ციფრული ტრანსფორმაციის ტენდენციები რეგიონულ მედიაში: იმერეთისა და აჭარის მედიაპლატფორმების მაგალითზე

DIGITAL TRANSFORMATION TRENDS IN REGIONAL MEDIA: THE CASE OF IMERETI AND ADJARA MEDIA PLATFORMS

Mzia Tadumadze

Associate Professor

Akaki Tsereteli State University

მზია თადუმაძე

ასოცირებული პროფესორი

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

Email: mzia.tadumadze@atsu.edu.ge

ORCID: 0009-0001-5733-4488

აბსტრაქტი

თანამედროვე ტექნოლოგიურმა პროგრესმა რადიკალურად შეცვალა მედიაეკოსისტემა და დარგი ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა. ახალ რეალობაში აუცილებელი გახდა ისეთ ციფრულ ინსტრუმენტებზე კონცენტრირება, რომლებიც მუდმივად მზარდ მომხმარებელს სწრაფად მიაწვდის საჭირო ინფორმაციას და მედიის საქმიანობას ეფექტურს გახდის. ბუნებრივია, ცვლილებები შეეხო ლოკალურ მედიასაც, რომლისთვისაც ტექნოლოგიური განახლება არა მხოლოდ გადარჩენის, არამედ აუდიტორიასთან კავშირის შენარჩუნების მთავარი სტრატეგია გახდა. სამუშაო და სარედაქციო მიდგომები შეცვალა იმერეთისა და აჭარის რეგიონულმა მედიებმაც. ამ თვალსაზრისით მათი აქტივობა შესამჩნევია, თუმცა რამდენად შეესაბამება ციფრული განვითარების ტემპი თანამედროვე მოთხოვნებს და როგორია აღნიშნული მედიაპლატფორმების ტრანსფორმაციის ხარისხი, წინამდებარე სტატიის კვლევის საგანია.

ნაშრომის მიზანია, გამოავლინოს იმერეთისა და აჭარის წამყვანი ონლაინპლატფორმების ადაპტაციის ხარისხი ციფრულ გარემოსთან, შეაფასოს ტექნოლოგიური განვითარების გავლენა ლოკალური კონტენტის სპეციფიკაზე და გაზომოს მულტიმედიური ინსტრუმენტების გამოყენების სიხშირე.კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ საკვლევი ობიექტების ციფრული განვითარების ტემპი განსხვავებულია. ამ პროცესში გადამწყვეტ როლს თამაშობს არა მხოლოდ ფინანსური რესურსები, რაზეც აქცენტს თავად მედიასაშუალებების წარმომადგენლები აკეთებენ, არამედ თანამედროვე მედიაორგანიზაციების მუშაობის ახალი სტრატეგია, ე.წ. „Digital-first” მიდგომა.ამ

თვალსაზრისით, აჭარის ონლაინ მედიას უფრო მეტი აქცენტი აქვს ვიზუალურ მულტიმედიურ მასალებზე, ხოლო იმერეთის მედიაპლატფორმები ორიენტირებულნი არიან სოციალურ აქტივიზმსა და ტექსტური კონტენტის ციფრულ ადაპტაციაზე.

კვლევის მიგნებებიდან გამომდინარე, იკვეთება ნაშრომის როგორც თეორიული, ისე პრაქტიკული ღირებულება. მასში გაანალიზებულია ციფრული ტრანსფორმაციის გავლენა ლოკალური მედიის განვითარებაზე და თავმოყრილია საკვლევი თემის შესახებ არსებული ცოდნა. კვლევის შედეგები შეავსებს ქართულ სამეცნიერო სივრცეში არსებულ ხარვეზს და გაამდიდრებს რეგიონული მედიის თეორიულ ბაზას. ამასთან, კვლევა პრაქტიკულ დახმარებას გაუწევს ადგილობრივ მედიამენეჯერებს - დანერგონ მულტიმედიური ინსტრუმენტები და შექმნან ეფექტური ლოკალური ნარატივები, რაც თავის მხრივ უზრუნველყოფს რეგიონული მედიის მდგრადობასა და მაღალ საზოგადოებრივ ნდობას. წინამდებარე ნაშრომი დაეხმარება როგორც მკვლევრებს, ისე მედიასფეროთი დაინტერესებული პირებს.

საკვანძო სიტყვები:ტექნოლოგიური ცვლილებები, ეთიკური გამოწვევები, ლოკალური მედიაკონტენტი, ციფრული ტრანსფორმაცია, მულტიმედიური ინსტრუმენტები

Abstract

Modern technological progress has radically changed the media ecosystem and presented the sector with new challenges. In this new reality, it has become essential to focus on digital tools that rapidly deliver necessary information to a continuously growing audience and enhance media performance. Naturally, these changes have also affected local media, for which technological upgrading has become a key strategy not only for survival but also for maintaining connection with the audience. Regional media outlets in Imereti and Adjara have also transformed their operational and editorial approaches. In this regard, their activity is evident. However, the extent to which their pace of digital development aligns with modern requirements and the quality of transformation of these media platforms constitute the main subject of this study.

The paper aims to identify the degree of adaptation of leading online platforms in Imereti and Adjara to the digital environment, assess the impact of technological development on the specifics of local content, and measure the frequency of multimedia tool usage.

The study results indicate that the pace of digital development among the examined entities varies. A decisive role in this process is played not only by financial resources (which media representatives themselves emphasize) but also by the new operational strategy of modern media organizations—the so-called "Digital-first" approach. In this context, the case of Adjara revealed a greater focus on visual multimedia, whereas media platforms in Imereti proved to be oriented toward social activism and the digital adaptation of textual content.

Based on the research findings, the paper holds both theoretical and practical value. It analyzes the impact of digital transformation on the development of local media and systematizes existing knowledge on the research topic. The study results will enrich the theoretical framework for studying regional media and bridge an existing gap in the Georgian academic context. Furthermore, the research offers practical assistance to local media managers in integrating multimedia tools and crafting local narratives, which in turn ensures organizational sustainability and high public trust. This paper serves as a comprehensive guide for both researchers and individuals interested in the media field.

შესავალი

თანამედროვე ჟურნალისტიკა ტექნოლოგიური რევოლუციის პირობებში იმყოფება. ციფრულმა ეპოქამ და ინტერნეტმა ფაქტობრივად შეცვალა ტრადიცულად არსებული საინფორმაციო ველი, რომელიც გულისხმობდა ინფორმაციის შექმნის, გავრცელების, შენახვისა და მოხმარების საუკუნეობით დამკვიდრებულ წესს. დღეს მედიის საქმიანობა სულ სხვა ხარისხშია გადაყვანილი.იგი გახადა უფრო სწრაფი, ხელმისაწვდომი და დემოკრატიული.

