

როგორ იკვეთება ლიდი ინფორმაციულ შენიშვნაში? აქ იგი ვიზუალურად შეფერადებული არაა. თუ შენიშვნას ლიდით დავიწყებთ, ტენდენცია მჟღავნდება პირველსავე წინადადებაში, ე.ი. ლიდის დაწყებაშივე, ანუ ტრადიციულად პირველი სიტყვის, ფრაზის, წინადადების შერჩევით.

ინფორმაციულ შენიშვნაში ლიდი მოიაზრება სწორედ ლიდერ ფრაზასა თუ წინადადებაში და სწორედ ტენდენციის გასამჟღავნებლად. ლიდი განწყობის შესაქმნელი უვერტიურაა და არა კულმინაციური აკორდი. ინფორმაციული შენიშვნის პირველ წინადადებაში ლიდი მოიაზრება. როგორ იწერება ზოგადად შენიშვნის დასაწყისი და როგორია ტენდენციის გამჟღავნების თავისებურებანი?

„ინფორმაციული შენიშვნა, როგორც ცნობილია, სამ ძირითად კითხვაზე იძლევა პასუხს, რა მოხდა, სად და როდის. კითხვათა რაოდენობა პასუხთა თანმიმდევრულად დასმის ვარიანტებს წარმოქმნის. ერთ-ერთის არჩევა ავტორის განწყობასა და განზრახვაზე მიგვანიშნებს.

მაშასადამე, წინადადების აგებაში, სიტყვათა განლაგებაშიაც კი შეიძლება ამოვიცნოთ პუბლიცისტის პოზიცია. ინვერსიის სერხის გამოყენებით მკითხველის ყურადღება ავტორისთვის სასურველ მხარეზე მახვილდება” [11, 189].

ამა თუ იმ ენაში სინტაქსური წესები გარკვეულ საფეხურებს ითვალისწინებს. ტრადიციულად საკუთარი სახელით დაწყება პასუხობს კითხვაზე—*ვინ*, დროის გარემოებით—*როდის*, ადგილის გარემოებით—*სად*. ამერიკულ ლიდებში მიღებულია წინადადების ადგილის გარემოებით ან საკუთარი სახელით დაწყება. ჩვენში დომინირებს დროის გარემოება.

რადგანაც დასაწყისი ჟანრის მოთხოვნებს უნდა პასუხობდეს, შესაბამისად, არ შეიძლება, რომ ინფორმაციული შენიშვნის სათაური დასაწყისში გამოვრდეს. ლუიზი ბეცმენის გაფართოვებული ინფორმაციული შენიშვნა „გვიან ღამით კალათბურთის თამაში ვოლნატ ჰაიში ბრუნდება” იწყება ლიდით, რომელიც იმეორებს სათაურის კონტურებს: „ვოლნატი — გვიან ღამით კალათბურთის თამაში ხალხის მოთხოვნით ისევ ბრუნდება” [95, 5]. ამ შემთხვევაში საზგასმულია მხოლოდ მიზეზი შეტყობინებისა.

ქართულ მასმედიაშიც ხშირია სათაურისა და ლიდის დუბლირება, რაც თავისთავად ინფორმაციული შენიშვნის აგების წესების დარღვევაა. გაზეთ „რეზონანსში” გამოქვეყნებული გაფართოვებული

ინფორმაციული შენიშვნა „საქართველოში ნიდერლანდების საკონსულო გაიხსნა“ იწყება ასე: „გუშინ ნიდერლანდების სამეფოში თბილისში საკონსულო გახსნა. საპატიო კონსულის ირაკლი ბაიდაშვილის განცხადებით, საკონსულო თავის მუშაობას ქართულ-ნიდერლანდური ურთიერთობების განმტკიცების, აგრეთვე ორმხრივი სავაჭრო და საინვესტიციო საქმიანობის ხელშეწყობის მიმართულებით წარმართავს“ [69]. პირველი წინადადება, ე.წ. ლიდერი წინადადება (lead sentence), სათაურში გადმოცემული ინფორმაციის აზრობრივი გამეორებაა. არადა, დუბლირების გამო ლიდის მოთხოვნებს ვერ პასუხობს ვერც მთელი აბზაცი და ვერც I წინადადება. პოტენციური ლიდის არაერთი კონტური ჩნდება II აბზაცში:

1. „ნიდერლანდების საკონსულოს საპატიო კონსული, ირაკლი ბაიდაშვილი უხელომდღვანელებს“;

2. „საწყის ეტაპზე საკონსულოს არ ექნება ფართო ფუნქციები, კერძოდ, იგი არ შეასრულებს თავის მთავარ ფუნქციას—ვიზების გაცემას“; (მუქი შრიფტით ჩვენს მიერ მიჩნეული პოტენციური ლიდია აღნიშნული-მ.გ.)

3. (ნაწყვეტი ბოლო აბზაციდან): „საქართველოში ჰოლანდიის საკონსულოს გახსნა დაემთხვა ამ ქვეყნის ერივნულ დღესასწაულს — მისი დედოფლის, ბეატრიქსის 60 წლისთავს“.

მსგავსი პოტენციური ლიდები სხვაგანაც არის, მაგრამ ამათგან პრიორიტეტულის არჩევა ნიშნავს, იპოვო ინფორმაცია, რომელიც აქტუალობას გარკვეული დროის განმავლობაში შეინარჩუნებს. განხილული მასალა მომდევნო დღესაც შუქდება. ოღონდ ახლა მე-13-ე გვერდის ნაცვლად პირველ გვერდზეა სათაურით „ნიდერლანდების საკონსულოს ქართველი კონსული ეყოლება“ და აი, ლიდიც: „მაისის პირველ დღეს ნიდერლანდების სამეფოში თბილისში საკონსულო გახსნა და კონსულად ქართველი დიპლომატი ირაკლი ბაიდაშვილი დანიშნა. საერთაშორისო დონეზე კი, საქართველოში ნიდერლანდები მოსკოვში მოქმედი საელჩოთი იქნება წარმოდგენილი“ [68].

შემდეგ აბზაცში დაწინაურდა ინფორმაცია: „გუშინწინ თბილისში ნიდერლანდების სამეფოს საკონსულო დაარსდა. ეს მოვლენა ნიდერლანდების სახელმწიფო დღესასწაულს დაემთხვა. წინადადებით, სამეფოს დედოფალ ბეატრიქსს 60 წელი შეუსრულდა“ [68]. როგორც ჩანს, ავტორმა პრიორიტეტული ინფორმაცია, რომელიც კომბინირებული ლიდის სახითაა გადმოცემული მხოლოდ მეორე დღის ახალი ამბების

აღლუმში შენიშნა და ისიც ბოლო აბზაციდან მხოლოდ მეორე აბზაცში გადაათამაშა. არადა, ლიდად მისი არჩევის შემოსვევაში იგი აქტუალობას მეორე დღესაც შეინარჩუნებდა და შეიცვლებოდა მაშინ, თუ მას ცვლილება—ახალი ამბავი ჩაენაცვლებოდა. საერთო ჯამში, მსგავსი ინფორმაციული დუბლირებანი მიანიშნებს პრიორიტეტული ინფორმაციის მნიშვნელობის გამომსახველობაზე.

დასაწყისის ისეთ სახეობაში, როგორიც ლიდა, ტენდენციის ჩვენება არა მარტო სიტყვის, ფრაზის, არამედ ინფორმირების კურსის გრადაციით იწყება. ჟანრებში ტენდენცია მჟღავნდება მასალის სწორ აგეგმარებაში:

„პუბლიცისტის ტენდენცია, უპირველეს ყოვლისა, თემის განსაზღვრაში, ფაქტის შერჩევაში და ობიექტის გამოყოფაში მჟღავნდება. ეს სხვადასხვა თანმიმდევრობითა და მეთოდით სორციელდება, რაც შეპირობებულია ჟანრის სპეციფიკითა და ჟურნალისტის ჩანაფიქრით“ [11,178].

აქედან გამომდინარე, იმისდა მიხედვით, თუ რომელ კონკურენტ-ფაქტს მიიჩნევს პრიორიტეტულად ჟურნალისტი ამჟღავნებს ტენდენციას.

ჟურნალისტი მიმართავს ისეთ პუბლიცისტურ მანევრებს, როგორიცაა ტენდენციის გამჟღავნების შემდეგი ხერხები: ციფრის გასაგნება, სასვენი ნიშნების, ეპითეტებისა და მოკლე განსაზღვრებების ეფექტური გამოყენება, დეტალის ხაზგასმა, შეპირისპირების და გამოსახვის სხვა საშუალებების წარმოჩენა და სხვ.

ამ საკითხებზე საგანგებოდ ამახვილებს ყურადღებას პროფ. ნ. ტაბიძე: „ნაკლებ შესამჩნევის გასათვალსაჩინოებისა და სიცხადისათვის დიდი როლი ეკისრება ციფრის გასაგნებას. ციფრის შთამბეჭდაობა კარგად არის ცნობილი. მის სიძლიერეს განაპირობებს სიზუსტე. მისამართიანობიდან მომდინარე ეფექტი, მაგრამ იზოლირებულად მოხმობილი რიცხვი შეიძლება უტყვი აღმოჩნდეს. ციფრის ძალა არსებითად ფაქტობრივ თუ წარმოსახვით მიმართებაში მჟღავნდება. ამიტომაც აუცილებელია მისი გათვალსაჩინოება-გასაგნება, პოტენციური თვისებების რეალიზაცია“ [11,197].

