

ქართული სოციალური კამპანიების ტენდენციები და სპეციფიკა
და სოციალური ქსელების გავლენა მის ეფექტიანობაზე



თამუნა ზარანდია

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

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო ნატროშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2024

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

თამუნა ზარანდია

18.01.2024

მადლობა

კვლევაზე მუშაობის პროცესში გაწეული დახმარებისათვის მადლობას ვუხდით ჩემს სამეცნიერო ხელმძღვანელს, ნინო ნატროშვილს, რომლის რჩევები, მითითებები თუ რეკომენდაციები უმნიშვნელოვანესი იყო ნაშრომის შესრულების პროცესში.

ასევე, მინდა მადლობა გადავუხადო თითოეულ ადამიანს, რომელიც სხვადასხვა ფორმით ჩაერთო ჩემი ნაშრომის მომზადების პროცესში: ჩემს რესპონდენტებს, რომელთა გულწრფელი პასუხები დამეხმარა საკითხის უკეთ გაანალიზების პროცესში.

აბსტრაქტი

გასულ ათწლეულებში მსოფლიოს საზოგადოებებმა მრავალი ძირეული ცვლილება განიცადეს - იცვლებოდა პოლიტიკური თუ ეკონომიკური სურათი, სამართლებრივი ბაზები, მსოფლმხედველობა და დამოკიდებულებები. თანამედროვე საზოგადოება ჯერ კიდევ დგას მრავალი სოციალური პრობლემის წინაშე, იქნება ეს სტიგმები და სტერეოტიპები, უმცირესობათა უფლებები, ეკოლოგია თუ ა.შ. ამ პერიოდში კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი გახდა საზოგადოებასთან ისეთი სახის კომუნიკაცია, რომელიც გარკვეული ქცევების დადებითისკენ შეცვლას ისახავდა მიზნად.

წინამდებარე ნაშრომი სწორედ ამგვარი სოციალური კამპანიების გაანალიზების მცდელობაა. კვლევა ქართული და საერთაშორისო მაგალითების შესწავლით, ექსპერტებთან ჩატარებული ინტერვიუებითა და აუდიტორიის აზრის კვლევით ცდილობს, დაადგინოს, რა გამოწვევების წინაშე დგას ქართული ბაზარი, რამდენადაა იგი თანხვედრაში მსოფლიო ტენდენციებთან და როგორია სოციალური ქსელების გავლენა სოციალური კამპანიების ეფექტზე.

აღნიშნული მიზნების მისაღწევად, ნაშრომი მოიცავს შერეული ტიპის კვლევას - გამოყენებულია როგორც შემთხვევის ანალიზის, ასევე ინტერვიუებისა და ანკეტის მეშვეობით გამოკითხვის მეთოდი.

ნაშრომი შედგება შესავლისა და ოთხი ძირითადი თავისაგან, დასასრულს თან ერთვის გამოყენებული ლიტერატური ჩამონათვალი. პირველი თავი საკვლევი თემის ირგვლივ არსებული სამეცნიერო წყაროების ანალიზს შეეხება, რათა გამოიკვეთოს არსებული თერიული ჩარჩო და დამატებითი კვლევისათვის საინტერესო ასპექტები. შემდეგი თავებში განხილულია სოციალური კამპანიის ქართული და საერთაშორისო მაგალითები, გამოკითხვისა და ექსპერტული

ინტერვიუების შედეგად მიღებული მონაცემები. ნაშრომის ბოლოს მოცემულია დასკვნა და რეკომენდაციები

საკვანძო სიტყვები:

სოციალური კამპანია, სოციალური ქსელი, სტრატეგია, რისკი

Abstract

In the past decades, societies worldwide have undergone fundamental changes, including shifts in the political and economic landscape, legal foundations, outlook, and attitudes. Modern society continues to grapple with various social problems such as stigmas, stereotypes, minority rights, ecology, etc. During this period, the type of communication with society aimed at promoting positive behavioral changes has become even more crucial.

The present article is an attempt to analyze social campaigns. Through the examination of Georgian and international examples, conducting interviews with experts, and researching the audience's opinions, the research aims to identify the challenges facing the Georgian market, assess its alignment with global trends, and explore the influence of social networks on the effectiveness of social campaigns.

To achieve the stated goals, the paper employs a mixed research approach, utilizing both case analysis and survey methods, including interviews and questionnaires.

The work comprises an introduction and four main chapters, followed by a list of the literature used. The first chapter focuses on analyzing scientific sources related to the research topic to elucidate the existing theoretical framework and identify aspects for further investigation. Subsequent chapters delve into Georgian and international examples of social campaigns, presenting data gathered from surveys and expert interviews. The conclusion and recommendations are provided at the end of the paper.

Keywords:

Social Campaign, Social Network, Strategy