ტექნოლოგიურმა ცვლილებამ დააჩქარა ინფორმაციის მასობრივი წარმოება და გავრცელება,ხოლო ჟურნალისტური საქმიანობა გახადა უფროპროდუქტიული. დღეს, მულტიმედიური ინსტრუმენტების გამოყენებით, ახალი ამბები საზოგადოებას რეალურ დროში, წამების სიჩქარით მიეწოდება. წარსულს ჩაბარდა მკაცრი საინფორმაციო ბადეები , ახალი ამბების გამოშვების ფიქსირებული დრო და განრიგი. შეიცვალა ინფორმაციის მოხმარების პრინციპებიც - აუდიტორია პასიური მდგომარეობიდან გადავიდა აქტიურ პოზიციაში.დღეს მომხმარებელი თავის შეხედულებაზე მორგებულ ინფორმაციას იღებს სხვადასხვა წყაროდან და მყისიერად რეაგირებს მასზე. ბლოგებმა, სოციალურმა ქსელებმა და ვებსაიტებმა საშუალება მისცა ნებისმიერ ადამიანს, თავად გახდეს ინფორმაციის შემქმნელიც და გამავრცელებელიც.

ინტერნეტის კვლადაკვალ, მედიის მუშაობის პრინციპებზე კიდევ უფრო მძლავრად ხელოვნურმა ინტელექტმა იმოქმედა.თუ ისტორიულ კონტექსტს გადავხედავთ, მედიამ ხელოვნური ინტელექტისა და ალგორითმების გამოყენება ჯერ კიდევ 2000-იანი წლებიდან დაიწყო. 2010 -იან წლებში ეს პროცესი აქტიურ ფაზაში შევიდა, დღეს კი მედიასაშუალებები მას აქტიურად იყენებენ დიდი მონაცემთა ბაზების გასაანალიზებლად, საგამოძიებო თემების და ფარული ტენდენციების აღმოსაჩენად. საგამოძიებო ჟურნალისტიკა ხელოვნური ინტელექტის ეპოქაში კიდევ უფრო ეფექტური გახდა ,რადგან ახალ ტექნოლოგიას ათასობით დოკუმენტიდან საჭირო ფაქტების სწრაფად ამოკრეფა შეუძლია.

რამდენადაც ოპერატიულია დღეს 24 - საათიანი მედიაგარემო, იმდენად დიდი რისკის ქვეშ არის სფერო და იქ მომუშავე პროფესიონალები. სისწრაფე ჟურნალისტური ეთიკის და ინფორმაციის გადამოწმების ხარჯზე მუშაობს, ხოლო დეზინფორმაცია სულ უფრო ფართო მასშტაბებს იძენს. ყალბ ამბებს , ბოტების ავტომატურ ქსელს და „დიფფეიქებს“ შეუძლიათ შექმნან ვიზუალური და აუდიო თვალსაზრისით, თითქმის რეალურის მსგავსი ვიდეო, აუდიო და ფოტო მასალა, რაც მნიშვნელოვნად ართულებს სიმართლის დადგენას. საიმედოობის გადამოწმებაც გართულებულია, რადგან ფაქტების ფაბრიკაცია ყველასათვის ხელმისაწვდომი გახდა.

ამრიგად, მაშინ, როდესაც ტექნოლოგიურ მიღწევებზე უარის თქმა შეუძლებელია, მისი უკონტროლო და გადაჭარბებული გამოყენება მედიას ფუნდამენტურ საფრთხეს უქმნის, რომელსაც განეიტრალება სჭირდება. სწორედ საინფორმაციო ეკოსისტემის დასაცავად კაცობრიობამ შექმნა ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული ხელსაწყოები,რომლებიც სწრაფად ადგენენ ტექსტის ავტორობას, ხელოვნური ინტელექტის მიერ გენერირებულ ფოტო-ვიდეო მანიპულაციებს, ყალბ ანგარიშებს და ბოტების სისტემებს. თუმცა, აღნიშნული ხელსაწყოების შეძენა და გამოყენება ყველა მედიასაშუალებას როდი შეუძლია - მათ შორისაა ლოკალური მედიაც.

თემის აქტუალობა

ტრადიციულად, ადგილობრივი ჟურნალისტიკა ნელა ეგუება ტექნოლოგიურ ცვლილებებს. ხშირ შემთხვევაში ის ვერ ახერხებს ფეხი აუწყოს ინდუსტრიის განვითარებას.ჩამორჩენის ძირითადი მიზეზი ფინანსური და ადამიანური რესურსების ნაკლებობაა,რაც გამოწვეულია არსებული დაფინანსების მოდელების რღვევითა და ციფრულ პლატფორმებზე დამოკიდებულების ზრდით. კვლევები აჩვენებს, რომ ლოკალური მედიები გვიან გადავიდნენ ონლაინ პლატფორმებზე, გვიან ინტეგრირდნენ სოციალურ მედიასთან და ახლაც, გვიან ნერგავენ ხელოვნურ ინტელექტს. აღსანიშნავია ისიც , რომ ხელოვნური ინტელექტის დანერგვას ხშირად ექსპერიმენტული და რეაქტიული ხასიათი აქვს, ნაცვლად იმისა, რომ იყოს სტრატეგიული და მიზანმიმართული. ისევ ხდება ძველი ტექნოლოგიების გამოყენება, მიუხედავად მათი არაეფექტურობისა.

ცხადია, ასეთ არაორდინალურ ვითარებაში პრობლემების წინაშე დგებიან ლოკალური მედიასაშუალებები, რასაც ხშირ შემთხვევაში მათი დახურვა მოჰყვება ხოლმე. შედეგად რეგიონში იქმნება ინფორმაციული ვაკუუმი და ადგილობრივი მოსახლეობა ვერ იგებს რა ხდება მათ მუნიციპალიტეტში, ადგილობრივ ხელისუფლებასა თუ სკოლაში.მსგავსი ვითარება საბოლოო ჯამში მნიშვნელოვან დემოკრატიულ რისკებს იწვევს .

საყურადღებოა ის ფაქტიც, რომ თანამედროვე ეპოქაში, გლობალური ტექნოლოგიური გიგანტების მიერ შექმნილი წესრიგის შედეგად, ადგილობრივი მედიები მათი გავლენის ქვეშ ექცევიან. ასეთი დაქვემდებარება აჩენს მნიშვნელოვან შესაძლებლობებს და პარალელურად მძიმე რისკებს ლოკალური მედიასაშუალებებისთვის, რაც მრავალმხრივი

