

PR ტექნოლოგიების გამოყენების თეორიული ასპექტები მუზეუმის
იმიჯის შესაქმნელად

მარიამ ჯაბიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის მეცნიერებათა და ხელოვნების ფაკულტეტზე
კულტურის მენეჯერის მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

სახელოვნებო თეორიის და პრაქტიკის კვლევები და კულტურის მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: იური მღებრიშვილი, დოქტორი, ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი, ხელოვნების სამეცნიერო-კვლევითი
ინსტიტუტი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2014

აბსტრაქტი

PR ტექნოლოგიების საშუალებით იმიჯის ჩამოყალიბების მეთოდის გამოყენება ჯერ კიდევ გასულ საუკუნეში დაიწყო. ამ პერიოდიდან იმიჯი მსოფლიოში შეფასდა, როგორც ორგანიზაციის არსებობისათვის აუცილებელი ელემენტი. შესაბამისად აქტიურად დაიწყო ამ სფეროს განვითარება. დღესდღეობით საზოგადოებაში გარკვეული იმიჯის ჩამოყალიბებისათვის მრავალი სახის PR ტექნოლოგია გამოიყენება. ჩემი კვლევის მიზანია თბილისის ეროვნულ მუზეუმში შემავალი შ.ამირანაშვილის სახელობის ხელოვნების მუზეუმის მაგალითზე განვიხილო სწორედ ეს PR ტექნოლოგიები, როგორც კულტურის სფეროში გამოყენებული საზოგადოების ინფორმირების წყარო.

მოსახლეობაში, როგორც მუზეუმის პოტენციურ მომხმარებელში და ასევე უშუალოდ მუზეუმში, ჩატარებული კვლევის შედეგად დავადგინე იმიჯის შემუშავებისა და PR ტექნოლოგიების გამოყენების რა მეთოდებს იყენებს მუზეუმი და არის თუ არა ეს მეთოდები ეფექტური.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა იმიჯისა და PR ტექნოლოგიების გამოყენების კუთხით მუზეუმის ფუნქციონირების პრობლემატიკური საკითხები. ამ პრობლემებზე დაყრდნობით კვლევაში მოცემულია მათი გადაჭრის რამდენიმე გზა და მუზეუმისათვის რეკომენდირებული სამომავლო სამოქმედო გეგმა.

ძირითადი საძიებო სიტყვები:

სამუზეუმო მენეჯმენტი, სამუზეუმო მარკეტინგი, მუზეუმის იმიჯი, PR ტექნოლოგიები.