

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ჟურნალისტიკა და მასობრივი კომუნიკაცია

მარიამ ბოლქვაძე

**„კულტურის საკითხების გაშუქება პანდემიურ და  
პოსტპანდემიურ პერიოდში (ონლაინ მედიის მაგალითზე)“**

ნაშრომი შესრულებულია ჟურნალისტიკის ბაკალავრის აკადემიური  
ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ხათუნა კაჭარავა

ასოცირებული პროფესორი

თბილისი

2023

## ანოტაცია

21-ე საუკუნეში, ტექნოლოგიურად განვითარებულ სამყაროში, მკვლევრები სულ უფრო მეტად ინტერესდებიან ონლაინ მედიისა და კულტურასთან მისი ურთიერთობის შესწავლით. ონლაინ მედიის პლატფორმები გახდა თანამედროვე კულტურის განუყოფელი ნაწილი, რაც აყალიბებს და ახდენს გავლენას სოციალურ ღირებულებებზე, ქცევებსა და ნორმებზე.

კავშირი ონლაინ მედიასა და კულტურას შორის ღრმავა, რადგან ეს პლატფორმები საშუალებას იძლევა გაგვიზიაროს კულტურული იდეები და შინაარსები. განსაკუთრებით კრიზისის დროს, ონლაინ მედია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს, როგორც მხარდაჭერის, ინფორმაციის გავრცელებისა და საზოგადოების ინფორმირებულობის საკითხში.

ჩვენი კვლევის ჰიპოთეზა არის ის, რომ ონლაინ მედიას აქვს დადებითი გავლენა საზოგადოებაზე, განსაკუთრებით სტრესული კრიზისის პერიოდებში. ჩვენ მიზანია განვსაზღვროთ ონლაინ მედიის გავლენა საზოგადოებაზე კრიზისის დროს, შევისწავლოთ მისი ადგილი საზოგადოებაში, მისი ფსიქოლოგიური ეფექტები, მისი გავლენა პიროვნულ იდენტობაზე და ცვლილებები, რომლებიც მას მოაქვს ყოველდღიურ ცხოვრებაში.

ჩვენი კვლევის მეთოდოლოგია ეყრდნობა გამოკითხვასა და კონტენტ-ანალიზის მეთოდს. ანალიზის შედეგები წარმოდგენილია შესაბამისი გრაფიკებითა და მაგალითებით, რომლებიც გვაწვდიან ინფორმაციას ონლაინ მედიის პოზიტიურ გავლენას საზოგადოებაზე, განსაკუთრებით კრიზისულ სიტუაციებში.

კვლევის შედეგებმა დაადასტურა ჩვენი ჰიპოთეზა, რაც ხაზს უსვამს ონლაინ მედიის მნიშვნელოვან როლს კულტურული დინამიკის ფორმირებაში, მხარდაჭერისა და კრიზისის დროს საზოგადოებაში კავშირების ხელშეწყობაში.

## სარჩევი

### ანოტაცია

1. კვლევის აქტუალობა.....	3
2. ლიტერატურის მიმოხილვა .....	5
3. კვლევის დიზაინი .....	17
4. მეთოდოლოგია და კვლევის პროცედურები .....	21
5. პროცედურის აღწერა .....	23
6. კვლევის შედეგები.....	24
1. გამოკითხვა.....	24
2. კონტენტ-ანალიზი .....	30
7. დასკვნა.....	33
8. ბიბლიოგრაფია .....	34

## 1. კვლევის აქტუალობა

კულტურის მრავალი განმარტება არსებობს, განსახვავებული ინტერპრეტაციით, რაც მიუთითებს მის მრავალმხრივ ბუნებასა და მნიშვნელობაზე. კულტურის ელემენტები შეიძლება ითქვას, გადმოცემულია სხვადასხვა სოციალური ინსტიტუტების მიერ, რომელთა შორის მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მასმედია. დღესდღეისობით, მედიის მკვლევრები და საზოგადოება მთლიანად ორიენტირებულია ტექნოლოგიებისა და მედიის ურთიერთქმედების კავშირებზე და ძლიერი მხარეების შესწავლაზე.

კრიზისული სიტუაციის დროს სტრესი გავლენას ახდენს ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაზე, ფსიქოლოგიურ მდგომარეობაზე, რაც გადამწყვეტ როლს თამაშობს პიროვნული პროგრესისა და განვითარებისთვის. ასეთ დროს მნიშვნელოვანია საზოგადოება გაუმკლავდეს სტრესს. დაისახოს მიზნად ჯანსაღი ჩვევების ჩამოყალიბება, რადგან არსებულ რეალობას გაუმკლავდეს. ჩვენ დახმარებას ვითხოვთ სიტუაციის შესამსუბუქებლად ჩვენი ყოველდღიური რუტინის დარღვევის გარეშე და ამ

შემთხვევაში მედია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს, რადგან ის ჩვენი კულტურის განუყოფელი ნაწილია.

2020 წელი კორონა ვირუსის გავრცელება და შემდგომი პანდემია ახალი გამოწვევა გახდა საზოგადოებისთვის. საზოგადოება აღმოჩნდა, სრულიად ახალ რეალობაში, სადაც ყველას მოულოდნელად შეექმნა კრიზისული სიტუაცია. ამ დროს საზოგადოებამ ძალიან დიდი სტრესი განიცადა. ზოგისთვის კულტურა და სოციალური მედია გამოსავალი გახდა. კულტურისა და მედიის ურთიერთკავშირი ძალიან დიდ გავლენას ახდენს ინდივიდებზე, ამას სამეცნიერო კვლევები ადასტურებს.

კრიზისის დროს ადამიანები ხშირად მიმართავენ ონლაინ მედიას. ამას შეძლება სხვადასხვა მიზეზი ჰქონდეს. ონლაინ მედია პლატფორმები უზრუნველყოფენ კავშირს და საზოგადოების განცდას სტრესის ან იზოლაციის დროს. ინფორმაციისა და განახლებების რეალურ დროში წვდომის შესაძლებლობებით, ინდივიდებს შეუძლიათ იყვნენ ინფორმირებული კრიზისის, ამ შემთხვევაში კოვიდ-19 ის შესახებ და მიიღონ გადაწყვეტილებები მათი უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობისთვის. ონლაინ მედიის უშუალო ხელს უწყობს პიროვნებებსა და ხელისუფლებას ან ექსპერტებს შორის უფსკრულის გადალახვას, რაც ხელს უწყობს გადამწყვეტი ინფორმაციის, გაიდლაინების, და გადაუდებელი ზომების გავრცელებას.

ონლაინ მედიის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი უპირატესობა კრიზისის დროს არის მისი შესაძლებლობა უზრუნველყოს წვდომა კულტურის საკითხებზე, საგანმანათლებლო რესურსებზე და გართობის ფართო სპექტრზე. ეს წვდომა ემსახურება როგორც ყურადღების გადატანისა და განმუხტვის საშუალებას, ეხმარება ინდივიდებს სტრესისა და შფოთვის შემსუბუქებაში კრიზისული სიტუაციის დროს. ონლაინ მედიას აქვს პოტენციალი, უზრუნველყოს აუცილებელი რესურსები და ხელი შეუწყოს ერთიანობის განცდას უბედურების წინაშე. ჩვენი კვლევა სწორედ ონლაინ მედიასშუალებებს ეხება. კერძოდ იმედი ნიუსს და ფორმულა ნიუსს. ჩატარებული კვლევების საფუძველზე გავიგებთ რამდენად შექდებოდა კულტურის საკითხები პანდემიის დროს და პოსტპანდემიურ პერიოდში.

## 2. ლიტერატურის მიმოხილვა

სამეცნიერო სტატიებისა და კვლევების სიმრავლე გვიჩვენებს კულტურისა და მედიის რთულ ურთიერთობას. ლიტერატურის მიმოხილვის დროს განვიხილავ უამრავ მეცნიერულ ნაშრომს, რომლებიც მუდმივად ხაზს უსვამენ კულტურისა და მედიის ღრმა კავშირს. კულტურისა და მედიის ირგვლივ ჩატარებული კვლევები ავლენს უამრავ შეხედულებას და აღმოჩენას, რაც ხელს უწყობს ამ რთული ურთიერთობის საზოგადოებისთვის გაგებას. ეს კვლევები ნათელს მოჰყვანს ურთიერთობის სხვადასხვა განზომილებებს, ნათელყოფს მის ღრმა გავლენას როგორც ინდივიდებზე, ისე საზოგადოებაზე.

ყველაზე საინტერესო ნაწილია კულტურული წარმომადგენლობის გამოკვლევა მედია კონტენტში. ეს კვლევები კრიტიკულად ანალიზებს სხვადასხვა კულტურის ასახვას, იკვლევს მრავალფეროვნების არსებობას, სტერეოტიპების მუდმივობას და კულტურული ავთენტურობის ძიებას. იმ გზების შესწავლით, რომლითაც მედია აყალიბებს კულტურულ აღქმებს, იდენტობებს და სოციალურ ნორმებს, მკვლევრები გვთავაზობენ მნიშვნელოვან პერსპექტივებს მედიის ძალასა და კულტურული ნარატივების აგებაში.

კვლევის კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ნაწილია ინდივიდებს შორის მედიის მოხმარების ნიმუშები. მკვლევრები აკვირდებიან ადამიანებს, თუ როგორ მოიხმარენ ისინი კულტურული შინაარსის მედიას. ისინი იკვლევენ მედია პლატფორმების, ფორმატებისა და ტექნოლოგიების გავლენას ინდივიდების კულტურულ პრეფერენციებზე, გემოვნებასა და მოხმარების ქცევაზე. ამ გამოკვლევების მეშვეობით ჩნდება უფრო ღრმა გაგება მედიის მოხმარების განვითარებასა და მისი ღრმა ზემოქმედების შესახებ კულტურულ პრაქტიკებსა და გამოხატულებებზე. უფრო მეტიც, ამ სფეროში კვლევები ხელს უწყობს კულტურასა და მედიას შორის ურთიერთდამოკიდებულების გაგებას. ისინი ხაზს უსვამენ იმას, თუ როგორ შეუძლია კულტურულ დინამიკასა და სოციალურ ცვლილებებს ჩამოაყალიბოს მედიის წარმოება, გავრცელება და მიღება. ამავდროულად, ისინი აჩვენებენ, თუ როგორ შეუძლია მედია პლატფორმებმა და კონტენტმა გავლენა მოახდინოს კულტურულ პრაქტიკებზე,

დამოკიდებულებებზე და ღირებულებებზე. ეს ორმხრივი გაცვლა ხაზს უსვამს კულტურისა და მედიის თანდაყოლილ ურთიერთდამოკიდებულებას, რაც ხაზს უსვამს მათ განუყოფელ ბუნებას. მკაცრი ანალიზისა და გამჭრიახი აღმოჩენების მეშვეობით მკვლევრები მუდმივად აძლიერებენ კულტურისა და მედიის სასიცოცხლო როლს საზოგადოების სტრუქტურის ჩამოყალიბებაში და ასახვაში. მათი წვლილი აფართოებს ჩვენს ცოდნას და ხელს უწყობს ამ ორ გავლენიან ძალას შორის რთული ურთიერთქმედების უფრო დეტალურ გაგებას.

ევგენი მარლოუს მთავარ სტატიაში, „მედია და კულტურა“ (Marlow, 1993): „MEDIA AND CULTURE“, ავტორი სვამს დამაფიქრებელ კითხვებს ახალი ტექნოლოგიების კულტურასთან შერწყმის შესახებ. გავლენიანი მკვლევრების ნამუშევრებიდან გამომდინარე, როგორებიც არიან ჰაროლდ ინისი (Harold Innis, 1951), მარშალ მაკლუანი (Marshall McLuhan, 1960), ნილ პოსტმენი (Neil Postman, 1979) და სხვები, მარლოუ იკვლევს გრაფიკის, კინოსა და ელექტრონული მედიის ტრანსფორმაციულ ძალას და ხაზს უსვამს მათ როლს მრავალფეროვანი საკომუნიკაციო გარემოს ჩამოყალიბებაში.

