

UDC 316.774:070(100):004

SCOPUS CODE 3301

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2026-1-177-182>

## ციფრული ტექნოლოგიების გავლენა ტრადიციულ მედიაზე – ბეჭდური მედიის კრიზისი

თამარ მიქელაძე

სოციალურ მეცნიერებათა აკადემიური დოქტორი მასობრივ კომუნიკაციაში. ჰუმანიტარულ და სოციალურ მეცნიერებათა სკოლა, ჟურნალისტიკის და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულება, გრიგოლ რობაქიძის უნივერსიტეტი. საქართველო

E-mail: tamar.mikeladze@gruni.edu.ge

### რეცენზენტები:

**ნ. შოშიტაშვილი**, გრიგოლ რობაქიძის უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ და სოციალურ მეცნიერებათა სკოლის ასოცირებული პროფესორი, სოციოლოგიის დოქტორი

E-mail: n.shoshitashvili@gruni.edu.ge

**მ. გოგატიშვილი**, გრიგოლ რობაქიძის უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ და სოციალურ მეცნიერებათა სკოლის პროფესორი, ფილოსოფიის დოქტორი

E-mail: mikheil.gogatishvili@gruni.edu.ge

**ანოტაცია.** ციფრულმა ტრანსფორმაციამ მედიაში ფუნდამენტურად შეცვალა მასმედიის საინფორმაციო საშუალებების სტრუქტურა, მედიაპროდუქტის შექმნის სპეციფიკა, ასევე, მასობრივი აუდიტორიის ქცევა, კერძოდ, ინფორმაციის ზედაპირულად მიღებისა და აღქმის თავისებურებები. ციფრული ტრანსფორმაცია ცხადია, გავლენას ახდენს მედიის სტრუქტურასა და შინაარსზე, იცვლება ჟურნალისტური პროდუქტის ფორმები, ციფრული მედია ხელს უწყობს ფორმების მრავალფეროვნებას – ინტერაქტიული სტატიები, ვიდეორეპორტაჟები, პოდაკასტები და ლაივსტრიმინგი მედიაორგანიზაციებს მეტ მოქნილობას სძენს აუდიტორიასთან ურთიერთობისას. მოგესხენებათ, ბეჭდურ მედიაში ასეთი ფორმატების ინტეგრაცია შეუძლებელია. ციფრული ტექნოლოგიების სწრაფი განვითარება და ინფორმაციის გავრცელების ახალი ფორმების ინტენსიური დანერგვა მკვეთრად ცვლის მედიაგარემოს. სტატიაში განხილულია ბეჭდური მედიის სისტემური კრიზისის გამომწვევი ძირითადი ფაქტორები, მათ შორის – ეკონომიკური, ტექნოლოგიური და კულტურული ასპექტები; კვლევის საგანია ბეჭდური მედიასაშუალებების ალტერნატიული ფორმების და მექანიზმების შემუშავება ან შექმნა თანამედროვე ციფრულ გარემოში.

**საკვანძო სიტყვები:** აუდიტორიის ქცევა; ბეჭდური მედია; ინფორმაციის ზედაპირული აღქმა; ციფრული მედია; ციფრული ტრანსფორმაცია.

## შესავალი

საუკუნეების განმავლობაში ყოველი ახალი მედიასაშუალების გაჩენისას წინასწარმეტყველებდნენ, რომ ის წინამორბედს ჩაანაცვლებდა. ცხადია, ახალი და ტრადიციული მედიასაშუალებები დღემდე თანაარსებობს, მაგრამ ტრადიციული მედია, განსაკუთრებით კი, ბეჭდური პრესა, 21-ე საუკუნეში ახალი გამოწვევის წინაშე დგას. ფაქტია, რომ ციფრული მედია სულ უფრო დიდ აუდიტორიას იზიდავს, ტრადიციული მედიასაშუალებები ხშირ შემთხვევაში ავრცელებენ ან / და იმოწმებენ სოციალური მედიით გავრცელებულ ინფორმაციას; ზღვარი პროფესიულ და სამოყვარულო ჟურნალისტიკას შორის ბუნდოვანი გახდა – ციფრული მედიას პლატფორმები და ბლოგები ყველას აძლევს საშუალებას, ჟურნალისტიკად იქცნენ.

