ხელოვნური ინტელექტის ინტეგრაციის მომავალი ქართულ მედიაში პრაქტიკოსთა მოლოდინებისა და პერსპექტიული სცენარების თვისებრივი კვლევა

THE FUTURE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTEGRATION IN GEORGIAN MEDIA: A QUALITATIVE STUDY OF PRACTITIONERS' EXPECTATIONS AND PROSPECTIVE SCENARIOS

ნათია კუპრაშვილი
ასოცირებული პროფესორი
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
Natia Kuprashvili
Associate Professor
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University
Email: natia.kuprashvili@tsu.ge

აბსტრაქტი

მცირე მედიაბაზრებსა და მცირერესურსიან ენებზე მოქმედ მედიაორგანიზაციებში ხელოვნური ინტელექტის ინტეგრაციის მომავალი ჯერაც ნაკლებადაა შესწავლილი. არსებული კვლევები უმეტესად აღწერს ავტომატიზაციის უკვე დანერგილ ფორმებს დიდ, ტექნოლოგიურად განვითარებულ ბაზრებზე, მაშინ როცა მცირე მედიასისტემებში AI-ის მიღებას ერთდროულად განსაზღვრავს რესურსების სიმცირე, პლატფორმებზე დამოკიდებულება, ენობრივი უთანასწორობა და ჟურნალისტიკისადმი ნდობის კრიზისი. წინამდებარე ნაშრომი იკვლევს, როგორ წარმოიდგენენ ქართული მედიის პრაქტიკოსები ხელოვნური ინტელექტის გავლენას ჟურნალისტურ წარმოებაზე, პროფესიულ როლებსა და მედიის საზოგადოებრივ ფუნქციაზე. კვლევა ეფუძნება მიზნობრივად შერჩეულ ჟურნალისტებთან, რედაქტორებთან, მენეჯერებსა და მედია-ტექნოლოგიების სპეციალისტებთან ჩატარებულ ნახევრადსტრუქტურირებულ სიღრმისეულ ინტერვიუებს. მასალა გაანალიზებულია რეფლექსური თემატური ანალიზისა და მომავლების კვლევის ჩარჩოს შერწყმით. სავარაუდო, შესაძლო და სასურველი მომავლები გამოყენებულია არა როგორც პროგნოზები, არამედ როგორც განსხვავებული ლოგიკის მქონე ანალიტიკური სივრცეები. შედეგები აჩვენებს, რომ რესპონდენტები AI-ს პირველ რიგში განიხილავენ როგორც რესურსულად დასუსტებული მედიის გამაძლიერებელ და ზოგჯერ გადარჩენისთვის აუცილებელ ინფრასტრუქტურას. ამავე დროს, მათი მთავარი შიში სამუშაო ადგილების მექანიკურ ჩანაცვლებას სცდება: AI შეიძლება თავად გახდეს ინფორმაციის წყარო, დისტრიბუტორი და გეითქიფერი, რის შედეგადაც მედია დაკარგავს საზოგადოებასა და მოვლენას შორის შუამავლის როლს. ინტერვიუებიდან გამოიკვეთა სამი სცენარი: ჰიბრიდული ნიუსრუმი, გაძლიერებული და სანდო ჟურნალისტიკა და სინთეზური საინფორმაციო ეკოსისტემა. ნაშრომი გვთავაზობს ორ ინტერპრეტაციულ ცნებას — გადარჩენით განპირობებულ AI-ის მიღებას და ადამიანური ჟურნალისტიკის პრემიუმიზაციას — და ამტკიცებს, რომ ქართული მედიისთვის გადამწყვეტი საკითხია არა ტექნოლოგიის მიღება ან უარყოფა, არამედ სარედაქციო მოქმედების უნარის, პასუხისმგებლობისა და ეპისტემური ავტორიტეტის შენარჩუნება.

საკვანძო სიტყვები: ხელოვნური ინტელექტი, ქართული მედია, მომავლების კვლევა, ავტომატიზებული ჟურნალისტიკა, პლატფორმიზაცია, მცირე მედიაბაზარი, სარედაქციო პასუხისმგებლობა

Abstract

Artificial intelligence integration in small media markets and media systems operating in under-resourced languages remains insufficiently studied. Most research examines established forms of automation in large, technologically advanced markets, while smaller systems face a distinct combination of scarce resources, platform dependency, linguistic inequality, and declining trust in journalism. This article explores how Georgian media practitioners imagine the effects of AI on news production, professional roles, organizational processes, and the public function of journalism. The study is based on eight purposively selected, semi-structured in-depth interviews with journalists, editors, managers, a media-law expert, and specialists working with media technologies. The material was analyzed through reflexive thematic analysis combined with a strategic foresight framework. Probable, possible, and preferable futures are treated not as predictions, but as analytical spaces governed by different assumptions and value choices. The findings show that participants primarily understand AI as an enabling, and sometimes survival-oriented, infrastructure for resource-constrained media. At the same time, their central concern extends beyond the mechanical replacement of jobs: AI may become an information source, distributor, and gatekeeper, weakening the media's role as a trusted intermediary between events and the public. Three scenarios emerge from the interviews: the hybrid newsroom, augmented and trustworthy journalism, and a synthetic information ecosystem. The article proposes two interpretive concepts—survival-driven AI adoption and the premiumization of human journalism—and argues that the decisive issue for Georgian media is not whether to accept or reject AI, but whether editorial agency, accountability, source visibility, and epistemic authority can be preserved during its integration.

Keywords: artificial intelligence, Georgian media, futures studies, automated journalism, platformization, small media market, editorial accountability

შესავალი და თეორიული ჩარჩო

გენერაციული ხელოვნური ინტელექტის სწრაფმა გავრცელებამ ჟურნალისტიკის შესახებ დისკუსია ავტომატიზებული ტექსტის წარმოების ვიწრო საკითხს გასცდა. AI უკვე მონაწილეობს ინფორმაციის მოძიებაში, თარგმნაში, ტრანსკრიფციაში, მონაცემთა ანალიზში, ვიზუალური მასალის შექმნაში, პერსონალიზაციასა და დისტრიბუციაში. ამიტომ კითხვა მხოლოდ ის აღარ არის, დაწერს თუ არა მანქანა ჟურნალისტურ ტექსტს. უფრო არსებითია, ვინ განსაზღვრავს საჯაროდ ხილულ ინფორმაციას, ვინ აგებს პასუხს მის სიზუსტეზე და რჩება თუ არა მედიაორგანიზაცია დამოუკიდებელ შუამავლად აუდიტორიასა და რეალობას შორის.

ავტომატიზებული ჟურნალისტიკის ადრეული კვლევები ყურადღებას ამახვილებდა მონაცემებზე დაფუძნებული სტანდარტული ამბების ავტომატურ გენერირებაზე. ასეთ სისტემებს განსაკუთრებით ეფექტიანად მიიჩნევდნენ სპორტის, ფინანსებისა და არჩევნების მსგავსი სტრუქტურირებული მონაცემების დამუშავებისას (Dörr, 2016; Graefe, 2016). შემდგომმა კვლევებმა აჩვენა, რომ ავტომატიზაცია მხოლოდ პროდუქტის შექმნას არ ეხება: იგი ცვლის პროფესიულ იდენტობას, სამუშაოს განაწილებას, ავტორობის გაგებასა და პასუხისმგებლობის ჯაჭვს (Carlson, 2015; Diakopoulos, 2019; Lewis, Guzman, & Schmidt, 2019). გენერაციული AI ამ ცვლილებას აჩქარებს, რადგან ერთი სისტემა სხვადასხვა ტიპის შემოქმედებით და ანალიტიკურ ამოცანას ასრულებს და

ჟურნალისტის ყოველდღიურ სამუშაო პროცესში ბუნებრივი ენის ინტერფეისით ერთვება.

