



ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტი

ხელოვნური ინტელექტის როლი საზოგადოებასთან ურთიერთობის
სტრატეგიების ფორმირებაში: პერსონალიზაციის, ავტომატიზაციისა და
აუდიტორიასთან ჩართულობის კვლევა.

ანა ბაბუციძე

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

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გოგა საათაშვილი

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 წესის შესაბამისად“.

ანა ბაბუციძე

19.06.2025 წელი

მადლობა

მადლობას ვუხდით კვლევაში მონაწილე თითოეულ ადამიანს ჩემი საკვალიფიკაციო ნაშრომის სრულყოფაში შეტანილი წვლილისთვის.

განსაკუთრებული მადლობა მინდა გადავუხადო ჩემი სამაგისტრო ნაშრომის სამეცნიერო ხელმძღვანელს, გოგა საათაშვილს მითითებებისთვის, გვერდში დგომისა და კვლევის განხორციელების პროცესში გაწეული დახმარებისთვის.

აბსტრაქტი

21-ე საუკუნე ტექნოლოგიური რევოლუციის ეპოქაა, რომელშიც მიმდინარეობს ტექნოლოგიების დახვეწა და განვითარება. თანამედროვე კომუნიკაციის სახეები უწყვეტი ტექნოლოგიური პროგრესის, განსაკუთრებით კი ხელოვნური ინტელექტის (AI), ინტეგრაციის ფონზე რადიკალურ ცვლილებებს განიცდის. ნაშრომის თემაა „ხელოვნური ინტელექტის როლი საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიების ფორმირებაში: პერსონალიზაციის, ავტომატიზაციისა და აუდიტორიასთან ჩართულობის კვლევა“. კვლევას განაპირობებს ის ფაქტი რომ ციფრული ტექნოლოგიები სწრაფად ვითარდება, Big Data-ს ხელმისაწვდომობა და მომხმარებლის ცვალებადი მოლოდინები მნიშვნელოვან გამოწვევებსა და შესაძლებლობებს ქმნის PR სფეროში, შესაბამისად AI სულ უფრო მეტად ხდება PR სტრატეგიების განუყოფელი ნაწილი, რაც ორგანიზაციებს საშუალებას აძლევს, არა მხოლოდ გააუმჯობესონ ეფექტურობა, არამედ მიაღწიონ კომუნიკაციის მაღალი დონის პერსონალიზაციას, გააკეთონ ამოცანების ავტომატიზაცია და გააძლიერონ აუდიტორიასთან ჩართულობა.

ნაშრომის მიზანია შეისწავლოს და გაანალიზოს ხელოვნური ინტელექტის როლი საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიების ფორმირებაში, კონკრეტულად კი პერსონალიზაციის, ავტომატიზაციისა და აუდიტორიასთან ჩართულობის მიმართულებით. ამ მიზნის მისაღწევად, კვლევა მოიცავს რამდენიმე ამოცანას: AI-ის თეორიული საფუძვლების განხილვას, AI-ის წარმატებული პრაქტიკული გამოყენების მაგალითების (ქეის-სტადებს) ანალიზს PR სტრატეგიებში, საზოგადოების (მომხმარებლების) დამოკიდებულებების, მოლოდინებისა და შეშფოთების გამოვლენას AI-ის გამოყენებასთან დაკავშირებით ბრენდებთან კომუნიკაციისას, იმის დადგენას, თუ რა გავლენას ახდენს AI-ით განპირობებული პერსონალიზაცია, ავტომატიზაცია და ჩართულობა მომხმარებელთა ნდობაზე, კმაყოფილებასა და ბრენდთან ურთიერთობის აღქმაზე.

ძირითადი დასკვნების მიხედვით, ხელოვნური ინტელექტის ინსტრუმენტები მნიშვნელოვნად აუმჯობესებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის ეფექტურობას, ზრდის აუდიტორიის ჩართულობასა და ოპტიმიზაციას. AI გვეხმარება ბრენდის იდენტობას მოვარგოთ შეტყობინებები, გავაკონტროლოთ აუდიტორიის ჩართულობა და პროცესების ოპტიმიზაცია.

რომ შევაჯამოთ, AI PR ინდუსტრიისთვის არ არის უბრალო ტრენდი, არამედ ტრანსფორმაციული ძალა. თუმცა, მისი წარმატებული ინტეგრაცია მოითხოვს არა მხოლოდ ტექნიკური შესაძლებლობების გააზრებას, არამედ ეთიკური გამოწვევებისა და, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია, საზოგადოების აღქმის სრულყოფილ გაგებას. მომხმარებლის ნდობა და კომუნიკაციის ავთენტურობა ისევ რჩება გადამწყვეტ ფაქტორებად. ნაშრომი შეავსებს არსებულ აკადემიურ ნაკლს საზოგადოებრივი აღქმის კუთხით (კვლევის შედეგად) და შექმნის ღირებულ ცოდნას, რაც დაეხმარება PR პროფესიონალებს მათ სტრატეგიებში AI-ის ეფექტურად და ეთიკურად ინტეგრაციაში, საზოგადოების მოლოდინების გათვალისწინებით.

Abstract

The 21st century is an era of technological revolution, in which technologies are being refined and developed. Modern forms of communication are undergoing radical changes due to continuous technological progress, particularly with the integration of artificial intelligence (AI). The topic of the paper is “The role of artificial intelligence in shaping public relations strategies: a study of personalization, automation, and audience engagement.” The research is driven by the fact that digital technologies are rapidly developing, and the availability of Big Data and changing user expectations create significant challenges and opportunities in the PR field. Therefore, AI is becoming an integral part of PR strategies, which allows organizations to improve efficiency and achieve a high level of personalization of communication, automate tasks, and enhance audience engagement.

The aim of the paper is to study and analyze the role of artificial intelligence in shaping public relations strategies, specifically in the direction of personalization, automation, and audience engagement. To achieve this goal, the study includes several tasks: discussing the theoretical foundations of AI, analyzing examples (case studies) of successful practical uses of AI in PR strategies, revealing public (consumer) attitudes, expectations, and concerns regarding the use of AI in communicating with brands, and determining the impact of personalization, automation, and engagement driven by AI on consumer trust, satisfaction, and perception of the relationship with the brand.

According to the main conclusions, artificial intelligence tools significantly improve the effectiveness of public relations, increase audience engagement, and optimization. AI helps us adapt messages to brand identity, control audience engagement, and optimize processes.

The paper concludes that AI is not just a trend for the PR industry but a transformative force. However, its successful integration requires an understanding of the technical capabilities and of the ethical challenges and, most importantly, a thorough understanding of public perception. User trust and authenticity of communication remain crucial factors. The paper will fill the existing academic gap in the field of public perception (as a result of research) and create valuable knowledge that will help PR professionals effectively and ethically integrate AI into their strategies, taking into account public expectations.