



**თანამედროვე
ტექნოლოგიებისა და
ხელოვნური ინტელექტის
როლი სტრატეგიული
კომუნიკაციების
წარმოების პროცესში**

თანამედროვე ტექნოლოგიებისა და ხელოვნური ინტელექტის როლი სტრატეგიული კომუნიკაციების წარმოების პროცესში

ავტორი: გიორგი მელივაძე

პუბლიკაცია მომზადდა, პროექტის - "სტრატეგიული კომუნიკაციები უკეთესი მომავლისთვის" ფარგლებში, რომელსაც საქართველოს სტრატეგიის და განვითარების ცენტრი (GCSD) აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის ფინანსური მხარდაჭერით ახორციელებს.

ნაშრომში გამოხატული მოსაზრებები ეკუთვნის ავტორს და შესაძლოა არ გამოხატავდეს აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის ან GCSD-ის პოზიციას

„თანამედროვე ტექნოლოგიის უპირატესობა არის მისი მორგება ყოველდღიურობასთან იმგვარად, რომ რეალურად ვერც კი შეამჩნიო მისი ზეგავლენა“ - ბილ გეითსი

შესავალი

დღევანდელ სამყაროში სტრატეგიული კომუნიკაციები უფრო მნიშვნელოვანი გახდა ვიდრე ოდესმე ყოფილა. თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოჩენამ და ხელოვნური ინტელექტის (AI) სწრაფმა განვითარებამ შეცვალა სტრატეგიული კომუნიკაციების ლანდშაფტი, შემოგვთავაზა ახალი ინსტრუმენტები, სტრატეგიები და მიზნობრივ აუდიტორიასთან ეფექტური კომუნიკაციის შესაძლებლობები.

ტრადიციული გაგებით, სტრატეგიული კომუნიკაციები ვიცით, როგორც სამიზნე აუდიტორიისადმი კონკრეტული მიზნის მისაღწევად მესიჯის გადაცემის ხელოვნება და მეცნიერება. ეს გაგება, ციფრულ ეპოქაში, მნიშვნელოვნად განვითარდა და დაიხვეწა. თანამედროვე ტექნოლოგიების გაჩენამ, განსაკუთრებით ინტერნეტიზაციის სწრაფმა ზრდამ და სოციალური მედიის გავრცელებამ შეცვალა მთავრობების, ორგანიზაციების და ინდივიდების კომუნიკაციის ფორმები. გაჩნდა ინოვაციური ინსტრუმენტები. გადაწყვეტილებების მიღება მეტად ეყრდნობა მონაცემთა ანალიზს, პროცესების ავტომატიზაციას, რაც სამიზნე აუდიტორიას მეტი ჩართულობისკენ უბიძგებს.

მე-20 საუკუნეში ციფრულმა რევოლუციამ და 21-ე-საუკუნეში ინტერნეტის გავრცელებამ, სტრატეგიულ კომუნიკაციებში გარდამტეხი როლი ითამაშა. ამ ცვლილებამ მოიტანა ახალი გამოწვევები და შესაძლებლობები. ინტერნეტმა ინდივიდებს და ორგანიზაციებს საშუალება მისცა მსოფლიო მასშტაბით იქონიონ კომუნიკაცია. ამ გლობალურმა წვდომამ, მეტად განახლებული და მიზანმიმართული კომუნიკაციის სტრატეგია მოითხოვა. ტრადიციული მედია საშუალებებისგან განსხვავებით, ინტერნეტმა ორმხრივი კომუნიკაციის საშუალება მოგვცა. ადამიანებისათვის შესაძლებელი გახდა ერთმანეთთან პირდაპირ კომუნიკაცია, პასუხის დაბრუნება, საკუთარი აზრის დაფიქსირება, რაც აუცილებელია კომუნიკაციის ლანდშაფტის მოსაწყობად.

ციფრულმა ეპოქამ უზარმაზარი მონაცემების მოცულობა წარმოქმნა, რომელიც მოიცავს მომხმარებლის მიერ დაგენერირებულ მონაცემებს, სოცოციალურ მედია პოსტებს, ვებ გვერდების ანალიტიკას და სხვა. აღნიშნული ინფორმაციის მართვა და შექმნა, სტრატეგიული კომუნიკაციების დაგეგმვასა და განხორციელებაში უმნიშვნელოვანეს კომპონენტს წარმოადგენს.

