

ა(ა) იპ საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ტბელ აბუსერისძის სახელობის
სასწავლო უნივერსიტეტი



სამართალმცოდნეობის და საჯარო მმართველობის ფაკულტეტი

მიქელაძე მარიამ

**საზოგადოებასთან ურთიერთობა და მართვა (რატომ და როგორ
ვესაუბროთ მოქალაქეებს)**

საჯარო მმართველობა

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია საჯარო მმართველობის
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: ნესტან მამუჭაძე,
მასობრივი კომუნიკაციის აკადემიური დოქტორი,
ასოცირებული პროფესორი

ხიჭაური

2019

ანოტაცია

საზოგადოების კეთილდღეობის უზრუნველყოფა ნებისმიერი სახელმწიფოს ამოსავალ პრინციპს წარმოადგენს. წინამდებარე სამაგისტრო ნაშრომი კი ნათელი მაგალითია იმისა, თუ როგორ უნდა დაამყაროს სახელმწიფოს მმართველმა სუბიექტებმა მოქალაქეებთან ურთიერთობა და რა უნდა გაითვალისწინონ მათთან საუბრის დროს, როგორ მოიპოვონ საზოგადოების აბსოლუტური უმრავლესობის ნდობა და რა საშუალებებს იყენებენ კანდიდატები მათთან მისასვლელად.

თანამედროვეობაში რთულად მოიპოვება ისეთი ტერმინი, რომელიც კონკურენციას გაუწევს სიტყვათშეხამებას - საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR), ის ყველაზე ძლიერმოქმედ მექანიზმს წარმოადგენს საზოგადოებაზე ზეგავლენის თვალსაზრისით, რომლის საშუალებითაც პოლიტიკური ლიდერები ახერხებენ საზოგადოების ნდობის მოპოვებას და საბოლოო ჯამში გამარჯვებას.

სამაგისტრო ნაშრომზე მუშაობამ ცხადყო საზოგადოების ცალსახა დამოკიდებულება იმასთან დაკავშირებით, თუ მმართველობის რომელი ფორმაა მისაღები მათთვის - უმრავლესობის შეხედულებით, ერთპიროვნული მმართველობის ფორმა მიუღებელია. ასევე, მუშაობის პროცესში ძალიან საინტერესო იყო საზოგადოების მიდგომა საჯარო სექტორების მხრიდან ინფორმაციის მიღების თვალსაზრისით.

ნაშრომში საუბარია, ასევე, პიარ სპეციალისტის როლსა და მნიშვნელობაზე, სახელმწიფოს მართვის სტრატეგიებსა და მექანიზმებზე, თუ რა ინვესტს მსოფლიოში მმართველობის ასეთი სიმრავლით არსებობას. აგრეთვე, განხილულია საზოგადოებასთან ურთიერთობის და მედიის ურთიერთმიმართების საკითხი და მისი ზემოქმედების საშუალებები პუბლიკაზე.

Public Relation and Management
(Why and How to Communicate with Public)

Annotation

Providing the welfare for the society is the main principle of any state. This master's thesis is a clear example of how the governing bodies of the state should communicate with citizens, and what should be taken into consideration when dealing with the confidence of the absolute majority of the society and what are the means used by the applicants to access them.

In modern reality, it is hard to find a term that will compete with the word-combination – public relation (PR) – the most powerful mechanism in terms of influence on society, through which political leaders manage to gain public confidence and ultimately win.

The working process on the Master's Thesis has shown the public's unequivocal attitude to the manner in which the form of governance is acceptable to them - in the view of the majority, the form of unilateral governance is unacceptable. Also, the process of work was very interesting in terms of information accessibility from public sector.

The paper also speaks about the role and importance of PR specialist, the state governance strategies and mechanisms, the reasons of the existence of such an abundance of such kind of governance in the world. The work also concerns to the issue of interaction between public relations and media and the means of its impact on the society.

Mikeladze M.

ს ა რ ჩ ე ვ ი

შესავალი5

თავი I. საზოგადოებასთან ურთიერთობა

- 1.1. საზოგადოებასთან ურთიერთობის განმარტება.....
- 1.2. საზოგადოებასთან ურთიერთობის ისტორიიდან.....
- 1.3. საზოგადოებასთან ურთიერთობა და მედია (ურთიერთმიმართებისთვის).....
- 1.4. საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფუნქციური არსი.....

თავი II. მართვა

- 2.1. რა არის მართვა
- 2.2. ვმართო თუ ვმართოთ.....
- 2.3. მართვის სტრატეგიები და მექანიზმები.....
- 2.4. მართვა და გადანაცვების მიღება

თავი III. მოქალაქეებთან ურთიერთობა (რამდენიმე საფრთხილო თემის გააზრებისათვის)

- 3.1. რატომ და როგორ ვესაუბროთ მოქალაქეებს.....
- 3.2. წინასაარჩევნოდ მოქალაქეებთან ურთიერთობა.....
- 3.3. საჯარო სამსახურები და საზოგადოება.....

თავი IV. სოციალური კვლევა

- 3.1. სოციალური კვლევის კითხვარის ნუსხა.....
დასკვნა.....
გამოყენებული ლიტერატურა.....

შესავალი

მსოფლიო დღეს წარმოუდგენელია საზოგადოებასთან ურთიერთობის ინსტიტუტის გარეშე. ის რომ არა, ფაქტობრივად ვერ იარსებებდა საზოგადოდ აღიარებული ისეთი სფეროები, როგორცაა: პოლიტიკა, ეკონომიკა, კულტურა და სხვა. საზოგადოებასთან ურთიერთობას (PR-ს) XXI საუკუნის სავიზიტო ბარათს უწოდებენ, რადგან მის გარეშე ეფექტური კომინიკაციის დამყარება შეუძლებელია.

სწორედ საზოგადოებასთან ურთიერთობის მექანიზმების გამოყენებით ახერხებენ კანდიდატები საზოგადოებამდე მისვლას, მათი საარჩევნო პროგრამის წარდგენას და მხარდაჭერის მოპოვებას, რაც საბოლოოდ გულისხმობს სახელმწიფოში სასურველი მმართველობის ფორმის ჩამოყალიბებას.

ნაშრომის მიზანია - საზოგადოებასთან ურთიერთობის მექანიზმების და სახელმწიფოს მართვის სტრატეგიების, მეთოდების შესწავლა, ასევე, თუ როგორ უნდა ჩამოვაყალიბოთ სასურველი მმართველობის ფორმა სახელმწიფოში საზღვარგარეთის ქვეყნების მაგალითზე, მმართველის როლი სახელმწიფოში, რამდენად მნიშვნელოვანია თითოეული კანდიდატის წინასაარჩევნო დაპირება და რა შედეგები უნდა მოჰყვეს მათ შეუსრულებლობას.

კვლევის მეთოდები - ნაშრომში გამოყენებულია, როგორც რაოდენობრივი კვლევის ისე თვისობრივი კვლევის მეთოდები, შევადგინეთ კითხვარი, როგორც ღია ისე დახურული სახით, ხოლო გამოკითხვა ჩავატარეთ ელექტრონული სახით, ამიტომ წინასწარ განუსაზღვრელი იყო კონკრეტულ პირთა რაოდენობა.

კვლევის ძირითადი მიზანი - საზოგადოების რა ნაწილი აქცევს ყურადღებას კანდიდატის გამოსვლას, მის ორატორულ ნიჭს, რამდენადაა გამართლებული

პოლიტიკოსის მიერ წინასწარ მიზნობრივი აუდიტორიის შერჩევა, ასევე მათი დამოკიდებულების გაგება სახელმწიფოს მმართველობის საუკეთესო ფორმისადმი, რა არის მათთვის საზოგადოება, როგორ ესმით ურთიერთობის ცნება, ვინ არის მოქალაქე და წინასწარჩვენოდ კანდიდატმა როგორ უნდა ესაუბროს მოქალაქეებს.

სამაგისტრო ნაშრომის სიახლე მდგომარეობს იმის გარკვევაში, თუ რა ინვესტს სხვადასხვა სახელმწიფოში მმართველობის ამდენი ფორმის ჩამოყალიბებას საზღვარგარეთის განვითარებული ქვეყნების მაგალითზე; ყურადსაღებია, მართვის სტრატეგიების და მექანიზმების შესწავლა და სწორი მოსაზრების ფორმულირება; საზოგადოების შეხედულებების გაგება საზოგადოებრივ ურთიერთობაზე, ასევე პოლიტიკური დაპირებების შეუსრულებლობის შემთხვევაში სამართლებრივი რეგულაციის დაწესება არჩევნებში გამარჯვებული კანდიდატისადმი. საზოგადოება ხშირად აიგივებს ერთმანეთთან სახელმწიფო ადმინისტრატორის და ბიზნესის მენეჯერის ცნებას. ჩვენი მიზანია ამ ცნებების გამიჯვნა ერთმანეთისაგან.

პრაქტიკული ღირებულება - ნაშრომის ღირებულება მდგომარეობს შემდგომში: თავიდან ავირიდოთ პოლიტიკური გამოსვლის დროს ტექნიკური შეცდომები და გავითვალისწინოთ ის მექანიზმები, რითიც შესაძლებელია საზოგადოებაზე ზეგავლენის მოხდენა, აგრეთვე რამდენად დიდი მნიშვნელობა აქვს სწორად დაგეგმილ პიარკამპანიას წინასწარჩვენოდ, სხვადასხვა მმართველობის ფორმების განხილვა და მათ მაგალითზე ჩვენი სახელმწიფოსთვის იდეალური მმართველობის ფორმის შერჩევა.

სამაგისტრო ნაშრომის სტრუქტურა - ნაშრომი შედგება შესავლისა და ოთხი თავისაგან, რომელშიც გაერთიანებულია თორმეტი პარაგრაფი. თავები ერთმანეთს ლოგიკურად მიყვება. **პირველი თავის** ოთხი პარაგრაფი მოგვითხრობს საზოგადოებასთან ურთიერთობის განვითარებას, ისტორიას, მის მიმართებას მედიასთან და საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფუნქციას. **მეორე თავის** პარაგრაფებში საუბარია სახელმწიფოს მართვაზე, ვმართო თუ ვმართოთ?! რომელი მმართველობის ფორმაა ჩვენთვის ყველაზე მისაღები, მართვის სტრატეგიების და მექანიზმების შესწავლა და მათ საფუძველზე საუკეთესო გადანყვეტილების მიღება, რაც უცილობლად უზრუნველყოფს მოქალაქეების კეთილდღეობას; რაც შეეხება **მესამე თავს**, მასში არსებულ პარაგრაფებში საუბარია მოქალაქეებთან საუბრის ხელოვნებაზე,

რატომ და როგორ ვესაუბროთ მოქალაქეებს, წინასაარჩევნოდ მათთან ურთიერთობა, ასევე საჯარო სექტორის და საზოგადოების ურთიერთობა. ნაშრომის მეოთხე თავი ეთმობა სოციალურ კვლევას და მისი შედეგების ანალიზს. დასასრულს, წარმოდგენილია სამაგისტრო ნაშრომის დასკვნა და გამოყენებული ლიტერატურის ნუსხა.

სამაგისტრო ნაშრომში დეტალურადაა განმარტებული საზოგადოების, ურთიერთობის, საზოგადოებასთან ურთიერთობის ტერმინები, რა არის მართვა, მისი სტრატეგიები და მექანიზმები, აგრეთვე საუბარია ორატორის გამოსვლის ხელოვნებაზე, კანდიდატის როლსა და მნიშვნელობაზე, როგორი უნდა იყოს, რომ მოახდინოს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირება - რომ მისი უმთავრესი მიზანი საზოგადოებისთვის კეთილდღეობის მოპოვება უნდა იყოს.

თავი I. საზოგადოებასთან ურთიერთობა

1.1. საზოგადოებასთან ურთიერთობა განმარტება

“კომუნიკაციების ცოდნა არის უნარი, რომელიც შეიძლება გაიყიდოს, როგორც ჩაი ან ყავა, მე მასში გადავიხდები უფრო მეტ ფულს, ვიდრე მსოფლიოს ნებისმიერ პროდუქტში”

ჯონ როკფელერი

XXI საუკუნე ინფორმაციული საუკუნეა. საზოგადოების ინფორმირებას დემოკრატიული მმართველობისათვის დიდი მნიშვნელობა ენიჭება. საზოგადოებრივი აზრის ფორმირება, გამჭვირვალობა და მომხმარებელზე ზრუნვა - ეს თანამედროვე საზოგადოებრივი ურთიერთობების აუცილებელი პირობაა. ადამიანები ურთიერთობენ ერთმანეთთან, ამყარებენ კონტაქტებს, ქმნიან ჯგუფებს, სახელისუფლებო და ბიზნეს-სტრუქტურები ატარებენ თავიანთ კურსს, მაგრამ მათი საქმიანობა ვერ იქნება ეფექტური საზოგადოებრივი ურთიერთობების (ანუ PR (პიარი) – public relation - უცხო ენის გავლენით, ქართულ ენაზე ხშირად შემოკლებით ამბობენ) სტრატეგიისა და კომუნიკაციების მენეჯმენტის გარეშე.

ნებისმიერი დემოკრატიული, განვითარებული, სამართლებრივი სახელმწიფოს ამოსავალ პრინციპს წარმოადგენს საზოგადოებასთან ურთიერთობა, რადგან მის

საფუძველზეა შესაძლებელი ჩვენი მიზნების, ამოცანების დეტალურად მიტანა აუდიტორიამდე. რეალურად, რომ არა საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ვერ იქნებოდა სახელმწიფო და შესაბამისად - ვერც საზოგადოების მართვა იქნებოდა შესაძლებელი.

ოღითგანვე სადავო (საინტერესო) იყო ადამიანის და საზოგადოების პირველობის საკითხის განხილვა. თუ კი ჩვენ გავიხსენებთ ცნობილ გამონათქვამებს, დავრწმუნდებით, რომ ადამიანი და საზოგადოება ერთარსია, ერთმანეთის განუყოფელი ნაწილია - ადამიანებმა შექმნეს საზოგადოება. ჯონ დონის შეხედულებით, „არც ერთი ადამიანი არ წარმოადგენს კუნძულს, თვით კუნძულიც არ არსებობს განცალკევებით. ყველა ადამიანი ნაწილია ერთი მთლიანი და მთავარი კონტინენტისა“ (<http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-00000-00---off-0civil2--00-1----0-10-0---0---0prompt-10---4-----0-11--10-ka-50---20-about---00-3-1-00-0-0-01-1-0utfZz-8-00&cl=CL2.19&d=HASHf134927764a557eba7b874.2&x=1>).

საზოგადოებასთან ურთიერთობა 90-იანი წლების საქართველოში საკმაოდ პოპულარული გახდა. საინტერესოა, რა იმალეა ამ იდუმალი სიტყვის მიღმა, რა არის ზოგადად პიარი (საზოგადოებასთან ურთიერთობა), როგორ ვითარდება ის, რაში ეხმარება პიროვნებასა თუ ორგანიზაციას, როგორია მისი განვითარება...

საზოგადოება ეს არის მსგავსი ან განსხვავებული შეხედულებების მქონე ადამიანთა საზოგადოება, ურთიერთობა კი გულისხმობს ორ ან მეტ პირს შორის კომუნიკაციის დამყარებას იდეების გაცლის მიზნით, რაც შეეხება საზოგადოებასთან ურთიერთობას, მისი მრავალი განმარტება არსებობს და ჩვენ მხოლოდ რამდენიმეს დაკონკრეტებით შემოვიფარგლებით. სწორედ, ჩვენ მიერ მოტანილი განმარტებები ასახავს ნათლად სოციალურ მეცნიერებათა დისციპლინის ამ მიმართულების ფუნქციურ არსსა და დანიშნულებას. „საზოგადოებასთან ურთიერთობაში, როგორც წესი, იგულისხმება ის მრავალი სტრატეგია, რომელიც დიდ აუდიტორიებთან საკომუნიკაციოდ გამოიყენება. ნებისმიერი ასეთი კომუნიკაციის საბოლოო მიზანია რომელიმე კონკრეტული აუდიტორიის აზრის ჩამოყალიბება, ან შეცვლა, ან უბრალოდ მისთვის საინტერესო და სასარგებლო ინფორმაციის მიწოდება რომელიმე

პრობლემის, ორგანიზაციისა თუ პიროვნების ირგვლივ შესაბამისი შეხედულების ფორმირების მიზნით“ (ილოვიჩუკა-ტანსკი, მითაგვარია, 2004: 4).

„საზოგადოებასთან ურთიერთობის ამერიკული საზოგადოების (Public Relations Society of America) განმარტებით, საზოგადოებასთან ურთიერთობა ეხმარება ორგანიზაციას და მასთან შეხებაში მყოფ ადამიანებს უკეთ შეეგუონ ერთმანეთს“ (ილოვიჩუკა-ტანსკი, მითაგვარია, 2004: 5).

საინტერესო მოსაზრებას გვთავაზობს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტი სემ ბლეჯი, რომელიც მიიჩნევს, რომ: „საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრაქტიკა - ხელოვნება და სოციალური მეცნიერებაა, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელია ტენდენციების ანალიზი, მათი შედეგების წინასწარმეტყველება, ორგანიზაციების ხელმძღვანელების კონსულტირება და ისეთი წინასწარ დაგეგმილი საქმიანობებისა და პროგრამების განხორციელება, რომლებიც როგორც ორგანიზაციის, ასევე საზოგადოების ინტერესებში შედის“ (ილოვიჩუკა-ტანსკი, მითაგვარია, 2004: 5,6).

„გარდა ამისა, სემ ბლეჯს მოყავს ვებსტერის საერთაშორისო ლექსიკონში არსებული განმარტება, რომელშიც ნათქვამია, რომ „პიარი - ეს არის ორგანიზაციისა და საზოგადოებას შორის ურთიერთგაგებისა და კეთილმოსურნეობის ჩამოყალიბების ხელშეწყობა, რაც ხორციელდება განმარტებითი მასალების გავრცელებით, ინფორმაციის გაცვლითა და საზოგადოებრივი რეაქციის შეფასებით“.

„თავად სემ ბლეჯი შემდეგ განმარტებას ანიჭებს უპირატესობას: „საზოგადოებასთან ურთიერთობა არის ერთდროულად მეცნიერებაც და ხელოვნებაც, მეთოდების, ტექნოლოგიებისა და ხერხების ერთობლიობა, რომელიც გამოიყენება [ორგანიზაციის] გარემოცვასთან ჰარმონიის მისაღწევად, სანდო და სრულ ინფორმაციაზე დაფუძნებული ურთიერთგაგების მეშვეობით“ (ილოვიჩუკა-ტანსკი, მითაგვარია, 2004: 6).

რაც შეეხება ტერმინ „პაბლიკ რილეიშენზი“-ს ძალიან რთულია განსაზღვრა იმისა, თუ როდიდან იღებს სათავეს, რადგან ის თავისი არსით საზოგადოებას და მასთან ურთიერთობას უკავშირდება, რაც გულისხმობს არამარტო ადამიანების ნდობის მოპოვებას, არამედ გავლენას მათ ქმედებასა და ქცევაზე. აქედან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, როგორც ცივილიზაციაა ძველი, ისევე ძველია საზოგადოებასთან ურთიერთობების დამყარების მცდელობები.

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.

საქართველოში საზოგადოებასთან ურთიერთობას, როგორც პროფესიას განვითარების საკმაოდ მოკლე ისტორია აქვს. ფაქტობრივად, ეს ტერმინი 1990 წლამდე უცხო იყო ჩვენი ქვეყნისთვის. შეიძლება ითქვას, დღეს საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR) განვითარების საწყის ეტაპს გადის. საქართველოში საზოგადოებასთან ურთიერთობა - ტერმინი, 1993 წელს შემოვიდა, როცა თბილისში პირველად შეიქმნა „საზოგადოებასთან ურთიერთობის ცენტრი“ და მაშინ გაჩნდა სტატიები გაზეთებში, რაც აქტიურად ეხმარებოდა საზოგადოებისთვის ამ დარგის გაცნობას.

საქართველოში საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფაკულტეტი პირველად 1995 წელს საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტში დაარსდა, შეიქმნა პროფესიული ორგანიზაციები, რომელთაც შემდგომ მიეცათ განვითარების შესაძლებლობა. „1998 წელს შეიქმნა „საქართველოს საზოგადოებრივ ურთიერთობათა განვითარების ინსტიტუტი“. ამავე პერიოდთან არის დაკავშირებული საქართველოს რეკლამის და საზოგადოებრივი ურთიერთობების ასოციაციის შექმნა და საქმიანობა. მოგვიანებით, 1999 წელს, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სტუდენტების მიერ შეიქმნა „საზოგადოებრივი ურთიერთობების ახალგაზრდული ასოციაცია“, რომლის ერთ-ერთი ძირითადი მიზანი PR - ის ახალგაზრდა სპეციალისტების პროფესიული დაოსტატება და კვალიფიკაციის ამაღლებაა. 2001 წელს, თანამოაზრე პროფესიონალთა მიერ დაარსდა საზოგადოებრივი ურთიერთობების საინფორმაციო-საგანმანათლებლო ცენტრი, რომლის ძირითადი მიზანი ამ დარგის განვითარების ხელშეწყობა და მისი პოპულარიზებაა ქართული საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. ამ ორგანიზაციის ინიციატივით შეიქმნა პირველი ქართულენოვანი საინფორმაციო-საგანმანათლებლო ინტერნეტ გამოცემა „PR მეგზური“. (<http://www.prguide.ge/content.php?article.71>) შესაბამისად, თუკი კარგად დავაკვირდებით, ნათლად დავინახავთ, რომ სწორედ ამ

თაობამ მიიღო აქტიური მონაწილეობა ე.წ. „ვარდების რევოლუციაზე“ და მეტწილად, შეძლო კიდევ თავის დროზე მასებზე მანიპულირება.

დამატებით შეიძლება ითქვას, რომ პიარი თავისი შინაარსით კომუნიკაციური დისციპლინაა, რომელიც ცდილობს გადაწყვიტოს ესა თუ ის დავალება საკომუნიკაციო ნაკადებში ცვლილებების შეტანის მეშვეობით. ეს თანმიმდევრული ზემოქმედება ასე გამოიყურება: ჯერ შევიტანოთ ცვლილებები კომუნიკაციურ წყაროებში, საიდანაც გამომდინარეობს ცვლილებები საზოგადოებრივ აზრში, რომელსაც მივყავართ ქცევის შეცვლასთან.

საქართველოში PR სამნუხაროდ ნეგატიური ასოციაციას იწვევს საზოგადოებაში, ვინაიდან PR სახელმწიფოს მხრიდან მხოლოდ საკუთარი ინტერესების გასატარებად იყენებს და მას არანაირი სარგებელი არ მოჰქონდა ხალხისთვის, ამასთან უნდა აღვნიშნოთ, რომ საქართველოში ცნება-საზოგადოებასთან ურთიერთობა ჩამოყალიბების ეტაპზეა და ჯერ კიდევ ბევრი გზა აქვს გასავლელი სრულყოფილებამდე.

„მიხილ სააკაშვილს კარგად ჰქონდა ათვისებული კრდაკარ ფეხით სიარულის მნიშვნელობა. ამბობდნენ, რომ PR-ით მოიგო. სანამ სააკაშვილი და ეს პოლიტიკოსები ხალხის განწყობებთან ახლოს იდგნენ, კიდევ შეძლეს ნდობის მოპოვება, მაგრამ რაც უფრო შორდები ნდობა იკარგება, მოპოვებულ ავტორიტეტს შენარჩუნება უნდა“ (ჩარკვიანი, 2011: 172).

ერთი სიტყვით, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ეს არის ნდობის, რეპუტაციის და ურთიერთგაგების დამკვიდრება, რომელიც სიმართლესა და მაქსიმალურ ინფორმირებას ეფუძნება.

1.2. საზოგადოებასთან ურთიერთობის ისტორიიდან

ძნელი სათქმელია, როდის და რომელ ქვეყანაში დაიბადა სიტყვა საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR), ან ვინ იყო მისი დამაარსებელი. აქსიომაა - ხალხს საზოგადოებაში რომ ეცხოვრა, უნდა მიეღწია ურთიერთთანხმობისათვის. ამისთვის კი ისინი კომუნიკაციას იყენებდნენ. მნიშვნელოვანი ფაქტორია, როგორ შეიძლება ხალხის დარწმუნება და მათზე გავლენის მოხდენა. ზოგი მკვლევარი ამ

პატივს თომას ჯეფერსონს მიაწერს, ზოგიც კი იურისტ ღორმან იტონის, რომელმაც პირველად ეს განსაზღვრება იელის უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულებთან მისალმების დროს გამოიყენა. ყოველ შემთხვევაში იმ დროს საზოგადოებასთან ურთიერთობის ცნება თანამედროვე გაგებით არ გამოიყენებოდა. ედუარდ ბერნიზმა შემოიღო და დაამკვიდრა ტერმინი საზოგადოებასთან ურთიერთობა, რომელსაც ირვინ როსმა სწორად უწოდა „პირველი და მთავარი PR იდეოლოგია“.

ცოტა რამ პიარის ისტორიიდან: 1900-1917 წლებში, აშშ-ში ბიზნეს კომპანიებმა დაიწყეს საკუთარი ბიზნესის დაცვა, როგორც ჟურნალისტთა უხეში შემოტევებისგან, ასევე სახელმწიფო რეგულირებების თვალსაზრისით. ამ დროს, კომპანიები ცდილობდნენ საკუთარი მხარის წარმოჩენას და კონტრპეტეცებს ახორციელებდნენ სასურველი საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებისთვის.

ერთი მიმართულების კომუნიკაციამ დაიწყო დომინირება, როდესაც აშშ ჩაერთო პირველ მსოფლიო ომში. ამ დროს, აშშ-ს პრეზიდენტმა, ვუდრო ვილსონმა შექმნა საზოგადოებრივი ინფორმაციის კომიტეტი, რომელსაც ჯორჯ კრილი ხელმძღვანელობდა. იგი დაკომპლექტებული იყო ახალგაზრდა პროპაგანდისტებით. კომიტეტის მიზანი იყო, საზოგადოებრივი აზრის მობილიზება მსოფლიო ომის მხარდასაჭერად (ზეგავლენის მოხდენა სხვებზე – პროპაგანდა, ცალმხრივი კომუნიკაცია).

20-იანი წლების აშშ-ის ეკონომიკური ბუმი: მიზანი – პროდუქციის ბაზარზე გასაღება და კონკურენცია.

აშშ-ს პრეზიდენტ რუზველტის ეპოქა და მეორე მსოფლიო ომი: ამ დროს იწყება საზოგადოებრივი აზრის შესწავლა. არჩევნებში იყენებენ პიარ ტექნოლოგიებს. დაიწყო სოციოლოგიური კვლევები;

ომის შემდგომი პერიოდი: 1945-1965 წლებში აშშ-ში დაიწყო პიარ სპეციალისტთა მომზადება. ტექნოლოგიურმა ბუმმა განაპირობა პიარის აქტიური გამოყენება. პიარი, როგორც პრაქტიკა, ვითარდება ბიზნესში, პოლიტიკაში. იქმნება საერთაშორისო პიარ ასოციაციები;

პიარ გლობალიზაცია: ინფორმაციის გლობალიზაციის ეპოქას, თვისობრივად სხვა ეტაპზე გადაჰყავს პიარ პრაქტიკა (დღევანდლობა);

პიარ პრაქტიკის ბიზნესში გამოყენება აშშ-ში დაიწყო, ხოლო სამთავრობო დონეზე, ჯერ კიდევ 1809 წელს, დიდ ბრიტანეთში გაჩნდნენ პრესმდივნები, რომლებიც მთავრობასა და საზოგადოებას შორის დიალოგს უზრუნველყოფდნენ.

საზოგადოებაში არსებობისათვის აუცილებელი მოთხოვნაა ინფორმაციის გაცვლა, თანხმობის მოპოვება, რომელიც როგორც წესი პიროვნებათაშორისი და ჯგუფური კომუნიკაციის გზით მიიღწევა, თუმცა მხოლოდ ეს არ კმარა, მნიშვნელოვანია ფლობდეთ ისეთ ძლიერმოქმედ მექანიზმებს საზოგადოებაზე, როგორცაა დარწმუნება, ნდობის მოპოვება და გავლენის მოხდენა, ანუ შემოქმედება. საზოგადოება შენ მიმართ კეთილად რომ განაწყობ, ამისთვის მნიშვნელოვანია ფლობდე დარწმუნების ხელოვნებას/ტექნიკას, რასაც ათასწლეულების განმავლობაში მიმართავდნენ სახელმწიფო მოღვაწეები. ანტიკური ხანის უდიდესი მოაზროვნის - არისტოტელეს აზრით, საზოგადოების დარწმუნება შესაძლებელია მხოლოდ აუდიტორიის კეთილგანწყობის და სიმპათიის მოპოვების გზით, ანტიკური ხანის მეორე უდიდესი მოაზროვნე, ორატორი, პოლიტიკური მოღვაწე, ციცერონი განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობდა საზოგადოების ინტერესების, ფსიქოლოგიის და გემოვნების შესწავლას, რაც ასახული იყო თავის შრომებში რიტორიკის შესახებ. ციცერონის აზრით, ორატორმა პუბლიკაზე გავლენა რომ მოახდინოს, მან ესთეტიურად უნდა დააკმაყოფილოს, იმოქმედოს საზოგადოების ნებაზე, ადამიანების ქცევებზე და განაწყობს აქტიური ქმედებისათვის.

ამერიკული რევოლუციის ერთ-ერთი ბელადი - სამუელ ადამსი ფიქრობდა, რომ პრესა შეიძლება გამხდარიყო ერის ჩამოყალიბების უძლიერესი იარაღი, „ადამსი დაუღალავად მუშაობდა იმაზე, რომ გაეღვიძებინა, დროდადრო კი გარკვეული სახით ორიენტაცია მიეცა საზოგადოებრივი აზრისათვის. იგი გამოდიოდა იმ მოსაზრებიდან, რომ მოსახლეობის უმრავლესობა ხელმძღვანელობს გრძნობებით და არა გონებით, და რომ საზოგადოებრივი აზრი - ეს არის მოვლენათა ნაკადის რეზულტატი და კიდევ შედეგი იმისა, თუ როგორ ესმით ეს მოვლენები და როგორ ინტერპრეტაციას აძლევენ მათ ადამიანები, რომლებიც დაკავებულნი არიან პოლიტიკით. იგი ყოველთვის მზად იყო თვითონ შეექმნა მოვლენები, ოღონდ კი მიეღწია დასახული მიზნისათვის“ (ჩარკვიანი, 2011: 21).

საზოგადოებასთან ურთიერთობის განვითარების ერთ-ერთ ეტაპად შეგვიძლია დავასახელოთ ამერიკის შეერთებულ შტატებში კონსტიტუციის შექმნის პერიოდი, იმისათვის რომ საზოგადოება დაერწმუნებინათ კონსტიტუციის რატიფიცირების აუცილებლობაში, ამერიკელი პოლიტიკური ლიდერები ალექსანდრ ჰამილტონი, ჯეიმს მედისონი და ჯონ ჯეი, რომლებიც ფსევდონიმის სახელით გამოდიოდნენ, სხვადასხვა ჟურნალ-გაზეთების რედაქციებში აგზავნიდნენ გულანთებულ წერილებს (სულ 85 წერილი), ეს წერილები დღესაც გამოიყენება ამერიკის კონსტიტუციის დებულებების ინტერპრეტაციის დროს.

ზემოთ აღინიშნული განმარტებებიდან გამომდინარე, შეუძლებელია საზოგადოებასთან ურთიერთობის ცნებას სწორხაზოვანი განსაზღვრება დაუწესოთ, თავისი ამოუწურავი და განსხვავებული ბუნებიდან გამომდინარე.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურს შემდეგი ფუნქციები აკისრია: საზოგადოებრივი აზრის კონტროლი სასურველი მიზნის მისაღწევად; სახელმწიფოს მხრიდან საზოგადოებაში არსებულ პრობლემებზე სათანადო რეაგირება და საზოგადოებასთან უკუკავშირის დამყარება, რათა მაქსიმალურად მოხერხდეს საზოგადოების ინტერესების და მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ტერმინი საზოგადოებასთან ურთიერთობა ანტიკური ხანიდან მომდინარეობს. საზოგადოების აზრის ფორმირების მცდელობა ჯერ კიდევ უძველეს ცივილიზაციაში გვხვდება. გაჩნდა - პირველი საზოგადოება, გაჩნდა მასთან მუშაობის მოთხოვნილება. საზოგადოებასთან ურთიერთობის განვითარების პერიოდი დაკავშირებულია ტელეგრაფის, ტელეფონის, ავტომობილის განვითარებასთან, მიუხედავად იმისა, რომ ანტიკურ პერიოდშიც იყო მცდელობა საზოგადოებასთან ურთიერთობის განვითარებისა, მისი დაბადების თარიღად მაინც XX საუკუნე უნდა მივიჩნიოთ, „როცა კაცობრიობა ცხენიდან უცებ გადაჯდა საჰაერო ლაინერზე“.

PR-ის სამშობლოდ უდავოდ ამერიკა ითვლება, მაგრამ აქ ძირითადი აქცენტი კერძო ბიზნესზე კეთდებოდა. სამთავრობო დონეზე ამ საქმიანობაში პირველობა კი ინგლისს ეკუთვნის.

საზოგადოებასთან ურთიერთობამ განვითარების რთული და საპასუხისმგებლო გზა განვლო. გაჩნდა თუ არა პირველი საზოგადოება, შეიქმნა - აუცილებლობა იმისა,

რომ ადამიანებს კონტაქტი დაემყარებინათ ერთმანეთთან, ამიტომ ისინი ამა თუ იმ მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად ცდილობდნენ ერთმანეთთან არავერბალური კომუნიკაციის გზით დაკავშირებას. აქედან გამომდინარე, მან ძალიან დიდი როლი ითამაშა დღევანდელი სამართლებრივი სახელმწიფოს სრულქმნაში.

1.3. საზოგადოებასთან ურთიერთობა და მედია (ურთიერთმიმართებისთვის)

*„მიეცით ხალხს შესაძლებლობა, იცოდეს ფაქტები
და ქვეყანა უსაფრთხო იქნება“*

აბრაამ ლინკონლი

მასმედია XXI საუკუნის ერთ-ერთი მძლავრი იარაღია საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედების თვალსაზრისით, რომელსაც შეუცვლელი სუბიექტის ფუნქცია აკისრია საზოგადოებასთან ურთიერთობის სისტემაში. ნებისმიერ განვითარებულ სახელმწიფოში მასმედია ზრუნავს, რომ სახელმწიფო და კერძო არხებით საზოგადოებას მიაწოდოს ზნეობრივი და მაღალი ღირებულების მქონე მედიანაწარმი, ტელეპროდუქცია და ფილმები, თუმცა, სამწუხაროდ ჩვენი ქვეყნისთვის აღნიშნული უცხო მოვლენაა, რასაც ბრძანებს სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქი, უნმინდესი და უნეტარესი ილია მეორე.

რაც შეეხება სიტყვა მასმედიას, ის არის „მასობრივი კომუნიკაციის ბეჭდვითი ან ელექტრონული საშუალება, (ჟურნალ-გაზეთები, რადიო, ტელევიზია, კინო, ინტერნეტი, რეკლამა და ა.შ.). მედიის მეშვეობით ხდება საზოგადოების ინფორმირება მიმდინარე პროცესებზე. თავდაპირველად მასობრივი კომუნიკაციის საშუალების ანალოგად მიიჩნეოდა ტერმინი „პრესა“, რომელიც ბეჭდვით მედიას აღნიშნავდა. ეს ბუნებრივია, რამდენადაც ბეჭდვითი პრესა გაჩნდა XIX ს-ში, როდესაც სხვა ტიპის მედია-საშუალებები არ არსებობდა. მედიის შემდგომი განვითარება დაკავშირებულია სამეცნიერო-ტექნიკურ პროგრესთან. მედიის სპეციფიკას შეადგენს სხვადასხვაგვარ აუდიტორიაზე ერთდროული ზემოქმედება, ასევე, ინფორმაციის გადაცემის სიხშირე და რეგულარულობა. თანამედროვე ეტაპზე მედია, მასობრივი კომუნიკაციის ტრადიციულ საშუალებებთან ერთად, მოიცავს უახლესი ტექნოლოგიის ფართო სპექტრს

კომპიუტერების, ვიდეო საშუალებების, თანამგზავრული ტელევიზიისა და ინტერნეტის ჩათვლით“ (<http://gil.mylaw.ge/ka/term/55725.html>).

დიდი ილია ჭავჭავაძე ამბობდა: „დღეს სხვა ომია, ომი წიგნისა და ცოდნის, ცოდო არ არის ცეცხლსა და მახვილში გამოტარებული ქართული დროშა ჩრჩილმა და მატლმა შეჭამოსო“? ეს სიტყვები დღესაც აქტუალურია, ოღონდ თანამედროვე პირობებში ვითარება კიდევ უფრო რთულდება იმით, რომ კაცობრიობამ შექმნა ბრძოლის ახალი ფორმა – ინფორმაციული ომი. ქვეყნებსა და პოლიტიკურ ძალთა დაპირისპირება დღეს ძირითადად ამ საშუალებებით ხორციელდება, მომავალში კი მას, ალბათ, გადამწყვეტი მნიშვნელობა ექნება. (დღევანდელ რეალობაში მასმედია ინფორმაციული ომების წარმოების მთავარ დამრტყმელ ძალად გვევლინება). დიდი ილია ცხადად ჭვრეტდა იმ გამოწვევების სიმძიმეს, რომელსაც უნდა დაპირისპირებოდა, მისივე სიტყვებით რომ ვთქვათ, „ჟურნალ-გაზეთობა“ (მედია) ჯერ კიდევ მე-19 საუკუნის ბოლოს, სწორედ იმ გზავნილებითა და შეტყობინებებით, რაც განამტკიცებდა და გადაარჩენდა ქართული საზოგადოების განვითარების თვითმყოფადობასა და საუკუნეებამოვლილ სულს. „ჟურნალ-გაზეთობას ორ-გვარი დანიშნულება აქვს. ერთის მხრით იგი არის შუამავალი ცხოვრებისა და მეცნიერების შორის, გამავრცელებელი კაცობრიობის ჭკუით მოპოებულის, გამოძიებულის და აღიარებულის სიმართლისა, ჭეშმარიტებისა; მეორეს მხრით, იგი არის სარკვე საზოგადოების რთულის ცხოვრებისა, მისი გონებითის, ზნეობითის მოძრაობისა. მასში სჩანს და ისახება ყოველდღიურის აზრის მიდენ-მოდენა.“ „არის დრო და საზოგადოება, საცა ჟურნალ-გაზეთობა წინ მიუძღვის ცხოვრებასა და გზას უნათებს, და ცხოვრება კიდევ მნიშვნობრობის მოედანსა თავისის უკეთესის ყვავილითა ჰფენს. არის კიდევ დრო და საზოგადოება, მეტყვი მკითხველო, საცა ჟურნალ-გაზეთობა ერთმანეთის ლანძღვა და თრევაა. ეგეც არის, ჩვენდა საუბედუროდ, მაგრამ რა ვუყოთ, საცა წვრილია, იქა წყდება ხოლმე. ეს ვეება ტანი ადამიანის ცხოვრებისა ისე როგორ გადარჩება, რომ დროთა ბრუნვამ სადმე მუნუკი და იარა არ აუჩინოს.“ ილია ჭავჭავაძე სრულიად გარკვევითა და ზუსტად გადმოსცემს მედიის მდგომარეობის სურათს და დანიშნულებას სხვადასხვა საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ვითარებებისა და სიტუაციების დროს და ნათლად წარმოაჩენს იმ გავლენებს, რითიც ხასიათდება ამ პროცესების ზემოქმედება საზოგადოების სხვადასხვა ფენებზე და საკუთრივ მედიაზე.

„ეს სხვადასხვა ფერობა ჟურნალ-გაზეთობისა დამოკიდებულია სხვადასხვა გარემოებაზედ. იმ ქვეყანაში, საცა საზოგადოების თვითმოქმედობის ძალა მილეულია, საცა გონებითი და ზნეობითი ნიჭი დაძინებულია, იქ, რასაკვირველია, მნიგნობრობა ერთობ, და ჟურნალ-გაზეთობა საკუთრივ, ძნელად თუ იქნება საზოგადოების აზრისა და გუნების გამომთქმელი. აქ უპირველესი მოვალეობა ჟურნალ-გაზეთობისა სწავლისა და ცოდნის გავრცელება უნდა იყოს, მან ფეხი უნდა აუდგას თვითმოქმედობის ძალას, მან უნდა აღადგინოს გონებითი და ზნეობითი ნიჭი.“ ამ სიტყვების აქტუალობა ძალზედ ნათელია დღევანდელი გადასახედიდან, როდესაც მედიაში ჩართულ უამრავ სუბიექტს, როგორც მფლობელებს, ისე შემომქმედებს, გაცნობიერებულებს არა აქვთ ამ სფეროს დანიშნულება, მნიშვნელობა და გავლენების საშიშროება საზოგადოებრივ პროცესებზე, ან ნებისთ ხდებიან ამ საშიშ გავლენათა გადმომტანნი საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ პროცესებზე, რადგან თანამედროვე პიარტექნოლოგიების განხორციელების უმძლავრეს იარაღს სწორედ მედია წარმოადგენს თავისი ფუნქციითა და დანიშნულებით. როგორც ილია ჭავჭავაძე დასძენს, და სწორედ ამ აზროვნებითა და ჭვრეტით არის იგი დროსგასწრებული და მეტად თანამედროვე, რომ მისი სიტყვები, როგორც წინასწარმეტყველება, ზუსტი დანიშნულებაა დღევანდელი ქართული მედიის დიაგნოზისთვის, კერძოდ, „სამეცნიერო ცნობათა გადმოტანა და გავრცელება საზოგადოებაში, ჩვენისა და უცხო ხალხთა ცხოვრების დაკვირვება და განმარტება, - აი რაში მდგომარეობს ჩვენი გაზეთის პროგრამა“.

