

ინჟინერინგი ჟურნალისტიკაში

მასმედიის ჰომოგენიზაციის პროცესის სოციალური პარადიგმები (თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები)

ნინო დოლიძე
სტუ-ს დოქტორანტი

იაშა (კოკა) კუტუბიძე
სტუ-ს პროფესორი

რეზიუმე

ჰომოგენიზაციის პარადიგმების შესწავლა მედიის დიფერენციალური პერსპექტივისთვის, მედიისთვის, რომელიც პასუხისმგებელია ინფორმაციის მიწოდებასა და გლობალური აუდიტორიის მრავალფეროვნებაზე, დღევანდელ სწრაფად განვითარებად საინფორმაციო ლანდშაფტში მნიშვნელოვან ქვაკუთხედს ქმნის.

სტატიაში წარმოდგენილი საკვლევო პრობლემა - მასმედიის ჰომოგენიზაცია (ერთგვაროვნება) ეხება პროცესს, რომლის დროსაც მედიის შინაარსი ხდება უფრო მსგავსი, ერთგვაროვანი და სტანდარტიზებული. ამ პროცესის გააზრება ეხმარება მკვლევარებსა და პრაქტიკოსებს გააცნობიერონ თანამედროვე მედია ლანდშაფტის დინამიკა. ჰომოგენიზაციამ შეიძლება გამოიწვიოს ინფორმაციის მრავალფეროვნების შემცირება. ამ პროცესის გამოკვლევა გვეხმარება შევადგათ, არის თუ არა გარკვეული პერსპექტივები ან საკითხები მარგინალიზებული ან გამორიცხული ძირითადი მედიიდან, რაც გავლენას ახდენს საზოგადოებისთვის ხელმისაწვდომი ინფორმაციის საერთო მრავალფეროვნებაზე. მედია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებაში. თუ ჟურნალისტიკა ძალიან ჰომოგენიზირებული ხდება, მას შეუძლია შეზღუდოს აუდიტორიისთვის წარმოდგენილი პერსპექტივების დიპაზონი. ჰომოგენიზაციის შესწავლა გვეხმარება იმის შეფასებაში, თუ როგორ შეიძლება ამან გავლენა მოახდინოს საზოგადოების აღქმაზე და სხვადასხვა საკითხების გაგებაზე. თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლების კვლევა საშუალებას იძლევა შევისწავლოთ მედიის საკუთრების კონცენტრაცია, პოტენციური ინტერესთა კონფლიქტი და როგორ შეიძლება ამ ფაქტორებმა გავლენა მოახდინოს მედიაში წარმოდგენილ შინაარსსა და ნარატივებზე.

საკვანძო სიტყვები: მასმედიის ჰომოგენიზაცია; პარადიგმები; თეორიული ჩარჩოები.

SOCIAL PARADIGMS OF MASS MEDIA HOMOGENIZATION PROCESS (THEORETICAL-METHODOLOGICAL FOUNDATIONS)

Nino Dolidze
PhD student of GTU,
Iasha (Koka) Kutubidze
professor of GTU

SUMMARY

Examining homogenization paradigms for the perspective of the media industry, media responsible for providing information and a diverse global audience, forms an important cornerstone in today's rapidly evolving information landscape.

The research problem presented in the article - mass media homogenization (uniformity) refers to the process during which media content becomes more similar, uniform and standardized. Understanding this process helps researchers and practitioners understand the dynamics of the contemporary media landscape. Homogenization can lead to a reduction in information diversity. Examining this process helps us assess whether certain perspectives or issues are marginalized or excluded from the mainstream media, affecting the overall diversity of information available to the public. Media plays an important role in shaping public opinion. If journalism becomes too homogenized, it can limit the range of perspectives presented to the audience. Examining homogenization helps us assess how it can affect public perception and understanding of various issues. Researching the theoretical-methodological foundations allows to study the concentration of media ownership, potential conflicts of interest and how these factors can affect the content and narratives presented in the media.

Key words: Mass Media Homogenization; Paradigms; Theoretical Frameworks.