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნებული გაფართოებული ინფორმაციული შენიშვნა „იგებს ის, ვინც ნაკლებს ხარჯავს“, ასე იწყება: „თბილისის საკრებულოს არჩევნებში გამარჯვებულმა ლეიბორისტულმა (შრომის) პარტიამ არჩევნებზე მხოლოდ 15265 ლარი დახარჯა“ [76]. ლიდში ტენდენცია მჟღავნდება ციფრობრივი მონაცემის წინ

სიტყვის „მხოლოდ“ ჩასმით. აქ იგრძნობა ორმაგი ქვეტექსტი: ავტორი საზს უსვამს თანხის ფაქტობრივ სიდიდეს და სიმცირესაც. ლიდში არ ჩანს შეპირისპირება სხვა პარტიების დანახარჯებთან(ვინ დასარჯა ყველაზე მეტი, ვინ წააგო არჩევნები). ამ შეპირისპირების ფონზე მასალა უფრო მეტყველი იქნებოდა. არადა, მსგავსი შეპირისპირების უგულებელყოფა და ლიდის სწორედ ამ სახით გადმოცემაც თავისთავად ავტორის დამოკიდებულებას აჩვენებს.

ნებისმიერ შემთხვევაში ინდივიდუალური პუბლიცისტური სედეა განსაზღვრავს ტენდენციის ჩვენების განფენას მასალაში, რომელიც არც ერთადერთ მიდგომას გვთავაზობს და შესაბამისად არც საბოლოოს.

შეიძლება იმ პუბლიცისტურ ფორმებზე საუბარი, რომლებიც ლიდში ტენდენციის გამჟღავნებით იწყება. აქ რამდენიმე სერსია თვალშისაცემი, რომლებიც დასაწყისისთვისაა ადაპტირებადი...

ამ მხრივ საინტერესოა წინასაარჩევნო ციებ-ცხელებისას დაწერილი ლიდები. არჩევნების შედეგები იმ ფაქტობრივ მონაცემთა რიგს მიეკუთვნება, სადაც ტენდენციის გამოსახატავად ციფრის გასაგნება საუკეთესო საშუალებაა. აქ სომ ციფრის მიღმა, პერსონა ამომრჩეველი მოიაზრება.

1992 წელს, როცა პრეზიდენტად ქლინთონი აირჩიეს, ხმათა დათვლის ერთკვირიან პროცესში, საინფორმაციო განყოფილებებში ფიგურირებდა სიტყვა „მანდატი“ („ამომრჩეველთა განაწესი“). დებატები აგებული იყო იმაზე, მიიღებდა თუ არა პრეზიდენტი კიდევ ერთ გადამწყვეტ ხმას, მანდატს. როცა იგი აირჩია ხმათა 43-მა პროცენტმა, ვოლტერ მერსიმ ასე შეაფასა მოვლენა:

„...ხედავთ, სადაა სილის გალაწუნება? ის მხოლოდ და მხოლოდ გამარჯვებაშია და არა პროცენტებში“[38,31].

ლიდიც სწორედ ამ ვერსიის საფუძველზე აიგო:

„ერთი მანდატი უფრო მეტს ნიშნავს, ვიდრე უბრალოდ ციფრი, და ახლად არჩეული პრეზიდენტი ბილ ქლინთონის სახით თავად განსაზღვრავს – რამდენ ხანს უერთგულებს მას“[38,31]. ასე, მასმედიის და საზოგადოების აზრი იმის თაობაზე, რომ ერთი ამომრჩეველის ხმას შეუძლია პოლიტიური ამინდის შეცვლა, შენიღბულ ტყუილად გამოცხადდა.

ასოშიეთიდ პრეს-ის მიერ გავრცელებული ეს ლიდი-ვერსია ფორმის მიხედვით სამნაწილიანია, თუმცა ერთ წინადადებაშია გადმოცემული ლიდი-ვერსიის სახით.: I ნაწილს მიმართვის ფორმა

აქვს („ერთი მანდატი უფრო მეტს ნიშნავს, ვიდრე უბრალოდ ციფრი“). II ნაწილი შედეგს აფიქსირებს („ახლად არჩეული პრეზიდენტი ბილ ქლინტონის სახით“). III ნაწილი – უკვე პროგნოზს შეიცავს („თავად განსაზღვრავს -- რამდენ ხანს უერთგულებს მას“). ავტორი ციფრის გასაგნებით უკვე არჩეულ პრეზიდენტს „სილას ულაწუნებს“, მას სიფხინლისკენ მოუწოდებს. თითქოს უნებლიედ, ცალკეული ამომრჩევლის მანდატში ჟურნალისტი პრეზიდენტის ძალაუფლებასაც მოთავსებასაც ცდილობს. ლიდის პირველი ნაწილი პირობითი მიმართვაა კოლეგებისადმი, მის ფონზე იკვეთება ხელოვნურად შექმნილი აჟიოტაჟი, პოლიტოკოსის სახე...

ტენდენციის უკეთ გამჟღავნებისთვის მასალის დასაწყისში დაუშვებელია ზედსართავი სახელების არამიზნობრივი ან სინონიმური გამოყენება-განვრცობა. ლიდში არ კონკრეტდება ის, რაც იმთავითვე ადვილად აღიქმება. თუ ლიდისთვის შერჩეულ ფრაზებში უკვე მჟღავნდება ტენდენცია, მას ხელმეორედ ახსნა აღარ დასჭირდება. ზედსართავი სახელები ზოგჯერ „ხელოვნურ მაკიაჟს“ ქმნიან, რომელიც ნიღაბს ემსგავსება და ფარავს, ამცირებს მოვლენის ღირებულებას.

როცა ავტორს სურს მოვლენის შესაბამისი ემოციური სარჩული იპოვოს, მისი ისედაც მკაფიო ანარეკლი კი დამატებითი სიტყვებით გამოსახოს და შექმნას გრადაციის ეფექტი, ლიდზე მუშაობაც უფრო და უფრო „დრამატული“ ხდება. ჟურნალისტიც არა ერთი და ორი, არამედ მრავალი სინონიმის აბლაბუდის მსხვერპლია. ლიდში არ შეიძლება ორი ან მეტი ისეთი სიტყვის გამოყენება, რომლებიც ერთმანეთის იდენტურ ემოციურ ქვეტექსტს ატარებენ. სინონიმური კონტექსტი ხშირად არა თუ აძლიერებს – პირიქით, ასუსტებს მკითხველზე ზემოქმედების ხარისხს. პუბლიცისტის გონებაში ზედსართავი სახელების მოძალებას ამერიკელები სწორედ დრამატულ მოვლენებზე მუშაობას უკავშირებენ და სამართლიანად მიუთითებენ: „თუ აღწერილი მოვლენა დრამატულია, ზედსართავი საერთოდ არაა საჭირო. თუ მოვლენა არ არის დრამატული, დაწერო, რომ ის ასეთია, მაინც არ გახდის მას დრამატულს“ [38,22].

ეს წესი არა მარტო დრამატულ მოვლენებზე ვრცელდება.

ამ საერთო წესის „დარღვევით“ უნდა დაიწეროს, რომ ვ. მერსის მოყვანილი მაგალითი მართლაც შთამბეჭდავია.

„დღეს დილით სენატორი რობერტ ფ. კენედი თავისი პრეზიდენტი ძმის მსგავსად იმსხვერპლა დაქირავებული მკვლელის ვერაგობაში“ [38,23].

შეფასება გამოკვეთილია. შეპირისპირებით იგება ორნაწილიანი ლიდი-ვერსია. პირველ ნაწილში ჩანს მოქმედების შედეგი, მეორეში კონტექსტის შესაძლებლობა, რომელიც ვერსიის მეტი დამაჯერებლობისკენაა მიმართული.

მერსი ამ არჩევანს ანტითეზისით განმარტავს: „რა თქმა უნდა, ეს დრამატულიც იყო და შოკურიც, სწორედ ამიტომ მათ გარეშე დაიწერა ყველაფერი. ეს არ ნიშნავს, რომ ლიდი დრამის გარეშე დარჩა” [38, 23].

ამავე მოვლენაზე ასოშიეითიდ პრესის თანამშრომლის დუგლას ბ. კორნელის ლიდი ასეთი იყო: „რობერტ ფ. კენედი დაკრძალეს წყნარ გორაკზე, შაბათს, სავსე მთვარის გაურკვეველი შუქის და წამებულო პრეზიდენტის ჯონ ფ. კენედის საფლავზე მუდმივად მოციმციმე ცეცხლის ქვეშ” [38, 23].

ავტორი დასრულებულ მოქმედებას აღწერს, ირჩევს კომბინირებულ ლიდ-პასუხს, თხრობით კილოს, რომელიც ლიდის სწორედ ამ სახეობას უხდება. ლიდი ორნაწილიანია და იწყება საკუთარი სახელით, დროის გარემოება აქაც წინადადების შუაშია. ავტორი განწყობას და ტენდენციას გარემოს აღწერით ამჟღავნებს. ამ შემთხვევაში „მთვარის გაურკვეველი შუქის” და „მუდმივად მოციმციმე ცეცხლის” კომბინაცია უზუსტესია ავტორისეული დამოკიდებულების გამოსაკვეთად. ტრაგიკული სიტუაცია ეპიკური განწყობილებითაა გამოხატული. ჩნდება დუმილის ეფექტი. დესკრიფციით კომპოზიციური პაუზის შექმნით უზუსტესად მჟღავნდება ტენდენცია.

ტენდენცია ლიდში შეიძლება გამჟღავნდეს ზედსართავის სახელების, განსაზღვრებების მიზნობრივი ურთიერთშეპირისპირებითაც. სტატია „შენთვის რა არის მცხეთა, ძმაო!” იწყება ლიდით:

„მცხეთაში ორი ხმა ისმის: ერთი ლოცვის, მეორე — საქეოფო მუსიკის. რამდენადაც ლოცვა არის მშვიდი, იმდენად მუსიკა ბობოქარი” [90].