ნაშრომში, ჩვენ სტრატეგიულ კომუნიკაციებზე თანამედროვე ტექნოლოგიების და ხელოვნური ინტელექტის გავლენას ჩავუღრმავდებით.

განვიხილავთ მათ როლს, უპირატესობას, გამოწვევებს და ეთიკურ მოსაზრებებს. გამოვიკვლევთ, თუ რა გავლენა მოახდინა ტექნოლოგიურმა რევოლუციამ მონაცემთა ანალიზში, კრიზისების მენეჯმენტსა და აუდიტორიასთან შესაბამის ურთიერთობებში. შემთხვევის ანალიზში ვაჩვენებთ თუ როგორ გამოიყენება AI სხვადასხვა სექტორში, მათ შორის პოლიტიკაში, ბიზნესში, ჯანდაცვაში და სხვა კრიზისულ სიტუაციაში. ბოლოს მიმოვიხილავთ სამომავლო ტენდენციებს, შედეგებს და ეთიკურ მოსაზრებებს AI-ზე ორიენტირებულ სწრაფად განვითარებად სტრატეგიული კომუნიკაციების ლანდშაფტში.

ხელოვნური ინტელექტის უპირატესი როლი

სტრატეგიულ კომუნიკაციებში AI-ს ინტეგრაცია, ორგანიზაციებს საშუალებას აძლევს მიიღონ მეტი სარგებელი და უპირატესობა, რაც დადებითად მოქმედებს მათი საკომუნიკაციო არხების განვითარებაზე. ხელოვნური ინტელექტს შეუძლია ისეთი ზომის მონაცემების დამუშავება და ანალიზის შედგენა, რისი უნარიც ადამიანს არ შესწევს.¹ მონაცემების ზედმინჯვით დამუშავება ორგანიზაციებს ეხმარება მიიღონ მეტად ზუსტი გადაწყვეტილებები, გაზარდონ ტენდენციები და მოიპოვონ ინფორმაცია აუდიტორიის ქცევის და განწყობის შესახებ.

AI-ზე ორიენტირებული რეკომენდაციები და პერსონალიზაცია, აუდიტორიის ჩართულობის გაუმჯობესებას იწვევს. როდესაც აუდიტორია იღებს იმ კონტენტს, რომელიც შეესაბამება მათ ინტერესებსა და სენტიმენტებს, მეტია შანსი მათ საკუთარი თავი აღნიშნულ კამპანიას დაუკავშირონ და გააზიარონ ის.

ხელოვნური ინტელექტის ავტომატიზაცია ხელს უწყობს სტრატეგიული კომუნიკაციების ბიუჯეტის შემცირებას. მაგალითად, ხელოვნური ინტელექტის მიერ შემქნილ კონტენტს შეუძლია დაზოგოს დიდი დრო და რესურსი, ასევე „ჩებოტებს“ აქვთ საშუალება იტვირთონ ის ყოველდღიური რუტინა და რიგები, რაც მომსახურების სფეროში ადამიანს სჭირდება.

რეალურ დროში გადაწყვეტილების მიღება. ხელოვნური ინტელექტი რეალურ დროში გვანჯდის ინფორმაციას აუდიტორიის სენტიმენტების და შესაბამისი ტრენდის შესახებ. ეს მიდგომა ორგანიზაციებს საშუალებას აძლევს მყისიერად განახორციელონ სტრატეგიული კომუნიკაციები. სწრაფად ცვლად ინფორმაციულ სივრცეში, როგორცაა ახალი ამბები და კრიზისული სიტუაციები, AI ეხმარება ორგანიზაციებს იყვნენ მეტად ინფორმირებულები და მიიღონ გადაწყვეტილებები მყისიერად და არა რამდენიმე საათსა ან დღეში.

¹ Governing artificial intelligence in the media and communications sector - <https://policyreview.info/articles/governing-artificial-intelligence-media-and-communications-sector>

მასშტაბურობა. AI-ზე დაფუძნებული ინსტრუმენტები, მაღალი მასშტაბურობით გამოირჩევა. კომპანიას შეიძლება სურდეს პირადად ერთ სუბიექტთან ან მილიონობით აუდიტორიასთან ჰქონდეს კომუნიკაცია, ამის მიხედვით ხელოვნურ ინტელექტსაც შეუძლია მოერგოს შესაბამის მასშტაბს. მასშტაბურობა აუცილებელია ბიზნესისთვის, რომელიც განიცდის სწრაფ ზრდას ან კიდევ იყენებს ფართომასშტაბიან მარკეტინგულ კომუნიკაციებს.

