

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო
უნივერსიტეტი ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახური



დამტკიცებულია აკადემიურ საბჭოზე
28.07. 2025, ოქმი N10

უნივერსიტეტის მესამე მისია:
საზოგადოებრივი სარგებლის შექმნის სტრატეგია, მიდგომები და საქმიანობის
შეფასების პრინციპები

I. ზოგადი დებულებები

1. დოკუმენტი განსაზღვრავს უნივერსიტეტის მესამე მისიის განხორციელების სტრატეგიას, ძირითადი მიდგომებს, მიზნებსა და ამოცანებს, საქმიანობის ფორმებს, განმახორციელებელ სტრუქტურებს, ორგანიზების პრინციპებსა და ღონისძიებების შეფასების წესს.
2. უნივერსიტეტის მესამე მისია გულისხმობს მის აქტიურ როლს საზოგადოებრივ, კულტურულ, საგანმანათლებლო და ეკონომიკურ განვითარებაში, მათ შორის ცოდნის გავრცელებას, შემოქმედებითი რესურსების ხელშეწყობას, ინოვაციური და კვლევითი პროექტების საზოგადოებაში ინტეგრაციას.

II. სტრატეგია

1. უნივერსიტეტის მესამე მისიის სტრატეგია ეფუძნება მისი ხელოვნების სფეროში სპეციალიზებულ პროფილს და მოიცავს ხელოვნების დარგების განვითარებას და პოპულარიზაციას, ხელოვნების კვლევების განვითარებას და საზოგადოებრივ ცხოვრებაში უნივერსიტეტის რესურსების აქტიურ ჩართვას.

- სტრატეგია მიზნად ისახავს უნივერსიტეტის, როგორც სახელოვნებო და ინტელექტუალური სივრცის პოზიციონირებას რეგიონალურ, ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე.

III. ძირითადი მიდგომები

- ინტეგრაცია სასწავლო, შემოქმედებით და კვლევით პროცესებს შორის.
- სტუდენტებისა და აკადემიური პერსონალის აქტიური ჩართულობა საზოგადოებრივ და კულტურულ პროცესებში.
- პარტნიორობის პრინციპი – თანამშრომლობა სახელმწიფო, არასამთავრობო და კერძო სექტორის წარმომადგენლებთან.
- ხელმისაწვდომობა – საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფისთვის საგანმანათლებლო და კულტურული აქტივობების ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა.
- მდგრადობა და ინკლუზიურობა.

IV. მიზნები და ამოცანები

მიზნები:

- უნივერსიტეტის ცოდნისა და შემოქმედებითი პოტენციალის გავრცელება ფართო საზოგადოებაში.
- სტუდენტებისა და კურსდამთავრებულების საზოგადოებრივ და პროფესიულ განვითარებაზე ზრუნვა.
- კულტურისა და ხელოვნების სფეროს პოპულარიზაცია საზოგადოებრივ სივრცეში.

ამოცანები:

- საზოგადოებრივი, საგანმანათლებლო და კულტურული პროექტების დაგეგმვა და განხორციელება.
- კვლევების პოპულარიზაცია და პრაქტიკაში გამოყენება.
- ინოვაციური პლატფორმებისა და მედიასაშუალებების (მაგ. უნივერსიტეტის ტელევიზია) გამოყენება მესამე მისიის მიზნებისთვის.

V. საქმიანობის სახეები

- შემოქმედებითი აქტივობები: სტუდენტური სპექტაკლები, კინოჩვენებები, ფესტივალები, კონცერტები, სხვა ვიზუალური პროექტები და გამოფენები.

2. საზოგადოებრივი ღონისძიებები: საჯარო ლექციები, დისკუსიები, კულტურული საღამოები, კონფერენციები.
3. კვლევისა და ცოდნის გავრცელება: სამეცნიერო კონფერენციები, პუბლიკაციები, ვორქშოფები, სემინარები.
4. მედიაპროდუქცია: უნივერსიტეტის ტელევიზიის ეთერში პროგრამებისა და პროექტების შექმნა და გავრცელება.
5. პარტნიორობა სკოლებთან, კულტურულ დაწესებულებებთან, მუნიციპალიტეტებთან.
6. რეგიონული და საერთაშორისო პროექტებში მონაწილეობა.
7. აკადემიური, სამეცნიერო პერსონალისა და სტუდენტების ინდივიდუალური აქტივობები, რომლებიც ხელს უწყობს საზოგადოების განვითარებას, უნივერსიტეტის რეპუტაციის ზრდას, უნივერსიტეტის და მისი საქმიანობის პოპულარიზაციას: მონაწილეობა მედია პროექტებში, ხვადასხვა მაუწყებლობათა და მედიაგამოცემებში (რადიო, ტელევიზია, პოდკასტები), კომენტარები და ინტერვიუები პროფესიულ სახელოვნებო თემებზე, მიღწევებზე, საუნივერსიტეტო საქმიანობაზე და ა.შ.