აღსანიშნავია, რომ დიდი მოაზროვნის ამ სიტყვათა მნიშვნელობა დღეს თანაბრად აქტუალურია როგორც ქართული ბეჭდური მედიის, ისე ელექტრონული მედიისა და ახალი მედიის (ინტერნეტ-ტელევიზია, ინტერნეტ-გაზეთი) საშუალებებისათვის სტრატეგიული და შინაარსობრივი თვალსაზრისით. უდაოდ, დღეს კულტურასა და ცხოვრების წესზე ზემოქმედების ყველაზე გავლენიან ძალად იქცა მასმედია, კინოხელოვნება, ინტერნეტი. ტელევიზიის, მობილური კავშირგაბმულობის, კომპიუტერისა და ინტერნეტის განვითარებამ მანძილი და დრო მკვეთრად შეამცირა. ეკონომიკა თანდათან კარგავს ეროვნულ სახელმწიფოებრივ მნიშვნელობას და იქმნება ტრანსნაციონალური კომპანიები, რომელთაც, ძირითადად, საკუთარი მიზნები ამოძრავებთ და არა სახელმწიფო ინტერესები. მიმდინარეობს კულტურათა

ასიმილაციის პროცესიც. ეს ყველაფერი მრავალსახოვანი გლობალიზაციის გამოვლინებაა. ასეთ ვითარებაში ჩვენი ხალხი პრობლემის წინაშე დადგა. ეს არის დროის გამოწვევა. „კონკრეტული ძალა არ ჩანს, მაგრამ ცრუ თავისუფლებაზე დაყრდნობით, მასმედიის საშუალებებით, სერიალებით, მდარე ტელეპროდუქციით ხდება ზემოქმედება ჩვენი საზოგადოების, განსაკუთრებით კი მომავალი თაობის ფსიქიკაზე. ეტიმოლოგიური მნიშვნელობით, ინფორმაცია ლათინური სიტყვაა და „გაცნობას“, „გადაცემას“ ნიშნავს“ (ჩარკვიანი, 2011: 67-69].

ინფორმაციის გამჭვირვალობა, ხელმისაწვდომობა და ობიექტურობა სამართლებრივი, დემოკრატიული სახელმწიფოს ამოსავალ პრინციპს წარმოადგენს, რომელსაც იცავს უამრავი საერთაშორისო კონვენცია, პაქტი თუ ხელშეკრულება, სწორედ საზოგადოების ინფორმირებულობა განსაზღვრავს სახელმწიფოში მოქალაქეების უფლებას და თავისუფლებას, აირჩიონ მათთვის სასურველი კანდიდატი. ინფორმაციის თავისუფლება განსაზღვრავს, თუ როგორი სახელმწიფოებრივი ფორმა ჩამოყალიბდება ამა თუ იმ სახელმწიფოში. აბრაამ ლინკოლნის სიტყვები - „მიეცით ხალხს შესაძლებლობა, იცოდეს ფაქტები და ქვეყანა უსაფრთხოიქნება“, (https://ka.wikiquote.org/wiki/%E1%83%90%E1%83%91%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%90%E1%83%9B_%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9A%E1%83%9C%E1%83%98) დღესაც აქტუალურია, ნებისმიერი ფორმით აღნიშნული თავისუფლების ხელყოფა მიჩნეულია არამხოლოდ კონკრეტული სახელმწიფოს წინააღმდეგ მიმართული ქმედება, არამედ მთელი მსოფლიოს ცივილიზებული სახელმწიფოების მიმართ, მიმართული ქმედება, სწორედ აქ იკვეთება საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის ვალდებულება, რომ აცნონ საზოგადოებას ამა თუ იმ დანესებულების (საჯარო და კერძო) საქმიანობის შესახებ, სწორედ ამ ვალდებულების შესრულებაში ეხმარება მედია საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურს, რათა მისი სათქმელი საზოგადოებამდე და სახელმწიფო ხელისუფლების შესაბამის სტრუქტურამდე ზუსტად იქნეს მიტანილი.

ნებისმიერი თანამდებობის მქონე პირს ზუსტად უნდა ესმოდეს, რომ ინფორმაციის თავისუფლებაზე დამოკიდებული თუ, როგორ წარიმართება სახელმწიფოსა და მოქალაქეებს შორის ურთიერთობა, თუ კი სახელმწიფოს მმართველ სტრუქტურებში მომუშავე პირამდე მიაღწევს ინფორმაცია საზოგადოებაში

არსებული პრობლემების შესახებ, შესაძლებელი იქნება მათი მოგვარების მეთოდების, სტრატეგიების მარტივად შემუშავება, რაშიც უდიდესი როლი აკისრია საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურს, რომელიც ფაქტობრივად შუამავალ რგოლს წარმოადგენს საზოგადოებასა და სახელმწიფოს შორის. საზოგადოებასთან ურთიერთობის ერთ-ერთ დამხმარე რგოლს წარმოადგენს მედია, რომელიც მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ხელისუფლების მხრიდან გაკეთებული განცხადებების საზოგადოებამდე მიტანის თვალსაზრისით. მედია უნდა იყოს დამოუკიდებელი და მიუკერძოებელი, ობიექტურად უნდა აშუქებდეს მის მიერ მოპოვებულ ინფორმაციას. ადგილი არ უნდა ქონდეს ინფორმაციის დამახინჯებას, რაც სამწუხარო რეალობაა დღევანდელ ეპოქაში. მედიის მთავარი როლი, როგორც აღვნიშნეთ არის ის, რომ ობიექტური ინფორმაცია მიანოდოს საზოგადოებას, თავის მხრივ კომუნიკაცია ეფექტური რომ იყოს აუცილებელია უკუკავშირი საზოგადოების მხრიდანაც, მედია ვალდებულია საზოგადოების გულისტკივილი, პრობლემები მიიტანოს ხელისუფლებამდე, რათა შესაძლებელი იყოს აღნიშნული ხარვეზების აღმოფხვრა.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის მთავარი ფუნქციაა ინფორმაცია რაც შეიძლება მარტივი და გასაგები ენით მიანოდოს საზოგადოებას, რათა შესაძლებელი იყოს მისი გაგება, გათავისება და ჩართულობა, ამიტომ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის სპეციალისტი უნდა იყოს კარგი მოსაუბრე და კომუნიკატორი. „ჩვენი დროის ერთ-ერთი უდიდესი პროფესიონალი ჟურნალისტი „საუბრის ჯადოქარი“, როგორც მას ხშირად უწოდებენ, ლარი კინგი, რომელიც 25 წლის განმავლობაში უძღვება ამერიკული სატელევიზიო კომპანია CNN-ს ყველაზე პოპულარულ თოქ-შოუს „ლარი კინგი პირდაპირ ეთერში“, შემდეგნაირად აყალიბებს კარგი მოსაუბრეების ყველა საერთო მახასიათებელს: 1. ისინი უყურებენ საგნებს ახალი თვალთახედვით და აქვთ არასტანდარტული აზრი ნაცნობ საგნებზე. მათ გამოარჩევს ფართო თვალსაზრისი. ისინი ფიქრობენ და საუბრობენ ისეთ საკითხებსა და მოვლენებზე, რომლებიც საკმაოდ სცდებიან ყოველდღიური ინტერესების საზღვრებს. 2. მათთვის დამახასიათებელია ენთუზიაზმი; ყველაფერში რასაც ისინი აკეთებენ ცხოვრებაში, ამულავნებენ ვნებას და ინტერესდებიან იმით, რაზეც თქვენ ესაუბრებით მოცემულ მომენტში. 3. ისინი არ ლაპარაკობენ მუდმივად თავის თავზე. 4. ისინი არიან ცნობისმოყვარენი. არ თაკილობენ იკითხონ: „რატომ?“, მათ

უნდათ უფრო ბევრი იცოდნენ იმის შესახებ, რასაც თქვენ უყვებით. 5. მათ იციან თანაგრძობა. ისინი ცდილობენ დააყენონ თავისი თავი თქვენს ადგილას, რათა ფორმულირება გაუკეთონ თავის დამოკიდებულებას იმის მიმართ, რასაც თქვენ ეუბნებით. 6. ისინი ფლობენ იუმორის გრძობას და არ ერიდებთ თავითონ გამოიყენონ იუმორი, უფრო მეტიც, საინტერესო მოსაუბრენი ხშირად ყვებიან სასაცილო ისტორიებს საკუთარ თავზე“ (ჩარკვიანი, 2011: 75,76].

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის სპეციალისტები ყველაზე უკეთ უნდა იცნობდნენ თავიანთ ხელმძღვანელებს, მათ ძლიერ და სუსტ მხარეებს, რითიც განისაზღვრება ფაქტობრივად მედიასთან ურთიერთობა, რომელიც დამოკიდებულია არა მარტო ორატორულ ნიჭზე, არამედ ურთიერთობების ცოდნაზე, სანაცნობო წრეზე და ა.შ..

„წარმატებული და ხალხისათვის საყვარელი ლიდერები, ჯერ კიდევ ანტიკური ხანიდან მიიჩნეოდნენ, თუ რაოდენ მნიშვნელოვანია საზოგადოებასთან ურთიერთობაში გულწრფელობა და დარწმუნების ხელოვნების ცოდნა. როგორც აშშ-ს პრეზიდენტმა ჯონ ფ. კენედიმ თქვა: „იდევნის ნაკადი, ინფორმაციის საფუძველზე გაკეთებული არჩევანი, კრიტიკა, ყველა ეს მოსაზრება, რომელსაც პოლიტიკური დემოკრატია ემყარება, ძირითადად ინფორმაციის მინოდებას, კომუნიკაციას ეყრდნობა“. „ხელისუფლება იმდენად დიდ ინფორმაციას ფლობს, რომ მას ამ ინფორმაციის მინოდების ეფექტიანი სისტემა სჭირდება და სწორედ ეს არის პრესმდივნის ფუნქცია“, - ამბობს პრეზიდენტ ბილ კლინტონის ყოფილი პრესმდივანი მაიკ მაკკარი - „პრესმდივანი ჰგავს კორესპონდენტს, რომელიც შიგნით მთავრობაში მუშაობს და აგროვებს საზოგადოებისათვის ინფორმაციას. პრესმდივნის ფუნქცია სწორედ ის არის, რომ რაც შეიძლება მეტი ინფორმაცია გადასცეს საზოგადოებას“ (ჩარკვიანი, 2011: 78,79].

სახელმწიფო სტრუქტურებში საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურს ორმაგი ფუნქცია აკისრიათ: დაიცვან სახელმწიფო სტრუქტურების პოზიცია და საზოგადოებას გადასცენ სახელმწიფო სტრუქტურებზე დადებითი ინფორმაცია, მცდარი ინფორმაცია გაასწორონ და ისე მიიტანონ საზოგადოების ყურამდე, აგრეთვე შეაგროვონ პრესისათვის ინფორმაცია, სახელმწიფო სტრუქტურების ის

განცხადებები, რომელიც უნდა გაშუქდეს, ხშირად საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის სპეციალისტი ჟურნალისტის ადგილსაც იკავებს.

განვიხილოთ კიდევ ერთი ძლიერმოქმედი მექანიზმი საზოგადოებაზე ზეგავლენის თვალსაზრისით და ეს არის ინტერნეტი. XXI საუკუნე, შეიძლება ითქვას, ინტერნეტის ეპოქაა, რომლის გარეშეც წარმოუდგენელია ჩვენი ცხოვრების ნებისმიერი სფეროს ეფექტური ფუნქციონირება, უპირველეს ყოვლისა, ის არის ინფორმაციის გავრცელების არხი, საკომუნიკაციო გარემო, ისეთივე როგორც რადიო, ტელევიზია, რეკლამა და ა.შ..

ინტერნეტი ერთადერთი საშუალებაა, რომლითაც შეგვიძლია ინფორმაციის მიზნობრივ აუდიტორიამდე ყველაზე სწრაფად და იაფად მივიტანოთ. მას საკმაოდ დიდი მომხმარებელი ყავს, ამიტომ უფრო დიდი სიკეთის მოტანა შეუძლია ინფორმაციის მიღება-გაცვლის სახით.

ინტერნეტში საზოგადოებასთან ურთიერთობას დიდი უპირატესობა აქვს და მეტწილად ეს არის ოპერატიულობა. მაგალითისთვის, მოვიყვანოთ ტელევიზიისა და ინტერნეტის ურთიერთმიმართება. ტელევიზიას ინტერნეტთან შედარებით გაცილებით დიდი აუდიტორია ჰყავს, მაგრამ ტელევიზია ვერ იღებს საზოგადოებისგან უკუკავშირს სატელეფონო ინტერაქტიული გამოკითხვების გარეშე, ინტერნეტში კი ინტერაქტიულ რეჟიმში მუშაობა მარტივადაა შესაძლებელი. შესაბამისად, ეფექტურობაც ინტერნეტმა იტვირთა. დღეს ნებისმიერი ასაკის ადამიანი აქტიურად თანამშრომლობს ინტერნეტ სივრცესთან, იყენებს კომუნიკაციის ფორმად, ღებულობს ინფორმაციას და კმაყოფილდება ამით. დღეს ჩვენ თუ ვკითხავთ საზოგადოებას, საიდან, რა გზით ღებულობს ინფორმაციას, პასუხებში ინტერნეტი იჭარბებს. დღეს უწყვეტი კავშირი პიარსპეცილისტს, პრესსამსახურებსა და სხვადასხვა უწყებებთან ოპერატიულად სწორედ ინტერნეტის მეშვეობითაა შესაძლებელი.

ხშირად თითოეულ დადებით მოვლენას აქვს თავისი უარყოფითი მხარეც. ინტერნეტის ამ უდავო უპირატესობამ შეიძლება გამოიწვიოს პიარ სპეციალისტების იმიჯის, რეპუტაციის დაკარგვა. - რატომ?! - ისინი ინფორმაციის გავრცელების პერსპექტივებმა შეიძლება მიიყვანონ იქამდე, რომ თუნდაც უმნიშვნელო ინფორმაცია ინტერნეტის მეშვეობით დაგზავნონ, რისი შედეგიც იქნება ის რომ მათი გზავნილები წაუკითხავად წაიშლება, რადგან არასასურველ კორესპონდენტთა სიაში მოხვდებიან,

ამიტომ სანამ ინფორმაციას გავგზავნით ინტერნეტის მეშვეობით, მანამდე უნდა განვსაზღვროთ ინფორმაციის მიმღებთა სია და ის ინფორმაცია რის მიწოდებასაც ვაპირებთ, ამასთან მნიშვნელოვანია ელექტრონული წერილები მაქსიმალურად წინგიერად იქნას დაწერილი. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ინფორმაციის გამოქვეყნება ვებ-გვერდზე გაცილებით მარტივია, ვიდრე ბეჭდურ გამოცემაში განთავსება.

ნებისმიერი კომპანიის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილი არის სწორად დაგეგმილი პიარი - ინტერნეტის მეშვეობით, დასაწყისშივე უნდა განისაზღვროს თუ, როგორ დაეხმარება ეს კომპანიას განვითარებაში და მზად ხართ თუ არა ამ სამუშაოს შესასრულებლად. გახსოვდეთ, სწორად დაგეგმილ ინტერნეტპიარს შეუძლია გაცილებით დიდი წარმატება მოგიტანთ, ვიდრე პიარის ნებისმიერმა სხვა საშუალებამ.

თანამედროვე საზოგადოებაში ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს საზოგადოებასთან ურთიერთობის ისეთ ძლიერმოქმედ მექანიზმებს როგორცაა: მედია, ინტერნეტი, რადიო და ტელევიზია, რომელთა უმთავრესი ამოცანაც საზოგადოებისთვის ობიექტური ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება უნდა იყოს და არა ინფორმაციის მათეული ინტერპრეტაცია, თუმცა დღევანდელ რეალობაში მედია ორიენტირებულია არა ზნეობრივად გამართლებული ინფორმაციის მიწოდებაზე, არამედ მათთვის მისაღები კანდიდატის რაც შეიძლება კარგად წარმოჩენაზე, რაც გამოიხატება აზრის საზოგადოებამდე მიტანით.

სახელმწიფო სტრუქტურები აქტიურად უნდა იყენებდნენ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სხვადასხვა მექანიზმებს: მედიას, ინტერნეტს, რათა საზოგადოებამდე მივიღეს ობიექტური ინფორმაცია, რაც შემდგომ გარანტია საზოგადოების მხრიდან სახელმწიფოსადმი მაქსიმალური მხარდაჭერის, კეთილგანწყობის და უკეთესი მომავლის.

1.4. საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფუნქციური არსი

საზოგადოებასთან ურთიერთობა ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან საკითხს წარმოადგენს ადგილობრივი მმართველობისათვის, რადგან მათთვის უპირველესია საზოგადოებრივი აზრის გათვალისწინება და მის საფუძველზე საუკეთესო გადაწყვეტილებების მიღება. ადგილობრივ დონეზე გაცილებით მარტივია

საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ვინაიდან კონკრეტული მუნიციპალიტეტის მერს საზოგადოების ვინრო ფენასთან უწევს ურთიერთობა, რასაც ვერ ვიტყვით ქვეყნის პრეზიდენტზე, რომელიც ვალდებულია იზრუნოს მთელი ქვეყნის მოსახლეობაზე, ამიტომ მისი ფუნქციური არსი სახელმწიფოში, ბუნებრივია გაცილებით დიდია.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფუნქციური არსი სახელმწიფოში გულისხმობს კონკრეტული გადანყვეტილებების შესახებ მოსახლეობის ინფორმირებას და მათგან უკუკავშირის მიღებას. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ადგილობრივ დონეზე, უფრო მარტივია მოსახლეობის ინფორმირება. დემოკრატიული სახელმწიფოს ამოსავალი პრინციპიც სწორედ ესაა მოქალაქეებთან ურთიერთობა და მათი აზრის გათვალისწინება, დემოკრატიაში შექმნა მოქალაქე, რომლის თანხმობის მოპოვებაც კონკრეტულ შემთხვევებში მნიშვნელოვანი და დასაფასებელია, დემოკრატიაში მოიტანა მოქალაქეების აქტიური და პასიური საარჩევნო ხმის უფლებით სარგებლობის შესაძლებლობა. თვით სიტყვა დემოკრატიაც ხალხის ძალაუფლებას ნიშნავს.

ნებისმიერ სფეროში თუ გინდა წარმატებას მიაღწიო, უნდა მოიპოვო ადამიანების კეთილგანწყობა, შურით და მტრობით ამას ვერასოდეს მიაღწევთ, ამიტომ საზოგადოებაში სრული ჰარმონიის დამკვიდრებისათვის აუცილებელია ადამიანებმა დაინახონ თქვენი სიკეთე, პატიოსნება და ქვეყნის მიმართ უკიდევანო სიყვარული, ასეთ შემთხვევაში თქვენ ნებისმიერ გადანყვეტილებას საზოგადოება გაგებით შეხვდება.

ერთი რამ კარგად უნდა გავიაზროთ, თუ გვინდა დავეუფლოთ საზოგადოებასთან ურთიერთობის ტექნიკას, პირველ რიგში ყურადღება უნდა მივაქციოთ საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრინციპებს და მხოლოდ მის შემდგომ გადავიდეთ ტექნიკაზე, რადგან კონკრეტულ შემთხვევებში პრინციპების ცოდნა დაგეხმარებათ რაიმე ახლის შექმნაში.

საინტერესოა, გავიგოთ თუ რა ფუნქცია შეიძლება ქონდეს საზოგადოებასთან ურთიერთობას: ის ახდენს გავლენას საზოგადოებრივ აზრზე; ეხმარება მოქალაქეებს მიიღოს მათგან ინფორმაცია მათი სურვილების შესახებ და იმოქმედოს საზოგადოების საჭიროებებზე; მოსახლეობასა და სახელმწიფოს კონკრეტულ სტრუქტურებს შორის აყალიბებს ურთიერთსასარგებლო ურთიერთობებს.

თავი II. მართვა

2.1. რა არის მართვა

„მიუდევით ჯარისკაცებს, როგორც საკუთარ შვილებს და ისინი გამოგყვებიან ყველაზე ღრმა ხეობაში, მიუდევით მათ, როგორც უსაყვარლეს ვაჟს და ისინი გვერდით იდგებიან სიკვდილშიც კი“

სუნ ცზუ

ოდითგანვე საინტერესო საკითხს წარმოადგენდა სახელმწიფოს მართვა და მასთან დაკავშირებული საკითხები. ჯერ კიდევ, ძველი ბერძენი ფილოსოფოსი არისტოტელე განმარტავს სახელმწიფოს ცნებას, რომლისთვისაც სახელმწიფო ასოცირდებოდა პატარა ოჯახთან, რომლის გაერთიანებითაც მიიღება სოფელი, რომელიც შემდგომში ქმნის დასახლებას - სწორედ ოჯახის, სოფლის და დასახლების გაერთიანება არის სახელმწიფო. თანამედროვე გაგებით კი სახელმწიფო, ეს არის „განსაზღვრულ ტერიტორიაზე არსებული საჯარო ხელისუფლება, რომელიც ადგენს ყველასათვის სავალდებულო ქცევის წესებს და განსაკუთრებული აპარატის მეშვეობით ახორციელებს თავის სუვერენულ უფლებამოსილებას, უზრუნველყოფს კანონიერებას, საზოგადოებრივ წესრიგსა და მთლიანობას. სახელმწიფო საზოგადოების პოლიტიკური ხელისუფლების ორგანიზაციაა. ამ ხელისუფლებას საჯარო ეწოდება იმიტომ, რომ მოქმედებს ხალხის სახელით. იგი სახელმწიფო ხელისუფლებაა, რადგანაც ხორციელდება სახელმწიფოს განსაკუთრებული ორგანოების მეშვეობით, საჭირო შემთხვევაში იძულებითი ღონისძიებების გამოყენებით. სახელმწიფო ხელისუფლება ხორციელდება განსაზღვრული ტერიტორიის ფარგლებში, ვრცელდება ამ სახელმწიფოს მოქალაქეებზე და მის ტერიტორიაზე მუდმივად თუ დროებით მყოფ ყველა სხვა ადამიანზე. სახელმწიფო ხელისუფლება იქმნება და ხორციელდება სამართლებრივი ნორმების საფუძველზე და ფარგლებში. მხოლოდ საჯარო ხელისუფლებაა უფლებამოსილი, განახორციელოს სამართალშემოქმედება, დაადგინოს ყველასათვის სავალდებულო ქცევის წესები, უზრუნველყოს მათი დაცვა და შესრულება, გამოიყენოს იძულებითი ხასიათის ღონისძიებები. სახელმწიფო ხელისუფლება სუვერენულია როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე მის ფარგლებს გარეთ,

ხელისუფლებისაგანდამოუკიდებლად“ (<http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=4393>).

რაც შეეხება სახელმწიფოს მართვას, ის გვევლინება ადამიანის ცხოვრების განუყოფელ ნაწილად, რომელიც ფაქტობრივად, გულისხმობს ადამიანების ინტელექტუალური და პრაქტიკული საქმიანობის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან სფეროს, რაც თავის მხრივ დაკავშირებულია საზოგადოების შეხედულებების და მოთხოვნების დაკმაყოფილებაზე.

არისტოტელეს აზრით, საოცარია ბუნება, რომელიც ტყუილ-უბრალოდ არათერს არ აკეთებს. მხოლოდ ადამიანს შეუძლია მეტყველება, სხვა არსებებს კი არა, ტანჯვის და სიამოვნების უნარი ცხოველებსაც კი გააჩნიათ, ხოლო მათი ბუნების განვითარებამ იმ დონემდე მიაღწია, რომ ისინი სრულად განიცდიან ტანჯვასა და სიამოვნებას, რასაც ისინი მიანიშნებენ ერთმანეთს, ხოლო სიტყვა ნათელყოფს სამართლიანსა და უსამართლოს, საზიანოსა და სასარგებლოს, სხვა ცხოველებისაგან განსხვავებით, ეს ადამიანისთვის არის დამახასიათებელი, მხოლოდ მას აქვს შეგრძნება სიკეთისა და ბოროტების, სამართლიანობის და სხვა შეგრძნებები, რაც საბოლოოდ მთლიანობაში წარმოადგენს ოჯახისა და სახელმწიფოს საფუძველს.

პირველად ვინც შემოიღო სახელმწიფოებრივი კავშირი, მან ადამიანებს ამით ძალიან დიდი სიკეთე გაუკეთა, რადგან თითოეული ადამიანი მიისწრაფვის სახელმწიფოებრივი ურთიერთობებისაკენ. ადამიანი ცოცხალ არსებათა შორის საუკეთესოა და თუ მას ჩამოვაშორებთ კანონებსა და სამართალს, ყველაზე მდაბალი არსება იქნება. ადამიანის იარაღს წარმოადგენს გონიერება და ზნეობა, რომელიც შესაძლოა სანინააღმდეგო მიზნებისთვისაც იქნას გამოყენებული, რაც ყოველად მიუღებელია, უზნეო და უსამართლოა, ხოლო რაც შეეხება სამართლიანობას, ის თავის მხრივ სახელმწიფოებრივი მოვლენაა, რომელსაც გააჩნია მონესრიგებული სახელმწიფოებრივ ურთიერთობათა საშუალებები და მექანიზმები.

სიტყვა მართვის არაერთი განმარტება არსებობს, თუმცა ჩვენ მათგან რამდენიმეს განვიხილავთ. ზოგიერთი ავტორის აზრით, სიტყვა მართვა, როგორც წესი, ნიშნავს კონკრეტული პირის მიერ გაცემულ მიმართულებას, ხელმძღვანელობას და განკარგულებას. მართვა ეს არის შეგნებული, მიზანმიმართული პროცესი, რომლის

ამოსავალ პრინციპსაც წარმოადგენს კონკრეტული მიზნის არსებობა, რომლის მიღწევისკენაა ის მიმართული, მართვა ეს არის მსუბუქი ზემოქმედებით მძლავრი ეფექტის მიღწევა. სახელმწიფო მართვის მიზანია საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედება, ის როგორც სახელმწიფოს „ცენტრალური ტვინი“ აძლევს ბრძანებებს, ანუ სახელმწიფო მართავს, სახელმწიფოს ყურადღების ცენტრში უპირველესად იმყოფება სახალხო საქმეთა გადანყვეტა, საზოგადოების ინტერესების გათვალისწინება და მათ შესაბამისი გადანყვეტილებების მიღება. სახელმწიფო მმართველობა მოიცავს ხელისუფლების სამივე შტოს - აღმასრულებელ, საკანონმდებლო და სასამართლო ხელისუფლებას, ეს არის ჯგუფური ძალისხმევა საზოგადოებრივი სტრუქტურის ჩამოყალიბების მიზნით და საბოლოოდ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ სახელმწიფო მართვა მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს სახელმწიფო პოლიტიკის ჩამოყალიბებაზე.

მართვა გულისხმობს ისეთი გადანყვეტილებების მიღებას, რომლის პროცესშიც აქტიურად არის ჩართული სახელმწიფო სტრუქტურები და საზოგადოება, ანუ ერთობლივად ხორციელდება ამა თუ იმ საკითხზე გადანყვეტილებების მიღება. თანამედროვე გაგებით მართვა, ეს არის მეცნიერება, რომელიც გვასწავლის თუ როგორ უნდა გადააქციო ქაოტური, ინდივიდუალური და თვითმყოფადი ელემენტები ორგანიზებულ პროცესად და გამოიყენო ის შენი მიზნების განსახორციელებლად. მიზანი ყოველთვის არ არის იდეალური, თუმცა მართვის ხელოვნება თავის თავში აუცილებლად მოიცავს იდეალურ გზებს მიზნის მიღწევისათვის. მართვა ხელოვნებაა, თეორიების პრაქტიკაში განხორციელებისათვის. მართვა, ეს არის ის, რაც ლიდერს აძლევს საშუალებას წარუძღვეს სხვებს და წაიყვანოს ისინი, მისთვის სასურველი მიმართულებით.

„საბოლოოდ, მართვა, ეს არის თანდაყოლილი უნარი, ხასიათის თავისებურებათა ნაკრები, რომელიც ან გაქვს ან არ გაქვს. ამ უნარის შეძენა პრაქტიკულად შეუძლებელია, ის შეიძლება მხოლოდ განავითარო. ხელოვნება და მეცნიერება ხომ სწორედ განვითარებაშია“ (<http://4p.com.ge/>).

მმართველს გააჩნია უნიკალური უნარი: ის აჩენს და ავითარებს მოტივაციას, რომლის ძალითაც, ადამიანები დაუღალავად მიისწრაფვიან დასახული მიზნის მისაღწევად და ამ მიზანს აიგივებენ პირად მიზნებთან. პირადი მიზნის მიღწევისათვის

თუ ადამიანი თავდაუზოგავად იშრომებს, შეუძლებელს შეძლებს. მთავარია შთააგონო, რომ შენი მიზანი მისი მიზანია, შენი წარმატება მისი წარმატებაა, შენ და ის ერთნი ხართ. „ამრიგად, სახელმწიფო მართვა არის მეცნიერების დამოუკიდებელი დარგი, უფრო ზუსტად - დისციპლინათაშორისი სფერო, რომელიც სერიოზულ შესწავლასა და ათვისებას მოითხოვს. უფრო სწორი იქნება, თუ ამ დარგს ვუნოდებთ „მმართველობით აზროვნებას“, რომელიც თავის თავში აერთიანებს მეცნიერებას, გამოცდილებას, მმართველობით ხელოვნებას. მმართველობითი აზროვნებაზე გავლენას ახდენს მეცნიერების მიღწევები და მენეჯერული მეცნიერების ერთ-ერთი ამოცანა სწორედ ის არის, რომ ეფექტიანად გამოიყენოს ეს მიღწევები, რათა გადაიჭრას მთავარი პრობლემა – მიღებულ იქნას სასურველი შედეგები მრავალი ადამიანის შეთანხმებული მოქმედებით, ადამიანებისა, რომლებიც ქმნიან პროდუქციას, ახორციელებენ მომსახურებას და ამ პროცესში მრავალფეროვან რესურსებს იყენებენ, როგორც ბიზნესისა და ეკონომიკის, ისე პოლიტიკური პროცესების მართვაში“ (ბალათურია გ., ბალათურია ო., 2009: 47).

ჩვენი აზრით, სახელმწიფოს პრეზიდენტი, მმართველი ორგანოების წარმომადგენლები, მთელი თავისი არსებით უნდა ცდილობდნენ საზოგადოებისთვის რაც შეიძლება დიდი სიკეთის მოტანას, რისი მიღწევაც შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ კი ქვეყანაში იქნება იმის შესაძლებლობა, რომ მოქალაქეებთან ხელისუფლებამ დაამყაროს უკუკავშირი, გაიგოს მათი გულისტკივილი და განახორციელოს შესაბამისი ღონისძიებები, თუმცა დღევანდელ რეალობაში სამწუხაროდ ასეთს აღვილი არ აქვს.

2.2. ვმართო თუ ვმართოთ

„სისულელეა იმის თქმა, რომ კარგ მასწავლებელთა გარეშე ... სახელმწიფოს მეთაურობა, რაც ყოველ საქმეზე უდიდესია, ადამიანს თავისთავად მოსდის“

სოკრატე

ვისაუბრეთ სახელმწიფოზე, განვმარტეთ თუ რას ნიშნავს ტერმინი - მართვა, ახლა კი ძალიან საინტერესოა გავიგოთ რა მოიაზრება სახელმწიფოს ფორმის ცნებაში, სახელმწიფოს მმართველობისა და სახელმწიფოს წყობილობის ფორმაში. დავინყოთ იქედან, რომ სახელმწიფო ფორმის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია სახელმწიფოს

მმართველობის და სახელმწიფო წყობილების ფორმაც, ახლა კი განვმარტოთ თუ რას ნიშნავს თითოეული მათგანი. სახელმწიფოს მმართველობის ფორმაში იგულისხმება სახელმწიფოს უმაღლესი ხელისუფლების შექმნის წესი და მისი სტრუქტურა, რომელიც გამოხატავს უზენაესი, სუვერენული ხელისუფლების ორგანიზაციის პრინციპებს სახელმწიფოში. რაც შეეხება სახელმწიფოს წყობილებას, მის ქვეშ იგულისხმება სახელმწიფოს ტერიტორიულ-პოლიტიკური სტრუქტურა და სახელმწიფოს შემადგენელი ნაწილების სამართლებრივი სტატუსი, ამასთან არსებობს სახელმწიფოს წყობილების ორი ფორმა უნიტარული და ფედერაციული, ხოლო მმართველობის ფორმის მიხედვით სახელმწიფოები იყოფიან: ავტოკრატიად, არისტოკრატიად, დემოკრატიად, დიქტატურად, თეოკრატიად, მერიტოკრატიად, მონარქიად, ტირანიად, აბსოლუტურ მონარქიად, დუალისტურ მონარქიად, კონსტიტუციურ მონარქიად, პლუტოკრატიად, რესპუბლიკად, დუალისტურ ანუ შერეულ რესპუბლიკად, კონსტიტუციურ რესპუბლიკად, საპარლამენტო რესპუბლიკად, საპრეზიდენტო რესპუბლიკად, ნახევრადსაპრეზიდენტო რესპუბლიკად, სოციალისტურ რესპუბლიკად, კაპიტალისტურ რესპუბლიკად, ტექნოკრატიად და ოლიგარქიად. ჩვენ კი შევეცდებით მათგან განვიხილოთ რამოდენიმე, თუმცა ისიც უნდა აღვნიშნოთ, რომ სახელმწიფოს მმართველობის ფორმის განმარტებაში უპირველესი ადგილი უჭირავს არისტოტელეს. ის იკვლევდა საუკეთესო სახელმწიფოებრივ გაერთიანებას, რომელიც თითოეულ ადამიანს მისცემდა საშუალებას, რომ ეცხოვრათ ისე, როგორც თავად მოისურვებდათ. ამასთან, ის იკვლევდა სხვა სახელმწიფოების მმართველობის ფორმებსაც, რათა აეთვისებინა ყოველივე ის, რაც მათში სასარგებლო იყო.

სახელმწიფო შედგება მრავალი ნაწილისაგან. ერთ-ერთი მათგანი კი არის მოქალაქე. ამიტომ აუცილებელია მისი განმარტება. არისტოტელეს აზრით, მოქალაქე არ შეიძლება იყოს ყველა სუბიექტი, მაგ: ადამიანი, რომელიც გარკვეული უფლებით ცხოვრობს სახელმწიფოში, არც ისინი ვინც მონაწილეობს სასამართლო პროცესში (მოსარჩელე, მოპასუხე, ბრალდებული, ბრალმდებელი), არამედ ისინი ვინც ჩართულნი არიან სასამართლო, აღმასრულებელ თუ საკანონმდებლო ხელისუფლების მმართველობაში, ანუ ის პირები ვინც მონაწილეობენ სახელმწიფოს მართვაში. თანამედროვე გაგებით კი, მოქალაქე არის პირი, რომელიც პოლიტიკურ-სამართლებრივ ურთიერთობაშია სახელმწიფოსთან, განურჩევლად რასისა, ეთნიკური

წარმოშობისა, სქესისა ან რელიგიური კუთვნილებისა. მოქალაქეობის ცნება უძველესი დროიდან გვხვდება, რამდენადაც უძველესი დროიდან არსებობდა ქალაქი-სახელმწიფოები. „მოქალაქეობაც სწორედ სახელმწიფოსთანაა დაკავშირებული. ლათინურად მოქალაქეს ეწოდება „ცივის“, ხოლო მოქალაქეობას „ცივიტას“ (აქედან წარმოდგება „ცივილური სამართალიც“) (ბურდული, გოცირიძე, ერქვანია, ზოიძე, იზორია, კობახიძე, ლორია, მაჭარაძე, ტურავა, ფირცხალაშვილი, ფუტკარაძე ქანთარია, წერეთელი და ჯორბენაძე, 2013: 32).

განვსაზღვრეთ რა სახელმწიფოს არსი, მასში შემავალი სუბიექტის-მოქალაქის მნიშვნელობა და ახლა უნდა განვსაზღვროთ რომელი სახელმწიფოებრივი ფორმა არის მისაღები ჩვენთვის, ანუ - ვმართო თუ ვმართოთ?!

სოკრატეს მოსაზრებით საუკეთესო სახელმწიფოებრივ წეს-წყობილებას წარმოადგენს პოლიტეა, რომელიც შედგება შეიარაღებული მოქალაქეებისგან და შუალედია დემოკრატიული და ოლიგარქიული სახელმწიფოებისა. ზოგი ფილოსოფოსის შეხედულებით, უმჯობესია სახელმწიფოს სხვადასხვა ფორმების გაერთიანება და მათ საფუძველზე ახლის ჩამოყალიბება.

არისტოტელეს აზრით კი, სახელმწიფო და სახელმწიფოს მმართველობა ერთი და იმავე ცნებებია, თუმცა სახელმწიფოს მმართველობა ზემდგომია სახელმწიფოზე. არ აქვს მნიშვნელობა ვის ხელში იქნება ძალაუფლება ერთის თუ მრავალის, მთავარია ორივე შემთხვევაში სახელმწიფოს მიზანი საზოგადოებისათვის რაც შეიძლება დიდი სიკეთის, სარგებლობის მოტანა იყოს და რომელი სახელმწიფოებრივი მმართველობის ფორმაც შეძლებს ამ უზენაესი მიზნის მიღწევას, სწორედ ის იქნება სწორი მმართველობის ფორმაც, სხვა დანარჩენი კი მმართველობის დამახინჯებული ფორმა იქნება.

ნებისმიერი მონარქიული სახელმწიფო, რომელიც ზრუნავს საზოგადოების სარგებლობაზე, არისტოტელე ბაზილევს უწოდებს, ერთზე მეტის მმართველობას მაგრამ უმცირესობას - არისტოკრატიას, რადგან გამორჩეული ადამიანები ხელმძღვანელობენ, ხოლო როცა სახელმწიფოს უმრავლესობა ზრუნავს მოქალაქეების კეთილდღეობაზე - ასეთ სახელმწიფოს პოლიტეას უწოდებს. „გადახრები სახელმწიფოს ზემოთქმული ფორმებიდან შემდეგია მონარქიიდან წარმოიშვა ტირანია, არისტოკრატიიდან - ოლიგარქია, პოლიტეადან - დემოკრატია.

ტირანია იგივე მონარქიაა, რომელიც ემსახურება მხოლოდ ერთი მმართველის სარგებლობას, ოლიგარქია ემსახურება მდიდრებს, დემოკრატია კი - ღარიბების ინტერესებს, მაგრამ საერთო სარგებლობაზე არც ერთი ამ თეორმათაგანი არ ზრუნავს“ (კუკავა, 1195: 76).

უფრო ვრცლად ვიმსჯელოთ არისტოტელეს მიერ განხილულ მმართველობის ფორმებზე. ტირანია, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ იგივე მონარქიაა, დემოკრატია ნიშნავს ღარიბების მმართველობას, არისტოკრატია კი მდიდრების მმართველობას, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ სახელმწიფოში უმრავლესობას ღარიბები შეადგენენ, მდიდრები კი უმცირესობას წარმოადგენენ. სწორედ ამით განსხვავდება არისტოკრატია დემოკრატიისაგან.

„ძნელი გადასაწყვეტია, აგრეთვე კითხვა იმის შესახებ, თუ ვის უნდა ეკუთვნოდეს სახელმწიფოში უმაღლესი ხელისუფლება: ხალხს, მდიდრებს, პატიოსან ადამიანებს, ყველაზე ღირსეულს, თუ ტირანს? ყველა ამ კითხვას თან ახლავს სიძნელე. რატომ? განა უსამართლობა არ იქნებოდა, თუ ღარიბები, რომლებიც მრავალრიცხოვანნი არიან, გაინაწილებდნენ მდიდრების ქონებას? იტყვიან - „დიახ, ეს სწორია რადგან ასე გადაწყვიტა უმაღლესმა ხელისუფლებამ“, მაგრამ მაშინ რაღა იქნება უკიდურესი უსამართლობა? შემდეგ, თუ უმრავლესობა ყოველივეს მიიღებს და შემდეგ დაიწყებს უმცირესობის ქონების განაწილებას, ცხადია, ეს დალუპავს სახელმწიფოს. მაგრამ სათნოება არ ღუპავს სათნო ადამიანს, არც სამართლიანობა ღუპავს სახელმწიფოს, მაშასადამე, ეს კანონი არაა სამართლიანი“ (კუკავა, 1995: 81).

არისტოტელეს აზრით, უმჯობესია სახელმწიფო პატივცემულმა ადამიანებმა მართონ, ამით გამოდის რომ დანარჩენი საზოგადოება მისთვის არ არის პატივსაცემი, ან ერთმა ადამიანმა მართოს, რომელიც ყველაზე ღირსეულია სახელმწიფოში. საზოგადოებამ სწორი არჩევანი უნდა გააკეთოს, ყველამ თავისი საქმე უნდა აკეთოს, არ შეიძლება ხელოსანი კარგი მმართველი იყოს, ან ღურგალი - შესაძლებელია კარგიც იყოს, მაგრამ არისტოტელესთვის ეს ყოველივე მიუღებელია. პლატონი, მაგალითად, მიიჩნევდა, რომ სახელმწიფო ფილოსოფოსებმა უნდა მართონ.

