

ლიზი მოსიძე,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის კინოსა და ტელევიზიის
ხელოვნების (ტელევიზიისა და კინოს კვლევები) დოქტორანტი
ხელმძღვანელი: კინორეჟისორი, აუდიო-ვიზუალური
ხელოვნების დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი,
ილია ნატროშვილი

**მაცურებლის აქტიურობის ტრანსფორმაცია
AI ეპოქაში. კულტურულ-შემეცნებითი
თელემასშვებლობის ფუნქციური
და ესთეტიკური როლი**

რეზიუმე

ნაშრომში გამოკვლეულია მაცურებლის აქტიურობის ტრანსფორმაცია ხელოვნური ინტელექტისა და ციფრული პლატფორმების ეპოქაში, განსაკუთრებულად აქცენტირებულია კულტურულ-შემეცნებითი ტელემასშვებლობის ფუნქციური და ესთეტიკური როლი თანამედროვე მედიასივრცეში. კვლევა ეფუძნება მოსაზრებას, რომ ტრადიციული ტელევიზია, როგორც მასობრივი კომუნიკაციის ცენტრალური ინსტიტუტი, თანამედროვე ციფრულ რეალობაში გარდაიქმნა მრავალპლატფორმულ ეკოსისტემად, რომელშიც ინფორმაციის წარმოებისა და გავრცელების ლოგიკა მნიშვნელოვნად განისაზღვრება ალგორითმული სისტემებით, პერსონალიზებული მედიაარხებითა და ხელოვნური ინტელექტის ტექნოლოგიებით. აღნიშნული ტრანსფორმა-

ცია არა მხოლოდ ტექნოლოგიურ ცვლილებას გულისხმობს, არამედ ფუნდამენტურად ცვლის მაცურებლის როლს, აღქმის ფორმებსა და კულტურულ გამოცდილებას.

კვლევა აჩვენებს, რომ ციფრული ტექნოლოგიების, სტრიმინგ სერვისებისა და ხელოვნური ინტელექტის ინტეგრაციამ არსებითად შეცვალა მედიამომხმარებლის მოდელი. თანამედროვე მაცურებელი ერთდროულად ფუნქციონირებს მრავალ ეკრანზე, სადაც ტელევიზორის ყურება ხშირად თანხვედრილია სოციალური მედიის გამოყენებასთან, მობილურ მოწყობილობებთან და ალგორითმულად მართულ პლატფორმებთან. ეს გარემო ზრდის ინფორმაციის ხელმისაწვდომობასა და კომუნიკაციის სისწრაფეს, თუმცა, ამავე დროს, ამცირებს კონცენტრაციის უწყვეტობას, აღქმის სილ-

რმესა და კრიტიკული გააზრების რი და მუდმივად ჩართულია მედი-
შესაძლებლობას. შედეგად, ჩნდებ- აპროცესებში, თუმცა, შემეცნებითი
ბა მნიშვნელოვანი პარადოქსი - თვალსაზრისით, შესაძლოა, პასი-
მაყურებელი ტექნიკურად აქტიუ- ურ მდგომარეობაში აღმოჩნდეს.

საკვანძო სიტყვები: *ხელოვნური ინტელექტი, კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა, მაყურებლის აქტიურობა, ალგორითმული მედია, ციფრული პლატფორმები, საზოგადოებრივი მაუწყებლობა, მედია-ფრაგმენტაცია, კრიტიკული აზროვნება, მრავალეკრანიანი გარემო, ტელევიზიის ესთეტიკა, მედია-კულტურა, პერსონალიზაცია, აუდიოვიზუალური კომუნიკაცია, მედიის ტრანსფორმაცია, კულტურული მესხიერება.*

ისტორიულ-ქრონოლოგიური ჩარჩო: ტელევიზიიდან ალგორითმული მედიის ეპოქამდე

მედიის განვითარების ისტორია ნათლად აჩვენებს, რომ მაყურებლის როლი და კულტურულ-შემეცნებითი კონტენტის მოხმარების ფორმები მუდმივად იცვლება. ტელევიზიის, როგორც მასობრივი კომუნიკაციის ინსტიტუტის ჩამოყალიბება მე-20 საუკუნის შუა პერიოდიდან იწყება, როდესაც იგი იქცა ინფორმაციის, განათლებისა და კულტურული გამოცდილების ერთ-ერთ მთავარ წყაროდ.

1950–70-იან წლებში ტელევიზია ფუნქციონირებდა, როგორც ცენტრალიზებული მედიასისტემა. მაუწყებლობის პროგრამული ბადე მკაცრად განსაზღვრული იყო და მაყურებელი იღებდა იმ კონტენტს, რომელსაც სთავაზობდა სახელმწიფო ან საზოგადოებრივი მაუწყებელი. ამ პერიოდში კულტურულ-შემეცნებითი გადაცემები და დოკუმენტური ფილმები წარმოადგენდა არა მხოლოდ განათლების წყაროს, არამედ საზოგადოებრივი ცნობიერების ფორმირების ინსტრუმენტს. ამ ეპოქაში მაყურებლის აქტიურობა მინიმალური იყო. მისი ჩართულობა შემოიფარგლებოდა ყურებითა და ინფორმაციის მიღებით, ხოლო ინტერპრეტაციული ფუნქცია დიდწილად გადადიოდა მედიის ინსტიტუციებზე. თუმცა, სწორედ ამ სტრუქტურამ შექმნა კოლექტიური გამოცდილების ძლიერი ფორმა, რომლის მეშვეობითაც საზოგადოება ერთდროულად იღებდა ერთსა და იმავე ინფორმაციას.

1980–90-იან წლებში იწყება კომერციული ტელევიზიის გაფართოება და მედიაბაზრის ლიბერალიზაცია. იზრდება არხების რა-

ოდენობა, კონტენტის მრავალფეროვნება და კონკურენცია მაყურებლის ყურადღებისთვის. ამ ეტაპზე კულტურულ-შემეცნებითი კონტენტი იწყებს თანდათანობით პოზიციონირებას გასართობი ჟანრების გვერდით, რაც ცვლის მისი აღქმის სტატუსს. 2000-იანი წლებიდან ინტერნეტის გავრცელება საფუძვლიანად ცვლის მედიასისტემას. ჩნდება ვიდეოპლატფორმები, სტრიმინგ სერვისები და სოციალური ქსელები, რაც არღვევს ტელევიზიის მონოპოლიას. მაყურებელი ხდება „მომხმარებელი“, რომელსაც შეუძლია კონტენტის არჩევა, გამოთოვება და ინდივიდუალური მედიაგრაფიკის შექმნა.