ამ ტრანსფორმაციის ახსნა ტექნოლოგიური დეტერმინიზმით არასაკმარისია. ტექნოლოგიას არ აქვს წინასწარ განსაზღვრული სოციალური შედეგი; მის გამოყენებას აყალიბებს ორგანიზაციის რესურსები, პროფესიული ნორმები, ბაზრის სტრუქტურა, პლატფორმების ძალაუფლება და მომხმარებელთა ქცევა. მედიამორფოზისის ხედვა ახალ მედიას ძველი ფორმების სრულ გამანადგურებლად კი არა, არსებული სისტემის გარდაქმნის ფაქტორად განიხილავს (Fidler, 1997). ამ თვალსაზრისით, AI-ს შეუძლია ზოგიერთი რუტინული ოპერაციის ჩანაცვლება, მაგრამ ამავე დროს გააჩინოს ახალი ფორმატები, როლები და პროფესიული განსხვავებები. რესპონდენტთა მოსაზრებებიც ხშირად სწორედ ასეთ თანაარსებობას აღწერს: სწრაფი ავტომატიზაცია ერთ სფეროში და ადამიანური ავტორობის გაძლიერებული მნიშვნელობა მეორეში.

ადამიანისა და მანქანის ურთიერთქმედების გასაგებად ნაშრომი ეყრდნობა კოგნიტური ასამბლაჟის იდეას. ჰეილსის მიხედვით, ცოდნის წარმოება შეიძლება განაწილდეს ადამიანებს, ტექნიკურ სისტემებსა და ინსტიტუციურ პროცედურებს შორის (Hayles, 2017). ნიუსრუმში AI ამ პერსპექტივით არც ნეიტრალური ხელსაწყოა და არც დამოუკიდებელი ავტორი. იგი მონაწილეობს ინფორმაციის შერჩევაში, დაკავშირებაში, გარდაქმნასა და წარმოდგენაში, ხოლო შედეგის მნიშვნელობას კვლავ განსაზღვრავს უფრო ფართო სოციოტექნიკური სისტემა. ეს მიდგომა საშუალებას გვაძლევს, ჟურნალისტის ჩანაცვლების ბინარული კითხვა შევცვალოთ სხვა კითხვებით: რომელი შემეცნებითი ამოცანა გადაეცემა სისტემას, სად რჩება ადამიანის განსჯა, როგორ ნაწილდება კონტროლი და ვინ პასუხობს შეცდომაზე.

მედიის მომავლისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია პლატფორმიზაცია. ციფრული პლატფორმები კულტურული პროდუქციის წარმოებაში მხოლოდ სადისტრიბუციო არხებად აღარ მოქმედებენ; ისინი ინფრასტრუქტურის, მონაცემების, მონეტიზაციისა და ხილვადობის წესებსაც ადგენენ (Nieborg & Poell, 2018; Poell, Nieborg, & van Dijck, 2019). ახალი ამბების ორგანიზაციები უკვე დამოკიდებული არიან საძიებო და სოციალური პლატფორმების ალგორითმებზე. გენერაციული საძიებო სისტემები და სასაუბრო აგენტები ამ დამოკიდებულებას კიდევ ერთ საფეხურს უმატებენ: მომხმარებელმა შეიძლება პასუხი უშუალოდ AI სისტემისგან მიიღოს და ინფორმაციის პირველწყარო მედიას აღარ დაუკავშიროს. ასეთ გარემოში AI არა მხოლოდ ნიუსრუმის შიდა საწარმოო ტექნოლოგია, არამედ აუდიტორიასთან ურთიერთობის გარე ინფრასტრუქტურაცაა.

ეს ცვლილება გეითქიფინგის კლასიკურ მოდელსაც ართულებს. ჟურნალისტური გეითქიფინგი გულისხმობდა პროფესიულ პროცესს, რომლის საშუალებითაც რედაქცია მოვლენებს არჩევდა, ამოწმებდა და საზოგადოებრივ დღის წესრიგში ათავსებდა. პლატფორმულ გარემოში ხილვადობაზე გავლენას ერთდროულად ახდენს რედაქცია, აუდიტორიის ქცევა და ალგორითმული სისტემა. გენერაციული AI შეიძლება ინფორმაციის სინთეზატორიც გახდეს: იგი სხვადასხვა წყაროდან მიღებულ მასალას აერთიანებს და მომხმარებლისთვის დასრულებული პასუხის სახით წარმოადგენს. ამიტომ ჟურნალისტიკის ეპისტემური ავტორიტეტი დამოკიდებული ხდება არა

მხოლოდ ინფორმაციის სისწორეზე, არამედ იმაზეც, შეუძლია თუ არა აუდიტორიას წყაროს, მტკიცებულებისა და პასუხისმგებელი აქტორის იდენტიფიცირება.

ნდობის საკითხი პირდაპირ უკავშირდება სინთეზური მედიის გავრცელებას. მაღალი ხარისხის ტექსტის, ხმისა და გამოსახულების იაფად გენერირება ზრდის ყალბი მასალის მოცულობას და ამცირებს ავთენტურობის ყოველდღიური შეფასების შესაძლებლობას. პრობლემა მხოლოდ ცალკეული დეზინფორმაციული ერთეული არ არის. როდესაც ნებისმიერი მტკიცებულების ხელოვნურად შექმნაა შესაძლებელი, ეჭვი შეიძლება გავრცელდეს ავთენტურ მასალაზეც. ამ გარემოში ჟურნალისტიკის საზოგადოებრივი ფუნქცია იცვლება: ინფორმაციის სწრაფ მიწოდებასთან ერთად იზრდება გადამოწმების, წარმომავლობის დადასტურებისა და სანდო კონტექსტის შექმნის ღირებულება. UNESCO-ს თანამედროვე რეკომენდაციებიც AI-ის ჟურნალისტურ გამოყენებას უკავშირებს ადამიანის სარედაქციო ზედამხედველობას, გამჭვირვალობას, პასუხისმგებლობასა და AI წიგნიერებას (UNESCO, 2023, 2025).

მცირე მედიაბაზრისა და მცირერესურსიანი ენის კონტექსტი ამ პროცესს განსხვავებულ დინამიკას სძენს. მსხვილ რედაქციებში AI ხშირად პროდუქტიულობისა და მასშტაბირების ინსტრუმენტია; რესურსულად დასუსტებულ მედიაში კი იგივე სისტემა შეიძლება იმ უნარის დროებითი შემცვლელი გახდეს, რომლის დაქირავებაც ორგანიზაციას არ შეუძლია. თარგმნა, დიზაინი, მონაცემთა დამუშავება და მასალის მრავალფორმატიანი ადაპტაცია განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მცირე გუნდებისთვის. თუმცა შესაძლებლობა ახალ დამოკიდებულებასაც ქმნის: ენისთვის საჭირო მოდელი, მონაცემები და გამოთვლითი ინფრასტრუქტურა უმეტესად გლობალური კომპანიის კონტროლქვეშაა. შესაბამისად, ენობრივი ბარიერის შემცირება შეიძლება ტექნოლოგიური სუვერენიტეტის შემცირებასთან ერთად მიმდინარეობდეს.

ამ წინააღმდეგობის აღსაწერად ნაშრომი გვთავაზობს ცნებას გადარჩენით განპირობებული AI-ის მიღება. იგი აღნიშნავს მდგომარეობას, როდესაც ტექნოლოგიისადმი გახსნილობას პირველ რიგში ინოვაციური ამბიცია კი არა, რესურსების მწვავე სიმცირე და ძირითადი პროფესიული ფუნქციების შენარჩუნების საჭიროება განსაზღვრავს. ასეთ პირობებში მოსალოდნელი სარგებელი სწრაფად და თვალსაჩინოდ ჩანს, ხოლო გრძელვადიანი საფრთხეების შეფასება შეიძლება გადაიდოს. ცნება არ გულისხმობს პრაქტიკოსთა არაკრიტიკულ დამოკიდებულებას. პირიქით, ინტერვიუებში ოპტიმიზმი ხშირად თანაარსებობს პლატფორმული ძალაუფლების, დეზინფორმაციისა და სარედაქციო კონტროლის დაკარგვის მკაფიო შიშთან.

