

საზოგადოებასთან ურთიერთობა ციფრულ ეპოქაში: ონლაინ  
პლატფორმების როლი PR კომუნიკაციაში საქართველოში

ანი ჩიქოვანი, მარიამ ხაზალაშვილი

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

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ირინე ჭელიძე, მონვეული ლექტორი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2024

## განაცხადი

”როგორც წარდგენილი სამაგისტრო 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.”

ანი ჩიქოვანი

მარიამ ხაზალაშვილი

24.06.2024

## აბსტრაქტი

ინტერნეტის სწრაფი განვითარება და სოციალური მედიის ფართო გამოყენება მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) სფეროზე. ეს კვლევა ფოკუსირებულია ონლაინ პლატფორმების როლზე PR კომუნიკაციაში საქართველოში, განსაკუთრებით 2019-2024 წლების პერიოდში. კვლევაში განიხილება, რომელი ციფრული პლატფორმებია ყველაზე ხშირად გამოყენებული PR სპეციალისტების მიერ საქართველოში, რა სტრატეგიები და ტექტიკები გამოიყენება ამ პლატფორმების გამოყენებისას და როგორია მათი გავლენა PR კომუნიკაციაზე.

ნაშრომში გამოყენებულია რაოდენობრივი კვლევის მეთოდოლოგია, რომელიც მოიცავს როგორც დახურულ, ასევე ღია კითხვებს მონაცემების შესაგროვებლად. კვლევის რესპოდენტები არიან PR სპეციალისტები, რომლებიც მუშაობენ საქართველოში. მონაცემთა შეგროვების მეთოდები მოიცავს ონლაინ გამოკითხვებს, ლიტერატურული წყაროების, სტატისტიკური მონაცემების და მსოფლიოში და საქართველოში ცნობილი PR კამპანიების ანალიზს.

შედეგები ადასტურებს, რომ სოციალური მედიის პლატფორმები, როგორცაა Facebook, Instagram და TikTok, ის ძირითადი ინსტრუმენტებია, რომლებსაც PR სპეციალისტები საქართველოში იყენებენ PR კომუნიკაციის მიზნების მისაღწევად. ციფრული პლატფორმები კრიტიკულად მნიშვნელოვანია თანამედროვე PR სტრატეგიებისთვის, რაც უზრუნველყოფს პირდაპირ და ეფექტურ კომუნიკაციას სამიზნე აუდიტორიასთან. ციფრული პლატფორმების ეფექტური გამოყენება მნიშვნელოვნად ზრდის ბრენდის ცნობადობასა და ლოიალობას, ასევე უზრუნველყოფს ძლიერ ინსტრუმენტებს კრიზისების მართვისთვის.

კვლევა ხაზს უსვამს ციფრული პლატფორმების მზარდ მნიშვნელობას PR სფეროში საქართველოში, რაც მნიშვნელოვან პერსპექტივებს იძლევა მათი სტრატეგიული გამოყენების და შესაძლო სარგებლის შესახებ PR პროფესიონალებისთვის.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები:** საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ციფრული ეპოქა, ონლაინ პლატფორმები, PR კომუნიკაცია, სოციალური მედია, Facebook, Instagram, TikTok, ციფრული სტრატეგიები, კრიზისების მართვა, ბრენდის ცნობადობა, მომხმარებლის ჩართულობა.

## Abstract

The rapid development of the internet and the widespread use of social media have significantly impacted the field of public relations (PR). This study focuses on the role of online platforms in PR communication in Georgia, particularly from 2019 to 2024. The research examines which digital platforms are most frequently used by PR specialists in Georgia, the strategies and tactics employed in using these platforms, and their impact on PR communication.

The study employs a quantitative research methodology, incorporating both closed and open-ended questions to collect data. The respondents are PR specialists working in Georgia. Data collection methods include online surveys, literary sources, statistical data, and analysis of notable PR campaigns worldwide and in Georgia.

The results confirm that social media platforms such as Facebook, Instagram, and TikTok are the primary tools used by PR specialists in Georgia to achieve PR communication goals. Digital platforms are critically important for modern PR strategies, providing direct and effective communication with target audiences. The effective use of digital platforms significantly enhances brand awareness and loyalty, as well as providing robust tools for crisis management. The research underscores the growing importance of digital platforms in the PR field in Georgia, offering valuable perspectives on their strategic use and potential benefits for PR professionals.

**Keywords:** Public relations, digital era, online platforms, PR communication, social media, Facebook, Instagram, TikTok, digital strategies, crisis management, brand awareness, audience engagement.