არისტოტელე, მსჯელობდა აგრეთვე იმ საკითხზე, რომ თუ კი სახელმწიფოს მმართველი მონარქი უნდა იყოს - ეს მემკვიდრეობის უფლებით უნდა გადაცემულიყო თაობიდან თაობაზე, თუ საზოგადოებას არჩევნების გზით მიეღო გადაწყვეტილება

მისთვის მისაღები კანდიდატის შესახებ, რომლის შემთხვევაში იქნებოდა შესაძლებელი საზოგადოებისათვის აბსოლუტური სიკეთის მოტანა?! თუ ზოგ სახელმწიფოში ჯობია მემკვიდრეობის გზით სახელმწიფოს მართვა, ზოგში კი არჩევნების გზით - ეს კი გულისხმობდა კანონებით მართვას, არისტოტელეს მოყავდა ასეთი მაგალითი, ეგვიპტეში ექიმს ოთხი დღის შემდგომ შეეძლო გადაეხვია კანონისათვის, მაშ რაღა აზრი აქვს ასეთი კანონის არსებობას, ხომ არ სჯობს ერთმა პიროვნებამ მართოს სახელმწიფო, რომელიც დაჯილდოებული იქნება განსაკუთრებული ნიშან-თვისებებით და, რომელიც კონკრეტულ შემთხვევაში საკუთარი შეხედულებისამებრ მიიღებს გადაწყვეტილებას და არა კანონის საფუძველზე?! ცხადია, რომ სახელმწიფოები, რომლებიც მოქმედებენ მხოლოდ დანერჩილი კანონებით არ არიან საუკეთესო სახელმწიფოები და არც ისინი ვინც საკუთარი შეხედულებისამებრ ხელმძღვანელობენ. ერთი ადამიანი შეიძლება შეცდეს გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, მაგრამ საზოგადოების შემთხვევაში ამის ალბათობა ნაკლებია. ერთ ადამიანს შეიძლება დაეუფლოს სიბრაზე, რამაც იმოქმედოს გადაწყვეტილების მიღებაზე, მაგრამ მრავალ ადამიანს არ შეიძლება ერთდროულად მოუვიდეს სიბრაზე და კანონების საწინააღმდეგო გადაწყვეტილება მიიღოს. მონარქის შემთხვევაში არისტოტელე სვავს ასეთ კითხვას: მონარქის გარდაცვალების შემთხვევაში ვინ უნდა დაიკავოს სამეფო ტახტი? მისმა შვილმა?! მაგრამ ვართ კი დაზღვეული მის გონიერებაში, სიკეთეში, რამდენად შესწევს უნარი სახელმწიფოს მართვის, ვფიქრობთ, რომ ეს მეფის უფლება უნდა იყოს ვის აირჩევს მემკვიდრედ და არა ვალდებულება.

ვფიქრობთ, თუ კი რომელიმე სახელმწიფო ჩათვლის, რომ მმართველობის საუკეთესო ფორმა მონარქიაა, მაშინ არჩევანი უნდა შეაჩეროს კონსტიტუციურ მონარქიზე, ვინაიდან არ შეიძლება მემკვიდრეობითი მონარქიის შემთხვევაში მონარქის შთამომავლი ყველა პირი განათლებული აღმოჩნდეს, რომელიც შემდგომ შეძლებს სახელმწიფოს მართვას.

არ შეიძლება სახელმწიფოში ერთი ადამიანი, ერთი გვარის წარმომადგენელი იყოს ყველაზე ძლიერი, განსწავლული და ყველა მოქალაქეზე ზემდგომი, როცა თვით სახელმწიფო თანასწორი მოქალაქეებისაგან შედგება, რომელთაც უნდა ჰქონდეთ თანაბარი უფლებები და ვალდებულებები, არ იქნება მიზანშეწონილი რომ სახელმწიფოს ერთი მართვადეს და დანარჩენი მოქალაქეები ემორჩილებოდეს მას, ეს

პროცესი მონაცვლეობით უნდა განხორციელდეს, აი ესაა სამართლიანი სახელმწიფოს პრინციპი, ამასთან არისტოტელე აღნიშნავს, რომ სახელმწიფოში კანონი უნდა ბატონობდეს და არა რომელიმე მოქალაქე, თუ გამოჩნდება ისეთი ადამიანი ვინც იტყვის რომ არ შეიძლება ყველაფერი კანონმა გადანყვიტოს, მაშინ მითუმეტეს ვერ შეიძლება ამას ერთი ადამიანი, სახელმწიფოს უნდა მართავდეს ღმერთი და კანონები.

რაც შეეხება აბსოლუტურ მონარქიას, აქ სახელმწიფოს მეთაურს უკუთვნის ყველა უფლებამოსილება საკანონმდებლო, აღმასრულებელ თუ სასამართლო ხელისუფლებაში, ასეთ სახელმწიფოებში როგორც წესი კონსტიტუცია არ მოქმედებს, მაგალითად ომანი, არაბეთის გაერთიანებული საემიროები, საუდის არაბეთი და სხვა. აბსოლუტური მონარქია, როგორც წესი მიუღებელი მმართველობის ფორმაა განვითარებული სახელმწიფოებისთვის და სწორად აღნიშნავს ლორდ ექტონი „ძალაუფლება რყვნის, აბსოლუტური ძალაუფლება კი აბსოლუტურად რყვნის“, რაც შეეხება კონსტიტუციურ მონარქიას, აქ სახელმწიფოს მეთაურის უფლებამოსილებები შემზღვეულია ქვეყნის კონსტიტუციით. მონარქის ყველაზე გავრცელებული ფორმაა პარლამენტური მონარქია, სადაც კანონებს იღებს როგორც წესი პარლამენტი და მონარქს უფლება არ აქვს უარი თქვას მის დამტკიცებაზე, მთავრობა პასუხისმგებელია პარლამენტის წინაშე, ხოლო მონარქი ყველა სახელმწიფო ფუნქციას ასრულებს მთავრობის რეკომენდაციით, ასეთი ქვეყნების კატეგორიას მიეკუთვნება: ბელგია, დანია, დიდი ბრიტანეთი, ესტონეთი, ნიდერლანდები, ნორვეგია, შვედეთი, იაპონია და სხვ.

აქედან შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ არისტოტელესათვის მონარქია არ იყო მმართველობის საუკეთესო ფორმა, მითუმეტეს აბსოლუტური მონარქია. საინტერესოა სხვადასხვა ქვეყნებში როგორ მოიხსენიებენ მონარქს: დიდ ბრიტანეთში, ესპანეთში, დანიაში და სხვაგან მონარქს მეფეს უწოდებენ, მაღალიზიაში და ომანში - სულთანს, ემირად - ქუვეითში, თავადად - ლიხტენშტეინში, იმპერატორად - იაპონიაში.

იბადება კითხვა, თუ ვის შეუძლია მართოს სახელმწიფო უმეცლოდ, - კარგ ადამიანებს? თუ უმრავლესობას? არისტოტელეს აზრით, უკეთ მართვა უმრავლესობას ძალუძს, თუმცა მოყავს საწინააღმდეგო მოსაზრებას, რომლის მიხედვითაც, მასაც შეუძლია აჯანყება, რასაც ვერ ვიტყვით მცირე და კარგ ადამიანებზე, ერთის მმართველობის შემთხვევაში მაღალია ალბათობა იმისა, რომ ის კარგი იქნება, ვიდრე

მრავლის. არისტოტელე დასძენს, რომ ალბათ სამეფო ქალაქებისთვის არისტოკრატია იქნებოდა მისაღები.

ზემოთ აღვნიშნეთ, რომ ხომ არ სჯობს ერთი ადამიანის ნაცვლად, ორი გონიერი და განსწავლული ადამიანი მართავდეს სახელმწიფოს?!

არისტოტელე, თავის ნაშრომში საუბრობს ერთ-ერთ მის წინამორბედზე, რომლის აზრითაც დემოკრატია არის მმართველობის ყველაზე უარესი ფორმა სხვა მმართველობის ფორმებთან შედარებით, თუ კი მათ საუკეთესო მდგომარეობაში განვიხილავთ, თუ - პირიქით ცუდ მდგომარეობაში, მაშინ დემოკრატია იქნება ყველაზე მისაღები, საუკეთესო მმართველობის ფორმა სახელმწიფოში.

რაც შეეხება პოლიტიკას, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ის არის ოლიგარქიისა და დემოკრატიის ნაზავი, იმ სახელმწიფოს, რომელიც უფრო დემოკრატიისაკენ ილტვის საზოგადოება პოლიტიკას უწოდებს, ხოლო ის საზოგადოება, რომელიც - ოლიგარქიისკენ არისტოკრატიას, რადგან აქ ძირითადად აქცენტი გადატანილია სწავლა-განათლებაზე და სიმდიდრეზე.

„თეოკრატია მმართველობის ისეთ ფორმას უწოდებენ, რომელშიც სახელმწიფო ხელისუფლებას ახორციელებს სამღვდელთა, ღმერთის სახელით. ასეთ სახელმწიფოში უმაღლესი ხელისუფლება ემყარება ერთ ან რამდენიმე რელიგიურ დოქტრინას და მმართველობა ხორციელდება რელიგიური პრინციპების მიხედვით. დღესდღეობით, თეოკრატიული მმართველობაა ვატიკანში, რომელსაც მართავს რომის პაპი“ (<https://www.civiceducation.ge/ka/lessons/2-19>).

რაც შეეხება მმართველობის რესპუბლიკურ ფორმას, ის ძირითადად ორი სახისაა: საპრეზიდენტო რესპუბლიკა და საპარლამენტო რესპუბლიკა, აღსანიშნავია, რომ საპარლამენტო რესპუბლიკა მონარქიულ ინგლისში დაიბადა. საინტერესოა რა განსხვავებაა მათ შორის. პირველი საპრეზიდენტო რესპუბლიკის დროს პრეზიდენტს აკისრია წამყვანი როლი სახელმწიფოში, რაც გულისხმობს იმას, რომ ის არის ქვეყნის მეთაურიც და მთავარსარდალიც, ქვეყნის პრეზიდენტი აირჩევა პარლამენტისგან დამოუკიდებლად, პირდაპირი, თანასწორი, საყოველთაო არჩევნების გზით, როგორც ეს საფრანგეთშია, პრეზიდენტი აყალიბებს მთავრობას არაპარლამენტური გზით, ხოლო საპარლამენტო რესპუბლიკაში პრეზიდენტს არ აქვს ასეთი უფლებამოსილებები, აქ მთავრობას აყალიბებს პარლამენტი, თუმცა პრეზიდენტი

ფორმალურად ნიშნავს პრემიერ- მინისტრს, რომელიც შემდგომ თავად აყალიბებს პარლამენტის და არა პრეზიდენტის წინაშე ანგარიშვალდებულ მთავრობას, როგორც ეს არის ინდოეთში, იტალიაში და გერმანიაში. საპარლამენტო რესპუბლიკაში პარლამენტი ირჩევს მთავრობის შემადგენლობას და სწორედ მას შეუძლია მისი დათხოვნაც, ასევე მთავრობას აქვს საკანონმდებლო ინიციატივის და ნაწილობრივ აბსოლუტური ვეტოს უფლება გამოსაცემ კანონებზე, აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ არსებობს შერეული მმართველობის ფორმის სახელმწიფოებიც, რომლებსაც ერთროულად აქვთ საპრეზიდენტო და საპარლამენტო რესპუბლიკის ნიშნები, მაგალითად საფრანგეთი, სადაც პრემიერ-მინისტრს ნიშნავს პრეზიდენტი, ხოლო პარლამენტი არ მონაწილეობს მთავრობის ფორმირებაში, პრეზიდენტს შეუძლია პარლამენტის გვერდის ავლით რეფერენდუმის გზით მიიღოს მისთვის სასურველი კანონი, რაც ნიშნავს იმას, რომ ასეთი ტიპის სახელმწიფოები უფრო საპრეზიდენტო რესპუბლიკისკენ იხრებიან, თანამედროვე გაგებით ასეთ მმართველობას ნახევრადსაპრეზიდენტო რესპუბლიკას უწოდებენ.

„დემოკრატიული სახელმწიფოს გაგება განუყოფლად არის დაკავშირებული კონსტიტუციური და სამართლებრივი სახელმწიფოს გაგებასთან. შეიძლება ისიც ითქვას, რომ გარკვეული აზრით სამივე ტერმინი სინონიმებად წარმოდგება, ვინაიდან დემოკრატიული სახელმწიფო ერთდროულად კონსტიტუციურსაც და სამართლებრივსაც ნიშნავს. სახელმწიფოს დემოკრატიულობაზე წარმოდგენას ისეთი კონსტიტუციური დანაწესები ქმნიან, როგორებიცაა: სახალხო სუვერენიტეტი, ხელისუფლების დანაწილება, ეკონომიკური, პოლიტიკური და იდეოლოგიური მრავალფეროვნება“ (მელქაძე, 2008: 84).

„დემოკრატიულ სახელმწიფოში მიღებულია უმრავლესობის ხელისუფლებისა და უმცირესობის უფლებების დაცვის კონცეფცია. ამ უკანასკნელთ აქვთ უფლება იყონ ოპოზიციაში, შექმნან თავისი პოლიტიკური პარტიები და არასამთავრობო გაერთიანებები, თავისუფლად გამოხატონ საკუთარი შეხედულებები, გააკრიტიკონ მთავრობა და სხვა სახელმწიფო ორგანოები, სახელმწიფო ორგანოებში აირჩიონ თავისი წარმომადგენლები. ზოგიერთ ქვეყანაში დადგენილია პარლამენტში თუ ცალკეულ პალატებში ოპოზიციის, ქალაქების, ეროვნული თუ სარწმუნოებრივი

უმცირესობების წარმომადგენლობის ფიქსირებული ნორმები (ირანი, იამაიკა, კანადა, ბანგლადეში და სხვ.)“ (მელქაძე, 2008: 85).

ქვეყანაში დემოკრატიულობის განმსაზღვრელ ერთ-ერთ ფაქტორს წარმოადგენს საზოგადოების მონაწილეობა არჩევნებში, რეფერენდუმში, პლებისციტში და სხვ., აგრეთვე სახელმწიფოში მრავალპარტიულობა, თვითმმართველობა, რომელთა უშუალოდ განხორციელების პროცესშიც მოქალაქეები მაქსიმალურად იქნებიან ჩართულნი.

დემოკრატიული სახელმწიფოს ხელისუფლება აბსოლუტურ ძალაუფლებას ხალხს ანიჭებს, რასაც ვერ ვიტყვით კონსტიტუციურ დემოკრატიაზე, რაზეც „კარლ ფრიდრიხი წერს: „დეფინიციის მიხედვით კონსტიტუციური ტიპის დემოკრატია ისეთი დემოკრატიაა, რომელიც „მთელ“ ძალაუფლებას უმრავლესობას არ ანიჭებს“ (მელქაძე, 2008: 86).

ჩვენ განვიხილეთ ზემოთ წარმოდგენილი მმართველობის ფორმებიდან უმრავლესობა, თუმცა საინტერესოა რა ინვესს ასეთი სიმრავლით მმართველობის ფორმების ჩამოყალიბებას?! დღეს, თანამედროვე მსოფლიოში დაახლოებით ორასამდე სახელმწიფოა, რომელშიც მცხოვრები ადამიანები ერთმანეთისგან განსხვავდებიან ტრადიციებით, კულტურის დონით, რელიგიური შეხედულებებით, საზოგადოების განვითარების დონით, სამართლებრივი თვითშეგნებით, საზოგადოების წინაშე მდგარი მიზნებით და ამოცანებით, დემოკრატიულობის ხარისხით, ადმინისტრაციულ-ტერიტორიული მოწყობის ფორმით, სახელმწიფოს ეკონომიკური მდგომარეობით, სწორედ ეს არის მიზეზი სხვადასხვა სახელმწიფოში სხვადასხვა მმართველობის ფორმების არსებობისა.

საქართველოს კონსტიტუციის ისტორიას საფუძველი ჩაეყარა 1921 წლის 21 თებერვალს, როცა პირველად მივიღეთ უპირატესი იურიდიული ძალის მქონე დოკუმენტი - კონსტუტუცია. მიუხედავად იმისა, რომ პირველი კონსტიტუცია რეალურად არ ამოქმედებულა, მასში იყო აღიარებული ისეთი უზენაესი ღირებულებები როგორცაა: ტრადიციები, კულტურა, ქართველი ერის მრავალსაუკუნოვანი ისტორია და ა.შ., ახალი კონსტიტუცია მიღებულ იქნა 1922 წელს, შემდგომ 1927, 1937 და 1978 წელს, რაც საბოლოოდ გახდა 1995 წლის 24 აგვისტოს კონსტიტუციის მიღების საფუძველი. როგორც წესი, პიროვნება კონსტიტუციის უმაღლესი ფასეულობაა,

რომლის უკეთესი მომავლისკენ და უფლებების დაცვისკენაა მიმართული სახელმწიფოში არსებული ყველა საკანონმდებლო თუ კანონქვემდებარე აქტი, დღესაც მოქმედებს მსგავსი შინაარსის შემცველი დოკუმენტი - 1995 წლის 24 აგვისტოს კონსტიტუცია ცვლილებებითა და დამატებებით.

საქართველოს სახელმწიფოებრივი ფორმების განვითარების თვალსაზრისით არ აქვს დიდი ისტორია, თითქმის XX საუკუნემდე საქართველო იყო მონარქიული სახელმწიფო, თუმცა უნდა აღვნიშნოთ ისიც, რომ კონსტიტუციური მონარქიის შექმნის მცდელობას XII საუკუნეშიც ქონდა ადგილი, უშუალოდ თამარ მეფის მმართველობის დროს, როცა ყუთლუ ასლანმა განიზრახა კარავის შემოტანა, რაც ფაქტობრივად გულისხმობდა მეფის უფლებების შეზღუდვას, ასევე XIX საუკუნეში სოლომ დოდაშვილის და ოქროპირ ბატონიშვილის იდეით უნდა ჩამოყალიბებულიყო ისეთი მმართველობის ფორმა, რომელიც რესპუბლიკის მსგავსი იქნებოდა, თუმცა ორივე მცდელობამ უშედეგოდ ჩაიარა. 1991 წლიდან მოყოლებული 2013 წლამდე საქართველო საპრეზიდენტო რესპუბლიკა იყო, ხოლო 2013 წლიდან დღემდე საპარლამენტო რესპუბლიკა, მიუხედავად იმისა რომ საპარლამენტო რესპუბლიკისთვის დამახასიათებელია პრეზიდენტის არაპირდაპირი გზით არჩევა, ჩვენს შემთხვევაში ასეთს ადგილი დღემდე არ ჰქონია, ეს იმიტომ რომ საპარლამენტო რესპუბლიკა დამკვიდრების სტადიაზე და საზოგადოებას ეტაპობრივად სჭირდება ცვლილებები და არა ერთიანად, ჩვენი ქვეყნის მსგავსად ასეთ კატეგორიას მიეკუთვნება ავსტრია და ბულგარეთი, რომელიც საპარლამენტო რესპუბლიკაა და პირდაპირი წესით აირჩევა ქვეყნის პრეზიდენტი.

ძალიან რთულია საუბარი საქართველოზე, თუ რომელია ჩვენთვის იდეალური მმართველობის ფორმა: ქვეყანა უნდა მართოს მეფემ, პრეზიდენტმა, თუ პრემიერმა?! შევეცდებით ჩვენი მოსაზრება ნათლად წარმოვადგინოთ. დასაწყისშივე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ჩვენი სახელმწიფო აღმშენებლობის პროცესშია, რაც იმას გულისხმობს, რომ ნებისმიერი სფერო არსებითი ცვლილებების განხორციელებას მოითხოვს, მნიშვნელოვანია ამ კუთხით გავითვალისწინოთ სხვა განვითარებული, დემოკრატიული სახელმწიფოების გამოცდილება და მხოლოდ საკუთარი დაშვებული შეცდომების მაგალითზე არ შევეცადოთ ქვეყნის აღმშენებლობას. მაგალითად, ამერიკის შეერთებული შტატები, რომლის მოსახლეობაც შეადგენს 264 მილიონს,

რითიც მსოფლიოს წამყვან ქვეყნებს შორის მესამე ადგილს იჭერს, ხოლო ნაწარმი პროდუქციის წარმოების თვალსაზრისით პირველი ადგილი უჭირავს და კონსტიტუცია, რომელიც ძალაში შევიდა 1789 წელს ორი ათწლეულის მანძილზე მხოლოდ 27 შესწორება შეტანილი და ისიც საკმაოდ რთული პროცედურული ფორმით, სწორედ ეს უნდა გაითვალისწინოს საქართველოს საკანონმდებლო ხელისუფლებამ, რომ არ არის მომგებიანი ასეთი სიხშირით საკანონმდებლო ცვლილებების განხორციელება, რადგან ყოველივე ეს უარყოფითად აისახება ქვეყნის მოსახლეობაზე, ჯერ უნდა შევისწავლოთ მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა, სამართლებრივი მართლშეგნების დონე და მხოლოდ ამის შემდგომ შევიმუშაოთ კანონები და არა ისე, როგორც დღეს ხდება.

თუ კი ჩვენ ვიტყვით, რომ საქართველოსთვის მმართველობის იდეალური ფორმა მონარქიაა და ჩვენს პოზიციას გავამყარებთ საქართველოს დიდებული ისტორიული წარსულით - დავით აღმაშენებლის; თამარ მეფის; ვახტანგ გორგასლის; დემეტრე თავდადებულის; გიორგი მე-V-ის და სხვა მეფეთა მეფობის ეპოქით, როდესაც ჩვენი სახელმწიფო მართლაც ბრწყინვალეების ზენიტში იყო, ამასთან, თუ გავიხსენებთ თამარ მეფის მმართველობის პერიოდს ის იმით გამოირჩეოდა, რომ თამარ მეფე თავისი მოღვაწეობის ეპოქაში გასცდა სახელმწიფოს ფარგლებს (მანამდე ეს ვერც ერთმა მეფემ ვერ შეძლო) და სხვა ქვეყანაში შეძლო ძალაუფლების მოპოვება, ზუსტად მაშინ შეიძლება გვეთქვას, რომ მმართველობის საუკეთესო ფორმა მონარქიაა, თუმცა, ვფიქრობთ, რომ დღეს, XXI საუკუნეში მმართველობის აღნიშნული ფორმა მიუღებელია, ვინაიდან უამთა სვლამ გააჩინა ახალი მოთხოვნები, შეცვალა საზოგადოების ცნობიერება, განავითარა, ახალგაზრდა თაობა უფრო მეტად არის დამოუკიდებელი, იცის თავისუფლების ფასი და ამ თვალსაზრისით „ვმართო“ - ვფიქრობთ, გაუმართლებელი იქნება, ბუნებრივია ეს მხოლოდ ჩვენი მოსაზრება არ არის და ჩვენი სოციალური კვლევითაც მყარდება აღნიშნული პოზიცია, ამასთან მინდა აღვნიშნო, რომ არც ისე დიდი ხნის წინ იყო მცდელობა სამეფო ტახტის აღდგენის საკითხის განხილვისა, თუმცა რთულია იმის განსაზღვრა თუ ვინ უნდა დაიკავოს სამეფო ტახტი, ეს მემკვიდრეობით უნდა გადავიდეს თაობიდან თაობაზე, თუ არჩევის წესით უნდა განხორციელდეს, ამიტომ აღნიშნული მმართველობის ფორმა ამ ეტაპისთვის მიუღებელია.

სოციალური გამოკითხვებით დადასტურდა საზოგადოების ცალსახა დამოკიდებულება ერთპიროვნული მმართველობის ფორმისადმი, ამიტომ აღარ განვიხილავ ჩვენთვის მისაღები მმართველობის ფორმის, ისეთ დამახინჯებულ ფორმებს, როგორცაა ტირანია და ოლიგარქია, ხოლო რაც შეეხება ვმართოთ (ჩვენ), ვფიქრობთ განხილვას ექვემდებარება საპარლამენტო რესპუბლიკა, ვინაიდან საზოგადოება აქტიურადაა ჩართული სახელმწიფოს ხელისუფლების ფორმირებაში, ხალხი მართავს და არა ერთი კონკრეტული პიროვნება, სახელმწიფო ცენტრალიზირებულია, საკანონმდებლო, აღმასრულებელი და სასამართლო ხელისუფლების უფლებამოსილებები მკვეთრად გამიჯნულია, თუმცა ისიც უნდა აღვნიშნოთ, რომ საზოგადოების თვითშეგნების დონე იმდენად დაბალია, რომ ჯერ კიდევ დიდი დრო დასჭირდება აღნიშნული მმართველობის ფორმის საბოლოოდ დამკვიდრებას.

2.3. მართვის სტრატეგიები და მექანიზმები

„გეგმა - არაფერია, დაგეგმა - ყველაფერი“

სამართლებრივი, დემოკრატიული სახელმწიფოს განვითარებისათვის, სწორი სახელმწიფოებრივი პოლიტიკის გატარებისათვის, ეკონომიკური და პოლიტიკური პროცესების სწორი ორიენტაციისათვის აუცილებელია მართვის სტრატეგიული მეთოდის სწორად გამოყენება, ასევე, სახელმწიფოსათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან საკითხს წარმოადგენს მართვის თანამედროვე თეორიისა და პრაქტიკის შესწავლა, მათ საფუძველზე კი ახალი მეთოდებისა და მიდგომების განვითარება და რეალიზება.

ამასთან, სახელმწიფოში პოლიტიკოსების მხრიდან ნებისმიერი საქმიანობის წარმმართველი ძალა უნდა იყოს კანონის უზენაესობა და ის პრინციპები, რომელთა განხორციელების შემთხვევაშიც მივიღებთ ქვეყანაში საუკეთესო სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობას. სახელმწიფოს მართვის ხარისხი განისაზღვრება დასახული პოლიტიკური მიზნების შედარებით მიღწეულ შედეგებთან. სახელმწიფოს მართვის ხარისხის შესაფასებლად მთელი რიგი კრიტერიუმები გამოიყოფა, რასაც ადგილი აქვს გაეროში, სადაც შემუშავებულია ის სტრატეგიული მიდგომები, რითაც

განსაზღვრულია სახელმწიფოს მართვის ხარისხი, მაინც სახელმწიფოსთვის უმნიშვნელოვანეს ღირებულებას წარმოადგენს გადანაცვებების შედეგიანობა და ეფექტიანობა, რაც პირდაპირ გულისხმობს საზოგადოების მოლოდინის დაკმაყოფილებას.

საინტერესოა თუ რას ნიშნავს სიტყვა სტრატეგია: „ტერმინი სტრატეგოს (ბერძნულად) ნიშნავს სარდლის ხელოვნებას. ხოლო სტრატეგია (ბერძნულად) – ხელოვნება ან მეცნიერება იყო მხედართმთავარი. სტრატეგია – არმიის სწორად დაწყობა, ფორმირება, როდის დავინყოთ ბრძოლა, როდის გავმართოთ მოლაპარაკება ხალხთან, პოლიტიკოსებთან, დიპლომატებთან“ (ბალათურია, 2009: 31).

ჯერ კიდევ პირველყოფილი თემური წყობილების დროს ჩაისახა მართვის ძირითადი პრინციპები, როდესაც ადამიანები ნადირობიდან, თევზაობიდან გადავიდნენ მატერიალური ფასეულობების წარმოების ეკონომიკაზე, მის შემდეგ მოყოლებული დღემდე ხდება მართვის პრინციპების დახვეწა, ფორმაცია და დასაბუთება. სახელმწიფო მმართველობის ფორმალიზირებული პრინციპების განხორციელება III ათასწლეულიდან გვხვდება ძველ ეგვიპტეში, აღსანიშნავია, რომ ეგვიპტეში საკმაოდ ძლიერ იყო განვითარებული იმ დროს სახელმწიფოს მმართველობა და გამართულადაც ფუნქციონირებდა შესაბამისი სტრუქტურები. თუ გინდა წარმატებას მიაღწიო სწორად უნდა დაგეგმო, სწორედ ეს არის ეფექტიანი მართვის ერთ-ერთი აუცილებელი პირობა, არ აქვს მნიშვნელობა ეს იქნება სანარმო, ორგანიზაცია, სახელმწიფო სტრუქტურები, თუ სხვა.

სახელმწიფოს მხრიდან სწორი სტრატეგიული მექანიზმების გამოყენების ერთ-ერთ მაგალითად შეგვიძლია დავასახელოთ ეგვიპტის პირამიდები, ჩინეთის დიდი კედელი, ბაბილონის დაკიდული ბალები და სხვა.

საინტერესოა, რომ მართვის ცნება საზოგადოებისთვის ხშირად ასოცირდება ბიზნესის ცნებასთან, თუმცა ისინი რადიკალურად განსხვავებული ცნებებია, ამიტომ აუცილებელია მათი გამიჯვნა. ბიზნესი ძირითადად ორიენტირებულია მოგების მიღებაზე გარკვეული პროდუქციის რეალიზაციის გზით, ანუ ეს არის კომერციული საქმიანობა, რასაც ვერ ვიტყვით სახელმწიფო მართვაზე, რომელსაც ხშირად აიგივებენ მენეჯმენტთან. ბიზნესმენი, მენეჯერი და ადმინისტრატორი სხვადასხვა

ცნებებია, ბიზნესმენი არის ის ვინც კონკრეტული კაპიტალის მფლობელია, რომელიც განსაზღვრავს, თუ როგორ უნდა იფუნქციონიროს მისმა ორგანიზაციამ, შეიმუშავებს მართვის სტრატეგიებს, თუმცა ორგანიზაციაში მუდმივი თანამდებობა არ აქვს. სახელმწიფო მართვის სისტემაში ადმინისტრატორი არ არის პოლიტიკური ფიგურა, შესაბამისად ვერც პოლიტიკურ გადაწყვეტილებებს მიიღებს, არც სახელმწიფო მოხელე არ არის ადმინისტრატორი, მაგრამ ის ასრულებს კონკრეტული პოლიტიკური ხელმძღვანელობის მითითებებს.

„ჯ. ბონმა დასვა ასეთი შეკითხვა: „შეცვალა თუ არა სახელმწიფო მენეჯმენტმა (public management) სახელმწიფო მართვა (პუბლიც ადმინისტრაციონ)?“ (ბალათურია, 2009:14) „ო. ჰიუს განმარტებით, სახელმწიფო მართვა ფოკუსირებულია პროცესზე, პროცედურებსა და საკუთრებაზე, მაშინ როცა სახელმწიფო მენეჯმენტი ბევრად მეტს გულისხმობს“ (ბალათურია, 2009: 14).

„ადმინისტრაცია უფრო ვიწროა თავისი მნიშვნელობით, ვიდრე მენეჯმენტი და შესაბამისად ერთიდან მეორეზე გადასვლა თეორიასა და პრაქტიკაში ცვლილებების განხორციელებას გულისხმობს. ოქსფორდის ლექსიკონი ამგვარ დეფინიციას გვთავაზობს: - ადმინისტრაცია: „ადმინისტრირების აქტი - სხვათა საქმეების მართვა ან აღსრულების კონტროლი“; - მენეჯმენტი: „საქმეების წარმოება“, „კონტროლი საკუთარი ხელით“, „მოვალეობის შესრულება“; „სიტყვების ლათინური ძირებიდანაც ჩანს მათ შორის არსებული აშკარა სხვაობა: ადმინისტრაცია მომდინარეობს სიტყვიდან “მინორ”-“ ministrare” და ნიშნავს: “სამსახურსა და მმართველობას”, ხოლო მენეჯმენტი - სიტყვიდან “მანუს” და ნიშნავს: „საკუთარი ხელით კონტროლს“ (ბალათურია, 2009: 15).

„ამრიგად, მართვა სახელმწიფო მართვის შემთხვევაში პოლიტიკასთან ერთად წარმოადგენს მთავრობის მკაფიოდ გამოკვეთილ ფუნქციას: რეალურად განახორციელოს უკვე განსაზღვრული პოლიტიკური ღონისძიებები და ამასთანავე აღასრულოს სახელმწიფოს მიერ გამოხატული ნება. მართვა არავითარ შემთხვევაში არ გულისხმობს უბრალოდ აღმასრულებელი ხელისუფლების ფუნქციას, ე.ი. მთავრობის სისტემაში გარკვეული ძალაუფლების აღსრულებას, არამედ იგი წარმოადგენს სახელმწიფოს ნების განხორციელებასაც. გარკვეული თვალსაზრისით მოქმედების ეს არეალი ზოგ შემთხვევაში აჭარბებს მთავრობისთვის კანონით

მინიჭებულ უფლებამოსილებას,ზოგან კი - მასზე მცირეა. ამდენად, ტრადიციულ სამთავრობო ორგანოებში მმართველებს პირობითად შეიძლება ვუწოდოთ სახელმწიფო მენეჯერები, ხოლო მათ მიერ განხორციელებულ საქმიანობას - სახელმწიფო მენეჯმენტი. აქვე აღვნიშნოთ, რომ მენეჯმენტის ცნებას უკავშირდება აგრეთვე სიტყვა „ხელმძღვანელობა“. იმის გამო, რომ ამ სიტყვას უარყოფითი ასოციაციები ნაკლებად ახასიათებს, იგი არ ითვლება დამამცირებელ ტერმინად და ძირითადად გამოიყენება, როგორც იმიჯის შექმნის ძირითადი რესურსი. ამასთანავე, სახელმწიფო სექტორზე საუბრისას ეს სიტყვა არავითარ გაუგებრობას არ იწვევს“ (ბალათურია, 2009: 18,19).

სახელმწიფოს მართვისათვის მნიშვნელოვანია ქვეყანაში არსებული სოციალური, ეკონომიკური და პოლიტიკური მდგომარეობის შესწავლა, ვინაიდან თუკი შევისწავლით ქვეყანაში მოსახლეობის სოციალურ მდგომარეობას შევძლებთ ეკონომიკური მდგომარეობის გამოსწორებას, თუკი ეკონომიკური მდგომარეობა გამოსწორდება შესაძლებელი იქნება პოლიტიკური პროცესების სწორად წარმართვაც, რაც წარმატების უპირობო არსებობას გულისხმობს, თუმცა წარმატების საუკეთესო წინაპირობების არსებობის შემთხვევაშიც კი, თუ პრეზიდენტს არ ექნება თეორიულად ჩამოყალიბებული და პრაქტიკაში განხორციელებული მართვის მექანიზმები, სტრატეგიები და პრინციპები შეუძლებელი იქნება სახელმწიფოს საუკეთესოდ მართვა.

არსებობს სტრატეგიული მართვის სამი უმნიშვნელოვანესი პრინციპი: იერარქია, რაც გულისხმობს ზემდგომი თანამდებობის პირების მიერ ბრძანებების გაცემას და ქვემდგომის მორჩილებას; კულტურით, ტრადიციებით, მორალური და ზნეობრივი ნორმებით ზემოქმედებენ ადამიანებზე და ღებულობენ კიდევაც მათგან სასურველ ქცევას; ურთიერთშეთანხმებულობა ორგანიზაციის ხელმძღვანელსა და დაქვემდებარებულ პირებს შორის, ხოლო სახელმწიფო დონეზე სახელმწიფო სტრუქტურების ხელმძღვანელებსა და მოქალაქეებს შორის ურთიერთთანხმობა, რასაც დემოკრატის ვუწოდებთ .

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, სტრატეგია თავის მხრივ გულისხმობს განსახორციელებელი მოქმედების დაგეგმვას და შემდგომ მის განხორციელებას, რომელიც მნიშვნელოვნად ეხმარება ხელისუფლებას, სახელმწიფო მოხეელებს განსაზღვრონ სახელმწიფოში კონკრეტული მიმართულების, დარგის განვითარების

შესაძლებლობები, გაითვალისწინონ საზოგადოების მოთხოვნები და მსოფლიოში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების შესაბამისად დანერგონ მართვის სისტემაში ინოვაციური მექანიზმები.

რას გულისხმობს სტრატეგიული დაგეგმვა სახელმწიფოსთვის: პირველ რიგში ეს არის სახელმწიფოს მისიის და მიზნების განსაზღვრა; სახელმწიფოს ძლიერი და სუსტი მხარეების შეფასება; შესაძლებლობების და საფრთხეების ანალიზი და მხოლოდ მის საფუძველზე საუკეთესო გადაწყვეტილების მიღება ქვეყანაში არსებული გარემოს გაუმჯობესების მიზნით; სახელმწიფოს მხრიდან შესაბამისი სტრატეგიის შერჩევა და მათ შესრულებაზე მონიტორინგის განხორციელება. საუკეთესო გადაწყვეტილების მიღებისათვის უნდა გაითვალისწინოთ რამოდენიმე პირობა: ჯერ გაიაზრეთ თუ რა წარმოადგენს კონკრეტული საკითხის საერთო პრობლემას და ამის შემდგომ ჩაუღრმავდით დეტალებს; სანამ არ განიხილავთ ყველა შესაძლო ვარიანტს, მანამდე ნუ მიიღებთ გადაწყვეტილებას; ყოველთვის ეჭვი შეიტანეთ მისაღები გადაწყვეტილების სისწორეში; სხვადასხვა კუთხით განიხილეთ აღნიშნული პრობლემა; შეეცადეთ მოძებნოთ, გაიხსენოთ ანალოგიური პრობლემა და მის მსგავსად მიიღოთ გადაწყვეტილება; რაც შეიძლება ბევრი კითხვა დაუსვით საკუთარ თავს; არ დაკმაყოფილდეთ პირველივე გადაწყვეტილებით, რასაც მოიფიქრებთ; გააცანით თქვენი გადაწყვეტილება სხვას; შეეცადეთ ამ გადაწყვეტილების შესახებ ესაუბროთ სხვას, რათა უკეთ დარწმუნდეთ ამ გადაწყვეტილების მიზანშეწონილობაში.

სტრატეგიული დეგეგმვის აღნიშნული მექანიზმები მნიშვნელოვნად ეხმარება სახელმწიფო მოხელეებს პრობლემათა ეფექტიან მოგვარებაში, რასაც ეხმარება იუჯინ ბარდახის მიერ შემუშავებული შემდეგი საფეხურები :„1. პრობლემის განსაზღვრა, 2. არგუმენტების შეკრება, 3. ალტერნატივების კონსტრუირება, 4. კრიტერიუმების შერჩევა, 5. შედეგების პროგნოზირება, 6. არჩევანის პრობლემა -მოგვარების გზები, 7. გადაწყვეტილებათა მიღება, 8.სათქმელის გადმოცემა“(ბალათურია გ., ბალათურია ო., 2009: 102).

რაც შეეხება სახელმწიფოს სტრატეგიული განვითარების გეგმას, მისი უმნიშვნელოვანესი მისიაა მის წინაშე მდგარი პრობლემების, ამოცანების გადაწყვეტის საუკეთესო შესაძლებლობების გამონახვა საზოგადოების ინტერესების გათვალისწინებით. უდიდესი ჩინელი მოაზროვნე სუნ ძი აღნიშნავს სტრატეგიის

მნიშვნელობას კონფლიქტურ სიტუაციებში და დასძენს, რომ „ვინც გაიმარჯვა ასჯერ ას კონფლიქტში, მას მაინცდამაინც დიდი ხელოვნება არ გააჩნია. სტრატეგიის გამოყენების ხელოვნება იმორჩილებს სხვას მასთან კონფლიქტის გარეშე“.

(ბალათურია გ., ბალათურია ო., 2009: 61).

„სამხედრო სტრატეგიასა და სხვადასხვა სამხედრო ემპაკებობს დიდ ყურადღებას უთმობდნენ აგრეთვე ანტიკურ რომში. რომის სახელმწიფო და სამხედრო მოღვაწის სექსტუს იულიუს ფრონტინუსის ნაშრომში „სტრატეგემები“ გადმოცემულია სამხედრო თეორია, რომელიც სისტემატიზებულია სამხედრო ისტორიული მაგალითების (სტრატეგემების) სახით. წარმატებული სამხედრო მოქმედებებისთვის ფრონტინუსის აზრით აუცილებელია ომის გულდასმით მომზადება, ბრძოლების დროისა და ადგილის სწორად შერჩევა, სათანადო სამხედრო სტრუქტურების ჩამოყალიბება, მოწინააღმდეგის დებორგანიზაციის ხერხების გამოყენება და სხვ. ამასთან, სამხედრო თეორია განხილულია ისტორიულ გამოცდილებასთან მჭიდრო კავშირში, რაც მეტად მნიშვნელოვანია“ (ბალათურია გ., ბალათურია ო., 2009: 61,62).

„შევნიშნოთ, რომ სამხედრო სტრატეგიის კარგად ფლობა სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ ასევე კარგად შეიძლება ფლობდე ბიზნესის ან სახელმწიფო მართვის ხელოვნებას. ამ თვალსაზრისით საგულისხმოა დიდი ფრანგი პოლიტიკოსების ნაპოლეონისა და ტალეირანის მოღვაწეობათა შედარება. როდესაც გენიალურმა სამხედრო სტრატეგმა და სახელმწიფო მოღვაწემ, ნაპოლეონ ბონაპარტემ გადააჭარბა სამხედრო წარმატებათა შესაძლებლობის ზღვარს და უკვე მსოფლიოს ბატონობა განიზრახა, ტალეირანი (ნაპოლეონის იმპერიის საგარეო საქმეთა მინისტრი) მიხვდა, რომ ადრე თუ გვიან ეს საფრანგეთის კატასტროფას გამოიწვევდა და უკვე რამდენიმე წლით ადრე, როდესაც იმპერატორი ნაპოლეონი და მის მიერ შექმნილი საფრანგეთის იმპერია ჯერ კიდევ დიდების ზენიტში იყო, დაიწყო ნაპოლეონის შემდგომ ეპოქაში საფრანგეთის (და საკუთარი თავის) უსაფრთხოებაზე ზრუნვა. საბოლოოდ ნაპოლეონი დამარცხდა გაერთიანებულ ევროპასთან ომში, ხოლო ტალეირანმა ოსტატური დიპლომატიური სვლებით დამარცხებული საფრანგეთი, ფაქტობრივად ოკუპირებული ქვეყანა არამცთუ გადაარჩინა დანაწილებას გამარჯვებული სახელმწიფოების კონგრესზე ვენაში (1915 წ.), არამედ, უფრო მეტიც, შეუნარჩუნა მას ტერიტორიები (მათ შორის, 1789 წლის რევოლუციის შემდეგ

მოპოვებულიც კი), სიძლიერე, ავტორიტეტი და დიდი სახელმწიფოს სტატუსი, ევროპულ და მსოფლიო პოლიტიკაში პირველხარისხოვანი მოთამაშის მდგომარეობა“ (ბალათურია გ., ბალათურია ო., 2009: 62,63).