როგორც ვხედავთ, ავტორი „მშვიდისა” და „ბობოქარის” შეპირისპირებით ამჟღავნებს ტენდენციას. მასალა გრძელდება პუბლიცისტური „ხილით”, რომელიც ლიდს პუბლიცისტური ნაწარმოების ძირითად ნაწილთან აკავშირებს: „როგორც ჩანს, მცხეთაში მდებარე რესტორნები ერთმანეთს ხმაურში ეჯიბრებიან და მიზანს ერთი მეორეზე უკეთესი ხმის გამაძლიერებლობით აღწევენ” [90]. ხიდში გამოიკვეთება მასალის გაგრძელების სავარაუდო მომართულება,

ამასთან ლიდი და სიდი ერთ აბსაცშია წარმოდგენილი, რაც ქმნის ერთიანი ინფორმაციული ერთეულის შეგრძნებას და გამოკვეთავს კონტექსტის დანიშნულებას.

ამ მასალაში პოტენციური ლიდებიც მოიხაზება. ავტორი მუქი შრიფტით გამოყოფს ციტატას, სადაც მამა ზენონი ამბობს (ნაწყვეტი ციტატიდან): „ზოგიერთს თუ ჰგონია, რომ სვეტიცხოველი მარტო ზედაა, რომელმაც შემოსავალი უნდა მოუტანოს, მწარედ ცდება. ეს შეურაცხოფაა და ამის მოთმენა არ შეიძლება“ [90]. მუქი შრიფტითაა გამოყოფილი სახელმწიფო მინისტრის მოსაზრებაც... სათაურში, ლიდსა და მასალაში წარმოდგენილი შეპირისპირებით ავტორი ამჟღავნებს ტენდენციას და მკითხველს არჩევანს სთავაზობს.

ლიდში ტენდენცია ზედსართავი სახელების შეპირისპირებითა და ეპიტეთ-განსაზღვრებებით მჟღავნდება. გაზეთში „24 საათი“ დაიბეჭდა თენგიზ გოგოტიშვილის რეპორტაჟი „ბესტ ეკორდ 2002“ – ნატო ბინძური ფეხებითა და სუფთა ხელებით“, რომელიც ლოგიკურად გრძელდება: „ამ დღეებში ნატო საქართველოში მართლაც ბინძურ კვალს ტოვებს. მათი „ბატინკები“ მესამე დღეა, ზელენ ვაზიანის ტალახს, რომელსაც უამინდობის გამო, არა და არ ეღირსა გაშრობა“ [62]. ლიდად მხოლოდ ეს პირველი ორი წინადადება გამოდგება, ამიტომ მუქი შრიფტით მხოლოდ მათი გამოყოფა იქნებოდა ეფექტური. გაგრძელება კი ასევე ლოგიკურ თანადაქვემდებარებაში აგებს პუბლიცისტურ ხიდს: „მესამე დღეა, დაიწყო „ქოროფორეითივ ბესტ ეკორტის“ ტაქტიკური წრთვნის ნაწილი, რომლის დროსაც ჯარები უშუალოდ ამუშავენ იმას, რასაც აქამდე კლასებში სწავლობდნენ. პირველი დღე ფიზიკურ ვარჯიშს დაეთმო – ჯარისკაცები, თქვენ რომ მაგრები მხოლოდ იმიტომ გგონიათ, რომ მათი ქვეყნები ნატოს წევრები არიან, მაგრები სულაც არ ყოფილან“ [62]. ხიდში მეორდება ინფორმაცია, რომელიც ლიდში დაფიქსირდა და ხდება ახალი დეტალების ხაზგასმა, ნაცნობი შტრიხების ინფორმაციულად გამდიდრება.

ლიდში მნიშვნელოვანია დეტალის წარმოჩენა. ის „აისბერგის“ ფუნქციას კისრულობს, როცა მკითხველი მას ტექსტთან მიმართებაში ხედავს.

ყველაზე კრიტიკულ წერილშიც კი ლიდში გამოტანილი ინფორმაცია მიუკერძოებელი, ობიექტური უნდა იყოს. ამასთან, ყველაზე ნეიტრალურ ლიდშიც კი უნდა გამჟღავნდეს ტენდენცია.

ეფექტურია ლიდი, სადაც მოვლენის სახასიათო მომენტი

მოქმედებაშია დაფიქსირებული. ასეთი ღიდეები, როგორც წესი, რეპორტაჟსა და ნარკვევში უნდა ვეძებოთ.

ამერიკული ღიდეების მორფოლოგია ასეთია: ღიდეები უმეტესად საკუთარი სახელით იწყება, გარემოება კი ბოლოშია. ქართულ ღიდეებში დროის და ადგილის გარემოება წინადადების თავშია, იმის და მიხედვით, თუ როგორ სურს ავტორს ტენდენციის გამჟღავნება.

ჟურნალისტი უნდა მოერიდოს პლეონაზმების გამოყენებას, რომლებიც ხშირად ტვირთავენ წინადადებას იმ სიტყვებით, რომლის გარეშედაც აზრი ნათელია. „პლეონაზმი თავისი ტავტოლოგიური ბუნებით ზოგჯერ უკიდურესობამდე მიდის და წინადადება იტვირთება ისეთი სიტყვებით, რომლებსაც არავითარი ახალი აზრობრივი მნიშვნელობა არა აქვთ [14,326-327], თუმცა სიტყვათა ორმხრივი გამოყენების შემთხვევაში, პლეონაზმი შესაძლოა ლოგიკური დამაჯერებლობის გასაძლიერებლად იქნეს გამოყენებული.

ღიდეში ტენდენცია მჟღავნდება პირდაპირი ციტირებისას, რიგ შემთხვევებში კონტექსტის მინიშნებით.

გ. ჩენსლორი და ვ. მერსი ღიდეში პერიფრაზირებას პირდაპირ ციტირებას აიჯობინებენ. წარმოდგენილი მაგალითი ამის თვალსაჩინოებაა.

როცა სახელმწიფო პოლიტიკის დიდი ძანევრები მედიის მოსატყუებლად ეწყობა, იგი ცალკეული ჟურნალისტების ე.წ. თაღლითობითაც ინიღბება. მაგალითად: საპრეზიდენტო კამპანიისას რიჩარდ მ. ნიქსონს არასოდეს უთქვამს, რომ მას აქვს საიდუმლო გეგმა ომის დასასრულებლად. ირკვევა ისიც, რომ ისტორიკოსებმა იცრუეს და განაცხადეს, რომ ასეთი მონახაზი არსებობდა. „ზამთარში ნიუ ჰამფშიაირის საფეიქრო ქარხნის კაფეტერიაში ნიქსონმა მხოლოდ ის აღნიშნა, რომ პრეზიდენტად არჩევის შემთხვევაში დაასრულებდა ომს აზიაში და დაამყარებდა მშვიდობას. იქვე დაამატა, რომ სხვა დროს აღარ განუმარტავდა ჯონსონის ადმინისტრაციას, თუ როგორ მოახერხებდა ამას“ [38,32]. პრეზიდენტის კეთილშობილური განზრახვა კონსპირაციულ გეგმას დაამსგავსეს.

მოხდა ისე, რომ ამ დღის ღიდეებს მკვლევარები მიუბრუნდნენ. ბიბლიოგრაფიულმა და საარქივო მასალებმა ცხადჰყვეს, რომ ნიქსონს მსგავსი განცხადება არ გაუკეთებია. საკონკურსო ღიდი კი მაინც გათამაშდა, მან ყველა მიიზიდა. სინამდვილეში იმ დღეს პრეს-კონფერენციაზე მყოფმა ერთ-ერთმა თაღლითმა პოლიტიკურმა რეპორტიორმა პირდაპირ ციტირებას, სახასიათო პერიფრაზირება ამჯობინა. მან

აშკარად იცრუა. მისი ვერსია ლიდში გათამაშდა, სადაც „ნიქსონის თქმით, მას აქვს საიდუმლო გეგმა ომის დასასრულებლად“ [38, 32-33]. ამ „უწყინარ“ პასაჟს მიეძღვნა რამდენიმე პოლიტიკური წიგნი, რომელიც იკვლევდა გასაიდუმლოებული ჩანაფიქრის რეალურ საზღვრებს და მომგებიან სვლებს. შემდგომში ასიშიეთიდ პრესის უკვე ვიცე-პრეზიდენტი ვ. მერსიც აღიარებს, რომ ასევე ცხადად მოტყუვდა: „ამ ლიდს ფესი წამოვკარი. ასე ბევრს ისწავლი. ციტატაზე დაყრდნობა უფრო უპრიანია. ასე ლიდი შეუვალია. ზოგი მწერალი ერთი ან ორი სიტყვის ეკონომიისთვის პერიფრაზირებას ირჩევს. მიუხედავად ამისა, ციტირებით თითქმის ყოველთვის უკეთ ჩანს სათქმელი“ [38, 33].

ვ. მერსიმ ვერ ამხილა ისინი, ვინც შესაძლოა კონკრეტული ჟურნალისტის ან ცალკეული ინფორმაციის შენიღბვის უკან იდგა. არადა, გასაკვირია, რამდენად მიზანმიმართული და გაბედულია ერთი „თაღლითი“, ყველასთვის უცნობი ჟურნალისტის ერთი შეხედვით უწყინარი ლიდი, რომელმაც მთელი ამერიკული მასმედია მოატყუა და მას გარკვეული პოლიტიკური ძალებიც მიაყოლა. ნიქსონის გეგმებში, როგორც ჩანს, ეს არ შედიოდა...

როცა ლიდში რესპოდენტის შეხედულება ფიქსირდება, სჯობს ეს პირდაპირი ციტირებით მოხდეს, განსაკუთრებით—ინფორმაციულ ჟანრებში.