თამარ ბურდულის მიხედვით, მედია წარმოადგენს სიმბოლურ-წარმოების სივრცეს, სადაც საზოგადოება არა მხოლოდ იღებს ინფორმაციას, არამედ აყალიბებს კულტურულ იდენტობებსა და ღირებულებით სისტემებს. მედია რეალობას მხოლოდ არ ასახავს – იგი მონაწილეობს მისი აღქმის ფორმირებაში.¹ 2020 წლიდან კი ხელოვნური ინტელექტის ინტეგრაცია მედიასისტემებში ქმნის ახალ რეალობას, რომელშიც კონტენტის შერჩევა, რეკომენდაცია და გავრცელება ნაწილობრივ ავტომატიზებულია. მაყურებელი აღარ არის მხოლოდ არჩევანის განმახორციელებელი, არამედ – ალგორითმული სისტემების მიერ ფორმირებული ინფორმაციული ნაკადების ნაწილი.

ამ ისტორიულ კონტექსტში ნათლად ჩანს, რომ კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა ყოველთვის ფუნქციონირებდა განსხვავებულ გარემოში: ერთ დროს მონოპოლიურ სისტემაში, შემდეგ კონკურენტულ სატელევიზიო ბაზარზე, ხოლო დღეს ალგორითმულ და ფრაგმენტულ მედიაეკოსისტემაში.

კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა ციფრულ და ალგორითმულ ეპოქაში

მედიის თეორიულ კვლევებში ტელევიზია განიხილება, როგორც სოციალური ინსტიტუტი, რომელიც აქტიურად მონაწილეობს საზოგადოებრივი დისკურსის ფორმირებაში. დენის მაკქუეილის მიხედვით, მასობრივი კომუნიკაცია ასრულებს რამდენიმე ფუნდამენტურ ფუნქციას: ინფორმაციულს, საგანმანათლებლოს, კულტურულს და ინტეგრაციულს. აღნიშნული ფუნქციები ერთმანეთთან

¹ ბურდული, მედია, 2015, გვ. 42–45.

მჭიდრო კავშირშია და სრულყოფილად ვლინდება საზოგადოებრივი მაუწყებლობის მოდელში, სადაც მედია არ არის მხოლოდ ბაზრის ლოგიკის გამტარი, არამედ საზოგადოებრივი ინტერესის წარმომადგენელია.¹

ციფრულ ეპოქაში ეს ფუნქციები არ ქრება, თუმცა, იცვლება მათი განხორციელების ფორმა. ხელოვნური ინტელექტისა და ალგორითმული პლატფორმების განვითარებამ მნიშვნელოვნად გაზარდა ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა, მაგრამ ამავე დროს წარმოშვა ფრაგმენტული აღქმისა და ზედაპირული ცოდნის გავრცელების ტენდენცია. ამ პირობებში კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა შეიძლება განვიხილოთ როგორც ალტერნატიული სივრცე, რომელიც ინარჩუნებს სიღრმისეულ, კონტექსტუალურ და ანალიტიკურ მიდგომას. კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობის არსი მდგომარეობს ცოდნის, კულტურული გამოცდილებისა და ღირებულებითი სისტემების ტრანსლაციაში აუდიოვიზუალური ენის მეშვეობით. იგი მოიცავს მრავალფეროვან თემატიკას - ხელოვნების ისტორიას, ლიტერატურას, თეატრს, კინოს, მუსიკას, ფილოსოფიასა და სოციალურ პროცესებს, თუმცა, მისი მთავარი მიზანია არა მხოლოდ ინფორმაციის მიწოდება, არამედ ინტელექტუალური გამოცდილების შექმნა. პედი სკანელის კონცეფციის მიხედვით, საზოგადოებრივი მაუწყებლობა ქმნის „საზოგადოებრივ სივრცეს“, სადაც მედია ემსახურება კულტურულ დიალოგს და კოლექტიური გამოცდილების გაზიარებას. ამ კონტექსტში კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა ფუნქციონირებს როგორც მედიატორი კულტურასა და საზოგადოებას შორის. დენის მაკქუეილის მიხედვით, მასობრივი კომუნიკაცია ასრულებს ინფორმაციულ, საგანმანათლებლო, კულტურულ და ინტეგრაციულ ფუნქციებს, რაც მედიის საზოგადოებრივ მნიშვნელობას განსაზღვრავს.²

რეიმონდ უილიამსის „ნაკადის“ (flow) კონცეფცია განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია თანამედროვე მედია რეალობაში. თუ ადრე ტელევიზიური ნაკადი განსაზღვრავდა მაყურებლის გამოცდილებას, დღეს ეს ფუნქცია ნაწილობრივ ალგორითმებმა გადაიბარეს. თუმცა, განსხვავება ისაა, რომ ტელევიზიური ნაკადი ქმნიდა კო-

1 McQuail, McQuail's, 2010.

2 Ibid.

ლექტიურ გამოცდილებას, ხოლო ალგორითმული ნაკადი ინდივიდუალურ, პერსონალიზებულ რეალობას აყალიბებს.