მეორე ინტერპრეტაციული ცნებაა ადამიანური ჟურნალისტიკის პრემიუმიზაცია. თუ რუტინული და სტანდარტული მედია პროდუქტის დიდი ნაწილი ავტომატურად შეიქმნება, ადამიანის მიერ მოპოვებული, ადგილზე დამოწმებული და ავტორის პასუხისმგებლობით გამოცემული მასალა შეიძლება უფრო იშვიათ და ძვირადღირებულ პროდუქტად იქცეს. ეს პროცესი ერთდროულად შეიცავს შესაძლებლობასა და რისკს. შესაძლებლობაა ორიგინალური ჟურნალისტიკის ღირებულების ზრდა; რისკია სანდო ადამიანური ჟურნალისტიკის ხელმისაწვდომობის შეზღუდვა მხოლოდ გადამხდელი ან პრივილეგირებული აუდიტორიისთვის.

კვლევის თეორიული ჩარჩო ამგვარად აერთიანებს ოთხ ურთიერთდაკავშირებულ პერსპექტივას: მედიის გარდაქმნას, ადამიანისა და მანქანის განაწილებულ მოქმედებას,

პლატფორმულ დამოკიდებულებას და ჟურნალისტიკის ეპისტემურ ფუნქციას. მომავლების კვლევა ამ ჩარჩოს დროით განზომილებას ამატებს და გვაძლევს საშუალებას, რესპონდენტთა მოსაზრებები არა ერთ ხაზოვან პროგნოზად, არამედ კონკურენტ შესაძლო მიმართულებებად წავიკითხოთ.

მომავლების კვლევის ანალიტიკური მიდგომა

მომავლების კვლევა არ ცდილობს ერთი ზუსტი მომავლის წინასწარმეტყველებას. მისი ამოცანაა იმ ძალების, გაურკვევლობებისა და არჩევანების გაანალიზება, რომლებიც სხვადასხვა შედეგს შესაძლებელს ხდის. ვოროსის ზოგადი ფორსაიტის ჩარჩო ერთმანეთისგან განასხვავებს მონაცემების შეგროვებას, ანალიზს, ინტერპრეტაციას, პერსპექტივების შექმნასა და სტრატეგიულ მოქმედებას (Voros, 2003). სცენარების ტიპოლოგია კი სვამს სამ განსხვავებულ კითხვას: რა მოხდება, რა შეიძლება მოხდეს და როგორ შეიძლება სასურველი შედეგის მიღწევა (Börjeson et al., 2006).

ნაშრომში გამოყენებული სამი კატეგორია ამ განსხვავებას ეყრდნობა. სავარაუდო მომავალი წარმოიქმნება ინტერვიუებში დასახელებული უკვე ხილული ტენდენციების გაგრძელებით. შესაძლო მომავალი მოიცავს დაბალი ალბათობის, მაგრამ მაღალი ზემოქმედების მქონე ცვლილებებს და არ არის შეზღუდული დღევანდელი ინსტიტუციური მოწყობით. სასურველი მომავალი ნორმატიულია: იგი აჩვენებს, როგორი უნდა იყოს AI-ით გაძლიერებული მედია იმ ღირებულებების მიხედვით, რომლებსაც პრაქტიკოსები მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ. ეს კატეგორიები ერთმანეთისგან სრულად გამიჯნული არ არის. ერთი და იგივე ნიშანი შეიძლება სავარაუდო სცენარში პროდუქტიულობის წყარო იყოს, შესაძლო სცენარში ძალაუფლების კონცენტრაციას ემსახურებოდეს, ხოლო სასურველ სცენარში ადამიანის ზედამხედველობის ქვეშ მოექცეს.

კვლევა ასევე იყენებს სამი ჰორიზონტის ლოგიკას. პირველი ჰორიზონტი მოიცავს უკვე არსებულ ან ახლო მომავალში მოსალოდნელ გამოყენებებს: თარგმნას, ტრანსკრიფციას, დიზაინს, მონაცემთა დამუშავებასა და სამუშაო პროცესის დაჩქარებას. მეორე ჰორიზონტი აღწერს გარდამავალ ორგანიზაციულ ცვლილებებს, მათ შორის ახალ პროფესიულ როლებს, ჰიბრიდულ ავტორობასა და ახალ ბიზნესმოდელებს. მესამე ჰორიზონტი აერთიანებს უფრო რადიკალურ ცვლილებებს: AI აგენტების მიერ ინფორმაციის შუამავლობის საკუთარ თავზე აღებას, სინთეზურ საველე რეპორტაჟსა და ადამიანური ჟურნალისტიკის იშვიათ პროდუქტად ქცევას. ჰორიზონტები კალენდარული ეტაპები არ არის; ისინი ცვლილების სიღრმესა და სისტემურ ხასიათს ასახავს.

კვლევის ოპერაციული ლოგიკა ადაპტირებულია კოპენჰაგენის მომავლის კვლევების ინსტიტუტის (CIFS) სტრატეგიული ფორსაიტის მიდგომიდან. CIFS-ის მიზანი ერთი მომავლის წინასწარმეტყველება კი არა, მრავლობითი მომავლების გამოკვლევა და მოძველებული დაშვებების გადამოწმებაა. მისი „ალტერნატიული მომავლების კონუსი“ განასხვავებს შესაძლო, დასაშვებ, სავარაუდო და სასურველ მომავალს, ხოლო სცენარების დაგეგმვა ტენდენციებს, გაურკვევლობებსა და ღირებულებით არჩევანს აერთიანებს (Copenhagen Institute for Futures Studies [CIFS], 2026). კვლევა ამ მოდელიდან სამ კატეგორიას — სავარაუდოს, შესაძლოსა და სასურველს — იყენებს: რა გაგრძელდება

არსებული ტენდენციებიდან, რა შეიძლება მოხდეს დაბალი ალბათობის მიუხედავად და როგორი მომავალი მიაჩნიათ პრაქტიკოსებს ღირებულად.

კვლევის კითხვები

კვლევა პასუხობს შემდეგ კითხვებს:

1. როგორ ხედავენ ქართული მედიის პრაქტიკოსები ხელოვნური ინტელექტის გავლენას ჟურნალისტურ წარმოებაზე, პროფესიულ როლებსა და მედიის ორგანიზაციულ პროცესებზე უახლოეს მომავალში?
2. როგორ განსაზღვრავს მცირე მედიაბაზრის, რესურსული სიმცირისა და მცირერესურსიანი ენის სპეციფიკა AI-ის მიღებას, მისგან მოსალოდნელ შესაძლებლობებსა და ახალ დამოკიდებულებებს?
3. რა სავარაუდო, შესაძლო და სასურველ მომავალს წარმოიდგენენ პრაქტიკოსები მედიის სანდოობის, ადამიანური მოქმედების უნარისა და ჟურნალისტიკის საზოგადოებრივი ფუნქციისთვის AI-ით შუამავლებულ გარემოში?