ჩვენ უკვე აღვნიშნეთ, რომ ლიდი-პასუხის აგებისას ერთ-ერთი მიგნებაც სწორედ ციტატაა. ხშირად იგი უკეთ ამჟღავნებს ტენდენციას. ამერიკელი მეცნიერების უმრავლესობა უპირატესობას სწორედ პირდაპირ ციტირებას ანიჭებს. ასეთი აგებულების ლიდს ვოლტერ მერსი „შეუვალ ლიდს“ (unassailable lead) უწოდებს.

ლიდში ციტირების გამოყენება განსაკუთრებით მომგებიანია ინტერვიუში. ბ. ბრეინვუდი, რ. ქროფი და ს. ბოისი გვიჩვენებენ დავიწყოთ ინტერვიუ საინტერესო და არსებითი ინფორმაციის შემცველი ციტატით. „რა იყო პირველი აზრი, შთაბეჭდილება, რომელიც ინტერვიუს დასრულებისას გაგიჩნდათ? რამ შეგძრაო ინტერვიუერთან საუბრისას? უფრო ზუსტად, რა თქვა მან? პასუხები ლიდის შესაძლებლობებს ადვილად აჩვენებს“ [35, 86].

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნებული გაფართოებული ინფორმაციული შენიშვნა იწყება ციტატით, სადაც ტენდენცია ასე მჟღავნდება: „ადგილობრივი თვითმართვებლობის არჩევნების შემდეგ ყველაზე სიმპატიური ღონისძიება აღბათ ეს არის“, — აცხადებს გიგი

წერეთელი თვითმართველობის დამოუკიდებელ ექსპერტთა ასოციაციის პრეზენტაციაზე [59]. მასალა გრძელდება სილით: „ასალი არასამთავრობო ორგანიზაცია აშშ-ს საერთაშორისო განვითარების სააგენტოსა (USAID) და ურბანული ინსტიტუტის მხარდაჭერით დაფუძვნდა. ასოციაციის საქმიანობა მიმართულია...“ [59] და ა.შ. ლიდს დამაჯერებლობას სწორედ კომპეტენტური პირის ციტირება მატებს.

მორიგი გაფართოვებული ინფორმაციული შენიშვნა იწყება ციტატით: „არ დავუშვებთ კოდორის ხეობის დაკარგვას“—ამ შინაარსის ტრანსპარანტებით შეიკრიბნენ გუშინ სახალხო დამცველის ოფისში ომის ვეტერანები, ვეტერანთა არასამთავრობო ორგანიზაციები. სამწუხაროა, რომ ომის დაწყებიდან ათი წლისთავზე არა დაკარგულის დაბრუნებაზე, არამედ ასლის დაარგვის საშიშროებაზე ვსაუბრობთ“ [60].

რაც შეეხება ანალიტიკური ჟანრის ნაწარმოებებს, ლიდებში პერიფრაზირება შედარებით უფრო მიზანმიმართულია.

უნდა ითქვას, რომ სანამ ავტორი თავის იდეურ ჩანაფიქრს მიაგნებს, დასაწყისის სხვადასხვა ვარიანტს მოსინჯავს. ხშირად, მომგებიანი ლიდიც შემდგომი წინადადებების ძიების პროცესში ჩნდება. ინფორმაციის ნაკადში ჩნდება ასალი ამბები, რომლებიც ნაკლებად საინტერესოა, მაგრამ მათი გაშუქება მაინც სავალდებულოა. ასეთი მასალების პუბლიცისტური მონახაზი, როგორც წესი, თითქმის ერთნაირი და შაბლონურია. ვ. ბერსის აზრით, როცა ვწერთ მასალას სასწავლებლის ხელმძღვანელობის ყოველწლიურ უინტერესო ანგარიშზე, სასურველია მოვსინჯოთ ვარიანტი: „დღეს სკოლის ხელმძღვანელობამ თავისი ყოველწლიური ანგარიში წარმოადგინა, მართლაც რომ — ერთფეროვანი ანგარიში“ [38, 27]. მისი აზრით, ასე ჟურნალისტი ინტერესის გრადუსის შეცვლას იწყებს.

შეინილბება თუ არა ასეთ დროს ავტორის დამცინავი მოტივი? როგორ გამჟღავნდება ტენდენცია? მართლაც ერთფეროვანი ამბავის — საინტერესო ანგარიშით შეცვლა ჟურნალისტს იუმორისტული გამოსახვის ფორმით, კერძოდ ტრავესტიტაც შეუძლია.

როგორც წინა თავებში აღვნიშნეთ, კლიშეების და ცნობილი გამონათქვამების გადათამაშებით იქმნება ე.წ. კარიკატურული, გროტესკული დასაწყისი (takeoff opening), რომლის საყრდენია იუმორისტული განწყობა, კლიშეს გარდასახვა სატირულ სტილში.

მოვლენის ზედმიწევნითი აღწერა-კონკრეტიზაცია ლიდს აღარიბებს, ხშირად კი დრამატულ-კომიკური გარდასახვით

წარმოაჩენს, საინტერესოს აფერმკრთალებს. მოგესვენებათ, სატირა სწორედ მაშინ იღვიძებს, როცა მოვლენას „მოქმედი ვულკანის“ მონაცემები სულაც არ უჩანს.

განწყობის შეცვლა იმ ერთ სიტყვასაც შეუძლია, უნებლიეთ რომ მოხვდება ლიდში. დავესესხები ლიდს, რომელიც სწორედ ერთი ზედმეტი სიტყვის გამო გახმაურდა. კონკრეტიზაციის სურვილს ემსხვერპლა შინაარსი: „*დღეს იპოვეს უთავო შიშველი წითელთმიანი ქალის სხეული...*“ [38,36], მართალია ლიდი ლაკონიურია, მაგრამ ამბის გაგრძელებით მიუღებელი.

აი, როგორია ჯონ ჩენსლორის ყველა დროის კლასიკური, დახვეწილი ლიდი: „*დღეს საფრანგეთის ეროვნულ ასამბლეაში ნაჯახი გილიოტინას მოხვდა*“ [38,36]. ლაკონიური ერთნაწილიანი ლიდი გვამცნობს: საფრანგეთში ჰუმანიზმის ერა დაიწყო. ავტორისეული ირონია კი მჟღავნდება ანტიფრაზით — გილიოტინას თავად ხვდება ნაჯახი! როგორც ვხედავთ, ეფექტური ლიდი ანტითეზისის მიგნებითაც შეიძლება.

ეფექტურია ლიდში გადათამაშება-სვლა: ახალი ამბავი, — კარგად ნაცნობი ანდაზა, აფორიზმი. მითუმეტეს, თუ ის პოეტური, შეძლებისდაგვარად გარითმულია. ხშირად, ანდაზისა თუ აფორიზმის ინტერპრეტაციით ტენდენციაც უკეთ მჟღავნდება.

ცნობილი ლიდი *ჯონსონის* მოგზაურობაზე მისურიში, სადაც მას *ჰარი ს. ტრიუმენის* კანონპროექტზე უნდა მოეწერა ხელი, რეპორტიორმა ასე გადაითამაშა:

„*პრეზიდენტ ჯონსონის მოგზაურობა ათას მილზე დღეს შედგა. კანონპროექტი, რომელსაც ხელი მოეწერა, მთავრობას მოხუცებზე სამედიცინო ზრუნვას ავალებს. „ტრიუმფის ეს მომენტი“ მან გარი ს. ტრიუმენტან გაიზიარა*“ [38,30].

ერთნაწილიანი ლიდი-პასუხი იწყება აღმოსავლური ანდაზის პერიფრაზირებით, რომლის მიხედვითაც, ყოველი მოგზაურობა ათას მილზე პირველი ნაბიჯით იწყება. გადათამაშება ასეთია: პრეზიდენტ ჯონსონის „ამოძრავება ტრიუმფალურია“, ჰარი ტრიუმენი კი ტრიუმფის საბაბია. ტენდენცია იმდენად ოსტატურად გამჟღავნდა, რომ მეორე რეპორტიორმა სასწრაფოდ „*აითვისა*“ ლიდი და შენიშნა, რომ „*სინამდვილეში პრეზიდენტმა მისურიმდე მხოლოდ 996 მილი გაიარა*“ [38,30].

მართლაც, თავის ნებას ჟურნალისტი ახალი ამბების გამორჩევითაც გამოხატავს. კაპიტელი კვლავაც ასეთია: „*პუბლიცის-*

ტის ტენდენცია, უპირველეს ყოვლისა, თემის განსაზღვრაში, ფაქტის შერჩევასა და ობიექტის გამოყოფაში მუდავნდება"[11,178].

თემატური გამორჩევით, ახალი ამბების კატეგორიაში სადღესასწაულო ამბებიც (holiday stories) დომინირებს. თურმე ამერიკელი ჟურნალისტებისთვის „შობის დღესასწაული წლიდან წლამდე არ იცვლება, მაგრამ მაინც ყოველთვის გაზეთში აისახება"[38,28]. სინამდვილეში, პრინციპით: დაე იყოს ყველაფერი ისე, როგორც არის – ამერიკის მასმედია კიდევ უფრო გაიყინა. „ახალი ამბები კი ცვლილებებზე იქმნება, სადაც მთავარია იპოვო ის, რაც ამ დღესასწაულში განსაკუთრებულია და დაწერო ეს"[38,28]. ლიდის ხასიათის შეცვლამ შეიძლება ბანალური ისტერიაც დაძლიოს.

