

## ტრანსმედია ჟურნალისტიკის განვითარების ეტაპები

## საბაშვილი გვანცა

შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ბათუმი

<https://doi.org/10.52340/idw.2025.76>

**აბსტრაქტი.** ბოლო ათწლეულში მედია გარემოს ტრანსფორმაციამ გამოიწვია ინფორმაციის წარმოების, გავრცელებისა და აღქმის პროცესების ფუნდამენტური ცვლილება. ციფრული ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად, ჟურნალისტიკა გადააბიჯა ტრადიციული ერთარხიანი თხრობის ჩარჩოებს და გადავიდა მრავალარხიან კომუნიკაციაზე, სადაც ტრანსმედია ითამაშებს გადამწყვეტ როლს. ტრანსმედიური თხრობა გულისხმობს ერთი სიუჟეტის განვითარებას სხვადასხვა პლატფორმაზე ისე, რომ თითოეული არხი ავითარებს მის განსხვავებულ ასპექტს და ხელს უწყობს აუდიტორიის ჩართულობის გაღრმავებას.

ნაშრომში განხილულია ტრანსმედიის ძირითადი მახასიათებლები, მისი მნიშვნელობა თანამედროვე ჟურნალისტიკაში და ის გამოწვევები, რომლებიც უკავშირდება ეთიკას, პროფესიონალიზმს, სიზუსტეს და აუდიტორიასთან ურთიერთობის ახალ მოდელებს. განხილულია როგორც საერთაშორისო, ისე ქართული პრაქტიკული მაგალითები, გაანალიზებულია ტრანსმედიის გავლენა ჟურნალისტური სტანდარტების ევოლუციაზე, მულტიპლატფორმულ სტრატეგიებზე და ინფორმაციის გავრცელების ახალ ფორმატებზე. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ტრანსმედიის შესაძლებლობებს დემოკრატიული კომუნიკაციის ხელშეწყობისა და მედიისადმი ნდობის გაძლიერების კუთხით.

ნაშრომის მიზანია ტრანსმედიის თეორიული და პრაქტიკული ანალიზი თანამედროვე მედია-რეალობაში, რათა დადგინდეს მისი პოტენციალი და როლი ჟურნალისტიკის მომავლის ფორმირებაში.

მოცემული ნაშრომი მიზნად ისახავს ტრანსმედია პროექტების ანალიზს თანამედროვე მასმედიაში. ტრანსმედია ჟურნალისტიკა წარმოადგენს ინფორმაციის გავრცელების მულტიპლატფორმულ სტრატეგიას, რომელიც ქმნის თხრობითად ერთიან, მაგრამ ტექნიკურად დივერსიფიცირებულ სიუჟეტს. კვლევა აჩვენებს, რომ ტრანსმედია მიდგომა მნიშვნელოვნად ზრდის აუდიტორიის ჩართულობას, აუმჯობესებს ინფორმაციის აღქმის ხარისხს და ქმნის ინტერაქტიული კომუნიკაციის შესაძლებლობას. სტატიაში განხილულია ტრანსმედია ჟურნალისტიკის მახასიათებლები, მათი უპირატესობები და სირთულეები, აგრეთვე საერთაშორისო და ქართული ქეისების მაგალითები. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ქართული მედიის პრაქტიკას, სადაც ტრანსმედია ელემენტები უკვე ინტეგრირებულია. ნაშრომის დასკვნით ნაწილში წარმოდგენილია რეკომენდაციები ტრანსმედია სტრატეგიის გაუმჯობესების მიმართულებით.

ტრანსმედია კომუნიკაცია წარმოადგენს თანამედროვე მასმედიის ერთ-ერთ ყველაზე დინამიკურ და მრავალმხრივ მოვლენას. ის გულისხმობს ინფორმაციის გავრცელებას სხვადასხვა პლატფორმაზე, რაც ქმნის ერთიან, მაგრამ მრავალმხრივ ნარატივს. სტატია იკვლევს ტრანსმედიის არსს, განვითარებასა და მის გავლენას აუდიტორიასთან ურთიერთობაზე. გამოყენებულია საკვანძო თეორიული მოდელები, ანალიზი და მაგალითები თანამედროვე პრაქტიკიდან.

