

მიიღეთ ვიტამინები!
„ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობის“
თინეიჯერული იმპრინტი „ვიტამინის“ PR სტრატეგია

ნინო ნადიბაიძე
ნანა შატაკიშვილი
ნინო სამნიაშვილი
ანა ფიფია

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

პროგრამა: მედია, კომუნიკაცია და ჟურნალისტიკა:
პრაქტიკა, კვლევა, მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2016

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სადისერტაციო ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს 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.

ნინო ნადიბაიძე
ნანა შატაკიშვილი
ნინო სამნიაშვილი
ანა ფიფია

23.06.2016

აბსტრაქტი

სამაგისტრო ნაშრომი - „ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობის“ თინეიჯერული იმპრინტი „ვიტამინის“ PR სტრატეგიაა და ამავე იმპრინტის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიის სამთვიან გეგმას ასახავს. წინამდებარე ნაშრომის მიზანია, გამოვარკვიოთ, თუ როგორი ვითარებაა გამომცემლობებში საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიის მიმართულებით, ასევე რა ლიტერატურით ინტერესდებიან თინეიჯერები, რა პრობლემებს და სირთულეებს აწყდებიან სასურველი წიგნის მოძიების პროცესში და როგორ ვხედავთ ამ პრობლემების გადაჭრის გზებს.

ნაშრომისთვის საჭირო კვლევის მეთოდებად შეირჩა როგორც თვისებრივი (სიღრმისეული ინტერვიუ - ფოკუს ჯგუფები), ისე რაოდენობრივი მეთოდები (კითხვარი/ინტერნეტ გამოკითხვა). ნაშრომზე მუშაობისას ის ძირითადი პრობლემები და თემები გამოიკვეთა, რომლებიც გააჩნიათ გამომცემლობებს და თინეიჯერებს ინფორმირებულობის მხრივ. კონკრეტულად, „ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობის“ თინეიჯერული იმპრინტისთვის „ვიტამინი“ სპეციალური რეკომენდაციები შემუშავდა.

რაც შეეხება ნაშრომის სტრუქტურას, იგი შესავლის, ძირითადი ნაწილისა და რეკომენდაციებისაგან შედგება. შესავალი წარმოაჩენს თემის აქტუალობასა და მის მნიშვნელობას. ძირითადი ნაწილი ორ ქვეთავად იყოფა: პირველ თავში საუბარია საკითხის კვლევის მეთოდოლოგიაზე, მეორე თავი ნაშრომის შედეგების დროს ჩატარებული კვლევის შედეგების ანალიზს ეთმობა, ხოლო ნაშრომის დასასრულს ის რეკომენდაციებია თავმოყრილია, რომელიც მკვლევართა ჯგუფმა სპეციალურად „ვიტამინისთვის“ შეიმუშავა.

ძირითადი თემატური საძიებო სიტყვები: გამომცემლობა, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, სტრატეგია, წიგნი, ლიტერატურა, კამპანია, თინეიჯერები.

This master's thesis represents PR Strategy and 3 month long campaign for Sulakauri Publishing's new teen imprint "The Vitamin". This research is aimed to find out what the situation is in publishing sector, how do publishers plan public relations strategies. Our goal is to discover what kind of literature do teenagers love, what are the problems and difficulties to find the desired book and how we see the solutions to these problems.

For our PR project and the research were selected qualitative research methods (in-depth interviews - focus groups) and quantitative methods (questionnaire / internet poll). While working on the topic main problems and issues have been identified, that are lack of awareness of the publishers and some kind of miscommunications. We tried to develop special recommendations specifically for the new imprint of Sulakauri Publishing.

As for the structure of the work, it is an introduction, main text and recommendations. Introduction is about the relevance and importance of the topic. The main part is divided into two sub-sections: the first chapter deals with the methodology of the survey, the second sub-section of the main text is dedicated to the analysis of the composition of the survey results. At the end of the paper you can read recommendations of our group of researchers, made up exclusively for "The Vitamin".

Keywords: Publishing, Publi Relations, Strategy, book, Literature, compaign, teenagers