

განათლების სკოლა საჯარო ჩართულობისთვის: მოკლე ციფრული
კონტენტის ეფექტიანობა უმაღლესი განათლების საკითხებზე
საზოგადოების ინფორმირებაში

მარიამ ბეჟიტაშვილი

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

განათლების ადმინისტრირება (უმაღლესი განათლება)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: სოფიო გორგოძე, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2026

განაცხადი

”როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებთ, 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.”

მარიამ ბეჟიტაშვილი

28.06.2026

აბსტრაქტი

წინამდებარე სამაგისტრო ნაშრომი ეხება ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის განათლების სკოლის საზოგადოებრივი ჩართულობისა და ინსტიტუციური იმიჯის კვლევას. კონკრეტულად კი კვლევის მიზანია, გამოავლინოს, რამდენად უწყობს ხელს სტრატეგიულად ადაპტირებული ციფრული კონტენტი უნივერსიტეტის „მესამე მისიის“ რეალიზებასა და რთული საგანმანათლებლო ნარატივების ფართო აუდიტორიამდე მიტანას. ნაშრომი ეფუძნება პრაქტიკის კვლევის მოდელს, რომელიც განხორციელდა 12 მაგისტრანტისა და 4 აკადემიური ხელმძღვანელის კოლაბორაციით. მეთოდოლოგია მოიცავდა ფოკუს-ჯგუფებს, სიღრმისეულ ინტერვიუებსა და SWOT ანალიზს, რომელთა საფუძველზეც გამოიკვეთა დისონანსი ინსტიტუციის ძლიერ შიდა ექსპერტულ პოტენციალსა და მის ფრაგმენტირებულ საჯარო აღქმას შორის. კვლევის ფარგლებში, ყველა მაგისტრანტის კოლაბორაციული ძალისხმევით შემუშავდა ერთიანი სტრატეგიული გეგმა, რომელიც მიზნად ისახავს უნივერსიტეტის „მესამე მისიის“ რეალიზებას საზოგადოებრივი კომუნიკაციის გაძლიერების გზით, ხოლო ჩემს ინდივიდუალურ ინტერვენციად განისაზღვრა აკადემიური ცოდნის ტრანსფორმაცია მოკლე ფორმატის ციფრულ მიკრო-კონტენტად. ეს მიდგომა ეფუძნება კოგნიტური დატვირთვისა და მულტიმედიაური დასწავლის თეორიებს. ნაშრომის ვალიდაციამ დაადასტურა, რომ სტრატეგიული კომუნიკაციის ციფრული ადაპტაცია არის აუცილებელი პირობა საზოგადოებაში ინფორმაციული ვაკუუმის შესავსებად და უნივერსიტეტის ავტორიტეტული როლის გასამყარებლად საჯარო დისკურსში. მიუხედავად იმისა, რომ კვლევის დროითი შეზღუდვების გამო ინტერვენციის სრული ციკლის პრაქტიკული დანერგვა და ეფექტიანობის გაზომვა ვერ მოხერხდა, ნაშრომი

გვთავაზობს მართვის მოდელს, რომელიც უზრუნველყოფს სტრატეგიის პილოტირებასა და მუდმივ კორექტირებას.

საკვანძო სიტყვები: უნივერსიტეტის მესამე მისია, პრაქტიკის კვლევა, ნარატივების ადაპტირება, კოგნიტური დატვირთვა, ორგანიზაციული იდენტობა და იმიჯი, მოკლე ციფრული კონტენტი, ინსტიტუციური კომუნიკაცია.

Abstract

This master's thesis examines public engagement and institutional image at the Ilia State University School of Education. Specifically, the research aims to determine the extent to which strategically adapted digital content facilitates the realization of the university's "third mission" and helps convey complex educational narratives to a broader audience. The study is based on a practice-based research model, conducted through the collaboration of 12 master's students and 4 academic supervisors. The methodology included focus groups, in-depth interviews, and a SWOT analysis, which revealed a dissonance between the institution's strong internal expert potential and its fragmented public perception.

Within the scope of the study, a unified strategic plan was developed through the collaborative efforts of all master's students, aimed at realizing the university's "third mission" by strengthening public communication. My individual intervention focused on transforming academic knowledge into short-form digital micro-content an approach grounded in Cognitive Load Theory and the Cognitive Theory of Multimedia Learning. Validation of the thesis confirms that the digital adaptation of strategic communication is a necessary condition for filling the informational vacuum in society and consolidating the university's authoritative role in public discourse. Although the time constraints of the research precluded the full-cycle implementation and impact measurement of the intervention, the thesis proposes a management model that ensures the piloting and continuous adjustment of the strategy.

Keywords: University's third mission, practice-based research, narrative adaptation, cognitive load, organizational identity and image, short-form digital content, institutional communication.