

საზოგადოებასთან ურთიერთობის მნიშვნელობა

რეზიუმე

სტატიაში მოცემულია საზოგადოებასთან ურთიერთობის არსის და როლის მოკლე მიმოხილვა.

ჩვენს დროში ძალიან მნიშვნელოვანია საზოგადოებასთან მჭიდრო ურთიერთობა ჰქონდეს ნებისმიერ დაწესებულებას, მათ შორის თვითმმართველობებს, საჯარო სამსახურებს.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR-ის) უმთავრესი მიზანი არის - მივაღწიოთ წარმატებულ ურთიერთობებს საჯარო დაწესებულებასა და საზოგადოებას შორის

“PublicRelations” - ეს პარმონიის მიღწევის ხელოვნება და მეცნიერებაა ურთიერთობების საშუალებით, რომელიც სიმართლესა და მაქსიმალურ ინფორმირებულობას ემყარება“.

გვბსტერის ლექსიკონში საზოგადოებასთან ურთიერთობას ასე განმარტავენ: „გაგებისა და კეთილგანწყობის დამკვიდრება ორგანიზაციას, ხალხის ჯგუფებსა და საზოგადოებას შორის, საინფორმაციო მასალების გავრცელების, ორმხრივი ურთიერთობების დამყარებისა და საზოგადოების რეაქციის შესწავლის გზით“.

საზოგადოებასთან ურთიერთობების ამერიკის საზოგადოებამ (PRSA) 1982 წელს გააკეთა ოფიციალური განმარტება საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR-ის) შესახებ, რომელიც მდგომარეობს შემდეგში: “შეუძლია რა ურთიერთობების მიღწევა სხვადასხვა ჯგუფებსა და ორგანიზაციებს შორის, PR ხელს უწყობს ჩვენს რთულ პლურალისტურ საზოგადოებას მიიღოს გადაწყვეტილება და იმოქმედოს ეფექტურად. ის უზრუნველყოფს პარმონიას, კერძო, საზოგადოებრივ საქმიანობაში”.

„საკუთარი მდგრადობისათვის, ასევე, ქვეყნისა თუ საზოგადოების იმიჯის პოზიტიური მდგრადობისათვის, სარეკლამო საქმიანობა უწყვეტად უნდა აწარმოოს ხელისუფლებამ, თუმცა, მხოლოდ ეფექტებზე ან ეფექტების ხელოვნურ ჩვენებაზე არ უნდა იყოს ორიენტირებული სახელმწიფო პიარი, ეს ძლიერ სახელმწიფოზე აშენებული ძლიერი კედლები და მისი

თამარ ღავითუღიანი

სტუ-ს დოქტორანტი

კარგად წარმოჩენაა“.

საზოგადოებრივი ურთიერთობები ანუ პიარი კომუნიკაციური დისციპლინაა. მისი მთავარი ამოცანაა კომუნიკაციების მენეჯმენტის განხორციელება. პიარი კომუნიკაციის გარეშე და პირიქით, სავსებით წარმოდგენილი შემთხვევაა. თუმცა, კომუნიკაციები თავის თავში საზოგადოებრივი ურთიერთობების სხვადასხვა სახეობას და ნორმას მოიცავს.

უკანასკნელი წლების განმავლობაში, პიარის ტექნიკების გამოყენება თითქმის ყველა ქართული კომპანიის განუყოფელი ნაწილი გახდა, მიუხედავად ამისა, ცოტამ თუ იცის, კონკრეტულად რას საქმიანობს პიარ სპეციალისტი, ბევრი საქმიანობის ამოცნობა არის მარტივი, პიარზე კი, პირველ რიგში, ყველას მხოლოდ რეკლამა ახსენდება და ვერ ხვდებიან რა განსხვავება შეიძლება იყოს მათ შორის, მიუხედავად ამისა, აღსანიშნავია, რომ კომპანიების დიდი ნაწილის წარმატება, ეფექტურად შედგენილი პიარ-სტრატეგიის შედეგია.