ჰომოგენიზაცია ბერძნული სიტყვაა და ერთგვაროვანს ნიშნავს. როგორც თავად სიტყვა მიგვანიშნებს, ეს არის პროცესი, რომლის მეშვეობით ცალკეული ქსოვილიდან მათი დაქუცმაცებისა და სტრუქტურების დარღვევის გზით მიიღება ერთგვაროვანი მასა. ჰომოგენიზაცია გულისხმობს ნივთების ერთგვაროვანი ან მსგავსის შექმნის პროცესს, ვარიაციების ან განსხვავებების აღმოფხვრას. ეს შეიძლება მოხდეს სხვადასხვა კონტექსტში და დარგში, მათ შორის: ბიოლოგიაში, მეცნიერებაში, ინჟინერიაში, და სოციალურ მეცნიერებებში. თითოეულ კონტექსტში, ჰომოგენიზაცია გულისხმობს მრავალფეროვნების, ჰეტეროგენურობის ან გამორჩეულობის შემცირებას ან აღმოფხვრას. თითოეულ კონტექსტში, ჰომოგენიზაციისთვის გამოყენებული სპეციფიკური მეთოდები და ტექნიკა შეიძლება განსხვავდებოდეს. საერთო ჯამში, ჰომოგენიზაცია გადამწყვეტ როლს თამაშობს ერთგვაროვნებისა და თანმიმდევრულობის მიღწევაში სხვადასხვა სფეროში, კომპონენტების ან ნაწილაკების დაშლის გზით კარგად შერეული და ერთგვაროვანი ნარევის შესაქმნელად.

მედიის კონტექსტში, ჰომოგენიზაცია გულისხმობს მედიის შინაარსის, კულტურული გამოხატულებების ან პრაქტიკის დაახლოებას ან სტანდარტიზაციას სხვადასხვა რეგიონებში, ქვეყნებში ან საზოგადოებებში. იგი გულისხმობს ლოკალური ან უნიკალური მახასიათებლების დაკარგვას და უფრო ერთიანი ან სტანდარტიზებული ფორმების მიღებას.

ჰომოგენიზაცია შეიძლება მოხდეს სხვადასხვა ფაქტორების გამო, როგორიცაა გლობალიზაცია, ტექნოლოგიური წინსვლა, საბაზრო ძალები და კულტურული გაცვლა. მაგალითად, მედია ინდუსტრიაში ტრანსნაციონალური მედია კონგლომერატების გავლენის ზრდამ, დომინანტური მედიის მოდელების გავრცელებამ და წარმატებული ფორმატების რეპლიკაციამ შეიძლება ხელი შეუწყოს მედიის შინაარსის ჰომოგენიზაციას.

ჰომოგენიზაცია არის დებატების საგანი, რადგან ის ბადებს კითხვებს კულტურული მრავალფეროვნების, ადგილობრივი თვითმყოფადობის და უნიკალური გამოხატულებებისა და პერსპექტივების პოტენციური ეროზიის შესახებ. კრიტიკოსები ამტკიცებენ, რომ ჰომოგენიზაციამ შეიძლება გამოიწვიოს კულტურული სიმდიდრის, კრეატიულობის დაკარგვა და არადომინანტი ან უმცირესობის ხმების მარგინალიზაცია.

თუმცა, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ჰომოგენიზაცია არ არის უნივერსალური ან გარდაუვალი შედეგი. არის წინააღმდეგობის, ადაპტაციისა და ადგილობრივი გამოხატულებების შენარჩუნების შემთხვევები გლობალური გავლენის პირობებშიც

კი. ჰომოგენიზაციის დინამიკა რთულია და შეიძლება განსხვავდებოდეს სხვადასხვა კონტექსტში, რეგიონსა და სფეროში. მასმედიის ჰომოგენიზაციის კონცეფცია გულისხმობს მედია სისტემების ტენდენციას გახდეს უფრო მსგავსი ან ერთგვაროვანი შინაარსის, ფორმატისა და სტილის თვალსაზრისით. მედია ინდუსტრიების კონსოლიდაცია და გლობალიზაცია იწვევს მრავალფეროვნების შემცირებას და სტანდარტიზებული, ჰომოგენური მედია კულტურისკენ მიახლოებას.