და წინააღმდეგობრივი მოვლენაა. რიგი გლობალური პლატფორმული კომპანიები მედიასაშუალებებს სთავაზობენ მონაცემთა შენახვისა და ანალიტიკის უახლეს ინსტრუმენტებს, თუმცა მათი შეძენა რეგიონულ რედაქციებს საკუთარი ხარჯებით არ შეუძლიათ. მსხვილი მედიაკონგლომერატებისაგან განსხვავებით, რეგიონულ რედაქციებს არ აქვთ დიდი ბიუჯეტი ციფრული არსენალის,მათ შორის მვირადღირებული ხელოვნური ინტელექტის ხელსაწყოების შესაძენად. არ აქვთ საკმარისი თანხა იმისთვის, რომ მოხდეს თანამშრომელთა გადამზადება. ადგილობრივი მედიასაშუალებები ხშირად 2-3 კაციან მცირე გუნდებად მუშაობენ, სადაც ჟურნალისტი ერთდროულად არის რეპორტიორიც, ფოტოგრაფიც და რედაქტორიც. თავის მხრივ, მსხვილი პლატფორმული კომპანიები, როგორც წესი, იშვიათად ფოკუსირდებიან ადგილობრივ, მუნიციპალურ პრობლემებზე და სხვა მედიასაშუალებების მიერ შექმნილი, ხარისხიანი კონტენტის გამოყენებით, თავად გამოიმუშავებენ სარეკლამო შემოსავლებს. მსგავსი შესაძლებლობა გამოწვევაა რეგიონული მედიებისთვის, რადგან ადგილობრივი ბიზნესი თავს იკავებს განათავსოს რეკლამა ლოკალურ მედიაში. ამასთან, გუგლის საძიებო სისტემებს, სოციალურ თუ ციფრულ პლატფორმებს, შეუძლიათ კონტენტის სწრაფად გავრცელება და აუდიტორიის უზარმაზარი ნაკადების მიმხრობა, მაშინ, როცა ადგილობრივ მედიასაშუალებებს ძალიან უჭირთ მიიქციონ ფართო აუდიტორიის ყურადღება.თანამედროვე მკითხველი, ხშირ შემთხვევაში, ამბებს მსხვილი პლატფორმების არხებზე კითხულობს და მისთვის ხშირად მეორეხარისხოვანია, თუ რომელმა კონკრეტულმა ადგილობრივმა მედიამ მოამზადა მასალა.ასეთ ვითარებაში იკარგება პირდაპირი კავშირი მკითხველსა და რედაქციას შორის, ანუ უფასურდება ადგილობრივი ბრენდი. ცხადია, ასეთ კონკურენტულ გარემოში ლოკალური მედია კარგავს კონტროლს საკუთარ აუდიტორიაზე. გლობალურ პლატფორმებს ასევე აქვთ სხვადასხვა პროგრამა, სადაც ისინი პირდაპირ აფინანსებენ ჟურნალისტიკის ციფრულ ინოვაციებს, ატრენინგებენ ჟურნალისტებს და ეხმარებიან მედიასაშუალებებს ფინანსური მოდელების გამყარებაში. მაგრამ როდესაც პლატფორმები ცვლიან საძიებო ალგორითმებს ან სოციალური ქსელების პოლიტიკას, რაც ხშირად ხდება, ადგილობრივი მედიასაშუალებების ვებსაიტების ნახვები შესაძლოა წამებში დაეცეს.

ამ ფონზე სრულიად ბუნებრივად ჩნდება შემდეგი კითხვები:

- როგორ უმკლავდებიან რეგიონული მედიასაშუალებები ტექნოლოგიურ ცვლილებებსა და ეთიკურ გამოწვევებს?
- რა სიხშირით იყენებენ ციფრულ ინსტრუმენტებს და როგორ ამზადებენ ყოველდღიურ ახალი ამბებს?
- როგორია მათი ციფრული ტრანსფორმაციის დინამიკა?

ჩვენი სავარაუდო მოსაზრებით, ციფრული გიგანტების პოლიტიკა საფრთხეს უქმნის ლოკალური მედიასაშუალებების არსებობას. თუ ისინი ტექნოლოგიურ ცვლილებებს და ეთიკურ გამოწვევებს ვერ გაუმკლავდებიან, შესაძლებელია, უმოკლეს დროში რეგიონები სრულ „საინფორმაციო ვაკუუმში“ აღმოჩნდნენ.

ლიტერატურის მიმოხილვა

იმისთვის, რომ უკეთ გავიაზროთ ციფრული რევოლუციის გავლენა ადგილობრივ მედიასაშუალებებზე, აუცილებელია მიმოვიხილოთ ამ საკითხზე არსებული სამეცნიერო ლიტერატურა. ბოლო წლებში მკვლევართა ყურადღების ქვეშ მოექცა ისეთი საკითხები, როგორიცაა: რეგიონული მედიების ციფრული ტრანსფორმაცია, ჟურნალისტური სტანდარტებისა და აუდიტორიის ქცევის ცვლილება, ეთიკური გამოწვევები და ა.შ. წინამდებარე თავი სწორედ ამ საკითხებზე არსებულ კვლევებს და ძირითად მიგნებებს ეხება.

ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესი და განსაკუთრებით ხელოვნური ინტელექტის დანერგვა ევროპის ქვეყნების ადგილობრივი მედიასაშუალებების წინაშე სირთულეებს წარმოშობს. სწორედ ამ საკითხს იკვლევს ედერისა და შიოვოგგის სტატია - „ადგილობრივი ჟურნალისტიკის ბრძოლა ინოვაციებისთვის ხელოვნური ინტელექტის გზით მიმდინარე ტრანსფორმაციის პირობებში“.

აღნიშნულ სტატიაში შესწავლილია გერმანიისა და ნორვეგიის ლოკალური მედიასაშუალებების რეალური მდგომარეობა უახლეს ეპოქაში. გაანალიზებულია პრობლემის გამოწვევის მიზეზები და გამოკვეთილია განსხვავებები.დასახელებული კვლევა კომპლექსური და მრავალგანზომილებიანია. იგი ეხება რამდენიმე საკვანძო საკითხს: ადგილობრივი მედიასაშუალებების ტექნოლოგიურ ინფრასტრუქტურას და შემოსავლის წყაროებს; ადგილობრივი მედიაკონტენტის შექმნის პროცესს; რეგიონული ჟურნალისტების ციფრულ უნარებს და ამ ქვეყნების პოლიტიკურ ,საკანონმდებლო და სოციალურ გარემოს.

ტრადიციულად მცირე მედიაორგანიზაციების შემთხვევაში, ფინანსური მდგრადობის და დამოუკიდებლობის თემა მარადიული და მუდმივად ცვალებადი საკითხია. მაგრამ ის, რაც უცვლელია და საფრთხეს უქმნის ამ ტიპის მედიასაშუალებებს , არის ინსტიტუციური ინერცია და ფინანსური რესურსების ნაკლებობა. როგორც კვლევიდან ჩანს, ისეთ განვითარებულ ქვეყნებში ,როგორებიცაა გერმანია და ნორვეგია, არსებული სახელმწიფო სუბსიდირება არ არის საკმარისი თანამედროვე ტექნოლოგიურ გამოწვევებთან გასამკლავებლად და ადგილობრივი ახალი ამბების შესანარჩუნებლად. სახელმწიფოს მხრიდან ხელშეწყობა არათანმიმდევრულია, გრძელვადიანი სტიმულები და მხარდაჭერის სქემები კი იშვიათი. სტატიაში საუბარია იმაზეც, რომ დაფინანსების ტრადიციული მექანიზმები - სარეკლამო შემოსავლები და გამომწერთა ინსტიტუტი აღარ მუშაობს. ადგილობრივი ბიზნესის მხარდაჭერაც მინიმალურ ნიშნულამდეა დაყვანილი, რადგან მათთვის გაჩნდა სხვა სარეკლამო ალტერნატივა, რაც ადრე არ არსებობდა.