„ასევე, განსაკუთრებული სტრატეგიული აზროვნებით გამოირჩეოდა დიდი გერმანელი სახელმწიფო მოღვაწე ოტტო ფონ ბისმარკი, რომელმაც მოახერხა წვრილ სამთავროებად დაქსაქსული ქვეყნის გაერთიანება და, ფაქტობრივად, შექმნა ისეთი ძლიერი და სიცოცხლისუნარიანი სახელმწიფო, რომელიც, დღესაც, მიუხედავად თავსდამტყდარი კატასტროფებისა, მსოფლიოს ერთ-ერთი უმდიდრესი და უძლიერესი სახელმწიფოა. შევნიშნოთ, რომ XX საუკუნის ტრაგედიების მიზეზი გახდა გერმანიის მაშინდელ ხელისუფალთა მიერ ბისმარკის სტრატეგიული კურსის უარყოფა“ (ბალათურია გ., ბალათურია ო., 2009: 63).

საინტერესოა, რა არის სტრატეგია?! თუ არა საბოლოო შედეგის მიღწევის შესაძლებლობა, რომელიც აერთიანებს სახელმწიფო სტრუქტურებს, ორგანიზაციებს, დანესებულებებს ერთ მთლიან ორგანიზმად, რომელიც მოიცავს დანესებულების ყველა ძირითად ასპექტს, ის გათვლილია ორგანიზაციის გრძელვადიან გეგმებზე და უზრუნველყოფს ორგანიზაციის ცვლად გარემოში მაქსიმალურ ადაპტაციას, ანუ ეს არის წინასწარ დაგეგმილი ცვალებად გარემოზე ორიენტირებული მეთოდი, რომელიც ითვალისწინებს ორგანიზაციის ძლიერი და სუსტი მხარეების შედარებით ანალიზს. ამასთან, ორგანიზაციის სტრატეგია მაშინ არის ეფექტური, როცა ნათლად არის განსაზღვრული მიზნები, ამოცანები და რომლის განხორციელების შემთხვევაშიც ორგანიზაცია/დანესებულება მოიპოვებს წარმატებას. სტრატეგიის მიზანი რა არის?! თუ არა საუკეთესო გადაწყვეტილების მიღება მინიმალური დროის შუალედში.

სწორად შემუშავებული სტრატეგიის მიზანია დაგეგმილი მოქმედებების ადაპტაცია ცვალებად გარემოში, რომლითაც სხვადასხვა სახელმწიფო სტრუქტურების, ორგანიზაციების წარმომადგენელთა შეეძლება განაახლონ არსებული სტრატეგია საზოგადოების მოთხოვნილებების შესაბამისად, რომელთა უმთავრეს ამოცანას წარმოადგენს სახელმწიფოს დანახვას არა ისე როგორც არის, არამედ ისეთი როგორც უნდა რომ იყოს დღევანდელ საზოგადოებას, ნებისმიერმა სახელმწიფოს სტრუქტურამ, ორგანიზაციამ უნდა გაითვალისწინოს ის ფაქტი, რომ თუკი უნდათ საუკეთესო განვითარების სტრატეგია - საკუთარ თავს უნდა დაუსვან შემდეგი სახის

კითხვები: რას მივალწევთ დაგვეგმილი ღონისძიებით, რა არის ჩვენი საბოლოო მიზანი? გვაქვს თუ არა წარმოდგენილი, თუ როგორ შეიძლება საბოლოო შედეგის მიღწევა? ჩვენი მიზანი თუ არის მკაფიო და გასაგები? არსებობს თუ არა შესაბამისი რესურსი დასახული მიზნის მისაღწევად? და მთავარი არის თუ არა სტრუქტურა/ორგანიზაცია ერთიანი ორგანიზმი?

თუკი სახელმწიფო სტრუქტურების, დაწესებულების, ორგანიზაციის ხელმძღვანელს სურს საუკეთესოდ მართვა, მაშინ მან უნდა შეიმუშაოს საუკეთესო სტრატეგია, უნდა დაგვეგმოს, რის შემდგომაც უნდა მოახდინოს მისი რეალიზაცია. ვფიქრობთ, რომ სახელმწიფო მართვის სტრატეგიების მექანიზმები განსაზღვრავს მართვის ეფექტიანობას, რაც წარმოუდგენელია ავტორიტარულ სახელმწიფოებში, ვინაიდან შეუძლებელია უკუკავშირის დამყარება საზოგადოებასთან, რაც მნიშვნელოვნად წარმოადგენს ქვეყნის წინსვლის ერთ-ერთ აუცილებელ წინაპირობას. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ თუკი მთვარობა იმოქმედებს გუნდურად მაშინ შესაძლებელი იქნება სტრატეგიული მოთხოვნების სრულად დაკმაყოფილება, თუმცა ამ შემთხვევაშიც საზოგადოებასთან უკუკავშირის გარეშე, შეუძლებელი იქნება პოლიტიკური გადაწყვეტილებების ისე მიღება, რომ სრულად იქნას გათვალისწინებული მოქალაქეთა ინტერესები.

უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოს სახელმწიფოს უნიკალურობის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი ფაქტორი არის ის, რომ ის შედგება მრავალი რეგიონისგან, ანუ საქართველო არის მრავალსუბიექტიანი სახელმწიფო, ჩვენ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ცალკეული რეგიონისთვის მიღებული გადაწყვეტილება მისაღები უნდა იყოს სახელმწიფოსთვის, უნდა აკმაყოფილებდეს საერთო სახელმწიფოებრივ მართვის სტრატეგიებს, ვინაიდან ის ერთი მთლიანი ორგანიზმია. აქედან გამომდინარე, სახელმწიფოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილება ერთნაირად მისაღები უნდა იყოს ყველა რეგიონისთვის და არა კონკრეტული სუბიექტებისათვის. არ შეიძლება სახელმწიფოში კარგად მუშაობდეს მთავრობა, პარლამენტი, ხოლო განათლების სამინისტრო, ჯანდაცვის სამინისტრო ცუდად და სახელმწიფოში მანც კარგი მდგომარეობა იყოს.

2.5 მართვა და გადანყვეტილების მიღება

„აბსტრაქტული აზროვნება ხშირად უფრო

მნიშვნელოვანია, ვიდრე ცოდნა“

ალბერტ აინშტაინი

სახელმწიფოს პრეზიდენტის, ნებისმიერი პოლიტიკოსის, ამა თუ იმ ორგანიზაციის ხელმძღვანელის ერთ-ერთი ძირითადი ამოცანაა მრავალი გადანყვეტილებიდან მიიღოს ყველაზე საუკეთესო, რომლითაც შესაძლებელი იქნება საზოგადოების ინტერესების მაქსიმალურად დაკმაყოფილება, ზემოთ აღნიშნულმა პირებმა უნდა გაითვალისწინონ საკუთარი ბიუჯეტი და ისე განახორციელონ ამ სახსრების გამოყოფა-გადანაწილება, მოახდინონ თანამშრომელთა საქმიანობის კოორდინირება და შეფასება.

ზოგადად გადანყვეტილების მიღება იმდენად მნიშვნელოვანია, რომ ხელმძღვანელთა უმრავლესობა ჩქარობს არსებული ვარიანტებიდან მისთვის სასურველის არჩევას და უშუალოდ გადანყვეტილების მიღების პროცესი ყურადღების მიღმა რჩება. უნდა გვახსოვდეს, რომ გადანყვეტილების მიღება სპეციფიკური პროფესიული უნარია, ხოლო მმართველი ამ უნარს ისე ვერ დახვეწს, თუ ღრმად არ გაიაზრებს იმ პროცესს, რომელშიც პრობლემა უნდა გადაიჭრას.

გადანყვეტილების მიღების რაობა. გადანყვეტილების მიღების მრავალი დეფინიცია არსებობს. მაგალითად, საიმორი წერს: „გადანყვეტილების მიღების პროცესი სამი მნიშვნელოვანი ფაზისგან შედგება: გადანყვეტილების მიღების საბაზის არსებობა; სავარაუდო სამოქმედო კურსის განსაზღვრა და რამდენიმე ქმედებისგან ერთის

ამორჩევა”. ჰარისონი (1987 წ.) კი გადანაცვებების მიღებას შემდეგნაირად განსაზღვრავს: „მიზნის მისაღწევად ალტერნატივათა შეფასების მიმდინარე პროცესში დაფიქსირებული მომენტი, რომლის დროსაც განსაკუთრებული ქმედების მოლოდინი გადანაცვებების მიმღებს აიძულებს, შეარჩიოს მოქმედების ის გზა, რომელიც ყველაზე მეტად შეესაბამება დასახული მიზნით გათვალისწინებულ შედეგს”.

გადანაცვებების მიღების დეფინიციათა მრავალგვარობა გვაფიქრებინებს, რომ ამ პროცესის განსაზღვრას გარკვეული პირობითობა ახასიათებს. მიუხედავად ამისა, დეფინიციათა უმრავლესობას საერთო კონცეფცია უდევს საფუძვლად. გადანაცვებება თითქმის ყოველთვის გულისხმობს აუცილებელ რესურსებს, მიზნებსა და ამოცანებს. ამასთანავე, მის მიღებაში ყოველთვის მონაწილეობენ ადამიანები, ხოლო გარემო, რომელშიც ისინი მუშაობენ, გადანაცვებების მიღებაზე მუდამ ახდენს ზემოქმედებას.

ჩვენი აზრით, გადანაცვებების მიღება არის ინდივიდების ან ჯგუფების მიერ დასახული მიზნების მისაღწევად შეზღუდული რესურსების გამოყოფა-განაწილება მუდმივი განუსაზღვრელობისა და რისკის პირობებში. ჩვენს დეფინიციაში გამოვიყენეთ 6 უმთავრესი ტერმინი:

1.გამოყოფა (ალოკაცია - გულისხმობს ჩვენს ხელთ არსებულ საშუალებათა გარკვეულ ალტერნატივებს - შესარჩევ გადანაცვებებათა შორის). მაგ: ოჯახი ანაწილებს შემოსავალს საკვები პროდუქტის, ტანსაცმლის, ბინისა და სატრანსპორტო ხარჯებისათვის. ზუსტად ასევე, სახელმწიფოს/ორგანიზაციის/დანესებულების მმართველები ვალდებულები არიან განსაზღვრონ, თუ როგორ გადაანაწილონ მათ ხელთარსებული რესურსები;

2.შეზღუდული რესურსი - გულისხმობს, რომ მმართველს ხელთ არსებული რესურსი არასოდეს ყოფნის. ყველაზე ხელმისაწვდომ რესურსთა შორის უმთავრესი ადამიანისთვის დრო და ფულია. გარკვეულწილად, ეს რესურსები ურთიერთჩანაცვლებადია. თუ ფული გაქვთ და დრო გჭირდებათ, შეგიძლიათ დამატებითი მუშახელი დაიქირავოთ. თუ დრო გაქვთ, მაგრამ ფული გჭირდებათ, შეგიძლიათ ეს დრო გაყიდოთ. ცხადია, არსებობს სხვა რესურსებიც, თუმცა ყველა დროსა და ფულს უკავშირდება. მაგალითად, ტექნოლოგია დროის გარკვეულ მონაკვეთში მეტად ეფექტურია, მაგრამ მისი შექმნა მხოლოდ ფულით არის

შესაძლებელი. რესურსი შეზღუდული რომ არ იყოს, გადანაცვეტილების მიღება მენეჯმენტის ცენტრალური ელემენტი არ იქნებოდა. მართლაც, ფულისა და დროის განუსაზღვრულობის პირობებში, შესაძლებელი გახდა ყველა ალტერნატივის მოსინჯვა და მათ შორის საუკეთესოს ამორჩევა, მაგრამ რადგან ეს ასე არ არის, შეზღუდული რესურსების გამო გადანაცვეტილების მისაღებად მუდამ შეზღუდული შესაძლებლობის დრო და ფული იხარჯება;

3.მესამე ტერმინია ინდივიდები და ჯგუფები. გადანაცვეტილებას იღებს ერთი ან ორი ადამიანი, ან ერთობლივად მოქმედ ადამიანთა ჯგუფი. აღსანიშნავია, რომ თანაბარ პირობებში გადანაცვეტილების მისაღებად ერთ ადამიანს უფრო ნაკლები დრო ეხარჯება, ვიდრე ჯგუფს;

4.მიზანი. მიზანი გულისხმობს, რომ გადანაცვეტილებას აქვს თავისი ჩანაფიქრი. მიზანი სახელმწიფოს უაღრესად რთული ბუნების მქონეა, რის გამოც იგი არა ერთი განხილვისა და კვლევის საგანი გამხდარა. მიზნის მისაღწევად ხელმძღვანელს მკაცრად რაციონალური ან შეზღუდული რაციონალურობის ფარგლებში მოქმედება შეუძლია.

გადანაცვეტილების მიმღები. გადანაცვეტილებას იღებენ როგორც ინდივიდები, ისე ჯგუფები. გადანაცვეტილების როგორც ქმედობა, ასევე ეფექტურობა იმაზეა დამოკიდებული, თუ ვინ იღებს გადანაცვეტილებას - ინდივიდი თუ ჯგუფი. ზოგჯერ ინდივიდს,ზოგჯერ კი ჯგუფის მიერ მიღებული გადანაცვეტილება ამართლებს.

საინტერესოა აღინიშნოს, რომ ჯგუფური გადანაცვეტილების სუსტი მხარე შეიძლება ამ დროს მისი ძლიერი მხარეც იყოს. მაგალითად, გადანაცვეტილების მიღების ნელი პროცესი ჯგუფური მუშაობის ნაკლიც არის და უპირატესობაც. გადანაცვეტილების ჯგუფური მიღება ჩვეულებრივ ახანგრძლივებს დროს, მაგრამ ის უკავშირდება პარლამენტში სხდომების ჩატარებას, დაწესებულებებში კრებების ორგანიზებას, მეტი დრო სჭირდება საპირისპირო შეხედულებათა ადამიანებს შორის კონსენსუსის მიღწევასაც. მაშინ კი, როცა სახელმწიფოს პრეზიდენტი, სახელმწიფო სტრუქტურებისა და ორგანიზაციის ხელმძღვანელები გადანაცვეტილებას დამოუკიდებლად იღებენ, დროსთან დაკავშირებული ამგვარი პრობლემები არ წარმოიშობა. დროის ფაქტორის საკითხი განსაზღვრული იქნება თუ არა, გადანაცვეტილების ხასიათზეა დამოკიდებული. დროის ფაქტორი არსებითია. ინდივიდები გადანაცვეტილებას სწრაფად იღებენ.

გადაწყვეტილების მიღების პროცესი. დრუკარი გადაწყვეტილების მიღების 6 ეტაპს გამოყოფს: 1. პრობლემის კლასიფიკაცია; 2. პრობლემის განსაზღვრა; 3. გადაწყვეტილების სასურველი შედეგის განსაზღვრა; 4. სწორი გადაწყვეტილების მოძიება; 5. გადაწყვეტილების შესრულების სამოქმედო გეგმის შემუშავება; 6. გადაწყვეტილების ეფექტურობის დასადგენად უკუკავშირით სარგებლობა.

პრობლემის დადგენა. მართვის პროცესში, უპირველეს ყოვლისა, გადასაჭრელი პრობლემა უნდა განისაზღვროს. ამისათვის სახელმწიფოს შიგნით კონკრეტული ქცევის ფორმათა შესახებ ისეთი ინფორმაცია უნდა შეგროვდეს, რომელიც საჭირობოროტოა ქვეყანაში არსებული საზოგადოებისათვის. ინფორმაციის ანალიზი საშუალებას მოგვცემს, სწორად დავადგინოთ პრობლემის საზღვრები. მაგალითად, წარმოვიდგინოთ, რომ კონკრეტულ მუნიციპალიტეტში, სახელისუფლებო ორგანოს მხრიდან წამოყენებული მერის კანდიდატი აშკარად კარგავს მხარდამჭერთა რაოდენობას. პრობლემა აშკარაა. მერობის კანდიდატმა რომ განსაზღვროს რა ინვესტიციის დასაცემას, მან უნდა შეადგინოს სავარაუდო მიზნების ნუსხა და თითოეულ მათგანზე შეაგროვოს ინფორმაცია. შემდეგ პოტენციური მიზნების ირგვლივ არსებული ინფორმაციის გაანალიზებაა საჭირო. საზოგადოებას შეიძლება არ მოსწონდეს კანდიდატის ხედვა, მიზნები და ამოცანები მუნიციპალიტეტის საქმიანობის გაუმჯობესების კუთხით, ან თუნდაც იმიჯი, საზოგადოებასთან გამოსვლის ხელოვნება. დაღმავალი ტენდენციის აღმავლით შეცვლა დამოკიდებულია ხელმძღვანელის მართვის უნარზე, რაც პრობლემის საფუძველში არსებული მიზნების მართებულად დადგენას გულისხმობს.

მიზნის განსაზღვრა. გადაწყვეტილების მიზნის განსაზღვრა პრობლემის დადგენის შემდეგ ხდება. მიზანი კონკრეტული უნდა იყოს. მიზანი მაქსიმალურად უნდა დაკონკრეტდეს. გადაწყვეტილების მიღების პროცესი ჩვეულებრივ, რამდენიმე მიზანს მოიცავს, თითოეულს შესასრულებლად კი ზუსტი ვადის დადგენაა აუცილებელი. მაგალითად, ავიღოთ კონკრეტული პოლიტიკოსის უფასო პოლიტიკური რეკლამა, რომელიც განთავსდება სატელევიზიო სივრცეში, რეკლამის შემკვეთის მიზანია რაც შეიძლება ბევრი მხარდამჭერი მოიპოვოს აღნიშნული რეკლამით და საბოლოოდ გაიმარჯვოს დანიშნულ არჩევნებში, როგორც ვხედავთ მიზანი კონკრეტულია, რითაც

სახელმწიფო ადმინისტრაციის წევრებს, იგივე მენეჯერებს უადვილდებათ, როგორც მონიტორინგი, ასევე მონაცემთა დეტალური ანალიზი.

გადაწყვეტილებათა შემუშავება. ამ ეტაპზე ვარიანტების მაქსიმალური რაოდენობა რეალურად უნდა მოვიძიოთ. მიუღებელ ვარიანტზე უარის თქმა ნებისმიერ დროს შეიძლება, მაგრამ ის ვარიანტი, რომელიც ჯერ არ განხილულა, არავითარ შემთხვევაში არ უნდა შეირჩეს. ჯერ მიუღებელი ვარიანტები გაიციხრილება, რომლის შემდეგაც მიზნის მიღწევის გარკვეულ შესაძლებლობას დავინახავთ.

თუ მუნიციპალიტეტის ხელმძღვანელობამ მუნიციპალიტეტის ვებ-გვერდის მნახველთა გაზრდა გადაწყვიტა, ხელმძღვანელის მიერ მომზადებული ნუსხა შეიძლება ასე გამოიყურებოდეს: ადგილობრივ სატელევიზიო სადგურსა და ახალი ამბების მაუწყებლებთან პარტნიორობა; მხოლოდ ვებ-გვერდისათვის მომუშავე რეპორტიორის მონვევა; ღია ეთერში სამუშაოდ კონკრეტული მუნიციპალიტეტის ხალხმრავალ ადგილებში ტელეკამერების დამონტაჟება; სამი თვის განმავლობაში უფასო თემატური განცხადებების ინტერნეტით გავრცელება და ინტერნეტის ქსელში ახალი ამბების დამატებითი საინფორმაციო მომსახურების ორგანიზაცია. ეს არის მისაღებ გადაწყვეტილებათა სავარაუდო სია და მათგან მხოლოდ 2-3 გახდება ნებისმიერი განსჯის საგანი.

გადაწყვეტილების ვარიანტის შერჩევა. გადაწყვეტილების შერჩევა ისეთ ცნებებს უკავშირდება, როგორიცაა დანახარჯი და შემოსავალი. ეს გადაწყვეტილების მიღების მეოთხე ეტაპია, რომელიც პრობლემის ერთი ვარიანტის შერჩევას გულისხმობს. ინფორმაციის შეგროვება და მისი დამუშავება, ამ შემთხვევაშიც უმთავრესია. მაშინაც კი, თუკი ვარიანტი უკვე შერჩეულია. ხშირია ისეთი შემთხვევებიც, როდესაც დანახარჯისა და ეკონომიკური ეფექტის დაბალანსების საშუალებას რამდენიმე ვარიანტის არჩევა იძლევა. შეიძლება ერთი ვარიანტის შემთხვევაში ვებ-გვერდის მონახულება გახშირდეს, მაგრამ მისი ღირებულება იმდენად მაღალი აღმოჩნდეს, რომ მომხმარებელთა გაზრდილი რაოდენობით მიღებული შემოსავალი მთლიანად დანახარჯის დაფარვას დაჭირდეს. ამავე დროს, ვარიანტი შეიძლება სულაც არ იყოს ძვირადღირებული, მაგრამ ამგვარი შედეგით სასურველ მიზანს მაინც ვერ მივაღწიოთ.

შერჩეული გადანყვეტილების განხორციელება. ვარიანტის შერჩევის შემდეგ მისი განხორციელება უნდა დაიწყოს, რაც გადანყვეტილების თვალის მეხუთე ეტაპია. პრობლემის მოსაგვარებლად გადანყვეტილების შერჩევა არაფერს ნიშნავს, თუ მისი სწორი რეალიზაცია ვერ შევძელით. ამისათვის კონკრეტული ღონისძიებების დეტალური სამოქმედო გეგმის შემუშავებაა საჭირო, შესრულების ზუსტი გრაფიკით, ბიუჯეტითა და პასუხისმგებელი პირებით. ყოველი დეტალი მაქსიმალურად კონკრეტული უნდა იყოს.

შერჩეული გადანყვეტილების მონიტორინგი. მართვის პროცესის ბოლო ნაბიჯი, არსებული მიზნის შესაბამისად, არის მისი განხორციელების მონიტორინგი. იგი გადანყვეტილების განხორციელების გეგმის ნაწილია და დასახული მიზნის შესაბამისი წარმატების შესაბამისად, მუდმივი უკუკავშირით უნდა იყოს უზრუნველყოფილი.

ჩვენი აზრით, დრო მნიშვნელოვანი ფაქტორია გადანყვეტილების მიღების დროს, ქვეყნის პრეზიდენტი უნდა დაფიქრდეს რა შედეგები შეიძლება მოყვეს მის მიერ არასწორად მიღებულ გადანყვეტილებას, შეიძლება საერთაშორისო სივრცეში უარყოფითი შეფასება მივიღოთ, დაკარგოთ ჩვენი ქვეყნის საზოგადოების ნდობა, დაკარგული ნდობის აღდგენა კი ძალიან რთულია, ამიტომ მმართველს საკმაოდ დიდი პასუხისმგებლობა აკისრია გადანყვეტილების მიღების პროცესში, ის ვალდებულია გაუფრთხილდეს უპირველესად საკუთარ და ქვეყნის იმიჯს.

III თავი. მოქალაქეებთან ურთიერთობა (რამდენიმე საფრთხილო თემის
გააზრებისათვის)

3.1. რატომ და როგორ ვესაუბროთ მოქალაქეებს

*„ადამიანის ხელის ფრჩხილები, მისი პალტოს სახელოები, თეხსაცმელი,
შარვლის მუხლები, ბებერი საჩვენებელი და ცერა თითებზე, გამომეტყველება,
მოძრაობა - თითოეული მათგანი შესაძლოა, აშკარად ავლენდეს ადამიანის
რაობას. ერთიანობაში კი ეს ყველაფერი კომპეტენტურ დამკვირვებელს
ნებისმიერ შემთხვევაში გონებას გაუნათებს“*

შერლოკ ჰომსი

შეუსაბამობაა, რომ სამარცხვინოდ ვთვლით იმას, როცა ფიზიკური თავდაცვა არ
შეგვიძლია, იმას კი აღარ ვთვლით სამარცხვინოდ, რომ სიტყვით ვერ ვიცავთ თავს.

არისტოტელეს, მეცნიერების ნებისმიერ სფეროში, თავისი უბადლო
მსჯელობით პირველი ადგილი უჭირავს ფილოსოფოსებს შორის. ძალიან

საინტერესოა მისი თითოეული შეხედულება ნებისმიერ საკითხთან მიმართებაში. მან საფუძველი ჩაუყარა მეცნიერების მრავალ დარგს, ამიტომაც კ.მარქსი მას „აზროვნების ბუმბერაზს“, „ძველი დროის უდიდეს მოაზროვნეს“ უწოდებს. ფ.ენგელსი არისტოტელეს ახასიათებდა როგორც „ყველაზე უნივერსალური აზროვნების მქონე ადამიანს“, რომელმაც „დიალექტიკური აზროვნების არსებითი ფორმები გამოიკვლია“, ხოლო მის მემკვიდრეობას „ენციკლოპედიურ მეცნიერებას“ უწოდებდა. ენგელსი წერდა: „მისი ხმა საუკუნეებს განვდა“, ხოლო „უახლესი ფილოსოფია განაგრძობდა მხოლოდ იმ მუშაობას, რომელიც უკვე დაიწყო ჰერაკლიტემ და არისტოტელემ“ (კუკავა, 1981: 5).

„მართლაც, ზერელე თვალის გადავლება კი დააჩნობს მკითხველს იმაში, რომ არისტოტელეს „რიტორიკა“ ძველი ბერძნული აზროვნების ერთ-ერთი ბრწყინვალე მონაპოვარია როგორც პრობლემათა მრავალფეროვნებით, ისე კვლევის სიღრმითა და ამომწურაობით. არისტოტელე მისთვის ჩვეული ლაკონიურობით პასუხს იძლევა ფილოსოფიის, მჭერმეტყველების, ლოგიკის, ეთიკის, სოციალურ ურთიერთობათა მრავალ მნიშვნელოვან საკითხზე. მისი პასუხები დგას არა მხოლოდ მისი თანამედროვეობის, არამედ დღევანდელი დონეზე“ (კუკავა, 1981: 17-18).

„არისტოტელე ამბობს: „მედიცინა სწავლობს არა იმას, რაც ჯანმრთელობისთვის სჭირდება სოკრატეს ან კალიასს, არამედ იმას, რაც სჭირდება ამგვარი ადამიანის ან ამგვარ ადამიანთა ჯანმრთელობას. სწორედ ესაა ხელოვნების საქმეც, რადგან ცალკეული შემთხვევები განუსაზღვრელია და არც შესწავლას ექვემდებარება. ასევე არც რიტორიკა განიხილავს ისეთ შემთხვევებს, რაც სარწმუნოდ ეჩვენება რომელიმე ცალკე პირს სოკრატესს, ან კალიასს, არამედ იმას, რაც სარწმუნოდ მიაჩნიათ ადამიანებს საერთოდ“. არისტოტელეს რიტორიკის ძირითად მიზნად დარწმუნება მიაჩნია. რიტორიკის შემდეგი მიზანია თავდაცვა. არისტოტელე წერს: შეუსაბამობაა, რომ სამარცხვინოდ ვთვლით იმას, როცა ფიზიკური თავდაცვა არ შეგვიძლია, იმას კი აღარ ვთვლით სამარცხვინოდ, რომ სიტყვით ვერ ვიცავთ თავს. მაშინ, როდესაც ადამიანისთვის უფრო მეტად დამახასიათებელია მეტყველება, ვიდრე ფიზიკური ძალა“. არისტოტელეს აზრით დასაბუთება ისევე, როგორც თავდაცვა საჭიროა იქ სადაც მსჯელობის საგანი სადავოა, ან ორაზროვანი, ან დაუდგენელი,

რადგან, სადაც ყოველივე გარკვეულია, იქ აღარც მსჯელობაა საჭირო“ (კუკავა, 1981: 18-19).

„არისტოტელეს აზრით, ყოველ სიტყვას, მათ შორის ორატორულს, სამი ნაწილი აქვს: შესავალი, შინაარსი და დასკვნა. შესავლის დანიშნულებაა ნაწარმოების მიზნის ნათელყოფა, დასკვნა კი სიტყვას დასრულებულ ფორმას აძლევს. არისტოტელე არჩევს რიტორიკული სიტყვის სამ მხარეს: ორატორი, ის, რის შესახებაც ორატორი ლაპარაკობს და ვისაც სიტყვით მიმართავს, ე.ი. მსმენელი“ (კუკავა, 1981: 19).

არისტოტელეს აზრით, ორატორმა მსმენელზე შთაბეჭდილების მოხდენა რომ შეძლოს უნდა შეარჩიოს საუბრის შესაბამისი სტილი, ამასთან უნდა გაითვალისწინოს, რომ უფრო მნიშვნელოვანია კანდიდატი როგორ იტყვის სათქმელს, ვიდრე ის თუ რას იტყვის. საუბრის მანერას, სწორად შერჩეულ მეტყველებას განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა აქვს ცუდ სახელმწიფოში, სადაც ორატორული ნიჭით დაჭილდოებული ადამიანები უფრო იმირაჯებენ, ვიდრე ისინი ვის მხარესაც არის სიმართლე. მისი აზრით, ორატორები არ იბადებიან, ისინი იწრთვებიან ვარჯიშის შედეგად, მას უცილობლად მიაჩნდა საუბრის დროს მხატვრული ხერხების გამოყენება, ეს იქნება მეტაფორა, ეფითეტი, ანდაზა თუ შედარება. განსაკუთრებით მნიშვნელოვნად მიაჩნდა ეპითეტების გამოყენება საუბრის დროს და დასძენდა, რომ ის უნდა გამოვიყენოთ ისე როგორც საჭმლის საკმაზი და არა როგორც საჭმელი. ორატორმა თავი უნდა შეიკავოს ორაზროვანი, ბუნდოვანი, გაუგებარი წინადადებების გამოყენებისაგან, რადგან ეს ყველაფერი უარყოფითად აისახება მსმენელზე.

უნდა აღვნიშნოთ ის ფაქტიც, რომ რიტორიკის უპირველესი მოვალეობაა არა დარწმუნება, არამედ იმ საშუალებების ცოდნა, რითიც შეიძლება ადამიანების დარწმუნება „მაგალითად, საეჭიმო ხელოვნებას არ ევალება ჯანმრთელობის შექმნა. მან უნდა მიუთითოს იმ საშუალებებზე, რასაც ჯანმრთელობა მოსდევს. რადგან კარგად შეიძლება ვუმკურნალოთ იმასაც, რომლის განკურნება შეუძლებელია“ (კუკავა, 1981: 35).

არისტოტელე ფიქრობდა, რომ გაუნათლებელ ადამიანს უფრო შეუძლია ისაუბროს დამაჯერებლად ბრბოსთან, მოახდინოს მათზე ფსიქოლოგიური ზეგავლენა, ვიდრე განათლებულ ადამიანს, რადგან განათლებული ადამიანი ყველასათვის

საერთო და საჭირობო საკითხზე საუბრობს, რაც ახალია საზოგადოებისთვის, ხოლო გაუნათლებელი - რაც ყველასთვის ნაცნობი და მარტივად აღსაქმელია.

„საჯარო სიტყვა ფერწერას ჰგავს, სადაც შექმნილია გამოყენებული. რაც უფრო მეტი ხალხია დახატული ტილოზე, მით უფრო შორიდან უნდა შეხედო მას. მაშასადამე, ამ შემთხვევაში არ იქნება დაცული სიზუსტე და ორივე შემთხვევა ცუდ შთაბეჭდილებას ტოვებს“ (კუკავა, 1981: 194).

საზოგადოებაზე ზეგავლენის ერთ-ერთ ძლიერმოქმედ მექანიზმს წარმოადგენს სწორად ჩაწერილი ინტერვიუ. ამიტომ სახელმწიფოს მეთაური, კონკრეტული პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენელი, კარგად უნდა დაფიქრდეს მანამ, სანამ რამეს იტყვის, ინტერვიუ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებისათვის მასალის მიწოდების ერთ-ერთ ყველაზე გავრცელებულ ფორმას წარმოადგენს.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებისათვის ინტერვიუ წარმოადგენს საზოგადოებისათვის საჭირობო, პირველი ხელის ინფორმაციას და მომდინარეობს ისეთი პირებისაგან, რომლებიც ამ დარგში კომპეტენტურები არიან. მკითხველთათვის საკმაოდ მნიშვნელოვან როლს თამაშობს, ასევე აზრთა ლიდერების პირადი მიმზიდველობაც.

ფლაერები. კანდიდატები მიზნობრივ აუდიტორიასთან მუშაობისას ფლაერებს ანიჭებს უპირატესობას. ეს გახლავთ მცირე ზომის, მხატვრულად გაფორმებული საინფორმაციო შეტყობინებები. მათში თავსდება ისეთი სახის ინფორმაცია, სადაც საუბარი იქნება განსახილველი საკითხის უპირატესობებზე, რომლებსაც მიიღებს საზოგადოება.

რაც შეეხება ბრიფინგს, ბრიფინგი - „კონკრეტულ საკითხს ეძღვნება და ამა თუ იმ საკითხზე საზოგადოების ინფორმირებულობას ისახავს მიზნად. ბრიფინგი დროში უფრო შეზღუდული და გაცილებით ოპერატიულია, ვიდრე იგივე პრესკონფერენცია. ბრიფინგის ფორმას უფრო მაშინ მიმართავენ, როცა ინფორმაციის გავრცელება, ან მიმდინარე საკითხის ირგვლივ პოზიციის დაფიქსირება გადაუდებელ აუცილებლობას წარმოადგენს. ბრიფინგზე განცხადება შესაძლოა, გააკეთოს, როგორც უშუალოდ უწყების ხელმძღვანელმა, ასევე თავად პრესმომხელემაც“ (<http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=518>).

„პრესკონფერენციის დანიშნულება, ერთის მხრივ, ჟურნალისტების მეშვეობით საჯარო პირებისათვის საზოგადოებისათვის აქტუალურ თემებზე შეკითხვების დასმას; მეორეს მხრივ, მედიაციის ეს ფორმა საშუალებას აძლევს თავად საჯარო პირს, თქვას თავისი სათქმელი. პრესკონფერენციების ფორმას ძირითადად ახალი ამბების გაცხადების მიზნით მიმართავენ, ან მაშინ, როცა ჟურნალისტების ინტერესი ცალკეული საკითხების მიმართ იმდენად დიდია, რომ ოფიციალური პირები ცალ-ცალკე ინტერვიუების მიცემას, ერთი პრესკონფერენციის მოწყობას ამჯობინებენ. პრესკონფერენციის ჩატარების მიზანშეწონილობას პრესსამსახურებს თავად სიტუაცია კარნახობს“ (<http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=4197>).

სიტყვით გამოსვლისას უნდა გვახსოვდეს, რომ საუბარი დავიწყეთ საკუთარი მოსაზრების დასაბუთებით და შემდგომ გადავიდეთ მოწინააღმდეგის შეხედულებების გაბათილებაზე, მაგრამ, თუ - მოწინააღმდეგის ბევრი მოსაზრებაა ჩვენი აზრის სანაღმდეგოდ, მაშინ ჯერ მისი მოსაზრებები უნდა გავაბათილოთ და შემდგომ გამოვთქვათ ჩვენი აზრი. ამასთან, არისტოტელე ორატორისგან მოითხოვს ზნეობისა და ეთიკის ნორმების დაცვას საჯაროდ სიტყვით გამოსვლისას.

სახელმწიფო ხელისუფლების განხორციელების ერთ-ერთ მთავარ რგოლს წარმოადგენს ადგილობრივი მმართველობა, ამიტომ ადგილობრივი მმართველობის წარმომადგენლები მნიშვნელოვანია აქტიურად იყვნენ ჩართულნი ამომრჩევლებთან, ადგილობრივ ბიზნესმენებთან და თემებთან, გაიგონ რა ანუხებთ მათ, რას სჭირდებათ და მიიღონ ადეკვატური ზომები, სწორედ ეს არის დემოკრატიის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პრინციპი - ხალხის აზრის გაგება და გათვალისწინება.

მოქალაქეებთან წარმატებული ურთიერთობისათვის კონკრეტული პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენელმა უნდა გაითვალისწინოს შემდეგი რჩევები: თავი შეიკავოს სხვათა განსჯისგან, ორიენტირებული იყოს სწორი გადაწყვეტილების მიღებაზე, იყოს ურთიერთობაში მარტივი და უშუალო, გაიზიაროს ადამიანების პრობლემები, პატივი სცეს და ნდობა გამოუცხადოს მათ.

ძალიან საინტერესოა რა უნდა გაითვალისწინოს მმართველმა სუბიექტებმა, როცა სურთ საზოგადოებისთვის გარკვეული ინფორმაციის მიწოდება: 1. ინფორმაცია უნდა მიაწოდოს საზოგადოებას განსახორციელებელი პროექტის შესახებ, ამასთან მნიშვნელოვანია ეს ინფორმაცია რამოდენიმეჯერ მოისმინოს ადამიანმა, მინიმუმ 5-7-

ჯერ მაინც, რათა მარტივად შეძლოს დამახსოვრება; 2. თქვენი გეგმების მხოლოდ საზოგადოებამდე მიტანა არ არის საკმარისი, აუცილებელია შეხვედრები გამართოთ სოფელში - მოქალაქეებთან, მოუსმინოთ და გასცეთ მათ შეკითხვებს პასუხი, ხალხმა უნდა იგრძნოს მათი მნიშვნელობა სახელმწიფოში, არავითარ შემთხვევაში არ უნდა აგრძნობინოთ, რომ მათი აზრი არ არის თქვენთვის საინტერესო, წინააღმდეგ შემთხვევაში შეწყვეტენ თქვენთან საუბარს და ამით დაკარგავთ აღნიშნული საზოგადოების ნდობას, ნდობის აღდგენა კი საკმაოდ რთულია; 3. თუ გინდათ ადამიანებმა მხარი დაგიჭიროთ, უნდა წახალისოთ ისინი; 4. და ბოლოს, მადლობა გადაუხადეთ პროექტში შესაძლო მონაწილეობისათვის, გულთბილი დახვედრისათვის და მოსმენისათვის.

სახელმწიფოს მეთაური, მუნიციპალიტეტის მერი სანამ საკუთარ გეგმებს გააცნობს მოქალაქეებს, მანამდე უნდა გამოკითხოს რა აინტერესებთ მათ, რა იციან ამ საკითხის ირგვლივ და რის გაგება სურთ, ყველასთან ერთნაირად ვერ ისაუბრებენ, მაგ: ადამიანებმა, რომლებსაც სმენიათ და რომელსაც არ სმენიათ თქვენი გეგმის შესახებ, ორივე შემთხვევაში მნიშვნელოვანია მათი აზრის გაგება.

ნებისმიერ სიტუაციაში საჭიროა საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვა და მის საფუძველზე გადანყვეტილების მიღება, თუ კი კონკრეტულ საკითხზე გამოკითხულთა უმრავლესობა ემხრობა ჩვენს გადანყვეტილებას, ასეთ შემთხვევაში უნდა ვიზრუნოთ დარჩენილი საზოგადოების კეთილგანწყობის მოპოვებაზე ჩვენი გადანყვეტილების სასარგებლოდ.

საზოგადოების კეთილგანწყობის მოპოვებაში დაგვეხმარებიან, აგრეთვე ადგილობრივი ლიდერები, ამიტომ მუნიციპალიტეტის მერმა უნდა იზრუნოს ასეთი ადამიანების მხარდაჭერის მოსაპოვებლად, რაც პირდაპირ გულისხმობს საზოგადოების მხარდაჭერას.

ამასთან, აუცილებელია ნებისმიერმა პოლიტიკოსმა გაითვალისწინოს ის ფაქტი, რომ რაც არ უნდა რთული ვითარება იყოს სახელმწიფოში თავი არ უნდა აარიდოს მოქალაქეებთან საუბარს, მოუყევით გულწრფელად ქვეყანაში არსებული შესაძლო საფრთხეების შესახებ, ისაუბრეთ შესაძლო გადანყვეტილებაზე, რის მიღებასაც აპირებთ და გაიზიარეთ მათი რჩევები, ამ საკითხში უდავოდ დიდ დახმარებას გაგიწევთ მედია და ადგილობრივი მმართველობის წარმომადგენლები, დღევანდელ

რეალობაში სახელმწიფოს წარმომადგენლები, რომ ითვალისწინებდნენ ამ ფაქტს დამერწმუნეთ ასეთი რთული ვითარება სახელმწიფოში ნამდვილად არ იქნებოდა.

ისტორიამ შემოგვინახა ცნობილი ადამიანების საჯაროდ გამოსვლების არაერთი მაგალითი, სადაც ძირითადი აქცენტი გაკეთებული იყო პოლიტიკოსის ემოციურ გამოსვლაზე, თუმცა ისტორიას ახსოვს საზოგადოებაზე მანიპულირების უხეში ხერხების გამოყენების შემთხვევებიც, მაგალითად მოტყუება. ორატორები ხშირად საუბრობენ დემოკრატიაზე და მის მნიშვნელობაზე სახელმწიფოში. კონკრეტული პოლიტიკოსის გამოსვლები ასახავს კონკრეტული ისტორიული მონაკვეთის სინამდვილეს, ან მის დამახინჯებულ ვერსიას.

აზრთა სხვადასხვაობაა იმ საკითხთან დაკავშირებით, რომ ორატორობა ეს თანდაყოლილი ნიჭია, თუ ვარჯიშის შედეგად ვითარდება, ამ კითხვაზე ნათელი პასუხი შეიძლება გავცეთ უისტონ ჩერჩილის მაგალითზე, ჩერჩილს საუბრის დროს ენა ებორძიკებოდა, თუმცა ბევრი ვარჯიშის შედეგად მან შეძლო ამ ნაკლის დაძლევა და დღეს ერთ-ერთ საუკეთესო ორატორთა სიაში დაიმკვიდრა თავისი ადგილი, ჩერჩილის სიტყვები ყოველთვის გრძელი იყო და საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ სიტყვით გამოსვლამდეც ასწორებდა ის ტექსტს, უისტონ ჩერჩილი უძლიერესი პოლიტიკოსი იყო, რომელმაც ღრმა კვალი დატოვა შემდგომდროინდელ ეპოქაში, მისი გამოსვლები ყოველთვის ძლიერ, ემოციურ ზეგავლენას ახდენდა საზოგადოებაზე, ის ყოველთვის მოუწოდებდა საზოგადოებას გამარჯვებისაკენ, რომ ბრიტანელი ხალხი არასოდეს დანებდებოდა, ყოველთვის იბრძოლებს და ნებისმიერ ფასად გაიმარჯვებს კიდევაც, თითოეული გამარჯვება მათი უდიდესი დახმარების შედეგია, ისინი რომ არა ამას ვერ შეძლებდა, საზოგადოება კი თავის მხრივ ყოველ გამარჯვებას ხელმძღვანელს მიაწერდა - სწორედ ასეთი სიტყვით გამოსვლის შემთხვევაში შეგიძლიათ საზოგადოების ნდობის მოპოვება, ადამიანებმა უნდა ირწმუნონ, რომ მათ გარეშე სახელმწიფოს წარმომადგენლები ვერაფერს შეძლებდნენ და მაშინ ჩათვალეთ, რომ მოიპოვებთ საზოგადოების აბსოლუტური უმრავლესობის ნდობას.