VI. განმახორციელებელი სტრუქტურები

1. მესამე მისიის საქმიანობებს კოორდინაციას უწევს უნივერსიტეტის ფაკულტეტები, დიმიტრი ჯანელიძის სახელობის სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტი და შესაბამისი სტრუქტურები. ინფორმაციას აგროვებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური.
2. პროცესში მონაწილეობენ:
 - ფაკულტეტები და ინსტიტუტი;
 - სასწავლო თეატრი, სასწავლო ტელევიზია, სასწავლო კინოსტუდია;
 - სასწავლო-სამეცნიერო არქივი;
 - სტუდენტური თვითმმართველობა და ორგანიზაციები;
 - უნივერსიტეტის მედია პლატფორმები;
 - სხვადასხვა პროექტების ჯგუფები.

VII. საქმიანობის ორგანიზება

1. მესამე მისიის აქტივობები იგეგმება უნივერსიტეტის საერთო სტრატეგიის და ფაკულტეტების, ინსტიტუტისა და შესაბამისი ერთეულების გეგმების ფარგლებში.
2. ყოველწლიურად განისაზღვრება პრიორიტეტული მიმართულებები და თემატური ფოკუსები.

3. აქტივობების დაგეგმვისას ჩართულია სტუდენტური სეგმენტი და დაინტერესებული პარტნიორები.
4. უზრუნველყოფილია რესურსების გონივრული გადანაწილება, მათ შორის ფინანსური და ტექნიკური მხარდაჭერა.

VIII. ღონისძიებების შეფასება

1. შეფასება ეფუძნება შემდეგ კრიტერიუმებს:
 - საზოგადოებრივი ზეგავლენა და აქტივობებში ჩართულობის ხარისხი;
 - შემოქმედებითი და კულტურული ღირებულება;
 - ხარისხი და პროფესიული სტანდარტების დაცვა;
 - პარტნიორული ურთიერთობების განვითარება;
 - მედია გაშუქება და რეპუტაციული ეფექტი.
2. შეფასება ხორციელდება როგორც რაოდენობრივი (დამსწრეთა რაოდენობა, აუდიტორიის მოცულობა, გამოხმაურებები), ისე თვისებრივი (შინაარსობრივი ანალიზი, უკუკავშირი) მეთოდებით.
3. შეფასების შედეგები გამოიყენება მომდევნო აქტივობების დაგეგმვისა და ხარისხის გაუმჯობესებისათვის.

ღონისძიების შეფასების ფორმა

I. ზოგადი ინფორმაცია

1. ღონისძიების სახელი:
(ჩაწერეთ ღონისძიების სრული სახელწოდება)
2. თარიღი:
(ღონისძიების გამართვის ზუსტი თარიღი)
3. განხორციელების ადგილი:
(მნიშვნელოვანი ადგილის მითითება)
4. პასუხისმგებელი პირი/სტრუქტურა:
(კოორდინატორი/დეპარტამენტი/ფაკულტეტი)
5. მთავარი მიზანი:
(ცოდნის გავრცელება, შემოქმედება, სოციალური პასუხისმგებლობა, საზოგადოების ჩართულობა და სხვა)

II. ღონისძიების აღწერა

1. განხორციელებული აქტივობები:
 - ჩამოაყალიბეთ ძირითადი აქტივობები, რომლებიც შესრულდა (მაგ. კონფერენცია, ვესტივალი, ექსპოზიცია, ლექცია, კინოჩვენება, შოუ)
 - მოკლედ აღწერეთ ღონისძიების შინაარსი, პროგრამა, აუდიტორია
2. სტუდენტების/თანამშრომლების ჩართულობა:
 - რა როლი ჰქონდათ სტუდენტებს და თანამშრომლებს (პროექტის შემუშავება, ორგანიზება, შესრულება, მედიაპროდუქტები და სხვ.)
3. მთავარი შედეგები და გავლენა:
 - როგორი იყო საზოგადოების რეაქცია/მონაწილეობის დონე
 - რა ტიპის გავლენა ჰქონდა ღონისძიებას საზოგადოებასა და სხვა დაინტერესებულ ჯგუფებზე