საზოგადოებაზე ზემოქმედების საერთო სახელმწიფოებრივი მექანიზმების მიმართულებას კი ამერიკული მასმედიის უდიდესი ნაწილი გვერდს ვერ უვლის, ფასეულობების დამკვიდრების პროგრესსაც თავად არ საზღვრავს. ვნახოთ, როგორია მისი სახე წლის ერთ დაკონსერვებულ დღეს. აშშ-ს დედაქალაქის მოსახლეობა ყოველთვის დაძაბულად ელოდება 22 თებერვალს. ამ დღეს დაიბადა აშშ-ს პირველი პრეზიდენტი. მთავრობამ ეს დღე ვაშინგტონის მოსახლეობისთვის სხვა დეტალის გამოც გახადა დასამახსოვრებელი. პირველი პრეზიდენტის დაბადების დღეს ვაშინგტონის მალაზიებში გრანდიოზული ფასდაკლებებია. შეგიძლიათ ათ დოლარად ავტომობილი იყოდოთ(!) მასმედია ყოველწლიურად ამ მოვლენას აშუქებს სწორედ ამ ფასდაკლებების აქცენტირებით და რადგანაც ამერიკელებს სჩვევიათ დღესასწაულის ფასდაკლებებთან გაიგივება, დღის მოვლენების საიუბილეო პათოსიც შესაბამისია, ვაშინგტონელთა მაჯისცემაც სხვაგვარ რითმს მიჰყვება. ზოგადი ღირებულება ლიდებში ასე გამოიხატება:

„ვაშინგტონი – დღეს ვერცხლისფერ დოლარს – ჯორჯ ვაშინგტონის გამოსახულებით, რომელიც სხვა დროს შეიძლება რაფა-ჰანოკის მდინარეში მოისროლათ, შეედლო უახლესი საბეჭდი მანქანის ყიდვა"[38,28].

ლიდში ტენდენცია ციფრის გასაგნებით გამჟღავნდა. ამასთან, ავტორი შეპირისპირების ხატოვან ხერხს მიმართავს. რაც შეეხება ვაშინგტონის დაბადების დღეს, ამაზე მინიშნებაც ზედმეტ ატრიბუტად მოიაზრება. საიუბილეო „სცენარი" მისივე სახელობის ქალაქში გრანდიოზული ფასდაკლების აღნიშვნით იწერება. ჟურნალისტი ტენდენციის გამჟღავნებისთვის ფაქტთა შეპირისპირებასაც ირჩევს.

გაზეთი „24 საათში“ ვსვდებით ლიდებს, რომლებიც სათაურის ლოგიკური გაგრძელებაა. ასე, მაგალითად დერეკ ფოლის სპორტული რეპორტაჟი სათაურით „მსოფლიო ჩემპიონატზე ცუნამის დრო მოვიდა“ აზრობრივად გრძელდება ლიდში: „ასე თუ შეიძლება ავსსნათ ის საოცრებები, რაც კორეა-იაპონიაში სდება. პორტუგალიას და გერმანიას უჭირთ. მასპინძლები კი მოგებულ პოზიციაში იმყოფებიან“ [9]. ავტორმა სასასიათო შედარებით გაამჟღავნა ტენდენცია, სათაური და ლიდი კი ერთიან ინფორმაციულ ერთეულად წარმოადგინა.

და ბოლოს, „ტენდენცია პუბლიცისტური ნაწარმოების სიძლიერის განმსაზღვრელია. მისი განფენის სარისხი დამოკიდებულია არა მხოლოდ ავტორის ჩანაფიქრზე, არამედ ობიექტის თავისებურებასა და ჟანრის სპეციფიკაზე... ცხადზე ცხადია, რომ ტექსტის სინტაქსურ-პრაგმატული მხარეები მჭიდროდ არიან ურთიერთზე გადაკვანძული და მიმართებათა ეს უფაქიზესი მექანიზმი არა მხოლოდ არწერა-დახასიათებას, არამედ ასსნასაც მოითხოვს“ [11, 198] და ბოლოს: „პოზიციის ოსტატურად გამჟღავნების შემთხვევაში თვალსაჩინოდ იზრდება ნაწარმოების ეფექტურობა-ქმედითობა, რამდენადაც მასალის აღქმაში არა მხოლოდ გონება, არამედ გრძნობაც ერთვება...“ [11, 198] ასეთია პროფ. ნოდარ ტაბიძის ფორმულირებები. „გაუკვალავ ბილიკზე“ გასვლის შესაძლებლობას კი არაერთი სხვა მოსაზრებაც იძლევა...

მიუხედავად იმისა, რომ თანამედროვე ლიდი ტრანსფორმაციის შედეგად ანალიტიკური ჟანრების დასაწყისადაც მიიჩნევა, თვისებრივად, უფრო მეტად, ინფორმაციული ხასიათისაა. სწორედ ამიტომ, ხშირად, ანალიტიკური ჟანრები იწყება ლიდით და ჟანრის მოთხოვნებს სულაც არ პასუხობს, ან თუ მოერგო ანალიტიკურ ჟანრს, ლიდის თვისებები ეკარგება. ორნაწილიან ტრანსფორმირებულ ლიდსაც უფრო ხშირად ანალიტიკურ ჟანრებში ვხვდებით.

თანამედროვე ლიდს ჩვენ დასაწყისის ერთ-ერთ სახეობად მოვიაზრებთ და არა უალტერნატივო ვარიანტად. უნდა გავიაზროთ იმ ჟანრობრივი მიმართულებების წყება, რაც იწვევს პუნლიცისტური ელემენტის შესაბამის ტრანსფორმაციას. მიზეზთა გამო სხვათა და სხვათა შეიცვალა ლიდის ფუნქციებიც...

ლიდის ფუნქციების კოორდინაცია მთლიან მასალას ეხება. ამასთან, თანამედროვე ლიდის ფუნქცია ზოგჯერ იდეოლოგიური ზემოქმედებისთვის არის განკუთვნილი და მიმართულია მკითხველის გონების მანიპულაციისკენ.

ჟურნალისტიკაში ბოლო ათწლეულის ერთ-ერთი აქტუალური კითხვა ასეთია: მას შემდეგ, რაც კომუნისტური იდეოლოგია მოიშალა, როგორია შესაძლო ჩანაცვლებები? რამდენად იგრძნობა ჩვენში ეროვნული პულსაცია?

საჭიროა გამოვავლინოთ ობიექტური ინფორმირებისა და დეზინფორმაციის დამკვიდრებული პუბლიცისტური მეთოდები და მათ ქართულ სინამდვილეში სწორი მიმართულება შევუჩიოთ.

თანამედროვე მსოფლიოში ტრანსფორმირებული ლიდის ფუნქცია და მისი სახეები კიდევ ერთხელ დასაზუსტებელია. საჭიროა მისი კვლევა შემდეგი მიმართულებებით: 1. როგორც კომპოზიციური ელემენტის, რომელიც ტექსტის დამუშავება-ფილტრაციას ისახავს მიზნად. 2. როგორც აგიტაცია-პროპაგანდის იარაღის, რომელიც საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებას ერთი იდეის გარშემო სისტემურად მასმედიის მეშვეობით ახორციელებს, მკითხველის გონების მანიპულაციის ხარჯზე.

ხაზგასასმელია ის, თუ ზემოთხსენებულთაგან რომელს მივიჩნევთ ლიდის უმთავრეს ფუნქციად. აქ უნდა ვიგულისხმოთ მასალაში ყველაზე მნიშვნელოვანის დასაწყისშივე დაფიქსირება და არა ჟურნალისტიკის მიერ არჩეული იდეის ცალსახა აგიტაცია-პროპა-

განდა. ეს უკანასკნელი პუბლიცისტიკაში თავისთავად იგულისხმება და ფუნქციურად სორციელდება. ამ მექანიზმის მკვეთრად გაძლიერება სშირად არაობიექტურობის, დეზინფორმაციის საშიშროებას ქმნის. ლიდიც ზოგჯერ აგიტაციის მსხვერპლი სდება მხოლოდ იმის გამო, რომ ზედმეტ პრეტენზიას ავლენს „ინფორმირების სრულყოფილებასა და ერთადერთობაზე“.

მ. შოსტაკის აზრით, ლიდმა უნდა დააინტერესოს მკითხველი და ჩაითრიოს კითხვის პროცესში; გააშუქოს მთავარი თემა, რომელიც შეტყობინების ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტია; გამოკვეთოს თხრობის სტილი[33,9]. როგორც ვხედავთ, ლიდის ფუნქციებშია მოქცეული ცალკეული იდეის განფენის თავისებური ხედვა, ინფორმაციული ერთეულის გამორჩევით პრიორიტეტულად მიჩნეული იდეის აგიტაცია.

ჟურნალისტი და აქტიური მკითხველი ინფორმირების პროცესში თითქმის ერთნაირად ჩაერთვება. ჟურნალისტი საკუთარი იდეებისა და შეხედულებების აგიტაციას ამ ჭრილში უფრო ეფექტურად ასერხებს, ვიდრე მკითხველი, რომლის აზრსაც ის გადმოსცემს. ჟურნალისტიც შეიძლება შეცდეს და არა მხოლოდ გამონაკლის შემთხვევებში. ე.პ. პროხოროვი აღნიშნავს: „ყოველ სოციალურ ჯგუფს აქვს გარკვეული მოთხოვნილებები, მდგომარეობა, ინტერესები და მისწრაფებანი; ჩნდება იდეურ აზროვნებათა არაერთი ნაკადი, ფორმირდება იდეოლოგიები. სწორედ სხვადასხვა იდეოლოგიის წარმომადგენლებს შორის აღმოცენდება ბრძოლა მასებზე ზემოქმედებისთვის... პრობლემას ართულებს ისიც, რომ იდეა შეიძლება იყოს მართებულიც და მცდარიც (ან ნაწილობრივ მართებული და ნაწილობრივ მცდარი). ამასთან, ადამიანთა ინტერესებიდან გამომდინარე, მართებული იდეები შეიძლება ითვლებოდეს მცდარად და პირიქით"[27,49]. უნდა ითქვას, რომ ამერიკულმა მასმედიამ არა მარტო აითვისა, ხშირ შემთხვევაში, დაამახინჯა კიდევ ლიდის ფუნქცია და სოციუმში საკუთარი იდეების პროპაგანდისტისთვის გამოიყენა. არადა, თავისუფალი მასმედიის (უფრო სწორად ობიექტურობის) პირობებში პუბლიცისტური ტექსტის ელემენტი არ უნდა იტვირთებოდეს ტოტალსიტალურ-დირექტიული მიმართულებით.