როგორც აღვნიშნეთ, მედიის გაციფრულება განსაკუთრებით ნეგატიურად აისახა ბეჭდურ მედიაზე, რომელიც კრიზისის წინაშე დგას და მისი სამომავლო არსებობა მედიასივრცეში კითხვის ნიშნის ქვეშ არის.

ციფრული ტრანსფორმაცია, ცხადია, გავლენას ახდენს მედიის სტრუქტურასა და შინაარსზე. იცვლება ჟურნალისტური პროდუქტის ფორმები, ციფრული მედია ხელს უწყობს ფორმების მრავალფეროვნებას – ინტერაქტიული სტატიები, ვიდეორეპორტაჟები, პოდკასტები და ლაივსტრიმინგი მედია-

ორგანიზაციებს მეტ მოქნილობას სძენს აუდიტორიასთან ურთიერთობისას. მოგეხსენებათ, ბეჭდურ მედიაში ასეთი ფორმატების ინტეგრაცია შეუძლებელია (Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. 2015).

მთავარი მახასიათებელი, რომელიც სოციალურ მედიას ტრადიციულისგან განასხვავებს, გახლავთ ისიც, რომ ინფორმაციის გარვეული ნაწილი აუდიტორიის მიერ იქმნება. მოგეხსენებათ, ტრადიციულ მედიაში ინფორმაციის ნაკადი მხოლოდ ერთი მიმართულებით მიდიოდა, აუდიტორიას საკუთარი სუბიექტური მოსაზრების გამოხატვის ან ინფორმაციის განვრცობის, გაზიარების ან/და შევსების საშუალება არ ჰქონდა. ციფრული პლატფორმები უზრუნველყოფს აუდიტორიის ჩართულობისა და უკუკავშირის შესაძლებლობას (კომენტარები, გაზიარება, რეაქციები), რაც ტრადიციულ მედიაში ნაკლებად ხორციელდება. ინტერაქციის შესაძლებლობა ცხადია განსაზღვრავს სოციალური მედიის კიდევ უფრო სწრაფ განვითარებას (Georgian National Communications Commission, 2023).

## ძირითადი ნაწილი

ონლაინსივრცეში საინფორმაციო კონკურენცია გაზრდილია. პირველობა ინფორმაციაში ხშირად გადაწყვეტია, რაც ხშირ შემთხვევაში იწვევს, ფაქტების დაუზუსტებლობას ან სენსაციებზე ორიენტაციას.

თანამედროვე მედიაგარემოში ტრადიციულ ბეჭდურ მედიას უწევს მორგება ახალ გამოწვევებთან – პლატფორმათაშორის კონვერგენციასა და აუდიტორიის ციფრულ მიგრაციაზე, რაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს როგორც შინაარსის წარმოებაზე, ისე მედიაორგანიზაციების ეკონომიკურ მდგრადობაზე.

ინფორმაციის მოცულობა 21-ე საუკუნეში უპრეცედენტოდ გაიზარდა. თუმცა საინფორმაციო ნაკადის ქაოსური ზრდა არ ნიშნავს ინფორმაციულ სიღრმეს ან კრიტიკული ანალიზის უფრო მეტ შესაძლებლობას ან უნარს. ციფრული მედიის პირობებში ინფორმაციის სიჩქარე და რაოდენობა ნეგატიურად აისახება აუდიტორიის კოგნიტურ უნარებზე, კერძოდ, ხდება ინფორმაციის ზედაპირული რეცეფცია/აღქმა, ფეხს იკიდებს ე.წ. “headline culture”, რაც თავისთავად, ქმნის ზედაპირულ ცოდნას და მთავარი (ძირითადი) კონტექსტის დაკარგვას (Franklin, B. (Ed.), 2021).

