

პანდემია, გლობალიზაცია და პიარი

მარინე კობალავა¹, სოფიკო ალფაიძე², ნატა ლურსმანაშვილი³

¹თბილისის თავისუფალი აკადემიის ვიცე რექტორი, ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, mkobalava@freeacademy.edu.ge

²თბილისის თავისუფალი აკადემიის ბიზნესის ადმინისტრირების ბაკალავრი, salpaidze@freeacademy.edu.ge

³თბილისის თავისუფალი აკადემიის სტუდენტი, lursmanashvili@freeacademy.edu.ge

ანოტაცია

სტატიაში გაანალიზებულია კორონავირუსის პანდემიის დროს გამოწვეული მოვლენების ზეგავლენა საზოგადოებრივი აზრისა და საზოგადოების ცნობიერის მართვის შესაძლებლობებზე. ასევე, შეფასებულია ელექტრონული საკომუნიკაციო საშუალებების გამოყენების ვალიდურობა და დისტანციურად მუშაობის მეთოდებზე გადასვლის პირობებში ელექტრონული პიარის როლი და მნიშვნელობა.

საკვანძო სიტყვები: COVID-19 პანდემია, გლობალიზაცია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ელექტრონული პიარი, საზოგადოებრივი აზრის ბაზარი, საზოგადოების ცნობიერება, კრიზისული მართვა, ტურბულენტური გარემო, კონვერგენცია, ინკორპორირება.

თანამედროვე ეტაპზე მნიშვნელოვანია გაანალიზდეს Covid-19-ის პანდემიით გამოწვეული ნეგატიური შედეგები არა მარტო ეკონომიკაში, არამედ გლობალური მასშტაბით და აქვე განისაზღვროს თუ რამდენად ეფექტურია საზოგადოებასთან ურთიერთობის როლი კრიზისული მართვის სისტემაში. ასევე, რელევანტურია აღინიშნოს გლობალიზაციის კონვერგენციული როლის შესახებ, სადაც ერთის მხრივ გლობალიზაციის ისტორიულმა პროცესებმა მსოფლიო გარდაქმნა ერთიან სისტემად და ხელი შეუწყო მსოფლიოს ქვეყნების გაერთიანების პროცესს, რომელიც ინკორპორირებულია ერთიანი სამართლებრივი, ეკონომიკური, საინფორმაციო სივრცის შექმნის პროცესებთან, ხოლო მეორეს მხრივ, გლობალიზაციამ სამყაროს ერთიანი სისტემატიზირებული მიდგომით მიმდინარე ღრმა კრიზისული მართვის მდგომარეობიდან გამოყვანის შესაძლებლობები და ინტეგრირებული პერსპექტივები შესთავაზა. მზარდ გლობალიზებულ სივრცეში საზოგადოებასთან ურთიერთობას ანუ PR-ს შეუძლია უმნიშვნელოვანესი პრობლემების გადაწყვეტა, რომლებიც დაკავშირებულია ტურბულენტურ გარემო ფაქტორებთან. “გარემოში არსებული ბუნებრივი კატაკლიზმები, საფრთხეები და კატასტროფები იწვევს კომპანიის კრიზისს, რაც აზიანებს მის რეპუტაციას”.

კორონავირუსით გამოწვეულმა მოვლენებმა განაპირობა, როგორც საზოგადოების, ისე ბიზნესის მხრიდან ელექტრონულ საკომუნიკაციო საშუალებებზე მოთხოვნის მყისიერი ზრდა. Covid-19-ის პანდემიის პირობებში უპირობოდ განხორციელდა დისტანციურად მუშაობის მეთოდებზე გადასვლა. ამავდროულად, ელექტრონული პიარის შესაძლებლობებმა უახლეს მასშტაბებს მიაღწია. ელექტრონული პიარი ახალ მრავალფუნქციურ საშუალებებს სთავაზობს ფართო საზოგადოებას. რელევანტურია, პოზიცია რომ საზოგადოების ცნობიერების ნაკადის ამაღლება ელექტრონული პიარის საშუალებების მიმართ უნდა იყოს პოზიტიური და შესაძლებელია

ვთქვით, რომ ამისათვის ნიადაგი კორონავირუსის პანდემიამ მეტ-ნაკლებად მოამზადა.

