

საქართველოს სოციალური კონტექსტი PR სტრატეგიების შექმნისას

ხატია ქინქლაძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებასთან ურთიერთობის
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: საზოგადოებასთან ურთიერთობა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული,

პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2025

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან/და დასაცავად წარგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.“

ხატია ქინქლაძე

19/06/2025

მადლობა

„სამაგისტრო პროექტის მომზადების პროცესში დახმარების გაწევისთვის მსურს, განსაკუთრებული მადლობა გადავუხადო თემის სამეცნიერო ხელმძღვანელს, თორნიკე გურულს, რომელიც სამეცნიერო ნაშრომზე მუშაობის ყველა ეტაპზე მიზიარებდა საკუთარ ცოდნასა და გამოცდილებას. მისმა რეკომენდაციებმა უმნიშვნელოვანესი როლი ითამაშა ჩემი ნაშრომის მომზადებაში.

განსაკუთრებული მადლობა მინდა გადავუხადო ჩემს კვლევაში მონაწილე რესპონდენტებს, მათ მონაწილეობას ჩემი ნაშრომის სრულყოფისთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა ჰქონდა. მადლობა, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის აკადემიურ და ადმინისტრაციულ პერსონალს“.

აბსტრაქტი

გლობალიზაციის პირობებში, საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) სტრატეგიების ეფექტიანობა სულ უფრო მეტად არის დამოკიდებული ადგილობრივი სოციალური კონტექსტის სიღრმისეულ გააზრებაზე, რის გამოც უნივერსალური მოდელების პირდაპირი გადმოტანა ხშირად წარუმატებელია. წინამდებარე ნაშრომის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენდა საქართველოს უნიკალური სოციალური, კულტურული, პოლიტიკური და ეკონომიკური გარემოს როლისა და გავლენის კომპლექსური შესწავლა PR კამპანიების შემუშავებისა და განხორციელების პროცესზე. ამ მიზნის მისაღწევად, გამოყენებულ იქნა შერეული კვლევის მეთოდოლოგია, კერძოდ, ჩატარდა ონლაინ გამოკითხვა, რომელიც რაოდენობრივი და თვისებრივი მონაცემების სინთეზით საზოგადოებაში არსებული აღქმებისა და დამოკიდებულებების იდენტიფიცირების საშუალებას იძლეოდა. კვლევის შედეგებმა ცხადყო, რომ საზოგადოება კრიტიკულ მნიშვნელობას ანიჭებს სოციალური კონტექსტის გათვალისწინებას, ამასთანავე, განსაკუთრებით პრიორიტეტულ ფაქტორებად პოლიტიკური და კულტურული ასპექტები დასახელდა. ამის გათვალისწინებით, დადგინდა, რომ წარმატებულად მიიჩნევა ის კამპანიები, რომლებიც ეროვნულ-კულტურულ ნარატივებს, პატრიოტულ სენტიმენტებსა და ოჯახურ ღირებულებებს ეფუძნება, ვინაიდან სწორედ ეს თემები იწვევს აუდიტორიაში ყველაზე მაღალ ემოციურ რეზონანსსა და ნდობას. ამასთანავე, გამოიკვეთა პოლიტიკური დამაბულობის განმსაზღვრელი გავლენა კამპანიების აღქმაზე და საზოგადოების მხრიდან საერთაშორისო ბრენდების ლოკალიზაციის მცდელობებისადმი სკეპტიკური დამოკიდებულება. შესაბამისად, ნაშრომი ასკვნის, რომ საქართველოს სოციალური კონტექსტი წარმოადგენს დინამიკურ სისტემას, რომლის ზედმიწევნითი ანალიზი და სტრატეგიებში ორგანული ინტეგრირება არა უბრალოდ სასურველი, არამედ ქართულ სინამდვილეში რეზონანსული და ეფექტიანი საკომუნიკაციო პროდუქტების შექმნის აუცილებელი წინაპირობაა.

საკვანძო სიტყვები: სოციალური კონტექსტი, PR სტრატეგია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, კულტურული ასპექტები,

Abstract

In the context of globalization, the effectiveness of public relations (PR) strategies increasingly depends on a deep understanding of the local social context, which is why direct transfer of universal models is often unsuccessful. The main goal of this paper was a comprehensive study of the role and influence of Georgia's unique social, cultural, political and economic environment on the process of developing and implementing PR campaigns. To achieve this goal, a mixed research methodology was used, namely, an online survey was conducted, which allowed identifying perceptions and attitudes in society through the synthesis of quantitative and qualitative data. The results of the study revealed that society attaches critical importance to taking into account the social context, and political and cultural aspects were named as particularly priority factors. Taking this into account, it was determined that those campaigns that are based on national-cultural narratives, patriotic sentiments and family values are considered successful, since it is these topics that cause the highest emotional resonance and trust in the audience. In addition, the determining influence of political tension on the perception of campaigns and the skeptical attitude of the public towards attempts to localize international brands were revealed. Accordingly, the paper concludes that the social context of Georgia is a dynamic system, the thorough analysis of which and its organic integration into strategies is not simply desirable, but a necessary prerequisite for creating resonant and effective communication products in Georgian reality.

Keywords: social context, PR strategy, public relations, cultural aspects.