პარადიგმები გვაძლევს სხვადასხვა ანალიტიკურ ჩარჩოებს მედიის ჰომოგენიზაციის პროცესების შესასწავლად და გასაგებად. სხვადასხვა პერსპექტივის მიღებით, მეცნიერებს შეუძლიათ ნათელი მოჰფინონ პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, კულტურულ და ტექნოლოგიურ ფაქტორებს, რომლებიც აყალიბებენ მედიის შინაარსს და პრაქტიკას, აგრეთვე მათ გავლენას საჯარო დისკურსზე, მრავალფეროვნებასა და დემოკრატიაზე. არსებობს რამდენიმე პარადიგმა თუ თეორია, რომელიც ცდილობს ახსნას მასმედიის ჰომოგენიზაციის პროცესები.

მედიის ჰომოგენიზაციის პროცესების შესწავლისას მეცნიერები ხშირად იყენებენ სხვადასხვა პარადიგმებს ან ჩარჩოებს ფენომენის გასაგებად და გასაანალიზებლად. ეს პარადიგმები წარმოადგენს განსხვავებულ პერსპექტივებსა და თეორიებს, რომლითაც მკვლევრები უახლოვდებიან მედიის კონვერგენციის, მსგავსებისა და სტანდარტიზაციის შესწავლას. აქ მოცემულია რამდენიმე ძირითადი პარადიგმა, რომელიც გამოიყენება მედიის ჰომოგენიზაციის ანალიზში:

კულტურული იმპერიალიზმის პარადიგმა: კულტურული იმპერიალიზმის პარადიგმა ამტკიცებს, რომ ძლიერი მედია კორპორაციები დომინანტი ქვეყნებიდან თავიანთ კულტურულ პროდუქტებს (როგორიცაა ფილმები, სატელევიზიო შოუები და მუსიკა) ექსპორტს ახორციელებენ სხვა ქვეყნებში, რაც გავლენას ახდენს ადგილობრივ კულტურებზე. ეს იწვევს მედიის შინაარსის ჰომოგენიზაციას მთელ მსოფლიოში, დომინანტური კულტურული ღირებულებებითა და პერსპექტივებით, რომლებიც ჩრდილავს გამოხატვის ადგილობრივ ფორმებს.

მედიის საკუთრება: ეს პარადიგმა ფოკუსირებულია მედიის საკუთრების კონსოლიდაციაზე და მედია ძალაუფლების კონცენტრაციაზე რამდენიმე მსხვილი კორპორაციის ხელში. მას შემდეგ, რაც მედია კონგლომერატები იძენენ მცირე მედიასაშუალებებს, არსებობს ტენდენცია, რომ გაამარტივონ ოპერაციები, მოახდინოს კონტენტის წარმოების სტანდარტიზაცია და მომგებიანობის პრიორიტეტი. ამან შეიძლება გამოიწვიოს მედია შინაარსის ჰომოგენიზაცია სხვადასხვა პლატფორმებსა და ბაზრებზე.

კომერციალიზაცია და ბაზრის ძალები: კომერციალიზაციის პერსპექტივა ხაზს უსვამს საბაზრო ძალების გავლენას მედიის შინაარსზე. უაღრესად კონკურენტუნარიან მედია გარემოში, მედია ორგანიზაციებს შეუძლიათ მიიღონ სტრატეგიები, რათა მოემსახურონ ყველაზე დიდი აუდიტორიის ან მომხმარებელთა ბაზას. ამან შეიძლება გამოიწვიოს კონტენტის წარმოება, რომელიც უფრო ფორმულირებულია და მიმართულია ფართო აუდიტორიის მიზიდვისკენ, რაც პოტენციურად გამოიწვევს მედია პროდუქტების ჰომოგენიზაციას.

