

ციფრული მედიის, როგორც საკომუნიკაციო საშუალების როლი კრიზისულ
ვითარებაში, საქართველოს სახელმწიფო უნივერსიტეტების მაგალითზე

ელენე ხარიტონაშვილი

მურთაზ თავალანძე

ლევან ბუხრაძე

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

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2020

განაცხადი

„ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი „ციფრული მედიის, როგორც საკომუნიკაციო საშუალების როლი კრიზისულ ვითარებაში, საქართველოს უნივერსიტეტების მაგალითზე“ წარმოადგენს ჩვენს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც არ არის ნაშრომში მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად“.

ელენე ხარიტონაშვილი

მურთაზ თაკალანძე

ლევან ბუხრაძე

02/07/2020

აბსტრაქტი

სოციალურ მედიას, როგორც საკომუნიკაციო ინსტრუმენტს ქართული უნივერსიტეტები აქტიურად იყენებენ სტუდენტების მოსაზიდად და შესანარჩუნებლად. ნაშრომში შესწავლილია ქართული უნივერსიტეტების ონლაინ საკომუნიკაციო სტრატეგიები პანდემიის კრიზის წინ და შემდგომ პერიოდში, ასევე უცხოური უნივერსიტეტების ციფრული საკომუნიკაციო სტრატეგიები და მათი შედარება.

ნაშრომის კვლევა მიზნად ისახავს საქართველოს სახელმწიფო უნივერსიტეტების სოციალურ მედიაში განთავსებული შინაარსის ანალიზს, რათა დადგინდეს, თუ რა სახის შინაარსი იწვევს მომხმარებლის მეტ ჩართულობას. კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, 4 თვის განმავლობაში 2020 წლის 15 თებერვლიდან 15 მაისამდე, ჩატარდა როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი კვლევა.

კვლევის ფარგლებში დადგინდა, რომ თითოეული უნივერსიტეტი სხვადასხვა ტიპის კონტენტზე ამახვილევს ყურადღებას. მაგალითად, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი გამოირჩევა ღონისძიებების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების ყველაზე მაღალი მაჩვენებლით - 50%. შინაარსის მიხედვით დიდი პოპულარობით ადამიანური ისტორიების ამბები სარგებლობს.

ჩვენ მიერ ჩატარებული ქართული უნივერსიტეტის საკომუნიკაციო სტრატეგიების კვლევასა და საუკეთესო უცხოური პრაქტიკების შეჯამების შედეგად შეგვიძლია გამოვყოთ რამდენიმე მიმართულება და მახასიათებელი, რომლებიც საჭიროა გამოიყენონ ქართულ ბაზარზე მომუშავე კომუნიკაციის სპეციალისტებმა სამიზნე აუდიტორიის ჩართულობის გასაზრდელად. მაგალითად, შექმნან ჰაშთაგ კამპანიები, გამართონ ონლაინ ვირტუალური შეხვედრები, შექმნან საინფორმაციო ჯგუფები Facebook-ში და მეტი აქცენტ გააკეთონ სტუდენტურ ცხოვრებაზე.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ციფრული მედია, უნივერსიტეტი, Facebook, კომუნიკაცია, კონტენტი, ონლაინ სწავლება, კრიზისული კომუნიკაცია.

Abstract

Nowadays, Georgian universities actively use social media to attract and communicate with students. The research explores the communication strategies of Georgian universities before and after the Covid-19 crisis. Moreover, it looks at the digital communication strategies of the international educational institutions and compares them to that of Georgian.

The research aims to analyze the material posted on social media by Georgian public universities in order to identify the type of content in which people are interested in.

Considering the aims of the paper, throughout the past four months, we used quantitative, as well as qualitative research methods. The finding of the research was that various universities focus on the different types of content. For example, Ilia State University has the highest percentage of posts about the events that are taking place in the university – 50%. Regarding the content, the most popular posts are the real-life stories.

Based on the research about the communication strategies of Georgian public universities and the best practices of the international educational institutions, we can single out several methods and characteristics which can be used by the communication specialists to improve people's involvement in their social media posts. For example, creating hashtags, hosting online meetings, managing informative Facebook groups, and putting more emphasis on their student body can be successful tools to improve their communication.

Key words: Digital media, University, Facebook, Communication, Content, Online learning, Crisis communication

მადლობა

მადლობას ვუხდით კვლევაში მონაწილე ყველა მხარეს, განსაკუთრებული მადლობა კვლევაში მონაწილე უნივერსიტეტების ადმინისტრაციის თანამშრომლებს და ასევე დიდი მადლობა რეკომენდაციებისა და გაწეული შრომისთვის თემის ხელმძღვანელს, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორს, თორნიკე გურულს.