ედერისა და შიოვოგგის კვლევის ძირითადი მიგნებები ეფუძნება ადგილობრივი მედიების შედარებით ანალიზს და ხაზს უსვამს გრძელვადიანი სტიმულებისა და მხარდაჭერის აუცილებლობას.მკვლევრები რაოდენობრივ და თვისობრივ მონაცემებზე დაყრდნობით აღნიშნავენ, რომ ადგილობრივი ახალი ამბების გადასარჩენად სახელმწიფოს მხრიდან სწორედ გრძელვადიანი, სტარტეგიული მხარდაჭერა არის აუცილებელი (ედერი & შიოვოგგი, 2025).

ხმელთაშუაზღვისპირეთის ქვეყნების ადგილობრივი მედიების ციფრული ტრანსფორმაციის საკითხს იკვლევს თურქი მეცნიერების: იასინ ნაზიმის, კაიჰანის და ექინ ვურალის სტატია- „ლოკალური მედიის ციფრული ტრანსფორმაცია ბეჭდურ და ონლაინ ჟურნალისტიკაში, ქალაქ იოზგატის მაგალითზე“.

აღნიშნული აკადემიური კვლევა აანალიზებს ლოკალური მედიის ციფრული ტრანსფორმაციის ხარისხს და ადგილობრივი ჟურნალისტიკის მდგრადობის საკითხებს თურქეთის ქალაქ იოზგათის მაგალითზე .სტატიაში განხილულია „ანატოლიის პრესის“ ანუ თურქეთის პროვინციული რეგიონული მედიის ზოგადი ტენდენციები და ევოლუცია ციფრულ ეპოქაში. მკვლევრების მიზანია, დაადგინონ, თუ რამდენად ეფექტურად იყენებს რეგიონული პრესა ახალი მედიის ტექნოლოგიურ შესაძლებლობებს, ეკონომიკური და რესურსული გამოწვევების ფონზე.

ავტორების მიერ საკვლევ ინსტრუმენტებად გამოყენებულია შერეული კონტენტ-ანალიზის მეთოდი, რომლის საფუძველზე შედარებულია ქალაქ იოზგათის ტრადიციული ბეჭდური გაზეთები და მათი ონლაინ პლატფორმები. ასევე, გამოკვეთილია განსხვავებები ახალი ამბების წარმოების მეთოდებსა და შინაარსობრივ სტრუქტურაში.ნაშრომში აღნიშნულია, რომ ადგილობრივმა მედიამ გაციფრულების შედეგად სამუშაო პროცესში ჩართო მულტიმედიური ელემენტები,გააფართოვა კონტენტის თემატური სპექტრი და გაზარდა გეოგრაფიული დაფარვის არეალი.ნიშანდობლივია, ის ფაქტი,რომ ამ ცვლილებების ფონზე ლოკალურმა მედიამ მაინც შეძლო იდენტობის შენარჩუნება. თუმცა ტრანსფორმაციის პროცესში წარმოიშვა პრობლემები საინფორმაციო სააგენტოების კონტენტზე დამოკიდებულების გამო. შეიზღუდა ორიგინალური მასალები,რასაც მოჰყვა სარედაქციო დამოუკიდებლობის დაკარგვა, საბოლოო ჯამში კი - ტრადიციული მოდელების კოლაფსი. მკვლევრების აზრით, ეკონომიკური პრობლემების შედეგად მცირე ზომის გაზეთების არსებობას შეექმნა სერიოზული საფრთხე, რადგან სარეკლამო შემოსავლებმა ციფრულ პლატფორმებზე გადაინაცვლა. სერიოზული გამოწვევა აღმოჩნდა ციფრული გარემოს სრული პოტენციალის გამოუყენებლობაც - ინტერაქტიულობა და მონაცემთა ანალიტიკა, რაც განპირობებულია რესურსების ნაკლებობით. რაც შეეხება ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებას, მკვლევრები აღნიშნავენ, რომ აქაც ლოკალური ჟურნალისტიკა ჩამორჩება ზოგადი ინოვაციების მრუდს.

მკვლევართა მიგნებით, ქალაქ იოზგათის ადგილობრივი მედიის ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესზე დაკვირვება აჩვენებს ზოგადად ანატოლიური ჟურნალისტიკის პოტენციალს. ტრანსფორმაციაში იგულისხმება როგორც ტექნოლოგიური განახლება, ისე კულტურული ძვრები, უნარების განვითარება და საზოგადოებაზე ორიენტირებული სტრატეგიები. ამავდროულად, მკვლევრები საუბრობენ ფართო გამოწვევებზეც, რომლებიც აღნიშნული ლოკალური მედიის წინაშეა. მათი აზრით, გლობალურ მედიალანდშაფტში ლოკალური მედიის ხმის შესანარჩუნებლად აუცილებელია ინსტიტუციური მხარდაჭერის მექანიზმების შემუშავება, რათა თავიდან იქნას აცილებული ადგილობრივი მედიების გაუქმება და შენარჩუნდეს დემოკრატიულ პროცესებში მისი მონაწილეობის შესაძლებლობა (ნაზიმი, კაიჰანი , ექინ ვურალი, 2025).

თემატური ლიტერატურის მიმოხილვის პროცესში გვერდს ვერ ავუვლით აინურ სარისაკალოღლუსა და მარტინ ლეფელჰოლცის რედაქტორობით გამოსულ - „ხელოვნური ინტელექტისა და ჟურნალისტიკის უახლეს სახელმძღვანელოს“, რომელიც განიხილავს ციფრული ტექნოლოგიების და ხელოვნური ინტელექტის გავლენას თანამედროვე მედიაზე. წიგნი ინტერდისციპლინურია და მოიცავს მნიშვნელოვან საკვანძო თემებს, მათ შორის ლოკალური მედიის საკითხებსაც. გეოგრაფიული არეალის თვალსაზრისით, შესწავლილია გლობალური სამხრეთისა და დასავლეთის მედიაბაზრები. რედაქტორების შეფასებით, აღნიშნული შრომა განსაზღვრავს ჟურნალისტიკის მომავალი ტენდენციებს 2030 წლის პერსპექტივით (სარისაკალოღლუ, ლეფელჰოლცი, 2026).