ტექნოლოგიური დეტერმინიზმი: ეს პარადიგმა ამტკიცებს, რომ მედია ტექნოლოგიების მიღწევები, როგორცაა ინტერნეტი, ციფრული პლატფორმები და სოციალური მედია, ხელს უწყობს მედიის ჰომოგენიზაციას. ამ ტექნოლოგიებს ხშირად გააჩნია სტანდარტიზებული ფორმატები, შაბლონები და ალგორითმები, რომლებიც აყალიბებენ კონტენტის წარმოებისა და მოხმარების ნიმუშებს. კონტენტის რეპლიკაციის, გავრცელებისა და გაზიარების სიმარტივემ ასევე შეიძლება ხელი შეუწყოს პოპულარული და ფართოდ გაზიარებული მედია პროდუქტების გავრცელებას, რაც იწვევს ერთგვაროვნებას.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ეს პარადიგმები არ არის ურთიერთგამომრიცხავი და მრავალი ფაქტორი ხშირად ურთიერთქმედებს, რათა გავლენა მოახდინოს მასმედიის ჰომოგენიზაციის პროცესებზე. გარდა ამისა, არსებობს კონტრარგუმენტები და ალტერნატიული პერსპექტივები, რომლებიც ხაზს უსვამენ ადგილობრივი და ალტერნატიული მედიის მდგრადობას, ჰომოგენიზაციის წინააღმდეგობას და მედიის მრავალფეროვნებისა და პლურალიზმის პოტენციალს.

პოლიტიკური ეკონომიკის პარადიგმა: პოლიტიკური ეკონომიკის პარადიგმა ხაზს უსვამს ეკონომიკური და ძალაუფლების სტრუქტურების გავლენას მედიის შინაარსსა და პრაქტიკაზე. ის იკვლევს, თუ როგორ აყალიბებს მედიის წარმოებასა და განაწილებას საკუთრების შაბლონები, ბაზრის ძალები და მოგების მოტივები. ეს პარადიგმა ყურადღებას ამახვილებს მედია კონგლომერატების როლზე, ბაზრის კონცენტრაციაზე და კომერციულ იმპერატივებზე ჰომოგენიზაციის პროცესებში.

გლობალიზაციის პარადიგმა: გლობალიზაციის პარადიგმა ფოკუსირებულია გლობალური მასშტაბით მედია სისტემების, კულტურისა და საზოგადოებებს შორის ურთიერთკავშირისა და ურთიერთდამოკიდებულებებზე. ის იკვლევს, თუ როგორ უწყობს ხელს ინფორმაციის, მედიის პროდუქტების და კულტურული გავლენის გლობალური ნაკადები მედიის ჰომოგენიზაციას. ეს პარადიგმა ითვალისწინებს ტრანსნაციონალური მედია კორპორაციების როლს, დასავლური მედიის მოდელების

გავრცელებას და მედია პრაქტიკის დაახლოებას მთელს მსოფლიოში.

შედარებითი მედია სისტემების პარადიგმა: შედარებითი მედია სისტემების პარადიგმა მოიცავს მედია სისტემების, საკუთრების სტრუქტურების და მარეგულირებელი ჩარჩოების ნაციონალურ ან კულტურულ ანალიზს. იგი ადარებს მედია ლანდშაფტებს, ჟურნალისტურ პრაქტიკას და მედია შინაარსს სხვადასხვა ქვეყანაში ან რეგიონში, რათა გამოავლინოს ჰომოგენიზაციისა და განსხვავების ნიმუშები. ეს პარადიგმა ცდილობს გაიგოს მედია პრაქტიკაში არსებული მსგავსებები და განსხვავებები და მათი გავლენა ჰომოგენიზაციის პროცესებზე. (მანჩინი, 2015).