მეთოდოლოგია

კვლევა ეფუძნება თვისებრივ, ინტერპრეტაციულ დიზაინს. მისი მიზანია არა საქართველოს მედია სექტორში დამოკიდებულებების სტატისტიკური განზოგადება, არამედ იმ მნიშვნელობების, მოლოდინებისა და წინააღმდეგობების გამოვლენა, რომლებსაც პრაქტიკოსები AI-ის მომავალს უკავშირებენ. რვა მონაწილე შეირჩა მიზნობრივი შერჩევით, პროფესიული გამოცდილებისა და მედიის ტიპოლოგიური მრავალფეროვნების გათვალისწინებით. სამუშაო კორპუსში წარმოდგენილი არიან ეროვნული, რეგიონული, სათემო და ნიშური მედიის ჟურნალისტები, რედაქტორები და მენეჯერები, აგრეთვე მედია-ტექნოლოგიურ პროდუქტებზე მომუშავე სპეციალისტები და მედიის სამართლის ექსპერტი.

კვლევაში მონაწილეობდნენ: ერეკლი ფოლადაშვილი — BM.GE-ის ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების რუბრიკის რედაქტორი; გიორგი გიორგაშვილი — ჟურნალისტებისთვის განკუთვნილი AI ხელსაწყოს, Rebat-ის, კოორდინატორი; ნატა ძველიშვილი — გამოცემა „ინდიგოს“ ხელმძღვანელი; ნინო ზურიაშვილი — „სტუდია მონიტორის“ გამომძიებელი ჟურნალისტი; ნინო ჯანგირაშვილი — ეროვნული მაუწყებელი „კავკასიის“ ხელმძღვანელი; ნინა ხელაძე — სათემო მედია TOK TV-ის განვითარების დირექტორი და რედაქტორი; ნათია კაპანაძე — მედიასამართლის ექსპერტი და მედიაომბუდსმენის ხელმძღვანელი; გიორგი მანთიძე — AINews-ის ადმინისტრატორი. ყველა მონაწილემ თანხმობა განაცხადა სახელის, პროფესიული პოზიციისა და ციტატების გამოქვეყნებაზე.

მონაცემები შეგროვდა ნახევრადსტრუქტურირებული სიღრმისეული ინტერვიუებით 2026 წელს. კითხვები შეეხებოდა AI-ის უკვე ნაცნობ გამოყენებებს, უახლოეს მომავალში მოსალოდნელ ცვლილებებს, ახალი პროფესიული როლების წარმოქმნას, სარედაქციო პასუხისმგებლობას, ნდობას, ენობრივ შესაძლებლობებს, ბიზნესმოდელებსა და რადიკალურ შესაძლო სცენარებს. ნახევრადსტრუქტურირებული ფორმატი მონაწილეებს აძლევდა შესაძლებლობას, ტექნოლოგიის მომავალზე საკუთარი პროფესიული გამოცდილებიდან და წარმოსახვიდან ესაუბრათ.

ანალიზი ორ ეტაპად ჩატარდა. პირველ ეტაპზე ინტერვიუების ამონარიდები დამუშავდა რეფლექსური თემატური ანალიზის პრინციპებით (Braun & Clarke, 2006,

2021). საწყისი კოდები აღწერდა კონკრეტულ მოსალოდნელ გამოყენებებსა და საფრთხეებს, შემდეგ კი გაერთიანდა უფრო ფართო თემებად: რესურსული სიმცირე და მიღება; რუტინის ავტომატიზაცია და ავტორობა; შუამავლობის დაკარგვა; მცირე ენის ორმაგი ეფექტი; სინთეზური რეალობა და ნდობა; დისტანციური საველე მუშაობა; ახალი პროფესიული როლები; ტექნოლოგიური მოქმედების უნარი. მეორე ეტაპზე ეს თემები განლაგდა სავარაუდო, შესაძლო და სასურველი მომავლების სივრცეში და სამი ჰორიზონტის მიხედვით.

ინტერვიუები აქ გამოყენებულია როგორც პროფესიული მოლოდინებისა და მომავლის წარმოსახვის წყარო. რესპონდენტების ნათქვამი არ ადასტურებს, რომ აღწერილი ტექნოლოგიური მოვლენა აუცილებლად განხორციელდება. მისი ანალიტიკური ღირებულება იმაშია, რომ გვიჩვენებს, რომელ ცვლილებებს აღიქვამენ პრაქტიკოსები შესაძლებლად, საშიშად ან სასურველად და როგორი მოქმედებისთვის ემზადებიან ისინი დღეს. რადგან ანალიზი ეფუძნება მკვლევრის მიერ შერჩეულ ძირითად ამონარიდებს და არა ყველა ინტერვიუს სრულ ტრანსკრიპტს, ნაშრომი არ აკეთებს რაოდენობრივ განცხადებებს თემების სიხშირის შესახებ.

შედეგები

რესურსული სიმცირე როგორც მიღების მთავარი მამოძრავებელი

ინტერვიუებში AI-ის მიმართ ოპტიმიზმი ხშირად არა ტექნოლოგიური მოდის, არამედ ქართული მედიის ხანგრძლივი რესურსული სისუსტის ფონზე ჩნდება. გიორგი გიორგაშვილი აღნიშნავს, რომ ქართველი ჟურნალისტები AI-ისადმი მიმღებლები არიან, რადგან ტექნოლოგიურ დონეზე „დასაკარგი ლამის აღარაფერი“ აქვთ და სისტემას გადარჩენისთვის დამხმარე ინსტრუმენტად ხედავენ. ნინო ჯანგირაშვილიც მცირე ბაზრისთვის AI-ის უპირატესობას იმაში ხედავს, რომ ის ავსებს ძვირადღირებული ან დეფიციტური სპეციალისტების ნაკლებობას, განსაკუთრებით თარგმნის, გრაფიკისა და დიზაინის მიმართულებით. ნათია კაპანაძის შეფასებით, დასუსტებული ქართული მედიისთვის AI შეიძლება „სამაშველო რგოლი“ გახდეს.

ამ მოსაზრებებში ტექნოლოგიის ღირებულებას მისი აბსტრაქტული ინოვაციურობა კი არა, კონკრეტული ორგანიზაციული დეფიციტის შევსების უნარი განსაზღვრავს. მცირე ნიუსრუმისთვის ერთი ინსტრუმენტი შეიძლება ერთდროულად ასრულებდეს ტრანსკრიფციის, თარგმნის, ტექსტის დამუშავებისა და ვიზუალური ადაპტაციის დამხმარე ფუნქციას. შედეგად, AI-ის მიღება დიდი რედაქციის ეფექტიანობის სტრატეგიისგან განსხვავებულ მნიშვნელობას იძენს: იგი მინიმალური სარედაქციო შესაძლებლობის შენარჩუნების გზაა.

თუმცა გადარჩენით განპირობებული მიღება შეიცავს სტრუქტურულ რისკს. როდესაც რედაქციას ტექნოლოგიის სწრაფი დანერგვა ყოველდღიური საჭიროების გამო სჭირდება, მას შეიძლება არ ჰქონდეს დრო და რესურსი მოდელის სიზუსტის, მონაცემთა დაცვის, საავტორო უფლებებისა და მიმწოდებელზე დამოკიდებულების შესაფასებლად. სწორედ ამიტომ რესურსული სიმცირე ერთდროულად ზრდის AI-ის სარგებლიანობას და ამცირებს რედაქციის მოლაპარაკების ძალას ტექნოლოგიურ კომპანიებთან.

ავტომატიზებული რუტინა და ადამიანური ავტორობის ახალი ღირებულება

რესპონდენტები სრულ პროფესიულ ჩანაცვლებას შედარებით იშვიათად აღწერენ. უფრო ხშირია ფუნქციების გადანაწილების მოლოდინი. ნატა ძველიშვილი ვარაუდობს, რომ AI უფრო მეტად ჩაანაცვლებს ნიუსის სტანდარტულ ფორმას, ვიდრე ორიგინალური ტექსტის ავტორს, და პროცესს უფრო დააჩქარებს, ვიდრე მედიასაქმეს მთლიანად გააქრობს. ნათია კაპანაძე AI-ს კამერასა და ხმის ჩამწერთან ადარებს: მისი აზრით, ინსტრუმენტი ადამიანის იდეასა და შემოქმედებით განზრახვაზე რჩება დამოკიდებული. ნინო ჯანგირაშვილი AI-ს კარგ დამხმარედ ხედავს და სამუშაო ადგილების მასობრივ დაკარგვას მცირე ბაზრისთვის გადაჭარბებულ შიშად მიიჩნევს.