მარლოუს კვლევა მედიასა და კულტურას შორის ურთიერთობის შესახებ ეფუძნება ინის (Harold Innis, 1951) და მაკლუანის (McLuhan, 1960) ინოვაციურ კვლევებს. ეს მკვლევრები ხაზს უსვამენ ახალი მედიის ღრმა გავლენას კომუნიკაციის ტრადიციულ ფორმებზე, რაც ახდენს თანდათანობით ჩანაცვლებას და ფუნდამენტურ ცვლილებებს (გვ.296).

ინისა და მაკლუანის ნაშრომებმა გზა გაუხსნა ყოვლისმომცველი გაგებისთვის, თუ როგორ აყალიბებს მედია, განსაკუთრებით მასობრივი კომუნიკაცია ჩვენს აღქმას და გავლენას ახდენს საზოგადოებაზე. მარლოუს (Marlow, 1993) მიერ მათი თეორიების ინტეგრაცია ხაზს უსვამს მედიის გავლენის მრავალმხრივ ბუნებას, რაც საფუძველს იძლევა კულტურასთან მისი რთული ურთიერთობის შემდგომი შესწავლისთვის.

ახალი ტექნოლოგიების კულტურაში ინტეგრაციამ გამოიწვია ღრმა ტრანსფორმაციები მედიაში. გრაფიკამ, ფილმმა და ელექტრონულმა მედიამ მოახდინა რევოლუცია ინფორმაციის გადაცემის, გაზიარებისა და მოხმარების გზაზე. ამ საშუალებების მოსვლასთან ერთად, კომუნიკაციის ტრადიციული რეჟიმები გამოწვევის წინაშე აღმოჩნდა და გაჩნდა ალტერნატიული არხები. ახალი მედიის ერთ-ერთი

თვალსაჩინო ეფექტი არის მისი უნარი თანდათანობით შეცვალოს კომუნიკაციის დამკვიდრებული რეჟიმები. გრაფიკის, კინოსა და ელექტრონული მედიის დინამიურმა ბუნებამ დაარღვია სტატუს კვო, რამაც გამოიწვია სოციალური ნორმებისა და მოლოდინების ცვლილება. ეს ტრანსფორმაციული პროცესი მედიისა და კულტურის სიმბიოზურ ურთიერთობაზე მიუთითებს, სადაც თითოეული გავლენას ახდენს და აყალიბებს მეორეს.

თავიანთ ერთობლივ ნაშრომში „გამოკვლევები კომუნიკაციებში“ („Explorations in Comunciations“), მარშალ მაკლუანი (McLuhan, 1960) და ედმუნდ კარპენტერი (Edmund Carpenter, 1960) სწავლობენ მასმედიის ტრანსფორმაციულ გავლენას ჩვენს ურთიერთდაკავშირებულ სამყაროზე. მათი ღრმა დაკვირვებები ხაზს უსვამს გლობალური სოფლის გაჩენას, სადაც ინფორმაცია თავისუფლად მიედინება, რაც ქმნის საერთო ცოდნისა და მონაწილეობის გრძნობას. მათი გამოკვლევით მაკლუანი და კარპენტერი ნათელს ჰფენენ ტელევიზიის ძალას, რომელიც ხელს უწყობს ყოფნისა და ერთდროულობის განცდას ინფორმაციის ამ ვრცელ „დიდ სოფელში“, რომელიც მოიცავს ჩვენს ცხოვრებას (გვ.299).

მაკლუანისა და კარპენტერის მიერ წამოყენებული ერთ-ერთი მთავარი აზრი არის „გლობალური სოფლის“ ცნება. ეს მეტაფორა ასახავს მასმედიის, განსაკუთრებით ტელევიზიის ტრანსფორმაციულ ძალას. თავისი ვიზუალური და სმენითი ელემენტებით, ტელევიზიამ მოახდინა რევოლუცია კომუნიკაციაში ყოფნისა და ერთდროულობის უპრეცედენტო გრძნობის შექმნით. ის გადაჰყავს მაყურებლებს ვირტუალურ სამყაროში, სადაც ისინი მჭიდრო კავშირში გრძნობენ თავს შორეულ ადგილებში განვითარებულ მოვლენებთან. შედეგად, ინდივიდები არა მხოლოდ მოიხმარენ ინფორმაციას, არამედ აქტიურად მონაწილეობენ ამ გლობალური სოფლის განვითარებაში.. მაკლუანისა და კარპენტერის დაკვირვებები გვაძლავს გადავხედოთ კომუნიკაციისა და საზოგადოებაზე მისი გავლენის შესახებ ჩვენს გაგებას. ისინი ხაზს უსვამენ მასმედიის ტრანსფორმაციულ ძალას, რომელსაც აქვს პოტენციალი ჩამოაყალიბოს ჩვენი აღქმა, რწმენა და ურთიერთქმედება.

ელვინ ტოფლერის (Toffler, 1970) ცნობილ ნაშრომში "მომავლის შოკი" („In Future Shock“) ის გვთავაზობს ღირებულ შეხედულებებს ტექნოლოგიურ წინსვლასა და

კულტურულ ინტეგრაციას შორის რთული ურთიერთობის შესახებ. პასუხი იმაზე თუ რა ხდება მაშინ, როდესაც ახალი ტექნოლოგიები გაჟღერებულია კულტურაში, ტოფლერი წარმოადგენს ტექნოლოგიური ევოლუციის სამეტაპიან პროცესს. კრეატიული საწყისის, პრაქტიკული აპლიკაციებისა და ტექნოლოგიური ინოვაციების გავრცელების შესწავლით. ტოფლერი ხსნის ახალი იდეების გენერაციას, რომელიც აყალიბებს როგორც შემოქმედებითობას, ასევე სარგებლიანობას საზოგადოებაში.

ტოფლერის ინოვაციური ანალიზი "მომავლის შოკი" წარმოადგენს ჩარჩოს, რომელიც ასახავს ტექნოლოგიის ტრანსფორმაციულ გავლენას კულტურაზე. ტექნოლოგიური ევოლუციის ურთიერთდაკავშირებულ ეტაპებზე ჩაღრმავებით, ის უზრუნველყოფს ყოვლისმომცველ გაგებას.

ტოფლერის ნამუშევარი ხაზს უსვამს ტექნოლოგიური ევოლუციის პირველ ეტაპს, როგორც შემოქმედებითი იდეების დაბადებას. სწორედ ამ ფაზაში ხდება ინოვაციური კონცეფციების გააზრება, რაც ხსნის ახალ შესაძლებლობებს წინსვლისა და კულტურული ინტეგრაციისთვის. ეს იდეები ემსახურება როგორც სამომავლო განვითარების საფუძველს და აქვს პოტენციალი შეცვალოს სოციალური ნორმები და პრაქტიკა.

მეორე ეტაპი მოიცავს ამ იდეების პრაქტიკულ გამოყენებას. ტექნოლოგიების დახვეწასა და განვითარებასთან ერთად, ისინი აბსტრაქტული ცნებებიდან ხელშესახებ გამოვლინებამდე გადადიან. პრაქტიკული აპლიკაციები იძლევა ახალი ტექნოლოგიების ინტეგრაციას საზოგადოების სხვადასხვა ასპექტში, დაწყებული პირადი მოხმარებიდან სამრეწველო აპლიკაციებამდე. ეს ეტაპი აჩვენებს ტექნოლოგიების ტრანსფორმაციულ პოტენციალს კულტურის ფორმირებაში. და ბოლოს, ტოფლერი ხაზს უსვამს მესამე ეტაპს, რომელიც ტრიალებს საზოგადოებაში ტექნოლოგიური ინოვაციების გავრცელების ან ფართოდ დანერგვის გარშემო. დიფუზიის პროცესის მეშვეობით, ეს ინოვაციები უფრო ხელმისაწვდომი და ინტეგრირებული ხდება ყოველდღიურ ცხოვრებაში, რაც გავლენას ახდენს კულტურის, კომუნიკაციისა და ადამიანთა ურთიერთქმედების სხვადასხვა ასპექტზე. ტექნოლოგიის გავრცელება ხელს უწყობს ახალი იდეების წარმოქმნას, რადგან ინდივიდები ექვემდებარებიან ახალ შესაძლებლობებს და შთაგონებულნი არიან შემდგომი მიღწევების შესასწავლად.



კვლევებში წარმოდგენილი ანალიზის საფუძველზე ცხადი ხდება, რომ მედია ტექნოლოგიებმა მოიტანა მნიშვნელოვანი ცვლილებები საზოგადოებაში, რაც შეიძლება შეფასდეს, როგორც „ცოდნის იმპერიები“. ამ ტექნოლოგიებმა მოახდინა რევოლუცია ინფორმაციის გავრცელებისა და მოხმარების გზაზე, რამაც საშუალება მისცა ადამიანებს წვდომა ჰქონდეთ კულტურული, ეკონომიკური, პოლიტიკური და სხვა სახის ცოდნის ფართო სპექტრზე მოკლე დროში.

მასმედიის ინტეგრაცია დროისა და სივრცის ცნებებთან იყო გარდამტეხი ძალა, რადგან ის იძლევა ინფორმაციის მყისიერ გადაცემასა და მიღებას გეოგრაფიულ საზღვრებს შორის. ამ ფენომენმა გამოიწვია მრავალფეროვანი კულტურული ელემენტების დაახლოება ერთ პლატფორმად, სადაც წიგნები, ფილმები, გრაფიკა და სხვა კულტურული გამონათქვამები შეუფერხებლად არის შერწყმული.

კულტურული ფორმების ამ გაერთიანებამ მასმედიის სფეროში შორსმიმავალი გავლენა მოახდინა საზოგადოებაზე. ამან გამოიწვია ადამიანების ცხოვრებაში ღრმა ტრანსფორმაცია, მათი ყოველდღიური რუტინის, სოციალური ურთიერთქმედებებისა და თვით იდენტობის გრძნობის შეცვლაც კი.

უფრო მეტიც, ამ „ცოდნის იმპერიების“ გაჩენამ არა მხოლოდ შეცვალა ინფორმაციის წვდომისა და მოხმარების გზა, არამედ ღრმად იმოქმედა ინდივიდების კოლექტიურ ცნობიერებაზე. მედია ტექნოლოგიების არსებობამ ჩამოაყალიბა სოციალური პერსპექტივები, ჩამოაყალიბა რწმენა, ღირებულებები და დამოკიდებულებები ფართო მასშტაბით. ის გახდა ძლიერი კატალიზატორი კულტურული გაცვლისთვის, რომელიც ხელს უწყობს იდეების, იდეოლოგიებისა და კულტურული პრაქტიკის გავრცელებას სხვადასხვა თემებში.

თავის დამაფიქრებელ სტატიაში „გლობალური მედია კულტურა“ („Global Media and Culture“), მარკ პოსტერი (Poster, 2008) საუბრობს კულტურის კონცეფციაზე გლობალური ურთიერთობების გაღრმავების ღრმა შედეგებს. ჩვენი ურთიერთდაკავშირებული სამყაროს ცვალებადი დინამიკით, ჩნდება კითხვები კულტურის ფუნდამენტურ პირობებთან და გლობალური კულტურის გარშემო დისკურსების გაჩენასთან დაკავშირებით. პოსტერის (Poster, 2008) ნამუშევარი ნათელს

ჰვენს ამ აქტუალურ გამოკითხვებს და ხაზს უსვამს ამ თემაზე მუდმივ და ფართოდ გავრცელებულ დისკურსს.