მასმედიის ჰომოგენიზაციის შესწავლა მოიცავს სხვადასხვა მეთოდოლოგიას, რომელიც მიზნად ისახავს იმ პროცესების გაგებას, რომლის მეშვეობითაც მედიის შინაარსი ხდება სტანდარტიზებული ან ერთგვაროვანი სხვადასხვა კულტურასა თუ რეგიონში. მისი თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძვლები ემყარება სხვადასხვა სამეცნიერო მიდგომებსა და კვლევის მეთოდებს. ეს საფუძვლები გვეხმარება გავიგოთ და გავანალიზოთ ფაქტორები და მექანიზმები, რომლებიც ხელს უწყობენ მედიის შინაარსის, ნარატივების და პერსპექტივების დაახლოებას ან მსგავსებას სხვადასხვა მედიასა-შუალედებაში. წარმოგიდგენთ რამდენიმე ძირითადი თეორიულ და მეთოდოლოგიურ საფუძველს, რომელიც დაკავშირებულია მასმედიის ჰომოგენიზაციასთან:

პოლიტიკური ეკონომიკის მიდგომა: პოლიტიკური ეკონომიკის მიდგომა ხაზს უსვამს ეკონომიკური და ძალაუფლების სტრუქტურების გავლენას მედიის შინაარსზე. იგი იკვლევს, თუ როგორ აყალიბებს მედიის წარმოებასა და განაწილებას საკუთრების შაბლონები, ბაზრის ძალები და ეკონომიკური ზენოლა. ეს მიდგომა ხაზს უსვამს იმას, თუ როგორ შეიძლება მედიის კონსოლიდაციამ, მოგების მოტივებმა და კომერციულმა იმპერატივებმა ჰომოგენიზაციამდე მიგვიყვანოს, რადგან მედია საშუალებები პრიორიტეტს ანიჭებენ პოპულარულ ან კომერციულად სიცოცხლისუნარიან შინაარსს.

კულტურული იმპერიალიზმის თეორია: კულტურული იმპერიალიზმის თეორია, რომელიც ხშირად ასოცირდება ამერიკელი მედიის კვლევების მეცნიერ ჰერბერტ შილერთან, ფოკუსირებულია დასავლური მედიისა და კულტურის დომინირებაზე გლობალური მასშტაბით. იგი ამტკიცებს, რომ ძლიერი მედია კონგლომერატები დასავლეთის ქვეყნებიდან ავრცელებენ თავიანთ შინაარსს მთელ მსოფლიოში, რაც იწვევს ადგილობრივი კულტურული გამოხატვის ეროზიას და ჰომოგენიზებული მედია პროდუქტების გავრცელებას.

დღის წესრიგის დადგენის თეორია: დღის წეს-

რიგის დადგენის თეორია ამტკიცებს, რომ მედია საშუალებები საინფორმაციო თემების შერჩევითა და აქცენტით, გავლენას ახდენენ საზოგადოების მიერ გარკვეულ საკითხებს მიკუთვნებულ გამოჩენილობასა და მნიშვნელობაზე. ჰომოგენიზაციის კონტექსტში, მსგავსი სარედაქციო დღის წესრიგის მქონე მედია საშუალებებს შეუძლიათ წვლილი შეიტანონ საზოგადოების ყურადღების გადატანასა და ალტერნატიული შეხედულებების ჩახშობაში.

შინაარსის ანალიზი: კონტენტ ანალიზი არის მეთოდოლოგიური მიდგომა, რომელიც გამოიყენება მედიის შინაარსის სისტემატიურად შესასწავლად. მკვლევრები ანალიზებენ მედია ტექსტებს, როგორიცაა ახალი ამბების სტატიები, გადაცემები ან ონლაინ კონტენტი, რათა გამოავლინონ შაბლონები, თემები და ტენდენციები. შინაარსის ანალიზი შეიძლება გამოყენებულ იქნას ჰომოგენიზაციის არსებობის შესამოწმებლად, რაოდენობრივი ან ხარისხობრივი შეფასებით გაშუქების, ენის, ჩარჩოების ან გარკვეული საკითხების წარმოდგენის მსგავსების რაოდენობრივი ან ხარისხობრივი შეფასებით სხვადასხვა მედიასაშუალებებში.

