

UDC 070

SCOPUS CODE 1201

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2024-2-19-28>

მულტიმედიური ჟურნალისტიკის განვითარება საქართველოში

დავით დოლიძე

კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის სოციალურ და ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის მასობრივი კომუნიკაციის სადოქტორო პროგრამის დოქტორანტი, საქართველო, 0141, თბილისი, ჩარგლის ქ. 73

E-mail: davit.dolidze@ciu.edu.ge

რეცენზენტები:

მ. ვეკუა, საქართველოს საერთაშორისო უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის პროფესორი, ჟურნალისტიკის დოქტორი

E-mail: vekmar@hotmail.com

ხ. კაჭარავა, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის სოციალურ და ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ასოცირებული პროფესორი, სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი

E-mail: Khatuna.kacharava@ciu.edu.ge

ანოტაცია. საინფორმაციო სივრცისა და ინფორმაციული ტექნოლოგიების მოდერნიზაციის შედეგად საშუალება გვაქვს ტელევიზიით ვიხილოთ ომები, ბუნებრივი კატაკლიზმები, სპორტული მოვლენები და სხვა. ყოველდღიურად ვიღებთ ინტერნაციონალურ ახალ ამბებს მსოფლიოს ყველა კუთხიდან. დღეს ინტერნეტის დამახასიათებელი ნიშანია მედიაკონვერგენცია, შინაარსის ტექნოლოგიური შერწყმა სხვადასხვა მასმედიაში.

ბოლო წლებში ინტერნეტი ნამდვილად გახდა კონვერგენციის კერა, ადგილი, სადაც იქმნება, ნაწილდება და წარმოდგენილია მუსიკა, სატელევიზიო შოუები, რადიოსადგურები, გაზეთები, ჟურნალები, წიგნები და ფილმები. დღეს კომპიუტერები და მობილური ტელეფონები ყველაზე პოპულარული

ციფრული მოწყობილობებია ონლაინკონვერგენციისათვის, რომლებსაც შეუძლიათ თავად შექმნან ან სტრიმინგი შეინახონ წიგნების, ფილმების, მუსიკის, ვიდეოთამაშების და ციფრული მედიის ნებისმიერი სხვა ფორმით.

დღევანდელი გლობალური მედიაბაზარი არ შედგება რაიმე კონკრეტული ადგილის, სივრცის ან ჩვევებისაგან, მას აღარ გააჩნია ისეთი განზომილებები, როგორცაა დრო და საზღვრები. იგი სამუდამოდ დამკვიდრდა ციფრულ სამყაროსა და „კიბერსივრცეში“, ინტერნეტქსელში ჩართული ყველა კომპიუტერისა და ინტერაქტიული ტელევიზორის, აგრეთვე მობილური ტელეფონისა თუ ჯერ კიდევ დაუჯერებელი გამოგონებების ეკრანებზე.

ციფრულ ეპოქაში, სადაც ტექნოლოგიები ყოველდღიურად ვითარდება, ძალზე მნიშვნელოვან

ნია ინოვაციებთან და სიახლეებთან დროულად ადაპტირება. თანამედროვე მსოფლიოში სწრაფად მიმდინარეობს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებში ტექნოლოგიური სიახლეების დანერგვა, რამაც მთლიანად შეცვალა ინფორმაციის გავრცელების ფორმები. დღეს სიზუსტე, ოპერატიულობა, მოქნილობა და ინტერაქტიურობა სწორედ ის საკვანძო ელემენტებია რისგანაც შედგება თანამედროვე მულტიმედიური ჟურნალისტიკა.

საკვანძო სიტყვები: გლობალიზაცია; მასობრივი კომუნიკაცია; მედიის ტრანსფორმაცია; მულტიმედიური ჟურნალისტიკა; ტექნოლოგიური განვითარება.

შესავალი

გლობალიზაციის აუცილებელი ნაწილია ეროვნული საზღვრების ინტენსიური გადალახვა მსოფლიო ბაზრის მიერ და ამასთან დაკავშირებით საინფორმაციო ნაკადების გადაცემა. მსოფლიომ ისეთი მოხაზულობა მიიღო, რასაც კანადელმა კულტუროლოგმა მარშალ მაკლუენმა „გლობალური სოფელი“ უწოდა. ტერმინი „გლობალური სოფელი“ თანამედროვე მსოფლიოს ერთგვარ მეტაფორად იქცა, რომელშიც ურთიერთდამოკიდებულების ხარისხმა მნიშვნელოვნად იმატა საკომუნიკაციო და სატრანსპორტო ტექნოლოგიების განვითარების წყალობით. ამასთან ერთად, ტერმინს „გლობალური სოფელი“ აქვს უფრო ღრმა მნიშვნელობაც.