თანამედროვე ტექნოლოგიების და სტრატეგიული კომუნიკაციების კონვერგენცია

თანამედროვე ტექნოლოგიების და სტრატეგიული კომუნიკაციების დაახლოებამ, ახალი, დინამიკური და სწრაფად განვითარებადი სფერო ჩამოაყალიბა. რამდენიმე ტექნოლოგიურმა ტენდენციამ, სრულიად შეცვალა სტრატეგიული კომუნიკაციების ლანდშაფტი. კერძოდ, ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო ტრანსფორმაცია სტრატეგიულ კომუნიკაციებში არის დიდი მოცულობის მონაცემების შეგროვების, მართვის და ანალიზის საშუალება. დიდი მოცულობის მონაცემების ანალიტიკური ინსტრუმენტები, ორგანიზაციებს საშუალებას აძლევს მოიპოვონ მნიშვნელოვანი ინფორმაცია სამიზნე ჯგუფის ქცევის, პრეფერენციებისა და განწყობების შესახებ. ხელოვნურ ინტელექტს (AI), ცენტრალური როლი უჭირავს ამ პროცესში. მისი საშუალებით ხდება მონაცემთა ანალიზის ავტომატიზაცია და სასურველი ინფორმაციის ამოღება მეტად კომპლექსური მონაცემთა ბაზებიდან.

აქვე უნდა ითქვას, რომ სტრატეგიული კომუნიკაციების პროცესში, სოციალური მედია პლატფორმები ერთ-ერთი მთავარი ინფორმაციის გადაცემის საშუალება გახდა. AI-ზე დაფუძნებულ ანალიტიკურ სოც. მედია ინსტრუმენტებს შეუძლია გაუწიოს მონიტორინგი, დააკვირდეს კონკრეტულ შემთხვევებს და მათი ჩართულობა რეალურ დროში გაზომოს. ეს მონაცემები ინფორმაციის მფლობელს საშუალებას აძლევს გაფილტროს მესიჯები, გამოავლინოს ტენდენციები და მიზნობრივ აუდიტორიას რაც შეიძლება მალე უპასუხოს.

ასევე მობილური ტექნოლოგიების, სმარტფონების მასობრივმა გამოყენებამ ინფორმაციის მიღების და გავრცელების ტრანსფორმაცია მოახდინა. მობილური აპლიკაციები და ვებ გვერდები კონტენტის მაქსიმალურ ხელმისაწვდომობას უზრუნველყოფენ. AI-ზე დაფუძნებული „ჩატბოტები“ და ვირტუალური ასისტენტები ფართოდ გამოიყენება სხვადასხვა მობილურ პლატფორმებზე, რათა მომხმარებლებთან მყისიერი უკუკავშირი მოხდეს.

ხელოვნური ინტელექტი სტატეგიულ კომუნიკაციებში

AI-ტექნოლოგიები შესაძლებლობების ფართო სპექტრს გვიხსნის. მათ შეუძლია პროცესების გამარტივება, აუდიტორის ჩართულობის და აფექტურობის ზრდა. მოდი განვიხილოთ AI-ს სხვადასხვა როლი სტრატეგიულ კომუნიკაციებში²:

მონაცემთა ანალიზი. AI-ზე დაფუძნებულ მონაცემთა ანალიზის ინსტრუმენტებს შეუძლია სხვადასხვა არხებიდან დიდი მოცულობის ინფორმაცია დაამუშაონ, მათ შორის მედია, ახალი ამბების ან მომხმარებელთა გამოხმაურებიდან. აღნიშნული ინსტრუმენტები ორგანიზაციებს ეხმარება გაანალიზონ აუდიტორიის განწყობები და მოსაზრებები რეალურ დროში. სენტიმენტების ანალიზის მეშვეობით, ორგანიზაციები აფასებენ აუდიტორიის ემოციურ რეაქციას კონკრეტულ თემაზე, რაც შემდგომში მათ შესაბამისი გზავნილების ფორმირებაში უწყობს ხელს.

პერსონალიზაცია.³ AI-ს ალგორითმს შეუძლია გაანალიზოს მომხმარებელთა ქცევა და არჩევანი. აღნიშნული ანალიზის საფუძველზე უფრო მარტივი ხდება პერსონალიზირებული გზავნილის შედგენა. ეს მიდგომა ზრდის ჩართულობას და შედეგის მიღწევის ალბათობას, იქნება ეს რაიმე ნივთის შესყიდვის წახალისება, გარკვეული საქმის მხარდაჭერა თუ პოლიტიკური მონაწილეობის გაძლიერება.