ციფრული მედიის სპეციფიკიდან გამომდინარე, როგორც აღვნიშნეთ, ინფორმაციას მასობრივი აუდიტორია აღიქვამს ზედაპირულად და ფრაგმენტულად. ციფრული სივრცე აუდიტორიას ხშირად აწვდის ინფორმაციას მცირე „დოზებად“ – მოკლე სათაურებით, პოსტებით. ე.წ. news snack culture იწვევს ინფორმაციის სწრაფ და ზედაპირულ მოხმარებას, რაც, ცხადია, ცვლის აუდიტორიის ქცევას, კერძოდ, ინფორმაციის აღქმა ხდება ემოციური რეაქციით და არა ანალიტიკით; რისი გამომწვევი ძირითადი ფაქტორი არის აუდიტორიის ციფრული მიგრაცია, როცა საზოგადოების უმეტესი ნაწილი სოციალური მედიის მომხმარებელია.

ციფრული ტექნოლოგიების გავრცელებამ, სოციალური ქსელებისა და მობილური მოწყობილობების პოპულარიზაციამ მკვეთრად შეამცირა ტრადიციული ბეჭდური მედიის აუდიტორია. ბეჭდური მედიასაშუალებები დგას მნიშვნელოვანი ეკონომიკური და სტრუქტურული გამოწვევების წინაშე, რაც მათ აიძულებს, შეამცირონ ტირაჟები, შეამცირონ ადამიანური რესურსი და გადაეწყონ ჰიბ-

რიდულ ციფრულ მოდელზე. საქართველოს მაგალითზე, კომუნიკაციების კომისიის მონაცემებით, მოსახლეობის 84.3% ინფორმაციას პირველწყაროდ ინტერნეტით იღებს, ხოლო ბეჭდური მედიის წილი მკვეთრად მცირდება (Georgian National Communications Commission, 2023).

საკვლევი პრობლემიდან გამომდინარე ვაწარმოეთ კვლევა. კვლევა განხორციელდა რაოდენობრივი მეთოდის გამოყენებით. მონაცემები შევაგროვეთ ონლაინკითხვარის (Google Forms) მეშვეობით, რომელიც მოიცავდა 12 სტრუქტურირებულ და ნახევრად ღია ტიპის შეკითხვას, რაც მიზნად ისახავდა რესპონდენტთა დამოკიდებულებების, პრეფერენციებისა და ქცევითი მოდელების შეფასებას. გამოკითხვა დაახლოებით 50 რესპონდენტი. კვლევის საგანს წარმოადგენდა, დაგვედგინა თუ რამდენად არის შემცირებული ბეჭდური მედიის მოხმარება. შერჩევა იყო არარეპრეზენტატული და ეფუძნებოდა მოხალისეობრივ პრინციპს.

გამოკითხულთა უმრავლესობა (87.5%) იყო მდებარეობითი სქესის, რაც მიუთითებს ქალთა აქტიურ, გათვითცნობიერებულ ჩართულობაზე. ასაკობრივი განაწილება მიანიშნებს, რომ ყველაზე აქტიური ჯგუფი იყო 35-54 წლამდე ასაკის ადამიანი (60.4%), რაც ხაზს უსვამს საშუალო და უფროსი ასაკის აუდიტორიის ინფორმაციულ ჩვევებს.

რაც შეეხება, ინფორმაციის მიღების წყაროებს, რესპონდენტთა დიდი ნაწილი (68.8%) ყოველდღიურად ახალ ამბებს იღებს სოციალური მედიის საშუალებით (Facebook, TikTok, Instagram), 18.8% იყენებს ონლაინმედიაპლატფორმებს, ხოლო ბეჭდურ მედიას თითქმის არ იყენებენ. კვლევის ანალიზი ნათლად ადასტურებს ციფრული მედიის,

განსაკუთრებით სოციალური მედიის, დომინანტ პოზიციას თანამედროვე საინფორმაციო სისტემაში.

რაც შეეხება, მედიის სანდოობის შესახებ შეკითხვას, რესპონდენტთა 64.6%-მა მიუთითა, რომ ციფრული და ბეჭდური მედია თანაბრად სანდოა, ხოლო მხოლოდ 10.4% ფიქრობს, რომ ციფრული მედია უფრო სანდოა, ვიდრე ბეჭდური. არსებული შედეგი ცხადყოფს, რომ მიუხედავად ციფრული მედიის აქტიური მოხმარებისა, ნდობის საკითხი კვლავ აქტუალურია და ბეჭდური მედია ჯერ კიდევ ინარჩუნებს სანდოობის მაღალ ხარისხს.