თანამედროვე მაყურებელი ფუნქციონირებს „მრავალეკრანიან“ გარემოში, რომელშიც ტელევიზორის ყურება ხშირად თანხვედრილია სმარტფონის ან სხვა მოწყობილობის გამოყენებასთან. ეს გარემო ქმნის ეგრეთ წოდებულ „გაფანტული ყურადღების“ რეჟიმს, რომლის პირობებში ინფორმაციის აღქმა ხდება ფრაგმენტულად და არასრულყოფილად. თანამედროვე მაყურებელი ფუნქციონირებს ვიზუალურად ინტენსიურ გარემოში, რომელშიც სწრაფი ვიზუალური ნაკადები და მოკლე ფორმატის ვიდეოები განსაზღვრავს აღქმის ჩვევებს. სწორედ ამ პირობებში კულტურულ-შემეცნებითი კონტენტი, რომელიც მოითხოვს კონცენტრაციასა და ანალიზს, აღმოჩნდება კონკურენციის პირობებში. მრავალეკრანიანობა ზრდის ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას, თუმცა, ამავე დროს, ამცირებს მისი სიღრმისეულად დამუშავების შესაძლებლობას. მაყურებელი ხშირად გადადის ერთი კონტენტიდან მეორეზე, არ აჩერებს ყურადღებას საკმარისი დროით, რაც საბოლოოდ გავლენას ახდენს მის შემეცნებით აქტივობაზე. ხელოვნური ინტელექტის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი გავლენა მაყურებელზე ვლინდება რეკომენდაციის სისტემებში. ალგორითმები განსაზღვრავს, რომელი კონტენტი გამოჩნდება მომხმარებლის წინაშე, რა თანმიმდევრობით და რა სიხშირით. შედეგად, მაყურებლის „თავისუფალი არჩევანი“ ნაწილობრივ გარდაიქმნება წინასწარ სტრუქტურირებულ არჩევანად. ეს პროცესი ქმნის ეგრეთ წოდებულ „ფილტრს“, როცა მომხმარებელი მუდმივად იღებს მისთვის ნაცნობ და სასურველ ინფორმაციას, რაც ამცირებს განსხვავებული პერსპექტივების მიღების შესაძლებლობას. ტელევიზიის ტრადიციული მოდელი, განსაკუთრებით საზოგადოებრივი მაუწყებლობის ფორმატი, ამ მხრივ განსხვავებულ ფუნქციას უნდა ასრულებდეს, იგი ქმნის საერთო საინფორმაციო სივრცეს, რომელშიც სხვადასხვა თემატიკა ერთიან კონტექსტში არის წარმოდგენილი.

**კულტურულ შემეცნებითი კონცენტის ტრანსფორმაცია
ციფრულ სამყაროში (BBC-ის მაგალითზე)**

მე-20 საუკუნის შუა პერიოდში BBC-ის ტელევიზია ფუნქციონირებდა, როგორც ცენტრალიზებული ცოდნის სივრცე, რომელშიც პროგრამული ბადე წინასწარ იყო განსაზღვრული და მაყურებელი ერთდროულად იღებდა ერთსა და იმავე შინაარსს. ამ პერიოდში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა დოკუმენტურ ფილმებს, ისტორიულ გადაცემებსა და კულტურულ-შემეცნებით სერიებს, რომლებიც არა მხოლოდ ინფორმირებას, არამედ სამყაროს ინტერპრეტაციულ გააზრებასაც ემსახურებოდა. მაყურებელი ამ მოდელში განიხილებოდა როგორც მოქალაქე-შემსწავლელი, რომლის ჩართულობა ძირითადად პასიურ მიღებაზე იყო დაფუძნებული, თუმცა, სწორედ ეს ერთიანი გამოცდილება ქმნიდა ძლიერ კოლექტიურ კულტურულ სივრცეს. ციფრულ ეპოქაში BBC-ის ფუნქცია მნიშვნელოვნად ტრანსფორმირდა, თუმცა, მისი საზოგადოებრივი მისია უცვლელი დარჩა. დღეს ის აღარ არის მხოლოდ ტრადიციული ტელევიზიის ფორმატი და მოქმედებს როგორც მრავალპლატფორმული ეკოსისტემა, სადაც კონტენტი ვრცელდება სხვადასხვა ციფრული არხის მეშვეობით. ნინო ლორთქიფანიძე აღნიშნავს, რომ სატელევიზიო კადრი მხოლოდ ვიზუალური ერთეული არ არის; იგი ქმნის სემიოტიკურ სისტემას, რომელშიც სინათლე, ფერი, რაკურსი და მონტაჟი აზრის მატარებელ ელემენტებად გარდაიქმნება.¹

ამ ტრანსფორმაციის ერთ-ერთი ცენტრალური ელემენტია BBC iPlayer, რომელიც მაყურებელს აძლევს შესაძლებლობას, თავად განსაზღვროს ყურების დრო, ფორმატი და კონტენტის თანმიმდევრობა. ამით იცვლება ტრადიციული პროგრამული ბადის ლოგიკა და მაყურებელი უფრო აქტიურ მომხმარებლად გარდაიქმნება. ამასთან ერთად, BBC News უზრუნველყოფს ინფორმაციის უწყვეტ და რეალურ დროში მიწოდებას, რაც ზრდის ცოდნის ხელმისაწვდომობას და აჩქარებს ინფორმაციულ ნაკადს. ხოლო BBC Bite-size წარმოადგენს საგანმანათლებლო პლატფორმას, რომელიც განსაკუთრებით ახალგაზრდული აუდიტორიისთვის ქმნის სტრუქტურირებულ ცოდნის სივრცეს და ცდილობს სასწავლო პროცესის ციფრულ გარემოში გადატანას. ამ გზით BBC ინარჩუნებს თავის ის-

¹ ლორთქიფანიძე, ტელევიზიის, 2016, გვ. 88-93.

ტორიულ ფუნქციას, თუმცა, უკვე განსხვავებულ ტექნოლოგიურ და კომუნიკაციურ ფორმატში.

მაღსაზმ გაბაშვილის ხედვით, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფუნქცია სცდება ინფორმაციის გავრცელებას და მოიცავს საზოგადოებრივი ინტეგრაციის, კულტურული მესხიერებისა და დემოკრატიული დიალოგის ხელშეწყობას.¹ მიუხედავად ტექნოლოგიური ცვლილებებისა, BBC-ის მთავარი პრინციპი უცვლელი რჩება – საზოგადოებრივი პასუხისმგებლობა ცოდნის მიწოდებაზე. განსხვავებით კომერციული პლატფორმებისგან, რომლებიც ხშირად ოპტიმიზირებულია მომხმარებლის ყურადღების მაქსიმალური მიპყრობისთვის, BBC ცდილობს შეინარჩუნოს რედაქციული ბალანსი და არ შეზღუდოს მომხმარებელი მხოლოდ პერსონალიზებული ინფორმაციის „ჩაკეტილ წრეში“. ის სწორედ ამით განსხვავდება ალგორითმულად მართული მედიისგან და ინარჩუნებს საერთო კულტურული სივრცის იდეას.

შესაბამისად, BBC-ის მაგალითი აჩვენებს, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლობა შეიძლება იყოს როგორც ისტორიული, ისე თანამედროვე მოდელი შემეცნებითი პასუხისმგებლობისა. თუ XX საუკუნეში იგი ქმნიდა ერთიან ტელევიზიურ გამოცდილებას, XXI საუკუნეში ცდილობს ამ გამოცდილების გადატანას ციფრულ, ფრაგმენტირებულ გარემოში ისე, რომ არ დაკარგოს მისი ძირითადი არსი – კრიტიკული აზროვნების, განათლებისა და კულტურული ცნობიერების მხარდაჭერა.

