

საზოგადოებასთან ურთიერთობების სფეროს ევოლუცია ხელოვნური
ინტელექტის პირობებში, გამოწვევები და შესაძლებლობები,
საქართველოს მაგალთზე.

ანდრო შედანია

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე*

მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თინათინ იმერლიშვილი,
მოწვეული ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2025

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან/და დასაცავად წარგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

ანდრო შედანია

თარიღი - 19/12/2025

სარჩევი

<i>აბსტრაქტი</i>	IV
Abstract.....	VII
<i>თავი I. შესავალი</i>	- 8 -
1.1 თემის მიზანი და აქტუალობა.....	- 8 -
1.2 საკვლევე კითხვები.....	- 9 -
1.3 ნაშრომის სტრუქტურა.....	- 10 -
<i>თავი II. ლიტერატურის მიმოხილვა</i>	- 11 -
2.1.1 საზოგადოებასთან ურთიერთობების კონცეფცია და ძირითადი დეფინიციები.....	- 11 -
2.1.2 კომუნიკაციის თეორიები და მათი მნიშვნელობა პიარის ფორმირებაში	- 13 -
2.1.3 საზოგადოებასთან ურთიერთობების ისტორიული განვითარება და ეტაპები	- 16 -
2.1.4 ტექნოლოგიური პროგრესის გავლენა პიარის ევოლუციაზე.....	- 20 -
2.2.1 ხელოვნური ინტელექტის ისტორიული განვითარება და ძირითადი ეტაპები.....	- 23 -
2.2.2 ხელოვნური ინტელექტის ძირითადი მიმართულებები და გამოყენების სფეროები ..	- 26 -
2.2.3 ხელოვნური ინტელექტის კვლევა და ინტეგრაცია ქართულ აკადემიურ სივრცეში....	- 29 -
2.2.4 ხელოვნური ინტელექტის მნიშვნელობა თანამედროვე კომუნიკაციისა და პიარის განვითარებაში.....	- 30 -
2.3.1 ხელოვნური ინტელექტის ინსტრუმენტების ინტეგრაცია პიარის პროცესებში: მედიის მონიტორინგი, კონტენტის გენერაცია, კრიზის მენეჯმენტი.....	- 32 -
2.3.2 საერთაშორისო და ქართული პრაქტიკის მაგალითები ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებაში.....	- 35 -
2.3.3 საზოგადოების ნდობა და ეჭვები ხელოვნური ინტელექტის მიმართ.....	- 36 -
2.4.1 გამჭვირვალობა და ნდობის საკითხები საზოგადოებასთან ურთიერთობებში.....	- 41 -