„ჩეთბოტები“ და ვირტუალური ასისტენტები. ხელოვნური ინტელექტის მიერ მხარდაჭერილი „ჩეთბოტები“ და ვირტუალური ასისტენტები სულ უფრო მეტად არიან წარმოდგენილი მომხმარებელთა სერვისში და საზოგადოებასთან ურთიერთობებში. ისინი უზრუნველყოფენ მყისიერ პასუხს, პრობლემების გადაჭრის საშუალებებს და ეხმარებიან ინფორმაციის სწრაფად გავრცელებაში. ჩეთბოტები ხელმისაწვდომია 24/7-ზე, რაც საშუალებას აძლევს ორგანიზაციებს გასცენ თანმიმდევრული და დროული პასუხი. ჩეთბოტებს მასიურად იყენებენ ონლაინ პროდუქტით და სერვისით მოვაჭრე კომპანიები, როგორცაა Amazon, Ebay, Walmart და ა.შ

კონტენტის შექმნა. ხელოვნურ ინტელექტს უკვე თავისუფლად შეუძლია კონტენტის გენერირება. რაც გულისხმობს ახალი ამბების, რეპორტების და სოციალური მედია პოსტების შექმნას. ავტომატიზებული კონტენტი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ისეთ ინდუსტრიებში, როგორცაა საინფორმაციო სააგენტოები და კონტენტ მარკეტინგის გუნდები. მიუხედავად იმისა, რომ ავტომატური კონტენტი შეიძლება იყოს ეფექტური ის ასევე კითხვას ბადებს მისი ავთენტურობის შესახებ.

² Ethical Considerations of Artificial Intelligence (AI) in Marketing Decision-Making, Chandrashekhar Mohadikar, May 15, 2023 - <https://www.linkedin.com/pulse/ethical-considerations-artificial-intelligence-ai-mohadikar/>

³ Governing artificial intelligence in the media and communications sector February 21, 2023 <https://policyreview.info/articles/governing-artificial-intelligence-media-and-communications-sector>

პროგნოზირებადი ანალიტიკა. AI-ზე დაფუძნებულ პროგნოზირებად ანალიტიკას შეუძლია იწინასწარმეტყველოს კომუნიკაციის პროცესში წარმოქმნილი პოტენციური კრიზისი და გამოწვევები. ასევე ხელოვნურ ინტელექტს ისტორიული მონაცემების ანალიზის საფუძველზე შეუძლია ორგანიზაციებს მოსალოდნელ საფრთხეებზე მიაწოდოს ინფორმაცია. კრიზისული მენეჯმენტის ეს პროაქტიული მიდგომა, ერთ-ერთი გადამწყვეტია ბრენდის და სახელის პოზიციონირებისათვის.

სოციალური მედია მონიტორინგი და ჩართულობა. ხელოვნური ინტელექტის მიერ დაპროგრამებული ავტომატიზაცია ორგანიზაციებს და სხვადასხვა უწყებებს ეხმარება აუდიტორიასთან იყვნენ ე.წ მუდმივ კომუნიკაციაში. AI-ზე დაფუძნებული სოც. მედია ინსტრუმენტები საშუალებას იძლევა დაიგეგმოს სხვადასხვა პოსტები, გაიზომოს ჩართულობა და მოხდეს კონტენტის სტრატეგიის ოპტიმიზაცია.

მეტყველების და ენის დამუშავების პროცესი. ხელოვნური ინტელექტის საფუძველზე შესაძლებელია სხვადასხვა მეტყველების და ენის დამუშავება. რაც საშუალებას გვაძლევს გავაანალიზოთ, ვთარგმნოთ და გადავწეროთ შესაბამისი შინაარსის ინფორმაცია. ისინი ასევე საშუალებას აძლევს ორგანიზაციებს შექმნან უნარშეზღუდულ ადამიანებზე მორგებული მომსახურება.

ვიზუალური კონტენტის ანალიზი. AI-ტექნოლოგიებს შეუძლია გაანალიზოს ბრენდის (სიტუაციის) მონიშვნის მომენტი, სურათები, ვიდეოები და გამოიკვლიოს შესაბამისი ტრენდი. ვიზუალური კონტენტი წარმოადგენს მძლავრ ინსტრუმენტს სხვადასხვა დონის კომუნიკაციებში. მაგალითად, გამოსახულების ამოცნობის ალგორითმებს შეუძლია ბრენდის ლოგოების იდენტიფიცირება ან მომხმარებლის მიერ დათვალიერებულ ვიდეოებში და სურათებში შეუსაბამო კონტენტის აღმოჩენა.