უშუალოდ ადგილობრივ მედიის პრობლემებს ეძღვნება წიგნის მე-9 თავი, რომლის სათაურია - „ხელოვნური ინტელექტის პასუხისმგებლიანი ინოვაცია ადგილობრივ ჟურნალისტიკაში“. სტატიის ავტორია ბარტოშ ვილჩეკი. ნაშრომში ნაჩვენებია , ლოკალური მედიის მწვავე ფინანსური და რესურსული კრიზისის დაძლევის გზები ხელოვნური ინტელექტის პასუხისმგებლიანი გამოყენების შემთხვევაში.მკვლევრის აზრით, მცირერესურსიანმა რედაქციებმა მზა ტექნოლოგიების მომხმარებლების პოზიცია უნდა შეცვალონ და მონაწილეობა მიიღონ ხელოვნური ინტელექტის იმ ინსტრუმენტების შექმნასა და ტესტირებაში, რომლებსაც მომავალში გამოიყენებენ.ეს გულისხმობს ხელოვნური ინტელექტის ისეთი პროგრამების შექმნაში მონაწილეობას, რომელიც პატივს სცემს ჟურნალისტურ სტანდარტებს, სიზუსტესა და კონფიდენციალურობას. არ გაავრცელებს დეზინფორმაციას და აგებული იქნება გამჭვირვალობის პრინციპებზე. ამ თვალსაზრისით მკვლევარი საინტერესო მიგნებებს გვთავაზობს.

„პასუხისმგებლიანი ინოვაციის“ განხორციელებაში ავტორი გულისხმობს ჟურნალისტებისა და რედაქტორების ჩართვას ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესის დასაწყისში. ეს განაპირობებს იმ ცოდნის დაგროვებას, რაც საჭიროა მედიაპრაქტიკაში - თუ როგორ უნდა იმუშაოს ამა თუ იმ ინსტრუმენტმა, თუნდაც მაშინ, როცა სერიოზული რისკები არსებობს. მაგალითად, ფაქტების არასწორი ინტერპრეტაცია. ავტორის აზრით, თუ რედაქციები თავად არ მიიღებენ მონაწილეობას ტექნოლოგიების შექმნასა და გამოცდაში, ბაზარზე არსებული მზა ინსტრუმენტები შეიძლება მიუღებელი აღმოჩნდეს ჟურნალისტური ეთიკისთვის, ან უბრალოდ არ მოერგოს რეგიონული მცირე მედიების რეალურ საჭიროებებს. ჟურნალისტების ჩართულობა პროცესში უზრუნველყოფს, რომ ტექნოლოგია ემსახურებოდეს ჟურნალისტიკას და არა პირიქით -შენიშნავს ავტორი . მისი აზრით, ადგილობრივ ჟურნალისტიკაში ხელოვნური ინტელექტის გამოყენება არ უნდა იყოს მიმართული მხოლოდ ხარჯების დაზოგვაზე. რადგან რეგიონულ რედაქციებს არ აქვთ საკუთარი ტექნოლოგიური ლაბორატორიები, ვილჩეკი სთავაზობს მათ მომხმარებელზე ორიენტირებულ მიდგომას, როდესაც ჟურნალისტები და რედაქტორები უშუალოდ მიიღებენ მონაწილეობას ეთიკური AI ინსტრუმენტების სამუშაო ვერსიების შექმნაში. ვინაიდან მცირე მედიებს არ ჰყავთ საკუთარი პროგრამისტები, მკვლევარი ურჩევს მედიამუშაკებს, ეს პროცესი წარმართონ მათ მიერ მოძიებული ტექნიკური მხარდამჭერების საშუალებით - ადგილობრივი უნივერსიტეტის სტუდენტებთან, ან რეგიონულ ტექნოლოგიურ ჰაბებთან კოლაბორაციით.

სტატიის დასასრულს, მკვლევრი გასათვალისწინებელ რეკომენდაციას იძლევა - რადგან რესურსების სიმცირის გამო, ადგილობრივი მედია ვერ შეძლებს AI-ის ყოვლისმომცველ დანერგვას, პრიორიტეტი უნდა მიენიჭოს ისეთ საქმიანობას, სადაც ხელოვნური ინტელექტი ყველაზე მეტ ღირებულებას ქმნის.ეს არის ავტომატური მონიტორინგი და ინფორმაციის მოპოვება ადგილობრივი თვითმმართველობის სხდომებიდან, ოფიციალური დოკუმენტებისა და საჯარო რეესტრებიდან; კონტენტის წარმოება რუტინულ თემებზე - სპორტზე, ამინდზე, უძრავ ქონებასა და ა.შ.); ადგილობრივი მკითხველის საჭიროებებზე მორგებული ინფორმაციისა , ან რეკლამის გენერირება, რომელიც ეხება არა უბრალოდ ქვეყანას ან ქალაქს, არამედ კონკრეტულად უბანს, ქუჩას ან თუნდაც საკუთარ სახლთან მიმდინარე ამბებს.

ავტორი აფრთხილებს მცირე მედიებს, რომ უარი თქვან ტექნოლოგიების ბრმა დევნაზე და ფოკუსირდნენ მხოლოდ იმ გადაწყვეტილებებზე, რომლებიც უშუალოდ აძლიერებს ადგილობრივი თემის ნდობასა და ჩართულობას (ვილჩეკი, 2025).

კვლევის მეთოდები

საკვლევი მიზნიდან გამომდინარე, შეირჩა კვლევის ძირითადი მეთოდოლოგიური ხერხები, რომლითაც მოხდა იმერეთისა და აჭარის რეგიონული მედიაორგანიზაციების ციფრული ტრანსფორმაციის ტენდენციებისა და გამოწვევების შესწავლა.ონლაინ გამოცემების - „ქუთაისი პოსტის“, „ბათუმელებისა“ და „ნეტგაზეთის“ ვებსაიტებზე გამოქვეყნებული კონტენტის შესაფასებლად, კვლევის ფარგლებში, გამოვიყენეთ თვისობრივი და რაოდენობრივი კონტენტ-ანალიზის მეთოდი. აღნიშნული მეთოდის საშუალებით შესაძლებელი გახდა რეგიონული მედიაპლატფორმების მიერ ციფრულ სივრცეში გავრცელებული მასალების ობიექტური შეფასება.

საკვლევი ობიექტების შერჩევა განხორციელდა მიზნობრივად, კრიტერიუმებზე დაყრდნობით. კერძოდ, იმერეთისა და აჭარის რეგიონებში მოქმედი ონლაინ-მედიაპორტალები შეირჩა აღნიშნულ რეგიონებში მათი აქტიური ფუნქციონირების, ადგილობრივი დღის წესრიგის გაშუქებისა და რეგიონში მათი მაღალი ავტორიტეტის გამო.

მასალების შესწავლის პროცესში დაკვირვება განხორციელდა ონლაინ პლატფორმების როგორც ტექსტურ, ასევე ფოტო, ვიდეო და აუდიო მასალებზე. აღნიშნული მეთოდების საფუძველზე გაანალიზდა ამ მედიასაშუალებების აქტივობა ვებგვერდებზე. ციფრული კონტენტის შესწავლის პროცესში ყურადღება გამახვილდა მათი მულტიმედიურობის ხარისხზე, პლატფორმულ ადაპტაციასა და მომხმარებლებთან ინტერაქციულობის თავისებურებებზე. მოპოვებული ტექსტური და ვიზუალური მონაცემები დამუშავდა შინაარსობრივი ანალიზის მეთოდით. აღნიშნულმა მეთოდოლოგიურმა მიდგომამ შესაძლებლობა მოგვცა გამოგვევლინა ორივე რეგიონის მედიაპლატფორმების ციფრული განვითარების საერთო და განმასხვავებელი ტენდენციები, სპეციფიკური მოდელები და არსებული ხარვეზები.

