

ყალბი ახალი ამბავი და ანტიკრიზისული  
კომუნიკაცია

სოფიო ძიგუა

ლუკა ხაჩიძე

მარიამ წერეთელი

მანანა გიგინეიშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო  
უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების  
ფაკულტეტზე საზოგადოებრივი ურთიერთობების  
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის  
შესაბამისად*

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

კვლევის ხელმძღვანელი: პროფესორი – თორნიკე გურული

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2019

## განაცხადი

როგორც წარდგენილი სადისერტაციო 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.

სოფიო ძიგუა

ლუკა ხაჩიძე

მარიამ წერეთელი

მანანა გიგინეიშვილი

26.06.2019

## აბსტრაქტი

სამაგისტრო ნაშრომი „ყალბი ახალი ამბები და ანტიკრიზისული კომუნიკაცია“ წარმოადგენს პირველ ქართულ სამეცნიერო სტილის ნაშრომს, რომელიც ყალბი ახალი ამბების თემას განიხილავს საარჩევნო კონტექსტში და მის მიერ შექმნილი კრიზისისას კომუნიკაციის საშუალებების ძიების მნიშვნელობას გვიჩვენებს.

მიუხედავად იმისა, რომ „ყალბი ახალი ამბავი“ არ არის ახალი მოვლენა და მისი კვალი ჯერ კიდევ ქრისტეს შობამდე პერიოდში ჩნდება, მან ციფრული ტექნოლოგიებისა და სოციალური ქსელების განვითარებასთან ერთად ახალი სიცოცხლე შეიძინა და უფრო სწრაფად გავრცელებადი გახდა. სწრაფად გავრცელებულმა ყალბმა ამბებმა, რომლებიც, როგორც წესი, საზოგადოების აზრის ფორმირებისთვისაა შექმნილი, კრიზისების მთელი სპექტრი შექმნა, შეიცვალა საზოგადოებასთან კომუნიკაციის სტრატეგიებიც, პოლიტიკურ დისკურსში გააჩინა ახალი გამოწვევა – როგორ შევინარჩუნოთ იმიჯი სწრაფად და კარგად შექმნილი ყალბი ამბების ერაში.

სწორედ შექმნილი კრიზისის დაძლევის მეთოდებს, ანტიკრიზისული კომუნიკაციის მნიშვნელობას და მის მართვას შეეხება წინამდებარე ნაშრომი, რომელიც 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების წინასაარჩევნო პერიოდს მოიცავს და კვლევის ორი ძირითადი ნაწილისგან შედგება: პირველი – სოციალური და ონლაინ მედიის მონიტორინგი და მეორე – სხვადასხვა დარგის ექსპერტებთან ჩატარებული ინტერვიუების ანგარიში.

მოცემულ ნაშრომში გამოყენებულია კვლევის შერეული მეთოდი . თვისობრივი კვლევის ფარგლებში ჩავატარეთ სიღრმისეული ინტერვიუები, როგორც საარჩევნო პროცესში

მონაწილე საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტებთან, ასევე დამოუკიდებელი დარგის ექსპერტებთან, მედიამკვლევრებთან და ყალბი ახალი ამბების საკითხებზე მომუშავე ორგანიზაციებთან. რაც შეეხება რაოდენობრივს, კონტენტ-ანალიზის მეთოდის გამოყენებით მონიტორინგი ჩატარდა სოციალურ მედიას (facebook) და ოლაინ მედიას.

ჩატარებული კვლევის შედეგებმა შესაძლებლობა მოგვცა შეგვემუშავებინა რეკომენდაციები, რომლებიც ვფიქრობთ, რომ შესაძლებელია გაზიარებულ იქნას ანტიკრიზისული კომუნიკაციის სტრატეგიის შემუშავებისას, პოლიტიკური პიარითა და მარკეტინგით დაინტერესებული პირების მიერ, ასევე, კვლევა საინტერესოა სოციალური მედიის და ზოგადად, მედიის სფეროში მომუშავე მკვლევრებისთვის, არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და პოლიტოლოგებისთვის.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ყალბი ახალი ამბები, ანტიკრიზისული პიარი, პოლიტიკური პიარი.

## **Abstract**

Master's thesis Fake News and Anti-Crisis Communication is the first Georgian scientific-styled work that discusses the issue of false news in the context of the election and shows how important it is to have communication strategy to tackle fake news.

Although the fake news is not a new phenomenon, and its traces appear BC, this phenomenon acquired new life with the development of digital technologies and social networks and became rapidly disseminated.

The rapidly spreading fake news, which is created to have an influence on the public opinion, created a whole range of crises, changed the communication strategies with the society, created a new challenges in the political discourse - how to maintain the reputation quickly during fake news era.

This Master's thesis cover issues like: how to recover from fake news wave, importance of the anti-crisis communication and the importance of fake news control. Thesis covers 2018 presidential election. Consists of two main components : 1. social and online media monitoring, 2. interviews with the experts.

This paper uses a mixed method of research. Within the qualitative research we conducted in-depth interviews with PR specialists participating in the electoral process, as well as independent experts, media researchers and NGOs working with fake news. As for the quantity, social media (Facebook) and online media were monitored using the content analysis method.

The study gave us the opportunity to create recommendations which are important while working on anti-crisis communication strategy. These recommendations are for stakeholders interested in marketing and political PR, social media and traditional media

actors, researchers, non-governmental organisations and political scientists.

**Keywords:** Fake news, Anti-crisis communication, Anti-crisis PR, Political PR.

## მადლობა

მადლობას ვუხდით, კვლევაში მონაწილე თითოეულ ადამიანს, განსაკუთრებული მადლობა საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის მედიაკრიტიკის პლატფორმა „მედიაჩეკერის“ რედაქტორს ნინო ნარიმანიშვილს, დამოუკიდებელ მედია ექსპერტს ნინო დანელიას და საკონსულტაციო ჯგუფ „ჯეპრას“ თანამშრომლობისთვის. განსაკუთრებული მადლობა ასევე ჩვენი თემის ხელმძღვანელს, აქტიური თანამშრომლობისა და გაწეული რეკომენდაციებისათვის, „ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის“ პროფესორს - თორნიკე გურულს.