"გლობალური მედიისა და კულტურის" ფარგლებში, პოსტერი ყურადღებას ამახვილებს დინამიურ ცვლილებებზე, რომლებიც ვითარდება ჩვენს მზარდ ურთიერთდაკავშირებულ სამყაროში. გლობალური ურთიერთობების გააქტიურებამ მოითხოვა ტრადიციული კულტურული პარადიგმების გადაფასება. გაჩნდა კითხვები კულტურის ცვალებადობასთან დაკავშირებით, რამაც აიძულა მეცნიერები და მოაზროვნეები შეესწავლათ კულტურის ძირითადი პირობები და მახასიათებლები ამ გლობალურ კონტექსტში.

გლობალური კულტურის შესახებ დისკურსი იწვევს მედიას, ტექნოლოგიებსა და კულტურულ დინამიკას შორის არსებული რთული ურთიერთობების კრიტიკულ ანალიზს. ის გვაიძულებს დავსვათ კითხვა, თუ როგორ აყალიბებენ გლობალური ძალები კულტურულ წარმოებას, გავრცელებას და მოხმარებას. ამ დისკურსში ჩართვით, მკვლევარები ხელს უწყობენ გლობალური მედიის ტრანსფორმაციული ძალის ღრმა გაგებას და მის გავლენას მთელ მსოფლიოში კულტურულ პრაქტიკაზე.

დღეს, ჩვენს მუდმივად განვითარებად სამყაროში, ციფრული კულტურა გახდა თვალსაჩინო ადგილი, რომელიც აყალიბებს გლობალურ კულტურულ ლანდშაფტს. ჩვენ აღმოვჩნდით ამ გლობალური კულტურის განვითარების გადამწყვეტ ეტაპზე, სადაც ტექნოლოგიებისა და კრეატიულობის შერწყმამ გამოიწვია ტრანსფორმაციული ცვლილება. აღსანიშნავია, რომ კულტურული ტექნოლოგიები დაარსების დღიდან მნიშვნელოვანი იყო საზოგადოების პროგრესში. წიგნის წარმოების ადრეული დღეებიდან დაწყებული რადიოს, კინოსა და ტელევიზიის შემდგომ აღზევებამდე, ამ საშუალებებმა გადამწყვეტი როლი ითამაშეს კულტურული ტენდენციების გავრცელებაში და საზოგადოებაზე გავლენის მოხდენაში.

ამის ფონზე, აუცილებელია იმის აღიარება, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ინდივიდუალური წვლილი ციფრული კულტურის განვითარებაში. თითოეულ ჩვენგანს აქვს როლი შეასრულოს თავისი კურსი ყველაზე ნაყოფიერი და შემოქმედებითი მიმართულებებისკენ. ციფრული პლატფორმების აქტიური მონაწილეობითა და ჩართვით, ჩვენ შეგვიძლია ჩამოვაყალიბოთ გლობალური კულტურის ევოლუცია,

გამოვიყენოთ მისი პოტენციალი გაძლიერებისა და შთაგონებისთვის. კულტურულ განვითარებას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ინდივიდების ჩამოყალიბებასა და ზრდაში. ის ემსახურება როგორც პიროვნული გამდიდრების კატალიზატორს, ხელს უწყობს მრავალფეროვანი კულტურული გამოხატვის ღრმა გაგებასა და დაფასებას. კულტურული განვითარების აქტიური ჩართვით, ჩვენ ვაძლიერებთ საკუთარ გამოცდილებას, ვაფართოებთ ჩვენს პერსპექტივებს და ხელს ვუწყობთ გლობალური კულტურის შექმნას.

ისტორიის მანძილზე კულტურა მუდმივად თამაშობდა შუამავლის როლს, ასრულებდა ხიდს საზოგადოებებსა და ინდივიდებს შორის. თუმცა, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მოსვლასთან და ფართო გავლენით, კულტურამ მნიშვნელოვანი ტრანსფორმაცია განიცადა, რაც რთულად იყო გადაჯაჭვული მედია პლატფორმებთან. კულტურული არტეფაქტებისა და იდეების მასობრივი გავრცელება მჭიდროდ დაუკავშირდა მასმედიის განვითარებასა და ევოლუციას. თანამედროვე კულტურამ მიიღო გლობალური განზომილება, ყველა კულტურულ ობიექტს გააჩნია მსოფლიო მასშტაბის მიღწევისა და გავლენის პოტენციალი. ციფრული ტექნოლოგიებისა და ინტერნეტის გავრცელებულმა გავლენამ საშუალება მისცა კულტურულ გამოხატულებებს გადალახონ გეოგრაფიული საზღვრები და დაუკავშირდნენ მრავალფეროვან აუდიტორიას გლობალური მასშტაბით. კულტურის ამ გლობალიზაციამ გახსნა ახალი გზები კულტურათაშორისი გაცვლისთვის, რაც საშუალებას აძლევს ინდივიდებს მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხიდან ჩაერთონ უამრავ კულტურულ გამოცდილებასთან და პერსპექტივასთან.

კულტურის ინტეგრაციამ მასმედიის სფეროში შეცვალა ჩვენი კულტურული შინაარსის აღქმა და მოხმარება. ტრადიციულმა კულტურულმა ფორმებმა, როგორცაა ლიტერატურა, მუსიკა, ხელოვნება და კინო, იპოვეს ციფრული პლატფორმების საშუალებით გავრცელების ახალი გზები და მიაღწიეს აუდიტორიას თავდაპირველ საზღვრებს მიღმა. ამავდროულად, ციფრული კულტურის გაჩენილმა ფორმებმა, როგორცაა სოციალური მედია, ონლაინ სტრიმინგი და ვირტუალური რეალობა, წარმოშვა კულტურული გამოხატვის სრულიად ახალი რეჟიმები, რაც ბუნდოვანია შემქმნელებსა და მომხმარებლებს შორის. მედია მოქმედებს როგორც გამტარი, რომელიც

საშუალებას აძლევს კულტურული შინაარსის ფართოდ გავრცელებას და ხელს უწყობს ურთიერთკავშირის გრძნობას ინდივიდებსა და თემებს შორის მთელ მსოფლიოში. შედეგად, კულტურა გახდა მედია ეკოსისტემის განუყოფელი ნაწილი, რომელიც გავლენას ახდენს და განიცდის მის დინამიურ და მუდმივად განვითარებად ბუნებას.

მასმედიასა და კულტურას შორის ურთიერთობა ფართო შესწავლისა და ანალიზის საგანი იყო, რაც ნათელს მოჰყვანს ამ ერთეულების ერთმანეთზე ღრმა გავლენას. წიგნში "გააზრება მედიისა და კულტურის: შესავალი მასობრივი კომუნიკაციაში" („Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication“), ჯეკ ლული (Lule, 2010) და ჯოზეფ მაკფადენი (B.Mcfadden, 2010) იკვლევენ ამ რთულ კავშირს, კონკრეტულად ამახვილებენ ყურადღებას შეერთებული შტატების კონტექსტზე. მათი კვლევა მოიცავს დიფერენციაციას მასობრივ კომუნიკაციებსა და მასმედიას შორის, შეისწავლის თუ როგორ მოქმედებს ეს არხები კულტურაზე და, საპასუხოდ, როგორ აყალიბებს კულტურა მედიას.

ლული და მაკფადენი (Jack Lule, Joseph B.Mcfadden, 2010) ხაზს უსვამენ ფუნდამენტურ განსხვავებას მასობრივ კომუნიკაციასა და მასმედიას შორის. მასობრივი კომუნიკაცია ემსახურება როგორც მექანიზმს, რომლის მეშვეობითაც ინფორმაციის გაზიარება ხდება საზოგადოების დიდ სეგმენტთან, რაც ხელს უწყობს ერთი ან რამდენიმე მედია პლატფორმას. ამ მედიას შეიძლება ჰქონდეს სხვადასხვა ფორმა, მათ შორის ბეჭდური, სამაუწყებლო და ელექტრონული მედია, როგორცაა გაზეთები, რადიო, წიგნები, ვიდეო თამაშები, ბლოგები, პოდკასტი და სოციალური ქსელები. მათ შორის მასმედია ჩნდება, როგორც მასობრივი კომუნიკაციის უპირველესი გამტარი, რომელსაც აქვს მნიშვნელოვანი გავლენა ინფორმაციის გავრცელებაზე.

კულტურა ემსახურება როგორც პლატფორმას სხვადასხვა ღირებულებების, პერსპექტივებისა და რწმენის გაზიარებისთვის, რაც ხელს უწყობს შეკრული თემების ჩამოყალიბებას. ის მოქმედებს, როგორც საერთო ჩარჩო, რომელიც წარმართავს სოციალურ ინტერაქციას, გავლენას ახდენს ქცევაზე და აცნობებს ინდივიდების გაგებას მათ გარშემო არსებული სამყაროს შესახებ. ლული და მაკფადენი ხაზს უსვამენ ურთიერთდამოკიდებულებას მასმედიასა და კულტურას შორის, რადგან მედია

პლატფორმები ხდება კულტურული გამოხატვის, იდეებისა და ნარატივების საშუალებები.

მასმედიასა და კულტურას შორის სიმბიოზური ურთიერთობა ხასიათდება დინამიური ურთიერთქმედებით. მასმედიის არხები ავრცელებენ კულტურულ შინაარსს, ისინი ერთდროულად ახდენენ გავლენას და აყალიბებენ კულტურულ ნორმებს, პრეფერენციებსა და პრაქტიკას. ავტორები იკვლევენ მასმედიის ღრმა გავლენას კულტურულ დინამიკაზე, ხაზს უსვამენ იმას, თუ როგორ თამაშობენ მედია პლატფორმები გადამწყვეტ როლს სოციალური ნარატივების ფორმირებაში და საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედებაში.

შემდეგი ლიტერატურული მიმოხილვა იკვლევს კულტურასა და მედიას შორის ურთიერთობას, ფოკუსირებულია თურქი მკვლევარის იასინ აჯარის (Acar, 2018) ნაშრომზე მის პუბლიკაციაში „მედია და კულტურა: კულტურისა და მედიის გადახედვა“ („Media and Culture rethinking culture and media“). მიმოხილვა ხაზს უსვამს კულტურისა და მედიის მრავალფეროვან განმარტებებს, რომლებიც მოწოდებულია სხვადასხვა მკვლევარების, მეცნიერებისა და ინტელექტუალების მიერ. გარდა ამისა, ის იკვლევს კულტურისა და მედიის ისტორიულ საწყისებს, შეისწავლის კაცობრიობის მუდმივ სწრაფვას განვითარებისა და გადარჩენისთვის რთულ გარემოში.

კულტურა და მედია მრავალმხრივი ცნებებია, რომლებმაც მიიპყრეს მეცნიერების ფართო ყურადღება. სხვადასხვა მკვლევარი და ინტელექტუალი გვთავაზობს ამ ტერმინების უნიკალურ ინტერპრეტაციებს. ინგლისში კულტურას ხშირად ესმით როგორც „ცხოვრების გზა“ (Way of life), რომელიც ასახავს უფრო ფართო საზოგადოებრივ ნორმებსა და პრაქტიკას. ჰერაკლიტე კულტურას მზეს ადარებს, რაც სიმბოლოა ადამიანთა განათლების როლი აღზრდაში. კიდევ ერთი მეცნიერი, ედვარდ საიდი (Edward Said, 1998), აღწერს კულტურას, როგორც „სახლის გრძობას“, ხაზს უსვამს ღრმა ფესვებსა და ემოციურ კავშირს, რომელიც მას აქვს ინდივიდებისთვის.