კვლევის შედეგები

იმერეთისა და აჭარის ონლაინმედიების კონტენტანალიზმა ციფრული ტრანსფორმაციის რამდენიმე საკვანძო ტენდენცია გამოავლინა. საკვლევი მასალის შინაარსობრივმა და სტრუქტურულმა დამუშავებამ აჩვენა, რომ რეგიონულ მედიასივრცეში ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვა ერთნაირი ინტენსივობით და ხარისხით არ მიმდინარეობს.

მულტიმედიური ფორმატების გამოყენების თვალსაზრისით, „ქუთაისი პოსტის“ ფუნქციონირება სცილდება ტექსტურ-ფოტოგრაფიულ ჩარჩოს. იგი ფოკუსირებულია მულტიმედიურ ფორმაზეს, კერძოდ - ვიდეოკონტენტის წარმოებაზე, რაც არის ნათელი მაგალითი იმისა, თუ როგორ გარდაიქმნა პატარა, რეგიონული მედია სტატიკური „გაზეთიდან“ მრავალპროფილურ ციფრულ პლატფორმად, რომელიც იყენებს თანამედროვე ვიდეოფორმატებს.

ვებსაიტი ასევე იყენებს სტანდარტულ ტექნიკურ ხელსაწყოებს მკითხველისთვის მასალის გაზიარებისა და ამობეჭდვის შესაძლებლობის გასაიოლებლად, რაც მცირე მედიაპლატფორმების სავალდებულო საბაზისო ატრიბუტია. თუ შესწავლილი კონტენტის ციფრული ტრანსფორმაციის ხარისხსაც განვსაზღვრავთ, „ქუთაისი პოსტის“ ვებსაიტზე გამოქვეყნებული მასალებიდან - ინტერვიუს რუბრიკას უნდა მიენიჭოს შედარებით მაღალი მულტიმედიური ინდექსი, ვიდრე სხვა, ნებისმიერ ტექსტურ-ფოტოგრაფიულ მასალას.

რაც შეეხება „ბათუმელებს“, აღნიშნული ონლაინ მედია ინფორმაციული დაფარვის თვალსაზრისით, გაცილებით დიდ მასშტაბებზე გადის. მათი ვებსაიტები ტექნიკურად გამართულია და ფეხს უწყობს თანამედროვე ტენდენციებს. ასევე, ვებპორტალი ინტეგრირებულია ყველა ძირითად სოციალურ ქსელში. მედიაპლატფორმა აქტიურად იყენებს ვიდეოფორმატებს, საგამოძიებო რეპორტაჟებსა და ვიზუალურ „სთორითელინგს“.

ციფრული ტრანსფორმაციის ხარისხით „ქუთაისი პოსტი“ და „ბათუმელები“ ორივე წარმატებული რეგიონული მედიაა, თუმცა მათ აქვთ გარკვეული განსხვავებები ციფრული ინსტრუმენტების გამოყენების მხრივ. მულტიმედიური პროდუქტების მოხმარების თვალსაზრისით, „ქუთაისი პოსტი“ უპირატესობას ანიჭებს - ფოტოამბებს, ვიდეორეპორტაჟებს და ინტერვიუებს. ხოლო „ბათუმელების“ ტექსტური კონტენტის ვიზუალური და სტრუქტურული წყობა ადაპტირებულია თანამედროვე მოთხოვნებთან და გათვლილია მკითხველის ყურადღების მართვაზე. მედიაგამოცემა იყენებს ციფრული თხრობის სტილს და ადვილად აღქმად ფორმატებს. პორტალის ვებდიზანიც შექმნილია თანამედროვე სტანდარტებით.

ჩატარებული შინაარსობრივი ანალიზის მიხედვით, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ „ქუთაისი პოსტი“, როგორც მცირე რესურსების მქონე რეგიონული მედიასაშუალება,

აჩვენებს მოდერნიზაციის გარდამავალ ეტაპს, ხოლო „ბათუმელები“ციფრული განვითარების გზაზე რამდენიმე ძირითად ევოლუციურ დონეს აფიქსირებს.

მსჯელობა

დამოუკიდებელი საინფორმაციო-ანალიტიკური ინტერნეტპლატფორმა „ქუთაისი პოსტის“ ოფიციალურ ვებსაიტზე - „Kutaisipost.ge“ ქვეყნდება როგორც იმერეთის რეგიონის, ისე ქვეყნის მასშტაბით მნიშვნელოვანი საინფორმაციო, ანალიტიკური და მულტიმედიური მასალები. მედიაგამოცემა ასევე ოპერირებს სხვადასხვა ძირითად ციფრულ და სოციალურ პლატფორმაზე, სადაც მკითხველს ოპერატიულად აწვდის ახალ ამბებსა და ვიზუალურ კონტენტს. გამოცემას აქვს საკუთარი YouTube არხი, სადაც ავრცელებს ვიდეორეპორტაჟებს, ინტერვიუებს და მულტიმედიურ პროექტებს.

„ქუთაისი პოსტის“ მთავარ გვერდზე, ახალი ამბების რუბრიკაში, გამოქვეყნებული ინფორმაცია ძირითადად ეფუძნება ტრადიციული ტექსტისა და ფოტოს სინთეზს.ასეთი სტრუქტურა მედიის ძირითადი საინფორმაციო ნაკადის სტანდარტია. მსოფლიოს ყველა საინფორმაციო პორტალი მის მიერ მოხმარებულ შიგთავსს სწორედ ამ ფორმატით მართავს. ვებსაიტის შიგთავსის მართვის სისტემიდან ყველაზე პოპულარული პლატფორმაა -WordPress-ი, რომელსაც შეუძლია არა მხოლოდ ვებსაიტის შიგთავსის შექმნა, არამედ მართვა და ტექსტების, ფოტოებისა და ვიდეოების შეცვლა. რადგან „ქუთაისი პოსტი“ იყენებს ამ პლატფორმას, ეს ნიშნავს, რომ იგი ოპერირებს საბაზისო დონეზე ,რაც სავსებით ნორმალურია მცირე რესურსების მქონე რეგიონული გამოცემისთვის.