როგორც წესი, პოლიტიკოსებს სიტყვას უწერენ შესაბამისი უფლებამოსილების მქონე პირები, თუმცა ისტორიას ახსოვს ისეთი ძლიერი პოლიტიკური ფიგურები, რომლებიც თავად წერდნენ საკუთარი სიტყვით გამოსვლის ტექსტს, ასეთია,

მაგალითად ამერიკის შეერთებული შტატების 35-ე პრეზიდენტი ჯონ კენედი „მან საკუთარი საინაუგურაციო სიტყვა ორი თვით ადრე მოამზადა. კენედიმ თავისი პირველი მიმართვა ამერიკელი ხალხისადმი დაასრულა ფრაზით – ნუ იკითხავთ, რით დაგეხმარებათ ქვეყანა, იკითხეთ, რით შეძლებთ საკუთარი ქვეყნის დახმარებას (თუმცა ეს ფრაზა, განსხვავებული ფორმულირებით, ამერიკის 30-ე პრეზიდენტს, კელვინ კულიჯს ეკუთვნის). დანარჩენ მსოფლიოს კენედიმ განუცხადა, რომ ამერიკისთვის მოწყალებას კი არ დალოდებოდნენ, არამედ ერთად ებრძოლათ მსოფლიოში მშვიდობის განსამტკიცებლად“ (<http://www.tabula.ge/ge/story/55518-oratorebi-da-mati-gamosvlebi>).

ჯონ კენედის ბერლინის კედლის აღმართვის შემდგომ წარმოთქმული სიტყვები „ნებისმიერი თავისუფალი ადამიანი ბერლინელია“ ისტორიას დარჩა, მას ეს მოვლენა უდიდეს სირცხვილად მიაჩნდა. უნდა აღვნიშნოთ, რომ ჯონ კენედის ეს სიტყვები არაერთგზის გაიმეორეს სხვა ორატორებმა სხვადასხვა კონტექსტში, მაგალითად ჯონ მაკკეინმა 2008 წლის აგვისტოს ომის შემდგომ თქვა : „დღეს ჩვენ ყველანი ქართველები ვართ“ (<http://www.tabula.ge/ge/story/55518-oratorebi-da-mati-gamosvlebi>).

ასევე, ძალიან საინტერესოა მარტინ ლუთერ კინგის გამოსვლები, მისი „ლინკონის მემორიალთან წარმოთქმული ფრაზა, მე მაქვს ოცნება“ <http://www.tabula.ge/ge/story/55518-oratorebi-da-mati-gamosvlebi> დღესაც აქტუალურია და საზოგადოებისთვის იმედის მომცემი, თუმცა კინგი საკუთარ გამოსვლებს სხვა ორატორების გამოსვლებიდან იწერდა - მაინც საინტერესო იყო მისი თითოეული გამოსვლა, რადგან ყოველთვის საჭირო დროს და საჭირო ადგილას იყო წარმოთქმული.

ორატორის მიერ თითოეული წარმოთქმული სიტყვა მეტყველებს მის პიროვნულ ნიშან-თვისებებზე, მისი საუბრის მანერაზე, რომლითაც შესაძლებელია მისი პორტრეტის დახატვაც კი, ამ კუთხით განსაკუთრებულად ძლიერ გამომსვლელთა რიგებში ერთ-ერთ პირველ ადგილს იკავებს ფრანკლინ დელანო რუზველტი, რომელმაც ეკონომიკური დაცემის შემდგომ საზოგადოებასთან გამოსვლის დროს განაცხადა : „ჩვენ მხოლოდ საკუთარი შიშის უნდა გვეშინოდეს.“ (<http://www.tabula.ge/ge/story/55518-oratorebi-da-mati-gamosvlebi>).

ამერიკელი პრეზიდენტები საკუთარ გამოსვლებში ყოველთვის მადლობას უხდებიან უფალს, საუბრობენ დემოკრატიაზე და თავისუფლების მნიშვნელობაზე, რომ მათთვის ეს არის ყველაზე ძვირფასი ღირებულება, სწორედ ამით განსხვავდება სხვა ერის წარმომადგენლებისგან ამერიკელი ხალხი, რომ „დიადი ხალხი საკუთარ დიად ქვეყანას დაიცავს... ამერიკა მსოფლიოში თავისუფლების შუქურაა და არავის შეუძლია ხელი შეუშალოს მას ნათებაში. ბუშმა გამოსვლა 23-ე თებერვლიდან ციტატით დაასრულა: „უკუნი სიბნელით მოცულ ხევში დავაბიჯებ, მაგრამ ბოროტება არ მაშინებს, რადგან შენ ხარ ჩემთან““(<http://www.tabula.ge/ge/story/55518-oratorebi-da-mati-gamosvlebi>).

გამოსვლის დროს დიდი მნიშვნელობა აქვს არა მარტო იმას თუ რას იტყვის ორატორი, არამედ იმას თუ სად და როგორ იტყვის, ძლიერი სიტყვით გამომსვლელები დარჩა ისტორიას და უამთა სვლის შემდგომ კვლავ არის საუბარი მათ ჭეშმარიტებასა და მცდარობაზე.

ახლა განვიხილოთ თუ, როგორ უნდა გამოვიდეს პრეზიდენტი ინაუგურაციაზე, რა უნდა გაითვალისწინოს სიტყვით წარმოთქმის დროს. ინაუგურაცია ლათინური სიტყვაა და ნიშნავს თანამდებობის ოფიციალურ დაკავებას შესაბამისი რიტუალების დაცვის გზით, ასევე თანამდებობის დაკავებისათვის კონკრეტული ცერემონიის წარმართვას. საინაუგურაციო სიტყვა მიჩნეულია, როგორც პრეზიდენტის ძალაუფლების გამოვლენის ერთ-ერთ საშუალებად, სადაც ენა გამოყენებულია როგორც იარაღი.

საქართველოს კონსტიტუციით განსაზღვრულია პრეზიდენტის საინაუგურაციო სიტყვა, რომელიც ახლადარჩეულმა პრეზიდენტმა ზედმინვენიტ ზუსტად უნდა წაიკითხოს, მას ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს საზოგადოებისთვის, ვინაიდან „ის განასახიერებს სახელმწიფო ხელისუფლების მემკვირდეობასა და განახლებას. სწორედ პრეზიდენტთა საინაუგურაციო გამოსვლები განსაზღვრავს ერის მიმართულებას წარსულიდან უკეთესი მომავლისაკენ, ანმყო დროში გატარებული ღონისძიებების და გონივრული პოლიტიკის გზით. პრეზიდენტთა საინაუგურაციო გამოსვლები ასახავს არამხოლოდ მიმდინარე პოლიტიკურ სიტუაციას, არამედ აყალიბებს სოციალური, კულტურული და პოლიტიკური კომუნიკაციის ახალ ფორმებს“ (მირაზანაშვილი, 2001: 13].

„ავტორები ამტკიცებენ, რომ საინაუგურაციო გამოსვლები მოიცავს ოთხ ძირითად ელემენტს, რომელიც მიმართულია არა აქტივობისაკენ, არამედ განჭვრეტისაკენ. მათი მოსაზრებით, საინაუგურაციო გამოსვლების მიზანია: 1. აუდიტორიის გაერთიანება, როგორც ხალხის, რომელიც არის ცერემონიალის მონაწილე და რატიფიკატორი. 2. წარსულიდან მემკვიდრეობით მიღებული საერთო ფასეულობების გამეორება განხილვა. 3. იმ პოლიტიკური პრინციპების წამოწევა, რომლითაც ახალი ადმინისტრაცია იხელმძღვანელებს მართველობისას. 4. ჩვენება იმისა, რომ პრეზიდენტი აფასებს აღმასრულებელი ფუნქციების მოთხოვნებსა და ლიმიტებს“ (მირაზანაშვილი, 2001: 17).

პრეზიდენტები სიტყვით გამოსვლისას ხშირად მიმართავენ მეტაფორებს, რაც სიტყვას აძლიერებს. მაგალითად, ჯორჯ ბუში თავის გამოსვლებში ამერიკის საზოგადოებას „მანათობელ შუქურასთან აიგივიებს“, ჯორჯ ბუში 2005 წლის 10 მაისს ქართველ ხალხს იმავე მეტაფორით მოიხსენიებს.

„პრეზიდენტი სააკაშვილი საქართველოს აღწერას და სახელდებას შემდეგი მეტაფორებით ახდენს: „(საქართველო არის დემოკრატიულობის) მთავარი მედროშე“; „თბილისი არის თავისუფლების ახალი ზღუდე და კარიბჭე“; „დღეს ჩვენი ქართული, ცოცხალი ჯაჭვისაგან იქსოვება ახალი ჯაჭვის პერანგი, როგორც არასდროს დიდი და ძლიერი ჯაჭვის პერანგი...“ პრეზიდენტი ბუშის მსგავსად, სწორად გამოყენებული მეტაფორების დამატებითი დადებითი შეფასებების მეშვეობით ემოციურად გადასცემს მსმენელს საკუთარ დამოკიდებულებას“ (მირაზანაშვილი, 2001: 31). სწორედ, ასეთი ექსპრესიულ-ემოციური სიტყვები ახდენდა ზეგავლენას საზოგადოებაზე, სწორედ ეს იყო მიზეზი იმდღევანდელ რეალობაში მიხეილ სააკაშვილის გამარჯვების, ხალხმა ირწმუნა საკუთარი შესაძლებლობების და იმედი მიეცათ უკეთესი მომავლის.

„პრეზიდენტ სააკაშვილისათვის დამახასიათებელია ისეთი ეპითეტების გამოყენება, როგორცაა მაგალითად, „გაუტყეხელი ერი“; „შეუპოვარი ხალხი“ . იგი მსმენელს ხშირად განსაკუთრებულ ხალხს უწოდებს: „დღეს ამ დარბაზში განსაკუთრებული ხალხი შეიკრიბა“ , რაც ფატიკურ ფუნქციასაც ასრულებს და კიდევ უფრო აახლოებს მსმენელს მოსაუბრესთან“ (მირაზანაშვილი, 2001: 32).

ნებისმიერმა კანდიდატმა, პოლიტიკოსმა უნდა გაითვალისწინოს, რომ თუ უნდა გავლენა მოახდინოს ადამიანებზე, უნდა ფლობდეს ეფექტური კომუნიკაციის პრინციპებს, საგულისხმოა, რომ ადამიანები პირად ურთიერთობებშიც კი ცდილობენ იმოქმედონ სხვებზე, მაგალითად, თუ კი მეგობრებთან ერთად იმყოფებით, მაშინაც კი ცდილობთ მანიპულაცია მოახდინოთ მათზე და თქვენს პოზიციაში დაარწმუნოთ, ამიტომ პოლიტიკოსისაგან ასეთი საქმიანობა ნამდვილად არ არის მოულოდნელი.

ორატორმა, რომ შეძლოს გავლენის მოხდენა საზოგადოებაზე ის კარგად უნდა ფლობდეს კომუნიკაციის როგორც ვერბალურ, ისე არავერბალურ საშუალებებს.

„ვერბალური კომუნიკაცია - სიტყვების, მეტყველების საშუალებით მიმდინარე კომუნიკაცია. არავერბალური კომუნიკაცია - კომუნიკაცია სიტყვების გარეშე, ხმის ტონის, მანერების, გამომეტყველების, გარეგნობის, პოზის, ჩაცმისა და ურთიერთობისა დაკავებული მანძილის მეშვეობით“ (სუმბაძე, მახარძე, 2010: 7).

კვლევებით დადგენილია, რომ ადამიანების დიდი ნაწილი არავერბალური კომუნიკაციის გზით უფრო გადასცემს ინფორმაციას საზოგადოებას, ვიდრე ვერბალური კომუნიკაციის გზით (1/3-დი გადაცემა მხოლოდ ვერბალური, დანარჩენი კი არავერბალური გზით), კომუნიკაციის უნარი თანდაყოლილი თვისება არ არის, შესაძლებელია მისი განვითარება და დახვეწა, აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ კაცობრიობის ისტორიაში არავერბალური კომუნიკაცია გაცილებით ადრე წარმოიშვა, ვიდრე ვერბალური კომუნიკაცია მაგ. ბავშვი სანამ საუბარს დაიწყებს მანამდე გვაგებინებს არავერბალური კომუნიკაციით - რა უნდა. კომუნიკაცია წრიული ხასიათისაა ერთი ადამიანი გადასცემს ინფორმაციას მეორეს, რომელიც სცემს პასუხს და ამ გზით აიგება შემდგომი კითხვა კომუნიკაციისთვის, აქედან გამომდინარე მნიშვნელოვანია არა მარტო ის თუ რა თქვა კომუნიკატორმა, არამედ ისიც თუ როგორ აღიქვა/გაიგო ეს მსმენელმა, შემდგომი კომუნიკაციაც სწორედ ამაზე დამოკიდებული.

კომუნიკაციის ეფექტურობაში იგილისხმება ის საშუალებები, რომლითაც შესაძლებელია ინფორმაციის ისე მიტანა მიზნობრივ აუდიტორიამდე, როგორც ეს იყო ჩაფიქრებული, ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს აგრეთვე ადგილს, სად და რა გარემოში ვიმყოფებით, ვის ველაპარაკებით, როგორია ამა თუ იმ საზოგადოების კულტურა, ასაკი, სქესი, თითოეულ შემთხვევაში განსხვავებულად უნდა მივუდგეთ მათ, თუმცა ინფორმაციის გადამცემმა ტექსტის შერჩევისას დიდი ყურადღება უნდა მიაქციოს

კონკრეტული საზოგადოების კულტურას. მსოფლიოს დემოკრატიულ სახელმწიფოებში საქართველო გამოირჩევა თავისი ხანგრძლივი კულტურის ისტორიით, ჩვენი ქვეყნის უნიკალურობაც იმაში ვლინდება, რომ თითოეულ კუთხეს თავისთვის დამახასიათებელი კულტურა და ტრადიციები გააჩნია, ამიტომ პრეზიდენტობის კანდიდატმა ამომრჩევლებთან საუბრის დროს უნდა გაითვალისწინოს თითოეული კუთხის კულტურა, არ არის აუცილებელი ზედმინევით ვიცოდეთ ამა თუ კუთხის, ქვეყნის კულტურა და ტრადიციები, ზოგადი წარმოდგენაც საკმარისია ამისთვის.

პრეზიდენტობის კანდიდატმა, მუნიციპალიტეტის მერმა, ამა თუ იმ პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენელმა განსაკუთრებით დიდი ყურადღება უნდა მიაქციოს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებთან (შშმპ) ურთიერთობას. შშმპ-ებს არ მოეპყროთ ისე რომ თავი შეურაცხყოფილად იგრძნონ, ნუ გამოიჩენთ ზედმეტ ყურადღებას, რათა არ შეექმნათ განცდა, რომ გეცოდებათ, მოეპყარი ისე როგორც სხვებს, მაგრამ გაითვალისწინეთ, როცა საქმე გაქვთ მხედველობა ან სმენადაქვეითებულ ადამიანებთან - განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა მიანიჭეთ კომუნიკაციის სახეს, მაგალითად, სმენადაქვეითებულ ადამიანებთან საუბრის დროს ძირითადი აქცენტი უნდა გადაიტანოთ არავერბალური კომუნიკაციის ხერხებზე (მიმიკა, უესტები), მათთან საუბრის დროს გამორთეთ მობილური ტელეფონები და ახლოს მიდით მათთან, რათა შესაძლებელი იყოს თქვენი საუბრის უკეთ გაგება. ისაუბრეთ ხმამაღლა, მაგრამ არა ყვირილით, ხოლო რაც შეეხება მხედველობადაქვეითებულ ადამიანებთან საუბარს, აქტიურად უნდა გამოიყენოთ ვერბალური კომუნიკაციის ხერხები (ხმა, ინტონაცია, ტემბრი), არ ისაუბროთ ხმამაღლა, რადგან როგორც წესი მხედველობადაქვეითებულ ადამიანებს კარგად ესმით, წარუდგინეთ თქვენი თავი, მიუხედავად იმისა, რომ კარგად გიცნობთ, შესაძლებელია ხმით ვერ შეძლონ თქვენი დამახსოვრება, ამასთან ჯობია სათქმელი პირდაპირ უთხრათ შშმპ-ერებს, ვიდრე მის მომვლელს. აუცილებელია გაითვალისწინოთ, თუ როგორ უნდა მოიქცეთ შშმპ-ებთან ურთიერთობის დროს, სანამ გადაწყვეტთ დაეხმაროთ გადაადგილებაში, მანამდე დაეკითხეთ ჭირდება თუ არა თქვენი დახმარება.

მოსაუბრე, რაც უფრო პირადაპირ ამბობს სათქმელს, მით მეტია შესაძლებლობა, რომ მსმენელი სწორად გაიგებს მის ნათქვამს, მაგალითად საჯარო

შეხვედრის დროს თუ გვინდა ცოტა დასვენება ნაცვლად იმისა, რომ დაიწყეთ საუბარი როგორი რთული დღე გქონდათ, ბევრ ადგილას მოგიწიათ მისვლა, საუბარი და როგორ დაილაღეთ, ჯობია პირდაპირ თქვათ სათქმელი - შევისვენოთ ნახევარი საათით, თუმცა უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ ყველა კულტურაში პირდაპირ საუბარი მისაღები არ არის, მაგალითად რაც საქართველოში მიღებულია სიტყვით გამოსვლის დროს ის შეიძლება მიუღებელი იყოს პირობითად აშშ-ში, იაპონიაში, რუსეთში და ა.შ..

„აზრის ვერბალურად, სიტყვების მეშვეობით, გამოხატვის ეფექტურობის გაზრდას ხელს უწყობს შემდეგი ხერხების გამოყენება: პირდაპირ თქვით სათქმელი თავი აარიდეთ მინიშნებების გამოყენებას; ნუ გადადებთ სათქმელის თქმას; ისაუბრეთ კონკრეტულად საკითხზე და თავი აარიდეთ ზოგად განცხადებებს; საუბრის დაწყებისას მალევე გადადით საუბრის ძირითად საკითხზე; არ გადაუხვიოთ საუბრის ძირითად თემას; ცხადად გამოხატეთ აზრი“ (სუმბაძე, მახარძე, 2010: 27,28).

„საუბრის პროცესში შეეცადეთ გაითვალისწინოთ შემდეგი რჩევები: გამოხატეთ აზრი მსმენელისთვის გასაგები სიტყვებით; მოკლედ ჩამოაყალიბეთ აზრი; გარკვევით გამოთქვით სიტყვები; იყავით შეძლებისამებრ გულწრფელი; შეარჩიეთ სწორი შეკითხვები; დაიცავით ზრდილობის ნორმები“ (სუმბაძე, მახარძე, 2010:28,29).

უნდა გვახსოვდეს, რომ საჯაროდ სიტყვით გამოსვლისას საზოგადოება კომუნიკაციის არავერბალურ საშუალებებს უფრო აქცევს დიდ ყურადღებას, ვიდრე ვერბალურს, რაზედაც ძველი ბერძენი ფილოსოფოსები არისტოტელე და პლატონი საუბრობდნენ, არავერბალური კომუნიკაციის გზით შეგიძლიათ გადმოსცეთ გრძნობები, ემოციები, თქვენი დამოკიდებულება ადამიანებისადმი, ან დათაროთ ისინი, თუმცა ძალიან რთულია არავერბალური კომუნიკაციის გაკონტროლება, მაგრამ მაინც სწავლებადი. თუ კი ვერბალური კომუნიკაცია ეწინააღმდეგება არავერბალურ კომუნიკაციას, მაგალითად თქვენი ნათქვამი არ შეესაბამება ხმის ტემბრს და გამომეტყველებას, ამ დროს საზოგადოება არავერბალურ კომუნიკაციას მიანიჭებს უპირატესობას, ასევე, კვლევებით დადგენილია, რომ ქალები უკეთ ფლობენ არავერბალურ კომუნიკაციის საშუალებებს ვიდრე მამაკაცები.

საჯაროდ სიტყვით გამოსვლისას ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს გარეგნობას, ხმის ტონს, მეტყველების ტემპს, სხეულის ენას - განვიხილოთ თითოეული მათგანი:

გაითვალისწინეთ, რომ პირველი შთაბეჭდილების მეორედ მოხდენის შესაძლებლობა არ გექნებათ, ადამიანების უმრავლესობა შეხედულების ჩამოყალიბებას სხვათა მიმართ საუბრის დანყებიდან პირველ 4 წუთში ახდენს, ამიტომ საზოგადოების კეთილგანწყობის მოსაპოვებლად მნიშვნელოვანია საჯაროდ სიტყვის გამომსვლელის გარეგნობა და ჩაცმის სტილი. კვლევებით დადგენილია, რომ მაღალი ადამიანები დაბალ ადამიანებთან შედარებით უფრო წარმატებულნი არიან, ქალებში ამ პრობლემის მოგვარება მარტივია მაღალქუსლიანი ფეხსაცმელით, რასაც მამაკაცებზე ვერ ვიტყვით, მაღალ ადამიანებს თვითშეფასებაც მაღალი აქვთ, ამიტომ როცა რაიმე მნიშვნელოვანის თქმა გვსურს ნებისმიერ შემთხვევაში ფეხზე მდგომმა უნდა წარმოვთქვათ სიტყვა. გარეგნობასთან ერთად ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს ჩაცმის სტილს, ეს თქვენს კულტურაზე, ინდივიდუალურობაზე მეტყველებს, ბუნებრივია, საქმიან შეხვედრაზე სპორტული სტილით წასვლა მიუღებელია, თუმცა არც ზედმეტი სამკაულები და ფერადი ტანისამოსია მისაღები.

ასევე, ძალიან მნიშვნელოვანია ხმის ტონი და მეტყველების ტემპი საუბრის დროს, ერთი და იგივე სიტყვები შეიძლება განსხვავებულად იქნეს გაგებული. მაგალითად: „ეს შენი გაკეთებული საქმეა“, ამ წინადადებაში ჩანს, როგორც შექება, ისე საყვედური, გააჩნია როგორი ინტერპრეტაციით წარმოვთქვამთ მას, ასევე, გასათვალისწინებელია ის ფაქტიც, რომ მეტყველების სისწრაფე, ზოგ შემთხვევაში მომგებიანია მაგ. ამით სწრაფად ხდება ადამიანზე გავლენის მოხდენა, რასაც ხშირად მიმართავენ ტელევიზიის წარმომადგენლები, ზოგ შემთხვევაში კი წამგებიანია, რადგან აზრის გაგება რთულდება. ხმის ტონი უნდა იყოს რბილი/მშვიდი არც ძალიან ხმადაბალი და არც ძალიან ხმამაღალი.

„ადამიანები ყველგან განსაკუთრებულად ინტერესდებიან პოლიტიკოსების სხეულის ენით-ვინ არ იცის, რომ ზოგჯერ მათ თავი მოაქვთ, თითქოს სწამთ იმის, რისიც სინამდვილეში არ სწამთ, ანდა მიგვანიშნებენ, რომ სხვანი არიან, ვიდრე სინამდვილეში. პოლიტიკოსები გამუდმებით ირიდებენ და იგერიებენ თავდასხმებს; თვალთმაქცობენ, იტყუებიან, საკუთარ გრძნობებს ფარავენ, სპეციალურ ეფექტებს იყენებენ, სარკის წინ ვარჯიშობენ და მოჩვენებით მეგობრებს ესალმებიან ხალხში. მაგრამ ჩვენ ინსტიქტურად ვგრძნობთ, რომ წინააღმდეგობები სხეულის ენის სიგნალებს შორის საბოლოოდ ამხელს ამ ადამიანებს, ამიტომ გვიყვარს, რედესაც მათ

ყურადღებით ვაკვირდებით და ველოდებით, რომ ერთხელაც აუცილებლად გამოვიჭერთ“ (პიზი ალან, პიზი ბარბარა, 2016:15).

სხვადასხვა ერში განსხვავებული მნიშვნელობა აქვს მიმიკებს, ქცევას, უესტებს მაგ: საჩვენებელი თითის აწევა ამერიკის დასავლეთში ნიშნავს- კარგია, იტალიაში ერთს ნიშნავს, იაპონიაში ხუთს, ხოლო საბერძნეთში უარყოფითი მნიშვნელობით გამოიყენება.

„სხეულის ენის წასაკითხად მთავარია, გაიგო ადამიანების ემოციური მდგომარეობა, როდესაც მათ ნათქვამს ისმენ და იმ ვითარებას ითვალისწინებ, რომელშიც ისინი ლაპარაკობენ. ეს საშუალებას მოგცემთ, განასხვაოთ ფაქტი ფიქციისგან და სინამდვილე ფანტაზიისგან. ბოლო დროს ადამიანებს გვაცდუნებს ნათქვამი სიტყვა და ჩვენზე საუბრის უნარი. თუმცა, ადამიანთა უმეტესობა აშკარად ვერ აცნობიერებს სხეულის ენის სიგნალებსა და მათ გავლენას, იმ ფაქტის მიუხედავად, რომ ახლა ჩვენთვის უკვე ცნობილია, ნებისმიერი პირისპირ საუბრის დროს გზავნილების უმრავლესობა სხეულის სიგნალების მეშვეობით რომ გადაეცემა. მაგალითად, საფრანგეთის პრეზიდენტი ჟაკ შირაკი, შეერთებული შტატების პრეზიდენტი რონალდ რეიგანი და ავსტრალიის პრემიერ-მინისტრი ბობ ჰოუკი ხელებით გადმოსცემდნენ იმ საკითხებს ფარდობით ზომას, რაც გონებაში ჰქონდა. ერთხელ ბობ ჰოუკი პოლიტიკოსების ხელფასების გაზრდას იცავდა, რისთვისაც მათ შემოსავალს კორპორაციების აღმასრულებლის შემოსავალს ადარებდა. აცხადებდა, რომ აღმასრულებლის შემოსავალი ძალიან გაზრდილია, პოლიტიკოსებისა - შედარებით ნაკლებად. ყოველთვის, როცა პოლიტიკოსების შემოსავალს ახსენებდა, ის ხელებს 1 მეტრზე შლიდა, ხოლო აღმასრულებლის შემოსავლის ხსენებისას - 30სმ-ზე. სწორედ ეს ავლენდა ბობ ჰოუკის ნამდვილ აზრს, რომ პოლიტიკოსები ბევრად მეტს იღებდნენ, ვიდრე თვითონ აპირებდა აღიარებას“ (პიზი ალან, პიზი ბარბარა, 2016:23).

აგრეთვე, ძალიან საინტერესოა ის ფაქტი, რომ უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ხელის ჩამორთმევის პოზას, ასევე, თუ საითაა ხელისგული მიმართული, ამით შესაძლებელია დავადგინოთ თუ რას ფიქრობს კონკრეტული პოლიტიკოსი. „ნაცისტური მისალმების დროს ხელისგული პირდაპირ დაბლა იყო მიმართული და ძალუფლებისა და ტირანიის სიმბოლოს განასახიერებდა მესამე რაიხის დროს. ადოლფ ჰიტლერს რომ ხალხთან მისალმებისას ხელისგული ზემოთ პოზიცია

გამოეყენებინა, მას სერიოზულად არავინ მიიღებდა - უბრალოდ, გაიცინებდნენ“ (პიზი ალან, პიზი ბარბარა, 2016:43).

ადოლფ ჰიტლერი იყენებს ისტორიაში ერთ-ერთ ყველაზე ღირსშესანიშნავ უესტს დაბლა მიმართული ხელისგულით“ (პიზი ალან, პიზი ბარბარა, 2016:43).

რაც შეეხება სხეულის ენას, მას დიდი მნიშვნელობა აქვს საზოგადოებაზე ზეგავლენის მოხდენის თვალსაზრისით, მაშინ როცა არ არსებობდა მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები ნაკლებად ექცეოდა ყურადღება სხეულის ენას, დღეს კი ვითარება რადიკალურად შეიცვალა. ჩარლი ჩაპლინი ყველასათვის ცნობილი და საყვარელი ადამიანია, მან პოპულარობა სწორედ სხეულის ენით მოიპოვა, მას შეეძლო თავისი გრძნობების, ემოციების გადმოცემა გამომეტყველებისა და სხეულის ენის დახმარებით.

„გამომეტყველება და თვალის კონტაქტი ემოციის გამოხატვა ძირითადად გამომეტყველების მეშვეობით ხდება. კულტურებს შორის განსხვავება დიდია, როგორც გრძნობების გამოხატვის, ასევე მათი ამოცნობისას, თუმცა ძირითადი ემოციების - ბედნიერების, გაკვირვების, შიშის, სიბრაზის, სევდისა და ზიზღის - გამოხატვა და ამოცნობა საყოველთაოა. ნებისმიერ ქვეყანაში მცხოვრები ადამიანების მიერ ისინი ერთნაირად აღიქმება. სხვა დანარჩენი ემოციების ამოცნობა კი, საკუთარ ქვეყანაში უფრო იოლია, ვიდრე უცხო ქვეყნებში“ (სუმბაძე, მახარძე, 2010: 46).

„უესტები, რომელსაც ადამიანები უნებლიედ ტყუილის თქმის შემთხვევაში იყენებენ. ტყუილის ამოცნობა ბევრად უფრო ძნელია, ვიდრე გრძნობების. მოტყუებისას ადამიანი ხშირად ინსტინქტურად ხელს პირზე იფარებს, ზოგჯერ კი თითს იღებს ცხვირზე, ყურზე იკიდებს ხელს, ან კისერს იფხანს“ (სუმბაძე, მახარძე, 2010: 61).

საქმიანი ურთიერთობებისას მისაღმება კომუნიკაციის სანწყის ეტაჰს ნარმოადგენს, აუცილებლად მიესალმეთ მათ: „გამარჯობა“ „დილა მშვიდობისა“, თორემ „უტაქტო“ ადამიანის შთაბეჭდილებას დატოვებთ, ასევე, საუბარი დაასრულეთ გარკვევით „ნახვამდის“, „დროებით“, „მომავალ შეხვედრამდე“ და ა.შ.. მოსაუბრემ შთაბეჭდილების მოხდენა რომ შეძლოს მსმენელზე, მას უნდა ქონდეს მდიდარი ლექსიკური მარაგი და საუბრისას ხშირად იყენებდეს ემოციურ სიტყვებს.

რაც შეეხება კონფლიქტურ სიტუაციაში მოქალაქეებთან ურთიერთობას, თავიდან განვმარტოთ, თუ რას ნიშნავს სიტყვა კონფლიქტი - ეს არის ადამიანთა შორის ისეთი სახის ურთიერთობა, როდესაც ვერ ხდება აზრთა თანხვედრა განსხვავებული მიზნების, იდეების, ამოცანების და ღირებულებების გამო, თავდაპირველად მას განმარტავდნენ, როგორც „ჩხუბს“, „შერკინებას“ და „კამათს“.

ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს კონფლიქტურ სიტუაციაში სახელმწიფოს სტრუქტურების წარმომადგენლების მიერ წარმოთქმულ თითოეულ სიტყვას, ამ დროს, როგორც წესი საზოგადოება გაღიზიანებულია, ამიტომ მმართველი სუბიექტების ამოცანა უნდა იყოს საზოგადოების წუხილის გაზიარება და შესაძლო გზების მოძიება, თუ როგორ შეიძლება თავიდან იქნას აცილებული აღნიშნული კონფლიქტი. დღევანდელ საქართველოში გვაქვს არაერთი პრაქტიკული მაგალითი, როგორც დადებითი, ასევე, უარყოფითი თვალსაზრისით მოქალაქეებთან საუბრისა, თუ გვინდა მოქალაქეები დავიმორჩილოთ უნდა ვაღიაროთ, რომ დამნაშავე ჩვენ ვართ- ხელისუფლება და სასურველია საუბარი ბოდიშით დავნიყოთ, რაც ძლიერ - ფსიქოლოგიურ გავლენას ახდენს მოქალაქეებზე, წინააღმდეგ შემთხვევაში რთული იქნება კონფლიქტის განმუხტვა, აუცილებელია ბევრი ვესაუბროთ მოქალაქეებს პრობლემურ საკითხზე და მათთან ერთად ვეძიოთ პრობლემის გადაჭრის გზები.

შეიძლება აფსურდად მოგვეჩვენოს, თუმცა ცხადი ფაქტია, რომ ადამიანებს უყვართ, როცა მაღალი თანამდებობის პირები სახელით მიმართავენ, ეს მათ ინდივიდუალობის შეგრძნებას აძლევთ, ენდრიუ კარნეგის „ფოლადის მეფეს“ ეძახდნენ, რეალურად კი ის ჩვეულებრივი ადამიანი იყო და არაფრით განსხვავდებოდა სხვებისგან, მხოლოდ თავის ყველა თანამშრომელს სახელით მიმართავდა, რაც განაპირობებდა შემდგომში მათი მხრიდან უდიდეს პატივისცემას და თავდადებულ მუშაობას.

ვფიქრობთ, მნიშვნელოვანია საჯაროდ სიტყვით გამოსვლისას მოქალაქეებს მაქსიმალურად დეტალური ინფორმაცია მივანოლოთ საზოგადოებაში არსებული პრობლემის შესახებ, თუ გვინდა თავიდან ავირიდოთ ისეთი არასასიამოვნო მოვლენა რაც დღეს საქართველოში ხდება. საზოგადოება იმდენად ინფორმირებული უნდა იყოს, რომ მათ აზრდაც არ მოუვიდეთ წინააღმდეგობის განევა, აქციების გზით. თუ კი მმართველი იქნება ძლიერი, ყველა იმ ნიშან - თვისებით აღჭურვილი, რაც ზემოთ

ჩამოვთვალეთ, შესაძლებელი იქნება სასურველი შედეგის მიღწევა, რაც თავის მხრივ გულისხმობს საზოგადოებისთვის აბსოლუტური სიკეთის მოტანას.

3.2. წინასაარჩევნოდ მოქალაქეებთან ურთიერთობა

*„ადამიანები იმდენს არასდროს არ ცრუობენ,
როგორც ნადირობის შემდეგ,
ომის დროს და არჩევნების წინ“*
ოტო ფონ ბისმარკი

წინასაარჩევნო კამპანიის დროს წარმოთქმულ სიტყვას არ აქვს განვითარების დიდი ისტორია და შეიძლება ითქვას, რომ დაახლოებით XIX საუკუნეში გამოვიდა ფართო ასპარეზზე. პირველობას კი ამ შემთხვევაშიც ამერიკის შეერთებული შტატები იკავებს, შემდგომ უკვე XX, XXI საუკუნეში ფართო გასაქანი მიეცა. რაც შეეხება საქართველოს ახალი პროდუქტია ჩვენთვის, რომელიც ძირითადად სარეკლამო კამპანიის მსგავსია. აუცილებელია ხაზი გავუსვათ იმ გარემოებას, რომ უდიდესი მნიშვნელობა აქვს წინასაარჩევნო კამპანიის დროს დაწერილ სიტყვას, რადგან საზოგადოების დიდ ნაწილს პრეზიდენტობის კანდიდატები, პოლიტიკოსები სწორედ ასეთი სიტყვით გამოსვლის დროს ამახსოვრდებათ.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ამოცანას წარმოადგენს საარჩევნო კამპანიის მომზადება და ჩატარება, ეს არის ქვეყნის კანონმდებლობით დადგენილი ორგანიზებული, კონკრეტული მიზნისაკენ მიმართული საჯარო ღონისძიების სისტემა, რომლის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენს ხალხის ნების განხორციელება. ამასთან, ეფექტური საარჩევნო კამპანიის დაგეგმვისათვის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის სპეციალისტმა უნდა გაითვალისწინოს,

რომ აუცილებელია საარჩევნო კამპანიისთვის არსებობდეს შესაბამისი მოქმედების გეგმა, სადაც განერილი იქნება ზოგადი სტრატეგიები ჩასატარებელი ღონისძიებების შესახებ. კამპანიის წარმატებით ჩატარებისათვის აუცილებელია პროფესიონალების გუნდური მუშაობა, აგრეთვე, წინასაარჩევნო კამპანიის ორგანიზატორი შეიძლება ითქვას ვალდებულიცაა, რომ გაითვალისწინოს მოქალაქეების ნება-სურვილი და სოციალური მდგომარეობა.

პიარ სპეციალისტმა, პიარ კამპანიის ჩატარების დროს უნდა გაითვალისწინოს რამოდენიმე საკითხი: კონკრეტული ქალაქის, მუნიციპალიტეტის, ოლქის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა, საზოგადოების შეხედულებები, პოლიტიკური კულტურის დონე, კონკრეტული პოლიტიკური პარტიის რეიტინგი, დემოგრაფიული მდგომარეობა და რაც მთავარია აუცილებლად უნდა დაამყაროს საზოგადოებასთან ურთიერთობა უკუკავშირის გზით. როგორც წესი, საზოგადოების დიდი ნაწილი უპირატესობას ანიჭებს კარგად გაპიარებულ პიროვნებას, ვიდრე საარჩევნო პროგრამას, რაც ვფიქრობთ, რომ არასწორია, ამიტომ პიარ სპეციალისტმა საარჩევნო პროგრამის შედგენისას ყურადღება უნდა მიაქციოს შემდეგ საკითხებს: საარჩევნო პროგრამა უნდა შედგებოდეს დადებითი წინადადებებისაგან, უნდა არსებობდეს საზოგადოებაში არსებული პრობლემების აღმოფხვრის გეგმა, გარკვევით უნდა იყოს ჩამოყალიბებული პროგრამაში კანდიდატის მიზნები და ამოცანები, თუ რას მიიღებს ამომრჩეველი მისი გამარჯვების შემთხვევაში, ასევე, ნათლად უნდა იყოს წარმოდგენილი კანდიდატის ღირებულებები, მსოფლმხედველობა, იდეები და ამომრჩევლის ნების განხორციელების სურვილი.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის სპეციალისტი უშუალოდ ჩართულია საარჩევნო კამპანიისთვის შესაბამისი სახსრების მოძიებაში, ის ვალდებულია დაარწმუნოს ამომრჩევლები, შესაბამისი ორგანიზაციები იმაში, რომ ისინი საკუთარ თანხას მიზანმიმართულად იყენებენ და რომ ის შემდგომში გარანტი იქნება საზოგადოების საუკეთესო მომავლის, ხშირად უნდა ახსენებდეს კანდიდატის პიროვნულ ნიშან-თვისებებს, მის ღირებულებებს, რომ მისი გამარჯვების შემთხვევაში საზოგადოება შეძლებს ოცნების ასრულებას, სასურველი კანდიდატის არჩევის გზით.

მნიშვნელოვანია, აგრეთვე, რომ საარჩევნო კამპანიის ჩატარების დროს დიდი ყურადღება მივაქციოთ ისეთ საკომუნიკაციო საშუალებებს, როგორცაა

მასმედია და ინტერნეტი, ვინაიდან მისი საშუალებით შესაძლებელი იქნება ამომრჩევლებთან საკუთარი მიზნების, გეგმების მიტანა უმოკლეს დროში.

აუცილებელია გავითვალისწინოთ, რომ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის სპეციალისტმა პოლიტიკოს უნდა შეერჩიოს ისეთი თემა, რომელიც დიდი აუდიტორიების გაერთიანებას შეძლებს. მაგალითად, მკვლევლობა, სახელმწიფოს მხრიდან მართვის არაეფექტურობა და ა.შ. აგრეთვე, უნდა შეძლოს მათი დაჯგუფება შემდეგი სახით: „1. პოლიტიკური საკითხები - ეხება კანდიდატის მოქალაქეობრივ პოზიციას, აქ მთავარია ხალხის ინტერესების დაცვა. 2. ყოველდღიური, ცხოვრებისეული - აქ მთავარია ვაჩვენოთ ამ პრობლემების გადაჭრის გზები და საშუალებები. 3. რელიგიისადმი, კულტურისადმი, ტრადიციებისა და ოჯახებისადმი კანდიდატის მსოფლმხედველობრივი მიდგომა“ (ლომინაძე, 2009:49).

კონკრეტული პარტიის წარმომადგენელს თუ უნდა გაიმარჯვოს არჩევნებში და ამით მიაღწიოს სასურველ შედეგს - აუცილებელია მაქსიმალურად ჩაერთოს საარჩევნო პიარ კამპანიაში, რაც გულისხმობს საზოგადოების გულისტკივილის გაზიარებას. ასევე, ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ კანდიდატის სახეზე ყოველთვის დადებითი ემოცია იკითხებოდეს, ეს შეიძლება მარტივი გზით - ლიმილით, კანდიდატი, პოლიტიკოსი ყოველთვის უნდა იყოს მზად მეგობრული ხელის ჩამორთმევისთვის.

ძალიან საინტერესოა საზოგადოების დამოკიდებულება სახელმწიფოს მეთაურის/პრეზიდენტის მიმართ, მაგალითად თუ სახელმწიფოში ყველაფერი იდეალურადაა მაშინ საზოგადოება ამ წარმატებას სახელმწიფოს მეთაურს მიაწერს, თუ პირიქით - ბრალს დებს იმაშიც კი, რაც არ არის მისი ბრალი, ამიტომ მეთაური რალაცით უნდა გავდეს საზოგადოებას, მაგრამ ოდნავ უკეთესი - იყოს. ფსიქოლოგების მიერ აღიარებული და დადასტურებული ფაქტია ის, რომ საზოგადოებამ კონკრეტული პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენლის მიმართ რაც ბევრი იცის, მით მეტს ითხოვს მისგან, მასმედიის საშუალებები აქტიურად ავრცელებენ კანდიდატის შესახებ არსებულ ინფორმაციას, აშუქებენ მის თითოეულ წარმოთქმულ სიტყვას, რაც დიდ ზეგავლენას ახდენს საზოგადოებაზე, სწორედ ასეთ ამომრჩევლებთან მუშაობა შეუძლიათ პიარ სპეციალისტებს.