აჯარის ნაშრომის ისტორიული მონაკვეთი აჩენს დამაინტრიგებელ კითხვას: როდის დაიწყო კულტურისა და მედიის ისტორია? კაცობრიობის ისტორიის მანძილზე ინდივიდები ეძებდნენ გზებს, რათა გადაელახათ გამოწვევები და შეგუებოდნენ რთულ საცხოვრებელ პირობებს. მომთხოვნი ბუნებრივი გარემოს პირობებში გადარჩენა

საჭიროებდა განვითარებას და ინოვაციას. აჯარი (Acar, 2018) მოიხსენიებს უძველეს "გილგამეშის ეპოსს", როგორც მნიშვნელოვან მაგალითს, რომელიც ხაზს უსვამს გილგამეშისა და ენქიდუს მეგობრობას, როდესაც ისინი ველურობიდან ცივილიზაციაში გადადიოდნენ. ეს ტრანსფორმაციული მოგზაურობა შეიძლება ჩაითვალოს როგორც კულტურის დაბადება, რომელიც აღნიშნავს გადასვლას ველური სამყაროდან ცივილიზებულ სამყაროში (გვ.599).

ეს კონკრეტული ლიტერატურული მიმოხილვა იკვლევს სოციალური მედიის გავლენას მომხმარებელთა აკულტურაციაზე, როგორც ეს განხილულია ნაშრომში "სოციალური მედიის გავლენა მომხმარებელთა აკულტურაციაზე: აქტუალური გამოწვევები, შესაძლებლობები და დღის წესრიგი კვლევისა და პრაქტიკისთვის" („The impact of social media on consumer acculturation: Current challenges, opportunities, and an agenda for research and practice“), ავტორები ჰატიჯე ქიზგინი, ბიდით დეიბი, იოგემ დევიდვედიჩი, ლორი ჰიუსი, აჰმედ ჯამალდი და პოლ ჯონისი ((Hatice Kizgina, 2017) იკვლევს სოციალური მედიის როლს ემიგრანტების კულტურული დონის ამაღლებაში რაც ხელს უწყობს მათ სოციალიზაციას სხვადასხვა კულტურის, წესების, ჯგუფებისა და გარემო პირობების გაცნობის გზით.

სოციალური მედია, როგორც სოციალიზაციისა და კულტურული განვითარების კატალიზატორი: მკვლევრები (Kizgin et al., 2017, Laroche & Jamal, 2015) ეყრდნობიან წინა კვლევებს, რათა აჩვენონ, რომ სოციალური მედია გადამწყვეტ როლს თამაშობს ინდივიდებში სოციალიზაციისა და კულტურული ცნობიერების ამაღლებაში. ემიგრანტები და ეთნიკური უმცირესობები, თავიანთი კოლექტივისტური კულტურული ტენდენციებით, აქტიურად ერთვებიან სოციალურ მედიასთან სოციალური და კულტურული კაპიტალის შესაქმნელად. სხვადასხვა კულტურისა და თემის ადამიანებთან ურთიერთქმედების გზით, სოციალური მედიის პლატფორმები ემსახურება როგორც მძლავრ ინსტრუმენტს კულტურული გაცვლისა და სოციალური უნარების შესაძენად. სხვადასხვა კვლევის შედეგები მხარს უჭერს მტკიცებას, რომ სოციალური მედია მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს სოციალიზაციასა და კულტურულ განვითარებაზე. კლიენტებსა და ორგანიზაციებს შორის ურთიერთობებისა და კომუნიკაციის ხელშეწყობით, სოციალური მედიის პლატფორმები გვთავაზობენ

საქმიანობისა და შესაძლებლობების ფართო სპექტრს. მკვლევრები ხაზს უსვამენ სოციალური მედიის მნიშვნელობას ინდივიდების დაკავშირებაში, რაც მათ საშუალებას აძლევს დაამყარონ ურთიერთობები, გაუზიარონ გამოცდილება და მიიღონ ინფორმაცია. კვლევის ავტორები (Kizgin et al., 2017, Laroche & Jamal, 2015) ამტკიცებენ, რომ სოციალური მედია მოქმედებს, როგორც გადამწყვეტი აგენტი კულტურის ჩამოყალიბებაში. მისი ყოვლისმომცველი ყოფნა ინდივიდების ცხოვრებაში და სოციალიზაციისა და კულტურული გაცვლის ხელშეწყობის უნარმა განაპირობა ის, როგორც მნიშვნელოვანი პლატფორმა კულტურული განვითარებისა და ინტეგრაციისთვის. სოციალური მედიის პლატფორმები აძლევს მომხმარებლებს, განსაკუთრებით ემიგრანტებს და ეთნიკურ უმცირესობებს, უფლებას წვლილი შეიტანონ კულტურულ კონტექსტში, რითაც გაზრდიან თავიანთ კულტურულ კაპიტალს.

ეს კონკრეტული ლიტერატურის მიმოხილვა განიხილავს 2011 წელს ქართველი მკვლევარის, ნინო კვირიკაშვილის (კვირიკაშვილი, 2011) მიერ ჩატარებულ კვლევას, სახელწოდებით „კულტურული საკითხების გაშუქება ქართულ მედიაში“. კვლევა ყურადღებას ამახვილებს კულტურული თემების ანალიზზე და სტატიებზე სხვადასხვა ქართულ გაზეთებსა და ტელევიზიებში. კვლევა ნათელს ჰფენს ქართული მედიის კულტურული საკითხებისადმი ინტერესის დონეს, ასევე გამოვლენილ ხარვეზებს მრავალფეროვნებისა და ჟურნალისტური სტანდარტების დაცვის თვალსაზრისით (გვ.4-5).

კვირიკაშვილის კვლევა ცხადყოფს ქართულ მედიასაშუალებებში კულტურული თემების გაშუქებისადმი ინტერესის მნიშვნელოვან დონეს. გაზეთები და სატელევიზიო არხები მნიშვნელოვან აქცენტს აკეთებენ კულტურულ საკითხებზე, აცნობიერებენ მათ მნიშვნელობას საზოგადოებაში. მედია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საზოგადოებისთვის კულტურული ინფორმაციის გავრცელებაში.

მიუხედავად კულტურული გაშუქებისადმი ინტერესისა, კვლევა ავლენს ხარვეზებს მრავალფეროვნებისა და ჟურნალისტური სტანდარტების დაცვის თვალსაზრისით. კულტურის სტატიების ანალიზი ცხადყოფს გაშუქებულ თემებში მრავალფეროვნების ნაკლებობას, მნიშვნელოვანი გადაფარვით გაზეთებს შორის, როგორცაა მოამბე,

კურიერი, ქრონიკა. სიუჟეტების გამეორება და კულტურულ საკითხებში მრავალფეროვნების არარსებობა მიუთითებს მედიის გაშუქების უფრო მრავალფეროვანი მიდგომის აუცილებლობაზე. ეს გულისხმობს კულტურული თემების უფრო ფართო დიაპაზონის შესწავლას, ქართული კულტურის სხვადასხვა ასპექტების ჩვენებას და პერსპექტივების გაერთიანებას სხვადასხვა საზოგადოებისა და კულტურული ფენისგან. მრავალფეროვანი მიდგომით მედიას შეუძლია გაამდიდროს კულტურული დისკურსი ქვეყნის შიგნით და აუდიტორიას მიაწოდოს ქართული კულტურის უფრო სრულყოფილი გაგება.

კვირიკაშვილის (კვირიკაშვილი, 2011) კვლევა ცხადყოფს ქართულ ჟურნალისტიკაში არსებულ შემამოფოთებელ ტენდენციას, როდესაც ჟურნალისტები კულტურული თემების გაშუქებისას წყაროებით მოწოდებულ ინფორმაციას პირდაპირ აწოდებენ აუდიტორიას. ავტორი აღნიშნავს, რომ ეს პრაქტიკა ზღუდავს კულტურული შინაარსის კრიტიკულ ანალიზსა და შეფასებას. სამაგიეროდ, აქცენტი კეთდება ინფორმაციის გადაცემაზე უფრო ღრმა შეხედულებებში ჩაღრმავების ან მნიშვნელოვანი ანალიზის გარეშე. სიდრმისეული ანალიზის ეს ნაკლებობა მიუთითებს ქართული მედიაში კულტურული გაშუქებისადმი ზედაპირულ დამოკიდებულებაზე.

რაც შეეხება „პოზიტური“ ისტორიების გავრცელებას ქართული მედიის კულტურის საკითხების გაშუქებაში, ეს ისტორიები ძირითადად ტრიალებს ისეთი მოვლენების გარშემო, როგორცაა ძეგლების გახსნა, გამოფენები, მოდის კვირეულები, ფილმების პრემიერები და მსახიობების ეტაპები ან გარდაცვალება. მიუხედავად იმისა, რომ ეს ისტორიები ხელს უწყობს კულტურული მოვლენების პოპულარიზაციას, მათ ხშირად აკლიათ საჭირო სიდრმე და კრიტიკული გამოკვლევა, რაც უზრუნველყოფს კულტურის გაშუქების უფრო სრულყოფილ გაგებას.

კულტურა, მასმედიასთან დინამიური ურთიერთქმედებისას, თანდათან ერთმანეთში ირევა, რაც იწვევს იმის გაჩენას, რასაც შეიძლება ვუწოდოთ „კიბერკულტურა“. ეს შერწყმა იწვევს ტრადიციული კულტურის საზღვრების ბუნდოვანებას, ხოლო რეალური კულტურის განმარტება ნაკლებად მკაფიო ხდება. ციფრული მედიის მოსვლასთან ერთად ჩნდება სხვადასხვა კულტურული პლატფორმა, რაც ხელს უწყობს კულტურისა და მედიის დაახლოებას.



მედიის გადამწყვეტი როლი მრავალფეროვანი შემოქმედებითი იდეოლოგიებისა და ინდუსტრიების ჩამოყალიბებაში არ შეიძლება გამორჩეული იყოს. მასმედია მოქმედებს როგორც კატალიზატორი, რაც საშუალებას აძლევს შექმნას კულტურული და კრეატიული პლატფორმები, რომლებიც ადამიანებს შესთავაზებენ ინფორმაციის წვდომას და სხვადასხვა კულტურულ ღონისძიებებში მონაწილეობას ნებისმიერ მოცემულ სიტუაციაში.

ისტორიის მანძილზე კულტურა გადიოდა დროის ხიდებს, თანმიმდევრულად ვითარდებოდა და ინარჩუნებდა თავის არსს, მისწრაფოდა კაცობრიობის გაუმჯობესებისაკენ. ინტენსიური ცენზურის და დამორჩილების პერიოდებშიც კი, როგორცაა საბჭოთა ეპოქა, კულტურამ იპოვა გზა, რომ თანაარსებობდა მედიასა და ტექნოლოგიასთან, რამაც წარმოშვა განსხვავებული „მედია კულტურა“. კულტურისა და ტექნოლოგიების სიმბიოზურმა ურთიერთობამ ხელი შეუწყო კულტურის ზრდას და განვითარებას, ტენდენცია, რომელიც დღესაც განაგრძობს ჩვენი სამყაროს ფორმირებას.

### 3. კვლევის დიზაინი

საკვლევად ავირჩიეთ ონლაინ მედია, რომელიც სათავეს ჯერ კიდევ XX საუკუნიდან იღებს. იგი საზოგადოების შეხედულებების, განწყობილების, ინფორმირებულობისა და ზოგადად, მათი აზრის დასადგენად ამა თუ იმ საკითხზე, ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფი, ეფექტური და პოპულარული საშუალებაა დღეს.

ახლა კი განვიხილოთ ონლაინმედიის განვითარების ეტაპები. 1960-1970-იანი წლები: ინტერნეტის წინამორბედი, ცნობილი როგორც ARPANET, შეიქმნა აშშ-ს თავდაცვის დეპარტამენტის მოწინავე კვლევითი პროექტების სააგენტოს (ARPA) მიერ. იგი შექმნილია უნივერსიტეტებსა და კვლევით დაწესებულებებს შორის კომუნიკაციისა და ინფორმაციის გაზიარების გასაადვილებლად.