საზოგადოებასთან ურთიერთობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ადგილობრივი მმართველობებისთვის, რადგან მათთვის არსებითია საუკეთესო გადაწყვეტილებების მიღება და საკუთარ მომსახურებაში საუკეთესო ფასეულობებისა და სტანდარტების უზრუნველყოფა.

საკვანძო სიტყვები: „პიარი“, „კომუნიკაცია“, „მანიპულაცია“, „პოპულარიზაცია“, „რეკლამა“ და სხვა.

შესავალი

მნიშვნელოვანია თავიდან განიმარტოს და ითქვას, რომ PR - ეს არის:

- სიმართლის და კიდევ ერთხელ სიმართლის თქმა, რამდენადაც ეს შესაძლებელია, თუ ჩვენ მისი გაკეთება კარგად შეგვიძლია;
- არმანიპულირება საზოგადოებრივი ცნო-

ბიერების, ყოველ შემთხვევაში, ამის მცდელობა;

- ინფორმაციის ზუსტი განსაზღვრა, რომელიც შეიძლება გამოქვეყნდეს და რომელიც საჭიროა დაიმალოს;

ინტელექტუალური PR სპეციალისტის საქმიანობა, არავითარ შემთხვევაში არ უნდა იყოს შესამჩნევი, მითუმეტეს, არ უნდა იყოს მოსაწყენი ყველასათვის და მოსაბეზრებელი.

ცალკე ბიუჯეტი, რომელიც გათვალისწინებულია Public Relations-ისთვის. მინიმუმ სარეკლამო მასალებზე, ბუკლეტებზე, საკანცელარიო ნივთებზე, სუვენირებზე, პრეს-კონფერენციების მომზადება-ჩატარებაზე გათვალისწინებული თანხები.

ძირითადი ნაწილი

დემოკრატიულ პრინციპებზე დამყარებული სახელმწიფო ვალდებულია იყოს აქტიურ კომუნიკაციაში საზოგადოებასთან.

საზოგადოებასთან ურთიერთობა (Public Relation) ეს არის კომუნიკაციური ტექნოლოგიის სისტემა, რომელიც აერთიანებს პრაქტიკულ საშუალებებს, ტექნიკას და მეთოდებს. ის დაფუძნებულია ფსიქოლოგიის, სოციოლოგიის, ჟურნალისტიკის, ეკონომიკის, მენეჯმენტის, მარკეტინგის, რეკლამის, პოლიტოლოგიისა და სხვა მრავალი მეცნიერების ბაზაზე.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრაქტიკაში ოთხი ტიპური მოდელის გამოკვეთა მერიტენდის უნივერსიტეტის პროფესორს ჯეიმს გრუნიგსა და რაჯერის უნივერსიტეტის პროფესორს ტოდ ჰანტს ეკუთვნის. მოდელები, რომლებიც ფართოდ გამოიყენება საზოგადოებასთან ურთიერთობის თეორიაში გვეხმარება გავიგოთ, როგორ ვითარდებოდა დარგი მეცხრამეტე საუკუნის პრესის აგენტებიდან მეოცე საუკუნის დასასრულის მეცნიერულ დარწმუნებაზე დაფუძნებულ საზოგადოებასთან ურთიერთობაზე.

პრესის აგენტები/პოპულარიზაცია-ეს არის ცალმხრივი კომუნიკაცია, უპირატესად, მასმედიის მეშვეობით, რომლის მიზანია ისეთი ინფორმაციის გავრცელება, რომელიც შეიძლება გაზვიადებული, დამახინჯებული, უფრო მეტიც-არასრული და ნაკლები იყოს შემთხვევის, პროდუქციის ან მომსახურების დადებითი მხარეების პერპეტუირების მიზნით.

მისი მიზანია გამოქომაგება და დაცვა, კვლევა კი ძალიან მცირედ, ან საერთოდ არ მოითხოვება. ბარნუმი მთავარი ფიგურა იყო ამ მოდელის ზეობის ხანაში 1850-დან 1900 წლამდე. სპორტი, თეატრი, მუსიკა, ფილმი და კლასიკური პოლიტიკური რეკლამა-პოპულარიზაცია ამ მოდელის დღევანდელი გამოყენების ძირითადი სფეროებია.