„კანდიდატის პოპულარიზაციის საკითხში გამოიყოფა ხუთი სტადია: 1. იდენტიფიკაცია - კანდიდატი უნდა გავხადოთ ცნობადი. 2. ლეგიტიმურობა -

გულისხმობს კანდიდატის ღირსეულად აღიარებას. 3. მონაწილეობა - ითვალისწინებს საარჩევნო კამპანიაში იმ პირების ჩართვას, რომლებიც ჯერ კიდევ გუშინ არ მონაწილეობდნენ მასში. 4. შეღწევა - კანდიდატის გამოჩენა რეიტინგებისა და სოციალური გამოკითხვების წინ. 5. გავრცელება - გამარჯვებულმა უნდა მოახდინოს დაპირებების შესრულება“ (ლომინაძე, 2009:50).

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის სპეციალისტი ვალდებულია გაუკეთოს ანალიზი წინასაარჩევნოდ ჩატარებულ ღონისძიებას, სარეკლამო მასალებს, გამოსვლებს, ის უშუალოდ უნდა იყოს ჩართული მათ შექმნაში და სისტემატურად უნდა უწევდეს მონიტორინგს იმ საკითხს, თუ რამდენი ადამიანი ესწრება წინასაარჩევნო შეხვედრებს. როგორც არაერთხელ ავლნიშნეთ, ძალიან მნიშვნელოვანია კანდიდატის პოლიტიკური იმიჯი, მისი ქცევა წინასაარჩევნოდ, რომელიც წარმატების უპირობო გარანტია, მისი ყოველი ქმედება საზოგადოებაში დადებით ემოციას უნდა იწვევდეს, მხოლოდ ისეთ საკითხზე უნდა ბრაზდებოდეს როცა აშკარად დაინახავს, რომ ირღვევა მოქალაქეთა უფლებები და ილახება სახელმწიფო ინტერესი, სხვა შემთხვევაში კანდიდატის აღშფოთება და გაბრაზება დაუშვებელია.

კანდიდატის თითოეულ გამოსვლას გულისყურით უსმენს საზოგადოება, ამიტომ კანდიდატი ვალდებულია თავისი სასიკეთო აზრით, იდეებით საზოგადოება დაარწმუნოს მის კეთილსინდისიერებაში, უკეთესი მომავლის რწმენაში და რაც მთავარია მისი სამომავლო გეგმები რეალობაზე უნდა იყოს დაფუძნებული და არა ფუჭ ოცნებაზე, ის უნდა იყოს გულწრფელი, გულახდილი, მაღალი მართლშეგნების, მორალური და ზნეობრივი პრინციპებით აღჭურვილი, არ უნდა იყოს ცინიკური და არ უნდა დაამციროს სხვა პოლიტიკური პარტიის კანდიდატები, სწორედ ასეთი კანდიდატი შეძლებს საზოგადოების ყველა ფენის აბსოლუტური ნდობის მოპოვებას.

პიარ სპეციალისტი შეიძლება ითქვას, რომ მთავარ როლს თამაშობს წინასაარჩევნოდ კანდიდატის იმიჯის შექმნაში. პიარ სპეციალისტი ვალდებულია გამოიკითხოს საზოგადოების აზრი, თუ რას ანიჭებს საზოგადოება უპირატესობას ლიდერში და მხოლოდ მის შემდგომ დაგეგმოს სწორი პიარ კამპანია. საზოგადოდ აღიარებული ფაქტია, რომ ადამიანების დიდი ნაწილი კანდიდატში ყურადღებას აქცევს ისეთ პარამეტრებს, როგორიცაა: „წარსული, გარეგნობა, მსოფლმხედველობა, ღირებულებები, ფსიქიკა, ოჯახი, განათლება და ინტელექტი, ზნეობა, რელიგია

სპორტი და ჰობი“ (ლომინაძე, 2009:51), ხშირად ხდება ადამიანის შეფასება უესტების, ჩაცმის სტილის, საუბარის მანერის მიხედვით.

პიარ სპეციალისტმა პოლიტიკოსს უნდა შეუქმნას ისეთი იმიჯი, რითაც საზოგადოება დაინახავს მის სიძლიერეს, შრომისმოყვარეობას, თუ როგორ შეუძლია ნებისმიერი რთული მდგომარეობიდან საუკეთესო გამოსავლის პოვნა, კანდიდატს არ უნდა ჰქონდეს დაღლილი იერი, რადგან ასეთი ადამიანის ნდობა ცოტა არ იყოს რთულია, კანდიდატის პოლიტიკური იმიჯი უნდა აკმაყოფილებდეს საზოგადოების საერთო მოთხოვნას, ის უნდა იყოს ძლიერი ნებისყოფის, სულიერად მტკიცე და მუდმივად ახალი იდეებით გამსჭვალული. პიარ სპეციალისტმა კანდიდატს უნდა შეუქმნას ისეთი იმიჯი, რომ საზოგადოებისთვის ის გმირად იქნას აღიარებული, რომლის იმედიც ყოველთვის ექნებათ, ამის მიღწევა კი შესაძლებელია მარტივი გზით, კანდიდატის ისეთ თვისებებზე უნდა გადაიტანოს პიარ სპეციალისტმა ყურადღება, როგორცაა შრომისუნარიანობა და სიმამაცე, „პოლიტიკოსს უნდა ახასიათებდეს ის თვისებები, რომლებიც შეეფერება მამის ხატს - დამცველის, სტაბილურობის გარანტის“ (ლომინაძე, 2009: 52).

კანდიდატში უნდა იყოს თავმოყრილი ყველა ის ნიშან-თვისება, რომელთაც თანაბრად აფასებს ყველა ერის წარმომადგენელი. „ეს არის ყველა ადამიანისადმი პატივისცემა, შემწყნარებლობა, სიტყვის დაურღვევლობა, პატიოსნება და წესიერება, რაც ყოველთვის ფასეულია“ (ლომინაძე, 2009: 52).

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის სპეციალისტმა ნებისმიერი ღონისძიება ისე უნდა დაგეგმოს, რომ კანდიდატმა შეძლოს თავისი ყველაზე ძლიერი მხარეების გამოვლენა, რათა მასზე ისაუბროს საზოგადოებამ, ამასთან კანდიდატის პოლიტიკურ იმიჯს ხშირად განსაზღვრავს პარტიის იმიჯი, რომელსაც ის წარმოადგენს, მნიშვნელოვანია - პარტიას რა მიზანი აქვს, ამოცანები და ფუნქციები და რომელ სოციალურ ფენას წარმოადგენს მისი ამომრჩეველი. საზოგადოებაზე ყველაზე დიდ გავლენას ახდენს პარტიის სახელწოდება, ამიტომ სწორად უნდა შეირჩეს ის, აქვე ძალიან მნიშვნელოვანია სწორად შერჩეული პარტიის **ლოზუგი და სლოგანი**, ის უნდა იყოს მოკლე, ლაკონური, გასაგები, რომელიც საზოგადოებაზე მოახდენს ემოციურ გავლენას, მაგალითად: „ძალა ერთობაშია“, „ჩვენ ერთად ყველაფერს შევძლებთ“ და ა.შ.. კარგად ჩატარებულ წინასაარჩევნო კამპანიას შეუძლია აამაღლოს კანდიდატის

პრესტიჟი და ავტორიტეტი, რაც პირდაპირ გულისხმობს პარტიის წინსვლას და შესაძლო გამარჯვებას არჩევნებში, ან პირიქით.

ძალიან მნიშვნელოვან როლს თამაშობს წინასაარჩევნო პიარკამპანიის ეფექტურობაში, აგრეთვე, საზოგადოებისთვის ცნობადი სახეების ჩართვა: საგანმანათლებლო, კულტურის, მეცნიერებისა და სპორტის სფეროდან. საზოგადოებას უყვარს ცნობადი სახეები და მათი ნათქვამი თითოეული სიტყვა დიდ გავლენას ახდენს მათ შეხედულებებზე. კანდიდატს უნდა ახსოვდეს, რომ ხალხს უყვარს ემოციური, პატრიოტული სულისკვეთებით გამსჭვალული გამოსვლები და არა რაციონალური არგუმენტები, კანდიდატი გამოსვლებში განსაკუთრებულ ყურადღებას უნდა იჩინდეს მოხუცი ადამიანებისადმი, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირების და გაჭირვებულების მიმართ, რითიც დადასტურდება კანდიდატის სიკეთე და დადებითი მორალური თვისებები.

კანდიდატმა თავისი სიტყვა უნდა დაიწყოს მისალმებით, საკუთარი გეგმების, დასახული მიზნების, ამოცანების წარმოდგენით და შემდგომ უნდა გადავიდეს მოწინააღმდეგე მხარის კრიტიკაზე, რომ სხვა პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენელს არ შესწევს უნარი დაპირებების შესრულების, რაც გულისხმობს იმას, რომ მისზე მიცემული თითოეული ხმა დალუპავს ქვეყნის მომავალს, არ ექნება სახელმწიფოს განვითარების პერსპექტივა. საერთო ჯამში შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ კანდიდატის წარმატება დამოკიდებულია: მის პიროვნულ ნიშან-თვისებებზე, მის გარშემო არსებულ საზოგადოებაზე, პიარ კამპანიის ჩატარების სტრატეგიაზე, მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების დამოკიდებულებაზე და მთავარი კომუნიკაციის არხებზე.

საზოგადოების დიდი ნაწილი გადაწყვეტილებას ბოლო მომენტში იღებს, თუ რომელ კანდიდატს უნდა მისცეს ხმა, ამიტომ წინასაარჩევნოდ სწორად შერჩეულ პიარ კამპანიას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს.

კანდიდატის ვერბალური კომუნიკაციის საშუალებების კარგად ფლობა ხელს შეუწყობს შემდგომში მის წარმატებას, საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანია, ასევე საუბრის მანერა, აზრის ლოგიკურად გადაბმის უნარი და ზოგადად მათზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების საშუალებების კარგად ფლობა და შეიძლება ითქვას, რომ მეორეხარისხოვანია კანდიდატის დაპირებები. ხშირად უნდა გამოიყენოს კანდიდატმა წინადადებებში ზმნები, ვინაიდან ის უფრო ნათელს გახდის წარმოთქმულ

აზრს, აქვე უნდა გაითვალისწინოს კანდიდატმა, რომ გავებით უნდა მოევიდოს საზოგადოების მხრიდან წამოსულ თითოეულ მტრულ კითხვასაც კი, ამომრჩეველმა უნდა იგრძნოს, რომ მისი აზრი მნიშვნელოვანია ხელისუფლებისთვის, თქვენთან საუბარმა მას მეგობრობის, გვერდშიდგომის სურვილი უნდა გაუჩინოს და მხოლოდ ასეთ შემთხვევაში შეძლებთ საზოგადოების კეთილგანწყობის მოპოვებას.

ნებისმიერ პოლიტიკურ პარტიას უნდა ახსოვდეს, რომ საზოგადოება მათ იმედის თვალთ უყურებს, ამიტომ თავი უნდა შეიკავონ შავი პიარისაგან და სიცრუისაგან, საზოგადოებამ თავი მოტყუებულად არ უნდა იგრძნოს, რაც სამწუხაროდ დღევანდელ რეალობაში ხშირად ხდება.

არჩევნებში მონაწილე ნებისმიერი კანდიდატის მიზანია საზოგადოებრივ აზრზე ზეგავლენის მოხდენა, არჩევნების პერიოდში განსაკუთრებით სახელისუფლებო შტოს და ოპოზიციური პარტიის წარმომადგენლები ცდილობენ გავლენა იქონიონ საზოგადოებრივ აზრზე, ამიტომ კომუნიკაციის საშუალებებს აქ გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს, ვინაიდან მისი მიზანია მაქსიმალურად შეამციროს საჯარო აზრსა და სამთავრობო ქცევას შორის არსებული უთანხმოება.

წინასაარჩევნო კამპანიის დროს წარმოთქმული სიტყვა უნდა იყოს მოკლე, მიზნობრივ აუდიტორიაზე მორგებული, მარტივი ენით გადმოცემული, რათა საზოგადოების ყველა სოციალური ფენისთვის იყოს გასაგები და მარტივად დასამახსოვრებელი. შეტყობინება უნდა იყოს პოზიტიური, მაგ: ბარაკ ობამა წინასაარჩევნოდ ხშირად იყენებდა სიტყვას „ცვლილება“, რაც მოქალაქეებს უჩენდა იმედს - უკეთესი მომავლის, ასევე მიხეილ სააკაშვილი, რომლის სლოგანიც იყო „გასაკეთებელი კიდევ ბევრია“.

პოლიტიკური რეკლამა, ესაა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში, მაგალითად მედიაში გაშვებული ისეთი სახის ინფორმაცია, რომლის მიზანია კონკრეტული პოლიტიკური პარტიის კანდიდატის არჩევისათვის ხელის შეწყობა, სადაც აუცილებლად უნდა იყოს მითითებული კონკრეტული პოლიტიკური პარტიის კანდიდატის არჩევნებში მონაწილეობის რიგითი ნომერი.

პოლიტიკურ რეკლამას გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება წინასაარჩევნოდ, რომელსაც შეუძლია განსაკუთრებით დიდი წარმატება მოუტანოს კანდიდატს. პოლიტიკური რეკლამა უნდა იყოს მოკლე, სადაც ასახული იქნება კანდიდატის მიერ

განსახორციელებელი ღონისძიებების ნუსხა, ის უნდა იყოს აუცილებლად ემოციურად გადმოცემული და ადვილად დასამახსოვრებელი საზოგადოებისთვის, რადგან სწორედ პოლიტიკური რეკლამით ექმნება საზოგადოებას პირველი შთაბეჭდილება კანდიდატის მიმართ, რაც შემდგომ უკვე განაპირობებს საზოგადოების დადებით განწყობას კონკრეტული პოლიტიკური პარტიის კანდიდატის მიმართ.

საქართველოს მოქმედი კანონმდებლობა არეგულირებს უფასო და ფასიან პოლიტიკურ რეკლამას: საქართველოს ორგანული კანონი „ საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“-ით და საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“.

საარჩევნო კოდექსის 50-ე მუხლი არეგულირებს მედიის მიერ წინასაარჩევნო კამპანიის გაშუქების ზოგად საკითხებს, რომლის მიხედვითაც „1.კენჭისყრამდე არაუგვიანეს 50-ე დღიდან კენჭისყის დღემდე სამაუწყებლო ლიცენზიის მფლობელი, ავტორიზებული საეთერო მაუწყებელი, საზოგადოებრივი მაუწყებელი და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო ვალდებული არიან, დაიცვან შემდეგი პირობები:

ა) მაუწყებლის მიერ საარჩევნო აგიტაციისა და პოლიტიკური რეკლამისათვის საეთერო დროის გამოყოფის შემთხვევაში საჯაროდ გამოაცხადონ და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას ყოველკვირეულად გადასცენ ინფორმაცია: რომელი რიცხვიდან რომელ რიცხვამდე და რა პერიოდულობით არის გამოყოფილი საეთერო დრო, 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი დროის ხანგრძლივობა და გრაფიკი, საეთერო დროის ტარიფი, განეული მომსახურება;

ბ) ტელე ან რადიოკომპანიის მიერ 1 დღის განმავლობაში გამოყოფილი ფასიანი დრო არ უნდა აღემატებოდეს მისი დღიური მაუწყებლობის საერთო მოცულობის 15 პროცენტს და არცერთ საარჩევნო სუბიექტს არ უნდა დაეთმოს ამ დროის ერთ მესამედზე მეტი. ფასიანი დროის ტარიფი ყველა საარჩევნო სუბიექტისთვის (როგორც კვალიფიციური, ისე არაკვალიფიციური სუბიექტებისათვის) ერთნაირი უნდა იყოს;

გ) პოლიტიკური/წინასაარჩევნო რეკლამის გამოქვეყნებისას კადრის კუთხეში უნდა იყოს წარწერა „ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა“ ან „უფასო პოლიტიკური რეკლამა“. ასეთ რეკლამას უნდა ჰქონდეს სურდოთარგმანი, რომლის უზრუნველყოფაც რეკლამის წარმდგენი საარჩევნო სუბიექტის ვალდებულებაა;

დ) ამ პუნქტით გათვალისწინებულ პერიოდში არ დაუშვან პოლიტიკური რეკლამის განთავსება სხვა დროს, გარდა ამ მიზნით გამოყოფილი დროის შუალედისა“. რაც შეეხება უფასო პოლიტიკურ რეკლამას “ უფასო სარეკლამო დრო უნდა გამოიყოს სამაუწყებლო ბადეში ფასიანი რეკლამის განთავსების დროიდან სამსაათიან შუალედში, იმავე დღეს ან დამკვეთთან შეთანხმებით – სხვა დღეს. არ შეიძლება სუბიექტის მიერ გამოუყენებელი უფასო სარეკლამო დროის შემდგომ დამატება მისი კუთვნილი სხვა სარეკლამო დროისათვის: ა) ზემოაღნიშნული საარჩევნო სუბიექტისათვის – მის მიერ შეძენილი სარეკლამო დროის ტოლი დრო, რომელიც ისე უნდა განაწილდეს, რომ 3 საათში 90 წამზე მეტი არ დაიკავოს (საარჩევნო სუბიექტს შეუძლია ეს დრო რამდენიმე ნაწილად დაეყოს);“ (საქართველოს ორგანული კანონი „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი).

საქართველოს საარჩევნო კოდექსის თანახმად დაუშვებელია სამაუწყებლო საშუალებებში არჩევნების დღეს პოლიტიკური რეკლამის განთავსება.

საბოლოოდ თუ გვინდა არჩევნებში წარმატებას მივაღწიოთ სწორად უნდა დავგეგმოთ წინასაარჩევნო პიარ კამპანია, რაც გულისხმობს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სხვადასხვა საშუალებების გამოყენებას, კარგად დანერვილ ტექსტს, კანდიდატის იმიჯს, სტრატეგიებს და კარგად გააზრებულ პოლიტიკურ რეკლამას.

უმუშევრობა ჩვენი სახელმწიფოს უდიდესი პრობლემაა, ამიტომ თითოეული პოლიტიკური პარტიის კანდიდატის, სახელმწიფოს მეთაურის ამოცანა უნდა იყოს ამ პრობლემის მოგვარება. წინასაარჩევნო კამპანიის დროს კანდიდატმა ნათლად უნდა წარმოადგინოს პროგრამა, თუ, როგორ შეძლებს უმუშევრობის დაძლევას სახელმწიფოში, ეს სახელმწიფოს პოზიტიური ვალდებულებაა, რასაც განამტკიცებს საქართველოს კონსტიტუციის 32-ე მუხლი, რომლის თანახმადაც სახელმწიფო ხელს უწყობს უმუშევრად დარჩენილ საქართველოს მოქალაქეს დასაქმებაში, სახელმწიფომ უნდა შექმნას ამისთვის შესაბამისი რესურსი, თუმცა დღეს სამწუხარო რეალობა გვაქვს ამ კუთხით, დასაქმებულთა არეალი საკმაოდ მწირია, თუმცა უმუშევრობა მართლაც ჩვენს პრობლემას არ წარმოადგენს თანამედროვე მსოფლიოშიც უმუშევრობის პრობლემაა, როგორც წესი, კონსტიტუციაში არსებული აღნიშნული ჩანაწერი მკვდარი ნორმის სახითაა და ამოქმედება არ უნერია, რაც არასწორია - სახელმწიფომ უნდა შექმნას

სამუშაო ადგილები, წინააღმდეგ შემთხვევაში ვერ მოიპოვებს საზოგადოების მხარდაჭერას.

ისეთ სახელმწიფოში, რომელსაც ელემენტარულად კალმის წარმოებაც კი არ შეუძლია, ცოტა არ იყოს რთულია საუბარი უმუშევრობის პრობლემის დაძლევაზე. დღეს, საქართველო წარმოების თვალსაზრისით უკანასკნელი ქვეყნების კატეგორიას მიეკუთვნება, თუმცა პოტენციური დიდი აქვს, საქართველო უნიკალურია თავისი ბუნებით, რაც გამოიხატება იმაში, რომ წელიწადის ოთხივე დრო, საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში, ერთ დღეს შეგიძლია ნახო და ასეთი პოტენციალის მქონე სახელმწიფო თავის რესურს არ უნდა კარგავდეს, შესაძლებელია სახელმწიფოში უამრავი ფაბრიკა-ქარხნების ამუშავება, რაც შეუწყობს ხელს საზოგადოების დასაქმებას და ქვეყნის ეკონომიკურ წინსვლას, ვინაიდან ყველაფერი სახელმწიფოს ბიუჯეტზე გადის.

„საქართველოს კონსტიტუციის 32-ე მუხლი, აღნიშნული თვალსაზრისით, სრულად შეესაბამება საერთაშორისო სამართლებრივ ნორმებს. „სოციალური პოლიტიკის მიზნებისა და ნორმების შესახებ“ შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის 117-ე კონვენციის პირველი მუხლის პირველ პუნქტში ნათქვამია: „ნებისმიერი პოლიტიკა, უწინარეს ყოვლისა, მიმართული უნდა იყოს იქითკენ, რომ მიღწეულ იქნეს მოსახლეობის კეთილდღეობა და განვითარება, აგრეთვე ხელი შეუწყოს მის სწრაფვას სოციალური პროგრესისაკენ“ (ბურდული, გოცირიძე, ერქვანია, ზოიძე, იზორია, კობახიძე, ლორია, მაჭარაძე, ტურავა, ფირცხალაშვილი, ფუტკარაძე ქანთარია, წერეთელი და ჯორბენაძე, 2013:395).

ამდენად, ვფიქრობთ, რომ ნებისმიერი სახელმწიფო უნდა ილტვოდეს იმისკენ, რომ საკუთარ ხალხს შეუქმნას უკეთესი მომავალი და ეს მხოლოდ ერთ-ერთი უმთავრესი პრობლემის - უმუშევრობის დაძლევის გზითაა შესაძლებელი.

რაც შეეხება კანდიდატის წინასაარჩევნო დაპირებას, ის უნდა იყოს დაფუძნებული რეალურ შესაძლებლობებზე და არა ფანტაზიის უნარზე, როგორც დღევანდელ რეალობაში გვაქვს. წინააღმდეგ შემთხვევაში სავალდებულოა სახელმწიფოს მხრიდან შესაბამისი რეგულაციების დაწესება, ვფიქრობთ, საქართველოში უპირატესი იურიდიული ძალის მქონე დოკუმენტში - კონსტიტუციაში უნდა ჩაინეროს რა შედეგები შეიძლება მოყვეს კანდიდატის წინასაარჩევნო დაპირების შეუსრულებლობას -

გამარჯვების შემთხვევაში, კერძოდ, რომ საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსით დასჯადი ქმედებაა კანდიდატის მიერ წინასაარჩევნო დაპირების შეუსრულებლობა, ასეთ შემთხვევაში კანდიდატებს გაუჩნდებათ შიში და ველარ შეძლებენ საზოგადოებით მანიპულირებას, თავის მხრივ საზოგადოებაც ნდობით აღიჭურვება სახელმწიფოს და ყველა პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენლის მიმართ, თუმცა უნდა აღვნიშნოთ, რომ ცოტა რთული იქნება ამ საკითხის დარეგულირება, ვინაიდან მოგვეხსენება პოლიტიკოსებს კარგად შესწევთ უნარი მანიპულირება მოახდინონ საზოგადოებრივ აზრზე და ამ შემთხვევაში, ვფიქრობ არ გაუჭირდებათ იმის დასაბუთება, თუ რატომ ვერ შეძლო კონკრეტული დაპირების შესრულება, ამიტომ მიმაჩნია, რომ აუცილებელია მინიმალური ზღვარის დაწესება, პირობითად, თუ საარჩევნო პროგრამიდან კანდიდატმა დაპირებების უმრავლესობა ვერ შეასრულა, ასეთ შემთხვევაში მის მიმართ დაიწყება სისხლისსამართლებრივი დევნა, სხვა შემთხვევაში ის გათავისუფლდება პასუხისმგებლობისაგან.

3.3. საჯარო სტრუქტურები და საზოგადოება

„პოლიცია საზოგადოებაა და საზოგადოება კი - პოლიცია.“

ნებისმიერი დემოკრატიული, განვითარებული სახელმწიფოს სამთავრობო სტრუქტურებს გააზრებული უნდა ჰქონდეთ ის ფაქტი, რომ დიდ სიძნელეებთან ექნებოდათ საქმე, მათი საქმიანობა სათანადოდ გაგებული და დროულად მიღებული რომ არ ჰქონდეს საზოგადოებას, რაც მეტ ინფორმაციას მივანწვდით საზოგადოებას, მით მეტად დავიმსახურებთ მათ ნდობას.

სამთავრობო სტრუქტურების საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური მაქსიმალურად უნდა იყოს დაინტერესებული საზოგადოების აზრით, რათა მათ საფუძველზე მოახდინოს სამთავრობო სტრუქტურების რეალური სურათის შექმნა და იმ ხარვეზების გამოსწორება, რაც მოქალაქეებთან საუბრის პროცესში გამოიკვეთება. ეს იქნება ლონისძიების ჩატარების სახით, საკუთარი პროექტისა, თუ სტრუქტურის წარმოჩენით, თუმცა არ უნდა დაგვაფინყდეს რომ ეფექტური კომუნიკაციის ერთ-ერთ მთავარ მეთოდს წარმოადგენს საუბრის მეთოდი, რომელიც რაც შეიძლება უნდა იყოს მარტივი/გასაგები საზოგადოების ყველა ფენისათვის.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის ცნება, საქართველოში, როგორც ზოგადად, ისე სამთავრობო სტრუქტურებშიც ახალია, ათწლეულების მანძილზე არ არსებობდა ანგარიშვალდებულების აუცილებლობა საზოგადოებასთან. მიუხედავად იმისა, რომ არსებობდა ჟურნალ-გაზეთები, უწყებრივ სამინისტროებში პრეს-სამსახურები, მათ ქონდათ წისანარ განსაზღვრული თუ რა სახის ინფორმაცია და რა დოზით უნდა მიეწოდებინათ საზოგადოებისათვის, ფაქტობრივად ინფორმაცია იყო კონტროლირებადი ამიტომაც არ საჭიროებდა საზოგადოებასთან ურთიერთობას.

სამთავრობო კომუნიკაციის ერთ-ერთ მთავარ პრინციპს წარმოადგენს, მათ პასუხისმგებლობას საზოგადოების მოთხოვნების მიმართ, ხოლო - პასუხისმგებლობა გულისხმობს აღნიშნული მოთხოვნების მიმართ შესაბამისი ღონისძიებების გატარებას, აგრეთვე, მის ფუნქციაში შედის საჯარო აზრის კონტროლი და მათზე ზეგავლენის მოხდენა.

დემოკრატიული სახელმწიფოს პრინციპებიდან გამომდინარე, საჯარო აზრით მანიპულაცია არასწორია, მიუღებელია, რადგან სახელმწიფო სტრუქტურებსა და საზოგადოებას შორის ურთიერთობა ძირითადად საზოგადოებასთან ურთიერთობის ერთ-ერთი საშუალებით - მასმედიით გზით ხდება.

მასმედიას დიდი როლი აკისრია საზოგადოებრივი აზრის დამუშავებასა და ამ აზრის სახელმწიფოსთვის მიწოდებაში, ფაქტობრივად გამაფრთხილებელი სუბიექტის როლი აკისრია, რიგ შემთხვევაში კი, მაგალითად კონფლიქტურ სიტუაციებში დაკვირვების ფუნქცია და მის შედეგად მიღებული ინფორმაციის პოლიტიკურ სისტემაში გაგზავნა, თუმცა, დღევანდელ საქართველოში მასმედიის ფუნქციური არსი სრულებით შეცვლილია, მათი მიზანი სასურველი პოლიტიკური პარტიის ინტერესების გატარებაა და არა გამჭვირვალობა, ობიექტურობა და საზოგადოებრივი აზრის კეთილდღეობა.

კომუნიკაციის სხვადასხვა საშუალებების განვითარებამ დააჩქარა ინფორმაციის გადაცემა, ზოგიერთ შემთხვევაში ინფორმაციის სწრაფი გადაცემა სამთავრობო სტრუქტურებისათვის და პოლიტიკოსებისათვის მისაღებია, ვინაიდან ეხმარებათ გადაწყვეტილების სწრაფად მიღებაში: „პიტერ არნეტის პირდაპირი რეპორტაჟები სპარსეთის ყურეში მიმდინარე კონფლიქტის დროს, რომელიც ამერიკელი სამხედროების ცენზურის გარეშე მიდიოდა, იმდენად სწრაფი და აქტუალური იყო, რომ

ამერიკის მთავრობა იძულებული იყო ემოქმედა და ომის მიმდინარეობასთან დაკავშირებით ახალი გადანყვეტილებები მიეღო“ (<http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-00000-00---off-0civil2--00-1----0-10-0---0---0prompt-10---4-----0-11--10-ka-50---20-about---00-3-1-00-0-0-01-1-OutfZz-8-00&cl=CL2.3&d=HASHc3573bba475387418dc36a>=1>).

უნდა აღინიშნოს, რომ მთავრობა არ შეიძლება იყოს ნაწილობრივ საჯარო ოპოზიციისაგან განსხვავებით. მისი გადანყვეტილებები უნდა იყოს ერთიანი ყველასთვის, რადგან მთავრობა ერთ მთლიან ორგანიზმს წარმოადგენს.

სახელმწიფო სტრუქტურებში, განსაკუთრებით კი აღმასრულებელ ხელისუფლებაში საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური სუსტადაა წარმოდგენილი, რის უპირველესი მიზეზიცაა გამოცდილების არქონა აღნიშნულ დარგში, ვინაიდან წლების წინ აღმასრულებელი ხელისუფლება ყველაზე შეუღწევად სისტემას წარმოადგენდა.

„არასამთავრობო ორგანიზაცია „სამართლიანი არჩევნების“ მიერ ადმინისტრაციული კოდექსის მიღებამდე საქართველოს მასშტაბით ჩატარდა მონიტორინგი - რამდენად ხელმისაწვდომია ინფორმაცია მოქალაქისთვის აღმასრულებელი სტრუქტურებიდან. შედეგები სავალალო აღმოჩნდა - 500-ზე მეტი განცხადება შევიდა სხვადასხვა სტრუქტურებში ინფორმაციის მიღებაზე. პასუხი მხოლოდ 16-გან მიიღეს და აქედან მოთხოვნილი ინფორმაცია არ იყო არცერთ პასუხში“ (<http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-00000-00---off-0civil2--00-1----0-10-0---0---0prompt-10---4-----0-11--10-ka-50---20-about---00-3-1-00-0-0-01-1-OutfZz-8-00&cl=CL2.3&d=HASHc3573bba475387418dc36a>=1>). სწორედ, აღნიშნული ცხადყოფს, რომ სახელმწიფოს სტრუქტურები სათანადოდ არ თანამშრომლობენ საზოგადოებასთან, არა არიან სათანადოდ ინფორმირებულნი, რაც არასწორია, სამწუხაროდ, დღესაც ანალოგიური ვითარება გვაქვს ამ კუთხით.

ჩვენ მიერ წარმოდგენილ კვლევაში, საჯარო დაწესებულებებს, გამოკითხულთა უმრავლესობა ნდობას უცხადებს, რაც გამოიხატება შემდგომში: საზოგადოების დიდი ნაწილი ადასტურებს, რომ საჯარო დაწესებულებისაგან ღებულობს საჭირო ინფორმაციას, თუმცა ზემოთ აღნიშნულ კვლევაში კვლევის ობიექტი აღმასრულებელი სტრუქტურაა, რამაც საკმაოდ ცუდი შედეგი აჩვენა.

აღმასრულებელი ხელისუფლების, მთავრობის წარმომადგენლებმა უნდა გააცნობიერონ, რომ აუცილებელია საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის არსებობა, ვინაიდან სწორედ მათი მეშვეობითაა შესაძლებელი მედიის და საზოგადოების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, ამასთან საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის ერთ-ერთი ფუნქციაა გააცნოს საზოგადოებას სახელისუფლებო ორგანოებში არსებული პრობლემები და მათი შესაძლო გადაჭრის გზები, თუმცა დღევანდელ რეალობაში ჟურნალისტი ილტვის იმისკენ, რომ სკანდალი ატეხოს და საზოგადოებას სახელმწიფოს მიმართ უარყოფითი დმოკიდებულება ჩამოუყალიბოს, რაც ვფიქრობთ, რომ არასწორია. მედიის/ჟურნალისტის ვალდებულებაა სახელმწიფოს დახმარებით იზრუნოს საზოგადოებაზე, წესით მედია და სახელმწიფო განუყოფელი რგოლია, რომლის ერთარსიც საზოგადოებაა.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის ფუნქციაა, შექმნას სახელისუფლებო, სამთავრობო უწყების იმიჯი, შექმნას საზოგადოებრივი აზრი კონკრეტულ საკითხთან მიმართებაში, მოახდინოს უწყების შიდა სამუშაოების კონტროლი, პრობლემების ანალიზი, აგრეთვე მოახდინოს აღმასრულებელი სტრუქტურის, მთავრობისა და საზოგადოების სხვადასხვა შეხედულებების შეჯერება, ეტაპობრივად მოახდინოს საზოგადოებრივი განწყობის შეფასება, პრეს-სამსახურის თანამშრომელს მიანოდოს შესაბამისი ინფორმაცია და შეუქმნას სამუშაო პირობები, საბოლოოდ კი გააშუქოს უწყების ყოველდღიური სამუშაო. საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის უფლებამოსილებაა გარკვეული წარმოდგენა შექმნას სახელისუფლებო შტოების მიმართ, რათა საზოგადოებამ შეძლოს მათი განსჯა, ასევე მისი უმთავრესი მიზანია ხელმისაწვდომი გახადოს ისეთი ინფორმაცია, როგორცაა სახელისუფლებო ორგანოების მისია, საქმიანობა და პერსონალი. მთავრობის პროგრამების მიმართ მოიპოვოს საზოგადოების ნდობა და მათი ჩართულობა, მოახდინოს კანონით განსაზღვრულ ვადებში ინფორმაციის გაცემა და სახელმწიფო მოხელეებს მიანოდოს ინფორმაცია საზოგადოებრივი აზრის შესახებ, აგრეთვე, ინფორმაცია შესაძლო ღონისძიების შესახებ, თუმცა დღევანდელი რეალობიდან გამომდინარე, სახელმწიფო სტრუქტურებში არსებული საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის ფუნქცია შეცვლილია, რაც გულისხმობს შემდგომს: საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის ვალდებულებაა მხოლოდ უწყების

შესახებ დადებითი ფონის შექმნა, ბრიფინგების მოწყობა, შეხვედრების ორგანიზება, პოლიტიკოსის შესახებ მედიის მიერ გავრცელებული ინფორმაციის ჩანიშვნა და რაიმე ღონისძიების შესახებ ჟურნალისტების მიწვევა. სახელმწიფო მოხელეებს ეშინიათ საჯარო ინფორმაციის გაცემაც კი, რაც თავის მხრივ ქმნის უხერხულობას და უნდობლობას საზოგადოების მხრიდან.

გვინდა შემოგთავაზოთ კვლევის შედეგები შემდეგ საკითხთან დაკავშირებით: „კვლევის მონაწილეებმა საზოგადოებასთან და/ან მასმედიასთან ურთიერთობის სამსახურების საქმიანობაში 4 ძირითადი ხარვეზი გამოიყვეს:

ა) შიში გახსნილობის მიმართ უწყების/პრეს-ცენტრის ხელმძღვანელები არასასურველ ინფორმაციაზე კომენტარს, მწვავე და საზოგადოებისთვის საინტერესო საკითხებზე საუბარს თავს არიდებენ; განსაკუთრებით დახურულია პრეს-ცენტრი ბიუჯეტის ხარჯვის საკითხებზე ინფორმაციის გაცემის კუთხით. მოხელეებს ვერ წარმოუდგენიათ რომ ბიუჯეტთან დაკავშირებული ინფორმაცია შეიძლება რიგით მოქალაქეს ეხებოდეს; არსებობს ღია და საიდუმლო ინფორმაციის სახელდების პრობლემა. რა ინფორმაციაა ღია და რა დახურული, ხშირ შემთხვევაში, ამა თუ იმ მოხელის ნებაზეა დამოკიდებული.

ბ) ინფორმაციის დამახინჯება - პრეს-ცენტრები აშუქებენ იმ ინფორმაციას რაც აწყობს მათ უწყებას; პრეს-ცენტრები ინფორმაციის შელამაზებას ახდენენ; როგორც წესი, პრეს-ცენტრის მიერ გაცემულ ინფორმაციას ინფორმაციული სახე (ჟურნალისტური გაგებით) არ გააჩნია.

გ) არაოპერატიულობა - პრეს-ცენტრები აძველევენ, არაოპერატიულად გასცემენ ინფორმაციას.

დ) არარეგულარულობა - პრეს-ცენტრები ე.წ. „ღონისძიებით“ ინფორმაციებზე (როცა რამე ღონისძიებას ატარებენ) და არა მიმდინარე დარგობრივ ინფორმაციაზე არიან ორიენტირებული“ (<http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-00000-00---off-0civil2--00-1---0-10-0---0---0prompt-10---4-----0-11--10-ka-50---20-about---00-3-1-00-0-0-01-1-0utfZz-8-00&cl=CL2.3&d=HASHc3573bba475387418dc36a>=1>).

სწორედ ეს არის მიზეზი იმისა, რომ ჟურნალისტები არ ენდობიან საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის სპეციალისტებს და ურჩევნიათ ინფორმაცია პირველწყაროდან მიიღონ - მინისტრისგან ან მისი მოადგილისგან, ამიტომაცაა, რომ ჟურნალისტები ცდილობენ კარგი ურთიერთობა დაამყარონ

სახელმწიფო მოხელეებთან, რათა მათგან მიიღონ ამომწურავი ინფორმაცია. აქსიომაა, რაც უფრო მეტი ნაცნობი გყავს, მით მეტ ინფორმაციას ფლობ.

სამინისტროები თითქმის არ იყენებენ ინტერნეტს, როცა ინფორმაციის გავრცელების ყველაზე მარტივი და იაფი საშუალებაა. ყველაზე დიდი პრობლემა რაც აქვს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურს, არის ინფორმაციის უქონლობა სტრუქტურის შესახებ, ჟურნალისტები ინფორმაციას საინფორმაციო სააგენტოსგან იღებენ და არა მათგან, რეალურად კი პრეს-სამსახურის თანამშრომელი და მინისტრი ერთად უნდა ამუშავდეს მომდევნო კვირის გეგმას, თუ რა ინფორმაცია უნდა მიენოდოს მედიის წარმომადგენელს, სწორედ ასეთ შემთხვევაში მივალნევთ ეფექტურ კომუნიკაციას სამინისტროებსა და საზოგადოებას შორის.

დემოკრატიული, განვითარებული სახელმწიფოს ამოსავალ პრინციპს წარმოადგენს მოქალაქეებთან უკუკავშირის დამყარება საზოგადოებაში არსებული პრობლემების მოგვარების მიზნით, ამისათვის აუცილებელია აზრების, იდეების, შეხედულებების ურთიერთგაცვლა, საზოგადოებისთვის შესაბამისი ინფორმაციის მიწოდება და სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ გადანაცვეტილების მიღების პროცესში მოქალაქეების მაქსიმალური ჩართვა. სახელმწიფო ანგარიშვალდებულია საკუთარი მოქალაქეების წინაშე, დემოკრატიული სახელმწიფოს პრინციპიც სწორედ ეს არის - ხალხის ნების განხორციელება.

განვიხილოთ რა სახელისუფლებო შტოს შემადგენელი ნაწილების აღმასრულებელი ორგანოს და მთავრობის ურთიერთობა საზოგადოებასთან, ახლა დროა განვიხილოთ საზოგადოებასთან ყველაზე ახლოს მდგომი ორგანოს - პოლიციის დამოკიდებულება მოქალაქეების მიმართ. პოლიცია და საზოგადოება ისეთ ურთიერთობაში უნდა იყოს ერთმანეთთან, რომ დანაშაულის, სამართალდარღვევის შემთხვევაში ერთობლივად განსაზღვრონ პრობლემა და დასახონ მათი მოგვარების შესაძლო გზები, სწორედ ასეთ შემთხვევაში შეგვიძლია ვუწოდოთ პოლიციას - საზოგადოებაზე ორიენტირებული პოლიცია.

მხოლოდ პოლიცია საკუთარი რესურსებით ვერ შეძლებს სახელმწიფოში არსებული დანაშაულის წინააღმდეგ ეფექტურ ბრძოლას. სწორედ სახელმწიფოში არსებული თითოეული მოქალაქის, ადამიანის, პიროვნების კეთილდღეობისთვის, სიმშვიდისათვის, უსაფრთხოებისათვის საზოგადოება აქტიურად უნდა იყოს ჩართული

პოლიციის დასახმარებლად. პოლიცია კი, თავის მხრივ ვალდებულია დანაშაულის პრევენციაზე.

ზუსტად ამგვარ მოსაზრებას ემხრობა ლონდონის პოლიციის ერთ-ერთი დამაარსებელი რობერტ პილი, რომლის აზრითაც პოლიცია საზოგადოების წევრია, რომელთა არსებობის უმთავრესი ამოცანაცაა საკუთარი მოვალეობების პირნათლად შესრულება, სწორედ ამაში იღებენ ისინი შესაბამის ანაზღაურებას.

პოლიციის უმთავრესი პრინციპებია: ისე განხორციელება საკუთარი უფლებამოსილების, რომ მათი გადაწყვეტილება მაქსიმალურად საზოგადოებასთან შეთანხმებულობაზე იყოს დამოკიდებული და არა იძულებაზე; ის უნდა იყოს, როგორც საზოგადოების ნაწილი და არა გვერდზე მდგომი; მოქალაქეებთან ერთად უნდა წყვეტდეს ისეთ საკითხებს, რაც მათ საჭიროებებს ეხება; სხვადასხვა ორგანიზაციებთან, სტრუქტურებთან, დაწესებულებებთან უნდა მოქმედებდეს ურთიერთთანამშრომლობის პრინციპით და რაც მთავარია ხარისხიანი მომსახურება უნდა გაუწიოს საზოგადოებას.

