

ქართული პოლიტიკური პარტიების წინასაარჩევნო კომუნიკაციის  
განვითარება 2012-2024 წლებში

ანასტასია ბერია  
ბარბარე თურმანიძე

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე. საზოგადოებასთან  
ურთიერთობის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა-საზოგადოებასთან ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ეკატერინე ჟვანია

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
თბილისი, 2024

## განაცხადი

როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

ანასტასია ბერია

ბარბარე თურმანიძე

24.06.2024

## მადლობა

სამაგისტრო პროექტის მომზადების პროცესში დახმარების გაწევისათვის გვსურს დიდი მადლობა გადავუხადოთ თემის სამეცნიერო ხელმძღვანელს, ეკატერინე ჟვანიას. ნაშრომზე მუშაობის პროცესში მუდმივად ვგრძნობდით აკადემიური ხელმძღვანელის მხარდაჭერასა და თანადგომას.

აგრეთვე, გვსურს უღრმესი მადლობა გადავუხადოთ ყველა იმ რესპონდენტს, ვინც მონაწილეობა მიიღო კვლევის პროცესში და სამაგისტრო პროექტის მომზადებისას რეკომენდაციებს გვამღევედა.

## აბსტრაქტი

სამაგისტრო ნაშრომი ეხება ქართული პოლიტიკური პარტიების წინასაარჩევნო საპრეზიდენტო და საპარლამენტო საკომუნიკაციო სტრატეგიების განვითარებას 2012-2024 წლებში. დემოკრატიისა და პოლიტიკური პლურალიზმის განვითარების პარალელურად, ქართული საზოგადოება თვალს ადევნებს პარტიების ინტენსიური კამპანიებს, რომლებშიც იყო გამოყენებული როგორც ტრადიციული, ისე თანამედროვე მარკეტინგული და საკომუნიკაციო სტრატეგიები. ციფრული სამყაროს განვითარებამ კი პოლიტიკური კომუნიკაციის განსხვავებული ტენდენციები გამოავლინა. ნაშრომში განხილულია ის მნიშვნელოვანი ფაქტორები, რაც ამომრჩევლის პოლიტიკურ გადაწყვეტილებაზე ახდენს ზემოქმედებას.

საკითხის კომპლექსურობიდან გამომდინარე, სამაგისტრო პროექტის განსახორციელებლად ჩატარდა როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისობრივი კვლევა. კვლევის პროცესში მნიშვნელოვანი ფაქტორი იყო დოკუმენტური ანალიზის მეთოდის გამოყენებაც, რადგან წარმოჩენილიყო პოლიტიკური პიარისა და მისი გავლენის ზოგადი თეორიული ჩარჩო. კითხვარის საშუალებით გამოიკითხა განსხვავებული ასაკის და სტატუსის ადამიანები, რისი შედეგებიც გრაფიკულადაა წარმოდგენილი. ამასთან ერთად ჩატარდა სიღრმისეული ინტერვიუ დარგის სპეციალისტებთან და სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიების პიარ-წარმომადგენლებთან.

კვლევის შედეგებმა ცხადყო, რომ პოლიტიკურმა პიარმა საერთო მახასიათებლების შენარჩუნებასთან ერთად საკმაოდ დიდი ცვლილება განიცადა და მისი ეფექტურობა სოციალურმა მედიამ მნიშვნელოვნად შეცვალა.

სამაგისტრო ნაშრომის სტრუქტურის შემადგენელი ნაწილებია: შესავალი, ლიტერატურის მიმოხილვა, კვლევის მეთოდოლოგია, შედეგების ინტერპრეტაცია და დასკვნა.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: პოლიტიკური კომუნიკაცია, პოლიტიკური კამპანიები, შავი პიარი, წინასაარჩევნო სტრატეგიები.

## **Abstract**

The master's thesis deals with the development of pre-election presidential and parliamentary communication strategies of Georgian political parties in 2012-2024. Along with the development of democracy and political pluralism, Georgian society has witnessed intensive campaigns by parties, which have used both traditional and modern marketing and communication strategies. The development of the digital world has revealed different trends in political communication. The paper discusses the important factors that influence the voter's political decision.

Due to the complexity of the issue, both quantitative and qualitative research was conducted to implement the master's project. An important factor in the research process was the use of the documentary analysis method, as it presented a general theoretical framework of political PR and its influence. People of different age and status were interviewed by means of a questionnaire, the results of which were graphically visualized. Along with this, an in-depth interview was conducted with field specialists and PR representatives of various political parties.

The results of the study revealed that political PR has undergone a considerable change while maintaining its common characteristics, and its effectiveness has been significantly changed by social media.

The constituent parts of the structure of the master's thesis are: introduction, literature review, research methodology, interpretation of results and conclusion.

Main search words: political communication, political campaigns, black PR, pre-election strategi