აქტიური მაცურებელი თუ მართვადი მომხმარებელი?

ციფრულ გარემოში გავრცელებული მოკლე ვიდეოფორმატები და სწრაფი მონტაჟი ქმნის ალქმის ახალ მოდელს, რომელიც ხშირად მოიხსენიება როგორც „კლიპური აზროვნება“. ამ მოდელში ინფორმაცია აღიქმება მცირე, ერთმანეთთან სუსტად დაკავშირებული ფრაგმენტების სახით. კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა, რომელიც ეფუძნება ნარატიულ განვითარებას, კონტექსტს და ანალიზს, ამ პირობებში რთულად ერგება მაცურებლის ახალ ჩვევებს. სწორედ ამიტომ ჩნდება საჭიროება, რომ ასეთი კონტენტი განახლდეს არა შინაარსობრივი, არამედ ესთეტიკური და ფორმალური თვალსაზრისით. კადრის დინამიკა, ვიზუალური

¹ გაბაშვილი, საზოგადოებრივი, 2018, გვ. 45-47.

სტილის განახლება და მონტაჟის რიტმის ბალანსი წარმოადგენს არა მხოლოდ ესთეტიკურ არჩევანს, არამედ კომუნიკაციურ აუცილებლობას. მაყურებლის ყურადღების შენარჩუნება უკვე პირდაპირ კავშირშია ვიზუალური ენის ეფექტიანობასთან. ჯონ ელლისის მიხედვით, „თანამედროვე აუდიოვიზუალური მედია ქმნის ისეთ ალქმით გარემოს, სადაც ინფორმაციის უწყვეტი ნაკადი მაყურებლის ყურადღებას ფრაგმენტულად ანაწილებს და ამცირებს ღრმა რეფლექსიის შესაძლებლობას“.¹ ასევე საინტერესოა გავითვალისწინოთ ნიკ კოულდრის ნააზრევი – „ციფრული მედია-სისტემები მომხმარებლის ჩართულობას ხშირად გარდაქმნის მონაცემებზე დაფუძნებულ ქცევით მოდელად, სადაც აქტიურობა ალგორითმულად მართული არჩევანის ფარგლებში ხორციელდება“.² შესაბამისად, მაყურებლის ტრანსფორმაციის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ თანამედროვე მედიასივრცეში აქტიურობა მრავალმნიშვნელოვანი ცნებაა. მაყურებელი ნამდვილად მონაწილეობს კონტენტის შერჩევაში და გავრცელებაში, თუმცა, ხშირად მისი მოქმედებები ალგორითმული ჩარჩოების ფარგლებში ხდება. ამგვარად, ჩნდება კითხვა: არის თუ არა თანამედროვე მაყურებელი რეალურად აქტიური, თუ იგი უფრო მართვადი მომხმარებელია? პასუხი ამ კითხვაზე ერთმნიშვნელოვანი არ არის. აქტიურობა არსებობს ტექნიკურ დონეზე, მაგრამ შემეცნებითი აქტიურობა ანუ კრიტიკული აზროვნება, ანალიზი და რეფლექსია საჭიროებს ისეთ მედიაფორმატებს, რომლებიც სცდება სწრაფი მოხმარების ლოგიკას. სწორედ ამ კონტექსტში კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა იძენს განსაკუთრებულ მნიშვნელობას. იგი ქმნის სივრცეს, რომელშიც მაყურებელი არ არის მხოლოდ მომხმარებელი, არამედ – აზროვნების პროცესში ჩართული სუბიექტი. განსხვავებით ალგორითმულად მართული კონტენტისგან, რომელიც მაქსიმალურად ამარტივებს ალქმას, კულტურული პროგრამები ხშირად მოითხოვს ინტელექტუალურ ძალისხმევას და ქმნის სიღრმისეულ გამოცდილებას. თანამედროვე გამოწვევა მდგომარეობს იმაში, თუ როგორ შეიძლება შენარჩუნდეს კრიტიკული და შემეცნებითი აქტიურობა იმ პირობებში, როდესაც მედიასივრცე სულ უფრო მეტად ექვემდებარება ალგორითმულ ლოგიკას. ციფრული ეპოქის

1 Ellis, Seeing, 2000, pp. 74-79.

2 Couldry, Media, 2012, pp. 136-142.

ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი მახასიათებელია ინფორმაციის წარმოებისა და გავრცელების მასშტაბების რადიკალური ზრდა, რაც დიდწილად დაკავშირებულია ხელოვნური ინტელექტის ტექნოლოგიების განვითარებასთან. თუ ტრადიციულ მედიასისტემაში ინფორმაციის დისტრიბუცია ხორციელდებოდა ინსტიტუციურად ორგანიზებული არხებით, მათ შორის ტელევიზიის საშუალებით, თანამედროვე რეალობაში ეს პროცესი მნიშვნელოვნად დეცენტრალიზებულია და ინდივიდუალურ დონეზე გადატანილი. დენის მაკუეილის თეორიის მიხედვით, მასობრივი კომუნიკაცია ისტორიულად ეფუძნებოდა ცენტრალიზებულ მოდელს, რომელშიც ინსტიტუციები ინფორმაციის წარმოებასა და გავრცელებას აკონტროლებდნენ. ამ მოდელში ტელევიზია ასრულებდა როგორც ინფორმაციულ, ისე საგანმანათლებლო და ინტეგრაციულ ფუნქციებს. თუმცა, ხელოვნური ინტელექტის ეპოქაში აღნიშნული ფუნქციები ნაწილობრივ გადანაწილდა ალგორითმულ სისტემებზე, რომლებიც ინდივიდუალური მომხმარებლის საჭიროებებსა და ინტერესებზეა ორიენტირებული.