მნიშვნელოვანია განიჭვრიტოს კორონავირუსის პანდემიის გავრცელების პრევენციის დროს მოსახლეობის ინფორმირების პროცესი, მასშტაბები და შესაძლებლობები, რაც თავის მხრივ მოიაზრებს არსებული ინფორმაციისა და წყაროების გენერირებას, მოსალოდნელ ტენდენციებზე ანტიკრიზისული მართვის შესაძლებლობების გამოკვეთას, კრიზისების მართვას შესაბამისი საშუალებებით: შეკითხვებზე პასუხის გაცემით, მყისიერი რეაქციებით, უბედურ შემთხვევებზე გამომხაურებით, სატელევიზიო ღია ეთერებითა და სხვადასხვა ჩართულობით. სწორი იყო გადაწყვეტილება, როცა კორონავირუსთან ბრძოლის თითოეულ ეტაპზე დაწესებული შეზღუდვებისა და დაგეგმილი ნაბიჯების შესახებ საზოგადოებას წინასწარ წარედგინებოდა ინფორმაცია (ა.მ. შეიქმნა სპეციალური საინფორმაციო ვებგვერდი - www.StopCov.ge, სადაც განთავსდა კორონავირუსთან დაკავშირებული ყველა ინფორმაცია და ჯანმო-ს რეკომენდაციები; ასევე ერთიანი სამთავრობო ცხელი ხაზის 24/7 ჩართულობა და სხვა). აგრეთვე, Covid-19-ის პანდემიის პირობებში მნიშვნელოვანი იყო ხშირად დასმულ კითხვებზე დეტალური პასუხების გაცემით საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვის ერთ-ერთ საშუალებად გამოყენება, რაც საზოგადოების ინფორმირებულობას უწყობდა ხელს. მუდმივ რეჟიმში ხდებოდა და ხდება საერთაშორისო მტკიცებულებებზე დაფუძნებული საგანმანათლებლო/საინფორმაციო მასალების (მათ შორის, ვიდეორგოლები) შექმნა და ფართო საზოგადოებაში გავრცელება. ამასთან, აღნიშნული მასალები ითარგმნება აფხაზურ, ოსურ, სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე და უზრუნველყოფილია მათი სხვადასხვა მექანიზმის საშუალებით გავრცელება. ასევე, უწყვეტ რეჟიმში მზადდება ვიზუალური მასალა, საგანმანათლებლო პოსტები, ინფოგრაფიკები, ვიდეომასალები, რომლებიც ვრცელდება სოციალური ქსელით. ყოველივე ზემოთ ჩამოთვლილი კი საზოგადოებასთან ურთიერთობის კონკრეტულ შემთხვევებს წარმოადგენს, რომელიც თავის მხრივ სახელმწიფოს მხრიდან ინტეგრირებული კამპანიის ნაწილია.

მნიშვნელოვანია Covid-19-ის პანდემიის თემის ინტერნეტ მედიით წარმოჩენა, მასმედიით ვებ-კონფერენციების ჩატარება, მწვავე და თემატური საკითხების ვებ-კონფერენციებზე განხილვა, რაც შექმნიდა კამპანიის პიარ-ფონს (background), ხოლო ბეგრანდის მართვა სახელმწიფო სტრუქტურების ქმედების არეს წარმოადგენს. ვინაიდან ელექტრონული პიარი გახდა საზოგადოებასთან ურთიერთობის ძლიერი ინსტრუმენტი, მნიშვნელოვანია, რომ ინფორმაცია დროულად მიეწოდოს საზოგადოების ფართო ფენებს, რათა მასების ინფორმირებულობა შოკური მდგომარეობის მომცველი არ გახდეს მოცემულ გარემოში.

აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით აღსანიშნავია, რომ ელექტრონული პიარის განხორციელება ვალიდურია ფართო საზოგადოებასთან მასობრივი კომუნიკაციის სისტემური მართვით. ანუ, საზოგადოებასთან ურთიერთობა რაც უფრო ღია და გამჭვირვალე პროცესია ინფორმაციის გასაჯაროების თვალსაზრისით, მით მეტად ინფორმირებულ გადაწყვეტილებებს მიიღებენ მოქალაქეები. ასევე, გაიზრდება ნდობა კრიზისულ ვითარებაში მიღებული გადაწყვეტილებების მიმართ. გარდა ამისა, მკვლევარებს, დარგის სპეციალისტებს, სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლებსა და ჟურნალისტებს გაუმარტივდებათ მნიშვნელოვან ინფორმაციაზე წვდომა. პიარი შესაძლებელს ხდის საზოგადოების ინფორმირებულობას, ხოლო გლობალურ ციფრულ ეპოქაში, სადაც ინტერნეტის მასშტაბები შეუზღუდავია, პიარით მართვა მარტივია, მაგრამ ამავდროულად არაკონტროლირებადი. ასე რომ, უმნიშვნელოვანესია სოციალური ქსელების, როგორც კომუნიკაციის ელექტრონული საშუალების როლის გამოყოფა საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვის სისტემაში, რომელსაც გააჩნია მთელი რიგი უპირატესობა სხვა

მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებებთან შედარებით და მოიცავს სოციალურ ქსელში საზოგადოებასთან ურთიერთობის შემდგომი განვითარების დიდ პოტენციალს.