1980-იანი წლები: სერ ტიმ ბერნერს-ლის მიერ მსოფლიო ქსელის (WWW) განვითარებამ 1980-იანი წლების ბოლოს მოახდინა რევოლუცია ონლაინ მედიაში. ეს იყო ურთიერთდაკავშირებული ვებ გვერდები, რომელსაც დღეს ვიცნობთ.

1990-იანი წლები: 1990-იან წლებში მოხდა ონლაინ მედიის მნიშვნელოვანი გაფართოება. ვებ ბრაუზერების დანერგვამ, როგორცაა Mosaic და Netscape Navigator, ინტერნეტი უფრო ხელმისაწვდომი გახდა ფართო საზოგადოებისთვის. ვებსაიტებმა დაიწყეს მულტიმედიური ელემენტების ჩართვა, როგორცაა სურათები, აუდიო და ვიდეო.

1990-იანი წლების ბოლოს - 2000-იანი წლების დასაწყისი: dot-com-ის ბუმმა გამოიწვია მრავალი ონლაინ მედია კომპანიის გაჩენა, მათ შორის საძიებო სისტემები (მაგ. Yahoo!, Google), ონლაინ ახალი ამბების პორტალები, ელექტრონული კომერციის პლატფორმები და სოციალური ქსელების საიტები, როგორცაა Friendster და MySpace.

2000-იანი წლების შუა პერიოდი: Web 2.0-ის ზრდამ მოიტანა ცვლილება ონლაინ მედიაში. მომხმარებლის მიერ გენერირებული კონტენტი და სოციალური მედიის პლატფორმებმა პოპულარობა მოიპოვა. ვებსაიტებმა, როგორცაა YouTube, Facebook და Twitter, შეცვალეს ადამიანების მიერ მედიის მოხმარება და გაზიარება, რაც ხელს უწყობს უფრო მეტ ინტერაქტიულობას და მონაწილეობას.

2000-2010-იანი წლების ბოლოს: ონლაინ მედია აგრძელებდა გაფართოებას სმარტფონებისა და მობილური ინტერნეტის გავრცელებით. მობილურმა აპებმა და პლატფორმებმა, როგორცაა Instagram, Snapchat და TikTok, პოპულარობა მოიპოვა ვიზუალურ კონტენტზე და მოკლე ვიდეოებზე.

დღეს ონლაინ მედია ჩვენი ყოველდღიური ცხოვრების განუყოფელი ნაწილი გახდა. სტრიმინგმა სერვისებმა, როგორცაა Netflix და Spotify, მოახდინა რევოლუცია მუსიკის, ფილმების და სატელევიზიო შოუების მოხმარებაში. საინფორმაციო გამოშვებებს აქვთ ციფრული გამოცემები, ხოლო ონლაინ ჟურნალისტიკამ პოპულარობა მოიპოვა. მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ონლაინ მედიის განვითარება იყო უწყვეტი პროცესი, რომელიც მუდმივად ვითარდება და ადაპტირდება ტექნოლოგიურ მიღწევებთან და მომხმარებლის მოთხოვნებთან ერთად.

ამ კვლევის საკვლევი პერიოდი მოიცავდა ექვს თვეს 2020 წლის 18 თებერვლიდან 2020 წლის 18 მაისამდე (პანდემიის დროს) და 2023 წლის 18 თებერვლიდან, 2023 წლის 18 მაისამდე (პანდემიის შემდგომი პერიოდი). ვადა შეირჩა გლობალური კრიზისისა და ახალი კორონავირუსის (Covid-19) ვირუსის გამოწვევით გამოწვეული საგანგებო სიტუაციის გამო, რომელმაც გავლენა მოახდინა არა მხოლოდ მსოფლიოს, არამედ

საქართველოზე. ამ პერიოდში განხორციელდა საკარანტინო ღონისძიებები, რამაც მნიშვნელოვნად შეცვალა ცალკეული ადამიანებისა და თემების ცხოვრება. ხალხი თვეების განმავლობაში სახლებში იყო მიჯაჭვული, ყველა აქტივობა, საგანმანათლებლო დაწესებულებები და საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილები დაიხურა, რამაც ყოველდღიური ცხოვრება შეცვალა.

დისტანციურ რეჟიმზე გადასვლა აუცილებლობად იქცა, რამაც გამოიწვია სოციალური მედიისა. ონლაინ მედიის და სხვადასხვა ციფრული პლატფორმებისადმი დამოკიდებულება. ეს ცვლილება ყველასთვის ახალი გამოწვევა გახდა. საზოგადოება იძულებული გახდა მორგებოდა ამ ახალ რეალობას და მილიონობით ადამიანი იძულებული გახდა ემუშავა სახლიდან, დაკავშირებოდა სხვებს სახლიდან გაუსვლელად, მიეღო განათლება დისტანციურად და ჩართულიყო სხვადასხვა გასართობ, კულტურულ და საგანმანათლებლო ღონისძიებებში ციფრული პლატფორმებისა და სოციალური მედიის საშუალებით. . ფიზიკური კონტაქტი, ადამიანთა ურთიერთქმედების ფუნდამენტური ასპექტი, მოულოდნელად დაირღვა, რამაც ღრმად იმოქმედა ინდივიდების ფსიქოლოგიურ კეთილდღეობაზე.

კორონავირუსის პანდემიის დროს ონლაინ მედიამ მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა საზოგადოებისთვის ინფორმაციის გავრცელებაში. ინფორმაციის სხვადასხვა ფორმა იყო მოწოდებული ონლაინ მედია პლატფორმების საშუალებით, რათა ხალხი ინფორმირებული ყოფილიყო განვითარებული სიტუაციის შესახებ. აქ არის რამოდენიმე ძირითადი ტიპის ინფორმაცია, რომელიც ჩვეულებრივ ონლაინ მედიაში ზიარდებოდა ამ პერიოდის განმავლობაში.

ჯანმრთელობის გაიდლაინები და უსაფრთხოების ზომები: ონლაინ მედია პლატფორმები ემსახურებოდა როგორც სახელმძღვანელო მითითებებისა და უსაფრთხოების ზომების გავრცელებას, რომლებიც რეკომენდებულია ჯანდაცვის ორგანოების მიერ, როგორცაა ჯანდაცვის მსოფლიო ორგანიზაცია (WHO) და ადგილობრივი ჯანდაცვის დეპარტამენტები. ეს მოიცავდა ინფორმაციას ხელის ჰიგიენის, ნიღბის ტარების, სოციალური დისტანციისა და სხვა პრევენციული ზომების შესახებ.

განახლებები ვირუსის გავრცელების შესახებ: ონლაინ მედია აწვდიდა რეალურ დროში განახლებებს COVID-19 შემთხვევების რაოდენობის შესახებ, როგორც გლობალურად, ასევე კონკრეტულ რეგიონებში. ამან ხელი შეუწყო პანდემიის მასშტაბისა და გავლენის შესახებ ცნობიერების შექმნას.

მთავრობის პოლიტიკა და რეგულაციები: ინფორმაცია მთავრობის პოლიტიკისა და რეგულაციების შესახებ, როგორცაა ჩაკეტვის ზომები, მოგზაურობის შეზღუდვები და ვაქცინაციის კამპანიები, გავრცელდა ონლაინ მედიის საშუალებით. ეს დაეხმარა ინდივიდებს, იყვნენ ინფორმირებულნი უახლესი გაიდლაინების შესახებ და დაეცვათ საჭირო პროტოკოლები.

საგანმანათლებლო რესურსები: ონლაინ მედია პლატფორმებმა გადამწყვეტი როლი ითამაშეს COVID-19-თან დაკავშირებული საგანმანათლებლო რესურსების გაზიარებაში. ეს მოიცავდა საინფორმაციო ვიდეოებს, ინფოგრაფიკას და სტატიებს, რომლებიც ხსნიან ვირუსს, მის სიმპტომებს და როგორ დავიცვათ თავი და სხვები.

ფსიქიკური ჯანმრთელობის მხარდაჭერა: ფსიქიკურ კეთილდღეობაზე პანდემიის მნიშვნელოვანი გავლენის გათვალისწინებით, ონლაინ მედია აწვდიდა ინფორმაციას და რესურსებს სტრესის, შფოთვისა და ფსიქიკური ჯანმრთელობის სხვა გამოწვევების სამართავად ამ რთულ დროს. ეს მოიცავდა სტატიებს, ვიდეოებს და დახმარების ხაზს პროფესიონალურ მხარდაჭერაზე წვდომისთვის.

საზოგადოების მხარდაჭერა და სოლიდარობა: ონლაინ მედია პლატფორმებმა ასევე ხელი შეუწყო ისტორიების, ინიციატივების და სიკეთის აქტების გაზიარებას თემებში. ამან ხელი შეუწყო პანდემიის წინაშე მყოფ პირებს შორის სოლიდარობის, მხარდაჭერისა და გამძლეობის განცდას.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ მაშინ, როცა ონლაინ მედია გადამწყვეტ როლს თამაშობდა ინფორმაციის გავრცელებაში, აუცილებელია წყაროების სანდოობის გადამოწმება და ზუსტი და უახლესი ინფორმაციის მისაღებად სანდო ჯანდაცვის ორგანიზაციებსა და სამთავრობო უწყებებზე დაყრდნობა.

ამ კვლევის მიზანია გამოიკვლიოს კულტურისა და ონლაინ მედიის როლი და გავლენა საზოგადოებაზე, განსაკუთრებით კრიზისისა და საგანგებო მდგომარეობის დროს, საქართველოს მაგალითზე. ჩვენი მიზანია განვსაზღვროთ მედია კულტურის,

კულტურული პლატფორმების და ონლაინ მედიის მნიშვნელობა ადამიანების ყოველდღიურ ცხოვრებაში.

ამ კვლევის ჩატარებით ჩვენ მიზანი იყო დაგვედგინა კულტურისა და ონლაინ მედიის მნიშვნელობა და გავლენა საზოგადოებაში კრიზისის დროს. ეს მოიცავს იმის შესწავლას, თუ როგორ შეუძლია კულტურას უზრუნველყოს მხარდაჭერა და გამძლეობის განცდა, და როგორ ერთვებიან ინდივიდები ონლაინ მედიასა და ტექნოლოგიურ რესურსებთან კულტურულ შინაარსსა და აქტივობებზე წვდომისათვის.

ამ ასპექტების გაანალიზებით, ჩვენ ვიმედოვნებთ, რომ მივიღებთ ყოვლისმომცველ გაგებას კულტურისა და ონლაინ მედიის როლისა და მნიშვნელობის შესახებ, შემოგთავაზებთ იმ გზებს, რომლებიც ხელს უწყობენ საზოგადოების კეთილდღეობასა და გამძლეობას რთულ დროს.

#### 4. მეთოდოლოგია და კვლევის პროცედურები

ნაშრომში გამოყენებულია კვლევის ორი ძირითადი მეთოდი: გამოკითხვა და კონტენტ-ანალიზი. ამ კვლევის ინსტრუმენტების გამოყენებით, ჩვენი მიზანია მივიღოთ ინფორმაცია რესპონდენტთა დამოკიდებულებებზე, მოსაზრებებზე, ღირებულებებზე, მოტივებსა და გარემოებებზე, რომლებიც გადამწყვეტია ჩვენი კვლევის თემისთვის. ეს მეთოდები საშუალებას გვაძლევს გავიაზროთ ონლაინ მედიისა და კულტურის როლი საზოგადოების დახმარებაში პანდემიის დროს და მის შემდგომ პერიოდში.