შედარებითი მედიის კვლევები: შედარებითი მედია კვლევები მოიცავს მედია სისტემებისა და შინაარსის ნაციონალურ ან კულტურულ ანალიზს. მკვლევრები ადარებენ მედიის ლანდშაფტებს, საკუთრების სტრუქტურებს, მარეგულირებელ ჩარჩოებს და ჟურნალისტურ პრაქტიკებს სხვადასხვა ქვეყანაში ან რეგიონში ჰომოგენიზაციის ნიმუშების დასადგენად. ეს მიდგომა იძლევა ხედვას მედიის შინაარსის მსგავსებასა და განსხვავებაზე და კონვერგენციის ხელშეწყობ ფაქტორებზე.

თვისებრივი ინტერვიუები და გამოკითხვები: თვისებრივი კვლევის მეთოდები, როგორიცაა ინტერვიუები და გამოკითხვები, შეიძლება გამოყენებულ იქნას მედიის პროფესიონალების, ჟურნალისტებისა და აუდიტორიის პერსპექტივებისა და შეხედულებების შესაგროვებლად. ამ მეთოდით შეგვიძლია გამოვიკვლიოთ მედია აქტორების აღქმა, დამოკიდებულებები და გადანაცვლებების მიღების პროცესები, რათა გავიგოთ, როგორ ხდება ჰომოგენიზაციის პროცესები ინდუსტრიაში და როგორ ალიქვამს და ინტერპრეტაციას უკეთებს აუდიტორია მედია შინაარსს.

ეს თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძვლები იძლევა მასმედიის ჰომოგენიზაციის პროცესების რთული დინამიკის შესწავლისა და გააზრების ჩარჩოებს. ეს მიდგომები გამოიყენება, რათა მოხდეს პოლიტიკური, ეკონომიკური, ტექნოლოგიური და კულტურული ფაქტორების როლის გაანალიზება მედიის კონტენტის ფორმირებაში და დადგინდეს ჰომოგენიზაციის გავლენა საზოგადოებრივ დისკურსზე, აზრთა მრავალფეროვნებასა და დემოკრატიულ პროცესებზე.

დასკვნა

მასმედიის ჰომოგენიზაციის შესწავლა ასახავს სოციალურ პარადიგმებს, თეორიულ ჩარჩოებსა და კვლევის მეთოდოლოგიებს შორის რთულ ურთიერთკავშირს. სხვადასხვა პერსპექტივის საშუალებით, როგორიცაა კულტურული იმპერიალიზმი და გლობალიზაცია, ჩვენ აღმოვაჩინეთ, თუ როგორ ხდება მედიის შინაარსი სტანდარტიზებული კულტურებში. მეთოდოლოგიურად, სხვადასხვა ტექნიკის გამოყენებამ, როგორიცაა შინაარსის ანალიზი და შედარებითი მედიის კვლევები გააღრმავა ჩვენი გაგება ამ ფენომენის შესახებ. მიუხედავად იმისა, რომ ჰომოგენიზაცია იწვევს კულტურულ მრავალფეროვნებას და დემოკრატიულ დისკურსს, ალტერნატიული მედია იძლევა პლურალიზმის შენარჩუნების იმედს.

