

პიარის ემოციური სტრატეგიები და მათი გავლენა საზოგადოების ფსიქოლოგიურ განწყობებზე

თიკა სიბოშვილი

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

პროგრამა : ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტი

საზოგადოებასთან ურთიერთობა

ხელმძღვანელი: პროფესორი - გოგა საათაშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2025

განაცხადი

„ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი „პიარის ემოციური სტრატეგიები და მათი გავლენა საზოგადოების ფსიქოლოგიურ განწყობებზე“ 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”.

თიკა სიბოშვილი

19/06/2025

აბსტრაქტი

მოცემული სამაგისტრო ნაშრომი ეძღვნება პიარის ემოციური სტრატეგიების შესწავლას და მათ გავლენას საზოგადოების ფსიქოლოგიურ განწყობებზე. 21-ე საუკუნის ციფრულ ეპოქაში, სადაც ინფორმაციის გავრცელება მყისიერია და აუდიტორიის ყურადღება შეზღუდული რესურსია, ემოციური სტრატეგიები იქცნენ პიარის მნიშვნელოვან ინსტრუმენტად. ემოციური კომუნიკაცია განსაკუთრებით აქტუალური გახდა კრიზისულ პირობებში (მაგ., COVID-19 პანდემია, ომი, სოციალურ-პოლიტიკური არასტაბილურობა), სადაც საზოგადოებას მეტი ემოციური მხარდაჭერა სჭირდება.

ნაშრომის მთავარი მიზანია ემოციური სტრატეგიების ტიპების იდენტიფიცირება, მათი პრაქტიკული გამოყენების შეფასება და ფსიქოლოგიური ეფექტების ანალიზი. ავტორი განიხილავს როგორც ვერბალურ, ისე ვიზუალურ და ნარატიულ გზავნილებს, რომლებიც მიმართულია თანაგრძნობის, შიშის, იმედის ან სოლიდარობის გამოწვევისკენ. კვლევაში განხილულია, როგორ მოქმედებს ემოციური კომუნიკაცია საზოგადოებრივ ქცევასა და აღქმაზე, რა როლს თამაშობს ემოციური პიარი პოლიტიკაში, მედიასა და კორპორატიულ კომუნიკაციაში და როგორია საზოგადოების ემოციური რეაქციები მსგავს გზავნილებზე.

ნაშრომი ემყარება მრავალმხრივ მეთოდოლოგიურ ჩარჩოს, რომელიც მოიცავს როგორც თეორიულ ლიტერატურის ანალიზს, ისე რაოდენობრივ კვლევას ონლაინ გამოკითხვის სახით. მიღებული მონაცემები ასახავს სოციალურ მედიაში ემოციური გზავნილებისადმი აუდიტორიის დამოკიდებულებას, მათ განცდებს და ქცევით რეაქციებს. კვლევის სიღრმისეული ანალიზი ცხადყოფს, რომ ემოციური სტრატეგიები არა მხოლოდ გავლენას ახდენს გადაწყვეტილებების მიღებაზე, არამედ შესაძლოა გამოიწვიოს ხანგრძლივი ფსიქოლოგიური ეფექტები, როგორც დადებითი, ისე ნეგატიური მიმართულებით.

ნაშრომში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ეთიკურ საკითხებს. განხილულია

მანიპულაციური კომუნიკაციის საფრთხეები, საზოგადოებრივი აზრის მიკერძოების რისკები და PR სპეციალისტების პროფესიული პასუხისმგებლობა. ავტორი ამყარებს პოზიციას, რომ ემოციური სტრატეგიების ეფექტიანი და ეთიკურად გამართული გამოყენება შესაძლებელია მხოლოდ მაღალი მედიაწიგნიერებისა და პროფესიული სტანდარტების დაცვით.

დასკვნის სახით, ნაშრომი გვთავაზობს რეკომენდაციებს პიარში ემოციური სტრატეგიების გამოყენების ეთიკური სტანდარტების განსაზღვრისა და საზოგადოების მედიაწიგნიერების ამაღლებისთვის. იგი ასახავს ემოციური პიარის ორეულ ბუნებას: ერთი მხრივ - როგორც ძლიერ ინსტრუმენტს სოციალური ცვლილებების მხარდასაჭერად, მეორე მხრივ - როგორც საფრთხეს საზოგადოებრივი მანიპულაციისთვის. ამდენად, ავტორი მოუწოდებს როგორც პროფესიონალებს, ისე მომხმარებლებს, იყვნენ კრიტიკულად და ეთიკურად პასუხისმგებლიანები ემოციური კომუნიკაციის გამოყენებასა და მიღებაში.

ეს ნაშრომი წარმოადგენს მნიშვნელოვან წვლილს ქართულ მეცნიერებაში, განსაკუთრებით მედიაკომუნიკაციის, სოციალური ფსიქოლოგიისა და ეთიკის გადაკვეთაზე, სადაც ემოციური პიარი უკვე წყვეტს არა მხოლოდ ქცევით ტენდენციებს, არამედ ზოგად საზოგადოებრივ განწყობებსა და დამოკიდებულებებს.

Abstract

This master's thesis explores the emotional strategies used in public relations (PR) and their influence on the psychological attitudes of society. In the 21st-century digital era, where the dissemination of information is instantaneous and audience attention is a limited resource, emotional strategies have become a key tool in PR communication. Emotional communication has gained particular relevance in times of crisis (e.g., the COVID-19 pandemic, war, socio-political instability), when societies are in greater need of emotional support. The main objective of this work is to identify types of emotional strategies, assess their practical applications, and analyze their psychological impact. The author examines verbal, visual, and narrative messages that aim to evoke empathy, fear, hope, or solidarity. The study analyzes how emotional communication affects public behavior and perception, the role emotional PR plays in politics, media, and corporate communication, and how audiences emotionally respond to such messages.

The research is based on a comprehensive methodological framework that includes both theoretical literature analysis and quantitative research through an online survey. The collected data reflect audience attitudes, feelings, and behavioral responses to emotional messaging on social media. In-depth analysis reveals that emotional strategies influence not only decision-making but may also have long-term psychological effects—both positive and negative.

Special attention is given to ethical issues. The thesis addresses the dangers of manipulative communication, the risks of biased public opinion, and the professional responsibilities of PR specialists. The author argues that the effective and ethically sound use of emotional strategies is only possible through high media literacy and adherence to professional standards.

In conclusion, the thesis provides recommendations for defining ethical standards in the use of emotional strategies in PR and for raising public media literacy. It reflects the dual nature of emotional PR—as a powerful tool for promoting social change on one hand, and as a potential threat for manipulating the public on the other. Therefore, the author calls on both professionals and consumers to be critically aware and ethically responsible when engaging in or receiving

emotional communication.

This work contributes meaningfully to Georgian scholarship, particularly at the intersection of media communication, social psychology, and ethics, where emotional PR is already shaping not only behavioral trends but also general public attitudes and beliefs.

მადლობა

მადლობას ვუხდით ჩემს სამეცნიერო ხელმძღვანელს, მეცნიერებათა დოქტორს, გოგა საათაშვილს, რომელმაც დიდი დახმარება გამიწია ნაშრომზე მუშაობის პროცესში.