პროცედურის აღწერასა და მიღებულ შედეგებში ჩაღრმავებამდე აუცილებელია განვმარტოთ გამოყენებული კვლევის მეთოდები, მათი მიზანი, თუ რას ნიშნავს და რა დანიშნულება აქვს კვლევის ჩვენ მიერ გამოყენებულ მეთოდებს.

გამოკითხვის, როგორც კვლევის მეთოდის დასახასიათებლად, ჩვენ ვეყრდნობით ლია წულაძის წიგნს „რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები სოციალურ მეცნიერებებში“ (2008).

როგორც ავტორის მიერ ნაშრომში ხაზგასმულია, ფართომასშტაბიანი გამოკითხვა რამდენიმე ეტაპს მოიცავს. ეს მოიცავს კვლევის ჰიპოთეზის ფორმულირებას და მონაცემთა შეგროვების ინსტრუმენტის შექმნას, საპილოტე კვლევის ჩატარებას, მონაწილეთა შერჩევას, მონაცემთა შეგროვებას, რესპონდენტთა გამოკითხვას, მონაცემთა კომპიუტერიზაციას, კვლევის ანგარიშის მომზადებას და, საბოლოო ჯამში, კვლევის სხვადასხვა ეტაპების აღწერას (წულაძე, 2008, გვ. 14).

როგორც დილმანი (Dillman 1978) აღწერს, არსებობს ფართომასშტაბიანი გამოკითხვის ორი ძირითადი ტიპი: ანკეტირება და ინტერვიუ. მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ 1990-იანი წლების ბოლოდან აქტუალური გახდა ინტერნეტ გამოკითხვები, სადაც კითხვარები განთავსებულია ვებგვერდებზე. კითხვარის ფორმატის მეშვეობით ჩვენ შეგვიძლია შევკრიბოთ ღირებული ინფორმაცია ოთხ ძირითად სფეროზე: ქცევა, ატრიბუტები, დამოკიდებულებები და რწმენა.

- ატრიბუტები - მოიცავს დეტალებს რესპონდენტების შესახებ, როგორცაა სქესი, ოჯახური მდგომარეობა და ა.შ.
- ქცევა - იკვლევს იმ ქმედებებს ან აქტივობებს, რომლებსაც რესპონდენტი აპირებს, ამჟამად არის დაკავებული ან უკვე გააკეთა.
- დამოკიდებულებები - იკვლევს რესპონდენტთა ემოციურ მსოფლმხედველობასა და განწყობას (დილმანი, 1978, გვ. 25).

კვლევის ეს მეთოდი ხშირად გამოიყენება მასობრივი კომუნიკაციების კვლევებში და აღსანიშნავია, რომ მიდგომა, რომელიც მე ავირჩიე, ეფუძნება კონტენტ ანალიზს.

კონტენტ ანალიზთან დაკავშირებით, უპირველეს ყოვლისა, ვეყრდნობოდით ჩავა ფრანკფორტ-ნაჩმიასისა და დევიდ ნაჩმიასის (2009) წიგნს. ეს წიგნი, რომელიც მორგებულია სტუდენტებზე, იძლევა ყოვლისმომცველ შეხედულებებს კვლევის სხვადასხვა მეთოდებზე, მათ შორის კონტენტ-ანალიზზე. ავტორების აზრით, კონტენტ ანალიზი ემსახურება როგორც მონაცემთა ანალიზის, ასევე დაკვირვების მეთოდს. ისინი განმარტავენ კონტენტ-ანალიზს, როგორც ხშირად გამოყენებულ მიდგომას მრავალფეროვანი შეტყობინებების მახასიათებლების შესამოწმებლად. ავტორის თქმით, კონტენტ-ანალიზით შეიძლება გავიგოთ:

- შეტყობინების თვისებები
- გამოვიტანეთ დასკვნები და დავადგინოთ შეტყობინების ძირითადი მიზეზები.
- გამოიკვლიეთ შეტყობინების ეფექტი მიმღებზე

(Frankfort-Nachmias & Nachmias, 2009, გვ. 457-458).

ამიტომ, აღნიშნული მახასიათებლებიდან და ფუნქციებიდან გამომდინარე, ჩვენ მიერ არჩეულ კვლევის მეთოდებად შევარჩიეთ გამოკითხვა და კონტენტ ანალიზი.

## 5. პროცედურის აღწერა

ჩვენი კვლევის საწყის ეტაპზე შევიმუშავეთ კითხვარი, რომელიც შედგებოდა 12 მკაფიო და გასაგები კითხვისგან. კვლევისთვის ჩვენი სამიზნე აუდიტორია იყო ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა, ჟურნალისტიკის და მასობრივი კომუნიკაციის ფაკულტეტის სტუდენტები. ჩვენ ავირჩიეთ ეს ჯგუფი, რადგან ის გვადლევდა რესპონდენტებთან ადვილად დასაკავშირებელ ოპტიმალურ შესაძლებლობას.

ანონიმურობის უზრუნველსაყოფად მონაწილეებს ვთხოვეთ გამოკითხვაში ანონიმურად მიეღოთ მონაწილეობა. კითხვარი გაზიარდა სოციალურ ქსელ „ფეისბუქში“ სპეციალურად სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტისათვის შექმნილი სხვადასხვა ჯგუფებში. ამ ჯგუფებში აქტიურად არიან ჩართულები ჟურნალისტიკის სტუდენტები.

კვლევის დასრულების შემდეგ ჩვენ შევიკრიბეთ და გავანალიზეთ მიღებული შედეგები ჩვენ მიერ არჩეული მეთოდების გამოყენებით. ჩვენ ზედმიწევნით შევაჯამეთ დასკვნები

მონაცემთა ყოვლისმომცველი ანალიზის უზრუნველსაყოფად. შემდგომში, ჩვენ შევადარეთ შედეგები ჩვენს თავდაპირველ ჰიპოთეზებს და გამოვიტანეთ დასკვნა.

ამ კვლევის ტექნიკის გამოყენებით, ჩვენ შევძელით ღირებული შეხედულებების მოპოვება და შეგროვებულ მონაცემებსა და ჩვენს კვლევის ჰიპოთეზებს შორის კავშირის დამყარება. შედეგების ანალიზი ხელს უწყობს კულტურას, ონლაინ მედიას შორის ურთიერთობისა და მათი გავლენის საზოგადოებაზე კრიზისის დროს საერთო გაგებას.

## 6. კვლევის შედეგები

### 1. გამოკითხვა

ჩატარებული გამოკითხვის შედეგად, რომელიც გამოქვეყნდა სოციალურ ქსელში, „Facebook“-ში შექმნილ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ჯგუფში, მთლიანად გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 24-მა კაცმა, რომელთაგან 11 (45,8%) არის მდებარეობითი სქესის, 13 (54,2%) მამრობითი. რაც შეეხება ასაკს, გამოკითხული რესპონდენტებიდან 83,3 % არის 18-22 წლამდე, ხოლო გამოკითხულთა 16,7% არის 22-26 წლამდე.

ასევე, აღსანიშნავია, რომ გამოკითხული რესპონდენტების 100% არის აქტიური სტატუსის მქონე ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულების სტუდენტი. რაც შეეხება კვლევის შედეგებს: კვლევამ გასცა პასუხი შემდეგ მთავარ საკვლევ კითხვებს:

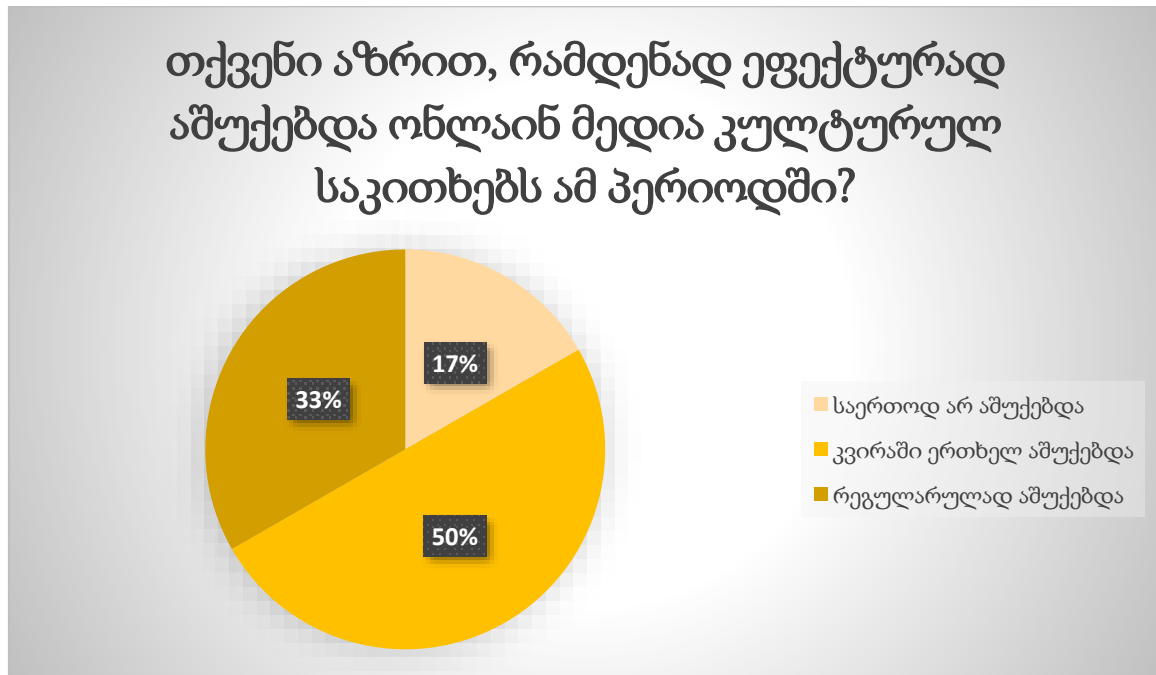
- რამდენად ეფექტურად აშუქებდა ონლაინ მედია კულტურულ საკითხებს პანდემიის დროს და შემდგომ პერიოდში?

გამოკითხული რესპონდენტიდან, უმრავლესობის თითქმის 50%-ის პასუხია: კვირაში ერთხელ, მაგრამ აქ აზრი რამოდენიმე ნაწილად იყოფა. რესპონდენტების ნაწილი



ფიქრობს, რომ საერთოდ არ შუქდებოდა კულტურული საკითხები ონლაინ მედიაში (16,7%), ნაწილი კი თვლის რომ რეგულარულად შუქდებოდა (33,3%) (იხ.გრაფიკა 6.1.1.).

**გრაფიკა 6.1.1.** : თქვენი აზრით, რამდენად ეფექტურად აშუქებდა ონლაინ მედია კულტურულ საკითხებს პანდემიის დროს?

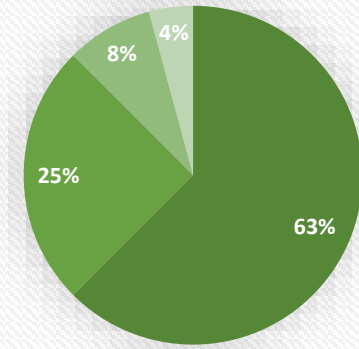


- ონლაინ მედიის სანდოობა კულტურული საკითხების გაშუქებისას

გამოკითხვაში რესპოდენტებს ვკითხეთ თუ რამდენად მიაჩნდათ ონლაინ მედია ინფორმაციის სანდო წყაროდ კულტურული საკითხების გაშუქებისას. ამ კითხვაზე პასუხები განსხვავებული იყო. გამოკითხულთა რაოდენობის 50 % ზე მეტი ფიქრობს რომ კი მიაჩნიათ ონლაინ მედია ინფორმაციის სანდო წყაროდ (იხ. გრაფიკა 6.1.2.).