სტანდარტს მიღმა არსებულ, დამატებით ინტერაქტიულ ელემენტად შეიძლიება მივიჩნიოთ ახალი ამბის ტექსტთან ან ფოტოსთან არსებული სიმბოლოები +A და -A ,რაც შრიფტის ზომის შეცვლას ნიშნავს.ეს არის ძალიან მარტივი, მაგრამ მნიშვნელოვანი ციფრული ხელმისაწვდომობის ფუნქცია ვებსაიტზე, რაც მიგვანიშნებს,რომ საინფორმაციო სააგენტოს ვებდიზაინი ორიენტირებულია მომხმარებელზე, ზრუნავს მკითხველზე და ცდილობს, საიტი ყველასთვის მოსახერხებელი გახადოს. განსაკუთრებით, უფროსი ასაკის აუდიტორიისთვის, რომლებიც რეგიონული მედიის ხშირი მკითხველები არიან. მიუხედავად იმისა, რომ ვებსაიტზე არ ჩანს ხელოვნური ინტელექტის გამოყენების მაჩვენებელი, შეიძლება ვიფიქროთ, რომ „ქუთაისი პოსტი“ სცდება მარტივი „ტექსტი + ფოტოს“ ჩარჩოს და გააჩნია ინტერაქტიული ადაპტირებადი ფუნქცია.

ფოტოს რუბრიკაში „ქუთაისი პოსტი“ წარმატებით იყენებს კლასიკურ მულტიმედიურ ფორმატებს -ტექსტისა და ფოტორეპორტაჟების სინთეზს, რაც ვიზუალურად აცოცხლებს ამბავს. თუმცა ესეც არის ტრადიციული ჟურნალისტიკის ციფრული ვერსია და არა რთული ინტერაქტიული, ან ციფრულად ტრანსფორმირებული ვიზუალური ინოვაცია.ფოტოისტორიებში არ არის გამოყენებული ინტერნეტის შესაძლებლობები, მაგალითად: ინტერაქტიული გალერეები, როცა მკითხველს შეუძლია ფოტოს გაფართოება,

მათ შორის გადართვა წინა და მიმდინარე ცვლილებებზე; „მულტიმედიური სთორები“, როდესაც ტექსტი და ფოტო დინამიკურად ერწყმის ერთმანეთს, ფოტოები ავტომატურად იცვლება, ირთვება ხმა ან ვიდეოფონი და „ 360 გრადუსიანი ფოტოები“, იგივე ვირტუალური ტურები, როდესაც მკითხველი „მოგზაურობს“ ფოტოს შიგნით.

საინტერესოა ვიდეოს რუბრიკა, სადაც ერთად წარმოდგენილია ონლაინ მედიის მულტიმედიური პროდუქტები - ფოტო, ტექსტი და ვიდეო, რაც მეტყველებს ციფრული ინსტრუმენტების აქტიურ გამოყენებაზე. ტექსტი და ფოტო კლასიკური ბეჭდური მედიის მემკვიდრეობაა, მაგრამ ვიდეო სუფთა ციფრული და მულტიმედიური პროდუქტია. მისი ატვირთვა, დამუშავება და ვებსაიტზე განთავსება მოითხოვს ტექნიკურ უნარებს და სპეციალურ ინფრასტრუქტურას.ასეთი მულტიმედიური პროდუქტის წარმოება ზრდის აუდიტორიის ჩართულობის მაჩვენებელს. როდესაც „ქუთაისი პოსტი“ აქვეყნებს ვიდეორეპორტაჟებს ან ვიდეოჩართვებს, ეს ნიშნავს, რომ ის ცდილობს მკითხველს ამბავი სხვა, უფრო დინამიკური ფორმით მიაწოდოს.ეს არის მულტიმედიური ინტეგრაციის მტკიცებულება.

რაც შეეხება ინტერვიუს რუბრიკას, აქ ერთდროულად გვხვდება სათაური, ფოტო, ტექსტი და ვიდეო. ვიდეოინტერვიუს ინტეგრაცია ტექსტურ მასალასთან ნიშნავს, რომ მედია ცდილობს შესთავაზოს აუდიტორიას სხვადასხვა ფორმატი - ვისაც კითხვა ურჩევნია, ტექსტს წაიკითხავს; ვისაც ყურება ან მოსმენა ურჩევნია - ვიდეოს ჩართავს.რადგან რეგიონული მედიისთვის ვიდეომასალის მომზადება დამატებით დროსა და ტექნიკურ ძალისხმევას მოითხოვს,რაც გულისხმობს ადგილზე კამერით გადაღებას, მონტაჟს და ატვირთვას, მსგავსი შეთავაზება აჩვენებს, რომ რედაქცია არ არის შემოფარგლული მხოლოდ ძველი, სტატიკური ტექსტებით.

არის თუ არა შესასწავლ მედიაში ხელოვნური ინტელექტის კვალი? ვიზუალურად ვებსაიტზე ამის პირდაპირი ნიშანი არ ჩანს. ზოგადად რეგიონული მედიები იშვიათად აღიარებენ ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებას, რედაქციები არ უთითებენ, რომ „მასალა მომზადებულია AI-ის დახმარებით“. თუმცა, უნდა ვივარაუდოთ ,რომ ჟურნალისტები ხშირად იყენებენ ხელოვნური ინტელექტის ინსტრუმენტებს — ტექსტების დასაკორექტირებლად, სათაურების მოსაფიქრებლად ან გრძელი ანგარიშების შესამოკლებად . რაც შეეხება ხელოვნური ინტელექტის რთულ სისტემებს ,როგორიცაა ავტომატური რობოტ-ჟურნალისტები ან AI-ის გენერირებული ვიზუალური მასალა, დიდი ალბათობით, „ქუთაისი პოსტი“ მას არ იყენებს.დაკვირვებიდან ჩანს, რომ ძირითადი ფოკუსი მედიას გადატანილი აქვს არა ავტომატიზაციაზე, არამედ ადამიანის მიერ შექმნილ მულტიმედიურ კონტენტზე , როგორიცაა ტექსტი, ფოტო და ვიდეო.

რაც შეეხება „ბათუმელებს“ და „ნეტგაზეთს“, ისინი ერთიანი სარედაქციო და ორგანიზაციული ქსელის ნაწილები არიან.მათ უკან დგას ერთი და იგივე ორგანიზაცია — შპს „საზოგადოება ბათუმელები“, რომელმაც 2001 წელს ბეჭდური გაზეთი დააარსა, ხოლო მოგვიანებით, 2010 წელს, ქვეყნის მასშტაბით გასასვლელად შექმნა ონლაინ პლატფორმა „ნეტგაზეთი“. „ბათუმელები“ კლასიკური რეგიონული ბეჭდური გაზეთიდან მალევე გარდაიქმნა ონლაინ გამოცემად და დროულად შეცვალა მუშაობის სტანდარტები.

ციფრული ეპოქის გამოწვევების საპასუხოდ, მან ძირითადი აქცენტები ონლაინ ტრანსფორმაციაზე გადაიტანა.ნიშანდობლივია ის ფაქტიც, რომ ორივე გამოცემას ჰყავს ერთიანი გუნდი, აქვს საერთო ღირებულებები და ერთიანი ეთიკური სტანდარტები.შესაბამისად, მათი სარედაქციო პოლიტიკაც მსგავსია. მიუხედავად იმისა, რომ „batumelebi.ge“ და „netgazeti.ge“ ცალ-ცალკე ვებსაიტებია, ისინი ერთმანეთთან ტექნიკურად და სტრუქტურულად მჭიდროდ არიან დაკავშირებულნი, ერთიანი მედიაბრენდის ნაწილებს წარმოადგენენ და ხშირად ერთმანეთის მასალებს იზიარებენ.აღნიშნული მედიების ორი ძირითადი ვებგვერდიდან - „ბათუმელები“ - აჭარაზეა ფოკუსირებული, ხოლო „ნეტგაზეთი“ - ქვეყნის მასშტაბით მნიშვნელოვან პოლიტიკურ, სოციალურ და ეკონომიკურ თემებს აშუქებს.