ამერიკელ ჟურნალისტთა გარკვეულ ნაწილს სჯერა, რომ ლიდში პრიორიტეტულ ინფორმაციას თავად არჩევს ან იგონებს. სინამდვილეში წინასწარ დაწერილი სცენარი თამაშდება. შეცდომაა ლიდსა და პრიორიტეტულ ინფორმაციას შორის ტოლობის ნიშანის

დასმაც. და რადგან ლიდი დასაწყისის სახეობაა და კომპოზიციის ორგანული ნაწილია არ შეიძლება იყოს ცალსახა და ერთადერთი პრიორიტეტული ინფორმაცია. თუ მასალაში ტენდენციის გამჟღავნება ლიდიდან იწყება, შესავალშივე ფიქსირდება გამოკვეთილი განწყობა. შეიძლება შეიცვალოს ლიდის ფაბულაც, თუ ეს ტენდენციის უკეთ გამჟღავნებისთვისაა საჭირო.

ლიდი ჩვენ გვაინტერესებს, როგორც პუბლიცისტური ტექსტის დაწყების ერთ-ერთი ხერხი. იგი საინტერესოდ გადმოცემული ინფორმაციაა, რომელიც მკითხველს ობიექტზე პირველ წარმოდგენას უქმნის. კომპოზიციის ეს ნაწილი გარკვეულ იდეურ ჩანაფიქრს ახმოვანებს. მისი მიზანია აუდიტორია დაარწმუნოს, რომ ძარღვი ინფორმაციისა სწორედ აქაა. ჩვენს მიერ განხილული მაგალითები მოწმობენ, რომ როცა ჟურნალისტები ცდებიან ან მათ „აცურებენ“, საზოგადოებრივი აზრის მართვის საქმეში ლიდსაც გადაჭარბებული ფუნქცია ენიჭება.

ინფორმირების უპირველესი საზომი დრო არ არის, არამედ სიციხადე. ჟურნალისტის „ყოვლისმცოდნეობა“ მხოლოდ მითია. საზოგადოების მიდრეკილება — იყოს დამოკიდებული ასეთი „კალმოსნის“ აზრზე — არის ერთ-ერთი სიმპტომი თანამედროვე მსოფლიოში გამეფებული პროპაგანდისტული მექანიზმების აქტიური მუშაობის და, გნებავთ, იმპერიული დიქტატის გადმონაშთები. ამიტომ, ამ მიმართებით მნიშვნელოვანია თანამედროვე ჟურნალისტის ფუნქციების გააზრება.

„მედია ცხოველია, რომელიც უნდა გამოკვებო ყოველ დღე; თუ არა, ის შეჭამს იმას, რაც ენდობება“ [52]. მასმედიის გამოკვებას კი უპირველესად კულტურის ტრადიცია სჭირდება, მისი მეშვეობით რადენობას თვისებათა ერთობლიობა ფილტრავს. ამაზე დღეს ცოტა თუ ზრუნავს და მედია იკვებება სკანდალებით, ინტრიგებით, სენსაციებით, პროვოკაციებით... ეს პრობლემა ქართულ მასმედიასაც შეეხო. მან არა მარტო აირეკლა მსოფლიო უგემოვნო კომერციული მედიის გამოცდილება, არამედ ცდილობს „გაითავისოს“. ჟურნალ-გაზეთები ჯერ მდარე ხარისხის ნათარგმნი პუბლიკაციებით აივსო, შემდეგ დაიწყო სტილის კოპირებაც. უგემოვნო ჟურნალისტიკამ უგემოვნო მკითხველსაც „მიაგნო“ და დამკვიდრდა გარკვეული სოციალური ჯგუფების ინფორმატორად. ამა თუ იმ იდეოლოგიის დანერგვაში ინფორმირების თავისებური ხერხები გამოიყენება. საზოგადოებაც, მისდა უნებურად, ხდება დამოკიდებული მასმედის იმ ორგანოზე,

რომელიც მის იდეურ შეხედულებებს წარმართავს. ბუნებრივია, სისტემური მექანიზმი მოქმედებს მედიაში მოხვედრილ მთლიან ტექსტზე და ასახვის ფორმებზეც.

ლიდი, პუბლიცისტური ნაწარმოების დასაწყისის ერთ-ერთი სახეობაა, რომელსაც ავტორი დანიშნულებისამებრ იყენებს მასალის გამართვისთვის, ზოგჯერ კი იდეის აგიტაცია-პროპაგანდისტუვის.

იმას, თუ რას იტყვის ჟურნალისტი და პროპაგანდის როგორ კურსს განავითარებს, ზშირად აშშ-ს ცენტრალური სადაზვერვო სამსახური კარნახობს. ასე, გ. ტრევენტონი, რომელიც აშშ-ს სენატის სადაზვერვო კომიტეტში მუშაობდა, ამბობს, რომ ცენტრალური სადაზვერვო სამსახურში საიდუმლო ოპერაციების ნახევარი პროპაგანდისტუვისაა გათვალისწინებული. ოპერაციის განხორციელების ერთ-ერთი ხერხია ე.წ. „პროექტები“, რომელთა საშუალებითაც ამა თუ იმ ქვეყანაში ფინანსდებიან ჟურნალისტები, რომ დაწერონ პოზიტიური მასალები აშშ-ზე [29,13]. რუსი ავტორი გიორგი პოჩეპცოვი მართებულად აღნიშნავს, რომ სწორედ ამგვარ სამუშაოებში შეინიშნება დეზინფორმაციის დიდი წილი [29,105]. ლორდმა ბივერბრუკმა კი თავის დროზე აღნიშნა: „მე გამოვცემ გაზეთს მხოლოდ და მხოლოდ პროპაგანდისტუვის და არანაირი სხვა მიზნისთვის“ [25,5].

სინამდვილეში, ადამიანის გონების მანიპულაცია მიზანმიმართულად შესაძლებელია მასმედიის საშუალებით. ამერიკელი მეცნიერი გერბერტ შილერი საუბრობს ხუთ „მითზე“, რომელიც ამგვარი მანიპულაციისკენაა მიმართული. მათ შორისაა „მითი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა პლურალიზმის შესახებ“ [25,18-19]. მნიშვნელოვანია გერმანელი მკვლევარის გერჰარდ გლაისბერგის შეხედულება იმის თაობაზე, რომ „ბეჭდვითი ორგანოების კონცენტრაცია მიზანმიმართულად, სრულად და ეფექტურად ამარტივებს პირობებს ადამიანის გონების დამუშავებისთვის“ [19,84].

ამავე პრინციპით ჩნდება ჩამოყალიბებული სტერეოტიპები. ასე, ამერიკული მასმედიის სინამდვილეში ლიდის საზღვრები ზშირად სხვადასხვა დროისა და სივრცისთვისაა წინასწარ გათვლილი. მაგალითად, 1992 წლის ვაშინგტონის ციებ-ცხელებაზე ვ. მერსის მასალა ორნაწილიანი ლიდი-ვერსიით იწყება:

„მოვლენები ვაშინგტონში ისე ვითარდება, რომ შეიძლება ახალი ინდექსი შეიქმას – სიძულვილის ფოსტაზე გასამარჯვებლად. არავინ ადანაშაულებს მთავრობას და მის მოქმედებას იმ ხალხზე

უფრო გაბედულად. რომლებიც ერთმანეთს მჭიდროდ შეეკრენ იქ მოსასვენებლად [38,37].

თუ ბრძოლა ხელისუფლებისთვის იწყება, ამ ლიდის ფაბულაც ქმედითუნარიანი ხდება. და მაინც, ყოველ ახალ მასალას ახალი ფორმულირება მოსდევს, რომელსაც ხელახლა სჭირდება აღმოჩენა და არა გამეორება. წინააღმდეგ შემთხვევაში, შეიძლება მნიშვნელოვანიც შეუნიშნავი დარჩეს. ამერიკულ მედიაში გაჩნდა შემოქმედებითი პროცესის ერთგვარი ტავტოლოგია. არადა ის, რაც ერთ შემთხვევაში დასაწყისის წარმატებული ფაბულაა, მეორე შემთხვევაში შეიძლება მიუღებელი იყოს. კაცმა რომ თქვას, წლიდან წლამდე უნდა იცვლებოდეს ამგვარი მიდგომები. პრესის, ისევე როგორც ნებისმიერი სოციალური ერთეულის, ქმედითუნარიანობაც აქედან იწყება. ლიდის ერთმისამართიანობას ხშირად გარკვეულ თემათა უცვლელი ხედი ქმნის. ჯ. ჩენსლორის და ვ. მერსის დაკვირვებით, „პრეზიდენტის განცხადებას, როგორც წესი, მოიწონებენ მისივე პარტიის ლიდერები, ოპოზიცია კი მას გააკრიტიკებს. წლიდან წლამდე ასეთ ლიდებში მხოლოდ სახელები, პარტიები და დაპირისპირების სარჩული იცვლება. სტანდარტული ლიდის ჩარჩოებიც ასეთია: „დღეს პრეზიდენტ ქლინტონის მიმართვამ პარტიებში აზრთა სხვადასხვაობა გამოიწვია. დემოკრატები ტაშს უკრავდნენ მაშინ, როცა რესპუბლიკელები უკმაყოფილონი იყვნენ იმით, რომ პრეზიდენტმა სამთავრობო დანახარჯების პროგრამების უმრავლესობა მოიწონა“ [38,26].