**გრაფიკა 6.1.2.** : მიგაჩნიათ თუ არა ონლაინ მედია ინფორმაციის სანდო წყაროდ კულტურული საკითხების გაშუქებისას?

## მიგაჩნიათ თუ არა ონლაინ მედია ინფორმაციის სანდო წყაროდ კულტურული საკითხების გაშუქებისას?



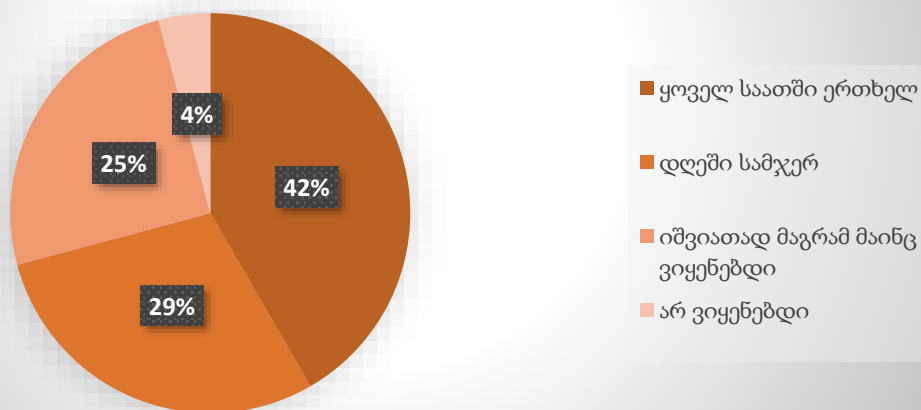
■ კი ■ არა ■ ნაწილობრივ ■ უფრო კი ვიდრე არა

- რამდენად იყენებდით ონლაინ მედიას პანდემიის დროს ინფორმაციის გასაგებად?

ერთ-ერთი საინტერესო კითხვა გამოკითხვაში იყო შემდეგი: რამდენად ხშირად იყენებდით ონლაინ მედიას პანდემიის დროს ინფორმაციის გასაგებად? ამ კითხვაზე პასუხი უმეტეს რესპოდენტს (42%) აქვს ის, რომ ყოველ საათში ერთხელ მოიხმარდნენ ონლაინ მედიას ინფორმაციის გასაგებად (იხ. გრაფიკა 6.1.3.).

**გრაფიკა 6.1.3** : რამდენად ხშირად იყენებდით ონლაინ მედიას პანდემიის დროს ინფორმაციის გასაგებად?

## რამდენად ხშირად იყენებდით ონლაინ მედიას პანდემიის დროს ინფორმაციის გასაგებად?

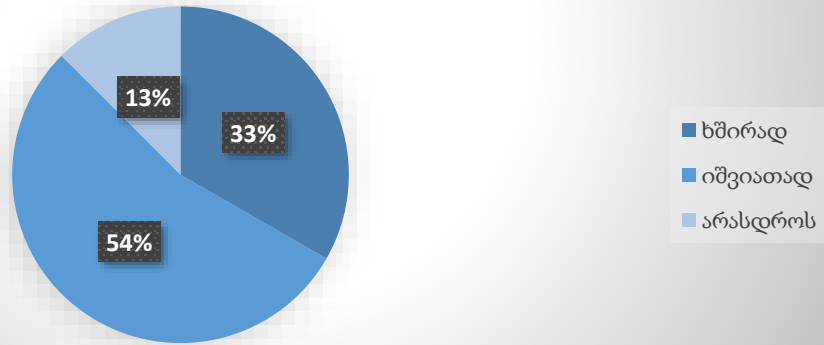


- რამდენად ხშირად მოიხმართ კულტურული შინაარსის მედია წყაროებს?

საინტერესო იყო ასევე შემდეგ კითხვაზეც პასუხი. თუ რესპოდენტები რამდენად ხშირად მოიხმარდნენ კულტურული შინაარსის მედიაწყაროებს პანდემიის დროს და შემდგომ პერიოდში. რესპოდენტების 54,2 % ანუ 13 ადამიანის პასუხი არის, რომ იშვიათად მოიხმარდნენ კულტურული შინაარსის ონლაინ მედია წყაროებს (იხ. გრაფიკა 6.1.4.).

**გრაფიკა 6.1.4.** : რამდენად ხშირად მოიხმარდით და მოიხმართ, პანდემიის დროს და პანდემიის შემდგომ კულტურული შინაარსის მედია წყაროებს?

## რამდენად ხშირად მოიხმარდით და მოიხმართ, პანდემიის დროს და პანდემიის შემდგომ კულტურული შინაარსის მედია წყაროებს?

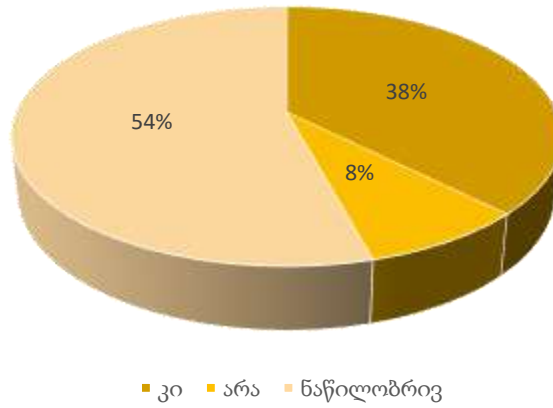


- ონლაინ მედიის როლი კულტურული გაგებისა და ინფორმირებულობის ხელშეწყობაში პანდემიის და პოსტპანდემიის პერიოდში

საინტერესო პასუხი მივიღე შემდეგ კითხვაზე გამოკითხვიდან. ონლაინ მედიის როლი კულტურული გაგებისა და ინფორმირებულობის ხელშეწყობაში პანდემიის და პოსტპანდემიის პერიოდში. გამოკითხული რესპოდენტების უმეტესი ნაწილი ფიქრობს, რომ ნაწილობრივ ძალიან დიდი წვლილი მიუძღვის ონლაინ მედიას კულტურული გაგებისა და ინფორმირებულობის ხელშეწყობაში (იხ. გრაფიკა 6.1.5).

**გრაფიკა 6.1.5.** : როგორ ფიქრობთ, ითამაშა თუ არა ონლაინ მედიამ მნიშვნელოვანი როლი კულტურული გაგებისა და ინფორმირებულობის ხელშეწყობაში პანდემიის და პოსტპანდემიის პერიოდში?

როგორ ფიქრობთ, ითამაშა თუ არა ონლაინ მედიამ მნიშვნელოვანი როლი კულტურული გაგებისა და ინფორმირებულობის ხელშეწყობაში პანდემიის და პოსტპანდემიის პერიოდში?



- საინტერესო პასუხები მივიღე კითხვაზე: მიგაჩნიათ თუ არა ონლაინ მედია ინფორმაციის სანდო წყაროდ ნებისმიერი ინფორმაციის გავრცელების კუთხით?

გამოკითხული რესპოდენტების გარკვეული ნაწილი (42%) ფიქრობს, რომ არ მიაჩნიათ ონლაინ მედია სანდო წყაროდ. 33% -ს ონლაინ მედია სანდო წყაროდ მიაჩნიათ. ასევე საინტერესოა სხვა რესპოდენტების პასუხებიც. რესპოდენტების ნაწილი ამბობს, რომ დეზინფორმაციაც შეხვედრია ონლაინ მედიაში ამიტომ ისინი ყოველთვის გადამოწმების ხერხს მიმართავენ. ზოგიერთს კი ონლაინ მედია სანდო წყაროების მოძებნის არხად, საშუალებად მიაჩნიათ. რესპოდენტების 3% კი ფიქრობს, რომ არის ონლაინ მედიები რომელსაც არ ენდობიან.

- ბოლო და ყველაზე მნიშვნელოვანი კითხვა რაც რესპოდენტებს ვკითხე იყო შემდეგი: როგორ ფიქრობთ, როგორ შეუძლია ონლაინ მედიას გააუმჯობესოს კულტურული საკითხების გაშუქება მომავალში, პანდემიისა და პოსტპანდემიური კონტექსტის გათვალისწინებით?

ამ კითხვაზე ძალიან საინტერესო პასუხები მივიღე. რესპოდენტების ნაწილი ფიქრობს, რომ უფრო ხშირად უნდა შუქდებოდეს კულტურული საკითხები, ვიდრე აქამდე შუქდებოდა, რაც ხელს შეუწყობს კულტურის გაშუქებას მედიაში. სხვა რესპოდენტების აზრით, მომავალში თუ შეიქმნება მსგავსი სიტუაცია, ონლაინ მედია მთლიანად არ უნდა გადაერთოს პანდემიასთან დაკავშირებული ინფორმაციის გავრცელებაში, აუცილებელია კულტურული საკითხების გაშუქებაც. რესპოდენტების გარკვეული ნაწილი კი ფიქრობს, რომ რეიტინგზე არ უნდა იყვნენ ორიენტირებული ონლაინ მედიები აუცილებელია ინფორმაცია გადამოწმდეს და შემდეგ გამოქვეყნდეს.

## 2. კონტენტ-ანალიზი

კვლევის დროს, ჩვენ გულდასმით გამოვიკვლიეთ ორი ცნობილი ონლაინ მედია საშუალება, კერძოდ იმედი ნიუსი (Imedi News) და ფორმულა ნიუსი (Formula News), რათა გაგვეჩვენა თუ რამდენად აშუქებდნენ ისინი კულტურის საკითხებს პანდემიის დროს და შემდგომ პერიოდში. დაკვირვების პერიოდი მოიცავდა ორ განსხვავებულ ვადებს: COVID-19 პანდემიის საწყის ფაზას, რომელიც მოიცავს 2020 წლის 18 თებერვლიდან 2020 წლის 18 მაისამდე და შემდგომ პოსტპანდემიურ პერიოდს, 2023 წლის 18 თებერვლიდან 2023 წლის 18 მაისამდე.

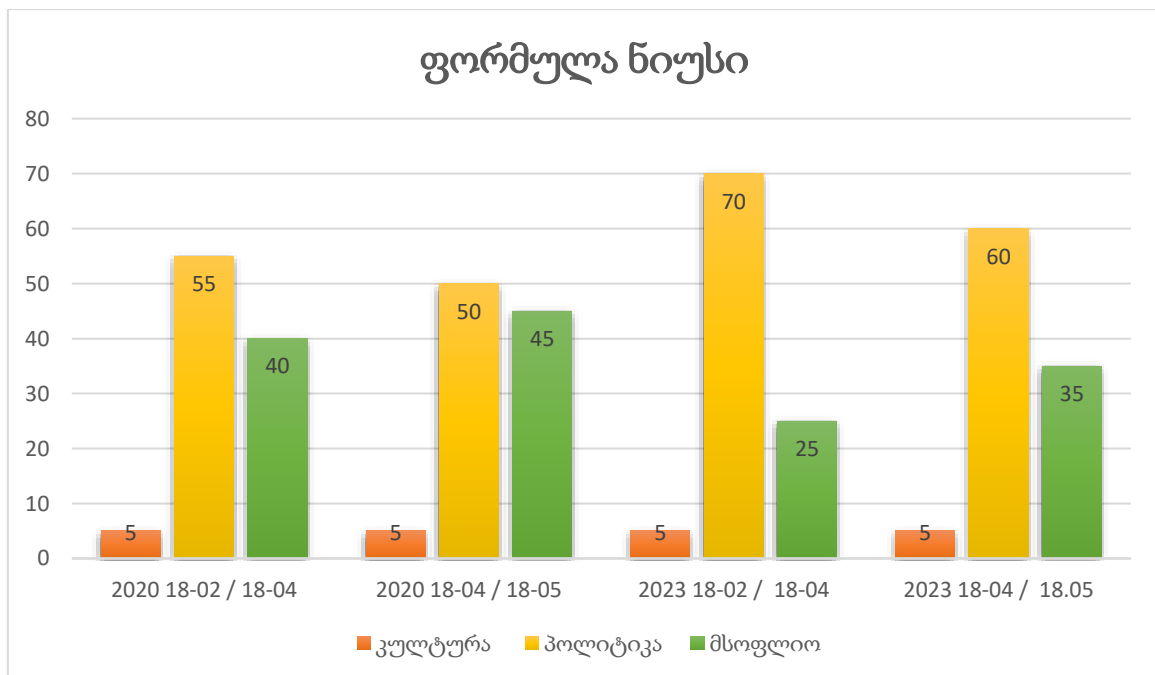
ჩვენს ანალიზში ჩვენ ჩავუღრმავდით ამ ონლაინ მედია პლატფორმების სხვადასხვა ასპექტს, მათ შორის სარედაქციო შინაარსს, ახალი ამბების გაშუქების სტილებს და საერთო ტონს და ნარატივს. როგორც პანდემიის, ისე პანდემიის შემდგომი პერიოდის შესწავლით, ჩვენ მიზნად დავისახეთ მათი გაშუქების ევოლუცია და ნათელი მოეფინა მათ მიდგომაში არსებულ ნებისმიერ მნიშვნელოვან ცვლილებას.