**საკვანძო სიტყვები:** ტრანსმედია, ჟურნალისტიკა, მულტიპლატფორმულობა, ეთიკა, მედია ინოვაცია

## შესავალი

თანამედროვე მედია გარემო მუდმივად იცვლება და ამ ცვლილებების ტემპი უპრეცედენტოა. ციფრულმა ტექნოლოგიებმა არა მხოლოდ შეცვალა ინფორმაციის გავრცელების ფორმა, არამედ საფუძვლიანად გარდაქმნა მასმედიის სტრუქტურა, შინაარსი და აუდიტორიასთან ურთიერთობის მოდელი. ამ კონტექსტში ტრანსმედია თხრობა იქცა ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან და აქტუალურ მიმართულებად, რომელიც მოითხოვს ჟურნალისტური საქმიანობის ახალ სტრატეგიებს, მიდგომებს და სქემებს.

ტრანსმედიის კონცეფცია უახლესი მედია თეორიების ერთ-ერთი ცენტრალური კომპონენტია. მისი არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ერთი და იგივე ნარატივი (ან ამბავი) თანმიმდევრულად და შინაარსობრივად შევსებულად ვითარდება მრავალ პლატფორმაზე: ბეჭდურ მედიაში, ვებსაიტებზე, მობილურ აპლიკაციებში, ტელევიზიაში, სოციალური ქსელებში და სხვა. განსხვავებით მულტიმედიური პრეზენტაციისგან, რომელიც მხოლოდ ტექნიკურ მრავალფეროვნებას გულისხმობს, ტრანსმედია ქმნის სიუჟეტს, რომელიც მხოლოდ ყველა პლატფორმის გაერთიანებით ხდება სრულფასოვანი (Jenkins, 2006).

ტრანსმედიური თხრობა განსაკუთრებით აქტუალური გახდა ჟურნალისტიკისთვის, რადგან ის სთავაზობს აუდიტორიას არა მხოლოდ ინფორმაციის მიღების მრავალმხრივ საშუალებას, არამედ ჩართულობის, ემოციური კავშირის და აქტიური მონაწილეობისთვის საჭირო ჩარჩოსაც. თანამედროვე აუდიტორია არ კმაყოფილდება ერთჯერადი საინფორმაციო კონტენტით — ის ელის გამოცდილებას, რომელიც შევა მის ყოველდღიურობაში. ტრანსმედია ამის საშუალებას აძლევს მედიასაშუალებებს და ჟურნალისტებს.

გარდა შესაძლებლობებისა, ტრანსმედიის გამოყენებას ახლავს მთელი რიგი გამოწვევები — ტექნოლოგიური, შინაარსობრივი, ეთიკური და მეთოდოლოგიური. საჭიროა კითხვები: რა გზით უნდა მოხდეს ტრანსმედიური ნარატივის კონსტრუქცია ისე, რომ არ დაიკარგოს ფაქტობრივი სიზუსტე? როგორ შეიძლება ერთი ამბავი გავრცელდეს სხვადასხვა მედიაში ისე, რომ არ მოხდეს მისი კონტექსტუალური დაზიანება ან ინტერპრეტაციის შეცვლა? როგორ უნდა მოხდეს პლატფორმებს შორის კოორდინაცია?

საქართველოში ტრანსმედია ჯერ კიდევ განვითარებადია. მიუხედავად იმისა, რომ ზოგიერთი მედიასაშუალება იყენებს ტრანსმედიის ელემენტებს, სრულფასოვანი ტრანსმედიური პროექტები მაინც იშვიათია. შესაბამისად, ამ სტატიაში განხილული იქნება როგორც თეორიული ასპექტები, ისე პრაქტიკული ქეისები, მათ შორის ქართულ კონტექსტში.