სახელმწიფოში არსებული ხშირი დანაშაულის პრევენციის მიზნით, პოლიციამ უნდა ჩაატაროს სკოლებში, უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში ტრენინგები დანაშაულის და მისი შესაძლო გამომწვევი მიზეზების შესახებ, რათა მოსახლეობა მაქსიმალურად ინფორმირებული იყოს.

აუცილებელია აღვნიშნოთ, რომ დღეს, ქართული მოსახლეობა პოლიციას ნაკლებად ენდობა, ვინაიდან ცოტა არ იყოს რიგ შემთხვევაში ადგილი აქვს მათი უფლებამოსილებების გადამეტებას, ამიტომ უპირველესად ჯობია რომ პოლიციამ საზოგადოების ნდობა მოიპოვოს ამ თვალსაზრისით.

თავი IV. სოციალური კვლევა

დღეს, ძალიან აქტუალურია სახელმწიფოს მართვა და მასთან დაკავშირებული საკითხები, თუ რა როლი აკისრია მმართველ სუბიექტებს სახელმწიფოში, როგორ უნდა ესაუბრონ მოქალაქეებს, რათა მოიპოვონ მათი მხარდაჭერა. ჩვენთვის ძალიან მნიშვნელოვანია საზოგადოების შეხედულება საკვლევ თემასთან მიმართებაში. ამიტომ წარმოგიდგინოთ სოციალური კვლევის კითხვების ნუსხას და მის შედეგებს.

4.1. სოციალური კვლევის კითხვარის ნუსხა

1. სქესი

- ა) მდედრობითი;
- ბ) მამრობითი.

2. ასაკი

- ა) 15-25;
- ბ) 26-35;
- გ) 36-45;
- დ) 46-დან ზემოთ.

3. განათლება

- ა) საბაზო;
- ბ) სრული ზოგადი;
- გ) უმაღლესი.

4. ხართ თუ არა დასაქმებული პროფესიით?

- ა) დიახ;
- ბ) არა.

5. თქვენი აზრით, რა არის საზოგადოება?

6. როგორ გესმით ურთიერთობის ცნება?

- ა) ეს არის ორ ადამიანს შორის კომუნიკაცია;
- ბ) ეს არის ორ და მეტ ადამიანს შორის კომუნიკაცია;
- გ) ეს არის ადამიანთა ჯგუფებს შორის საერთო ენის გამონახვა, რომელიც საერთო იდეოლოგიასა და ღირებულებებს ეფუძნება.

7. ვინ არის თქვენთვის მოქალაქე?

- ა) პიროვნება, რომელიც უშუალოდ არის ჩართული სახელმწიფოს მართვაში;
- ბ) ერთი კონკრეტული სახელმწიფოს მოქალაქეობის მქონე პირი, რომელიც პოლიტიკურ-სამართლებრივ ურთიერთობაში იმყოფება სახელმწიფოსთან;
- გ) ნებისმიერი ადამიანი, რომელიც კონკრეტული სახელმწიფოს საზღვრებშია.

8. როგორ ფიქრობთ, ვინ არის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დროს სუბიექტი?

ა) თვით საზოგადოება;

ბ) სახელმწიფო;

გ) მედია.

9. „ურთიერთობაში“ ჩამალულია სიტყვა ერთობა. როგორ ფიქრობთ, ეს ერთობა რამდენად არის ერთიანი ორგანიზმი?

10. ვმართო თუ ვმართოთ (მე თუ ჩვენ)? დაასაბუთეთ

11. მოქალაქეებთან შეხვედრის დროს, რა უნდა გაითვალისწინოს მაღალი რანგის მოსაუბრემ?

ა) დამსწრე საზოგადოების სოციალური მდგომარეობა;

ბ) დამსწრე საზოგადოების ეკონომიკური მდგომარეობა;

გ) დამსწრე საზოგადოების განათლების დონე;

დ) დამსწრე საზოგადოების ეთნიკურ-კულტურული მახასიათებლები;

ე) ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

12. როგორ გესმით მიზნობრივი აუდიტორია?

ა) ადამიანების გარკვეული ჯგუფი, რომლისკენაც თქვენი მარკეტინგული ქმედებებია მიმართული;

ბ) შესაბამისი განათლებით დაკომპლექტებული საზოგადოება;

გ) საერთო ინტერესების მქონე აუდიტორია.

13. როგორ ფიქრობთ, რამდენად მართებულია პოლიტიკოსის მხრიდან მიზნობრივი აუდიტორიის წინასწარ შერჩევა ?

ა) მართებულია;

ბ) ნაწილობრივ მართებულია;

გ) არ არის მართებული.

14. რა შეიძლება არ გაპატიოს საზოგადოებამ?

ა) ირონია;

ბ) დაპირების შეუსრულებლობა;

გ) სამსახურებრივი უფლებამოსილების ბოროტად გამოყენება;

დ) ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

15. რა კავშირია საზოგადოებასთან ურთიერთობასა და მართვას შორის?

- ა) თუ გინდა მართო, უნდა ფლობდე საზოგადოებასთან ურთიერთობის მექანიზმებს;
- ბ) ორივესთვის უმნიშვნელოვანესია ფსიქოლოგიური ელემენტების გათვალისწინება;
- გ) ორივე გულისხმობს ორატორული ხელოვნების ფლობის აუცილებლობას;
- დ) ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

16. ძირითადად, რას ითხოვს მოქალაქე საჯარო უწყებისგან?

- ა) ინფორმაციას;
- ბ) გამჭვირვალობას;
- დ) კანონიერებას;
- ე) ობიექტურობას;
- ვ) პრობლემის ეფექტურ მოგვარებას;
- ზ) ყველა ზემოთ ჩამოთვლილს.

17. როგორ გესმით მედიის ფუნქციური არსი სახელმწიფოში?

- ა) ინფორმაციას აწვდის მოქალაქეებს;
- ბ) მოქალაქეების აზრს აწვდის სახელმწიფოს;
- გ) საზოგადოებასთან ურთიერთობისა და მართვის ერთ-ერთი მთავარი რგოლია.

18. ინფორმაციის მიღებისას კომუნიკაციის რომელ საშუალებას ეყრდნობით?

- ა) რადიო;
- ბ) ტელევიზია;
- გ) პრესა;
- დ) ახალი მედია (ინტერნეტი).

19. რა არის ყველაზე მნიშვნელოვანი თქვენთვის კანდიდატის არჩევის პროცესში?

- ა) საუბრის მანერა;
- ბ) განათლება;
- გ) პრესტიჟი და ავტორიტეტი (იმიჯი);
- დ) მსოფლმხედველობა და ღირებულებები;
- ე) თუ რომელი პოლიტიკური ძალის ინტერესების გამტარებელია.

20. როგორ ფიქრობთ, დღევანდელ რეალობაში რამდენად ეფექტურია კომუნიკაცია სახელმწიფოსა და საზოგადოებას შორის?

ა) ეფექტურია;

ბ) ნაწილობრივ ეფექტურია;

გ) არაეფექტურია.

21. როგორ ფიქრობთ, რა შეიძლება იყოს არაეფექტური კომუნიკაციის შედეგი?

ა) ვერ მოხერხდეს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირება კომუნიკატორის ინტერესების სასარგებლოდ;

ბ) კონკრეტული კომუნიკატორის მიმართ ნდობის საბოლოოდ დაკარგვა;

გ) კომუნიკატორის წარმომდგენი პარტიის მიმართ შეხედულებათა ნეგატიური ცვლილება.

22. მიგიმართავთ თუ არა საჯარო დაწესებულებებისათვის ინფორმაციის მიღების მიზნით?

ა) დიახ;

ბ) არა.

23. საჯარო დაწესებულებებისათვის მიმართვის შემთხვევაში, მიგიღიათ თუ არა სათანადო ინფორმაცია?

ა) დიახ;

ბ) არა.

24. როგორ ფიქრობთ, კონფლიქტური სიტუაციის შემთხვევაში, როგორი პოზიცია უნდა დაიჭიროს საჯარო სტრუქტურამ?

ა) აღმოფხვრას კონფლიქტის გამომწვევი ფაქტორები;

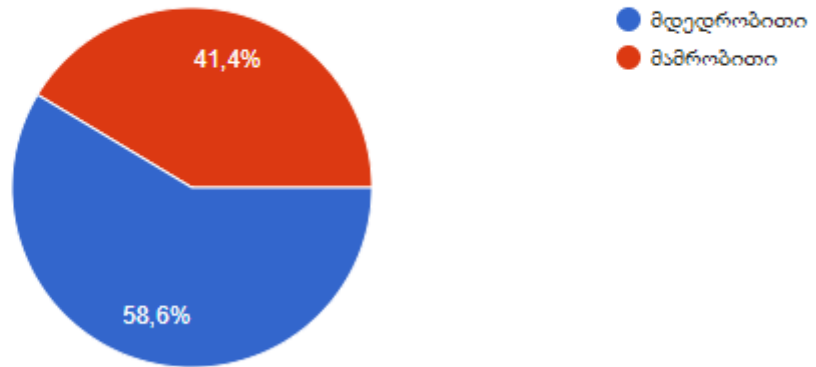
ბ) არგუმენტირებული მსჯელობით დაასაბუთოს, საზოგადოების შეუასებით, ამ არასასურველი რეალობის დადებითი მხარეები.

25. რა არის თქვენი მხრიდან ამ კვლევაში მონაწილეობის უპირველესი მიზანი?

დიაგრამა №1

1. სქესი

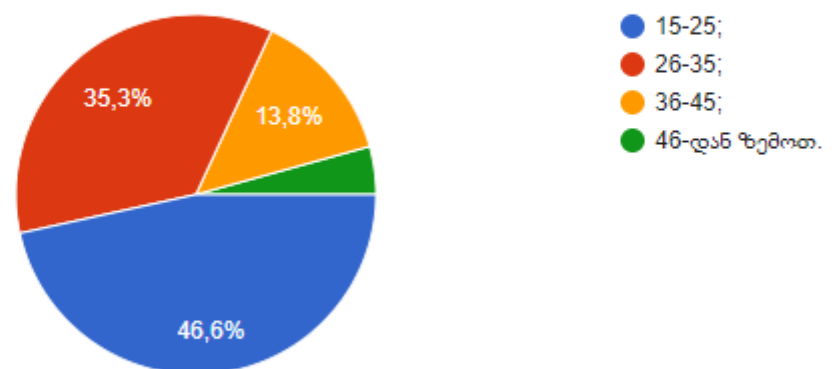
116 პასუხი



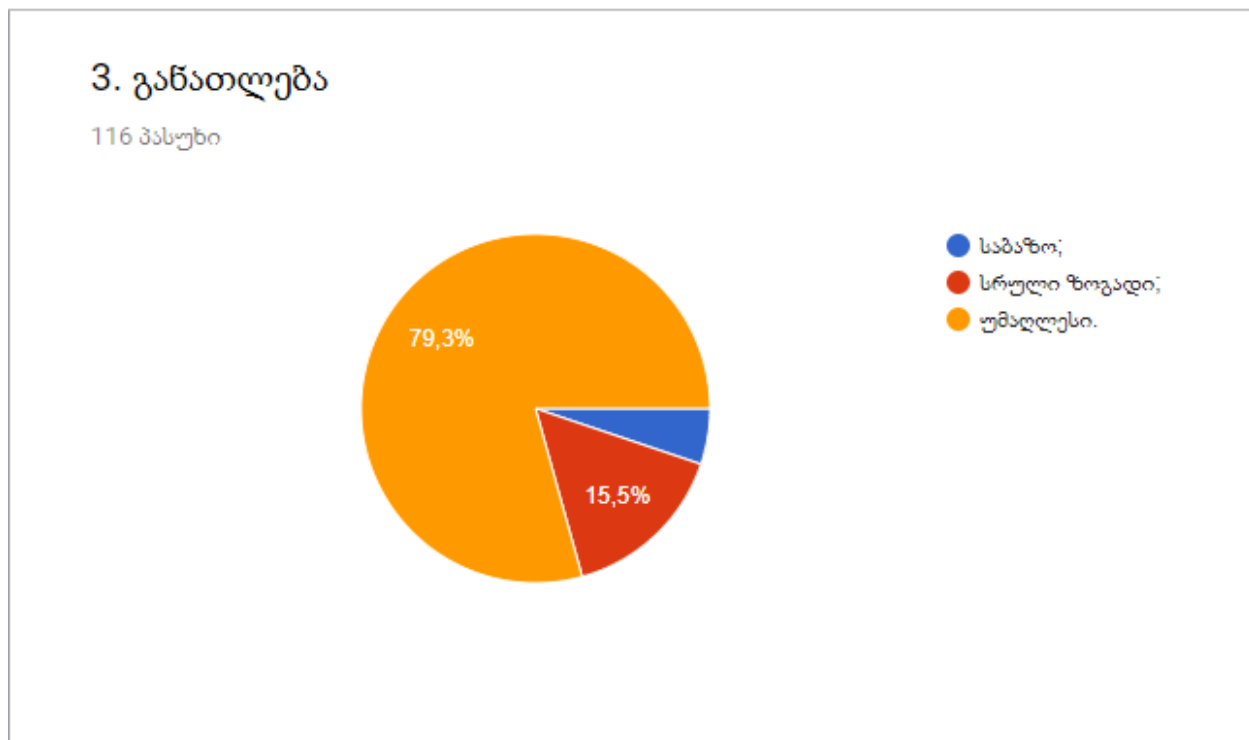
დიაგრამა №2

2. ასაკი

116 პასუხი



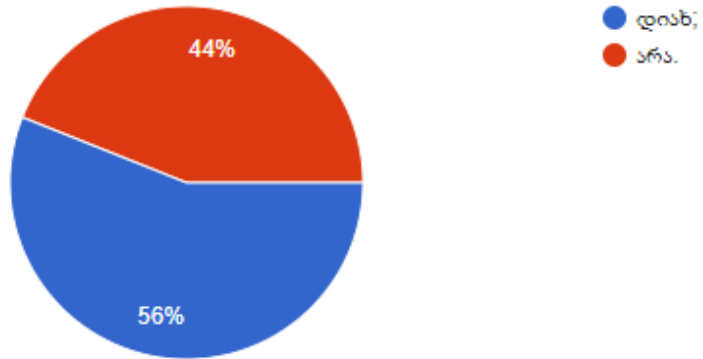
დიაგრამა №3



დიაგრამა №4

4. ხართ თუ არა დასაქმებული პროფესიით?

116 პასუხი

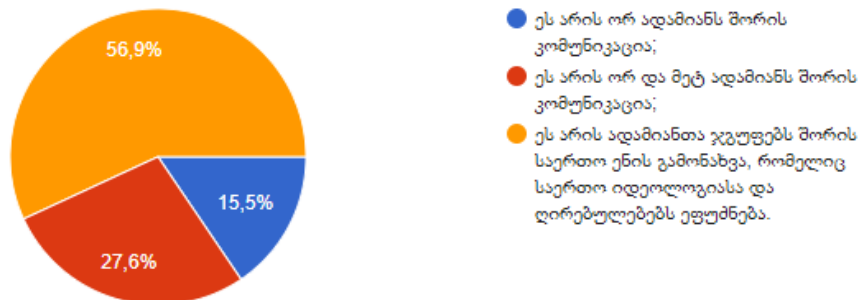


დიაგრამა №5 (იხ.დანართი)

დიაგრამა №6

6. როგორ გესმით ურთიერთობის ცნება?

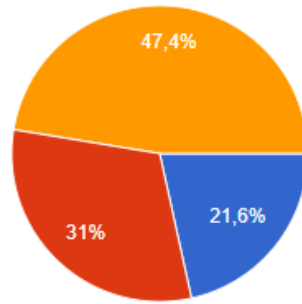
116 პასუხი



დიაგრამა №7

7. ვინ არის თქვენთვის მოქალაქე?

116 პასუხი

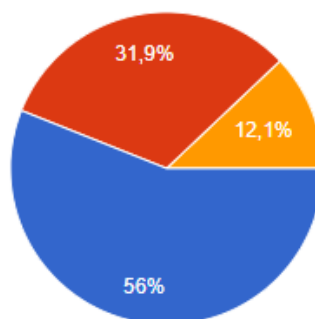


- პიროვნება, რომელიც უშუალოდ არის ჩართული სახელმწიფოს მართვაში;
- ერთი კონკრეტული სახელმწიფოს მოქალაქეობის მქონე პირი, რომელიც პოლიტიკურ-სამართლებრივ ურთიერთობაში იმყოფება სახელმწიფოსთან;
- ნებისმიერი ადამიანი, რომელიც კონკრეტული სახელმწიფოს საზღვრებშია.

დიაგრამა №8

8. როგორ ფიქრობთ, ვინ არის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დროს სუბიექტი?

116 პასუხი



- თვით საზოგადოება;
- სახელმწიფო;
- მედია.

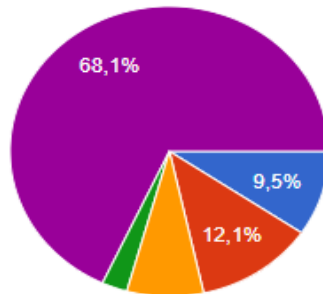
დიაგრამა №9 (იხ. დანართი)

დიაგრამა №10 (იხ.დანართი)

დიაგრამა №11

11. მოქალაქეებთან შეხვედრის დროს, რა უნდა გაითვალისწინოს მაღალი რანგის მოსაუბრემ?

116 პასუხი

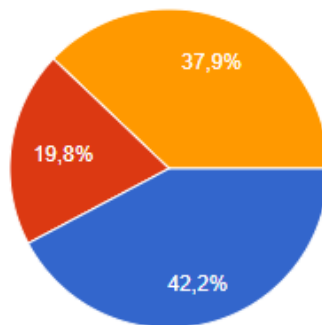


- დაამსწრე საზოგადოების სოციალური მდგომარეობა;
- დაამსწრე საზოგადოების ეკონომიკური მდგომარეობა;
- დაამსწრე საზოგადოების განათლების დონე;
- დაამსწრე საზოგადოების ეთნიკურ-კულტურული მახასიათებლები;
- ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

დიაგრამა №12

12. როგორ გესმით მიზნობრივი აუდიტორია?

116 პასუხი

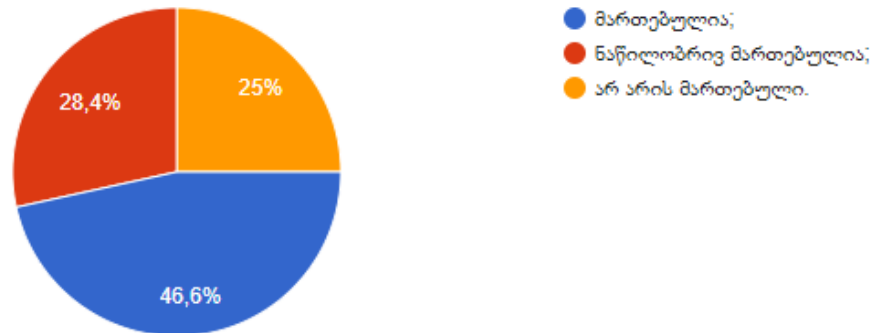


- ადამიანების გარკვეული ჯგუფი, რომლისკენაც თქვენი მარკეტინგული ქმედებებია მიმართული.
- შესაბამისი განათლებით დაკომპლექტებული საზოგადოება;
- საერთო ინტერესების მქონე აუდიტორია.

დიაგრამა №13

13. როგორ ფიქრობთ, რამდენად მართებულია პოლიტიკოსის მხრიდან მიზნობრივი აუდიტორიის წინასწარ შერჩევა ?

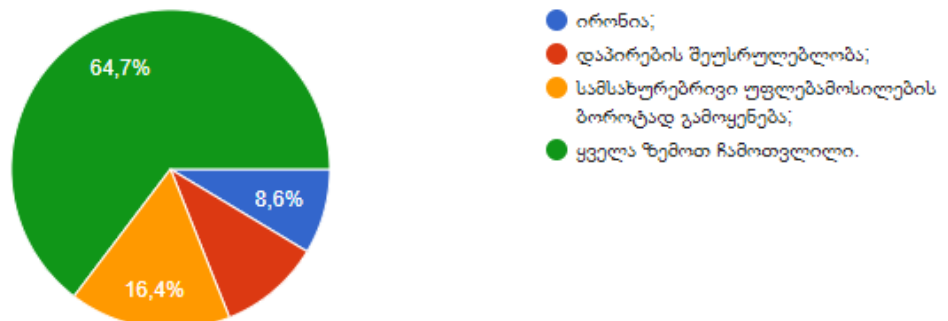
116 პასუხი



დიაგრამა №14

14. რა შეიძლება არ გაკატიოს საზოგადოებამ?

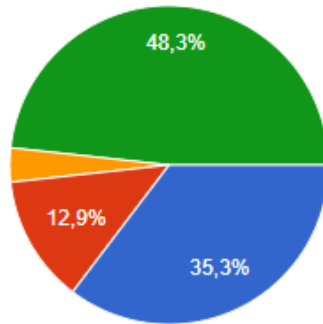
116 პასუხი



დიაგრამა №15

15. რა კავშირია საზოგადოებასთან ურთიერთობასა და მართვას შორის?

116 პასუხი

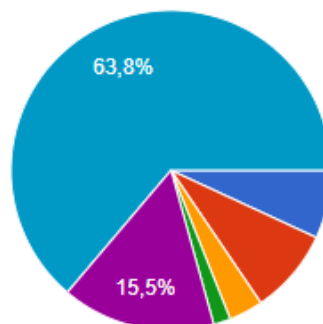


- თუ გინდა მართო, უნდა ფლობდე საზოგადოებასთან ურთიერთობის მექანიზმებს;
- ორივესთვის უმნიშვნელოვანესია ფსიქოლოგიური ელემენტების გათვალისწინება;
- ორივე გულისხმობს ორატორული ხელოვნების ფლობის აუცილებლობას;
- ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

დიაგრამა №16

16. ძირითადად, რას ითხოვს მოქალაქე საჯარო უწყებისგან?

116 პასუხი

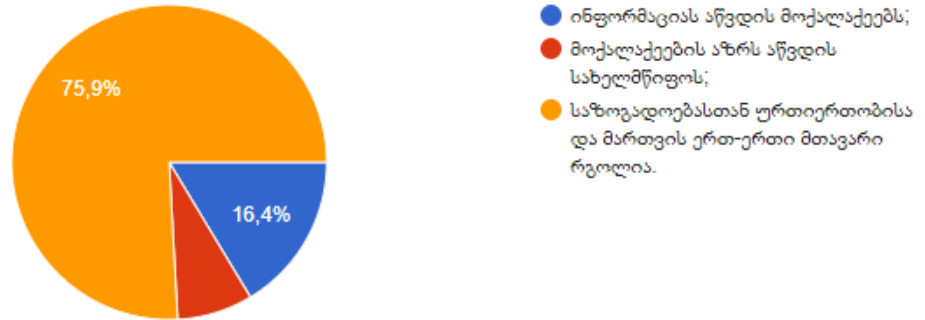


- ინფორმაციას;
- გამჭვირვალობას;
- კანონიერებას;
- ობიექტურობას;
- პრობლემის ეფექტურ მოგვარებას;
- ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

დიაგრამა №17

17. როგორ გესმით მედიის ფუნქციური არსი სახელმწიფოში?

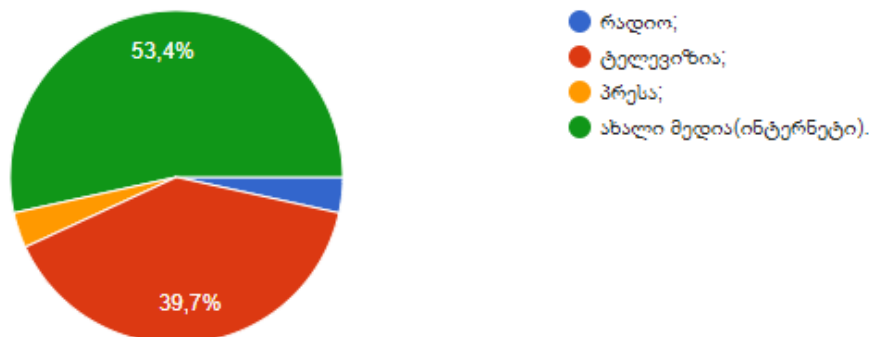
116 პასუხი



დიაგრამა №18

18. ინფორმაციის მიღებისას კომუნიკაციის რომელ საშუალებას ეყრდნობით?

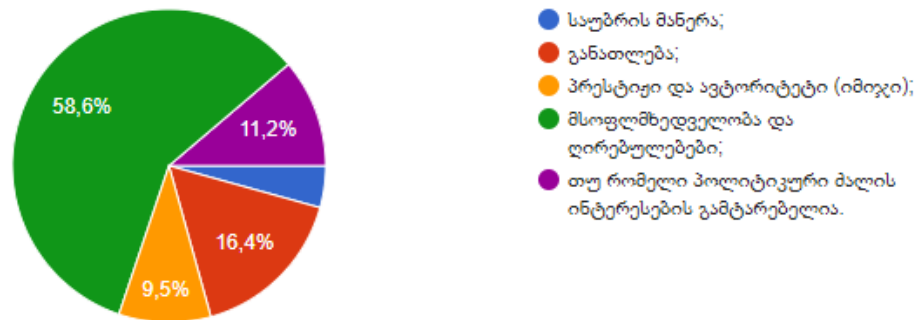
116 პასუხი



დიაგრამა №19

19. რა არის ყველაზე მნიშვნელოვანი თქვენთვის კანდიდატის არჩევის პროცესში?

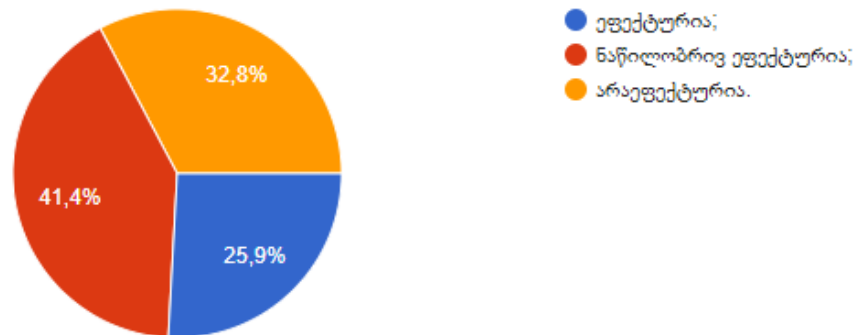
116 პასუხი



დიაგრამა №20

20. როგორ ფიქრობთ, დღევანდელ რეალობაში რამდენად ეფექტურია კომუნიკაცია სახელმწიფოსა და საზოგადოებას შორის?

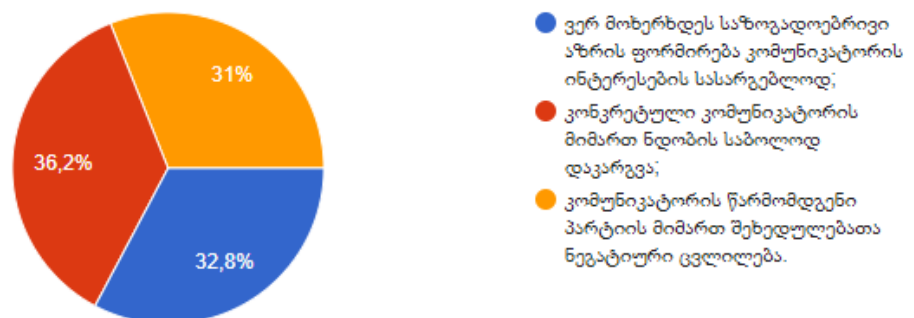
116 პასუხი



დიაგრამა №21

21. როგორ ფიქრობთ, რა შეიძლება იყოს არაეფექტური კომუნიკაციის შედეგი?

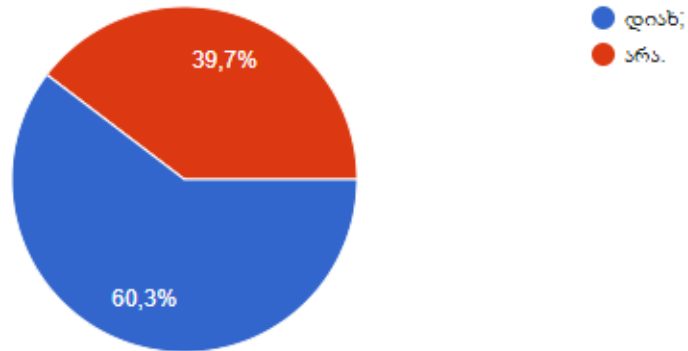
116 პასუხი



დიაგრამა №22

22. მიგიმართავთ თუ არა საჯარო დაწესებულებებისათვის ინფორმაციის მიღების მიზნით?

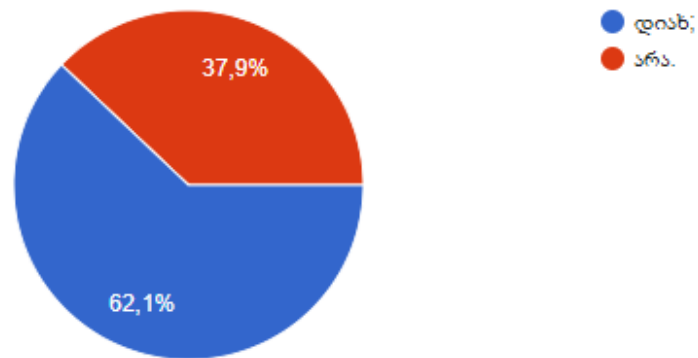
116 პასუხი



დია

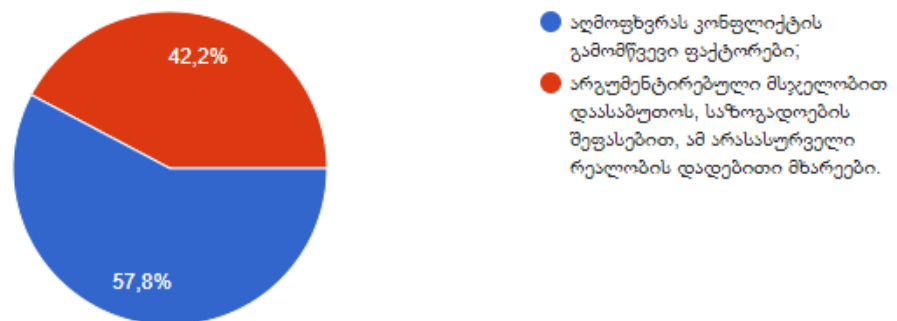
23.საჯარო დაწესებულებებისათვის მიმართვის შემთხვევაში, მიგიღიათ თუ არა სათანადო ინფორმაცია?

116 პასუხი



24. როგორ ფიქრობთ კონფლიქტური სიტუაციის შემთხვევაში, როგორი პოზიცია უნდა დაიჭიროს საჯარო სტრუქტურამ?

116 პასუხი



25. იხ.დანართი

სოციალური კვლევის შედეგების ანალიზი

სოციალურ გამოკითხვაში საკუთარი აზრი დააფიქსირა 116-მა ადამიანმა, მათ შორის 58,6 % -მა მამაკაცმა და 41,4 %-მა ქალბატონმა. გამოკითხულთა 46,6 % იყო 15-დან 25 წლამდე, 35,3 % - 26-დან 35 წლამდე, 13,8% - 36-დან 45 წლამდე, ხოლო დანარჩენი 4,3%-ი 46 წელს ზემოთ. გამოკითხულთა 79,3% იყო უმაღლესი განათლების მქონე, 15,5% სრული ზოგადი განათლების და 5,2% საბაზო განათლების, რომელთა შორის პროფესიით დასაქმებულია 56%, ხოლო პროფესიით დაუსაქმებელი - 44%.

ჩვენთვის ძალიან საინტერესო იყო, საზოგადოების მოსაზრება - კითხვაზე, თუ რა არის საზოგადოება? აღნიშნულ კითხვაზე პასუხი გასცა გამოკითხულთა 67,28 %-მა. შეიძლება ითქვას, ხმები თანაბრად გაიყო და ნაწილის მოსაზრებით, ეს არის მსგავსი, ან განსხვავებული შეხედულების ან იდეოლოგიის და გარკვეული ურთიერთობის მქონე ადამიანთა ჯგუფი ან ჯგუფები, რომლებთაც პირობითად აკავშირებს ტერიტორიული საზღვრები, ხოლო დანარჩენი ნაწილის მოსაზრებით ეს არის ადამიანთა გარკვეული ჯგუფი, რომელსაც აერთიანებთ საერთო ღირებულებები, შეხედულებები, ინტერესები და ა.შ.

აგრეთვე, საინტერესო იყო საზოგადოების შეხედულების გაგება, იმასთან დაკავშირებით, თუ როგორ ესმით მათ სიტყვა ურთიერთობის ცნება. სამწუხაროდ, გამოკითხულთა 56,9%-მა კითხვას არასწორად გასცა პასუხი, რომელთა შეხედულებითაც ურთიერთობა ეს არის ადამიანთა ჯგუფებს შორის საერთო ენის გამოწახვა, რომელიც საერთო იდეოლოგიასა და ღირებულებებს ეფუძნება, 27,6%-ის შეხედულებით ეს არის ორ და მეტ ადამიანს შორის კომუნიკაცია, ხოლო 15,5% -ის აზრით - ორ ადამიანს შორის კომუნიკაცია. რეალურად ურთიერთობა გულისხმობს ორ და მეტ ადამიანს შორის კომუნიკაციას.

კითხვაზე, თუ ვინ არის თქვენთვის მოქალაქე? - საზოგადოების უმრავლესობამ არასწორი პასუხი გასცა, რაც გამოიხატება შემდგომში: 47,4% მიიჩნევს, რომ ეს არის ნებისმიერი ადამიანი, რომელიც კონკრეტული სახელმწიფოს საზღვრებშია, 31% თვლის, რომ ეს არის ერთი კონკრეტული სახელმწიფოს მოქალაქეობის მქონე პირი, რომელიც პოლიტიკურ-სამართლებრივ ურთიერთობაში იმყოფება სახელმწიფოსთან,

ხოლო 21,6%-ის შეხედულებით პიროვნება, ვინც უშუალოდ არის ჩართული სახელმწიფოს მართვაში.

კითხვაზე - როგორ ფიქრობთ, ვინ არის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დროს სუბიექტი? გამოკითხულთა უმრავლესობამ არასწორად გასცა პასუხი, რაც გულისხმობს, რომ 56%-ის აზრით - საზოგადოება, 12,1%-ის აზრით მედია, ხოლო 31,9% -ის აზრით - სახელმწიფო.

ჩვენთვის, ასევე, ძალიან საინტერესო იყო შემდეგ კითხვაზე საზოგადოების მოსაზრებების გაგება - „ურთიერთობაში“ ჩამალულია სიტყვა ერთობა. როგორ ფიქრობთ, ეს ერთობა რამდენად არის ერთიანი ორგანიზმი? - გამოკითხულთა შორის საკუთარი აზრი გამოთქვა 71,92% პროცენტმა, მათ შორის უმრავლესობის შეხედულებით „ურთიერთობაში“ ერთიანობა ყოველთვის არაა და შესაბამისად, ერთობა არაა ერთიანი ორგანიზმი, ხოლო დანარჩენი საზოგადოების მოსაზრებით - ურთიერთობა აუცილებელია რომ ერთიანი ორგანიზმი იყოს და სწორი კომუნიკაცია ანუ ურთიერთობა სჭირდება სახელმწიფო სტრუქტურებს, რომ ერთიანი ორგანიზმით იმუშაონ. ჰორიზონტულ და ვერტიკალურ სტრუქტურებში უკუკავშირი აუცილებელია. სახელმწიფოს შტოები (პარლამენტი, მთავრობა, სასამართლო, მუნიციპალიტეტები და ა.შ.) უნდა ურთიერთობდნენ ერთმანეთთან და ეს უნდა იყოს ორმხრივი, იგივეა ორგანიზაციის მენეჯმენტში და იგივე უნდა იყოს სახელმწიფოშიც.

ჩვენი კვლევის ამოსავალი მიზანი, შეიძლება ითქვას იყო ის, რომ გაგვეგო საზოგადოების შეხედულება, თუ მმართველობის რომელ ფორმას ანიჭებდნენ ისინი უპირატესობას. აღნიშნულ კითხვაზე პასუხი გასცა გამოკითხულთა 100%-მა. კითხვა მდგომარეობდა შემდგომში: ვმართო თუ ვმართოთ (მე თუ ჩვენ) - 95,36 %-ის აზრით ვმართოთ (ჩვენ) და 4,64% -ის აზრით ვმართო (მე).

ჩვენი შემდეგი კითხვა - მოქალაქეებთან შეხვედრის დროს, რა უნდა გაითვალისწინოს მაღალი რანგის მოსაუბრემ? - გამოკითხულთა 68,1 % -მა მიიჩნია, რომ მნიშვნელოვანია, როგორც დამსწრე საზოგადოების სოციალური და ეკონომიკური მდგომარეობა, ისე მოსაუბრის ეთნიკურ-კულტურული მახასიათებლები და განათლების დონე, ხოლო 9,5%-მა საზოგადოების სოციალური მდგომარეობა, 12,1%-მა ეკონომიკური, მდგომარეობა, დანარჩენმა 10,3%-მა ეთნიკურ-კულტურული მახასიათებლები და განათლების დონე,

როგორ გეხმობს მიზნობრივი აუდიტორია? - 42,2%-ს მიაჩნია, რომ ეს არის ადამიანების გარკვეული ჯგუფი, რომლისკენაც თქვენი მარკეტინგული ქმედებებია მიმართული, 37,9% - ის აზრით - საერთო ინტერესების მქონე აუდიტორია, ხოლო 19,8%-ის შეხედულებით - შესაბამისი განათლებით დაკომპლექტებული აუდიტორია.

ჩვენთვის, ასევე, ძალიან საინტერესო იყო საზოგადოების შეხედულების გაგება შემდეგ კითხვაზე - როგორ ფიქრობთ, რამდენად მართებულია პოლიტიკოსის მხრიდან მიზნობრივი აუდიტორიის წინასწარ შერჩევა? - ვფიქრობთ, გამოკითხულთა უმრავლესობამ არასწორად გასცა კითხვას პასუხი, რომლის მიხედვითაც 46,6 %-ი თვლის, რომ მართებულია მიზნობრივი აუდიტორიის წინასწარ შერჩევა, 28,4%-ი - ნაწილობრივ მართებულია, ხოლო 25%-ი - არ არის მართებული. რეალურად კი პოლიტიკოსი წინასწარ არ უნდა არჩევდეს მიზნობრივ აუდიტორიას, მისთვის თანაბრად მნიშვნელოვანი უნდა იყოს ნებისმიერი სოციალური ფენის წარმომადგენლის შეხედულება და იდეები.

რა შეიძლება არ გაპატიოს საზოგადოებამ? - 64,7%-ი თვლის, რომ როგორც ირონია, დაპირების შეუსრულებლობა, ისე სამსახურეობრივი უფლებამოსილების ბოროტად გამოყენება, ხოლო 8,6%-ის აზრით - ირონია, 16,4%-ის აზრით - სამსახურეობრივი უფლებამოსილების ბოროტად გამოყენება, ხოლო 10,3%-ის აზრით - დაპირების შეუსრულებლობა.

რა კავშირია საზოგადოებასთან ურთიერთობასა და მართვას შორის? - 48,3%-ის აზრით, თუ გინდა მართო, უნდა ფლობდე საზოგადოებასთან ურთიერთობის მექანიზმებს, ორივესთვის უმნიშვნელოვანესია ფსიქოლოგიური ელემენტების გათვალისწინება და ორივე გულისხმობს ორატორული ხელოვნების ფლობის აუცილებლობას, 35,3%-ის აზრით - თუ გინდა მართო, უნდა ფლობდე საზოგადოებასთან ურთიერთობის მექანიზმებს, 12,9%-ის აზრით ორივესთვის უმნიშვნელოვანესია ფსიქოლოგიური ელემენტების გათვალისწინება, ხოლო 3,5 %- ის აზრით- ორივე გულისხმობს ორატორული ხელოვნების ფლობის აუცილებლობას.

კითხვაზე, თუ ძირითადად, რას ითხოვს მოქალაქე საჯარო უწყებისგან? - 63,8%-ის აზრით, როგორც ინფორმაციას, გამჭვირვალობას, კანონიერებას, ობიექტურობას, ისე პრობლემების ეფექტურ მოგვარებას, 15,5%-ის აზრით - პრობლემის ეფექტურ მოგვარებას, ხოლო დანარჩენი 20,7%-ის აზრით ინფორმაციას, გამჭვირვალობას, კანონიერებას და ობიექტურობას.

როგორ გესმით მედიის ფუნქციური არსი სახელმწიფოში? - 75,9% თვლის, რომ ეს არის საზოგადოებასთან ურთუერთობისა და მართვის ერთ-ერთი მთავარი რგოლი, 16,4% - მიიჩნევს, რომ - ინფორმაციას აწვდის მოქალაქეებს, ხოლო 7,7%-ის აზრით - მოქალაქეების აზრს აწვდის სახელმწიფოს.

ინფორმაციის მიღებისას კომუნიკაციის რომელ საშუალებას ეყრდნობით - 53,4%- ახალი მედია (ინტერნეტი), 39,7%-ი - ტელევიზიას, ხოლო დანარჩენი 6,9% - რადიოს და პრესას.

რა არის ყველაზე მნიშვნელოვანი თქვენთვის კანდიდატის არჩევის პროცესში? - 58,6 %-ისთვის მნიშვნელოვანია მისი მსოფლმხედველობა და ღირებულებები, 16,4%-ისთვის - განათლება, 11,2%-ისთვის - რომელი პოლიტიკური ძალის ინტერესების გამტარებელია, 9,5%-ისთვის - პრესტიჟი და ავტორიტეტი (იმიჯი), ხოლო დანარჩენი 4,3% -ისთვის - საუბრის მანერა.