ტელევიზია, როგორც კლასიკური მასობრივი მედია, ეფუძნება ფართო აუდიტორიისთვის ინფორმაციის მიწოდებას. მისი ძალა მდგომარეობს კოლექტიური გამოცდილების შექმნაში, რაც, როგორც პედი სკანელი აღნიშნავს, წარმოადგენს „საზოგადოებრივი სივრცის“ ფორმირების საფუძველს. მაყურებელი ერთსა და იმავე დროს იღებს ერთსა და იმავე კონტენტს, რაც აყალიბებს საერთო კულტურულ და სოციალურ ჩარჩოებს. ნინო ლორთქიფანიძე აღნიშნავს, რომ სატელევიზიო კადრი მხოლოდ ვიზუალური ერთეული არ არის; იგი ქმნის სემიოტიკურ სისტემას, რომელშიც სინათლე, ფერი, რაკურსი და მონტაჟი აზრის მატარებელ ელემენტებად გარდაიქმნება.¹ შესაბამისად, ტელევიზიის ფუნქციური დანიშნულება და გავლენა აუდიტორიაზე ფსიქოემოციურ შლეიფს ატარებს. ხელოვნური ინტელექტი ამ მოდელს ცვლის ინდივიდუალიზებული კომუნიკაციის სისტემით. AI-ზე დაფუძნებული პლატფორმები თითოეულ მომხმარებელს აწვდიან განსხვავებულ ინფორმაციას, რაც დამოკიდებულია მის ინტერესებზე, ძიების ისტორიასა და ქცევით მონაცემებზე. შედეგად, ინფორმაციის გავრცელება აღარ არის ერთიანი ნაკადი, არამედ მრავალრიცხოვანი,

¹ ლორთქიფანიძე, ტელევიზიის, 2016, გვ. 88-93.

პერსონალიზებული. ჯონ კორნერის მიხედვით, მედიის კვლევა უნდა მოიცავდეს არა მხოლოდ შინაარსს, არამედ იმ სოციალურ და ინსტიტუციურ პირობებსაც, რომლებშიც მედიაპროდუქტი იქმნება.¹ თანამედროვე მედია პროდუქტების ძირითადი ნაწილი კი იმ ინფორმაციაზე დაყრდნობით იქმნება რომლებიც ინტერნეტის საშუალებით ფართოდ ხელმისაწვდომია. მათ შორის ხელოვნური ინტელექტის პლატფორმების გამოყენებით ეს ინფორმაცია მარტივად მოსაპოვებელიცაა. ხელოვნური ინტელექტის ერთ-ერთი მთავარი უპირატესობა ინფორმაციის მიწოდების სიჩქარეა. მომხმარებელი იღებს პასუხს კონკრეტულ კითხვაზე თითქმის მყისიერად, რაც მნიშვნელოვნად ზრდის ცოდნის ხელმისაწვდომობას. ეს პროცესი გარდაქმნის ცოდნის მიღების ტრადიციულ მოდელს, რომელიც ადრე ხშირად იყო დაკავშირებული ხანგრძლივ კვლევასა და სხვადასხვა წყაროს გაანალიზებასთან. თუმცა სიჩქარე არ ნიშნავს სიღრმეს. ტელევიზია, განსაკუთრებით კულტურულ-შემეცნებითი მაუწყებლობა, ქმნის კონტექსტუალურ ცოდნას, რომელშიც ინფორმაცია წარმოდგენილია ნარატიულ, ისტორიულ და კულტურულ ჩარჩოში. ჯონ ელლისის მიხედვით, ტელევიზია ორგანიზებას უკეთებს ყოველდღიურ გამოცდილებას და ქმნის სამყაროს აღქმის სტრუქტურებს, რაც სცდება ცალკეული ფაქტების მიწოდებას. ამგვარად, შეიძლება გამოვყოთ ფუნდამენტალური სხვაობა საკომუნიკაციო არხებს შორის:

- ხელოვნური ინტელექტი ქმნის ინფორმაციის სიჩქარეს;
- ტელევიზია ქმნის მნიშვნელობის სიღრმეს.

პერსონალიზაცია და რედაქციული პასუხისმგებლობა

AI სისტემები ეფუძნება პერსონალიზაციის პრინციპს. ისინი ცდილობენ მაქსიმალურად მოარგონ კონტენტი კონკრეტულ მომხმარებელს. ეს ზრდის კომფორტს და ეფექტიანობას, თუმცა, ამავე დროს ამცირებს საერთო საინფორმაციო სივრცის არსებობას. ტელევიზია, განსაკუთრებით საზოგადოებრივი მაუწყებლობა, ეფუძნება რედაქციულ პასუხისმგებლობას. კონტენტის შერჩევა ხდება პროფესიული კრიტერიუმების საფუძველზე, რაც უზრუნველყოფს ინფორმაციის სანდოობასა და მრავალფეროვნებას. მალხაზ გაბაშვილის ხედვით, საზოგადოებრივი მაუწყებელი მოქმედებს რო-

1 Corner, Critical, 1999, pp. 14–18.

გორც დემოკრატიული საზოგადოების კულტურული ინსტიტუცია, რომლის მიზანია არა მხოლოდ ინფორმაციის მიწოდება, არამედ საზოგადოების ინტეგრაცია. შესაბამისად, პერსონალიზაციისა და რედაქციული კონტროლის დაპირისპირება ქმნის მნიშვნელოვან დილემას: უნდა იყოს თუ არა კონტენტი სრულად ინდივიდუალიზებული, თუ აუცილებელია საერთო კულტურული სივრცის შენარჩუნება?

ინფორმაციის გავრცელების ფორმების ცვლილება პირდაპირ აისახება მაყურებლის აქტიურობაზე. ხელოვნური ინტელექტი ამარტივებს ინფორმაციის მიღებას, თუმცა, ამავე დროს ამცირებს იმ კოგნიტურ ძალისხმევას, რომელიც საჭიროა ცოდნის დამოუკიდებლად მოპოვებისთვის. ჯონ კორნერის კრიტიკული მიდგომის მიხედვით, მედიის ანალიზი უნდა მოიცავდეს არა მხოლოდ შინაარსს, არამედ მის წარმოების პირობებსაც. ამ კონტექსტში მნიშვნელოვანია იმის გააზრება, რომ AI-ს მიერ გენერირებული ან შერჩეული კონტენტი ხშირად არის ოპტიმიზირებული მომხმარებლის ჩართულობისთვის და არა მისი შემეცნებითი განვითარებისთვის. კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა, პირიქით, ხშირად მოითხოვს მაყურებლის აქტიურ მონაწილეობას, კონცენტრაციას, ანალიზსა და რეფლექსიას. სწორედ ეს ქმნის მის განსაკუთრებულ ღირებულებას თანამედროვე მედიაგარემოში. ტელევიზიის ერთ-ერთი ძირითადი ფუნქცია იყო კოლექტიური გამოცდილების შექმნა, საერთო კულტურული და სოციალური სივრცის ფორმირება, სადაც საზოგადოება ერთიან ნარატივში არსებობდა. ეს ფუნქცია განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი იყო საზოგადოებრივი მაუწყებლობისთვის.