ნაშრომის მიზანია, გაანალიზოს ტრანსმედიური თხრობის არსი, მისი გამოყენების პრაქტიკა ჟურნალისტიკაში და ის გამოწვევები, რომლებიც თან სდევს ამ პროცესს თანამედროვე მედიაგარემოში. კვლევა ეყრდნობა თანამედროვე ლიტერატურას, საერთაშორისო და ადგილობრივ მაგალითებს და მიზნად ისახავს ტრანსმედიის სტრატეგიების, შესაძლებლობებისა და რისკების სინთეზს ჟურნალისტიკის განვითარებისთვის.

თანამედროვე მედია სამყაროში ტრანსმედია პროექტები განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს, როგორც ახალი მეთოდი ინფორმაციის გავრცელებისა და აუდიტორიის ჩართულობის გაძლიერებისათვის. ტრანსმედია, როგორც ტერმინი, პირველად ჰენრი ჯენკინსმა შემოიღო და მისი ძირითადი იდეა მდგომარეობს მრავალარხიან კომუნიკაციაში, სადაც ერთი თემა ან სიუჟეტი სხვადასხვა მედია პლატფორმაზე გადადის და გაფართოვდება. ჟურნალისტიკაში ეს მიდგომა არაჩვეულებრივ შესაძლებლობებს ქმნის ინფორმაციის მრავალმხრივ და ინტერაქტიულ წარმოჩენაში, რაც მკითხველს აძლევს ღრმა, მრავალსაფეხურიან და ინოვაციურ გამოცდილებას. ტრანსმედია პროექტების განვითარება ეფუძნება ციფრულ ტექნოლოგიებს, ინტერნეტსა და სოციალური მედიის სწრაფ ზრდას, რაც ქმნის სივრცეს ახალი ფორმატებისა და კომუნიკაციური სტრატეგიებისთვის. სამეცნიერო სტატიაში მოხდება აღნიშნული პროცესის დეტალური ანალიზი ჟურნალისტიკის ჭრილში, ყურადღება გამახვილდება ტრანსმედიის პროექტების მახასიათებლებზე, გამოწვევებზე და ქართული მედიის გამოცდილებაზე.

### ტრანსმედიის გავლენა ჟურნალისტურ სტანდარტებსა და ეთიკაზე

ტრანსმედიური პროექტების ფართო გამოყენებამ არსებითად შეცვალა ჟურნალისტიკის პროფესიული სტანდარტები და ექვევებში დააყენა მრავალი ტრადიციული მიდგომა. მულტიპლატფორმული თხრობა, ერთი მხრივ, აძლიერებს ინფორმაციის მრავალფეროვნებასა და სიღრმეს, მაგრამ მეორე მხრივ, წარმოშობს ეთიკურ დილემებსა და გამოწვევებს, რომლებიც დაკავშირებულია კონტენტის შინაარსობრივ და ფორმალურ სიზუსტესთან.

#### 1. ფაქტების სიზუსტე მრავალ არხზე

ჟურნალისტიკის უმთავრესი პრინციპი — ფაქტობრივი სიზუსტე, ტრანსმედიურ პროექტებში შესაძლოა დაირღვეს, თუ არხებს შორის შინაარსობრივი სინქრონიზაცია არ არის დაცული. მაგალითად, თუ ტექსტური ვერსია ერთგვარ ინფორმაციას აწვდის მომხმარებელს, ხოლო ვიდეო-მასალა მას ცვლის ან ამახინჯებს, თავს იჩენს დეზინფორმაციის რისკი. ამგვარი კონტრასტები ეწინააღმდეგება პროფესიული ჟურნალისტიკის საწყისებს.