მედიის ჰომოგენიზაციის უწყვეტმა კვლევამ უნდა გამოიკვლიოს ახალი თეორიები და მეთოდოლოგიები მარგინალიზებული ხმების გაძლიერებისთვის. სოციალური პარადიგმების კრიტიკული შესწავლით, ჩვენ შეგვიძლია მხარი დავუჭიროთ მედია ლანდშაფტს, რომელიც უპირატესობას ანიჭებს მრავალფეროვნებას და ხელს უწყობს კრიტიკულ ჩართულობას. მედიის ჰომოგენიზაციის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლების გაგება გადამწყვეტია მედიანიგნიერების ხელშეწყობისა და უფრო ინკლუზიური და დემოკრატიული საზოგადოების ადვოკატირებისთვის.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. დანიელ ჰელინი, პაოლო მანჩინი - „მედია-სისტემების შედარება - მედია და პოლიტიკური სისტემების სამი მოდელი“ (2015)წ.
2. „პოლიტიკის მეცნიერების კვლევის მეთოდები“ - ავტორები: ჯანეტ ბუტოლფ ჯონსონი, ჰ. ტ. რეინოლდსი, ჯეისონ დ. მაიკოფთან ერთად; 2013წ.
3. იაშა (კოკა) კუტუბიძე - „გლობალიზაციის ფსიქო-სოციოლოგიური ასპექტები“
4. ლია წულაძე - „სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები“ 2020წ.
5. ჩავა ფრანკფორტ-ნაჩმიასი, დევიდ ნაჩმიასი - „კვლევის მეთოდები სოციოლოგიურ მეცნიერებებში“ 2009 წ.
6. ამირან ბერძენიშვილი - „თანამედროვე სოციოლოგიური თეორიები“ 2019წ.
7. „Professional Models in Journalism Between Homogenization and Diversity“ Paolo Mancini (University of Michigan Press 2015, JSTOR).
8. იაშა ლანგი - „მედია და არჩევნები“ -2007წ;
9. ნატო სონლულაშვილი - ჰომოგენიზაციის პროცესი და მისი ასახვა XX საუკუნის პირველ ნახევარში ბეჭდურ მედიაში (თსუ);
10. მანანა შამილიშვილი - პოსტ (თ) მწერლობა, როგორც ამბის თხრობა ქსელურ მედიაში (ტექნო-

ლოგიური დეტერმინიზმი) - [file:///D:/BSU/Downloads/admin,+KRITIKA+16-126-137%20\(1\).pdf](file:///D:/BSU/Downloads/admin,+KRITIKA+16-126-137%20(1).pdf)

11. გურამ აბესაძე; ავთანდილ ტუკვაძე - „პოლიტიკური კულტურა: კონცეპტუალური მოდელები და დემოკრატიული ტრანზიციის პარადიგმები“

12. რევაზ მიშველაძე - „კულტურა და თანამედროვეობა კულტუროლოგია“

13. ნიკლას ლუმანი - საზოგადოებრივი კომუნიკაციის სისტემის ცვლილებანი და მასობრივი მედია (2007)

14. ენდრიუ ჰეიეუდი - „პოლიტიკა“ (2008)

15. ევროპული კონვენციები მედიის სფეროში

16. <https://rm.coe.int/168008db41>

17. <https://www.osce.org/files/f/documents/c/9/32369.pdf>

18. კანონი მაუწყებლობის შესახებ:

19. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32866?publication=66>

20. ევროკავშირის მედიამონიტორინგი

21. <https://www.undp.org/ka/georgia>

ინტერნეტ წყაროები:

22. გლობალიზაცია და მისი გამოვლინებები - <http://mastsavlebeli.ge/?p=1002>

23. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-82984-9_25

24. https://www.campus.de/buecher-campus-verlag/wissenschaft/soziologie/grenzen_der_homogenisierung-3954.html

25. <http://edulive.ge/geo/news/story/67523-kulturuli-imperializmi>

26. <https://forbes.ge/blogs/presis-thavisuphleb-is-indeqsshi-saqarthvelo-77-e-adgilzea/> „რეპორტიორები საზღვრებს გარეშე“ პრესის თავისუფლების ინდექსში საქართველო 77-ე ადგილზეა

27. https://www.ndi.org/sites/default/files/NDI%20Georgia_March%202023%20telephone%20poll_Geo_PUBLIC%20VERSION_FINAL_02.05.pdf?fbclid=IwAR3aI9JsadEt-fqlz7qK-PNq2cjIprgbL-WOagC43jLBvgKQgQsdK-P9H0nrg – NDI მედია კვლევა

28. <https://eprc.ge/news/mediis-thavisuphleb-is-khariskhi-da-popularuli-sotsialuri-mediasashualebebi-sakharthveloshi-somkhethsa-da-azerbajanshi/> (28.01.2024)

29. <https://www.undp.org/ka/georgia/publications/>