

# სოციალური ქსელის როლი პროფესიული განათლების იმიჯის ამაღლებაში

ანა ბალაშვილი

ნოდარ ლაფანაშვილი

ქეთევან გურგენიშვილი

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

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

## განაცხადი

*„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესის შესაბამისად“.*

*ანა ბალაშვილი, ქეთევან გურგენიშვილი, ნოდარ ლაფანაშვილი.*

*1.04.2022*

## მადლობა

მადლობას ვუხდით ჩვენ სამეცნიერო ხელმძღვანელს, თორნიკე გურულს, ნაშრომის განხორციელების პროცესში გაწეული დახმარებისთვის და ასევე კვლევაში მონაწილე თითოეულ ადამიანს, საკუთარი აზრის დაფიქსირებისთვის.

## აბსტრაქტი

ბოლო წლების განმავლობაში, მთელ მსოფლიოში, პროფესიული განათლების როლი თანდათან იზრდება. პროფესიული განათლების ფუნდამენტურ ცვლილებებს განაპირობებს, როგორც საზოგადოების დამოკიდებულება, ისე ამ სფეროში მიმდინარე ფუნდამენტური რეფორმები და სოციალური ქსელების გავლენა საზოგადოებაზე.

თემის აქტუალობიდან გამომდინარე, კვლევის მთავარ კითხვას წარმოადგენდა გაგვეგო, თუ რა როლი აქვს სოციალურ ქსელს, საქართველოში მოქმედი პროფესიული კოლეჯების იმიჯის ამაღლებაში და რამდენად იზრდება საზოგადოებაში პროფესიული კოლეჯების მიმართ ცნობადობა და ნდობა, მათი სოციალურ ქსელში პოზიციონირებით. სამაგისტრო ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული კვლევის ფარგლებში, შემუშავებული იქნა ჰიპოთეზა: "საქართველოში არსებული პროფესიული განათლების კოლეჯები აქტიურად მიმართავენ სოციალური მედიის გამოყენებას." შესაბამისად, კვლევაში გამოყენებული იქნა კომბინირებული: როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი კვლევის მეთოდი და საქართველოში ოპერირებად პროფესიულ საგანმანათლებლო კოლეჯებთან ჩავატარეთ ნახევრად სტრუქტურირებული ინტერვიუები. ჩატარებული ინტერვიუების საფუძველზე გამოიკვეთა, რომ კოლეჯები აქტიურად იყენებენ სოციალურ ქსელებს, თუმცა ამ პოზიციისთვის უმეტესობას კონკრეტული კადრი არ ჰყავს გამოყოფილი. კვლევით გამოიკვეთა, რომ სოციალური მედია დიდ როლს თამაშობს პროფესიული კოლეჯების პოპულარიზაციაში.

ნაშრომში, ასევე წარმოდგენილია პროფესიულ საგანმანათლებლო პროგრამაზე სწავლის მსურველთა გამოკითხვის შედეგები, სადაც გამოიკვეთა ძირითადი აქცენტები, რომელიც მოცემულია ანალიზის სახით. რესპოდენტთა უმრავლესობა, პროფესიული კოლეჯების შესახებ ინფორმაციის მიღების მთავარ წყაროდ სოციალურ ქსელს ასახელებს.

ნაშრომში, ასევე წარმოდგენილია პროფესიული განათლების ამჟამინდელი მდგომარეობა საქართველოში სადაც ჩანს, რომ ბოლო წლების განმავლობაში, სხვადასხვა

რეფორმების გატარების შემდეგ, პროფესიული განათლების მიმართ დამოკიდებულება დადებითად იცვლება. ასევე წარმოდგენილია სოციალური მედიის განვითარების ტენდენციები და კვლევის შედეგები, რომლებიც გვამცნობს თუ რა გზებს იყენებენ დაწესებულებები ცნობადობის კამპანიებისთვის.

წინამდებარე ნაშრომში განხილულია საერთაშორისო პრაქტიკა შვედეთის, გერმანიის, იაპონიისა და საფრანგეთის მაგალითზე. განხილულია, თუ რა გზას გადიან სტუდენტები, როგორ ეხმარებათ მათ მთავრობა და ზოგადად, რა პრიორიტეტები გააჩნია პროფესიულ განათლებას მსგავს განვითარებულ ქვეყნებში.

ნაშრომში წარმოდგენილია რეკომენდაციებიც, რომლებიც შეიძლება დაეხმაროს, საქართველოში მოქმედ პროფესიულ საგანმანათლებლო კოლეჯებს, როგორც ინფორმაციული და პრაქტიკული თვალსაზრისით, ისე კრიზისებთან მართვაში და პროფესიული განათლების მეტად განვითარებაში.

**საკვანძო სიტყვები:** პროფესიული კოლეჯები, სოციალური ქსელი, საზოგადოების დამოკიდებულება, საერთაშორისო პრაქტიკა.

## Abstract

In recent years, throughout the world, the role of vocational education is gradually increasing. The fundamental changes in vocational education are determined by the attitude of the society, as well as the ongoing fundamental reforms in this field and the influence of social networks.

Due to the relevance of the topic, the main question of the research was to find out what role the social media has in raising the image of professional colleges operating in Georgia and to what extent awareness and trust in the society towards professional colleges increases, by social media marketing activities. As part of the research carried out as part of the master's thesis, a hypothesis was developed: "Colleges of professional education in Georgia are actively using social media." Accordingly, the research used a combined: both quantitative and qualitative research method, and we conducted semi-structured interviews with professional educational colleges operating in Georgia. Based on the conducted interviews, it was revealed that colleges actively use social networks, although most of them do not have a specific staff for this position. Research has revealed that social media plays a major role in promoting vocational colleges.

The thesis also presents the results of the survey of those who wish to study at the professional educational program, where the main emphases were highlighted, which is given in the form of an analysis. The majority of respondents name the social network as the main source of information about professional colleges.

The thesis also presents the current state of vocational education in Georgia, where it can be seen that in recent years, after the implementation of various reforms, the attitude towards vocational education is changing positively. Also here by are presented social media development trends and research findings that inform us about the ways institutions are using for awareness campaigns.

In this thesis, were used examples of Sweden, Germany, Japan and France to determine the reasons why students choose vocational education, the benefites that are provided by goverment in that field, and the priorities of professional education in developed countries.

In conclusion, there were presented several recommendations which may assist Georgian Education System in crisis management, further development of professional education, getting broad information and using practical approaches tested in another countries.

**Keyords:**

Professional colleges, social network, public attitude, international practice.