III. მიზნების შესრულება

1. დასახული მიზანი:
(კონკრეტული მიზანი, რომელიც იყო დასახული ამ ღონისძიებისათვის)
2. მიღწეული შედეგები:
 - როგორ შეასრულა ღონისძიებამ დასახული მიზანი?
 - იყო თუ არა ღონისძიება წარმატებული, რატომ?
 - რა ტიპის ზეგავლენა ჰქონდა?

3. ამოცანების შესრულება:

- რა ამოცანები იყო დაკისრებული (მაგ. საზოგადოების ჩართულობის გაზრდა, კულტურული აქტივობის პოპულარიზაცია, აკადემიური კავშირების გაძლიერება)
- როგორ შესრულდა თითოეული ამოცანა?

IV. ფინანსური და რესურსული აღწერა

1. ღონისძიების ბიუჯეტი:

- გამოყოფილი ფინანსური რესურსები (თუ არსებობს)
- ხარჯების კატეგორიზაცია (პროექტი, ლოჯისტიკა, მარკეტინგი, ტექნიკა და სხვა)

2. დაფინანსების წყაროები:

- თუ იყო დამატებითი დაფინანსება (გრანტები, სპონსორები, მხატვრული ხელშეწყობა)

V. შეფასება

1. კარგად განხორციელებული ასპექტები:

- რა მიდგომები და სტრატეგიები აღმოჩნდა ეფექტური?
- როგორ შეესაბამებოდა ღონისძიება უნივერსიტეტის სტრატეგიულ მიზნებს?

2. შესაძლო გაუმჯობესებები:

- რა პრობლემები წარმოიშვა ღონისძიების ორგანიზებისას?
- რა შეიძლება გაუმჯობესდეს მომდევნო წლებში?

3. სტუდენტებისა და თანამშრომლების უკუკავშირი:

- როგორ შეაფასეს მონაწილეებმა ღონისძიება (უკუკავშირი, გამოკითხვები, რჩევები)?

4. ასოცირებული მედიაწარმოებები:

- რა ტიპის მედიამ გააშუქა ღონისძიება (ტელევიზია, სოციალური მედია, პრესა)?

VI. საზოგადოების და პარტნიორების ჩართულობა

1. პარტნიორები/თანამშრომლობის ფორმები:

- ვინ იყვნენ ღონისძიების პარტნიორები (კულტურული ინსტიტუტები, კერძო სექტორი, სხვა უნივერსიტეტები, არასამთავრობო ორგანიზაციები)?
- როგორი იყო თანამშრომლობა?

2. მონაწილეთა მიმოხილვა:

- რამდენი ადამიანი იყო ჩართული (სტუდენტები, აკადემიური და ადმინისტრაციული პერსონალი, გარე აუდიტორია)?
- როგორ მოხვდა ღონისძიება ფართო საზოგადოებაში?

VII. გრძელვადიანი ეფექტი და მდგრადობა

1. გრძელვადიანი მიზნები და გავლენა:

- როგორ გააგრძელებს ეს ღონისძიება მომავალში გავლენას უნივერსიტეტის და საზოგადოების განვითარებაზე?

2. მომავალი აქტივობები:

- რა ღონისძიებები ან პროექტები შეიძლება იყოს დაკავშირებული ამ აქტივობას?

VIII. დასკვნა

1. შემდგომი რეკომენდაციები:

- რა ღონისძიებები უნდა განხორციელდეს მომავალი წლისთვის, რათა გაუმჯობესდეს ეს საქმიანობა?

2. ტენდენციები და გამოწვევები:

- რა იყო ძირითადი ტენდენციები, რომლებიც გავლენას ახდენს იმ სფეროზე, სადაც ეს ღონისძიება განხორციელდა?

IX. ხელმოწერა

პასუხისმგებელი პირი:

(სახელი, გვარი, თანამდებობა)

თარიღი:

(შეავსეთ თარიღი)