ხელოვნური ინტელექტის ეპოქაში ეს კოლექტიური გამოცდილება ნაწილობრივ იშლება და იცვლება ინდივიდუალური საინფორმაციო რეალობებით. თითოეული მომხმარებელი იღებს განსხვავებულ კონტენტს, რაც ამცირებს საერთო დისკურსის შესაძლებლობას. თამარ ბურდულის ხედვით, მედია წარმოადგენს სიმბოლური წარმოების სივრცეს, რომელშიც ყალიბდება მნიშვნელობები და იდენტობები. როდესაც ეს სივრცე ფრაგმენტირდება, საფრთხე ექმნება საერთო კულტურული ნარატივების არსებობას. მაყურებლის აქტიურობა ამ ორ მოდელს შორის ბალანსზეა დამოკიდებული. თუ მედიასივრცე სრულად გადაინაცვლებს ალგორით-

მულ ლოგიკაზე, არსებობს რისკი, რომ აქტიურობა გახდეს ზედაპირული და ფორმალური. ამ პირობებში კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა ინარჩუნებს კრიტიკული, გააზრებული და ინტელექტუალური ჩართულობის შესაძლებლობას.

კადრი, როგორც შემეცნებითი და კონკურენტული ერთეული

კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობის ეფექტიანობა მნიშვნელოვნად განისაზღვრება მისი ესთეტიკური ორგანიზებით, რადგან სწორედ აუდიოვიზუალური ფორმა წარმოადგენს იმ არხს, რომლის მეშვეობითაც ცოდნა გარდაიქმნება აღქმად. ტელევიზია, როგორც სინთეზური მედიუმი, აერთიანებს გამოსახულებას, ხმას, რიტმსა და ნარატიულ სტრუქტურას, რაც ქმნის კომპლექსურ სემიოტიკურ სისტემას (ლორთქიფანიძე, 2016). ციფრულ და ალგორითმულ ეპოქაში ეს ესთეტიკური სისტემა აღმოჩნდა ახალი გამოწვევის წინაშე. მაყურებელი, რომელიც უკვე მიჩვეულია სწრაფ ვიზუალურ ნაკადებს, მოკლე ვიდეოფორმატებსა და დინამიკურ მონტაჟს, განსხვავებულად აღიქვამს სატელევიზიო კონტენტს. შესაბამისად, კულტურულ-შემეცნებითი პროგრამები ვეღარ დაეყრდნობა მხოლოდ ტრადიციულ, სტატიკურ ვიზუალურ ფორმებს. კადრი კულტურულ-შემეცნებითი მაუწყებლობაში წარმოადგენს არა მხოლოდ ვიზუალურ ინფორმაციას, არამედ აზრის მატარებელ სტრუქტურას. „ჯონ კორნერის მიხედვით, სატელევიზიო გამოსახულება მხოლოდ ინფორმაციის მატარებელი არ არის; იგი ქმნის ინტერპრეტაციულ ჩარჩოს, რომლის მეშვეობითაც მაყურებელი რეალობას აღიქვამს და აანალიზებს“.¹ საინტერესოა ნინო ლორთქიფანიძის შეხედულება საკითხთან დაკავშირებით. ნინო ლორთქიფანიძე აღნიშნავს, რომ „ტელევიზიის ესთეტიკა ეფუძნება კადრის, მონტაჟისა და ხმოვანი სივრცის სინთეზს, რომელიც მაყურებლის ემოციურ და ინტელექტუალურ ჩართულობას ერთდროულად განსაზღვრავს“.² შეგვიძლია, შესაბამისად, თამამად ვთქვათ, რომ კადრის კომპოზიცია, რაკურსი, სინათლე და ფერი ქმნის მნიშვნელობათა სისტემას, რომელიც ავსებს ტექსტურ ინფორმაციას. ალგორითმულ ეპოქაში კადრი ასევე იქცევა ყურადღების კონკურენციის ერთეულად. მაყურებლის ყურადღება

1 Corner, Critica, 1999, pp. 58-63.

2 ლორთქიფანიძე, ტელევიზიის, 2016, გვ. 71-76.

მუდმივად ექვემდებარება სხვადასხვა პლატფორმის ვიზუალურ სტიმულებს, რის შედეგადაც კადრის ესთეტიკური ხარისხი პირდაპირ განსაზღვრავს მის აღქმადობას. დინამიკური კადრი, მოძრავი კამერა, სიღრმის გამოყენება და ვიზუალური მრავალფეროვნება ზრდის ჩართულობას და ამცირებს ყურადღების დაკარგვის რისკს. ამგვარად, კადრი აღარ არის მხოლოდ ესთეტიკური ელემენტი – იგი კომუნიკაციური სტრატეგიის ნაწილი ხდება.

მონტაჟი კულტურულ-შემეცნებითი მაუწყებლობაში ასრულებს აზრის ორგანიზების ფუნქციას. ქრონოლოგიური სტრუქტურა, პარალელური მონტაჟი და არქივისა და თანამედროვე მასალის შერწყმა ქმნის დროით დიალოგს, რომელიც მაყურებელს საშუალებას აძლევს აღიქვას კულტურული პროცესების უწყვეტობა. თუმცა, თანამედროვე მედიაგარემოში „დროის აღქმა“ მნიშვნელოვნად შეიცვალა. სოციალური მედიისა და ალგორითმული პლატფორმების გავლენით მაყურებელი მიჩვეულია სწრაფ მონტაჟსა და მოკლე ეპიზოდებს. შედეგად, კულტურულ-შემეცნებითი მაუწყებლობა დგას დილემის წინაშე: შეინარჩუნოს სიღრმე თუ მოერგოს სისწრაფეს. ოპტიმალური გადაწყვეტა მდგომარეობს ბალანსში: მონტაჟი უნდა იყოს საკმარისად დინამიკური, რათა შეინარჩუნოს ყურადღება, მაგრამ არ უნდა დააზარალოს შინაარსის ანალიტიკური სიღრმე. ვიზუალური დრამატურგია გულისხმობს კადრების ისეთ ორგანიზებას, რომელიც ქმნის არა მხოლოდ ინფორმაციულ, არამედ – ემოციურ გამოცდილებას.