კრიზისის მართვა. AI-არის ერთ-ერთი ყველაზე ღირებული აქტივი კრიზისის მენეჯმენტში. მას შეუძლია აღმოაჩინოს პოტენციური რისკები, თვალყური ადევნოს მათ განვითარებას და შემოგვთავაზოს შესაბამისი გადაჭრის გზები. კრიზისის დროს, AI-ს მიერ გენერირებულ „ჩეთბოტებს“ და ვირტუალურ ასისტენტებს შეუძლიათ გაუმკლავდნენ სხვადასხვა მოთხოვნებს და ზუსტად გასცენ მოთხოვნილი ინფორმაცია, რაც ხელს უწყობს კრიზისის კონტროლს და მაშასადამე იცავს კომპანიის იმიჯს.

აუდიტორიის სეგმენტაცია და მიზნების დასახვა. AI-ზე დაფუძნებულ აუდიტორიის სეგმენტაცია საშუალებას აძლევს სხვადასხვა ორგანიზაციებს მოახდინონ აუდიტორიის სეგმენტაცია მათი ქცევის და არჩევანის მიხედვით. აღნიშნული მიდგომა აწესრიგებს შესაბამისი მესიჯების რელევანტურობას კონკრეტულ სამიზნე ჯგუფებთან. აუდიტორიის პრეფერენციების განვითარებასთან ერთად AI-საც მუდმივად შეუძლია აღნიშნული მიდგომები დახვეწოს.

გამონვევები

მიუხედავად იმისა, რომ ხელოვნური ინტელექტი სტრატეგიულ კომუნიკაციებში გამოირჩევა ძალიან ბევრი უპირატესობით, მან ასევე შეიძლება სხვადასხვა გამონვევების წინაშეც დაგვაცენოს. ერთ-ერთ მთავარ გამონვევას წარმოადგენს კონფიდენციალურობა. მომხმარებელთა შესახებ ინფორმაციის შეგროვება და ანალიზი იწვევს პერსონალიზაციის შესახებ სხვადასხვა ტიპის მოსაზრებებს. ორგანიზაციებს უწევთ გაატარონ პერსონალურ მონაცემთა დაცვის სხვადასხვა ტიპის რეგულაციები. ევროპის მასშტაბით ესაა (GDPR) მონაცემთა დაცვის ზოგადი რეგულაცია და აშშ-ში კალიფორნიის მომხმარებელთა კონფიდენციალურობის აქტი (CCPA). აღნიშნულ რეგულაციებთან შესაბამისობა აუცილებელია აუდიტორიის სანდოობის მოსაპოვებლად. ასევე არ უნდა გამოგვრჩეს ეთიკური დილემა. AI-ს გამოყენება სხვადასხვა ტიპის კონტენტის გენერაციისათვის და ზემოქმედების მოსახდენად იწვევს ეთიკურ დილემას. ხელოვნური ინტელექტის მიერ შექმნილ კონტენტს შეუძლია ბუნდოვანი გახადოს ადამიანის მიერ გენერირებული და AI-ს მიერ გენერირებულ კონტენტს შორის განსხვავებები, რამაც დეზინფორმაციამდე და მიკერძოებული ინფორმაციის გავრცელებამდე შეიძლება მიგვიყვანოს. ამიტომ ორგანიზაციებმა კომუნიკაციის პროცესში AI-ს გამოყენებისას უნდა დაიცვან ეთიკური წესები.

ხელოვნური ინტელექტის ჩართულობა სტრატეგიულ კომუნიკაციებში ჯერ კიდევ განვითარებადი და განგრძობადი პროცესია. მისი გამოყენების პროცესში იკვეთება სხვადასხვა ტიპის ტენდენციები. მაგალითად Deepfake ტექნოლოგია.⁴ აღნიშნული ტექნოლოგია იყენებს AI ტექნოლოგიას ყალბი ვიდეოების, გამოსახულებების და ხმოვანი ჩანაწერების შესაქმნელად. ის კარგად გამოიყენება სხვადასხვა ინფორმაციის სასიამოვნოდ გადმოსაცემად მაგრამ, დეზინფორმაციის საკმაოდ სერიოზულ წყაროდაც შეიძლება მოგვევლინოს⁵.

