

ვებ 2.0 ტექნოლოგიების გამოყენება
კულტურის სფეროში საქართველოს მაგალითზე

ლიზიკო მეფარიშვილი

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

სახელოვნებო თეორიის და პრაქტიკის კვლევები
და კულტურის მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნატალია შელეგია, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2017

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სადისერტაციო 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.

ლიზიკო მეფარიშვილი

29.06.2017

აბსტრაქტი

ციფრული რევოლუციის შემდეგ, საზოგადოების ცხოვრების ყველა ასპექტი ტექნოლოგიებს დაუკავშირდა. აღნიშნული სფეროს სწრაფმა განვითარებამ, კულტურა, ისევე როგორც მედიცინა, ინჟინერია, ეკონომიკა, ასტრონომია, განათლება, ბიზნესი, არქიტექტურა ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა, და ამავე დროს, განსაკუთრებული შესაძლებლობები შესთავაზა.

21-ე საუკუნეში ვებ 2.0 ტექნოლოგიები კულტურის პოპულარიზაციის, კომუნიკაციის, ინფორმაციის მიღებისა და გავრცელების ეფექტური პლატფორმა გახდა. ვებ 2.0 ტექნოლოგიებმა გააიოლა, ეფექტური და მოქნილი გახადა კომუნიკაცია ამა თუ იმ კულტურის ორგანიზაციასა და მომხმარებელს შორის. რომ არა მსგავსი ტექნოლოგიები, ცხოვრების სწრაფი ტემპის პირობებში კულტურის სფერო ნაკლებად ხელშესახები გახდებოდა საზოგადოებისთვის.

ჩვენი კვლევის მიზანია, შევისწავლოთ ვებ 2.0 ტექნოლოგიების გამოყენება საქართველოში კულტურის ორგანიზაციების მაგალითზე (მუზეუმი, თეატრი, არქივი, ბიბლიოთეკა და სხვა); წარმოვადგინოთ ვებ 2.0 ტექნოლოგიების გამოყენების თანამედროვე მიდგომები და ტენდენციები, სპეციალისტთა აზრი აღნიშნული ტექნოლოგიების როლსა და ფუნქციონირებაზე.

კვლევის დროს შედგა ინტერვიუები საქართველოში არსებულ რამდენიმე კულტურის ორგანიზაციის პიარისა და მარკეტინგის წარმომადგენლებთან. ასევე, საზოგადოებაში ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა, რომელიც მიზნად ისახავდა მომხმარებლის აზრისა და მოთხოვნის შესწავლას. კვლევის დროს დადგინდა, რომ დღეს ვებ 2.0 ტექნოლოგიები საზოგადოებასთან კომუნიკაციის ყველაზე გავრცელებული და მოქნილი საშუალებაა. ხშირად სწორედ მსგავსი ტიპის კომუნიკაცია ახდენს მომხმარებელზე გავლენას. თუმცა ამა თუ იმ ბრენდის ეფექტური პოზიციონირებისთვის, აუცილებელია მსოფლიოში არსებული გამოცდილების შესწავლა და ქართულ რეალობაზე მორგება.

ვფიქრობთ, ნაშრომი საინტერესო და სასარგებლოა საქართველოში მომუშავე კულტურის სფეროს სპეციალისტთათვის და ზოგადად კულტურის სფეროთი დაინტერესებული ადამიანებისთვის.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ვებ 2.0 ტექნოლოგიები, კულტურის ორგანიზაცია, კულტურის სფერო, თანამედროვე ტექნოლოგიები, სოციალური ქსელები, Facebook, ახალი მედია.

Abstract

After the digital revolution, every aspect of life has become connected to technologies. The rapid development of this field has brought new challenges for medicine, engineering, economics, astronomy, education, business and the culture as well, and, at the same time, offered the special opportunities.

In 21st century, Web 2.0 technologies became an effective and flexible platform to communicate between cultural organizations and a consumer. If not similar technologies, in increasingly rapid pace of life, the culture would be less prominent for the public.

Our research aims to explore the use of web 2.0 technologies on the example of cultural organizations (museum, theater, archive, library and others) in Georgia; to present contemporary approaches and trends in web 2.0 technologies and the opinion of specialists about the role and functioning of Modern Media.

During the survey, interviews were held with the representatives of PR and marketing from several cultural organizations in Georgia. In society, we also held the quantitative studies aiming to understand customer's opinion and demand. The researches revealed that Web 2.0 technologies are the most common and flexible way to communicate with the public. However, it is necessary to study the world experiences and to adjust it in Georgian reality for effective communication.

We believe, that the thesis will be useful for people working or studying in the field of culture.

Key Words: Web 2.0; Social Media, Cultural Organizations, Modern Technologies, Facebook, Media.