საჯარო ინფორმაცია-ამ მოდელის მიზანია ინფორმაციის ცალმხრივად გავრცელება, რომლის დროსაც არ არის აუცილებელი მიმღების დარწმუნება. იგი ემყარება სიზუსტისა და სისრულის ჟურნალისტურ იდეალს და მასმედია მისი უპირველესი არხია. შინაარსისათვის აუცილებელია ფაქტის მოძიება, მაგრამ, ასევე აუცილებელია აუდიტორიის მცირემასშტაბიანი კვლევა, რომელიც აუდიტორიის დამოკიდებულებებსა და განწყობებს გამოავლენს. დღეს ამგვარი პრაქტიკის ძირითადი სფეროებია მთავრობა, არაკომერციული ჯგუფები და სხვა საჯარო ინსტიტუტები.

ორმხრივი ასიმეტრიული-ამ მოდელის მიზანია დარწმუნება მეცნიერულ საფუძველზე. კომუნიკაცია ორმხრივია, დაუბალანსებელი ეფექტით. მოდელს უკუკავშირის რგოლიც აქვს, მაგრამ უმთავრესი მიზანია, დაეხმაროს კომუნიკატორს, უკეთ გაუგოს აუდიტორიას და მონახოს მისი დარწმუნების გზები. კვლევა გამოიყენება, როგორც საქმიანობის დასაგეგმად და ამოცანების დასასახავად, ისე იმის შესასწავლად, რამდენად შესრულდა დასახული ამოცანები. ედვარდ ბერნეისი 1920-იანი წლების დასაწყისიდან წამყვანი ისტორიული ფიგურაა ამ მოდელის განვითარებაში. დღეს, ამ მოდელს პრაქტიკაში ძირითადად კონკურენტუნარიანი ბიზნესკომპანიების მარკეტინგისა და რეკლამის განყოფილებები და საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფირმები იყენებენ.

ორმხრივი სიმეტრიული-მისი მიზანია ორმხრივი გაგების მიღწევა კომუნიკატორსა და მიმღებს შორის, კომუნიკაცია ორმხრივია, დაუბალანსებული ეფექტით. ზოგადი კვლევა გამოიყენება ძირითადად იმის შესასწავლად, როგორ აღიქვამს და იღებს საზოგადოება ორგანიზაციას და იმის განსაზღვრად, როგორი შესაბამისი და თანმიმდევრული პოლიტიკა უნდა განხორციელდეს აუდიტორიის მიმართ. შედეგი შეიძლება იყოს რჩევები შეიძლება იყოს მმართველობისთვის შესაბამისი ღონისძიებების გასატარებლად ან

პოლიტიკის შესაცვლელად. შეფასებითი კვლევა გამოიყენება ძირითადად იმის გასაზომად, რამდენად გააუმჯობესა საზოგადოებასთან ურთიერთობამ ამათუიმ საკითხის საზოგადოებრივი აღქმა. ეს იდეა, რომელსაც გამოხატავენ ასევე სიტყვათშეთანხმებით „ურთიერთობების ჩამოყალიბება“ გულისხმობს, რომ ორგანიზაციას ისეთი მიდგომები და ქმედებები უნდა ჰქონდეს, რომლებიც ორივე მხარისათვის სარგებლის მომტანი იქნება. სიცოცხლის ბოლო წლებში ედვარდ ბერნეისი ამ მოდელს უჭერდა მხარს და მისი ერთ-ერთი ერთგული ქომაგი გახდა. ამ მოდელს ძირითადად განათლების მუშაკები და პროფესიონალი ლიდერები იყენებენ. 1980-იანი წლებიდან პროფესიონალები ხშირად მიმართავენ ორმხრივ სიმეტრიულ მოდელს. დღეს ამ მოდელს პრაქტიკაში იყენებენ ორგანიზაციები, რომლებსაც სჭირდებათ დახმარება საკითხების იდენტიფიკაციასა და გამოკვეთაში. კრიზისისა და რისკის მართვაში და გრძელვადიან დაგეგმვაში.