ამავე დროს, გიორგი გიორგაშვილი უფრო მკვეთრ პროპორციულ ცვლილებას ელოდება: რამდენიმე წელიწადში მედია წარმოების უმეტესი ნაწილი შეიძლება AI-ის მონაწილეობით შეიქმნას, ხოლო „ხელით შექმნილი პროდუქტი“ იშვიათობად და განსაკუთრებულობად იქცეს. ეს მოსაზრება ადამიანური ჟურნალისტიკის პრემიუმიზაციის შესაძლებლობაზე მიუთითებს. ავტომატურად წარმოებული მასალის სიჭარბეში ადამიანის ავტორობა, ადგილზე ყოფნა, ინდივიდუალური ხმა და პასუხისმგებლობა განმასხვავებელ ნიშნად იქცევა.

პრემიუმიზაცია ავტომატურად არ ნიშნავს ჟურნალისტიკის გაძლიერებას. თუ მაღალი დანახარჯის მქონე საგამოძიებო და საველე ჟურნალისტიკა მხოლოდ მცირე, გადამხდელი აუდიტორიისთვის გახდება ხელმისაწვდომი, საზოგადოებრივი ინფორმაციის უთანასწოროება გაიზრდება. მეორე მხრივ, მკაფიო ავტორობა და გადამოწმებული წარმოშობა შეიძლება მედიის ნდობის ეკონომიკურ და რეპუტაციულ აქტივად იქცეს. ამ სცენარში რედაქციის კონკურენტული უპირატესობა აღარ იქნება მხოლოდ გამოქვეყნების სისწრაფე; ის დაეფუძნება მტკიცებულების ჯაჭვს, პროფესიულ პასუხისმგებლობასა და აუდიტორიასთან დაგროვილ ურთიერთობას.

პროფესიული როლების ცვლილება

ინტერვიუებში ახალი როლების წარმოქმნა გარდამავალი პერიოდის ერთ-ერთ მთავარ ნიშნად ჩანს. ნატა ძველიშვილი საუბრობს პროფესიებზე, რომლებიც AI მოდელების მართვაზე იქნება ორიენტირებული. ნინო ჯანგირაშვილი ამ პროცესს სოციალური მედიის მენეჯერის პროფესიის გაჩენას ადარებს: ახალმა ინფრასტრუქტურამ შეიძლება დასაწყისში მცირე და სპეციალიზებული ფუნქციები შექმნას, რომლებიც მოგვიანებით ჩვეულებრივი სარედაქციო კომპეტენციის ნაწილი გახდება. ერეკლი ფოლადაშვილი შესაძლო როლად AI-ის ან AGI-ის გამკონტროლებელს ასახელებს, თუმცა იქვე აყენებს კითხვას, რამდენად მდგრადი იქნება ეს პროფესია, თუ მოწინავე სისტემა საჭირო ფუნქციების შექმნასაც თავად შეძლებს.

ამ ხედვებიდან იკვეთება სამი კომპეტენცია. პირველი არის სისტემის პრაქტიკული მართვა: სწორი დავალების ფორმულირება, სამუშაო პროცესში ინტეგრაცია და შედეგის რედაქტირება. მეორეა შემოწმება: წყაროების, ფაქტების, მიკერძოებისა და სინთეზური მასალის წარმომავლობის კონტროლი. მესამეა მმართველობა: რედაქციის წესების, პასუხისმგებლობისა და გამჭვირვალობის განსაზღვრა. თუ პირველი კომპეტენცია დროთა განმავლობაში ფართოდ გავრცელდება, მეორე და მესამე ჟურნალისტიკის პროფესიულ ბირთვად შეიძლება დარჩეს.

მედიის შუამავლობისა და ეპისტემური ავტორიტეტის საფრთხე

ინტერვიუებში ყველაზე ღრმა საფრთხე ჟურნალისტის ინდივიდუალური სამუშაო ადგილის დაკარგვა არ არის. ნინა ხელაძე სვამს კითხვას, იარსებებს თუ არა ჟურნალისტიკა დღევანდელი ფორმით, თუ AI თავად გახდება ინფორმაციის წყარო და მედიას ჩაანაცვლებს. მისი ვარაუდით, პერსონალური აგენტები შეიძლება მომხმარებლისთვის მთავარ „ჟურნალისტებად“ იქცნენ. ასეთ შემთხვევაში რედაქცია კონტენტს კვლავ აწარმოებდეს, მაგრამ აუდიტორიასთან პირდაპირი კავშირი დაკარგოს.

ნატა ძველიშვილი ამ ცვლილებას უკვე არსებულ პლატფორმულ კონკურენციას უკავშირებს: დიდმა ტექნოლოგიურმა კომპანიებმა აუდიტორია წაიღეს და ალგორითმებით მედიას წარმოების წესებიც უკარნახეს. AI აგენტი ამ ტენდენციას ამძაფრებს, რადგან ის არა მხოლოდ არჩევს ბმულს, არამედ წყაროების ნაცვლად თავად აყალიბებს პასუხს. შესაბამისად, მედიისთვის კრიტიკული ხდება ორი განსხვავებული მიზნის დაცვა: საკუთარი მასალის ეკონომიკური ღირებულება და ინფორმაციის საზოგადოებრივი წარმომავლობის ხილვადობა.

ერეკლი ფოლადაშვილი ამ რისკს უფრო რადიკალურად აღწერს. მისი შესაძლო სცენარით, ძლიერი AI შეიძლება საინფორმაციო გარემოს განზრახ არევას და ჟურნალისტიკის სანდოობის შემცირებას ცდილობდეს, რათა მედიამ ვეღარ შეასრულოს მაკონტროლებელი ფუნქცია. ეს მოსაზრება ტექნოლოგიის შესახებ ემპირიულ პროგნოზად ვერ ჩაითვლება, მაგრამ მნიშვნელოვან პროფესიულ შიშს ავლენს: თუ ინფორმაციის ინფრასტრუქტურა გაუმჭვირვალე და უკონტროლო აქტორად აღიქმება, ჟურნალისტური ზედამხედველობა თავად ამ ინფრასტრუქტურის მიმართ უნდა გაფართოვდეს.

გიორგი მანთიძე კიდევ ერთ პარადოქსზე მიუთითებს: AI კომპანიების დამფუძნებლები თავად საუბრობენ დიდ რისკებზე, მაგრამ მათი დამოუკიდებლად გამშუქებისა და საზოგადოებისთვის ახსნის ჟურნალისტური რესურსი არასაკმარისია. მისი აზრით, მედიამ ტექნოლოგიური ცვლილება გამოყენების ინსტრუმენტთან ერთად გაშუქებისა და ანგარიშვალდებულების თემადაც უნდა აქციოს (გიორგი მანთიძე, პირადი ინტერვიუ, 2026).

მცირე ენა როგორც ბარიერი და შესაძლებლობა

ქართული ენის სიმცირე ინტერვიუებში ორმაგად ფასდება. ერთი მხრივ, ქართულენოვანი ინსტრუმენტების ხარისხი, სასწავლო მონაცემების სიმცირე და გლობალური კომპანიების პრიორიტეტები უთანასწორობას ქმნის. მეორე მხრივ, გიორგი გიორგაშვილი ვარაუდობს, რომ AI-მ შეიძლება ენობრივი ბარიერი შეამციროს, ქართული პროდუქტის გავრცელების არეალი გაზარდოს და მცირე მედიას ახალი აუდიტორია და სარეკლამო ბაზარი გაუხსნას.