2.4.2 დასაქმების პროცესის ტრანსფორმაცია პიარ ინდუსტრიაში.....	- 42 -
2.4.3 ახალი შესაძლებლობები: ავტომატიზაცია, პერსონალიზაცია და მონაცემზე დაფუძნებული კომუნიკაცია.....	- 45 -
2.4.4 საქართველოს პრაქტიკა: ადგილობრივი პიარ სპეციალისტებისა და ავტორების აღქმა ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებაზე.....	- 48 -
2.5.1 არსებული მდგომარეობის ანალიზი გლობალურ და ქართულ კონტექსტში.....	- 51 -
2.5.2 ინოვაციური მიდგომები და ტექნოლოგიური სიახლეები პიარ პრაქტიკაში.....	- 53 -
2.5.3 პროფესიული სტანდარტების ცვლილება და ადაპტაციის საჭიროება.....	- 54 -
2.5.3 ძირითადი აღმოჩენები ლიტერატურის მიმოხილვიდან	- 56 -
2.6.1 კვლევის ჩარჩოს ფორმირება: როგორ ემსახურება ეს მიმოხილვა კვლევის მთავარ კითხვას	- 58 -
<i>თავი III. მეთოდოლოგია</i>	- 59 -
3.1 კვლევის მიზნები და ამოცანები	- 59 -
3.2 რაოდენობრივი კვლევა	- 61 -
3.3 თვისებრივი კვლევა	- 61 -
3.4 ანალიზის მეთოდები.....	- 62 -
3.5 შეზღუდვები	- 63 -
3.6 დასკვნა	- 63 -
<i>თავი IV . კვლევის შედეგები</i>	- 64 -
4.1 რაოდენობრივი კვლევის შედეგები	- 64 -
დიაგრამა 1. ასაკობრივი კატეგორია.....	- 65 -
დიაგრამა 2. გენდერი.....	- 65 -
დიაგრამა 3. მიმდინარე სტატუსი	- 66 -
დიაგრამა 4. AI-ს პრაქტიკაში გამოყენება	- 66 -
დიაგრამა 5. ყველაზე ხშირად გამოყენებული ხელოვნური ინტელექტის ხელსაწყოები.	- 67 -
დიაგრამა 7. სანდოობა ხელოვნური ინტელექტის ხელსაწყოების მიმართ.	- 68 -
დიაგრამა 9. ხელოვნური ინტელექტის მხრიდან მცდარი ინფორმაციის მოწოდება.....	- 69 -
დიაგრამა 10. ხელოვნური ინტელექტის გამჭვირვალედ გამოყენების შესახებ.	- 70 -
დიაგრამა 11. რესპოდენტთა აზრი ხელოვნური ინტელექტის ინსტრუმენტების უსაფრთხოდ გამოყენების შესახებ.	- 70 -
4.2 თვისებრივი კვლევის შედეგები	- 71 -
თემა 1. ხელოვნური ინტელექტი როგორც კომუნიკაციის ეფექტიანობის ზრდის ინსტრუმენტი (რესპოდენტები: საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტები).....	- 71 -
თემა 2. ადამიანური ფაქტორის შემცირების შიში.....	- 72 -
თემა 3. ბრენდისადმი დამოკიდებულება ხელოვნური ინტელექტის გამოყენების კონტექსტში.	- 73 -

თემა 4. ეთიკური და ნდობის საკითხები.....	- 73 -
თავი V. შედეგების ინტერპრეტაცია.....	- 73 -
თავი VI. დასკვნა და რეკომენდაციები	- 74 -
ბიბლიოგრაფია:	- 76 -
დანართები.....	- 81 -
დანართი N1: ძირითადი ინფორმაცია კვლევის შესახებ რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევისთვის.....	- 81 -
დანართი N2. კვლევაში მონაწილეობის თანხმობის ფორმა	- 82 -
დანართი N3. ძირითადი ინფორმაცია და კითხვარი რაოდენობრივი კვლევისთვის	- 84 -
დანართი 4. თვისებრივი კვლევა.....	- 87 -

აბსტრაქტი

ტექნოლოგიური ტრანსფორმაციის პირობებში საზოგადოებასთან ურთიერთობების დარგი დგას ფუნდამენტური ცვლილებების წინაშე, რაც მნიშვნელოვნად განპირობებულია ხელოვნური ინტელექტის სწრაფი განვითარებით.

აღნიშნული სამაგისტრო ნაშრომის მიზანია, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროს ევოლუციის ანალიზი ხელოვნური ინტელექტის პირობებში,საქართველოს

მაგალითზე. არსებული გამოწვევებისა და შესაძლებლობების იდენტიფიცირება, რომელებიც ყალიბდება ტექნოლოგიური განვითარების მაღალი ტემპის ფონზე.

