

ლიტერატურული პრემიების ონლაინ საკომუნიკაციო სტრატეგია
თანამედროვე პიარში ლიტერატურული პრემია „საბას“ მაგალითზე

ნინო ნოზაძე

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

პროგრამა - საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი - ნინო ნატროშვილი, დოქტორი

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.

ქინო ნოზაძე

თარიღი - 06.06.2024

აბსტრაქტი

სამაგისტრო ნაშრომი ასახავს ტექნოლოგიურ ეპოქაში სოციალური მედიის გავლენას საერთაშორისო ლიტერატურული დაჯილდოებების ონლაინ კომუნიკაციებზე, სტრატეგიებზე და განიხილავს ქართული ლიტერატურული პრემია „საბას“ ონლაინ საკომუნიკაციო სტრატეგიას. ნაშრომის მიზანია, გამოვარკვიოთ რა თავისებურებითა და სპეციფიკით ხასიათდება „საბას“ ციფრული საკომუნიკაციო არხებით გავრცელებული კონტენტი და აქტივობები, გამოვიკვლიოთ მომხმარებლის მოსაზრებები მათ შესახებ და მიღებული შედეგების საფუძველზე ჩამოვყალიბოთ რეკომენდაციები, რომლებიც პრემიას ონლაინ საკომუნიკაციო სტრატეგიის ეფექტიანობის გაზრდაში დაეხმარება.

ნაშრომისთვის საჭირო კვლევის მეთოდებად შეირჩა შერეული ტიპის, როგორც თვისებრივი (4 სიღრმისეული ინტერვიუ), ისე რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები (მომხმარებლის კითხვარის გამოყენებით). მის გარდა, მომზადდა სამაგიდე კვლევა და კონტენტ ანალიზიც. კერძოდ, გაანალიზდა ლიტერატურული პრემიების ონლაინკომუნიკაცია და მათი კონტენტი. ინტერვიუ ჩატარდა პრემია „საბას“ PR გუნდთან, სოციალური მედიის ექსპერტებსა და მწერლებთან. ვინაიდან, მთავარ საკვლევ საკითხს ონლაინ საკომუნიკაციო სტრატეგია წარმოადგენდა, მნიშვნელოვანი იყო სოციალური მედიის ექსპერტების მოსაზრებების განხილვაც. კვლევის პროცესში საინტერესო როლი შეასრულა მწერლების, როგორც ამ დარგში მოღვაწე ადამიანების შეხედულებებისა და საზოგადოების წარმომადგენლების აზრის შესწავლამ. ონლაინ გამოკითხვაში კი მონაწილეობა მიიღო 100-მარესპონდენტმა.

მაც შეეხება ნაშრომის შედეგებს, კვლევის შედეგებმა გამოკვეთა გამოწვევები, რომლებიც პრემია „საბას“ ონლაინ საკომუნიკაციო სტრატეგიაში არსებობს, კერძოდ, მისი დაბალი ცნობადობა, კონტენტის მახასიათებლები, შინაარსი და თანამედროვე ტენდენციებთან თავსებადობა, სოციალური მედია არხებისა და აპლიკაციების მრავალფეროვნებას და ტრენდების ინტეგრირებასთან, ასევე, ახალგაზრდა მომხმარებლების ინტერესების გათვალისწინებასთან დაკავშირებული პრობლემები.

ექსპერტებთან ჩატარებული ინტერვიუების შედეგად, გამოიკვეთა ის საყურადღებო რეკომენდაციები, რომლებიც ხელს შეუწყობს უკეთესი ონლაინ საკომუნიკაციო სტრატეგიის ჩამოყალიბებასა და განხორციელებას.

ქვემოთ მოცემული სიტყვები: ლიტერატურული პრემია, საერთაშორისო ლიტერატურული დაჯილდოება, კონტენტი, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ონლაინ საკომუნიკაციო სტრატეგია.

Abstract

The master's thesis reflects the influence of Social Media on international Literary Awards in a Technological age, with a specific focus on the Georgian Literary award, "Saba" and its online communication strategy. This research aims to identify the peculiar characteristics of saba's content. Research the opinions of the public and uncover its weaknesses to help premium formulate an effective strategy.

For my PR project both qualitative (In- depth interviews) and quantitative (questionnaire - internet poll) research methods were used. four respondents were selected for interviews: the PR team of „saba” social media experts and writers. The opinions of social media experts and writers were particularly important for the research topic. additionally, one hundred people participated in the survey.

As for the results of the work, the process of study revealed several key issues. particularly, Awareness of the premium is approximately 50%. The content of „saba” is perceived as monotonous and boring, with limited visual appeal and low engagement from the public. It is also seen as less educational. With infrequent posts, it posts several times per month on its page. Experts suggested that adding a third platform, like Tik-Tok, could positively impact the award's popularity. Based on their advice, Specific recommendations were provided to help create better content. The significance of these results highlights the trends in online communication strategies for literary awards in the Georgian market.

Keywords: Literary premium, international Literary Awards, content, communication strategy.