მაკლუენმა შემოიტანა წინადადება, რომ ისტორიის პერიოდიზაცია მომხდარიყო იმის მიხედვით,

თუ მოცემულ პერიოდში რომელი არხი, მასობრივი კომუნიკაციის რომელი საშუალება იყო დომინანტური. მან გამოყო სამი ძირითადი ეპოქა, რომელთა დროსაც უპირატესი იყო კომუნიკაციის ზეპირი, წერილობითი და ბეჭდვითი, ელექტრონული და ელექტრონული ტიპები.

მაგალითისთვის შეგვიძლია გავიხსენოთ, რომ პირველყოფილ თემურ საზოგადოებაში დომინირებული საშუალება იყო ზეპირი მეტყველება. ბეჭდვის გამოგონებამ მოახდინა მანამდე დახურული თემური წყობილების ტრანსფორმირება. ამ პროცესს თან სდევდა რაციონალობისა და სოციალური ურთიერთობების გაფართოება.

ელექტრონული საშუალებების გავრცელება იწვევს ზეპირი კომუნიკაციის დომინირებას. ელექტრონერგამ შესაძლებელი გახდა დღეს არსებული გლობალური საკომუნიკაციო ქსელის შექმნა. გლობალიზაცია მასობრივი კომუნიკაციის სფეროში ძირითადად მიმდინარეობს მსოფლიო საკომუნიკაციო კონგლომერატების პოზიციების აქტიურობისა და განმტკიცების ხარჯზე.

ინფორმაციის ეპოქამ მრავალი გამოწვევა შეუქმნა თითქმის ყველა პროფესიას. მაგალითად, ჟურნალისტიკის შემთხვევაში ინფორმაციული ტექნოლოგიების დანერგვამ, მნიშვნელოვნად შეცვალა პროფესიის სხვადასხვა ასპექტი. მაღალტექნოლოგიურმა რევოლუციამ მნიშვნელოვნად გარდაქმნა საზოგადოების ახალი ამბებისა და ინფორმაციის მოპოვების გზა და ჩამოართვა მასმედიას ტრადიციული მანამდე არსებული მონოპოლია.

მულტიმედიური ჟურნალისტიკის მახასიათებლები, პრინციპები, ფორმები და მეთოდები წლებია,

რაც არის შესწავლილი თანამედროვე მედია-მკვლევრების მიერ, ისევე როგორც ახალი მედიის სხვა ჟანრები. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ქართული ჟურნალისტიკის მულტიმედიური ბუნება და სპეციფიკა, მისი კორელაცია საერთაშორისო პროცესებთან არ არის საკმარისად და სრულყოფილად წარმოდგენილი ქართულ აკადემიურ სივრცესა თუ ლიტერატურაში.

აღნიშნულ სტატიაში იდენტიფიცირებული პრობლემის გასაანალიზებლად გამოვიყენე თანამედროვე კვლევის შემდეგი მეთოდები, კერძოდ კი: კრიტიკული დისკურსის, შედარებითი და კონტენტანალიზის მეთოდები. კრიტიკული დისკურსის მეთოდი გამოვიყენე, კვლევით ნაშრომთან დაკავშირებული პროფესიული სამეცნიერო ლიტერატურის ანალიზის დროს, რომელიც ძირითადად მოიცავს რამდენიმე ათეულ სამეცნიერო სტატიასა და მონოგრაფიას, რათა შეძლებისდაგვარად სიღრმისეულად შემესწავლა საკვლევ თემასთან დაკავშირებული მნიშვნელოვანი საკითხები.

შედარებითი ანალიზის მეთოდის გამოყენებით, საქართველოში არსებული მულტიმედიაპლატფორმები და მათი განვითარების ეტაპები შევადარე სხვა ქვეყნებში არსებულ მდგომარეობას. რის შედეგადაც, გარკვეულწილად გამოჩნდა მათი საერთო და განმასხვავებელი ნიშნები. კონტენტანალიზის მეთოდი კი მნიშვნელოვნად დამეხმარა კვლევაში, მიმოხილული მედიასაშუალებების როგორც ინფორმაციული, ისე ვიზუალური კონტენტის შესასწავლად და მათ დასახასიათებლად.

კვლევისას წარმოდგენილი მიდგომებისა და მეთოდების გამოყენება, შემდგომში კი მათი გათვალისწინება, დაგვეხმარა, რომ შესასწავლი საკითხი

წარმოჩენილი ყოფილიყო მრავალფეროვნად და საინტერესოდ, რათა არა მხოლოდ სამეცნიერო საზოგადოებამ, არამედ, ზოგადად ამ თემით დაინტერესებულმა ნებისმიერმა მკითხველმაც შეძლოს განხილული საკითხების გაგება და სწორად აღქმა.