კვლევა არის დაფუძნებული ინტერდისციპლინურ თეორიულ ჩარჩოზე და აერთიანებს: საზოგადოებასთან ურთიერთობის, კომუნიკაციის თეორიებისა და ხელოვნური ინტელექტის განვითარების ისტორიულ და კონცეპტუალურ ანალიზს. ნაშრომში განხილულია: საზოგადოებასთან ურთიერთობების ძირითადი დეფინიციები, დარგის ჩამოყალიბებისა და განვითარების ეტაპები, ასევე განხილულია ტექნოლოგიების განვითარების გავლენა საზოგადოებასთან კომუნიკაციის მოდელზე და პრაქტიკაზე. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ხელოვნური ინტელექტის ისეთ მიმართულებებს, როგორებიცაა: მანქანური სწავლება, ბუნებრივი ენის დამუშავება და კომპიუტერული ხედვა. ნაშრომში საუბარია მათ როლზე და გამოყენებაზე საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრაქტიკაში.

ნაშრომში წარმოდგენილი კვლევა მოიცავს რაოდენობრივ და თვისობრივ ანალიზს, რომელებიც ეფუძნება: აკადემიური ლიტერატურის მიმოხილვას, საერთაშორისო და ქართული პრაქტიკის მაგალითების შედარებასა და მეორადი კვლევების შედეგების ინტერპრეტაციას. ნაშრომში გაანალიზებულია, ხელოვნური ინტელექტის ინსტრუმენტების ინტეგრაცია პიარის ძირითად მიმართულებებში, მათ შორის მედიის მონიტორინგში, კონტენტის გენერაციასა და კრიზის მენეჯმენტში. ამასთანავე, განხილულია საზოგადოებრივი ნდობისა და უნდობლობის საკითხი ხელოვნური ინტელექტის მიმართ, რომელიც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მისი ეფექტური გამოყენების შესაძლებლობებზე.

კვლევის ანალიზით დადგინდა, რომ ხელოვნური ინტელექტი ზრდის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში ეფექტიანობას, მონაცემებზე დაფუძნებულ გადაწყვეტილებების მიღების სისწრაფეს და ხარისხს, მაგრამ არ შეუძლია სრულად ჩაანაცვლოს ადამიანის როლი, საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრაქტიკაში.

საქართველოში მისი გამოყენება კვლავ მინიმალურია, რაც ტექნოლოგიურ და განათლების სფეროში არსებულ ბარიერებთან არის დაკავშირებული.

კვლევა ასკვნის, რომ ხელოვნური ინტელექტის წარმატებული ინტეგრაცია, პიარის სფეროში, დამოკიდებულია პროფესიული კომპეტენციების განვითარებასა და საზოგადოების ნდობის გაძლიერებაზე.

საკვანძო სიტყვები: საზოგადოებასთან ურთიერთობა, PR, ხელოვნური ინტელექტი, ციფრული კომუნიკაცია, ევოლუცია, კომუნიკაციის ტექნოლოგიები, საზოგადოების ნდობა, ეთიკა.

Abstract

Today, public relations is going through major changes because technology is developing very fast, especially artificial intelligence.

The goal of this master's thesis is to study how the field of public relations is changing with the rise of artificial intelligence, using Georgia as an example. The research identifies the main challenges and opportunities that come with this fast technological progress.

The thesis uses an interdisciplinary approach and examines public relations, communication theories, and the history and development of artificial intelligence. It explains what public relations is, how the field formed and developed, and how new technologies have influenced communication models and practices. Special focus is given to machine learning, natural language processing, and computer vision, and how they are used in public relations.

The research includes both quantitative and qualitative analysis. It is based on academic literature, comparison of international and Georgian examples, and interpretation of existing studies. The thesis reviews how AI tools are used in key PR areas, such as media monitoring, content creation, and crisis management. It also discusses the issue of public

trust and distrust toward artificial intelligence, which affects how effectively it can be used.

The results show that artificial intelligence can make public relations work more efficient and support faster, data-based decision-making. However, it cannot completely replace human involvement. In Georgia, the use of AI is still limited because of technological and educational challenges.

The thesis concludes that successful use of artificial intelligence in PR depends on improving professional skills and strengthening public trust.

Keywords: Public Relations, PR, Artificial Intelligence, Digital Communication, Evolution, Communication Technologies, Public TrustEthics.