

"ტიკ ტოკის როლი ქართველი პოლიტიკოსების პიარ სტრატეგიებში"

თეონა ისაშვილი

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

შესაბამისად

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: პროფესორი თორნიკე გურული

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2025



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.“

თეონა ისაშვილი

17.12. 2025 წელი

აბსტრაქტი

წინამდებარე სამაგისტრო ნაშრომი იკვლევს სოციალური მედიის, კერძოდ TikTok-ის, როლსა და ეფექტიანობას თანამედროვე ქართველი პოლიტიკოსების პიარ სტრატეგიებში. ციფრული მედიის განვითარებამ მნიშვნელოვნად შეცვალა პოლიტიკური კომუნიკაციის ფორმები, რის შედეგადაც TikTok იქცა ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პლატფორმად პოლიტიკური თვითპრეზენტაციისა და აუდიტორიასთან ემოციური ურთიერთობის დამყარების პროცესში.

ნაშრომის მიზანია TikTok-ის, როგორც პოლიტიკური პიარის ინსტრუმენტის, გამოყენების თავისებურებების, აუდიტორიის აღქმისა და გავლენის შეფასება ქართულ პოლიტიკურ კონტექსტში. კვლევა აერთიანებს თეორიულ ანალიზს და ემპირიულ კვლევას. თეორიულ ნაწილში განხილულია პოლიტიკური იმიჯის კონცეფცია, სოციალური მედიის როლი პოლიტიკურ კომუნიკაციაში, TikTok-ის კომუნიკაციური სპეციფიკა და პერსონალური ბრენდინგის მნიშვნელობა. ასევე გაანალიზებულია TikTok-ის გამოყენების საერთაშორისო გამოცდილება.

ემპირიული კვლევა ეფუძნება რაოდენობრივ მეთოდს. კვლევის ფარგლებში შეფასდა TikTok-ზე პოლიტიკური კონტენტის მოხმარების სიხშირე, პოლიტიკოსების გამოჩენისადმი დამოკიდებულება, ნდობის დონე, ჩართულობის ფორმები და პლატფორმის აღქმული გავლენა პოლიტიკურ შეხედულებებზე. კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ მიუხედავად TikTok-ის მაღალი პოპულარობისა, პლატფორმის პოლიტიკური გავლენა უმეტესად ნეიტრალურად ან შეზღუდულად აღიქმება. ამასთანავე, TikTok-ი მნიშვნელოვან პოტენციალს ფლობს ახალგაზრდა აუდიტორიასთან კომუნიკაციისა და პერსონალური იმიჯის ფორმირების თვალსაზრისით.

ნაშრომში გაკეთებული დასკვნები და რეკომენდაციები ხაზს უსვამს TikTok-ის, როგორც დამხმარე კომუნიკაციური ინსტრუმენტის, მნიშვნელობას თანამედროვე ქართულ პოლიტიკურ პიარში და აჩვენებს სტრატეგიული დაგეგმვისა და ავთენტური კომუნიკაციის აუცილებლობას.

საკვანძო სიტყვები: TikTok, სოციალური მედია, პოლიტიკური პიარი, პოლიტიკური კომუნიკაცია, პერსონალური ბრენდინგი, საქართველო.

Abstract

This master's thesis examines the role and effectiveness of social media, particularly TikTok, in the public relations strategies of contemporary Georgian politicians. The development of digital media has significantly transformed the forms of political communication, resulting in TikTok becoming one of the key platforms for political self-presentation and for establishing emotional connections with audiences.

The aim of the thesis is to assess the specific features of TikTok's use as a political PR tool, audience perceptions, and its influence within the Georgian political context. The study combines theoretical analysis with empirical research. The theoretical section discusses the concept of political image, the role of social media in political communication, the communicative specifics of TikTok, and the importance of personal branding. In addition, international experiences of TikTok's political use are analyzed.

The empirical research is based on a quantitative method. The study evaluates the frequency of political content consumption on TikTok, attitudes toward politicians' presence on the platform, levels of trust, forms of audience engagement, and the perceived influence of TikTok on political views. The research findings indicate that despite TikTok's high popularity, its political influence is mostly perceived as neutral or limited. At the same time, TikTok demonstrates significant potential for communication with young audiences and for the formation of a politician's personal image.

The conclusions and recommendations presented in the thesis emphasize the importance of TikTok as a supportive communication tool in contemporary Georgian political PR and highlight the necessity of strategic planning and authentic communication.

Keywords: TikTok, social media, political PR, political communication, personal branding, Georgia.