და ბოლოს, უნდა შევხვით ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან და აქტუალურ მედია ურთიერთობებს (Mediarelations), სადაც ჟურნალისტების უპირველეს ამოცანად უნდა განისაზღვროს მასობრივი საშუალებებით ახალი ამბებისა და უახლესი ინფორმაციის მოპოვება და მასებისათვის მისი მიწოდების რეალური საშუალებების განსაზღვრა. მედია ოფიციალურ სტატისტიკაზე დაყრდნობით უნდა იძლეოდეს საჭირო ინფორმაციას საზოგადოების ფართო ფენებისათვის. საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვის საშუალებებიდან მასმედიაში ჟურნალისტების უპირველეს საქმიანობად უნდა იქცეს ფართო საზოგადოების უზრუნველყოფა უახლესი ინფორმაციით, რადგან „საკომუნიკაციო საქმიანობა თვითმიზანია, ეს თავიც არის და ბოლოც“.

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, ელექტრონული პიარი მოცემულ ეტაპზე ანტიკრიზისული მართვის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს და სწრაფ კომპონენტს წარმოადგენს, რომლის საშუალებითაც ხდება ინფორმაციის საჯაროდ მიწოდება შესაბამისი მიზნობრივი აუდიტორიისათვის. საზოგადოებრივ ჯგუფებში ინფორმაციის საზოგადოების ცნობიერებამდე მიტანა მკაფიოდ კონკრეტული და რელევანტური უნდა იყოს. ვალიდურია ინფორმაციის რელიზებით, პრეს-რელიზებით იმპროვიზირება, რაც აღქმას უადვილებს საზოგადოებრივ ჯგუფებს და მასში ჩართულობა და თანამედროვე ეტაპზე ემპათიური დამოკიდებულება ყველას ვალაია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Kozak, Y., Shengelia, T., Kobalava, M., etc, Economy of Foreign Countries. Tbilisi, 2019;
2. Kobalava, M. Dealing with Crisis by Well-Planned PR;
3. Kobalava, M. Public Relations, monograph, Tbilisi, 2018;
4. averbaum, E. Blai, R. Benun, I. PR for Dummies. Tbilisi, Palitra L, 2018;
5. Kobalava, M. Public Relations and Globalization – Globalization Challenges in Economics and Business (International Science Conference, Tbilisi State University), Tbilisi, Universal, 2017;
6. Kobalava, M. Consumer Market of Agricultural Products and Agricultural Policy in Georgia International Scholarly and Scientific Researches & Innovation, Barcelona, Spain, Oct 30-31, 2017, 19 (10) Part XXI;
7. Kobalava, M. Crisis PR - Globalization Challenges in Economics and Business (International Science Conference, Tbilisi State University), Tbilisi, Universal, 2016;
8. Kobalava, M. Analytical PR (International Scientific Conference) Tbilisi, 2016;
9. უილკოქსი, დ.ლ., კამერონი, გლენ.ტ. საზოგადოებასთან ურთიერთობა; სტრატეგია და ტექტიკა. პირველი გამოცემა; თბილისი, დიოგენე, 2011; გვ. 17
10. Public relations; Free Academy of Tbilisi, Series of “ Leader of Future “ N 1 (6).

Pandemic, globalization and PR

Marine Kobalava¹, Sopiko Alpaidze², Nata Lursmanashvili³

¹Free Academy of Tbilisi Vice rector Academic Doctor of Economics, mkobalava@freeacademy.edu.ge

²Free Academy of Tbilisi Bachelor of Business Administration, s.alpaidze@freeacademy.edu.ge

³Free Academy of Tbilisi Student, nlursmanashvili@freeacademy.edu.ge

Abstract

The article analyzes the impact of events caused by the coronavirus pandemic on public opinion and capabilities of public awareness management. At the same time, the validity of the use of electronic means of communication and the role and importance of electronic PR in the conditions of switching to remote working methods are evaluated.

Keywords: COVID - 19 Pandemic, Globalization, Public Relations, Electronic PR, Public Opinion Market, Public Awareness, Crisis Management, Turbulent Environment, Convergence, Incorporation.