign of the opposition; Expectations of the population from the government, etc. Appropriate conclusions have been drawn and the relevant recommendations have been formulated in order to improve the political climate in Georgia.

Keywords: government; in-depth interview, opposition; PR professionals; politicians; political parties; public administration of Georgia; public relations.

განხილვის თარიღი 21.02.2024

შემოსვლის თარიღი 23.02.2024

ხელმოწერილია დასაბეჭდად 10.06.2024