პანდემიის ფაზის განმავლობაში, 2020 წლის თებერვლიდან მაისამდე, იმედი ნიუსმა და ფორმულა ნიუსმა გაშუქების მნიშვნელოვანი ნაწილი დაუთმეს სწრაფად განვითარებადი სიტუაციის გაშუქებას. ჯანდაცვის გლობალური კრიზისის უპრეცედენტო ბუნების გათვალისწინებით, ამ პლატფორმებმა გადამწყვეტი როლი

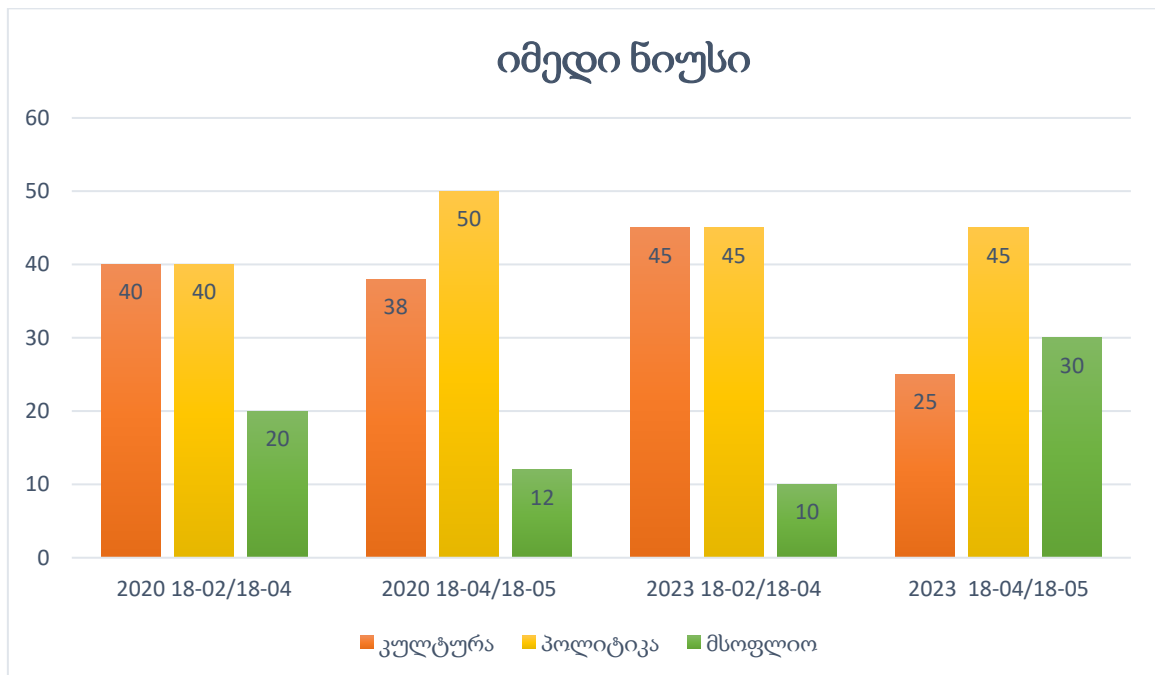
ითამაშეს ინფორმაციის გავრცელებაში, განახლებების მიწოდებაში ინფექციის მაჩვენებლების, მთავრობის ზომებისა და საზოგადოების სხვადასხვა სექტორზე გავლენის შესახებ. მათ მიაწოდეს ახალი ამბები, ექსპერტთა მოსაზრებები და სიღრმისეული ანალიზები, რათა მათი მკითხველი ინფორმირებული და ჩართული ყოფილიყო.

ამ პერიოდის განმავლობაში, გამოიკვეთა როგორც იმედი ნიუსის ასევე ფორმულა ნიუსის განსხვავებები. ისინი ერთმანეთს შევადარე ამ კონკრეტული დროების მიხედვით და აღმოჩნდა, რომ იმედი ნიუსი უფრო ხშირად აქვეყნებდა კულტურულ საკითხებს ონლაინ მედიაში ვიდრე ფორმულა ნიუსი. ფორმულა ნიუსი ძირითადად ორიენტირებული იყო პოლიტიკურ საკითხებზე. იმედი ნიუსის და ფორმულა ნიუსის განსხვავება იმაშიც მდგომარეობს, რომ იმედი ნიუსს ბევრად მეტი სხვადასხვა სახის ნიუსი აქვს გამოქვეყნებული ამ პერიოდის განმავლობაში ვიდრე ფორმულა ნიუსს (იხ.გრაფიკა 6.2.1.) ( იხ. გრაფიკა 6.2.2.)

### გრაფიკა 6.2.1. : ფორმულა ნიუსი



## გრაფიკა 6.2.2. : იმედი ნიუსი



შეიძლება ითქვას ორივე ტელევიზიამ ამ დროის განმავლობაში დაამყარა უფრო მეტი მონაცემებზე ორიენტირებული მიდგომა, რომელიც ხაზს უსვამს სტატისტიკურ ანალიზს, სამეცნიერო კვლევას და სამთავრობო პასუხებს. ისინი მიზნად ისახავდნენ წარმოდგინათ პანდემიის ყოვლისმომცველი სურათი გლობალური გავლენის, ეკონომიკური შედეგებისა და სამედიცინო კვლევების უახლესი მოვლენების ხაზგასმით. მათი მოხსენება ხშირად მოიცავდა ინტერვიუებს წამყვან ექსპერტებთან და პოლიტიკის შემქმნელებთან, რაც გვთავაზობდა კრიზისის უფრო ღრმა გაგებას უფრო ფართო პერსპექტივიდან.

პანდემიის შემდგომ პერიოდამდე, 2023 წლის თებერვლიდან მაისამდე, იმედი ნიუსმა და ფორმულა ნიუსმა შესამჩნევი ცვლილება განიცადა ნიუსების გაშუქებაში. მსოფლიო თანდათანობით გამოჯანმრთელდა პანდემიის დამანგრეველი



ზემოქმედებისგან, ამ პლატფორმებმა ყურადღება გადაიტანეს და ისინი ცდილობდნენ უფრო მეტი ნიუსის გაშუქებას.

მიუხედავად იმისა, რომ იმედი ნიუსი და ფორმულა ნიუსი ხალხს აწვდიდნენ ღირებულ ინფორმაციას დაკვირვების პერიოდებში, მათი ინდივიდუალური მიკერძოება და პერსპექტივები გარკვეულწილად აყალიბებდა მათ მოხსენებას. როგორც ნებისმიერ მედიასაშუალებას, მკითხველისთვისაც გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ახალი ამბების გამოყენებას მრავალი წყაროდან და კრიტიკულად ინფორმაციის შეფასება.

## 7. დასკვნა

ჩვენი სიღრმისეული კვლევის საფუძველზე, ჩვენ ვიპოვეთ დამაჯერებელი მტკიცებულება, რომელიც მხარს უჭერს ჩვენს ჰიპოთეზას, რომ მედიის მიერ კულტურის გაშუქება კრიზისულ სიტუაციებში დადებით გავლენას ახდენს საზოგადოებაზე და ეხმარება ინდივიდებს სტრესის დაძლევაში. რესპონდენტთა უმრავლესობა, როგორც კვლევის შედეგებიდან ჩანს, აქტიურად იყო ჩართული და თვალყურს ადევნებდა კულტურულ შინაარსს, რომელიც ვრცელდებოდა ონლაინ მედიით კრიზისის დროს. ეს აქტიური ჩართულობა დაეხმარა მათ საკარანტინო პერიოდის გამოწვევებში და ფსიქოლოგიური სტრესის შემსუბუქებაში. ეს დასკვნები კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს კულტურისა და მედიის ღრმა გავლენას საზოგადოებაზე, ასევე ხაზს უსვამს მათ ურთიერთდაკავშირებას.

გარდა ამისა, ჩვენმა კვლევამ აჩვენა, რომ რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი ნაწილი ეყრდნობოდა ონლაინ მედიას, როგორც პანდემიის დროს, ასევე პოსტპანდემიურ პერიოდში, რათა გაეუმჯობესებინათ მათი გაგება კულტურული საკითხების შესახებ. ეს ხაზს უსვამს ონლაინ მედია პლატფორმების მუდმივ მნიშვნელობას კულტურულ

შინაარსზე წვდომის უზრუნველყოფისა და კულტურულ საკითხებში ინდივიდების ჩართულობის ხელშეწყობაში.

კულტურისა და მედიის მნიშვნელობა საზოგადოებაში და მათი როლი პიროვნულ განვითარებასა და წინსვლაში ყოველთვის მნიშვნელოვანი იყო. ჩვენი კვლევის შედეგები კიდევ უფრო ადასტურებს ამ ცნებას, ხაზს უსვამს იმ პოზიტიურ გავლენას, რომელიც კულტურასა და მედიას შეიძლება ჰქონდეს ინდივიდებზე და მთლიანად საზოგადოებაზე.

მთლიანობაში, ჩვენი კვლევა აძლიერებს კულტურას, ონლაინ მედიას შორის ურთიერთობის გაგებას და მათ გავლენას საზოგადოებაზე, განსაკუთრებით კრიზისის დროს. ის კიდევ ერთხელ ადასტურებს იმ გადამწყვეტ როლს, რომელსაც კულტურა და მედია ასრულებენ საზოგადოების კეთილდღეობის ჩამოყალიბებაში, პიროვნული ზრდის ხელშეწყობაში და გამოწვევების წინაშე მდგრადობის ხელშეწყობაში.

## 8. ბიბლიოგრაფია

1. (Hatice Kizgina, B. L. (2017). *The impact of social media on consumer acculturation: Current challenges, opportunities, and an agenda for research and practice.*
2. Acar, Y. (2018). *MEDIA AND CULTURE RETHINKING CULTURE AND MEDIA.*
3. B. Mcfadden, J. (2010). *Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication.*
4. Edmund Carpenter, M. M. (1960). *Explorations in Communication.*
5. Lule, J. (2010). *Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication.*
6. Marlow, E. (1993). *MEDIA AND CULTURE.* Institute of General Semantics.
7. McLuhan, M. (1960). *Explorations in Communication.*
8. Poster, M. (2008). *Global Media and Culture.* The Johns Hopkins University Press.

9. Toffler, A. (1970). *Future Shock*. United States: Random House.

10. კვირიკაშვილი, ნ. (2011). კულტურის საკითხების გაშუქება ქართულ მედიაში. გვ. 14.