რაც შეეხება შეკითხვას დროისა და ფორმატების პრეფერენციასთან დაკავშირებით, მედიაკონტენტის მოხმარების საშუალო დრო უმეტეს შემთხვევაში 15-30 წუთს არ აღემატება, რაც მიანიშნებს აუდიტორიის სწრაფი ინფორმაციის მიღების ტენდენციაზე. ასევე, გამოკითხულთა ნახევარზე მეტი (52.1%) უპირატესობას ანიჭებს ტექსტის ფორმატით სტატიებს, ხოლო 29.2% – მოკლე ვიდეოებს. აღნიშნული შედეგი ხაზს უსვამს მულტიმედიური ფორმატების მნიშვნელობას ციფრულ მედიაში.

შეკითხვამ, რომელიც ციფრული მედიის გავლენას და შეფასებას ეხებოდა, შემდეგი სურათი მოგვცა: გამოკითხულთა 65.2%-ს ერთხელ მაინც უფიქრია, რომ ციფრული მედია მათგან მეტ დროს მოითხოვს, ვიდრე მიზანშეწონილია. ეს მიუთითებს მედიის დამოკიდებულების ან ინფორმაციული გადატვირთვის ცნობიერ აღქმაზე.

ბეჭდური მედიის შეფასებისას, რესპონდენტთა 41.7% მიიჩნევს, რომ მისი მთავარი ნაკლია მოძველებული ფორმატი, რაც მიუთითებს მედიის ტექ-

ნოლოგიური და სტრუქტურული გაუმართაობის აღქმაზე თანამედროვე ციფრულ სივრცეში.

მეორე მნიშვნელოვანი საკითხი აღმოჩნდა სისწრაფის დეფიციტი (16.7%) – ბეჭდური მედია ვერ პასუხობს ინფორმაციის მიღების იმ სწრაფ ტემპს, რაც ციფრულ პლატფორმებს ახასიათებს.

ასევე, მნიშვნელოვანი იყო ბეჭდური მედიიდან ინფორმაციის სწრაფად მიღების განსაზღვრა: ბეჭდური პრესის მომხმარებელთა 14.6% მიიჩნევს, რომ ზედმეტი დროის ხარჯვა ზედმეტ ბარიერს ქმნის.

ბეჭდური მედიის სამომავლო პერსპექტივასთან დაკავშირებით, რესპონდენტებს დაესვათ კითხვა, აპირებდნენ თუ არა მომავალში ბეჭდური მედიის მოხმარებას, მხოლოდ 28.9% გამოხატა დადებითი განწყობა. მნიშვნელოვანი იყო “არ ვიცი” პასუხების დიდი წილი (53.3%), რაც მიუთითებს გაურკვეველ, მერყევ პოზიციაზე და ბეჭდური მედიის არსებულ და სამომავლო კრიზისზე.

ინფორმაციის ძიების წამყვანი მოტივი აღმოჩნდა პირადი ინტერესები (43.8%), მათ შორის კულტურა, ტექნოლოგიები და საზოგადოებრივი საკითხები. ნაკლებად დომინანტური იყო ინფორმაციის მოძიების და მოხმარების პოლიტიკური პროცესების ან სოციალური მოვლენების ეპიცენტრში ყოფნის მოტივი, რაც ცხადია, მიანიშნებს საზოგადოების პოლიტიკისგან დისტანცირებულ საინფორმაციო მოთხოვნაზე.