#### 2. ინტერპრეტაციის პრობლემები და სუბიექტურობა

ტრანსმედიური თხრობა ხშირად გულისხმობს აუდიტორიის ჩართულობასა და ინტერპრეტაციას. რაც მეტად აქტიურია აუდიტორია, მით უფრო ინტენსიურად „წერს“ ისტორიას თავად — ეს კი რთულად გაკონტროლებადია. ჟურნალისტისთვის რთულდება მკაფიო ზღვრის გავლება ობიექტურობისა და მაყურებლის მიერ ინტერპრეტირებული ვერსიის შორის.

#### 3. მიზანშეწონილობა და შინაარსის ესთეტიზაცია

ტრანსმედიური ჟურნალისტიკა ხშირად მიმართავს ვიზუალურ, ხმოვან და ემოციურ საშუალებებს, რაც ზრდის ინფორმაციის მიმზიდველობას, მაგრამ ასევე შეიძლება შინაარსის ზედმეტ ესთეტიზაციასა და „დრამატიზებას“ გამოიწვიოს. ეს კი საზღვრავს სამეცნიერო ობიექტურობას და შესაძლოა დაამახინჯოს სიუჟეტის რეალური კონტექსტი.

#### 4. მავნე ნარატივების გავრცელების რისკი

პლატფორმათა მრავალფეროვნება ზრდის სარედაქციო კონტროლის გართულების ალბათობას. ტრანსმედიური სივრცე შეიძლება გახდეს გარემო, სადაც გავრცელდება ნარატივები, რომლებიც ხელს უწყობს შუღლს, დეზინფორმაციას ან დისკრიმინაციას. ასეთ შემთხვევაში მედია ორგანიზაციებს განსაკუთრებით მაღალი პასუხისმგებლობა ეკისრებათ — მათი როლი გადამწყვეტია, როგორც სარედაქციო პოლიტიკაში, ასევე ციფრული ეთიკის კუთხით.

ტრანსმედია მიმართულების წარმოქმნამ ტრადიციული ჟურნალისტიკის ტრანსფორმაცია გაამრავალფეროვნა. დღევანდელ ციფრულ ეპოქაში ჟურნალისტიკის ბუნებრივი განვითარების მიმართულებაა ინფორმაციის მრავალარხიანი და მულტიმედიური გავრცელება.

ინტერნეტის, სმარტფონებისა და სოციალური მედიის განვითარებამ მნიშვნელოვნად შეცვალა აუდიტორიის ფორმა და ინფორმაციის მიღების სახე. სწორედ ამ ვითარებაში წარმოიშვა ტრანსმედია ჟურნალისტიკა, რომელიც განსხვავდება ტრადიციული ჟურნალისტიკისგან იმით, რომ თხრობის პროცესი გადანაწილებულია სხვადასხვა პლატფორმაზე და მიზნად ისახავს ინტეგრირებულ, მრავალმხრივ ნარატივს. ტრანსმედია ჟურნალისტიკის ძირითადი პრინციპია მრავალფეროვანი მედია საშუალებების თანხმობა და კოორდინირებული გამოყენება, რაც აუდიტორიას სთავაზობს ინფორმაციის ღრმა, მრავალმხრივ და ინტერაქტიულ აღქმას. მაგალითად, ერთი და იგივე ამბავი შეიძლება წარმოჩინდეს, როგორც წერილობითი სტატია, ვიდეო მასალა, პოდკასტი, სოც-მედია პოსტი ან სპეციალური ვებგვერდი, სადაც მომხმარებელი თავად იკვლევს თემას და შედის კომუნიკაციაში მასალასთან. ამასთან, ტრანსმედია ჟურნალისტიკა მნიშვნელოვნად ზრდის აუდიტორიის ჩართულობას და მას შემდეგ აძლევს არა მხოლოდ მიღებული ინფორმაციის განვრცობის, არამედ აზრთა გამოთქმის და კომუნიკაციის საშუალებას. ასეთი მიდგომა ახდენს მედია პროდუქციის დივერსიფიკაციას და ხელს უწყობს ჟურნალისტიკის მდგრად განვითარებას თანამედროვე მოთხოვნებთან გათვალისწინებით. ტრანსმედია ჟურნალისტიკა