PR-ის მთავარი იდენტიფიკაციურ იგამოხატულება არის ინფორმაციის შექმნა და მისი უფასო გავრცელება. PR არის მმართველობის ფუნქცია, რომელიც ხელს უწყობს, დამყარდეს ურთიერთსასარგებლო პარმონიული კავშირი, ურთიერთგაგება და კეთილმოსურნეობა საზოგადოებასა და ორგანიზაციას შორის, რაზეც არის დამოკიდებული დაწესებულების წარმატება და წარუშეშებლობა. PR-ის საქმიანობის მეთოდურ-ტექნოლოგიურ მიდგომას გვთავაზობს ან. ჩუმიკოვი: PR-ი არის საინფორმაციო-ანალიტიკური და პროცედურულ-ტექნოლოგიური მოქმედების სისტემა, რომელიც მიმართულია პარმონიულ ურთიერთიერთობაზე რომელიმე პროექტის შიგნით, ასევე, პროექტში დასაქმებულ ადამიანებს შორის, მოცემული პროექტის წარმატებული რეალიზაციის მიზნით, ამრიგად, PR-ის მიზანია - შექმნას გარე და შიდა სოციალურ-ფსიქოლოგიური გარემო, ორგანიზაციის წარმატების სასიკეთოდ. PR-ის ამოცანებია: ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის შეფასება; ორგანიზაციისა და საზოგადოების ინტერესების შეთავსება-შეთანხმების გამოვლენა და საზოგადოების სანდო ურთიერთობების ჩამოყალიბება ორგანიზაციის საქმიანობასთან. დღესდღეობით PR განიხილება, როგორც კომუნიკაციური მენეჯმენტი.¹

1 The key words in the article are: "PR",

ან დასახლებათა ერთობლიობა (თვითმმართველითემი), რომელსაც აქვს ადმინისტრაციული საზღვრები და ადმინისტრაციული ცენტრი. მუნიციპალიტეტს გააჩნია არჩევითი წარმომადგენლობითი და აღმასრულებელი ორგანოები (შემდგომ მუნიციპალიტეტის ორგანოები), რეგისტრირებული მოსახლეობა და აქვს საკუთარი

დასკვნა

საზოგადოებასთან ურთიერთობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ადგილობრივი მმართველობებისთვის, რადგან მათთვის არსებითია საუკეთესო გადაწყვეტილებების მიღება და საკუთარ მომსახურებაში საუკეთესო ფასეულობებისა და სტანდარტების უზრუნველყოფა; სტანდარტების გაზომვასა და ფასეულობების დადგენაში კი საზოგადოების ფართო ფენების მონაწილეობაა საჭირო, რაც შეუძლებელია მმართველობის მხრიდან საგულისხმო პიარ - ძალისხმევების გარეშე. ფაქტიურად, ადგილობრივი მმართველობისათვის საზოგადოებასთან ურთიერთობა მის მიერ საკუთარი ქმედებების შესახებ მოსახლეობის ინფორმირებაა. თუმცა, ადგილობრივი მმართველობა ორმხრივი კომუნიკაციის დამყარებასა და მიღებული კომენტარების სტრატეგიული დაგეგმვის პროცესში გათვალისწინებასაც უნდა ცდილობდეს. საზოგადოებასთან ურთიერთობის ინსტიტუტი (ინსტიტუტეოფ უბლიცდელატიონს) განმარტავს პიარს, როგორც “გეგმაზომიერ და მუდმივ ძალისხმევებს დამყარდეს და შენარჩუნდეს კეთილი ნებისა და ურთიერთგაგების ატმოსფერო ორგანიზაციასა და მის გარემოცვას შორის”. ეს განმარტება, მისი ფართო გაგებით, ისევე კარგად მიესადაგება ადგილობრივ მმართველობებს, როგორც ნებისმიერ სხვა ორგანიზაციას.

