

ქართულ ბიზნეს სექტორში ვიზუალური კომუნიკაციის როლი
გენდერულ გაძლიერებასა და სტერეოტიპებთან ბრძოლაში

მარიამ ვარსიმაშვილი

ანა პეტრიაშვილი

ანი ქაჯაია

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

სამაგისტრო ნაშრომი

საზოგადოებასთან ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გიორგი მახარაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი 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“

მარიამ ვარსიმაშვილი

ანა პეტრიაშვილი

ანი ქაჯაია

2023 წელი.

აბსტრაქტი

გენდერული სტერეოტიპები ოდითგანვე სოციუმის თანმდევა. მიუხედავად დროთა განმავლობაში ცვალებადი ღირებულებებისა და დამოკიდებულებებისა ქალის სტერეოტიპული გამოსახულებები ვიზუალურ კომუნიკაციაში კვლავ აქტუალურ პრობლემად რჩება. მნიშვნელოვანია ბიზნეს სექტორებმა ხელი შეუწყოს გენდერულ თანასწორობას და ფემვერტის/გენდერული როლის პროგრესულ წარმოჩენას, რათა შემცირდეს გენდერული სტერეოტიპები. კვლევის მიზანს წარმოადგენს ქართული ბიზნეს სექტორისთვის რეკომენდაციების შემუშავება ვიზუალური გამოსახულებების კუთხით, რაც დაეხმარება ბიზნესებს, ხელი შეუწყონ გენდერული გაძლიერების პოპულარიზაციასა და სტერეოტიპებთან ბრძოლას. ამიტომ ნაშრომი განიხილავს ვიზუალური გამოსახულებების გავლენას ქალის ფსიქო-ემოციურ ჯანმრთელობაზე, ქალის გენდერულ სტერეოტიპულ როლებს, პროდუქტის დიზაინში გამოყენებულ გენდერულ ნიშნებს, სოციალური მედიის როლს/გავლენას და კულტურათმშორის ფაქტორებს, რომლებიც გავლენას ახდენენ გენდერული სტერეოტიპების გაძლიერებაზე. ნაშრომის სრულყოფისთვის დადგა შემოქმედებითი გუნდის წევრების გონებრივი მოდელების შეწავლის აუცილებლობა და გამოიკვეთა ფაქტორები, რომლებიც გავლენას ახდენს მათ სამუშაო პროცესზე. საქართველოში შემოქმედებითი გუნდის გონებრივი მოდელების შესწავლა სიახლეა. სიღრმისეული ინტერვიუს საშუალებით გამოიყო ძირითადი სტერეოტიპები და დადგინდა თუ როგორ არიან აღქმულნი ქალები ვიზუალურ გამოსახულებებში. კვლევის ფარგლებში შემუშავდა რეკომენდაციები ქართული ბიზნეს სექტორისთვის, რათა ხელი შეუწყონ გენდერულ გაძლიერებასა და სტერეოტიპებთან ბრძოლას.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ვიზუალური კომუნიკაცია, გენდერული სტერეოტიპი, გენდერული გაძლიერება, დეკუმანიზაცია, ქართული ბიზნეს სექტორი.

Abstract

Gender stereotypes have been part of society from the very start. Despite changing values and attitudes over time, stereotypical images of women in visual communication still remain an actual problem. It is important for business sectors to promote gender equality and progressive representation of women/gender roles in order to reduce gender stereotypes. The purpose of the research is to form recommendations for the Georgian business sector in terms of visual images, which will help businesses promote gender empowerment and combat stereotypes. Therefore, this paper examines the impact of visual images on women's psycho-emotional health, women's gender stereotypical roles, gender signs used in product design, the role/influence of social media, and cross-cultural factors that influence the empowerment of gender stereotypes. For completing the work, studying the mental models of the members of the creative team and identifying the factors that influence their work process turned out to be necessary. Studying creative team's mental models is a novelty in Georgia. Through in-depth interviews, main stereotypes were identified and also how women are perceived in visual images. As part of the research, recommendations were formulated for the Georgian business sector to promote gender empowerment and fight against stereotypes.

Keywords: Visual communication, gender stereotype, gender empowerment, dehumanization, Georgian business sector.

მადლობა

მადლობას ვუხდით ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის მოწვეულ პედაგოგსა და ჩვენი სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელს, გიორგი მახარაძეს ნაშრომის მომზადების პროცესში გაწეული დახმარებისთვის.

განსაკუთრებული მადლობა გვინდა, გადავუხადოთ ჩვენს კვლევაში მონაწილე თითოეულ რესპოდენტს ნაშრომის სრულყოფაში შეტანილი წვლილისთვის.