საიმედოობა და მიკერძოება.⁶ AI-ს ალგორითმები არიან საიმედო მხოლოდ იმ მონაცემებზე დაყრდნობით, რომლის მიხედვითაც არიან ისინი შექმნილი. შესაბამისად, მოცემული რეკომენდაციები და მითითებები შეიძლება აღმოჩნდეს მიკერძოებული. კომპანიები ვინც იყენებს ხელოვნურ ინტელექტს, უნდა გააკონტროლონ მთლიანი საკომუნიკაციო სისტემა რათა პროცესი იყოს საიმედო.

Human-AI თანამშრომლობა. კომუნიკაციის პროცესში ხელოვნური ინტელექტის ინტეგრაცია არ მოიაზრებს ადამიანის ჩართულობის შემცირებას. ადამიანის კრეატიულობა და კრიტიკული განსჯის უნარი

⁴ Data Privacy and AI Governance: Challenges and Solutions - <https://www.cookie-law-info.com/data-privacy-and-ai-governance/>

⁵ Governing artificial intelligence in the media and communications sector February 21, 2023 - <https://policyreview.info/articles/governing-artificial-intelligence-media-and-communications-sector>

⁶ Ethical Considerations of Artificial Intelligence (AI) in Marketing Decision-Making, Chandrashekhkar Mohadikar, May 15, 2023- <https://www.linkedin.com/pulse/ethical-considerations-artificial-intelligence-ai-mohadikar/>

აუცილებელია ნიუანსების და პრობლემების მოსაგვარებლად. ორგანიზაციებმა აუცილებლად უნდა დაამყარონ ბალანსი ადამიანური კაპიტალის და ხელოვნური ინტელექტის გამოყენების პროცესში, რათა მაქსიმალური სარგებელი მივიღოთ ორივეს გამოყენებისას.

შემთხვევების ანალიზი

ბოლო პერიოდში სულ უფრო მეტი გვესმის პოლიტიკური კამპანიების და შესაბამისად ამომრჩევლების მხრიდან AI-ს მეშვეობით მეტად ჩართულობა და უკუკავშირი. პოლიტიკური პარტიები AI- ანალიტიკას იყენებენ, რათა გამოიკვლიონ აუდიტორია და მიაწოდონ მიზნობრივი გზავნილები. ხელოვნური ინტელექტის მიერ გენერირებული ჩეტბოტები და ვირტუალური ასისტენტები აგენერირებენ პოლიტიკური კანდიდატის შესახებ ინფორმაციას და აწვდიან შესაბამის ადრესატს. AI-ს ასევე შეუძლია შესაბამისი მედია და სოციალური მედია საშუალებებიდან წამოღებული მონაცემების საფუძველზე, ამომრჩეველთა ქცევის და განწყობების გენერირება, რაც თავის მხრივ კამპანიის გამტარებლებს ეხმარება სასურველი და მიზნობრივი მესიჯების გავრცელებაში.

გარდა პოლიტიკისა, ხელოვნური ინტელექტი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს კორპორაციულ კომუნიკაციებში. ის ძალიან კარგად აკონტროლებს საზოგადოების სენტიმენტებს და ე.წ „ბრენდის დარაჯი“-ს როლს თამაშობს. სხვადასხვა ტიპის კამპანიას შეუძლია მყისიერად აღმოაჩინოს და გადაჭრას კრიზისული მომენტები. ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული ხელსაწყოები კომპანიებს ეხმარება მყისიერ გადაწყვეტილებებში და მომხმარებელთან მაქსიმალური სანდოობის მოპოვებაში.

კრიზისის დროს, იქნება ეს სტიქიური უბედურება თუ უბრალოდ პროდუქტის გამოცხება, კომუნიკაციების პროცესში AI თამაშობს გადამწყვეტ როლს. ორგანიზაციები ხელოვნურ ინტელექტს იყენებენ, რათა სოციალურ მედიაში კრიზისთან დაკავშირებული კომუნიკაციების საფუძველზე, გაკეთდეს შესაბამისი ანალიტიკა და კრიზისის დასაძლევად შემდეგი ნაბიჯები დაიგეგმოს. ხელოვნურ ინტელექტს შეუძლია სპეციალური ალგორითმის მიერ შექმნილი გამაფრთხილებელი ნიშნების საფუძველზე, წინასწარ განსაზღვროს კრიზისის პოტენციური გავლენა.