...communication „, „manipulation“, „popularization“, „advertising“ and others.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

1. ჩარკვიანი ხ. PR-ის როლი პოსტ-საბჭოთა საქართველოს დემოკრატიული ინსტიტუტების ჩამოყალიბებაში.
2. https://old.tsu.ge/data/file_db/faculty_social_political/Jurnalistika,%20KhaTuna%20Carkviani%20Dissertation.K.pdf
3. პირმისაშვილი ე. რა არის საზოგადოებასთან ურთიერთობა (პიარი)? <http://prweek.ge/news/265/ra-aris-sazogadoebasTan-urTierToba-%28piari%29%3F%C2%A0%E2%80%93eldar-pirmisaSvili>
4. დენის ლ. უილკოქსი, გლენ ტ. კამერონი-„საზოგადოებასთან ურთიერთობა-სტრატეგია და ტაქტიკა“. 2011წ. გამომცემლობა ადგილობრივი მმართველობა ხალხის სამსახურში: საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლები. შეადგინეს: ილონა ილოვიჩკა - ტანსკამ, მაჩეი ტანსკიმ და მილენა მითაგვარიამ. გამომცემულია პოლონეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს ფინანსური მხარდაჭერით 2004 <http://www.civics.ge/uploads/library/PR%20for%20Local%20Governance.pdf>
5. THE PUBLIC RELATIONS OF LOCAL GOVERNMENTS Papers presented at the World Conference of Local Governments WASHINGTON, D.C. JUNE 15-20, 1961
6. Cutlip S.M., Center A.H. Broom G.M., Effective Public Relations; 7th Edition – N.J.: Englewood Cliffs, 1994, -P.6
7. Чичканова Дарья Андреевна, Технологии связей с общественностью муниципальных органов Санкт-Петербурга ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА по направлению «Реклама и связи с общественностью», 2016
8. <https://www.ipra.org/>
9. <https://ka.wikipedia.org/wiki/>
10. <http://prguide.ge/content.php?content.11>
11. https://ka.wikipedia.org/wiki
12. Kudryavtsev, V.V. , Mikheeva, T.N. Publicity at the formation of municipal authorities of European states (Article) // Mediterranean Journal of Social Sciences Volume 6, Issue 3, 2015, Pages 419-424
13. Kurniawan M., The Contradictory Effects in Efficiency and Citizens' Participation when Employing Geo-ICT Apps within Local Government // Local Government Studies Volume 41, Issue 1, 2015, Pages 119-136
14. Omar K., Social Media Use in Local Government: An Australian Perspective // International Journal of Public Administration Volume 37, Issue 10, 2014, Pages 666-675

The importance of public relations

*Tamar Davituliani, PhD student
Georgian Technical University*

Summary

The article provides a brief overview of the essence and role of public relations. In our time it is very important to have close relations with the public in any institution, including self-governments, public services. The main goal of public relations (PR) is to achieve successful relations between the public institution and the public.

„Public Relations “is the art and science of achieving harmony through mutual

understanding, based on truth and maximum awareness.” The Webster Dictionary defines public relations as “the establishment of understanding and goodwill between an organization, groups of people, and the public through the dissemination of information materials, the establishment of two-way communication, and the study of public response.” The American Society for Public Relations (PRSA) made a formal definition of public relations (PR) in 1982, which states: „ Can bring mutual understanding between different groups and organizations PR helps our complex pluralistic society to make decisions and act effectively. It ensures harmony in private public activities.”

For its own sustainability, as well as for the positive sustainability of the country’s or society’s image, the government should continuously carry out advertising activities, however, state PR should not be focused only on effects or artificial display of effects, these are strong walls built on a strong state and its good presentation”. Public relations or PR is a communicative discipline. Its main task is the implementation of communications management. PR without communication and vice versa is completely unimaginable. However, communications include various types and norms of public relations.

recent years, the use of PR techniques has become an integral part of almost every Georgian company, despite this, few people know what exactly a PR specialist does, many activities are easy to recognize, and PR, first of all, everyone only thinks of advertising and they don’t understand what the difference can be. Nevertheless, it should be noted that the success of a large number of companies is the result of an effectively prepared PR strategy. Public relations is especially important for local governments, because it is essential for them to make the best decisions and ensure the best values and standards in their services.

The keywords in the article are: “PR”, „communication „, “manipulation”, “popularization”, “advertising” and others.