ძირითადი ნაწილი

გლობალიზაციის პირობებში მოხდა საინფორმაციო სივრცის სრული ტრანსფორმირება, რაც გამოიხატება, ინფორმაციული ტექნოლოგიების სწრაფი მოდერნიზაციითა და სოციალური მედიის განვითარებით. ტრადიციული მედია ეტაპობრივად კარგავს თავის თვითმყოფადობას, სურს გადარჩეს და ამისთვის ცდილობს ინტეგრირდეს ახალ მედიასთან, რომელიც თავის მხრივ წარმოდგენელია ონლაინსაინფორმაციო სივრცისა და სოციალური ქსელების გარეშე.

ციფრულ ეპოქაში, სადაც ტექნოლოგიები ყოველდღიურად ვითარდება, ძალზე მნიშვნელოვანია ინოვაციებთან და სიახლეებთან დროულად ადაპტირება. თანამედროვე მსოფლიოში სწრაფად მიმდინარეობს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებში ტექნოლოგიური სიახლეების დანერგვა, რამაც მთლიანად შეცვალა ინფორმაციის გავრცელების ფორმები. დღეს სიზუსტე, ოპერატიულობა, მოქნილობა და ინტერაქტიურობა სწორედ ის საკვანძო ელემენტებია, რისგანაც შედგება თანამედროვე მულტიმედიური ჟურნალისტიკა.

მულტიმედიური ჟურნალისტიკა არის სხვადასხვა ფორმატის ერთგვარი გაერთიანება, იქნება ეს ტექსტი, ფოტო, ვიდეო, აუდიო, ინფოგრაფიკა, ინტერაქტივი თუ სხვა. რაც თავის მხრივ გულისხ-

მოხს, რომ თანამედროვე ჟურნალისტს მოეთხოვება არა კონკრეტულად რომელიმე ერთის, არამედ ყველა ტიპის მედიაინსტრუმენტის თანაბრად კარგად ფლობა და ერთმანეთისგან განსხვავებულ მედიაკონტენტზე მუშაობის ცოდნა. ბუნებრივია, ყოველივე ეს გამოწვეულია იმ გარემოებით, რომ ციფრულ სამყაროში მცხოვრები ადამიანი ტრადიციული ტექსტური ფორმით ინფორმაციის მიღების საშუალებებიდან თანდათან გადადის ვიზუალური ფორმით ინფორმაციის მიღების საშუალებებზე.

მულტიმედიურობის შემადგენელი ძირითადი კომპონენტების კიდევ უფრო მარტივად აღსაქმელად, შეგვიძლია ერთგვარი ფორმულაც კი გამოვსახოთ: **„ტრადიციულ მედიას + ინტერაქტიურობა + ჰიპერლინკი = მულტიმედია ჟურნალისტიკას“**.

აღნიშნული ფორმულა გულისხმობს, რომ ახალი მედიის გამოყენებით ტრადიციულ მედიასაშუალებებს აქვთ უნიკალური შესაძლებლობა, რომ მეტად გაზარდონ თავიანთი აუდიტორია. აგრეთვე, ინფორმაციის მიმღები, თავად იქცა მის გამავრცელებლად. აგრეთვე, გაიზარდა ინტერაქტიურობა, რაც ნიშნავს მომხმარებლის დიდ ჩართულობას მედიატექსტებში. მკითხველს აქვს შესაძლებლობა ჩაერთოს ნებისმიერი თემის განხილვაში სხვადასხვა ფორმით. ასევე, მნიშვნელოვანი კომპონენტია ჰიპერლინკი, რომელიც მედიატექსტის სხვადასხვა მონაკვეთის ილუსტრირებას ახდენს. ჰიპერლინკს, რომელიც შეიცავს ფოტო- ან ვიდეოკონტენტს, ძირითად შემთხვევაში აქვს ხოლმე შესაბამისი აღმნიშვნელი ნიშანი.

თანამედროვე ჟურნალისტიკა აჩენს ახალ შესაძლებლობებს, სახავს ბევრ განსხვავებულ პერსპექ-

ტივას, რომელთა დახმარებითაც ჟურნალისტს შეუძლია გახდეს მეტად ეფექტური, სანდომიანი და მიმზიდველი გახადონ თავიანთი საქმიანობა საზოგადოებისათვის. თუმცა, აგრეთვე ეს მოითხოვს ახალი უნარების შესწავლასაც [6]. მულტიმედიური ჟურნალისტიკის განვითარებამ მოიტანა კონვერგენტული რედაქციების შექმნა. შესაბამისად მოხდა სამუშაო გარემოს ვიზუალის ცვლილებაც.