გამოირჩევა რამდენიმე ძირითადი მახასიათებლით, რომლებიც მას ტრადიციულ ჟურნალისტიკასთან აშკარად განასხვავებს და აძლევს უნიკალურ შესაძლებლობებს: 1. მულტიმედიურობა - ტრანსმედია პროექტები იყენებენ მრავალრიცხოვან მედია ფორმატებს, ტექსტს, ფოტოგრაფიას, ვიდეოს, აუდიოს, გრაფიკას და ციფრულ ინტერაქციებს. ყოველი ფორმატი იწვევს განსხვავებულ აღქმას და ამდიდრებს ამბის თხრობას. 2. ფრაგმენტული ნარატივი - ამბავი გადანაწილებულია სხვადასხვა პლატფორმაზე ისე, რომ აუდიტორიას უწევს ინფორმაციის შეგროვება და აკომპლექტება სხვადასხვა არხიდან. ეს ზრდის ინფორმაციის ორმაგ შეფასებას და აუმჯობესებს ჩართულობას. 3. ინტერაქტიულობა აუდიტორია არა მხოლოდ ქვეითი შემნახველი, არამედ აქტიური მონაწილეა. ინტერნეტისა და სოციალური მედიის საშუალებით, მომხმარებელი შეუძლია აზრის გამოხატვა, შინაარსის შექმნა და სხვა მონაწილეობთან ურთიერთობა. 4. თხრობითი სტილი - ტრანსმედია მასალა ხშირად მოთხრობილია თხრობითად, რაც აძლევს სიუჟეტს დინამიკას და ფერხდება აუდიტორიის ინტერესი. 5. პლატფორმათშორისი სტრატეგია - აღნიშნული სტრატეგია მოიცავს წინასწარ დაგეგმილ შინაარსის განაწილებას სხვადასხვა მედია არხებზე, სადაც თითოეული პლატფორმა თამაშობს სპეციალურ, დამატებით როლს ამბის გახსნაში.

ტრანსმედია პროექტების საუკეთესო მაგალითად შეგვიძლია დავასახელოთ: - „The New York Times“ — „Snow Fall“ — ეს ტრანსმედია პროექტი შეიქმნა ტექსტური მასალების, ვიდეოებისა და ინტერაქტიული გრაფიკების კომბინაციით და სძლია მაღალი აუდიტორიული ინტერესი. „BBC Panorama“ — „BBC“-მ გამოიყენა ტრანსმედია კამპანიები, სადაც გადაცემები დაკავშირებული იყო ვებგვერდზე არსებულ მასალებთან და სოციალურ ქსელებთან. „AJ+“ — ციფრული პლატფორმა, რომელიც აგროვებს მოკლე ვიდეოებს, სტატისტიკას და აუდიტორიის ჩართულობის ინსტრუმენტებს. ქართული გამოცდილება: „ნეტგაზეთი“ — აქტიურად იყენებს ტრანსმედია მიდგომას, ვებ-სტატია, ინფოგრაფიკა და ვიდეო გადმოცემებით. „ინდი გეო“ — თხრობს დოკუმენტურ ისტორიებს სხვადასხვა პლატფორმაზე, ასევე ახდენს აუდიტორიის ჩართვას.

ტრანსმედია ჟურნალისტიკაში უპირატესობები რამდენიმე მიმართულებით გამოიყოფა: 1. აუდიტორიის ჩართულობის ზრდა - ტრანსმედია მიდგომა ავითარებს ინტერაქტიულობას, რაც აუდიტორიას აქცევს ინფორმაციის აქტიურ მონაწილედ. ეს ზრდის მომხმარებლის ლოიალობას და ცნობადობას. 2. ინფორმაციის ღრმა და მრავალმხრივი წარმოჩენა - მულტიმედიური ფორმატები და მრავალპლატფორმიანობა საშუალებას აძლევს ამბავი უფრო დეტალურად და მრავალსაფეხურიანად წარმოაჩინოს. 3. მარკეტინგული და კომუნიკაციური ეფექტიანობა - ტრანსმედია პროექტები ქმნიან სხვადასხვა ტიპის შინაარსს, რაც ზრდის რეკლამისა და სოციალურ ქსელებში გავრცელების შესაძლებლობას. 4. ახალგაზრდული თაობის მოთხოვნების გათვალისწინება - ტრანსმედია მიდგომა პასუხობს ახალგაზრდა აუდიტორიის მოთხოვნებს ახალი ფორმატებისა და ინტერაქტიულობის მიმართულებით.