სამედიცინო სექტორში, AI ასრულებს ინფორმაციის მიწოდების ერთ-ერთ ყველაზე გამარტივებულ როლს. ჯანდაცვის ვებ გვერდები და აპლიკაციები მომხმარებლებს „ჩეტბოტების“ საშუალებით აწვდიან ღირებულ ინფორმაციას მათთვის სასურველ მომსახურების თუ პროდუქტის შესახებ. ხელოვნური ინტელექტი მაქსიმალურად უწყობს ადამიანებს ხელს, რომ მათთვის რთულად აღსაქმელი სამედიცინო დოკუმენტაცია და კვლევები მეტად ხელმისაწვდომი და გასაგები გახადოს.

2014-2015 წლებიდან „სტრატეგიული კომუნიკაციების“ შესახებ კიდევ უფრო მეტი გავიგეთ. რუსეთ-უკრაინის ომის შემდეგ ჩრდილო-ატლანტიკურმა ალიანსმა „სტრატეგიული კომუნიკაციები“ რუსეთის ჰიბრიდული საფრთხეების წინააღმდეგ ბრძოლის ერთ-ერთ ეფექტიან ინსტრუმენტად დაასახელა. აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში, უკრაინასა და საქართველოში აქტიურად დაიწყო სტრატეგიული კომუნიკაციების სტრუქტურული ერთეულების განვითარება, სახელმწიფო უწყებებში. ნატოს წევრი და პარტნიორი სახელმწიფოები, როგორც ადამიანური ისე ფინანსური რესურსის ინვესტირებას ახორციელებდნენ ამ მიმართულებით.

მომავლის ტენდენციები და შედეგები

იმის გამო, რომ ხელოვნური ინტელექტი სულ უფრო მეტად ინტეგრირდება სტრატეგიულ კომუნიკაციებში, დიდია ვარაუდი სახელმწიფოებმა შემოიღონ შესაბამისი რეგულაციები. აღნიშნული რეგულაციები შეიძლება დაფუძნებული იყოს კომუნიკაციებში ინფორმაციის უსაფრთხოებაზე, კონტენტის ავთენტურობაზე და AI-ს უსაფრთხო გამოყენებაზე. ორგანიზაციები უნდა ეცადონ იმოქმედონ კანონის შესაბამისობაში და ინფორმირებული იყვნენ შესაბამისი სიახლეების შესახებ.

AI-ს ანალიზზე დაფუძნებული კონტენტი სულ უფრო მეტად გვევლინება (AR) Augmented Reality და (VR) Virtual Reality-ს გამოცდილების მხარდასაჭერად. აღნიშნული ტექნოლოგია საშუალებას გვაძლევს შევქმნათ იმერსიული და ინტერაქტიული საკომუნიკაციო საშუალებები. ამის ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითია Metaverse-ს განვითარება და დანერგვა. ასევე მნიშვნელოვანია მოწყობილობები, რომლიდანაც ხდება სხვადასხვა ნივთების შექმნა (Internet of Things) და ის მოწყობილობები, რომლებსაც სატარებლად მოვიხმართ. AI-ს შეუძლია IoT-ს და Wearable-ს ანალიზი და მომხმარებლის მიზნობრივი ჩართულობის შეფასება.

ეთიკური მოსაზრებები ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებულ სტრატეგიულ კომუნიკაციებში

ვინაიდან სხვადასხვა სტრუქტურები და ორგანიზაციები სულ უფრო მეტად იყენებენ AI-ხელსაწყოებს, მნიშვნელოვანი გახდა ეთიკის დაცვა და შესაბამისი მოსაზრებების გათავისება. უპირველესი არის გამჭვირვალობა. კომპანიების სტრატეგია ხელოვნური ინტელექტის გამოყენების პროცესში უნდა იყოს მაქსიმალურად გამჭვირვალე. AI-ს გამოყენების პროცესი, კონტენტის გენერაცია და რეკომენდაციები ყველა მომხმარებლისათვის

⁷ Data Privacy and AI Governance: Challenges and Solutions - <https://www.cookie-law-info.com/data-privacy-and-ai-governance/>

უნდა იყოს გასაგები და ხელმისაწვდომი. გარდა ამისა, კომპანიები უნდა ფლობდნენ შესაბამისი ანგარიშგების მექანიზმებს მიკერძოების და შეცდომების აღმოსაფხვრელად. ასევე მომხმარებელთა მონაცემების დაცვა და მათი უსაფრთხოების უზრუნველყოფა არის ძალზედ მნიშვნელოვანი. სენსიტიური ინფორმაციის დასაცავად, კომპანიებმა უნდა უზრუნველყონ მაქსიმალური კონფიდენციალურობა და კიბერუსაფრთხოების ნორმების დაცვა.