არსებობს მოსაზრება, რომ საქართველოში არსებული მულტიმედია პლატფორმები ძირითად შემთხვევაში ფუნქციონირებენ, როგორც ტრადიციული ფორმის საინფორმაციო სააგენტოების ვებგვერდები, სადაც ტექნოლოგიური პროგრესის დამსახურებით ბუნებრივად ვაწყდებით ზოგიერთ მულტიმედიურ შტრიხსა თუ დეტალს. კრიტიკული დისკურსისა და კონტენტანალიზის მეთოდის გამოყენებით გავაანალიზებ საქართველოში მოქმედი რამდენიმე ყველაზე რეიტინგული ონლაინსაინფორმაციო სააგენტო.

ქართულ მედიასივრცეში რეიტინგისა და ცნობადობის კუთხით, რამდენიმე გამორჩეული მულტიმედიური საინფორმაციო პლატფორმა გამოვყავი, ესენია: **ონ.ჯი, ინტერპრესნიუსი, პალიტრანიუსი, ნეტგაზეთი, ლიბერალი, რადიო თავისუფლება, ტაბულა**. აღნიშნული ვებგვერდები შევარჩიე როგორც მათი რეიტინგის, ისე მულტიმედიურობის ხარისხის მიხედვით. შეგვიძლია ზოგადი რაკურსით განვიხილოთ თითოეული მათგანი და ძირითადი აქცენტი გავაკეთოთ სწორედ მათ მულტიმედიურ კონტენტზე.

ტელე-რადიო კომპანია „პალიტრას“ საინფორმაციო ვებგვერდი გახლავთ www.palitraneews.ge.

საიტზე ვხვდებით ახალ ამბებს საქართველოსა და მსოფლიოში განვითარებულ მნიშვნელოვან მოვლენებზე. ვებგვერდზე შესვლისთანავე შესამჩნევია კატეგორიების ფართო ჩამონათვალი. ასევე მთავარ გვერდზე გამოტანილია პალიტრანიუსის პირდაპირი ეთერის ფანჯარაც.

სატიდანვე შესაძლებელია გადასვლა „პალიტრა ვიდეოს“ სპეციალურ ვებხანართზე www.palitravideo.ge, სადაც ინფორმაცია ძირითადად წარმოდგენილია ვიდეოკოლაჟის სახით, რომელსაც თან ერთვის მოკლე და ლაკონური ტექსტური აღწერა. ზემოთ აღნიშნულის გათვალისწინებით, ფოტო- და ვიდეომასალით უხვად გაჯერებული ინფორმაცია მოქნილი ვიზუალური ფონის საშუალებით მარტივად აღსაქმელია.

შეიძლება თამამად ითქვას, რომ „პალიტრანიუსი“ ერთ-ერთი ყველაზე გამორჩეული პლატფორმაა სხვადასხვა ონლაინმედია საშუალებების მიერ მოპოვებული ინფორმაციის შეკრებითა და ერთ სივრცეში განთავსებით, რაც შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ კომფორტულია მომხმარებლისათვის. აღნიშნულ მოდელს მიჰყვება საქართველოში არსებული თითქმის ყველა სხვა მსხვილი სატელევიზიო არხიც. მათაც აქვთ თავიანთი ონლაინმედია პლატფორმები, რომელსაც თან სდევს მულტიმედიური ელემენტებიც. თუმცა, ერთ-ერთი პირველი ვინც ეს ტენდენცია საქართველოში დაამკვიდრა, სწორედ „პალიტრა მედია“ იყო.

რამდენიმე სიტყვით უნდა დავახასიათოთ უშუალოდ მულტიმედია ჰოლდინგი „პალიტრა ჯგუფი“. იგი არის სამხრეთ კავკასიის სამივე სახელმწიფოში ყველაზე მსხვილი მედიაგაერთიანება, რომელიც აერთიანებს ოთხ პერიოდულ გაზეთს, თხუთმეტამ-

დე პერიოდულ ჟურნალს, რადიოსიხშირეს, ტელევიზიას, საინფორმაციო სააგენტოს, რამდენიმე ინტერნეტპორტალსა და საგამომცემლო სახლს.

სწორედ „პალიტრა ჯგუფის“ საკუთრებაშია კიდევ ერთი რეიტინგული საინფორმაციო „სააგენტო ინტერპრესნიუსი“ www.ipn.ge. აღნიშნული სააგენტო „ინტერპრესნიუსი“, რომელიც ქართულ ონლაინმედიასივრცეში ბაზრის ერთ-ერთი ლიდერია დაარსდა 1999 წლის დეკემბერში და 2005 წლიდან არის „პალიტრა მედიას“ ჰოლდინგის წევრი. **Google Analytics**-ის სტატისტიკით, ვებგვერდს ყოველდღიურად 70 ათასამდე უნიკალური ვიზიტორი ჰყავს.