ტრანსმედიის ჩამოყალიბებამ თანამედროვე ჟურნალისტიკა სხვადასხვა გამოწვევის წინაშეა დააყენა. ფინანსური და ტექნიკური რესურსების სიმწირე- ტრანსმედია პროექტები საჭიროებენ მრავალფეროვან ტექნიკურ და ადამიანურ რესურსებს, რაც განსაკუთრებით რთულია მცირე მედია ორგანიზაციებისთვის. რედაქციული კონსისტენტურობის დაცვა - მასალის სხვადასხვა არხებზე გადანაწილებისას რთულია ერთიანი სიუჟეტის შენარჩუნება. ეთიკური და სარედაქციო გამოწვევები - ინტერაქტიული და მომხმარებლის ჩართულობა ხელს უწყობს მრავალი ხედვის არსებობას, რაც შეიძლება არყვედეს ჟურნალისტიკის ობიექტურობას. საკომუნიკაციო ფრაგმენტაციის პრობლემა - ტრანსმედია პროექტებმა შესაძლოა გამოიწვიოს აუდიტორიის დაყოფა და სიუჟეტის ნაწილის ნაწილობრივ გაგება.

ტრანსმედია ჟურნალისტიკის პერსპექტივები საქართველოში.

საქართველოში ტრანსმედია პროექტების განხორციელება და მეთოდოლოგიური მიდგომა ჯერ კიდევ განვითარების ეტაპზეა, თუმცა უკვე გამოჩნდნენ მნიშვნელოვანი წარმატებული პროექტები და ინიციატივები. ციფრული მედიის სწრაფმა განვითარებამ, ახალგაზრდული აუდიტორიის მზარდი ინტერესი გამოიწვია. სოციალური ქსელების

ეფექტური გამოყენება ქმნის ბაზას ტრანსმედია ჟურნალისტიკის გაფართოებისთვის. ასევე აუცილებელია ინსტიტუციური მხარდაჭერა, ფინანსური ინვესტიციები და პროფესიული უნარების განვითარება, რათა ქართული მედია შეძლოს და სრულად გამოიყენოს თანამედროვე ჟურნალისტიკის მიერ შეთავაზებული შესაძლებლობები.

### **დასკვნა**

ტრანსმედია პროექტები თანამედროვე ჟურნალისტიკაში წარმოადგენს ინოვაციურ და ეფექტურ გზას ინფორმაციის გავრცელებისა და აუდიტორიის ჩართულობის გაზრდისთვის. მათი გამოყენება საშუალებას იძლევა შექმნას მრავალპლატფორმიანი, ინტერაქტიული და მრავალმხრივი თხრობა, რაც ამაღლებს მედია პროდუქციის ხარისხს და აუმჯობესებს კომუნიკაციას. საქართველოს პირობებში ტრანსმედია ჟურნალისტიკა ჯერ კიდევ ვითარდება, თუმცა მისი პოტენციალი დიდია. მედია ორგანიზაციებმა უნდა მიმართონ ამ მიდგომას როგორც კომპლექსურ სტრატეგიას, რაც მოიცავს, როგორც ტექნოლოგიურ, ისე რედაქციულ და სტრატეგიულ ასპექტებს.