აქვე უნდა ითქვას, რომ თუ შესაბამისი პასუხისმგებლობის საკითხი არ დგას, AI-ს ნებისთ თუ უნებლიეთ შეუძლია დეზინფორმაციის გავრცელება. ორგანიზაციებმა ხელოვნური ინტელექტის მიერ დაგენერირებული კონტენტი მისი შესაბამისობაში და მართებულობაში მოყვანისათვის უნდა გააკონტროლონ. დეზინფორმაციასთან საბრძოლველად საპირისპირო ინფორმაცია უნდა ჰქონდეთ მომზადებული. ორგანიზაციებმა უნდა უზრუნველყონ მიკერძოების შემსუბუქება და AI-სისტემის აუდიტი. აღნიშნული პრობლემის გადაჭრის ყველაზე კარგი იარაღია სხვადასხვა ტიპის ტრენინგები, რომლებიც მიკერძობასთან საბრძოლველად არის მიმართული.

დასკვნები

თანამედროვე ტექნოლოგიებმა და ხელოვნურმა ინტელექტმა ძირეულად შეცვალა სტრატეგიული კომუნიკაციების ლანდშაფტი. აღნიშნული ტექნოლოგიები გვთავაზობენ მძლავრ მონაცემთა ანალიზის, ავტომატიზაციის, პერსონალიზაციის და მომხმარებელთა მეტი ჩართულობის ინსტრუმენტებს. AI-ზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებები კომპანიებს მეტად მოქნილს ხდის. თუმცა, სტრატეგიულ კომუნიკაციებში ხელოვნური ინტელექტის ინტეგრაცია ასევე აჩენს სხვადასხვა გამოწვევას, რომელიც უკავშირდება კონფიდენციალურობას, ეთიკას, მიკერძოებულობას, რაც თავის მხრივ ადამიანის ჩართულობას მოითხოვს. ორგანიზაციებმა უნდა მართონ აღნიშნული გამოწვევები, რათა აღნიშნულ პროცესში მოიპოვონ მაქსიმალური სანდოობა და ავთენტურობა.

სტრატეგიული კომუნიკაციების სფერო უდავოდ განიცდის ტრანსფორმაციას. ის ორგანიზაციები ვინც შესაბამის დარგში ცდილობენ მოწინავენი გახდნენ აუცილებლად უნდა შეეწყონ AI-ზე ორიენტირებულ კომუნიკაციებს, რათა მათი ინფორმატიულობა შეესაბამებოდეს დღევანდელ დინამიკურ სამყაროს.

გამოყენებული ლიტერატურა

"The Role of Artificial Intelligence in Future Communication Systems" - IEEE Xplore <https://ieeexplore.ieee.org/document/9189829>

"AI and Political Campaigns: A Game Changer?" - Center for Strategic and International Studies (CSIS) <https://www.csis.org/analysis/ai-and-political-campaigns-game-changer>

"AI for Political Campaigns: Revolutionizing the Game" - <https://politicalmarketer.com/ai-for-political-campaigns/#:~:text=With%20the%20help%20of%20AI,powerful%20tool%20for%20successful%20campaigns.>

How Artificial Intelligence Will Impact Corporate Communications <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/04/20/how-artificial-intelligence-will-impact-corporate-communications/?sh=3aa7babe1dc6>

How should you use AI in crisis management?

<https://ec-pr.com/how-should-you-use-ai-in-crisis-management/#:~:text=While%20it%20can%20automate%20responses,a%20human%20to%20provide%20reassurance.>

Ethical Considerations of Artificial Intelligence (AI) in Marketing Decision-Making

<https://www.linkedin.com/pulse/ethical-considerations-artificial-intelligence-ai-mohadikar/>

Governing artificial intelligence in the media and communications sector

<https://policyreview.info/articles/governing-artificial-intelligence-media-and-communications-sector>

"Artificial intelligence and data protection-Counsel of Europe" - <https://rm.coe.int/prems-192119-gbr-2051-lignes-directrices-sur-l-intelligence-artificiel/1680a4ca4a>

"Data Privacy and AI Governance : Challenges and Solutions" - <https://www.cookie-law-info.com/data-privacy-and-ai-governance/>