რედაქცია მაქსიმალურად ცდილობს დაიცვას ისეთი პროფესიული ჟურნალისტური პრინციპები, როგორცაა: ოპერატიულობა, ობიექტურობა და სიზუსტე. სააგენტო **Ipn.ge** მკითხველს მშრალი ახალი ამბების ე.წ. „ნიუსების“ გარდა სთავაზობს, ინტერვიუებს, ანალიტიკურ სტატიებს, ყოველდღიურ დაიჯესტს, ატარებს სოციოლოგიურ კვლევებსა და ამდიდრებს პროფესიონალი ფოტოგრაფების მიერ შექმნილ ისედაც უნიკალურ ფოტო არქივს.

შემდეგი მულტიმედია სააგენტო, რომელსაც მიმოვიხილავთ არის **On.ge**. აღნიშნული ვებ-პორტალი გამორჩეულია საკმაოდ მრავალფეროვანი რუბრიკებით. ცალკე და გამოკვეთილად არის გამოყოფილი მთავარი თემები. შეიძლება თამამად ითქვას, რომ www.on.ge არის ერთ-ერთი ყველაზე მულტიმედიური ონლაინპლატფორმა ქართულ საინფორმაციო სივრცეში. საიტზე საკმაოდ ბევრი სამეცნიერო-ტექნოლოგიური სახის ინფორმაციაა თავმოყრილი, ისევე როგორც გასართობი, პოლიტიკური, კულტურული და ასე შემდეგ. სააგენტო

მასალების გასავრცელებლად აქტიურად იყენებს სოციალურ ქსელებს **Facebook**-სა და **Instagram**-ს.

ვებგვერდი სხვებისგან განსხვავებულია იმიტომაც, რომ ზოგადი სახის ინფორმაციასთან ერთად საიტზე ჩაშენებულია ორი სპეციალური აპლიკაცია, ესენია მართვის მოწმობის საგამოცდო ტესტები და ქართული მართლწერის საკითხები. ძალზე სავარაუდოა, რომ აღნიშნული აპლიკაციები დიდი პოპულარობით სარგებლობს მომხმარებელში, რაც საიტის ინტერაქტიურობასა და რეიტინგზე პირდაპირ აისახება. **On.ge**-ს ადმინისტრაციის განცხადებით, მათი ინტერნეტპლატფორმა დღევანდელ მსოფლიოში არსებული ციფრული დროების მოთხოვნების შესაბამისად იქმნება და მათთვის უმნიშვნელოვანესია მასალის ტრადიციული გზით გავრცელებასთან ერთად ინფორმაციის მიწოდების ახალი მეთოდების დანერგვაც.

საიტზე მასალის კითხვისას მარტივად შესაძრწენვია კონტენტის მოქნილობა და კომფორტულობა. მაგალითისთვის შეგვიძლია გამოვყოთ, ვრცელ მასალებში ჩაშენებული სარჩვეის მსგავსი ჩანართი. აგრეთვე, ვებგვერდზე გვხვდება ილუსტრირებული სტატიები, რომლებიც მარტივად აღქმადია მკითხველისთვის. რედაქციის სურვილია, გამონახოს ინოვაციური გზები და აითვისონ რაც შეიძლება მეტი ონლაინპლატფორმა, რაც მათ დაეხმარება მზარდი და დინამიკური მულტიმედიური პროდუქტის შექმნაში.

შემდეგი მედიასაშუალება არის „ნეტგაზეთი“ www.netgazeti.ge, რომელიც გახლავთ სტანდარტული ონლაინსაინფორმაციო სააგენტო, მულტიმედიის ელემენტებით. მას აქვს მომხმარებლისთვის მო-

სახერხებელი ინტერფეისი, სადაც მთავარ გვერდზე გვხვდება შემდეგი რუბრიკები: სიახლეები, საზოგადოება, ხელოვნება, ეკონომიკა, კომენტარი და სამხრეთ კავკასიის ამბები. ვებგვერდზე განთავსებულ მასალებში ხშირად არის მოცემული ჰიპერლინკები. ნეტგაზეთიც საკმაოდ აქტიურად იყენებს სხვადასხვა სოციალურ ქსელს.