ეს შესაძლებლობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია თარგმნისა და მრავალენოვანი დისტრიბუციისთვის. მცირე რედაქციას შეუძლია ადგილობრივი ამბავი უცხოენოვან აუდიტორიას სწრაფად მიაწოდოს და საერთაშორისო მასალა ქართულად გადაამუშაოს. მაგრამ ენობრივი ნახტომი მდგრადი მხოლოდ მაშინ იქნება, თუ ხარისხის შემოწმება, ქართული კონტექსტის ცოდნა და მონაცემების პასუხისმგებლიანი მართვა რედაქციის

შიგნით დარჩება. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ენობრივი ხელმისაწვდომობის ზრდა შეიძლება სტანდარტიზებული, კონტექსტურად ღარიბი ტექსტების სიჭარბედ იქცეს.

საგამომძიებო ჟურნალისტიკაში AI-ის შესაძლებლობა მონაცემებთან წვდომასა და ანალიზს უკავშირდება. ნინო ზურიაშვილი ელოდება, რომ სისტემა ჟურნალისტებს დაეხმარება მიუწვდომელ მონაცემთა ბაზებსა და დიდი მოცულობის მასალასთან მუშაობაში. ამავე დროს, ტექნოლოგიური კომპანიების მიერ მედიისა და ინდივიდების შრომის ათვისების გამოცდილების გათვალისწინებით, იგი AI პლატფორმებისთვის გააზრებული წესების საჭიროებას ხედავს (ნინო ზურიაშვილი, პირადი ინტერვიუ, 2026).

სინთეზური რეალობა და ნდობის დეფიციტი

რესპონდენტთა ყველაზე ვიზუალური მომავლის სურათები უკავშირდება კლონებს, ჰოლოგრამებს, რობოტებსა და ხელოვნურად შექმნილ ველს. ერეკლი ფოლადაშვილი შესაძლებლად მიიჩნევს, რომ სტუმარმა სტუდიაში საკუთარი ციფრული კლონი გაგზავნოს, დრონმა ცნობილი რეპორტიორის ჰოლოგრამით იმუშაოს ან AI-მ ყალბი საველე გარემო შექმნას და იქიდან „რეპორტაჟი“ აწარმოოს. გიორგი გიორგაშვილი და ნინა ხელაძე საშიშ ზონებში რობოტული ან ჰუმანოიდური რეპორტიორების გამოყენებას ვარაუდობენ, თუმცა ადამიანის მართვას კვლავ აუცილებლად მიიჩნევენ.

ამ სცენარებში დისტანციური დასწრება ორ საპირისპირო შედეგს ქმნის. იგი ამცირებს ჟურნალისტის ფიზიკურ საფრთხეს და ზრდის იმ ადგილებზე წვდომას, სადაც ადამიანის გაგზავნა რთულია. ამავე დროს, აუდიტორიას შეიძლება გაუჭირდეს გარჩევა, რეპორტაჟი რეალურ ადგილზეა მოპოვებული თუ სინთეზურადაა შექმნილი. ამიტომ საველე ჟურნალისტიკის მომავალში ტექნიკური შესაძლებლობის გვერდით აუცილებელი ხდება წარმოშობის დადასტურების წესები: ვინ და როდის შეაგროვა მასალა, რა ნაწილი შეიქმნა ავტომატურად და რა გადაამოწმა რედაქციამ.

ნინა ხელაძე ყურადღებას ნდობის პარადოქსზეც ამახვილებს: თუ სანდო წყაროების რაოდენობა შემცირდება, დარჩენილი სანდო მედიების გავლენა შეიძლება გაიზარდოს. ეს შედეგი გარანტირებული არ არის, რადგან ნდობის საერთო ეროზიამ შეიძლება ყველა ინსტიტუტი დააზიანოს. თუმცა მოსაზრება აჩვენებს, რომ სინთეზური კონტენტის სიჭარბე ავთენტურობის დადასტურებას ცალკე სარედაქციო პროდუქტად აქცევს.

ტექნოლოგიური მოქმედების უნარი

რამდენიმე რესპონდენტი მომავლის მიმართ პასიურ დამოკიდებულებას აშკარად უარყოფს. ნატა ძველიშვილს სურს მონაწილეობა იმ დისკუსიებში, სადაც ტექნოლოგიური ცვლილების წესები განიხილება, რათა მხოლოდ შედეგის მიმღები არ იყოს. ნინა ხელაძე არჩევანს „მსხვერპლად დარჩენასა“ და ტექნოლოგიის გააზრებულ ინტეგრაციას შორის ხედავს. ნათია კაპანაძე ეთიკური ნორმების შექმნას ნდობისა და პროგრესის ერთობლივ პირობად მიიჩნევს.

ამ პოზიციებს აერთიანებს ტექნოლოგიური მოქმედების უნარის მოთხოვნა. პრაქტიკოსები აცნობიერებენ, რომ ქართული მედია გლობალური AI ინფრასტრუქტურის მიმართულებას დამოუკიდებლად ვერ განსაზღვრავს, მაგრამ შეუძლიათ გავლენა მოახდინონ მის ადგილობრივ გამოყენებაზე: შექმნან სარედაქციო წესები, მოითხოვონ გამჭვირვალობა, შეინარჩუნონ ადამიანის საბოლოო

პასუხისმგებლობა და აუდიტორიას აუხსნან, სად და რატომ გამოიყენეს AI. სასურველი მომავალი სწორედ ამ მოქმედების უნარზეა დამოკიდებული.

სამი პერსპექტიული სცენარი

ცხრილი 1. ქართული მედიის სამი პერსპექტიული სცენარი

სცენარი	მამოძრავებელი ძალა	ნიუსრუმის მოდელი	მთავარი შესაძლებლობა	მთავარი რისკი
სავარაუდო მომავალი — ჰიბრიდული ნიუსრუმი	ხარჯის შემცირება, სისწრაფე, რესურსების დეფიციტი	ადამიანი და AI ანაწილებენ რუტინულ და შემოქმედებით ამოცანებს	მცირე გუნდის პროდუქტიულობა და მრავალენოვანი გავრცელება	უხილავი დამოკიდებულება გარე პლატფორმებზე და არასაკმარისი შემოწმება
სასურველი მომავალი — გაძლიერებული და სანდო ჟურნალისტიკა	პროფესიული ღირებულებები და სარედაქციო მმართველობა	AI ასრულებს დამხმარე ფუნქციას, ადამიანი ინარჩუნებს საბოლოო განსჯასა და პასუხისმგებლობას	მეტი დრო გამოძიებისთვის, ადგილზე მუშაობისა და საზოგადოებრივი ინტერესისთვის	განხორციელებისთვის საჭირო რესურსისა და ერთიანი სტანდარტების ნაკლებობა
შესაძლო მომავალი — სინთეზური საინფორმაციო ეკოსისტემა	ავტონომიური აგენტები, სინთეზური მედია, პლატფორმული კონცენტრაცია	AI აგენტები ქმნიან, აერთიანებენ და ავრცელებენ პერსონალიზებულ ინფორმაციას	საშიშ და მიუწვდომელ გარემოში ინფორმაციის მოპოვება	წყაროს გაუჩინარება, სიმულირებული რეალობა და მედიის შუამავლობის დაკარგვა

წყარო: ავტორის ანალიზი სიღრმისეული ინტერვიუების საფუძველზე.