## დასკვნა

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ ბეჭდური მედიის მოხმარება მკვეთრად შემცირებულია, ციფრულ პლატფორმებთან შედარებით. როგორც მოხ-

მარების სიხშირის, ისე ინფორმაციული გავლენის თვალსაზრისით. კვლევის შედეგად გამოიკვეთა ციფრული მედიის რეალობის თანამდევი მასობრივი აუდიტორიის ქცევის ტრანსფორმაცია, კერძოდ, აუდიტორიის ციფრული მიგრაცია და ინფორმაციული ჩვევების ცვლილება. ციფრულმა სივრცემ შექმნა ახალი ინფორმაციული კულტურა – სწრაფი, ზედაპირული და ფრაგმენტული მოხმარებით, რამაც შეცვალა აუდიტორიის ინფორმაციული ქცევა. საზოგადოება ძირითადად სოციალური და ონლაინმედიაკონტენტის მომხმარებელია, თუმცა, ამასთანავე, აღიქვამს ციფრული მედიის საფრთხეებს (დროის მავნე ხარჯვა, ინფორმაციული გადატვირთვა).

კვლევიდან გამომდინარე, შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ ბეჭდური მედიის ნდობას სიმბოლური დატვირთვა აქვს, რაც შესაძლოა ბაზარზე მისი ინოვაციური რეპოზიციონირების საფუძვლად იქცეს. ბეჭდური მედიის კრიზისის ძირითადი მიზეზები მოიცავს ეკონომიკურ, ტექნოლოგიურ და კულტურულ ფაქტორებს.

კვლევის შედეგები ასევე ცხადყოფს, ბეჭდური მედიის რეალურ მარგინალიზაციას ციფრული ტექნოლოგიების ეპოქაში. ტენდენციები მიუთითებს მედიის კონვერგენციის აუცილებლობაზე და ბეჭდური მედიის ციფრულ მოდელზე გადართვის პერსპექტივაზე

### ლიტერატურა

1. Picard, R. (2016). *Journalism, value creation and the future of news organizations*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
2. Picard, R. G. (2010). *The economics and financing of media companies (2nd ed.)*. Fordham University Press.
3. Saralidze, T. (2022). Digital media and the future of print media in Georgia. *Media Studies*, 6(1), 33–47.
4. Squires, C. (2022). Print is not dead: The role of niche magazines in the digital age. *Media, Culture & Society*, 44(1), 15–33. <https://doi.org/10.1177/0163443721995641>
5. WAN-IFRA. (2023). *The business of news in the digital age*. World Association of Newspapers and News Publishers.

UDC 316.774:070(100):004

SCOPUS CODE 3300

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2026-1-177-182>

## The Impact of Digital Technologies on Traditional Media – The Crisis of Print Media

**Tamar Mikeladze** Academic Doctor in Mass Communication (Social Sciences). School of Humanities and Social Sciences, Journalism and Mass Communication Program, Grigol Robakidze University, Georgia  
E-mail: tamar.mikeladze@gruni.edu.ge

### Reviewers:

**N. Shoshitashvili**, Grigol Robakidze University, Associate Professor, School of Humanities and Social Sciences, Academic Doctor in Sociology  
E-mail: n.shoshitashvili@gruni.edu.ge

**M. Gogatishvili**, Grigol Robakidze University, Professor, School of Humanities and Social Sciences, Academic Doctor in Philosophy  
E-mail: mikheil.gogatishvili@gruni.edu.ge

**Abstract.** Digital transformation has fundamentally changed the structure of mass media information channels, the specifics of media product creation, and the behavior of mass audiences—particularly in terms of the superficial reception and perception of information. It clearly influences both the structure and content of the media. Journalistic formats are evolving: digital media promotes diversity through interactive articles, video reports, podcasts, and live streaming, offering media organizations greater flexibility in engaging with audiences—formats that are impossible to integrate into print media. The rapid advancement of digital technologies and the intensive implementation of new forms of information dissemination are significantly transforming the media environment.

This paper discusses the key factors contributing to the systemic crisis of print media, including economic, technological, and cultural aspects. The study focuses on developing or designing alternative forms and mechanisms for print media in the contemporary digital environment.

**Keywords:** Print media; Digital transformation; Digital media; Audience behavior; Superficial perception of information.

---

*განხილვის თარიღი 19.06.2025*

*შემოსვლის თარიღი 17.07.2025*

*ხელმოწერილია დასაბეჭდად 25.03.2026*