რამდენიმე განსხვავებული მულტიმედიური კონტენტისაგან შედგება „რადიო თავისუფლებას“ ქართული ბიუროს ინტერნეტ პლატფორმა www.radiotavisupleba.ge. მას აქვს როგორც საკუთარი იუთუბარხი, ისე მისი გადაცემები გადაიცემა ტრადიციული მედიის გზითაც. თავად ვებგვერდი საკმაოდ მოქნილი და კომფორტულია. მასში ჩაშენებულია სხვადასხვა ვიდეო- და აუდიოჩანართები. საიტს აქვს რამდენიმე ძირითადი რუბრიკა, როგორცაა, ახალი ამბები, პოლიტიკა, ვიდეო, ჟურნალისტური გამოძიება, მონაცემები და ანალიზი, მთავარი თემა და ასე შემდეგ. საიტზე უხვად მოიპოვება პოდკასტები სხვადასხვა თემატიკაზე, ასევე ვლოგები და მცირე ფილმის მაგვარი სიუჟეტები გამორჩეული და საინტერესო პიროვნებების შესახებ. რადიო თავისუფლების კონტენტი ვრცელდება **Facebook**-ის, **Instagram**-ისა და **X**-ის (ყოფილი **Twitter**) პლატფორმებზე.

ონლაინსივრცისთვის საინტერესო და განსხვავებული კონტენტი აქვს „ტაბულას“ www.tabula.ge. რომელიც 2010 წლის მაისიდან ფუნქციონირებს და ვებგვერდის საშუალებით აწვდის ინფორმაციას საზოგადოებას. ტაბულას რედაქციას გარკვეული პერიოდულობით სხვადასხვა პროექტზე ჰქონდა, როგორცაა ამავე სახელობის ჟურნალის ყოველკვი-

რეული ქართულ- და ინგლისურენოვანი გამოცემები. აგრეთვე, ფუნქციონირებდა ტელეკომპანიაც, სადაც ძირითადად პოლიტიკური და ანალიტიკური გადაცემები გადიოდა.

რედაქციის მიზანია „კრიტიკული აზროვნების წახალისებითა და ჟურნალისტიკის პროფესიული სტანდარტების დაცვით, ხელი შევუწყოთ პროდასავლურ ორიენტაციას, პოლიტიკური პლურალიზმისა და თავისუფალი ბაზრის განვითარებას, ადამიანის უფლებებისა და კანონის უზენაესობის დაცვას. მკაფიო სარედაქციო პოლიტიკასთან ერთად, მკვეთრად გამიჯნულია ფაქტი და კომენტარი. მკითხველი და მაცურებელი იღებს ზუსტ ინფორმაციას და იღეათა ფართო სპექტრს, რაც მას შესაძლებლობას აძლევს, გააანალიზოს განსხვავებული შეხედულებები და, როგორც მოქალაქემ, გააკეთოს ინფორმირებული არჩევანი.“ [19].

ზემოთ განხილული მოქმედი მულტიმედია პლატფორმების გარდა, არსებობდა ისეთი ვებგვერდებიც, რომელთაც ერთ დროს ყველასგან გამორჩეული კონტენტი ჰქონდა, დღეს კი სამწუხაროდ აღარ ფუნქციონირებენ. ქართულ ონლაინსივრცეში გამართული საიტი ჰქონდა ჟურნალ ლიბერალსაც www.liberali.ge. რომელიც კარგად იყო გაჯერებული მულტიმედია ელემენტებით. იგი თითქმის ერთადერთი ვებგვერდი იყო, რომელსაც წარმოდგენილი ჰქონდა ინფორგრაფიკები.

თავისთავად საიტზე გვხვდებოდა რუბრიკები და ქვერუბრიკები. მთავარ გვერდზე გამოტანილი იყო სტანდარტული რუბრიკების ისეთი ასორტიმენტი, როგორიცაა ახალი ამბები, სტატიები, ინტერვიუები, ბლოგები, თავისუფალი სივრცე, ფოტო- და ვიდეოსაიტის ინტერფეისი მიმზიდ-

ველი და კომფორტული იყო. კონკურენტი ვებგვერდებისგან განსხვავებით, სადაც ძირითადი ადგილი ყვითელი ამბების გაშუქებას უჭირავს, ლიბერალის საიტზე საპირისპირო რეალობა იყო. „ლიბერალის“ კლასიკურ და გემოვნებიან საიტზე შესამჩნევი იყო სხვადასხვა მულტიმედიაური ელემენტის სრული ათვისების მცდელობა. ვებპორტალზე განთავსებული ბოლო მასალა 2023 წლის 27 თებერვლით თარიღდება.

ქართული საინფორმაციო ვებპორტალების კონტენტ ანალიზით შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ძირითად შემთხვევაში ისინი ცდილობენ გამოიყენონ მულტიმედიის ელემენტები, რაც მათ საქმიანობას მომხმარებლისთვის უფრო მიმზიდველსა და საინტერესოს ხდის. ზოგიერთი სააგენტოს საიტი უფრო სადა და კლასიკური სტილის ინტერფეისით გამოირჩევა. ზოგი კი რუბრიკებითა და ინფორმაციული ჩანართებით გადატვირთულ მთავარ გვერდს ანიჭებს უპირატესობას.