ლიდის ამგვარი ფორმულირება ქართულ სინამდვილესაც არაერთგზის მოერგება.

ამერიკელების შეგონება ასეთია: „სჯობს აღმოაჩინო ერთი ან ორი პოლიტიკოსი, რომელმაც თქვა ის, რასაც არავინ მოელოდა – ცინცხალი, თანაც ღირებული. როცა ამბის შესაძლო განვითარების გამოცნობა შეიძლება, — დავტოვოთ მხოლოდ ის, რაც საინტერესოა. ყველა პოლიტიკოსს მიაჩნია, რომ საინტერესო შესედულება აქვს, ზოგიერთი დროდადრო მართლაც ასეთია“ [38,27].

არც ეს ნიშნავს, რომ ჟურნალისტი ორიგინალობის რეცეპტითაა „შეიარაღებული“; რომ არ გაიმეორებს იმას, რაც „საინტერესო პოლიტიკოსის“ მიღმა ჩანს.

ამერიკელები ლიდების „დაზღვევასაც“ გვთავაზობენ ე.წ. „hedgle-your-bet lead“-ებით.

აი, როგორ „დააზღვია“ ჯონ ჩენსლორმა მასალის დასაწყისი. ის იერუსალიმში გაგზავნეს, სადაც ერთმანეთს ხვდებოდნენ პრეზიდენტი

კარტერი და პრემიერ-მინისტრი ბენინი. ისრაელის ოფიციალურებმა განაცხადეს, რომ ყველაფერმა საუკეთესოდ ჩაიარა. კარტერის¹ პრეს-მდივანი ჯოდი პოულმა კი ბრიფინგი მეტისმეტად მოღუშული სახით ჩაატარა. ჯ. ჩენსლორის არქივიდან: „ამ ბრიფინგის შემდეგ სასტუმრო ოთახში პოულს შევხვდი. დავრწმუნდი, დარდს შეეჭამა. ლიდი სასწრაფოდ დავწერე, შედეგებზე მუქ ფერებში ვისაუბრე. იქვე, თეთრი სახლის კორესპოდენტი ჯუდი ვუდრაფი მეგულებოდა, ლიდი სწორედ მას წავაკითხე. აი, რა მირჩია: „მე კარტერის ხალხს კარგად ვიცნობ. ჩვენი „გაცურება“ უნდათ. არც ისე ცუდადაა ყველაფერი, როგორც თავად სატავენ“. დავწერე, რომ პრეზიდენტის პარტიის წევრები უკიდურესად პესიმისტები ჩანდნენ ისრაელის მხარის ოპტიმისტებთან შედარებით.. დავამატე, რომ ნაადრევი იყო ისრაელში კარტერის მისიის მარცხით დასრულებაზე საუბარი. მეორე დღესვე, კარტერის კაიროში ჩასვლიდან რამდენიმე საათში მისია წარმატებით დასრულდა“ [38,37].

რამდენად სწორად შეაფასა ჟურნალისტმა მოვლენა? ლიდის „დაზღვევის“ ფონზე უზუსტესი შეფასება მაინც ვერ მოხერხდა. ჟურნალისტის დაბნეულობა მასალამ აირეკლა და ტენდენცია ნაკლებეფექტურად გამოვლინდა. ჟურნალისტს აშკარად გაუჭირდა ეთქვა, რომ აშშ-ს და ისრაელის მხარეები „ერთ სიმღერას ორ სმაში მღერიან“. ეს ფორმულირება ამერიკული მხარისთვის „მომგებიანი“ არ იქნებოდა, მაგრამ ის ლიდს მეტ სიმკვეთრეს მიანიჭებდა. თეთრმა სახლმა ჟურნალისტზე ადრე „დააზღვია“ მოლაპარაკების გაშუქების ყველა შესაძლო ვარიანტი. მეტი სიცხადისთვის ერთ ისტორიულ დოკუმენტს მოვიხმობ. ევრო-ამერიკული ერთიანობისა და უფლებების ორგანიზაციის ნაციონალურმა პრეზიდენტმა, აშშ-ს ლუიზიანას შტატის წარმომადგენელთა პალატის ყოფილმა წევრმა დევიდ დიუკიმ 2001 წლის 21 ნოემბერს ინტერნეტის საშუალებით (WWW.david-duce.com.) გაავრცელა წერილი „როგორ გამოიწვია ისრაელის ტერორიზმმა და ამერიკულმა ღალატმა 11 სექტემბრის თავდასხმა“ (მისი ქართული ვერსია დაიბეჭდა დამოუკიდებელი მართმადიდებლურ-ქრისტიანული საინფორმაციო ანალიტიკური ბიულეტენის 2002 წლის მესამე ნომერში). წერილში ნათქვამია: „აშშ-ს სენატის საზღვარგარეთის საქმეთა კომისიის ყოფილი ხელმძღვანელი უილიამ ფულბრაიტი ABC-ის სატელევიზიო გადაცემაში „პირისპირ – ერისკენ“ ამტკიცებდა, რომ „ისრაელი მართავს შეერთებული შტატების სენატს“. ცნობილია, რომ სენატორი

ფულობრაიტი სულაც არ არის ვილაც მარიონეტი. საგულისხმოა, რომ მხოლოდ სენატორი ფულობრაიტი როდი წარმოთქვამს ამ ძლიერ ბრალდებას, არამედ ჯორჯ ბრაუნიც და ბევრი სხვა ამერიკელი პოლიტიკური მოღვაწეც. აი, მისი (ჯ. ბრაუნის-მ.გ.) გამონათქვამიც: „...თქვენ იცით, რომ ისინი ბანკებს, გაზეთებს ფლობენ ამ ქვეყანაში. მხოლოდ შესვლეთ საღაა ებრაული ფული!“ რა თქმა უნდა, იმ მომენტში გენერალმა ბრაუნმა ვერ შეაფასა ებრაული გავლენა ამერიკის მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებზე. სინამდვილეში ებრაელები ხელმძღვანელობენ ყველაზე გავლენიან გაზეთებს ამერიკაში: „ნიუ-იურკ ტაიმსს“, „ვაშინგტონ პოსტს“, „უოლ-სტრიტ ჯორნელს“ და სხვებს; მათვე ეკუთვნით ყველაზე მნიშვნელოვანი ჟურნალები: „თაიმი“, „ნიუზუიკი“ და „იუნაიტედ სტეიტს ენდ უორლდ რიპორტი“. კიდევ უფრო არსებითია ის, რომ ებრაელები მთლიანად დომინირებენ ტელევიზიასა და რადიოში, ორ ყველაზე დიდ გაერთიანებაში: „თაიპორნერში“ და „დისნეიში“, რომელთა ზეგავლენის ქვეშ იმყოფება ახალი ამბების სამი მთავარი ოპერაციული კორპორაცია: ეი-ბი-სი, სი-ბი-ეს-ი და ენ-ბი-სი...“ [64,29].

„თავის დაზღვევა“ ამერიკის მასმედიაში სხვაგვარადაც სდება. ანტა მენინგის სტატია „ელოდეთ ბაქტერიოლოგიურ ტერორიზმს, ექსპერტები გაფართოხილებენ“ ასე იწყება: „ამერიკელებს საკმარისი მიზეზი აქვთ იმისთვის, რომ გაფართოხილდნენ, ტერორისტებმა ბიოლოგიური ნივთიერებები არ გამოიყენონ მათ წინააღმდეგ. ამას ამბობენ მეცნიერები და პოლიტიკოსები დღევანდელ „ამერიკის მედიცინის ასოციაციის გაზეთში“ [101,3D]. სტატიაში დაწვრილებითაა განხილული ის ბიოლოგიური იარაღები (ანტრაქსი, ბრუსელისი და სხვ.), რამლებმაც ამ სტატიის გამოქვეყნებიდან 6 წლის შემდეგ მსოფლიოში ფსიქოლოგიური ტერორი გამოიწვიეს. მიზეზთა ჩამონათვალს კი არა მარტო ამ სტატიაში, არამედ სხვა გაზეთის ფურცლებზეც აღმოვაჩენთ. ამგვარი ნუსხის გაგრძელება შეიძლება. ერთ-ერთი ამერიკული სახელმძღვანელოს „Business of journalism“ („ჟურნალისტიკის ბიზნესის“) ავტორები, პირდაპირ საუბრობენ ამერიკული მასმედიის იმ სავალალო როლზე, რომელსაც ის წლების მანძილზე ასრულებს, უცვლელი სცენარით და გრიძით. მათი განგაში გასაგებიცაა და გასათვალისწინებელიც. ჟურნალისტი, უპირველესად, პიროვნებაა, რომლის საქმიანობა ადამიანთა ყოფიერებას ირეკლავს. მთავარი ისაა, რას დაინახავს იგი. მაშინ, როცა ინფორმირებით აგრესია ითესება, ჟურნალისტიც საზოგადოების ცოდვათა მონა, ქამელეონი

სდება და არა მათი მამსილებელი. დღეს საზოგადოება მასმედის „სარკეში“ იხედება, ოღონდ ეს ილიასეული სარკე არ გეგონოთ. ილიას სარკეში ხომ გრიმს შეჩვეული საზოგადოება თავისი რეალურ სახეს სედავდა.

ჟურნალისტიც ყოველდღიური ცხოვრების უჩვეულო შუქ-ჩრდილებს ეძებს და მათ ამოსატვიფრად ასალ-ასალ პუბლიცისტურ ხერხებს მიმართავს. როგორც ჩანს, შემოქმედებით გადათამაშებებს ყველა ლიდით არ იწყებს. ინფორმირების პროცესში „სვლა პირველი“ ექსპოზიციითაც იწყება...