სავარაუდო მომავალი — ჰიბრიდული ნიუსრუმი

ყველაზე სავარაუდო სცენარში AI თანდათან ერთვება ყოველდღიურ სამუშაო პროცესში. თავდაპირველად იგი ამუშავებს ტექსტს, აუდიოს, თარგმანს, დიზაინსა და მონაცემებს. მოგვიანებით ჩნდება სპეციალისტი, რომელიც მოდელებს მართავს და რედაქციის წესებთან აკავშირებს. ჟურნალისტი არ ქრება, მაგრამ მისი სამუშაო იცვლება: ნაკლებ დროს ხარჯავს ტექნიკურ რუტინაზე და მეტს — დავალების ფორმულირებაზე, წყაროს შეფასებაზე, გადამოწმებასა და საბოლოო რედაქტირებაზე.

ეს სცენარი არსებული ტენდენციების პირდაპირი გაგრძელებაა და ამიტომ ყველაზე რეალისტურია. მისი სისუსტე ისაა, რომ ინტეგრაცია შეიძლება უხილავად და

ფრაგმენტულად მოხდეს. თანამშრომლები ინდივიდუალურად გამოიყენებენ სხვადასხვა სისტემას, ხოლო ორგანიზაციას არ ექნება ერთიანი წარმოდგენა, რა მონაცემი სად იგზავნება და ვინ პასუხობს შედეგზე. ჰიბრიდული ნიუსრუმი პროფესიულად მდგრადი მხოლოდ მაშინ გახდება, თუ ტექნიკურ დანერგვას თან ახლავს წესები, სწავლება და გამოყენების აღრიცხვა.

სასურველი მომავალი — გაძლიერებული და სანდო ჟურნალისტიკა

სასურველ სცენარში AI-ის პროდუქტიულობის სარგებელი საზოგადოებრივ ინტერესს ემსახურება. ავტომატიზაცია ათავისუფლებს დროს ორიგინალური რეპორტაჟისთვის, რთული მონაცემების ანალიზისა და აუდიტორიასთან მუშაობისთვის. მცირე ენა აღარ ზღუდავს გავრცელებას, თუმცა ქართულ კონტექსტზე პასუხისმგებელი რედაქტორი შედეგს ამოწმებს. სინთეზური მასალა მკაფიოდაა მონიშნული, წყაროებისა და ცვლილებების ისტორია ხილულია, საბოლოო სარედაქციო გადაწყვეტილება კი ადამიანს ეკუთვნის.

ეს მომავალი მხოლოდ ტექნოლოგიური პროგრესით არ დადგება. მას სჭირდება რედაქციული პროტოკოლები, თანამშრომელთა სწავლება, საერთო პროფესიული სტანდარტები და პლატფორმებთან სამართლიანი ურთიერთობის მოთხოვნა. სასურველი სცენარის საზომი არ არის AI-ის გამოყენების მოცულობა. საზომია, ზრდის თუ არა იგი გადამოწმებული ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას, ჟურნალისტის დამოუკიდებლობასა და საზოგადოების შესაძლებლობას, პასუხისმგებელი წყარო ამოიცნოს.

შესაძლო მომავალი — სინთეზური საინფორმაციო ეკოსისტემა

რადიკალურ შესაძლო სცენარში მომხმარებელი ინფორმაციას პერსონალური AI აგენტისგან იღებს. აგენტი თავად არჩევს წყაროებს, აერთიანებს მათ და პასუხს მომხმარებლის ინტერესებზე მორგებული ფორმით აწვდის. ველზე მუშაობენ დრონები და რობოტული სისტემები; სტუდიაში შეიძლება ციფრული კლონები გამოჩნდეს; რეალური და გენერირებული გარემოს გარჩევა რთულდება. მედიაორგანიზაცია ან ასეთი სისტემების მასალის მომწოდებლად იქცევა, ან აუდიტორიასთან კავშირს კარგავს.

სცენარის მნიშვნელობა მის ალბათობაში კი არა, შედეგების მასშტაბშია. თუ წყაროები და სარედაქციო არჩევანი ინტერფეისის მიღმა გაუჩინარდება, ჟურნალისტიკა შეიძლება არსებობდეს როგორც წარმოება, მაგრამ დაკარგოს საჯარო ინსტიტუტის სტატუსი. ასეთ მომავალში გადამწყვეტი ხდება ტექნიკური წარმომავლობის სტანდარტები, დამოუკიდებელი აუდიტი, წყაროს მითითების ვალდებულება და ის საზოგადოებრივი შეთანხმება, რომლის მიხედვითაც პასუხისმგებლობა ვერ გადაეცემა გაუმჭვირვალე სისტემას.

დისკუსია

კვლევის შედეგები ადასტურებს, რომ AI-ის ინტეგრაცია ქართულ მედიაში ვერ აიხსნება მხოლოდ სამუშაო ადგილების ჩანაცვლების თეზით. რესპონდენტები უფრო ხშირად აღწერენ ფუნქციების გადანაწილებას, პროცესების დაჩქარებასა და ახალი კონტროლის როლების გაჩენას. ეს ემთხვევა იმ კვლევებს, რომლებიც ავტომატიზაციას პროფესიული საზღვრებისა და პასუხისმგებლობის ხელახალ შეთანხმებად განიხილავს (Carlson, 2015; Diakopoulos, 2019). თუმცა ქართული შემთხვევა ამ დისკუსიას

რესურსული სიმცირის მკვეთრ განზომილებას მატებს. აქ AI-ის მიღება ხშირად იწყება არა გაფართოების სურვილით, არამედ არსებული ფუნქციის გადარჩენის საჭიროებით.

გადარჩენით განპირობებული მიღების ცნება ხსნის, რატომ შეიძლება ერთი და იგივე პრაქტიკოსი ერთდროულად ოპტიმისტიც იყოს და ღრმა სისტემურ საფრთხეებზეც საუბრობდეს. მოკლევადიან ჰორიზონტზე AI რეალურ პრობლემას აგვარებს: ამცირებს ხარჯს, აჩქარებს მუშაობას და ავსებს კომპეტენციის ნაკლებობას. გრძელვადიან ჰორიზონტზე კი აძლიერებს დამოკიდებულებას კომპანიებზე, რომლებიც აკონტროლებენ მოდელს, მონაცემებსა და აუდიტორიამდე მისასვლელ ინტერფეისს. ამიტომ ტექნოლოგიური სარგებლისა და ინსტიტუციური ავტონომიის შეფასება სხვადასხვა დროით მასშტაბზე უნდა მოხდეს.

მეორე მნიშვნელოვანი დასკვნა ჟურნალისტიკის შუამავლობის შესახებ რესპონდენტთა შიშს ეხება. ავტომატიზებული ჟურნალისტიკის კვლევაში ხშირად ცენტრალურია ტექსტის ავტორობა და ხარისხი. ინტერვიუები უფრო ფართო პრობლემაზე მიუთითებს: თუ AI მომხმარებლის მთავარ საინფორმაციო პარტნიორად იქცა, მედიის ფუნქცია შეიძლება შეიცვალოს იმის მიუხედავად, ვინ დაწერა საწყისი ტექსტი. ეს პლატფორმიზაციის ლოგიკური გაგრძელებაა. სოციალური პლატფორმა ადრე არჩევდა, რომელი მედიის ბმული დაენახა მომხმარებელს; გენერაციული აგენტი კი თავად აყალიბებს პასუხს და წყაროს მიმართ ინტერესს ამცირებს.

ადამიანური ჟურნალისტიკის პრემიუმიზაცია ამ ცვლილების შესაძლო პასუხია, მაგრამ იგი ორმაგად უნდა შეფასდეს. ავტორობის, ავთენტურობისა და ადგილზე მოპოვებული მასალის ღირებულება მართლაც შეიძლება გაიზარდოს. ამავე დროს, საზოგადოებრივი სიკეთისთვის აუცილებელი ინფორმაცია არ უნდა გადაიქცეს მხოლოდ ელიტურ პროდუქტად. მედიაპოლიტიკისა და დონორული მხარდაჭერისთვის აქედან გამომდინარეობს პრაქტიკული ამოცანა: დაფინანსდეს არა ზოგადად „AI ინოვაცია“, არამედ ის ინფრასტრუქტურა, რომელიც ადამიანური ჟურნალისტიკის მტკიცებულებით და ანგარიშვალდებულებით წარმოებას ყველასთვის ხელმისაწვდომს ტოვებს.