კულტურულ ობიექტზე დეტალის ახლო პლანი, გარემოს ნელი პანორამა ან პერსონაჟის ემოციური რეაქცია აყალიბებს შემეცნებით-ემოციურ ერთობას. ჯონ ელლისის მიხედვით, ტელევიზია არ არის მხოლოდ ინფორმაციის გადამცემი – „იგი ქმნის სამყაროს აღქმის გამოცდილებას, ასევე, ჯონ ელლისის მიხედვით ტელევიზია ყოველდღიურ გამოცდილებას ორგანიზებულ აღქმად გარდაქმნის და ქმნის სამყაროს აღქმის სტრუქტურებს.¹ სწორედ ამიტომ კულტურულ-შემეცნებითი კონტენტი უნდა აერთიანებდეს ცოდნასა და ემოციას, რათა მაყურებლის ჩართულობა იყოს არა მხოლოდ კოგნიტური, არამედ სენსორული. ხმა კულტურულ-შემეცნებითი მაუწყებლობაში ასრულებს ინტერპრეტაციულ ფუნქციას. ნარაცია ორგანიზებას უკეთებს ცოდნას, გარემო ხმები ქმნის ავთენტურო-

¹ Ellis, Seeing, 2000, pp. 25-31.

ბას, ხოლო მუსიკა განსაზღვრავს ემოციურ ტონს. ალგორითმულ გარემოში, სადაც ვიზუალური გადატვირთვა ხშირია, ხმოვანი დიზაინი შეიძლება გახდეს მაყურებლის ჩართულობის მნიშვნელოვანი ფაქტორი. აუდიოვიზუალური ბალანსი ქმნის სრულყოფილ ალქმით გარემოს. კულტურულ-შემეცნებითი ტელემარშუტაჟების ესთეტიკა შეიძლება განვიხილოთ როგორც წინააღმდეგობა სწრაფი მოხმარების მედია-ლოგიკის მიმართ. იგი არ არის მხოლოდ ვიზუალური ფორმა, იგი წარმოადგენს ცოდნის ორგანიზების მეთოდს. რეიმონდ უილიამსის ხედვით, ტელევიზია არის კულტურული ფორმა, რომელიც ქმნის გამოცდილების სტრუქტურას. რეიმონდ უილიამსი ტელევიზიას განსაზღვრავს როგორც „კულტურულ ფორმას“, რომლის მთავარი მახასიათებელია „ნაკადი“ (flow) - უწყვეტი აუდიოვიზუალური გამოცდილება, რომელიც აყალიბებს მაყურებლის ალქმის სტრუქტურას. უილიამსის „flow“-ს კონცეფცია განსაკუთრებით აქტუალურია ალგორითმული მედიის ეპოქაში, სადაც ტრადიციული სატელევიზიო ნაკადი ჩანაცვლებულია პერსონალიზებული ციფრული ნაკადებით.¹ ამ კონტექსტში კულტურულ-შემეცნებითი მარშუტაჟობა ინარჩუნებს იმ ტიპის გამოცდილებას, რომელიც მოითხოვს კონცენტრაციას, გააზრებასა და რეფლექსიას. ესთეტიკური ინოვაცია არ ნიშნავს გასართობი ფორმატების მიბაძვას; იგი წარმოადგენს აუცილებელ ინსტრუმენტს, რომელიც უზრუნველყოფს კულტურული კონტენტის კონკურენტუნარიანობას თანამედროვე მედიასივრცეში.

დასკვნა

კვლევა აჩვენებს, რომ თანამედროვე მედია-რეალობაში მაყურებლის აქტიურობა განიცდის არსებით ტრანსფორმაციას, რომელიც განპირობებულია ხელოვნური ინტელექტის, ალგორითმული პლატფორმებისა და ციფრული ტექნოლოგიების ინტეგრაციით. მაყურებელი ფორმალურად გადაიქცა აქტიურ მომხმარებლად, თუმცა, ის ხშირად ალგორითმული ჩარჩოების ფარგლებში აქტიურობს, რაც აჩენს ტექნიკურ და შემეცნებით აქტიურობათა შორის განსხვავებას. ხელოვნური ინტელექტი მნიშვნელოვნად ზრდის ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას, სიჩქარესა და პერსონალიზაციას, თუმცა ამავე დროს ქმნის ფრაგმენტული ალქმის, ზედაპირული ცოდნისა და არჩევანის ილუზიის რისკებს. ამ პირობებში ტელე-

¹ Williams, Television, 1974, pp. 86-96.

ვიზია, განსაკუთრებით კულტურულ-შემეცნებითი მაუწყებლობა, ინარჩუნებს უნარს – შექმნას კონტექსტუალური, სიღრმისეული და ინტელექტუალური გამოცდილება. კადრი, მონტაჟი, ხმა და ვიზუალური დრამატურგია ქმნის იმ აუდიოვიზუალურ არქიტექტურას, რომლის მეშვეობითაც ცოდნა გარდაიქმნება აღქმად გამოცდილებად. ალგორითმულ ეპოქაში კულტურულ-შემეცნებითი ტელემაუწყებლობა დგას ორმაგი გამოწვევის წინაშე: ერთი მხრივ, შეინარჩუნოს ანალიტიკური სიღრმე, ხოლო მეორე მხრივ, მოერგოს თანამედროვე მაყურებლის აღქმის მოდელს. ამ ბალანსის მიღწევა განსაზღვრავს მის მომავალს.

ამრიგად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ხელოვნური ინტელექტი და ტელევიზია არ უნდა განვიხილოთ მხოლოდ კონკურენტებად. მათი ჰიბრიდული თანაარსებობა ქმნის შესაძლებლობას, რომელშიც ტექნოლოგიური ინოვაცია და კულტურული სიღრმე ერთიანდება. სწორედ ამ სინთეზში შეიძლება შენარჩუნდეს მაყურებლის რეალური აქტიურობა – არა მხოლოდ როგორც მომხმარებლის, არამედ როგორც მოაზროვნე და კრიტიკული სუბიექტის.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Corner J., *Critical Ideas in Television Studies*, Oxford: Clarendon Press, 1999.
- Corner J., *Critical Ideas in Television Studies*, Oxford, 1999.
- Couldry N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Cambridge, 2012.
- Couldry N., *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Cambridge, 2012.
- Ellis J., *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*, London, 2000.
- Ellis J., *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*, London, 2000.
- Hendy D., *Public Service Broadcasting*, London, 2013.
- McQuail D., *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.), London, 2010.
- Murdock G., *Building the Digital Commons: Public Broadcasting in the Age of the Internet*, In: Lowe G. F. & Hujanen T. (Eds.), *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*, Göteborg, 2005.