მართალია ტექნოლოგიურმა პროგრესმა მოიტანა ინტერნეტსივრცეში ახალი მედიის ელემენტების გამოყენებით მასალების შექმნის აუცილებლობა, თუმცა, აღსანიშნავია, რომ სრულფასოვანი მულტიმედია პლატფორმა, რომელიც აკმაყოფილებს ყველა კრიტერიუმს, სამწუხაროდ ჯერ ისევ არ მოიძებნება ქართულ მედიასივრცეში. ძირითადი ნაკლოვანება, მაინც ჰიპერტექსტულობაა.

ამ ყოველივეს არგუმენტად კი შეიძლება მოვიყვანოთ, ის წმინდა მულტიმედიაური კრიტერიუმები, რასაც ბრიტანელი მედიამკვლევრები ასახელებენ. მაგალითად, როდესაც ერთ ჟურნალისტურ მასალაში თავმოყრილია ახალი მედიისთვის დამახასიათებელი მრავალი ელემენტი, კერძოდ ტექსტი

უნდა იყოს მოქნილი და ხარისხიანი, ვიდეომასალით გამდიდრების შემთხვევაში, კადრები უნდა იყოს ჟურნალისტის ან რედაქციის მიერ მოპოვებული, სასურველია იყოს უხვად გამდიდრებული ვიზუალური მასალით, რომელიც უნდა მიჰყვებოდეს თემის მთლიანობას და იყოს კომპაქტური.

აგრეთვე, სასურველია, რომ მედიატექსტი გაჯერებული იყოს ჰიპერლინკებით. იშვიათი გამონაკლისების გარდა, (პალიტრა და რადიო თავისუფლება) ფაქტობრივად არ გვხვდება ერთიან მულტიმედია პლატფორმაზე განთავსებული ბლოგები/ვლოგები, პოდკასტები, სპეციალურად მოქალაქე ჟურნალისტებისათვის განკუთვნილი ვებ-ჩანართები და სხვა.

დასკვნა

აღნიშნული სამეცნიერო სტატია მიზნად ისახავდა, გლობალიზაციის პირობებში მედიის ტრანსფორმირებისა და განვითარების ძირითადი მახასიათებლების გაანალიზებასა და მათ წარმოჩენას. წინამდებარე ნაშრომის მიზანი იყო ქართულ ონლაინმედიასივრცეში არსებული მულტიმედიური პლატფორმების ერთგვარი კონტენტანალიზი.

კვლევისას წარმოდგენილი მიდგომებისა და მეთოდების გამოყენება, შემდგომში კი მათი გათვალისწინება, დაგვეხმარა, რომ შესასწავლი საკითხი წარმოჩენილი ყოფილიყო მრავალფეროვნად და საინტერესოდ, რათა არა მხოლოდ სამეცნიერო საზოგადოებამ, არამედ, ზოგადად ამ თემით დაინტერესებულმა ნებისმიერმა მკითხველმაც შეძლოს განხილული საკითხების გაგება და სწორად აღქმა.

შეჯამების სახით, შეგვიძლია გამოვთქვათ მოსაზრება, რომ ქართულ საინფორმაციო ინტერნეტ-სივრცეში მრავლად არ გვხვდება ციფრული ამბის თხრობით გამორჩეული და მრავალფეროვანი ვებ-პლატფორმები. როგორცაა მაგალითად, მულტიმედიური ჟურნალისტის ძირითადი მიმართულებები (ბლოგი, ვლოგი, პოდკასტი და ასე შემდეგ) არც ისე ბევრი გვხვდება. შეგვიძლია თამამად ვთქვათ, რომ რაც არის ისიც საკმაოდ შაბლონური და ფასადურია. ბუნებრივია, არის ცალკეული ვებგვერდები, რომლებიც ნაწილობრივ აკმაყოფილებენ მულტიმედიურ კრიტერიუმებს, თუმცა, მათი რაოდენობა ძალიან ცოტაა და ერთეულებს შეადგენს.

ეს რეალობა გამოწვეულია ტექნოლოგიური და ადამიანური რესურსების ნაკლებობით. არსებულ მედიასაშუალებებზე დაკვირვებამ და უკვე დახურულების ყოფილი რედაქტორებისგან მიღებულმა ინფორმაციამ, ნათლად გამოაჩინა, რომ ქვეყანაში არის კვალიფიციური, სხვადასხვა ტექნიკური თუ შემოქმედებითი უნარების მქონე, პროფესიონალი ჟურნალისტების სერიოზული დეფიციტი.