მცირე ენის შედეგიც წინააღმდეგობრივია. ავტომატური თარგმნა ქართულ მედიას საერთაშორისო გავრცელების შესაძლებლობას აძლევს და აუდიტორიის მასშტაბის შეზღუდვას ნაწილობრივ ამცირებს. მაგრამ თუ ენობრივი შესაძლებლობა მთლიანად გარე მოდელზეა დამოკიდებული, ადგილობრივი მედია ახალ ინფრასტრუქტურულ მოწყვლადობას იძენს. ამიტომ სასურველი მომავლის ნაწილი უნდა იყოს ქართული ენის ტესტირება, შეცდომების საერთო ბაზა, ადგილობრივი მონაცემების პასუხისმგებლიანი განვითარება და ინსტრუმენტების შესყიდვისას გამჭვირვალობის მოთხოვნა.

კვლევის საფუძველზე ქართული მედიაორგანიზაციებისთვის ხუთი მიმართულება იკვეთება. პირველია AI-ის გამოყენების სარედაქციო პოლიტიკა, რომელიც განსაზღვრავს დასაშვებ ამოცანებს, აკრძალულ მონაცემებსა და საბოლოო პასუხისმგებელ პირს. მეორეა სინთეზური მასალისა და მნიშვნელოვანი ავტომატური ჩარევის გამჭვირვალე მონიშვნა. მესამეა სავალდებულო ადამიანური გადამოწმება ფაქტობრივ, სამართლებრივად მგრძნობიარე და მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესის მქონე მასალაზე. მეოთხეა თანამშრომელთა უწყვეტი სწავლება, რომელიც ხელსაწყოს გამოყენებასთან ერთად მის შეზღუდვებსაც მოიცავს. მეხუთეა სექტორული

თანამშრომლობა ქართული ენის ხარისხის, ეთიკური სტანდარტებისა და პლატფორმებთან მოლაპარაკების საკითხებზე.

კვლევას რამდენიმე შეზღუდვა აქვს. მიზნობრივი თვისებრივი შერჩევა ვერ წარმოადგენს მთლიან ქართულ მედია სექტორს. ანალიზი ეფუძნება ინტერვიუებიდან წინასწარ გამოყოფილ ძირითად ამონარიდებს, რის გამოც იგი არ ზომავს თემების სიხშირეს და შეიძლება სრულ საუბარში არსებულ დამატებით კონტექსტს ვერ ასახავდეს. სცენარები არც პროგნოზია და არც ტექნოლოგიური შესაძლებლობების დამოუკიდებელი შეფასება; ისინი რესპონდენტთა პროფესიული წარმოსახვის ანალიტიკური სინთეზია. შემდგომ კვლევაში სასურველია სრული ტრანსკრიპტების კოდირება, განსხვავებული ტიპის მედიების შედარება, აუდიტორიის პერსპექტივის დამატება და სცენარების მონაწილეობითი სემინარით შემოწმება.

დასკვნა

ქართული მედიის პრაქტიკოსთა ხედვებში AI ერთდროულად არის დეფიციტური რესურსების შემავსებელი, პროფესიული როლების გარდამქმნელი და მედიის საზოგადოებრივი ფუნქციის შესაძლო კონკურენტი. სავარაუდო მომავალში ყალიბდება ჰიბრიდული ნიუსრუმი, სადაც ადამიანი და სისტემა სამუშაოს ინაწილებენ. შესაძლო რადიკალურ მომავალში AI აგენტები აუდიტორიის მთავარ საინფორმაციო შუამავლებად იქცევიან და სინთეზური რეალობა წყაროსა და მტკიცებულების გარჩევას ართულებს. სასურველ მომავალში ტექნოლოგია ჟურნალისტის შესაძლებლობებს ზრდის, მაგრამ სარედაქციო განსჯა, პასუხისმგებლობა და წყაროს ხილვადობა ადამიანის კონტროლქვეშ რჩება.

კვლევის მთავარი შედეგი ისაა, რომ ქართული მედიისთვის AI-ის საკითხი ვერ დაიყვანება არჩევანზე მიღებასა და უარყოფას შორის. გადამწყვეტია, რა პირობებით მიიღებს მედია ტექნოლოგიას და შეინარჩუნებს თუ არა მოქმედების უნარს. თუ ინტეგრაციას მხოლოდ ეკონომიკური გადარჩენა განსაზღვრავს, მოკლევადიანი ეფექტიანობა შეიძლება გრძელვადიან დამოკიდებულებად იქცეს. თუ რედაქციები საერთო წესებს, შემოწმების პრაქტიკასა და აუდიტორიასთან გამჭვირვალე კომუნიკაციას შექმნიან, AI-ს შეუძლია გააძლიეროს მცირე მედიაბაზრის შესაძლებლობები ისე, რომ ჟურნალისტიკის მთავარი საზოგადოებრივი ვალდებულება — სანდო და პასუხისმგებლიანი ცოდნის წარმოება — არ დასუსტდეს.

მადლობა

ავტორი მადლობას უხდის კვლევის რვავე მონაწილეს დროის, პროფესიული გამოცდილებისა და მომავლის სცენარებზე ღია მსჯელობისთვის. კვლევის კონცეპტუალური განვითარებისთვის მნიშვნელოვანი იყო კოპენჰაგენის მომავლის კვლევების ინსტიტუტის მიერ გაზიარებული სტრატეგიული ფორსაიტის მიდგომები; მათი გამოყენება არ გულისხმობს ინსტიტუტის მიერ ნაშრომის დასკვნების მხარდაჭერას.

ბიბლიოგრაფია

Beckett, C. (2019). New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence. Polis, London School of Economics and Political Science.

Börjeson, L., Höjer, M., Dreborg, K.-H., Ekvall, T., & Finnveden, G. (2006). Scenario types and techniques: Towards a user's guide. Futures, 38(7), 723–739. https://doi.org/10.1016/j.futures.2005.12.002

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Braun, V., & Clarke, V. (2021). Thematic analysis: A practical guide. SAGE.

Carlson, M. (2015). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. Digital Journalism, 3(3), 416–431. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412

Copenhagen Institute for Futures Studies. (2026, August). Introduction to CIFS: Futures of AI & media [Presentation].

Diakopoulos, N. (2019). Automating the news: How algorithms are rewriting the media. Harvard University Press.

Dörr, K. N. (2016). Mapping the field of algorithmic journalism. Digital Journalism, 4(6), 700–722. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748

Fidler, R. (1997). Mediamorphosis: Understanding new media. Pine Forge Press.

Graefe, A. (2016). Guide to automated journalism. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University.

Hayles, N. K. (2017). Unthought: The power of the cognitive nonconscious. University of Chicago Press.

Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, journalism, and human-machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. Digital Journalism, 7(4), 409–427. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. New Media & Society, 20(11), 4275–4292. https://doi.org/10.1177/1461444818769694

Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. Internet Policy Review, 8(4). https://doi.org/10.14763/2019.4.1425

Thurman, N., Dörr, K., & Kunert, J. (2017). When reporters get hands-on with robo-writing. Digital Journalism, 5(10), 1240–1259. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819

UNESCO. (2023). Guidelines for the governance of digital platforms. UNESCO.

UNESCO. (2025). AI and the future of journalism. UNESCO.

Voros, J. (2003). A generic foresight process framework. Foresight, 5(3), 10–21. https://doi.org/10.1108/14636680310698379