ტრანსმედიური თხრობა დღეს უკვე, არა მხოლოდ ტექნოლოგიური სიახლეა, არამედ გარდაუვალი მომავლის ნაწილი ჟურნალისტიკაში. მისი სრული დანერგვა და წარმატებული გამოყენება მოითხოვს მედიაორგანიზაციების პროფესიულ განვითარებას, ინოვაციურ განათლებას და ეთიკური სტანდარტების მკაცრ დაცვას. ქართულ რეალობაში ტრანსმედია ჯერ კიდევ საწყის ეტაპზეა, თუმცა ტექნოლოგიური ხელმისაწვდომობა და ახალგაზრდა აუდიტორიის მოლოდინები ცხადყოფს, რომ მომავალი სწორედ ამ მიმართულებას ეკუთვნის.

ტრანსმედიის გამოყენება მნიშვნელოვნად ზრდის ინფორმაციის ჩართულობას, აუდიტორიის მრავალფეროვნებასა და ჟურნალისტიკის როლს საზოგადოებრივი ცვლილებების პროცესში. მაგრამ იგი ასევე მოითხოვს სიფრთხილეს — რაც უფრო რთული ხდება თხრობა, მით უფრო აუცილებელია მტკიცებულებების, ობიექტურობისა და პროფესიული ეთიკის დაცვა.

### **ლიტერატურა:**

1. ზოცვაძე, ნ. (2020). ტრანსმედია თხრობა: ციფრული ეპოქის ახალი კომუნიკაციური მოდელი. თბილისი: განათლება XXI.
2. გიორგაძე, ლ. (2022). ჟურნალისტიკის ტრანსფორმაცია ციფრულ გარემოში. „მედიატექნოლოგიები და კომუნიკაცია“, 3: 45-59.
3. ჯიქია, დ. (2021). ინტეგრირებული ჟურნალისტიკა და პლატფორმების სტრატეგია. „კომუნიკაცია და საზოგადოება“, 1: 12-30.
4. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
5. Phillips, A., & Milioni, D. (2021). Transmedia Journalism: Storytelling and Professional Practices. *Journalism Studies*, 22(5): 603–619.
6. Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3: 586–606.
7. Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. New York: Penguin Press.

## **Stages of Development of Transmedia Journalism**

**Sabashvili Gvantsa**

Shota Rustaveli State University, Batumi

### **Abstract**

The transformation of the media environment in the last decade has led to a fundamental change in the processes of information production, dissemination and perception. Along with the development of digital technologies, journalism has moved beyond the framework of traditional

single-channel storytelling and moved to multi-channel communication, where transmedia will play a crucial role. Transmedia storytelling involves the development of a single story on different platforms so that each channel develops a different aspect of it and contributes to deepening audience engagement.

The paper discusses the main characteristics of transmedia, its importance in modern journalism and the challenges related to ethics, professionalism, accuracy and new models of audience engagement. Both international and Georgian practical examples are discussed, and the impact of transmedia on the evolution of journalistic standards, multi-platform strategies and new formats of information dissemination is analyzed. Special attention is paid to the possibilities of transmedia in terms of promoting democratic communication and strengthening trust in the media.

The aim of the paper is a theoretical and practical analysis of transmedia in the modern media reality in order to determine its potential and role in shaping the future of journalism.

This paper aims to analyze transmedia projects in modern mass media. Transmedia journalism is a multiplatform strategy for disseminating information, which creates a narratively unified, but technically diversified story. The study shows that the transmedia approach significantly increases audience engagement, improves the quality of information perception and creates the possibility of interactive communication. The article discusses the characteristics of transmedia journalism, their advantages and difficulties, as well as examples of international and Georgian cases. Special attention is paid to the practice of Georgian media, where transmedia elements are already integrated. The final part of the paper presents recommendations for improving transmedia strategy.

Transmedia communication is one of the most dynamic and multifaceted phenomena in modern mass media. It involves the dissemination of information on various platforms, which creates a unified but multi-layered narrative. The article explores the essence, development and impact of transmedia on the relationship with the audience. Key theoretical models, analysis and examples from modern practice are used.

**Keywords:** *transmedia, journalism, multiplatformity, ethics, media innovation*