დასკვნის სახით შეგვიძლია შევაჯამოთ, რომ გლობალიზაციის პირობებში საერთაშორისო მედიის განვითარების ძირითად ტენდენციებში ნაგულისხმევია სრულიად ახალი ჟურნალისტური მიმდინარეობების ჩამოყალიბება. ციფრულ ეპოქაში ჟურნალისტს გაცილებით მეტი პროფესიული უნარის გამომუშავება სჭირდება, ვიდრე უწინ, რასაც ქართულ მედიასივრცეში დასაქმებული ადამიანებიც ცდილობენ მოერგონ. თუმცა, ამ მიმართულებით სამუშაო ჯერ კიდევ ბევრია.

ლიტერატურა

1. Chalaganidze, N. (2008). *Determining factors of information policy in modern Georgian TV-media. Journalistic research, part XI.* (In Georgian);
2. Kuprashvili, N., (2011). *New media - for old media.* Tbilisi: Association of Regional Broadcasters of Georgia. (In Georgian);
3. Asatiani, S., Dvali, T., (2011). *New media for journalists.* Tbilisi. (In Georgian);
4. Vakhtangashvili, N., (2018). *Media transformation and challenges in the wake of technology.* Retrieved from: www.Mediachecker.ge. (In Georgian);
5. Banda, F. (2010). *Citizen Journalism & Democracy in Africa. An Explanatory Study;*
6. Lee, L. (2008). *Multimedia Journalism: The Age of New Technology and New Opportunities.*
7. Nip, J. Y. (2006). *Exploring the second phase of public journalism. Journalism Studies;*
8. Stevens, J. (2014). *Multimedia Storytelling.*
9. Thompson, D. (2012). *"Snow Fall" Is not the Future of Journalism. The Atlantic.*
10. Ingram, M. (2016). *The good - and the bad - about the NYT's Snow Fall feature;*
11. Zerba, A. (2004). *Redefining Multimedia Toward a More Packaged Journalism Online;*
12. Packer, R. & Jordan, K. (2001). *Multimedia: From Wagner to Virtual Reality.*
13. Lister, M. (2009). *New media: A critical introduction.* New york: Routledge.
14. Gillmor, D. (2004). *We the Media.* O'Reilly.
15. Abbate, J. (1999). *Inventing the Internet.* Cambridge: MIT Press.
16. Auletta, K. (2009). *Googled: The end of the world as We Know it.* New York: Penguin Press.
17. Interpressnews.ge. Retrieved from: <https://bit.ly/3NSyhjB>-დან
18. newssafety.org. Retrieved from: <https://bit.ly/3H9rXjX>-დან
19. ტაბულას რედაქცია. Retrieved from: <https://bit.ly/3ttAXxh>-დან

UDC 070

SCOPUS CODE 1201

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2024-2-19-28>

Development of Multimedia Journalism in Georgia

Davit Dolidze

Faculty of Social Sciences and Humanities, Doctoral Program in Mass Communication,
Caucasus International University Georgia, 0141, Tbilisi, 73, Chargli str.
E-mail: davit.dolidze@ciu.edu.ge

Reviewers:

M. Vekua, Associate Professor, Faculty of Journalism, Georgian International University

Email: vekmar@hotmail.com

Kh. Kacharava, Associate Professor, Faculty of Social Sciences and Humanities, Caucasus International University

Email: Khatuna.kacharava@ciu.edu.ge

Abstract. As a result of the modernization of the information space and various information technologies, we have the opportunity to watch wars, natural disasters, sports events and others on television. Every day we receive international news from all over the world. A characteristic feature of the Internet today is media convergence, the technological fusion of content in various mass media.

In recent years, the Internet has truly become a hub of convergence, a place where music, television shows, radio stations, newspapers, magazines, books, and movies are created, distributed, and presented. Today, computers and mobile phones are the most popular digital devices for online convergence, which can themselves create or stream books, movies, music, video games, and any other form of digital media.

Today's global media market does not consist of any particular place, space or habit, it no longer has dimensions such as time and borders. It is permanently established in the digital world and cyberspace, on the screens of all computers and interactive televisions connected to the Internet, as well as mobile phones and still unbelievable inventions.

In the digital age, where technologies are evolving every day, it is very important to adapt to innovations and news in time. In the modern world, the introduction of technological innovations in the means of mass communication is taking place rapidly, which has completely changed the forms of information dissemination. Today, accuracy, promptness, flexibility and interactivity are the key elements of modern multimedia journalism.

Keywords: globalization; technological development; mass communication; media transformation; multimedia journalism.

განხილვის თარიღი 26.02.2024

შემოსვლის თარიღი 29.04.2024

ხელმოწერილია დასაბეჭდად 10.06.2024