საინფორმაციო პორტალ „ ბათუმელების“ ახალი ამბების განყოფილებას აქვს საინტერესო ვიზუალური და სტრუქტურული წყობა. ახალი ამბები წარმოდგენილია ტრადიციული ვებსაიტის შიგთავსის მართვის საბაზისო სტანდარტით - სათაური,ტექსტი, ფოტო. თუმცა , ახალი ამბების ტექსტში, წითელი ვერტიკალური ხაზით გამოყოფილია მასალის მნიშვნელოვანი ფრაგმენტები, საყურადღებო ინფორმაცია. ტექსტის ასეთი წყობა მიუთითებს მკითხველის ყურადღების მართვაზე. ცნობილია, რომ თანამედროვე ინტერნეტმკითხველები ტექსტს ბოლომდე იშვიათად კითხულობენ, წითელი ვერტიკალური ხაზი და მუქი შრიფტი კი ფსიქოლოგიურად იზიდავს მზერას და ეხმარება ადამიანს წამებში მიხვდეს სტატიის მთავარ არსს, მაშინაც კი, თუ მთელ ტექსტს არ წაიკითხავს.

ვებ დიზაინის თანამედროვე ტენდენციების დანერგვაზე მიუთითებს სტატიის დასაწყისში არსებული რეკლამის ველი, რომელიც დამოუკიდებელი მედიის ფინანსური მდგრადობის ნაწილია. ციფრული რეკლამა ისეა განთავსებული, რომ ტექსტის ძირითად ნაწილს არ ფარავს, თუმცა მკითხველის თვალთახედვის არეალში რჩება.ეს ელემენტი მედიის სარეკლამო სტრატეგიასა და მონეტიზაციაზე მიუთითებს.

ახალი ამბების ტექსტის ვიზუალურ ფორმაზე დაკვირვებიდანაც ჩანს, რომ მედია კლასიკური გაზეთის სტილიდან გადასულია თანამედროვე მუტიმედიური და ციფრული თხრობის სტილზე, და აქცენტს აკეთებს დინამიკურ, ადვილად აღქმად ფორმატებზე.

გაზეთ „ბათუმელების“ ვებსაიტს აქვს ინგლისურენოვანი რუბრიკა , რომელიც მედიის ციფრული და პროფესიული ზრდის მნიშვნელოვან ეტაპზე მიუთითებს. ეს დეტალი მკაფიოდ აჩვენებს, რომ გამოცემა გასცდა მხოლოდ რეგიონულ, ლოკალურ ჩარჩოებს და ადგილობრივი ამბები, ასევე საგამომძიებო მასალები ხელმისაწვდომი გახადა უცხოელი მკითხველისათვის. ინგლისურენოვანი სეგმენტის საშუალებით, აღნიშნული მედია გლობალურად ხელმისაწვდომია საერთაშორისო ორგანიზაციებისთვის, დიპლომატიური კორპუსისა და საზღვარგარეთ მცხოვრები ქართველებისთვის.

ციფრული ტრანსფორმაციის პირობებში, „ბათუმელები“ცდილობს თავისი კონტენტი მაქსიმალურად მოარგოს ინტერნეტსივრცის უნივერსალურ ენას. ინგლისური ენის ინტეგრაცია ცხადყოფს, რომ გამოცემას აქვს ამბიცია და რესურსი, თავისი ხარისხიანი კონტენტი საერთაშორისო დღის წესრიგშიც შეიტანოს.როდესაც რეგიონული მედია

ინგლისურენოვან მასალებს აქვეყნებს, ეს მიუთითებს მის პროფესიულ ზრდაზე, მაღალ სარედაქციო სტანდარტებზე და იმაზეც, რომ გამოცემა მზად არის კონკურენცია გაუწიოს წამყვან ეროვნულ და საერთაშორისო პლატფორმებს.ამგვარი შესაძლებლობით ადგილობრივი პრობლემები და გამოძიებები საერთაშორისო მასშტაბით გახადოს მნიშვნელოვანი. „ბათუმელების“ მედიაპლატფორმასთან ფიზიკურად და სტრუქტურულად დაკავშირებულ „ნეტგაზეთსაც“ აქვს რუსულენოვანი რუბრიკა, სადაც ქვეყნდება მასალები რუსულ ენაზე.

დასკვნა

ამრიგად, ციფრული ტრანსფორმაციის თვალსაზრისით, „ქუთაისი პოსტი“ არ არის უბრალო, სტატიკური „ონლაინ გაზეთის“ მოდელი.იგი იყენებს აუდიტორიაზე ორიენტირებულ, ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის ციფრულ ხელსაწყოებს. მიუხედავად ფინანსური და ტექნიკური შეზღუდვებისა, რაც ხელოვნური ინტელექტის ან რთული ავტომატიზაციის ნაკლებობაში გამოიხატება, მედია თავის სარედაქციო პრაქტიკაში წარმატებით ნერგავს მულტიმედიური ჟურნალისტიკის ელემენტებს.

რაც შეეხება ციფრულ გაზეთს „ბათუმელებს“და მის ონლაინ პლატფორმა „ნეტგაზეთს“, მათი კონტენტის შესწავლა გვიჩვენებს , რომ აღნიშნული ვებპლატფორმები ქართულ მედიასივრცეში ტრადიციული ბეჭდური მედიიდან თანამედროვე, მულტიმედიურ და ციფრულ ფორმატზე გადასვლის ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო და წარმატებული მაგალითებია.

ბიბლიოგრაფია

Eder, M., & Sjøvaag, H. (2025). Falling behind the adoption curve: Local journalism’s struggle for innovation in the AI transformation. *Journalism Practice*. https://doi.org/10.1080/16522354.2025.2473301

Kayhan, Y. N., & Vural, N. E. (2025). The digital transformation of local media: A case study of print and online journalism in Yozgat. *Journal of Academic Studies*. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/5324013

Sarısakaloğlu, A., & Löffelholz, M. (2026). *The handbook of artificial intelligence and journalism*. Publisher Name.

Wilczek, B. (2025). Toward responsible innovation of artificial intelligence in local journalism. *Media and Communication*, 139.

მედია გამოცემა „ბათუმელები“. https://batumelebi.netgazeti.ge/

საინფორმაციო პორტალი „ქუთაისი პოსტი“. https://www.kutaisipost.ge/

ონლაინ გამოცემა „ნეტგაზეთი“. https://netgazeti.ge/