

„სტრატეგიები და გავლენა: არასამთავრობო ორგანიზაციების
საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრაქტიკის ანალიზი საქართველოში“

მერი მაქსიმოვა

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის სკოლაში. საზოგადოებასთან ურთიერთობის მაგისტრის აკადემიური
ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გიორგი მახარაძე, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
მოწვეული ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2024

განაცხადი

როგორც აღნიშნული სამაგისტრო პროექტის ავტორი, ვადასტურებ, რომ ეს არის ჩემს მიერ მოპოველ და დამუშავებულ ინფორმაციაზე დაფუძნებით დაწერილი და გამოკვლეული ორიგინალური ნამუშევარი და არ შეიცავს ამ დრომდე გამოქვეყნებულ ან დასაცავად წარდგენილი ნაშრომების მასალებს, რომლებიც არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული.

მერი მაქსიმოვა

24.06.2024

აბსტრაქტი

არასამთავრობო ორგანიზაციების PR სტრატეგია ძალზე აქტუალურია დღევანდელ სოციალურ-პოლიტიკურ გარემოში, განსაკუთრებით ისეთ ქვეყნებში, როგორცაა საქართველო, სადაც არასამთავრობო ორგანიზაციები გადამწყვეტ როლს ასრულებენ ადამიანის უფლებების, გარემოს დაცვისა და სოციალური სამართლიანობის ადვოკატირების საკითხებში.

საქართველოში 2023-2024 წლებში განხორციელებული საკანონმდებლო ცვლილებებს მოჰყვა საზოგადოების მხრიდან მკვეთრად გაზრდილი ინტერესი. და რადგან ეფექტური PR სტრატეგიები აუცილებელია არასამთავრობო ორგანიზაციებისთვის საზოგადოებასთან თანამშრომლობისთვის, სანდოობის გასამყარებლად და რთულ სოციალურ-პოლიტიკურ ლანდშაფტში ნავიგაციისთვის, გაჩნდა სფეროში არსებული საკომუნიკაციო მიდგომების და გამოწვევების იდენტიფიცირების საჭიროება. დადგენა იმისა, თუ როგორ შეცვალეს მოქმედმა არასამთავრობო ორგანიზაციებმა თავისი PR სტრატეგია ისეთი მიზნების მისაღწევად, როგორცაა ცნობიერების ამაღლება, ადვოკატირება, ნდობის მოპოვება და საკანონმდებლო ცვლილებებისადმი ადაპტაცია.

კვლევის ფარგლებში შეირჩა კომბინირებული მეთოდოლოგია, რაც მოიცავს როგორც რაოდენობრივ, ასევე თვისებრივი კვლევის მეთოდებს. რაოდენობრივი მონაცემები შეგროვდა 140 რესპონდენტის გამოკითხვის გზით, რათა შეფასდეს საზოგადოების აღქმა არასამთავრობო ორგანიზაციების საკომუნიკაციო კამპანიების მიმართ და განისაზღვროს ნდობის ფაქტორები. თვისებრივი მონაცემები მოიაზრებს სიღრმისეულ ინტერვიუებს, რომლებიც ჩატარდა ოთხი აქტიური არასამთავრობო ორგანიზაციის PR სპეციალისტთან, რათა დადგინდეს სტრატეგიული საკომუნიკაციო მიდგომები საზოგადოებრივ ინტერესსა და საკანონმდებლო ცვლილებებთან მიმართებით.

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ ქართულ არასამთავრობო ორგანიზაციების ციფრულ მედიაზე დამოკიდებულება მნიშვნელოვან როლს ასრულებს PR სტრატეგიებში. ეს დამოკიდებულება მათ საშუალებას აძლევს, ტრადიციული მედიის შეზღუდვების გვერდის ავლით, პირდაპირი კომუნიკაცია ჰქონდეთ ფართო აუდიტორიასთან. გამოიკვეთა, რომ საზოგადოებისთვის ციფრული მედია უმნიშვნელოვანესია ინფორმაციის სწრაფად და მარტივად მიღების თვალსაზრისით. ასევე, კვლევამ აჩვენა, რომ ციფრულ პლატფორმებზე აქტიური ორგანიზაციები უფრო მეტად სარგებლობენ საზოგადოების ნდობით. ძირითადი გამოწვევები, როგორცაა პოლიტიკური შეზღუდვები და მედიის ცენზურა კი რესპონდენტთა მიერ დასახელდა, როგორც მთავარი დაბრკოლება.

კვლევის საფუძველზე შემოთავაზებულია არაერთი რეკომენდაცია და ვინაიდან აკადემიურ სივრცეში აღნიშნული საკითხის გარშემო გამოიკვეთა ნაშრომების სიმცირე, კვლევის შედეგები და რჩევები ავტორისგან სასარგებლო იქნება არასამთავრობო სექტორის კომუნიკაციების სპეციალისტებისთვის არსებული მდგომარეობის შესაფასებლად და სამომავლო კამპანიების დასაგეგმად.

ნაშრომში დასკვნის სახით გამოიკვეთა, რომ არასამთავრობო ორგანიზაციებმა უნდა გააგრძელონ ინვესტიციები ციფრულ მედიაში. საჭიროა გამჭვირვალობაზე, შეტყობინებების თანმიმდევრულობასა და პროაქტიული საზოგადოებრივი ჩართულობის სტრატეგიებზე კონცენტრირება.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: არასამთავრობო ორგანიზაცია, საზოგადოებრივი ურთიერთობები, სტრატეგიული კომუნიკაციები.

Abstract

The PR strategy of NGOs is highly relevant in today's socio-political environment, especially in countries like Georgia, where NGOs play a crucial role in advocating for human rights, environmental protection, and social justice. The legislative changes implemented in Georgia in 2023-2024 have resulted in a sharply increased public interest. Since effective PR strategies are essential for NGOs to engage with the public, build credibility, and navigate a complex socio-political landscape, there is a need to identify communication approaches and challenges in the field. This study aims to determine how existing NGOs have adapted their PR strategies to achieve goals such as raising awareness, advocacy, building trust, and adapting to legislative changes.

A combined methodology was chosen for this research, incorporating both quantitative and qualitative research methods. Quantitative data was collected through a survey of 140 respondents to assess public perception of NGO communication campaigns and determine trust factors. Qualitative data included in-depth interviews conducted with PR specialists from four active NGOs to identify strategic communication approaches related to public interest and legislative changes.

The research results reveal that the dependence on digital media among Georgian non-governmental organizations plays a significant role in their PR strategies. This reliance allows them to bypass the limitations of traditional media and communicate directly with a wider audience. The study found that digital media is crucial for the public in terms of receiving information quickly and easily. Furthermore, organizations active on digital platforms enjoy greater public trust. However, major challenges such as political restrictions and media censorship were identified by respondents as significant obstacles.

Based on the research, several recommendations are proposed. Since there is a lack of academic papers on this issue, the research results and advice from the author will be useful for communication specialists in the non-governmental sector to assess the current situation and

plan future campaigns. NGOs should continue to invest in digital media and create innovative and engaging content.

Main search keywords: non-governmental organization, public relations, strategic communications.