როგორ ფიქრობთ, დღევანდელ რეალობაში რამდენად ეფექტურია კომუნიკაცია სახელმწიფოსა და საზოგადოებას შორის? - 41,4% მიიჩნევს, რომ ნაწილობრივ ეფექტურია, 32,8% მიიჩნევს, რომ არაეფექტურია, ხოლო 25,9%-ის აზრით ეფექტურია.

როგორ ფიქრობთ, რა შეიძლება იყოს არაეფექტური კომუნიკაციის შედეგი? - 36,2%-ის აზრით, კონკრეტული კომუნიკატორის მიმართ ნდობის საბოლოოდ დაკარგვა, 32,8 %-ის აზრით ის, რომ ვერ მოხერხდეს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირება კომუნიკატორის ინტერესების სასარგებლოდ, დანარჩენი 31%-ის აზრით, კი კომუნიკატორის წარმომდგენი პარტიის მიმართ შეხედულებათა ნეგატიური ცვლილება.

მიგიმართავთ თუა არა საჯარო დაწესებულებისთვის ინფორმაციის მიღების მიზნით? - გამოკითხულთა 60,3% -მა დიახ, მიმიმართვას, ხოლო 39,7%-ს არა.

საჯარო დანესებულებებისათვის მიმართვის შემთხვევაში, მივიღიათ თუ არა სათანადო ინფორმაცია? - 62,1 %-ს დიახ, მიუღია, ხოლო დანარჩენ 37,9 %-ს არა.

როგორ ფიქრობთ, კონფლიქტური სიტუაციის შემთხვევაში, როგორი პოზიცია უნდა დაიჭიროს საჯარო სტრუქტურამ? - ვფიქრობთ, საზოგადოების უმრავლესობას არასწორი შეხედულება აქვს ამ საკითხთან მიმართებაში, რაც გულისხმობს შემდეგს: 57,8 %-ის აზრით - არგუმენტირებული მსჯელობით დაასაბუთოს, საზოგადოების შეფასებით, ამ არასასურველი რეალობის დადებითი მხარეები, 42,2 %-ის აზრით, კი აღმოფხვრას კონფლიქტის გამომწვევი ფაქტორები.

კვლევაში საინტერესო შედეგამდე მიგვიყვანა, რაც ჩვენთვის სამომავლოდაც ყურადსაღებია. ცხადია, მსგავსი შინაარსის მტკიცებულებების დროს, საზოგადოებრივი აზრი ხშირად გადამწყვეტ როლსაც თამაშობს. თითოეულმა მოსაზრებამ დიდი დახმარება გაგვინია პრობლემების გამოვლენის და შესაბამისი რეკომენდაციების გაცემის თვალსაზრისით.

დასკვნა

დღეს, ძალიან აქტუალურია სახელმწიფოს მართვა და მასთან დაკავშირებული საკითხები, რატომ და როგორ ვესაუბროთ მოქალაქეებს. სწორედ ეს იყო ჩვენი მიზანიც - გამოგვევლინა არსებულ საკითხთან დაკავშირებული პრობლემები და გაგვეცა შესაბამისი რეკომენდაციები. ნაშრომზე მუშაობისას გავითვალისწინეთ ძველი ფილოსოფოსების და არამართო ფილოსოფოსების შეხედულება, გავეცანით საზღვარგარეთის ქვეყნების კონსტიტუციურ სამართალს და მათ საფუძველზე შევეცადეთ ჩვენი ქვეყნის მაგალითზე ანალიზი გაგვეკეთებინა საკვლევ თემასთან დაკავშირებით.

ჩვენი ქვეყნის მმართველი სუბიექტების უდიდესი პრობლემა მდოგომარეობს შემდგომში: საზოგადოება არ არის სათანადოდ ინფორმირებული, წინააღმდეგ შემთხვევაში მერწმუნეთ ადგილი არ ექნება არანაირ დაპირისპირებას საზოგადოების მხრიდან; ხალხმა უნდა იგრძნოს მათი მნიშვნელობა სახელმწიფოში, რაც უპირველესად გულისხმობს მათ აქტიურ ჩართვას ქვეყანაში მიმდინარე პროცესების მიმართ, ამიტომ სახელმწიფოს მმართველმა სუბიექტებმა უნდა უზრუნველყონ საზოგადოების ინფორმირებულობა ნებისმიერ საკითხთან მიმართებაში. სახელმწიფოს მმართველმა სუბიექტებმა, უკუკავშირის გზით, უნდა გაიგონ საზოგადოების შეხედულება სახელმწიფოსთვის მნიშვნელოვან საკითხებთან დაკავშირებით და მხოლოდ მის შემდგომ მიიღონ გადაწყვეტილებები.

ასევე, ნაშრომზე მუშაობისას გამოიკვეთა კიდევ ერთი უდიდესი პრობლემა, რაც შემდგომში განაპირობებს მოქალაქეების უნდობლობას კანდიდატების მიმართ: წინასაარჩევნოდ, როგორც წესი, პოლიტიკოსების სენია უამრავი, არაფრისმთქმელი და გამკეთებელი დაპირებების გაცემა. ამიტომ ვფიქრობთ, ამ პრობლემის აღმოფხვრა შესაძლებელია მარტივი გზით - შესაბამისი სამართლებრივი რეგულაციის დანერგვით წინასაარჩევნოდ გაცემული დაპირებების შეუსრულებლობის შემთხვევაში, კანდიდატს ექნება იმის შიში, რომ უსაფუძვლოდ არ გასცეს დაპირება, რადგან გამარჯვების შემთხვევაში შესაძლებელია მის მიმართ დაიწყოს სისხლისამართლებრივი დევნა. ვფიქრობთ, ამით შესაძლებელი გახდება საზოგადოების იმედგაცრუების თავიდან არიდება და მათ გაუჩნდებათ კანდიდატების მიმართ საფუძვლიანი ნდობა.

საზოგადოებაში, როგორც წესი, მენეჯმენტი და სახელმწიფოს ადმინისტრატორი ერთი და იმავე მნიშვნელობით გამოიყენება. საკმაოდ რთულია მათი გამიჯვნა ერთგვაროვანი საქმიანობიდან გამომდინარე, თუმცა სხვადასხვა ავტორების და შესაბამისი ანალიზის საფუძველზე შევძელით მათ შორის არსებითი სხვაობის გამოვლენა, თუმცა ზეპირსიტყვიერებაში დღეს მსაზღვრელსა და საზღვრულს - სახელმწიფოს ადმინისტრატორი - არავინ იყენებს, რაც არასწორია.

კვლევამ აჩვენა, რომ საზოგადოების ცნობიერების დონე საკმაოდ დაბალია. სამწუხაროდ, არასწორი პასუხები მივიღეთ ისეთ უმარტივეს კითხვებზე, როგორიცაა: ვინ არის თქვენთვის მოქალაქე? რა არის საზოგადოება? როგორ გვსმით ურთიერთობის ცნება? საზოგადოებასთან ურთიერთობის დროს ვინ არის სუბიექტი? ასეთი პასუხების შემდგომ ცოტა რთულია ვისაუბროთ დემოკრატიულობაზე და სახელმწიფოს განვითარებაზე, პირობითად გერმანიაში 10 წლის წინ უბრალო ფერმერი პროდუქციას ინტერნეტის მეშვეობით რომ აწარმოებდა, მაშინ ჩვენთან დედაქალაქში თითო-ოროლა ადამიანს თუ ჰქონდა ინტერნეტი, ამიტომ მხოლოდ მათ მაგალითზე მმართველობის ფორმის ასეთი სიხშირით ცვლა არასწორია. საზოგადოება არ იყო მზად ასე ერთბაშად საპრეზიდენტო რესპუბლიკიდან საპარლამენტო რესპუბლიკაზე გადასავლელად. ჩვენ განვითარებს გზაზე მდგარი სახელმწიფო ვართ, ამიტომ ძალიან ბევრია სამუშაო ამ თვალსაზრისით.

საინტერესო იყო აგრეთვე კანდიდატის როლი სახელმწიფოში. რეალურად კანდიდატის ორატორულ ნიჭზე დამოკიდებული გაიმარჯვებს თუ არა ის არჩევნებში

და არა განათლებაზე, პარტიის შეხედულებაზე, სამომავლო გეგმებზე და აშ., ამიტომ ამ კუთხითაც აუცილებელია საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება.

საინტერესო იყო საჯარო სტრუქტურების ურთიერთობა საზოგადოებასთან, ერთ-ერთ მნიშვნელოვან რგოლად გვევლინება პოლიცია და ნაშრომში ვისაუბრეთ კიდევაც მის მნიშვნელობაზე, რომ პოლიციის უმთვარესი მიზანი საზოგადოებაზე ორიენტირებულობა უნდა იყოს და არა ისე როგორც დღეს ხდება. სწორედ, ამიტომაც დღევანდელ რეალობაში საზოგადოება ნაკლებად ენდობა პოლიციას. ამ კუთხითაც ბევრი აქვს სახელმწიფოს გასაკეთებელი.

ვფიქრობთ, თუ გვინდა აღმოვეფხვრათ ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი პრობლემა, ჯერ უნდა ვიზრუნოთ ჩვენი ქვეყნის საზოგადოების განათლებაზე, სამართლებრივი თვითშეგნების ამაღლებაზე და შემდგომ უკვე მარტივი იქნება თითოეული პრობლემის მოგვარება.

გამოყენებული ლიტერატურა

- 1) ბალათურია გ., სტრატეგიული დაგეგმვა, მეთოდოლოგიური საფუძვლები, ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბილისი, 2009 წელი;
- 2) ბალათურია გ., ბალათურია ო., სტრატეგიული მართვის კიბერნეტიკული მეთოდი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბილისი, 2009 წელი;
- 3) გოროშიძე გ., საზოგადოებასთან ურთიერთობის განწყობისეული კანონზომიერებანი, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2017 წელი;
- 4) გორგოშაძე გ., სახელმწიფოს ფორმები, ბათუმი, 2006 წელი;
- 5) იზორია ლ., კორკელია კ., კუბლაშვილი კ., ხუბუა გ., საქართველოს კონსტიტუციის კომენტარები, გამომცემლობა მერიდიანი, თბილისი, 2005 წელი;
- 6) ილოვიჩკა-ტანსკა ი., ტანსკი მ., მითაგვა მ., რედაქტორი თინა ასათიანი, ადგილობრივი მმართველობა ხალხის სამსახურში: საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლები , გამომცემლობა პოლონეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს ფინანსური მხარდაჭერით, თბილისი, 2004 წელი;
- 7) კარნევი დ., როგორ მოვიპოვოთ მეგობრები და როგორ ვიმოქმედოთ ადამიანზე, გამომცემლობა „სამშობლო“, ჟურნალი „სკოლა და ცხოვრება“, 1992 წელი.
- 8) კვირიკაშვილი ს., საზოგადოებასთან ურთიერთობა სოციალური მართვის სტრუქტურაში, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბილისი;

- 9) კუკავა თ., არისტოტელე, პოლიტიკა, ნაწილი პირველი, თბილისი, 1995 წელი;
- 10) კუკავა თ., არისტოტელე, პოლიტიკა, ნაწილი მეორე, თბილისი, 1996 წელი.
- 11) კუკავა თ. რედაქტორი - ურუშაძე ა., არისტოტელე, რიტორიკა, ძველი თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 1981 წელი;
- 12) კობალავა მ., საზოგადოებასთან ურთიერთობა, მონოგრაფია, თბილისი, უმაღლესი სასწავლებელი ჯორჯია, 2018 წელი;
- 13) ლომინაძე ს. PR-კამპანიები PR-პრაქტიკაში, ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბილისი, 2009 წელი;
- 14) მეგრელიშვილი კ., ეფექტური კომუნიკაციის მნიშვნელობა ცვლილებათა მართვის პროცესში - თანამედროვე მართვის პრობლემები, ბათუმი, 2012 წელი;
- 15) მელქაძე ო., საზღვარგარეთის ქვეყნების კონსტიტუციური სამართალი კრებული I, თბილისი, 2008;
- 16) მელქაძე ო., „კონსტიტუციონალიზმი“ თბილისი 2008.
- 17) მირაზანაშვილი ი., პოლიტიკური დისკურსის ზოგიერთი პრაგმატიკული მახასიათებელი, თბილისი, 2011 წელი;

- 18) ნარმანია გ., სახელმწიფო მართვის და საზოგადოებრივი ადმინისტრირების სწავლების აქტუალური საკითხები საქართველოში, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2018 წელი;
- 19) შიში ა., შიში ბ., სხეულის ენა, 2016 წელი;
- 20) სოკრატე, გლავკონი, პოლემარქე, თრასიმარქე, ადიმანტე, კეფალე, პლატონი, სახელმწიფო, წიგნი პირველი.
- 21) სუმბაძე ნ., მახარაძე თ., ინტერპერსონალური კომუნიკაცია მომსახურების სფერო, 2010 წელი;
- 22) საქართველოს კანონი „საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსი“;
- 23) საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“;
- 24) საქართველოს ორგანული კანონი „ საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“;
- 25) საქართველოს კონსტიტუცია;
- 26) საქართველოს გაეროს ასოციაციის მიერაა გამოცემული ფრიდრიხ ებერტის ფონდის მხარდაჭერით, „აღმასრულებელი ხელისუფლების ურთიერთობა საზოგადოებასთან“, პირველი გამოცემა, თბილისი, 2000 წელი;
- 27) საზოგადოებაზე ორიენტირებული პოლიცია, საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა;
- 28) საზოგადოებასთან ურთიერთობა, მონოგრაფია, თბილისი 2018 (ენახო)

- 29) ტულუში ლ., კუპრაშვილი ნ., ქორიძე მ., რუხაძე ნ., პოლიტიკური რეკლამა და მისი გავლენა არჩევნებსა და მედიაზე ანალიზი და რეკომენდაციები;
- 30) ჩარკვიანი ხ., PR-ის როლი პოსტ-საბჭოთა საქართველოს დემოკრატიული ინსტიტუტების ჩამოყალიბებაში, თბილისი, 2011წელი;
- 31) ჩაბრავა ე., რედაქტორი-კლდიაშვილი გ., ინფორმაციის თავისუფლება: კანონმდებლობა და პრაქტიკა, 2012 წელი;
- 32) ჯორბენაძე რ., პოლიტიკური კონფლიქტების მართვა, სალექციო კურსი, მეცნიერება, თბილისი, 2001 წელი.

ვებ-საიტები

1. <http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-00000-00---off-0civil2--00-1----0-10-0---0---0prompt-10---4-----0-11--10-ka-50---20-about---00-3-1-00-0-0-01-1-OutfZz-8-00&cl=CL2.19&d=HASHf134927764a557eba7b874.2&x=1;>
2. <http://www.prguide.ge/content.php?article.71;>
3. <http://gil.mylaw.ge/ka/term/55725.html;>
4. <https://ka.wikiquote.org/wiki/%E1%83%90%E1%83%91%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9A%E1%83%9C%E1%83%98;>
5. <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=4393;>
6. <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=518;>
7. <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=4197;>
8. <http://www.tabula.ge/ge/story/55518-oratorebi-da-mati-gamosvlebi;>

9. <http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-00000-00---off-0civil2--00-1-----0-10-0---0---0prompt-10---4-----0-11--10-ka-50---20-about---00-3-1-00-0-0-01-1-0utfZz-8-00&cl=CL2.3&d=HASHc3573bba475387418dc36a>=1;>
10. [https://ka.wikipedia.org/;](https://ka.wikipedia.org/)
11. [https://paatachakhnashvili.blogspot.com/;](https://paatachakhnashvili.blogspot.com/)
12. [https://sputnik-georgia.com/columnists/20170623/236396522/romeli-saxelmwifo-wyobaa-misagebi-saqartvelostvis.html;](https://sputnik-georgia.com/columnists/20170623/236396522/romeli-saxelmwifo-wyobaa-misagebi-saqartvelostvis.html)
13. [http://4p.com.ge/;](http://4p.com.ge/)
14. <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=index&d=5;>
15. <http://intermedia.ge;>
16. [http://gil.mylaw.ge/ka.html.](http://gil.mylaw.ge/ka.html)

დანართი

5. თქვენი აზრით, რა არის საზოგადოება?

ადამიანთა ჯგუფი

ხალხი

განსხვავებული საჭიროებებისა და ინტერესების მქონე ადამიანთა ერთობლიობა.

განვითარებული ადამიანების ერთობლიობა

პასუხისმგებლობის მქონე მოქალაქეთა ერთობლიობა.

ნებისმიერი ადამიანი საზოგადოების შემადგენელი ნაწილია

საზოგადოება რთული ფენომენია, რომელშიც გაერთიანებულია თითოეული ადამიანი

საზოგადოება არის ბრბო.

ადამიანთა გარკვეული ჯგუფი, რომელსაც აერთიანებთ საერთო ღირებულებები, შეხედულებები, ინტერესები და ა.შ.

ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც არიან გარკვეული ინტერესებისა და მიზნის ქვეშ გაერთიანებული

საერთო საქმის ირგვლივ მიზანმიმართულად გაერთიანებულ ადამიანთა ჯგუფი

გარკვეულ პირთა ჯგუფი

ადამიანთა მასა

ადამიანთა კრებული

ადამიანთა ჯგუფი, ადამიანთა გაერთიანება.

საზოგადოება განსხვავებულ იდეათა და მიზანთა მატარებელი ინდივიდების ერთობლიობაა.

ადამიანთა გარკვეული ჯგუფი.

მსგავსი ან განსხვავებული შეხედულების ან იდეოლოგიის, და გარკვეული ურთიერთობის მქონე ადამიანთა ჯგუფი ან ჯგუფები, რომლებთაც პირობითად აკავშირებს ტერიტორიული საზღვრები

თავისუფლად მოაზროვნე ჰუმანური იდეებით გაერთიანებული ადამიანების ერთობა.

საზოგადოება ეს არის ქვეყნის ყველა მოქალაქე ინდივიდი მათი ერთობა.

სახელმწიფოს ნაწილი

სოციუმის შემადგენელი ნაწილი, რომელიც განვითარებულია გონებრივად

საზოგადოება არაა უბრალოდ ერთობა ადამიანებისა, ესაა ხალხის გონივრული ერთობა

ინდივიდთა ერთობა

ერთი იდეით შეკრული ადამიანთა ჯგუფი

საზოგადოება არის ჯგუფის ნაწილი, რომელიც განსაზღვრავს და დიდ გავლენას ახდენს პიროვნების ჩამოყალიბებაზე

ადამიანთა დიდი ჯგუფი, გაერთიანება, სადაც ვცხოვრობთ და ვმოღვაწეობთ

საზოგადოება ეს არის სივრცე, სადაც ერთმანეთისაგან რადიკალურად განსხვავებული ადამიანებთა ჯგუფი იყრის თავს. საზოგადოების წევრი, რომ გახდეს დღევანდელ ცხოვრებაში რთულთან ერთად საინტერესოცაა... ყველას ინდივიდუალური ხედვა ქმნის საინტერესო, ოღონდაც ცოტა სპეციფიკურ სივრცესაც. აი ამ საზოგადოების

წევრი, რომ გახლდეთ, საკუთარი წილი ფუნდამენტი უნდა ჩაყარო, რადგანაც თითოეული ადამიანის ხედვა განსხვავებულია თავისი ფიქრებითა და განცდებით. მაშასადამე, საზოგადოება ესაა სივრცე, სადაც ნებისმიერი ადამიანი შეიძლება იყოს ამ ჯგუფის წევრი, მაგრამ როგორ იქნება ამ საზოგადოების წევრი ეს თვითონ პიროვნულ ხედვაზეა დამოკიდებული.

ერთი სახელმწიფო ს ხალხი.

საღად მოაზროვნე ადამიანთა ჯგუფი.

საზოგადოება არის ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც მოძრაობს სურვილების წრფედაც და თანაბრად

ეს არის ადამიანთა სხვადასხვა ჯგუფები...

არის სახელმწიფო მართული ორგანიზაციები ან კერძო სექტორში მომუშავე ადამიანთა ჯგუფი გაერთიანებული საერთო ინტერესებით, გამოცდილებით და უნარებით ერთმანეთთან სხვადასხვა ურთიერთობით ან ტერიტორიით დაკავშირებულ ადამიანთა საზოგადოება.

ესაა სოციალური ჯგუფი, რომელიც პოზიციას მკაფიოდ აფიქსირებს.

საერთო ღირებულებების ირგვლივ გაერთიანებულ ადამიანთა ჯგუფი ადამიანთა ურთიერთქმედება გარკვეულ ეკონომიკურ, სოციალურ და სულიერ პირობებში.

სახელმწიფოსგან დამოუკიდებელი ადამიანების, თვითორგანიზებული საინიციატივო ჯგუფებისა და თავისუფალი ასოციაციების გაერთიანებაა.

საზოგადოება არის ჯგუფი, რომელსაც გააჩნიათ თავიანთი მოთხოვნები ინტერესები მიზნები ეს არის ხალხი თავიანთი შეხედულებებით

სოციუმის შემადგენელი ნაწილი

საზოგადოება ეს არის საერთო ღირებულებების მქონე ადამიანთა გაერთიანება.

საზოგადოება არის მოაზროვნე მასა, რომელთა შემადგენელ წევრებსაც მართებთ ურთიერთარსებობა, ურთიერთშემწყნარებლობა, ურთიერთაზროვნება, ურთიერთპატივისცემა და დაფასება, ურთიერთდახმარება და ასე შემდეგ დაუსრულებლად... რაც შეიძლება სასიკეთო და დადებითი იყოს საზოგადოებრივი არსებობისთვის!..

საზოგადოება არის ხალხი თავისი აზრებით, იდეებით, უფლებებით და თავისუფლებებით

ადამიანთა ჯგუფი, რომლებმაც მსჯელობის საფუძველზე უნდა იბრძოლონ საერთო კეთილდღეობისთვის.

საზოგადოება- ეს არის ადამიანთა კონკრეტული ჯგუფი რომელიც დაკავშირებულია ერთმანეთთან სხვადასხვა ურთიერთობებით.

ხალხთა ერთობლიობა

ადამიანთა ერთობა, რომელთაც საერთო შეხედულებები/ინტერესები გააჩნიათ

საზოგადოება ეს არის ფენა ,რომელიც წარმოადგენს ქვეყანას. რომელსაც შეუძლია დიდი წვლილი შეიტანოს ქვეყნის კეთილდღეობისთვის.

გარკვეული წესების მქონე ადამიანთა ერთობლიობა

საზოგადოება არის ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც იყოფა სხვადასხვა ფენებად.

ადამიანთა ერთობა.

საზოგადოება ეს არის კონკრეტული ქვეყნის შემადგენელი მოსახლეობა

საზოგადოება არის ფიზიკურ პირთა ფენა.

ადამიანთა ერთობლიობა

ეს არის სოციუმი, ხალხთა სიმრავლე, რომლებიც ადგენენ გარკვეულ დაუნერვლ კანონებს ცხოვრებისთვის.

დანართი №9

9. „ურთიერთობაში“ ჩამალულია სიტყვა ერთობა. როგორ ფიქრობთ, ეს ერთობა რამდენად არის ერთიანი ორგანიზმი?

ურთიერთობა არ შეიძლება იყოს ერთიანი ორგანიზმი.

ურთიერთობა არ ნიშნავს ერთობას.

არ არის.

ურთიერთობა ეს არის ერთობა ადამიანების

არმაქვს აღნიშნულ პასუხზე ადეკვატური პასუხი.

უნდა იყოს.

ერთობა, რომ არა, მაშინ არც ნორმალური ურთიერთობა და გაგება იქნება. ვფიქრობ, რომ ერთობა ნამდვილად არის ერთიანი ორგანიზმი.

ვფიქრობ არის.

სავსებით საერთოა.

სამწუხაროდ არ არის ერთიანი ორგანიზმი.

სამწუხაროდ ქართული რეალობა ერთიანი მექანიზმისაგან შორსაა.

ურთიერთობა არის ორ ან მეტ ადამიანს შორის კომუნიკაცია სხვადასხვა ფორმით, შესაბამისად არის ერთიანი ორგანიზმი.

ერთობა ურთიერთობაში წარმოადგეს ერთიანი ორგანიზმს თუ არა ერთობა არ გვექნება ურთიერთობა.

მეტ-ნაკლებად

ნაწილობრივ იდეურ დონეზე არის.

ნაწილობრივ არის.

იმდენად რამდენადაც ურთიერთობაში არსებულ მხარეებს აწყობთ.

ერთობა ან არის, ან არ არის. ურთიერთობა ერთი ორგანიზმის - საზოგადოების ურთიერთდამოკიდებულებაა, მაშასადამე ერთიანი ორგანიზმია.

მაშინ, როცა ერთი მიზნით ერთიანდება.

ერთობა უნდა იყოს ერთიანი მექანიზმი მაგრამ დღევანდელ რეალობაში სამწუხაროდ არ არის.

მეტ-ნაკლებად.

ნაკლებად არის დღესდღეობით.

ხშირ შემთხვევაში არაა ეს არის აზრიანი ერთობა.

ორ ადამიანს შორის ერთობას ნიშნავს.

გაჩნია, რა ხასიათისა, ეს არის რელიგიური ერთობა თუ ნაციონალური ერთობა ან უბრალოდ პარტიული ერთობა? ამ ერთობის ერთიანობაზე მეტწილად მოქმედებს მისი ერთიანობის ხასიათი.

პირდაპირი გაგებით.

სხვა შემთხვევაში ვერ იქნება ურთიერთობა.

ურთიერთობის გარეშე შეუძლებელია ნებისმიერი სახის ქმედების განხორციელება.
არის.

ბუნებრივიცაა ერთიანია, რადგანაც სოციუმი ქმნის ამ ერთობას.

როგორც ურთიერთობა.

ერთობა, არის მცნება რომლის მნიშვნელობა არ ვიცით, ამ სიტყვის სრული მნიშვნელობით

არამგონია ეს ერთობა იყოს.

საერთო ენას სანამ პოულობენ.

არის ერთიანი.

სამწუხაროდ "ურთიერთობაში"ერთობა ყოველთვის არაა, და შესაბამისად ერთობა არაა ერთიანი ორგანიზმი.

არ არის. ამიტომაც უჭირს საზოგადოებას.

სამწუხაროდ არ არის.

ხშირ შემთხვევაში კი.

მეტნაკლებად.

ურთიერთობა აუცილებელია რომ ერთიანი ორგანიზმი იყოს,და სწორი კომუნიკაცია ანუ ურთიერთობა სჭირდება სახელმწიფო სტრუქტურებს რომ ერთიანი ორგანიზმით იმუშაონ. ჰორიზონტალურ და ვერტიკალურ სტრუქტურებში უკუკავშირი აუცილებელია. სახელმწიფოს შტოები (პარლამენტი, მთავრობა, სასამართლო, მუნიციპალიტეტები და ა.შ.) უნდა ურთიერთობდნენ ერთმანეთთან და ეს უნდა იყოს ორმხრივი, იგივეა ორგანიზაციის მენეჯმენტში და იგივე უნდა იყოს სახელმწიფოში.

ერთიანი ორგანიზმი და ერთობა ვერ ვიტყვი რომ არის სრული და ერთიანი ვფიქრობ ურთიერთობა არის კავშირი ადამიანებს შორის რომელნიც საერთო ენას გამონახავენ ხოლო ერთიან ორგანიზმად ქცევა იშვიათად შეიძლება რომ იყოს გამართლებული და თუ არის არსებობს ძალიან მცირე ერთეულები რომლებიც იქცევიან ერთ მთლიან ორგანიზმად.

ძალა ერთობაშია.

ხალხთა შორის კომუნიკაცია, გადანაცვებულება და სხვა,რაც სახელმწიფოს ეხება.

ის ერთიანი ორგანიზმია, თუ ჭეშმარიტად ერთიან-ერთსულოვანია!..

სრულად.

ჩემი აზრით ეს „ერთობა“ ყოველთვის არ არის ერთიანი. მეტ-ნაკლებად შეიძლება იყოს, თუმცა არსებობს გარემოება და ვითარებები, რომლის დროსაც ის შეიძლება იქცეს ერთიან ორგანიზმად.

დიახ არის.

იმდენად, რამდენადაც ინტერესებია საერთო.

ნამდვილად წარმოადგენს ერთობა "ერთიერთობაში" ერთიან ორგანიზმს.

არ ვფიქრობ, რომ "ერთიანი ორგანიზმი" ადამიანი არის ინდივიდი, ურთიერთობა ჩემთვის ნიშნავს სხვა პირთან კომუნიკაციას მაგრამ არა ერთობას.

ურთიერთობიდან გამომდინარე ერთიანი აზრის გამოტანა შესაძლებელია მაგრამ ერთ ორგანიზმად ვერ მოვიაზრებ.

ანუ ადამიანთა ერთობა რომლებსაც საერთო მიზნები ინტერესები აქვთ.

სამწუხაროდ ეს სიტყვა ურთიერთობიდან ამოვარდნილია.

სრულიად.

ეგ დამოკიდებულია საზოგადოების ტიპზე და მათ დამოკიდებულებაზე ამ საკითხის მიმართ.

დანართი №10

10. ვმართო თუ ვმართოთ (მე თუ ჩვენ)? დაასაბუთეთ

ჩვენ

ვმართოთ

ვმართოთ ჩვენ. დემოკრატიული სახელმწიფო ხალხის მიერ იმართება და არა კონკრეტული ინდივიდის მიერ.

ვმართო მე ნიშნავს პასუხისმგებლობა ავილო საკუთარ თავზე

ჩვენ მართვალ გულისხმობს ერთზე მეტ ადამიანს.

ორივე სხვადასხვა მნიშვნელობით იხმარება, ვმართავ მე და ჩვენც

ვმართოთ, ჩვენ

ვმართოთ. ყოველთვის დადებითია ერთად მართვა

სადაც ერთობაზე არის საუბარი, იქ რათქმაუნდა უნდა იყოს ჩვენ, და არა მე. ვფიქრობ, რომ ერთობლივად გადადგმული ნაბიჯი უფრო უკეთესია, ვიდრე მარტო გადადგმული, ამიტომ ვმართოთ და არა ვმართო.

ვმართოთ (ჩვენ)

ჩვენ რადგან ეს არის ძალა წარმატების . მე არის ეგოიზმი რაც ვერ განავითარებს ვერც ადამიანს და ვერც სახელმწიფო შეძლებს განვითარებას ასეთი საზოგადოების გამო ძალა ერთობაშია, მართვის იაპონური სკოლა უალტერნატივოა. გუნდური მუშაობა უფრო მეტი ეფექტის მქონეა

თანამედროვე გამოწვევებიდან გამომდინარე დემოკრატიულობის პრინციპის დაცვით მთავარია ჩვენ და არა მე

ვმართოთ რადგან მრავალი სხვადასხვა აზრიდან გამოტანილი ერთი აზრი უფრო მისაღები და დემოკრატიული იქნება

ჩვენ

ჩვენ, ჯემმარტი იდეა კომუნიკაციაში და მსჯელობაში იბადება

ჩვენ ვმართოთ ბევრს უფრო მეტი შეუძლია ვიდრე ერთს.

ჩვენ...ვინაიდან „მე " ვერასდროს იქნება ბევრის ინტერესების მატარებელი და მიზნების განმახორციელებელი.

ვმართოთ ერთმანეთი: საზოგადოებამ სახელმწიფო და სახელმწიფომ საზოგადოება

ჩვენ, თუ მხოლოდითია,სამართავი არაფინაა...

ვმართოთ ჩვენ მართვაში მონაწილეობას უნდა ღებულობდეს სამოქალაქო საზოგადოება თითოეული ინდივიდი ერთად და არა კონკრეტული პიროვნება.

ვმართოთ, რადგან, ზალა ერთობაშია

ვმართოთ, სახელმწიფო უნდა ვმართოთ ხალხმა მთავრობასთან ერთად, ასე შეიქმნება დემოკრატიული იდეოლოგია

ვმართოთ!!! რადგან მართავს ხალხი უშუალო წარმომადგენლების მეშვეობით

ჩვენ, რადგან დემოკრატია ამბობს ხალხის მმართველობა უკეთესია, მეს მივყავართ პინოჩეტის ჩილემდე, სტალინის კომუნიზმამდე და ჰიტლერის ნაცისტებამდე

ვმართოთ (ჩვენ)

დემოკრატიული სახელმწიფოს პრინციპია

ვმართოთ (ჩვენ) რადგან მასში წარმოიქმნება ჯემმარტება

ვმართოთ სახელმწიფო მოხელეებთან ერთად

ვმართოთ

ჩვენ, ერთი ადამიანის მიერ მართვა არის ზედმეტად მონოპოლიზირებული

რა თქმა უნდა ვმართოთ, რადგანაც აქ სწორედაც, რომ თითოეული ადამიანის აზრი უფრო ახლოს იქნება შესაბამის მმართველობით ფორმასთან.

ჩვენ

ვმართოთ. რადგან მე მჯერა რომ ჯგუფი უფრო მარტივად გააკეთებს საქმეს, ვიდრე ინდივიდი. „ხელი ხელს ბანს, და ორივე ერთად პირს“ო

ვმართოთ. ერთი კონკრეტული პირი არ უნდა მართავდეს სახელმწიფოს.

ვმართოთ

უნდა ვმართოთ

ვმართოთ დემოკრატიულია ხოლო ვმართო დირექტიულია

ჩვენ უნდა ვმართოთ

ვმართოთ(ჩვენ)

მე, რადგან საბოლოოდ მართვა მაზნც ერთპიროვნულია.ერთი წყვეტს.

მე

სახელმწიფო ერთპიროვნულად მართვა მონარქიაა, ხოლო ხალხის მიერ დემოკრატია

ვმართოთ, რადგან ქვეყანა საზოგადოებას ეკუთვნის

რა თქმა უნდა ვმართოთ ჩვენ

ვმართოთ, ვინაიდან თუ სახელმწიფოსთანაა საქმე დაკავშირებული ადამიანთა გარკვეული ჯგუფი მართავს

ვმართოთ ჩვენ

ჩემი აზრით ვმართოდ და არა ვმართო და ჩვენ და არა მე რადგან ერთიანობაში უფრო დიდი ძალააა

გააჩნია რისი მართვა გინდა, ორგანიზაცია უნდა იმართოს ისევე როგორც სახელმწიფო მაგრამ აუცილებელია მრჩეველთა არსებობა ირგვლივ..

ჩვენ ყველამ ერთად ვმართოთ სახელმწიფო

ვმართოთ ჩვენ ეს აუცილებელია საზოგადოების ერთიანობისათვის

ვმართოთ, იმიტომ რომ ქვეყანა არ იყოს ერთმმართველი

ვმართოთ! ჩვენ ჩვენი თავი, ჩვენი გარემო, რომ საზიანო არ ვიყოთ საზოგადოებისთვის, ჩვენნილ ვაკონტროლოთ... თუმცა, რა თქმა უნდა საჭიროა მმართველი ბერკეტიც, რომ გამოირიცხოს თვითნებობა, მაგრამ ეს ყველაფერი, ზოგადად მართვა უნდა მოხდეს, განხორციელდეს კანონიერებაზე დაყრდნობით, ურთიერთგაგება-გაზიარებით, რომ შედეგი იქნას მიღწეული!

ვმართოთ ჩვენ, ერთპიროვნული მმართველობა არ ჯდება დემოკრატიული სახელმწიფოს ღირებულებებში

ჩვენ,სამოქალაქო საზოგადოება ადამიანთა ერთობლიობას ნიშნავს .

ჩვენ ხახლმა უნდა ვმართოთ.

ჩვენ ხალხმა უნდა ვმართოთ

მე

ჩვენ ხალხმა

ჩვენ ვმართოთ. ჩვენს მიერ არჩეულმა ხელისუფლებამ მართოს

ჩვენ ხალხმააა

ჩვენ

ვმართოთ. ერთპიროვნულობა არის დიქტატურა.

ვმართოთ, რადგან ჩემთვის სიტყვა ვმართო, ასოცირდება ერთპიროვნულ მმართველობასთან, რომელშიც კონკრეტული სუბიექტების აზრი გათვალისწინებული არ არის, რაც ჩემთვის მიუღებელია.

ვმართო

ვმართოთ ჩვენ.

კოლექტიური მმართველობა დემოკრატიის უმთავრესი პირობაა.

გააჩნია როგორ მმართველობას ეხება და რა არის სამართავი. ზოგადად ჯგუფური მმართველობის პერიოდში იდეა ბევრი რომლისგანაც შესაძლებელია ჭეშმარიტ გზამდე მივიდეთ და სწორად ვმართოთ

ვმართოთ- რაც უფრო მეტი ადამიანია ჩართული, მეტი გამოცდილება , კომუნიკაბელურობა, მასშტაბურობა და საღი აზრია.

ვმართოთ. რადგან ერთი სუბიექტის აზრი ვერ გამოხატავს საზოგადოების მრავალფეროვან აზრს და სურვილებს და საჭიროა საზოგადოების ჩართულობა ყველა სახის მენეჯმენტში ანუ მართვაში.ლ

ჩვენ

ჩვენ - იმიტომ რომ გადანყვეტილება ერთპიროვნულად ყოველთვის არ არის სამართლიანი.

ვმართოთ ყველამ ვმართოთ ჩვენ

ეფექტური შედეგი ყოველთვის იქნება მაშინ, როცა მმართველობის სფეროში, მართველობა ერთ კონკრეტულ პირზე კი არა კონკრეტულ უწყებაში შემავალი ყველა მოქალაქის ერთობლივად უნდა იყოს ჩართული მართვაში.

ჩვენ, ერთი თავის ნააზრევს, მრავლისა ჯობს ყოველთვის.

დანართი №25

25. რა არის თქვენი მხრიდან ამ კვლევაში მონაწილეობის უპირველესი მიზანი?

ინტერესი კვლევის მეცნიერული სიახლის შესახებ.

იმის მიღწევა რასაც ეს კვლევა ემსახურება👉

საკუთარი აზრის დაფიქსირება.

აქტუალურობა აღნიშნული საკითხის მიმართ და რეალური პრობლემები რაც არსებობს თემასთან დკავშირებით.

ჩემი აზრის დაფიქსირება, როგორც სრულყოფილებიანი მოქალაქისა და იმ ხარვეზების გამოსწორების საშუალება, რომელიც დღევანდელ საზოგადოებაშია.

თანაუნივერსიტეტელების წარმატება.

მოქალაქეობრივი პასუხისმგებლობა

საზოგადოებრივი კულტურის ამაღლება და კვლევის ავტორის შედეგზე გასვლისათვის მცირედით ხელის შეწყობა

კვლევის ავტორს მივანოდო საკუთარი შეხედულებები კვლევაში წარმოდგენილი პრობლემატიკის შესახებ

საუნივერსიტეტო პროგრამის ხელშეწყობა მაგისტრატურის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

გავიგო საზოგადოების აზრი და შეფასება მოცემულ საკითხებთან მიმართებაში

საჯარო სექტორის საზოგადოებასთან ეფექტიანი კომუნიკაცია.

მკვლევარისათვის ხელშეწყობა

ხელი შევუწყო კვლევის სუბიექტს.

აზრის დაფიქსირება

დაინტერესების ნიადაგზე მეგობრის დახმარება

როგორც საზოგადოების, ასევე ხელისუფლებას შორის კომუნიკაცია

მოხდეს სოციალური პროცესების სწორედ აღქმა

კითხვების მრავალფეროვნება

თქვენი ინტერესის გათვალისწინება

თქვენი დახმარება და რა თქმა უნდა ჩემი აზრის დაფიქსირება

საზოგადოების, მედიისა და სახელმწიფოს ჩართულობის მექანიზმები, რამდენადაც

სახელმწიფოსაც და მედიასაც ქმნის ხალხი, იმდენად აუცილებელია, რომ ამ

საზოგადოების "ერთობა", უფრო რეალურ ხასიათს ატარებდეს და არა ფორმალურს.

ინტერესი

ჩემი აზრის დაფიქსირება, და არსებული კითხვის არასასურველი (მაგრამ სიმართლის)

პასუხის მონიშვნის დროს არსებულის გამოსწორება შეძლებისდაგვარად.

ჩემი, როგორც მოქალაქის აზრის დაფიქსირება.

იქნებ მოხდეს ქვეყნის განვითარება

კომუნიკაცია საზოგადოებასა და სახელმწიფო უწყებებს შორის.

დახმარება ახალგაზრდა მკვლევარისთვის.

საკუთარი აზრის დაფიქსირება, რათა ახალგაზრდა მკვლევარს დავეხმარო ინოვაციის

გამოვლენასა და პრობლემის დასმა-გადანწყვეტაში.

არსებული რეალობის შეფასება

ჩემი დამოკიდებულების გამოვლენა მედიის და სახელმწიფოს მიმართ

მოქალაქეობრივი ვალი

თვითმართველობის საქმიანობა იყოს უფრო ეფექტური

სურვილები, საჭიროებებითა და მოთხოვნილებებით ამ პროცესებისადმი.

სამართალი...

ჩვენი საზოგადოების ინტერესების დაცვა

Chemi azrit am kvlevashi monawileobis migebaa is rom egeb samartlianoba agsdges

ქვეყნის წინსვლა

მე ჩემი აზრი დავაფიქსირე და თუ კი ვინმეს გამოადგება-გათვალისწინებს და ჩემი მიდგომის გათვალისწინება ამ კონკრეტული საკითხის კვლევას რაიმე დადებითს შესძენს, მოხარული ვიქნები! :)

P.S. გმადლობთ, ჩემი კვლევაში ჩართულობისათვის!

გისურვებთ წარმატებებს!

დაგეხმაროთ კვლევაში

ამ კვლევაში მონაწილეობის მიზანია ინტერესი სამოქალაქო აქტივობისა და ჩართულობის შესახებ .

საკუთარიშეხედულების დაფიქსირება

საინტერესო კვლევაა დამაინტერესა

დავაფიქსირო ჩემი აზრი

ეფექტურად მუშაობა საჯარო დანედებულებასა და მოლაქეებს შორის.

საზოგადოებასა და სახელმწიფო სტრუქტურას შორის ურთიერთობის დამყარება

რამით მაინც დაგეხმარო საკვლევი მიზნის მიღწევაში მკვლევარს.