- Scannell P., Radio, Television and Modern Life, Oxford, 1996.
- Williams R., Television: Technology and Cultural Form, London, 1974.
- ბურდული თ., მედია და კულტურა, თბ., 2015.
- გაბაშვილი მ., საზოგადოებრივი მაუწყებლობის თეორია და პრაქტიკა, თბ., 2018.
- ლორთქიფანიძე ნ., ტელევიზიის ესთეტიკა, თბ., 2016.

Lizi Mosidze,
Shota Rustaveli Theatre and Film, Georgia State University,
PhD Candidate in Film and Television Arts
(Television and Cinema Studies)
Supervisor: Film Director, Doctor of Audiovisual Arts,
Associate Professor Ilia Natroshvili

THE TRANSFORMATION OF VIEWER ENGAGEMENT IN THE AI ERA. THE FUNCTIONAL AND AESTHETIC ROLE OF CULTURAL-COGNITIVE TELEVISION BROADCASTING

Keywords: Artificial Intelligence, Cultural-Educational Broadcasting, Audience Activity, Algorithmic Media, Digital Platforms, Public Broadcasting, Media Fragmentation, Critical Thinking, Multi-screen Environment, Television Aesthetics, Media Culture, Personalization, Audiovisual Communication, Media Transformation, Cultural Memory.

Abstract

The present study examines the transformation of audience activity in the age of artificial intelligence and digital platforms, with a particular emphasis on the functional and aesthetic role of cultural-educational television broadcasting within the contemporary media environment. The research is based on the assumption that traditional television, once regarded as a central institution of mass communication, has been transformed in the digital era into a multi-platform ecosystem in which the production and distribution of information are increasingly shaped by algorithmic systems, personalized media channels, and artificial intelligence technologies. This transformation represents not only a technological shift but also a fundamental change in the role of the audience, modes of perception, and cultural experience.

The study demonstrates that the integration of digital technologies, streaming services, and artificial intelligence has significantly altered media consumption patterns. Contemporary audiences operate simultaneously across multiple screens, where television viewing is frequently combined with social media use, mobile devices,

and algorithmically driven platforms. Although this environment increases access to information and accelerates communication processes, it simultaneously weakens sustained concentration, depth of perception, and the capacity for critical reflection. As a result, a significant paradox emerges: the viewer becomes technically active and permanently connected to media processes, while cognitively remaining in a potentially passive state.

Special attention is devoted to cultural-educational television broadcasting, which is examined as an alternative media space resisting fragmented, rapid, and superficial content. The study defines cultural-educational broadcasting as an analytical, intellectually oriented, and aesthetically organized communicative form that supports audience engagement, cultural awareness, and the development of critical thinking. In this context, television is no longer understood merely as a technical medium for transmitting information; rather, it functions as a cultural mediator that creates spaces for public dialogue, collective memory, and the formation of value systems.

The research further emphasizes that the selection and dissemination of information through artificial intelligence and algorithmic platforms create personalized media realities. Instead of participating in a shared public discourse, users increasingly receive individualized informational flows tailored to their interests and behavioral patterns, thereby weakening the unity of common cultural space and intensifying fragmentation processes. Although personalization enhances convenience and accessibility, it also limits exposure to alternative perspectives and diverse viewpoints. Under such conditions, cultural-educational broadcasting retains its role in supporting public integration, cultural memory, and intellectual participation. As Graham Murdock argues, one of the primary functions of public broadcasting is to preserve a shared cultural sphere and encourage democratic dialogue within fragmented media environments.

The paper also analyzes the historical transformation of media — from the centralized broadcasting systems of the twentieth century to today’s algorithmic and digital media reality. During the second half of the twentieth century, television functioned as a collective cultural space in which audiences simultaneously consumed the

same information. Public broadcasting fulfilled educational, cultural, and integrative functions and played a crucial role in shaping public consciousness. However, the development of digital technologies and social media fundamentally transformed this model. The contemporary viewer is no longer simply a recipient of information but an active user capable of selecting, evaluating, sharing, and individually organizing media consumption. As Nick Couldry suggests, digital platforms are increasingly subjecting everyday human experience to the logic of data extraction and algorithmic governance.

An important part of the study focuses on the aesthetic organization of cultural-educational content. The research examines the role of framing, editing, visual dramaturgy, and sound design in the process of audience engagement. It argues that within the contemporary media environment, the audiovisual frame no longer functions solely as a visual element; rather, it becomes a competitive and cognitive unit that directly shapes audience attention and perceptual quality. In the era of rapid visual flows and short-form videos, cultural-educational content is compelled to adapt to contemporary viewing habits without sacrificing analytical depth and intellectual value.

Particular attention is also devoted to contemporary models of public broadcasting, especially the experience of the BBC. The BBC is presented as an example of how public broadcasting can preserve its educational and cultural mission within a digital and multi-platform environment. BBC iPlayer, BBC News, and BBC Bitesize are analyzed as platforms attempting to combine technological innovation, accessibility of information, and public responsibility. As David Hendy notes, the BBC's historical mission has always extended beyond the dissemination of information to include the cultivation of civic culture and public education. This example demonstrates that cultural-educational broadcasting can continue to function as a space for critical thinking and knowledge even under contemporary technological conditions.

The research is grounded in a theoretical-analytical approach and draws upon classical concepts of media theory, public broadcasting, and television aesthetics. The study incorporates the works of Denis McQuail, Raymond Williams, Paddy Scannell, John Ellis, and John

Corner, as well as perspectives from contemporary Georgian media scholars. This theoretical framework allows the processes unfolding in today's media environment to be analyzed not only from technological but also from cultural and social perspectives.

The central conclusion of the study is that audience activity in the contemporary media environment undergoes a dual transformation: technological participation increases, while the risk of cognitive passivity simultaneously intensifies. Artificial intelligence and algorithmic platforms significantly simplify access to information, yet they also reduce the necessity for independent analysis and deep reflection. Consequently, cultural-educational television broadcasting retains particular importance, as it continues to create spaces for critical thinking, concentration, cultural memory, and intellectual engagement.

Ultimately, the study concludes that artificial intelligence and television should not be viewed solely as competing systems. Their hybrid coexistence creates opportunities in which technological innovation and cultural depth may become complementary forces. The principal challenge of contemporary media lies in preserving genuine audience activity — not merely as consumers, but as critical, reflective, and culturally engaged subjects.