

გავლენის მქონე პირები, მათი ცხოვრების სტილი სოციალურ მედიაში  
და გავლენა საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე

სესილი ფალავანდიშვილი

ნათია ორაგველიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო  
უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის საზოგადოებრივი ურთიერთობების  
მაგისტრის ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად*

საზოგადოებრივი ურთიერთობები  
კვლევის ხელმძღვანელი - ირინა ჭელიძე, ბაკალ

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტი

თბილისი 2019

## განაცხადი

”როგორც წარდგენილი სამაგისტრო 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.“

სესილი ფალავანდიშვილი

ნათია ორაგველიძე

21.06.2019

## აბსტრაქტი

კვლევის მთავარი თემა არის თუ როგორი გავლენის მქონე პირები არსებობენ სოციალურ მედიაში, ასევე ნაშრომის ფარგლებში ვიკვლიეთ როგორია მათი ცხოვრების სტილი ინსტაგრამ პლატფორმაში და რა ასპექტების გათვალისწინებით თანამშრომლობენ ინფლუენსერები ამა თუ იმ ბრენდებთან.

ნაშრომის მთავარი მიზანია გამოვკვეთოთ, თუ რა მანიპულაციებსა და ტექნიკებს მიმართავენ ინფლუენსერები, რომ მათ გვერდს ყავდეს ბევრი გამომწერი, ხალხი ენდობოდეს მათ გამოცდილებას და აღნიშნული ასპექტების დახმარებით ახდენდნენ საზოგადოების აზრისა და შეხედულებების ფორმირებას მათი რეკომენდაციების საფუძველზე.

თვისებრივი კვლევის საფუძველზე შევქმენით გზამკვლევი, რომელიც აღნიშნული სფეროს წარმომადგენლებს დაეხმარებათ, რომ საკუთარი ინსტაგრამ გვერდი სწორი დაგეგმარებისა და მათთვის რელევანტური კონტენტის მიხედვით მართონ.

ნაშრომში გამოყენებულია თვისებრივი კვლევის მეთოდი, კერძოდ სიღმისეული ინტერვიუ, რომლის ფარგლებშიც ჩავწერეთ ოთხი ინფლუენსერ რესპოდენტი. გავლენის მქონე პირები შევარჩიეთ ერთმანეთიგან გასხვავებული ინსტაგრამ კონტენტის, სფეროს, სტილის და გამომწერების რაოდენობების მიხედვით, ამ სტრატეგიით ჩვენ გამოვკვეთეთ, თუ რა საერთო და განმასხვავებელი ნიშნები ახასიათებთ მათ ინსტაგრამ გვერდებს.

ნაშრომის დასკვნით ნაწილში გაეცა პასუხი ჩვენ მიერ დადგენილ რამდენიმე კითხვას: რამდენად გათვინობიერებული აქვთ ქართველ გავლენის მქონე პირებს სოციალური ქსელის ძალა, იცავენ თუ არა იმ პიარ და მარკეტინგ მანიპულაციებს, რაც მათ იმიჯს სოციალური ქსელის პლატფორმაში უფრო გავლენიანსა და სასურველს გახდის, ასევე კვლევის ფარგლებში გავიგეთ, თუ რა ასპექტების გათვალისწინებით თანამშრომლობენ.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: გავლენის მქონე პირი, ინსტაგრამი, გამომწერი, ინფლუენსერ მარკეტინგი.

## Abstract

The work *Influencers lifestyle on Social Media and Their Power to Change Publics Opinion* is the first Georgian master thesis which created guide for beginner influencers. The master thesis highlights the influence of people in social media, also their lifestyles on Instagram platform and how they cooperate with the brands by considering the applications. The most important goal of the research is to analyze what manipulations and techniques are applied to the influencers that make them have such a big amount of followers who trust their experiences and assist them with formation of opinion on the basis of their recommendations. Relying on the qualitative research, guide was created which will help representatives of the above field to manage their own pages according to proper planning and relevant content. The work uses a qualitative research method, a deep interview with four Georgian influential respondents. The individuals were selected according to their Instagram content, the amount of followers, lifestyle and content. With this strategy research pointed out the similarities and differences between Instagram pages. In the final part of the research the questions asked at the beginning were answered, for example If the Georgian Instagram's influencers are aware of strategies and tactics that is going to help them get a biggest platform and make them more desirable, also work learned from the research that people with Georgian influencers are cooperating with certain brands.

Keywords: Influencer, Followers, Instagram, Influencer Marketing.