§7. პუბლიცისტური ექსპოზიციის შესახებ

„...ხალი თეორია ავლენს ძველი თეორიის როგორც
ღირსებას, ისე შეზღუდულობასაც და საშუალებას
გვაძლევს ძველი გაგება შევაფასოთ
უფრო ღრმა თვალთასვლით“
ალბერტ აინშტაინი

პუბლიცისტური ტექსტის საფუძვლიანი კვლევისთვის აუცილებელია დასაწყისის ვარიაციებს ახლებურად შევხედოთ. ეს არ ნიშნავს ძველი თეორიების ყველა ღირსების უარყოფას.

მასალის დაწყების ხელოვნებას ყველა ჟურნალისტი არ ფლობს. სხვადასხვა ხერხთაგან ლიდიტ დაწყებაც არაა ერთადერთი.

დასაწყისის ტრანსფორმაციის კვლევაც აჩვენებს, რომ ლიდი თავდაპირველად მხოლოდ ინფორმაციული შენიშვნის დასაწყისია. შენიშვნის ბუნებიდან გამომდინარე, მასში ერთი ფაქტი ფიგურირებს. მოგვიანებით, ლიდი უკვე სხვა ჟანრების დასაწყისია და ბუნებრივად, მათს თვისებებს, მოთხოვნებს ირეკლავს. შესაბამისად, დასაწყისში ჩნდება ორფაქტიანობა, რასაც არ ითვალისწინებდა ლიდის თავდაპირველი სტრუქტურა. სწორედ ამიტომ ექსპოზიცია ინფორმაციულ შენიშვნაში არც გვხვდება.

გარკვეული ჟანრობრივი მოთხოვნების გამო აუცილებელი გახდა დასაწყისის სტრუქტურის განსხვავებულად წარმოდგენა. თავად ტექსტში აღმოჩენილი წინადადების ან წინადადებათა ერთობლიობა, შესაძლოა, მასალის განვითარების რამდენიმე პარამეტრს გვთავაზობდეს. ამგვარი მონაცვლეობის შემთხვევაში, პუბლიცისტური ნაწარმოებიც სხვაგვარად დაიწყება. სწორედ აქ შესაძლოა საქმე გვქონდეს პუბლიცისტურ ექსპოზიციასთან.

პარალელი: მუსიკალური ნაწარმოების ექსპოზიციაში აუცილებელია წარმოდგენილი იყოს რამდენიმე თემა, რომლებიც ნაწარმოებში ცალ-ცალკე მუშავდება; დაბოლოებაში(ე.წ. კოდაში), მთავარი აკორდი ექსპოზიციის მოტივს უბრუნდება. ეს მელოდიკა პუბლიცისტურ ტექსტშიც ხმოვანებს: პუბლიცისტური ექსპოზიციაში დასაშვები და აუცილებელია თემის რამდენიმე ასპექტით(მინიმუმ ორით) გამორჩევა და მათი ტექსტში დამუშავება. დასასრულში კი ავტორი ექსპოზიციის მოტივს ცალკეული ფრაზით მიაწვდის ან იმეორებს(აქ შეინიშნება ე.წ. წრიული კომპოზიციის სიმბოლოც).

ჩემთვის ცნობილი და აქ განხილული ამერიკელი მკვლევარების მთავარი შეცდომა ლიდის თვისებებზე საუბრისას ისაა, რომ ისინი ტოლობის ნიშანს სვამენ ლიდსა და დასაწყისს შორის. დასაწყისის

ყველა თვისებასაც მხოლოდ ღიღს მიაწერენ. შედეგად ღიღს, რომელმაც პრიორიტეტული ინფორმაცია უნდა აირჩიოს ჯ. ჩენსლორი და კ. მერსიც მთლიან მასალასთან მიმართებით, რიგ შემთხვევებში სხვა რაკურსით სედავენ. თურმე(?): „ღიღი გამოარჩევს პუნქტებს, შესაძლოა რამდენიმეს, მასალა ამტკიცებს მათ“ [40,39], „ღიღი მასალას რუკით უზრუნველყოფს, მაგრამ გარანტია არ არსებობს, რომ პირდაპირი გზიდან არ გადაუხვევთ“ [40,39], „საკაზეთო მასალის პირველი აბზაცების თანმიმდევრობა ასე აივება: ისინი შეკვეცილად და მეტყველად ასახავენ იმ ელემენტებს, რომლებიც შემდგომ განვითარდება, დამუშავდება“ [40,39]. აშკარაა, რომ ფორმულირება ექსპოზიციას ეკუთვნის და არა ღიღს.

თუ ამერიკელები პუბლიცისტური ტექსტის დასაწყისად უბეჭეტსად ღიღს ირჩევენ, ქართულ მასმედიაში დამოკიდებულება არაერთგვაროვანია. უფრო ხშირად ვხვდებით დაწყებას ექსპოზიციით. როგორც ცნობილია, ექსპოზიცია „სიუჟეტის შემადგენელი ელემენტია, მხატვრული ნაწარმოების ის ნაწილია, რომლითაც მოხაზულია ფონი მოქმედების გაშლისთვის. ექსპოზიციით მწერალი წინასწარ, ძირითადი ამბის დაწყებამდე გვამცნობს მოქმედ პირებს, მათი მდგომარეობის საერთო პირობებს, მოქმედების გაშლის შესაძლებლობებს“ [14,147]. პუბლიცისტურ ნაწარმოებშიც ხდება, როცა პირველსავე აბზაცებში ავტორი აცნობს მკითხველს იმ დიაპაზონს, სადაც უნდა განივრცოს პუბლიცისტური ნაწარმოები. განხილული საილუსტრაციო მასალა იმის საშუალებას იძლევა, რომ პუბლიცისტური ტექსტის დასაწყისის ამ სახეობას სწორედ ასე ვუწოდოთ..

ავტორი წინასწარ გვამცნობს მოქმედ პირს, ბიოგრაფიულ შტრიხებს, მიანიშნებს თვისებებზე, ანუ თემის გაშლისთვის შეამზადებს მკითხველს. ექსპოზიციაში თემის წარმოჩენა რამდენიმე კუთხით ხდება. მასალაში თითოეული მათგანია გავრცობილი. პუბლიცისტური ექსპოზიცია მოცულობით შეიძლება ღიღზე დიდი იყოს და მაინც, სავარაუდოდ წარმოდგენილია ერთ აბზაცაში.

როგორც ცნობილია, მხატვრული ნაწარმოების ექსპოზიცია კვანძის გასკვნის შემდეგაც გვსვდება. ესაა ე.წ. დაყოვნებული ექპოზიცია [14,147]. თუ მასალის მთავარი თემისა და გმირისადმი ინტერესი ამგვარად გამძაფრდება, პუბლიცისტური ექსპოზიცია მასალის ბოლოშიც, კვანძის გახსნასაც მოერგება.

ინტერვიუს ექსპოზიციაში, როგორც წესი, ხდება ინტერვიუირებულის(ანუ, მთავარი მოქმედი პირის) გაცნობა, მისი საქმიანობისა თუ

მდგომარეობის საერთო პირობების, ავტორის დაინტერესების საბაბის გარკვევა. დასაწყისს ექსპოზიციით ვხვდებით ინტერვიუ-მონოლოგში, ინტერვიუ-დიალოგში. სტატიაში ექსპოზიცია შეიძლება ისტორიული ექსკურსითაც დაიწყოს. ასევე, სამოგზაურო ნარკვევსა და რეპორტაჟში, რომელსაც პირობითად პეიზაჟური ექსპოზიცია მოერგება. ჟურნალ „ომეგაში“ სამოგზაურო ნარკვევი „ლისის ტბა“ ასეთი ექსპოზიციით იწყება:

„სულს ღრუვდა ლისის ტბა.

სიცხით გათანგული სნეულივით უჭირდა სუნთქვა.

ფერსა და გარშემოწირულობას კარგავდა, უნალექობის გამო დღითი-დღე კლებულობდა, ლელსა და ლაქაშში იწრიტებოდა, ილეო-და ჟანგბადი, მრავლდებოდა ბაქტერია... ლიბრს იკრავდა და იშრიტებოდა თბილისის მთა-გორიანი ლანდშაფტის ცისფერი თვალი...

არაფერს ვამატებ — ასე იყო ამ რამდენიმე თვის წინათ” [55, 94].

როგორც ვხედავთ, ლიდისგან განსხვავებით, ექსპოზიცია ყოველთვის ვითარდება ორი ან მეტი მიმართულებით.

გაზეთ „თბილისში“ გამოქვეყნდა ინტერვიუ „უფასო არაფერია, მით უფრო, ჯანმრთელობა“, რომელიც ექსპოზიციით იწყება: „რამდენიმე თვის წინ შეიქმნა საქართველოს სოციალური დაზღვევის ერთიანი სახელმწიფო ფონდი, რომელიც ადრე არსებული ორი დამოუკიდებელი სტრუქტურის — სამედიცინო დაზღვევის სახელმწიფო კომპანიისა და საპენსიო უზრუნველყოფის ერთიანი ფონდის შერწყმით ჩამოყალიბდა. სოციალური სფერო კი, თავისთავად, სოციალურ დაცვასა და უზრუნველყოფას, მათ შორის ჯანმრთელობასთან დაკავშირებულ პრობლემებს გულისხმობს. აქედან გამომდინარე, ის სახელმწიფო სამედიცინო პროგრამებიც, რომლებსაც ფონდი ახორციელებს, ადამიანის ცხოვრების სულიერ და ფიზიკურ გაჯანსაღებას ემსახურება. კერძოდ, რას მოუტანს მოსახლეობას ახალი სტრუქტურული ერთეულის შექმნა? რამდენად შეუმსუბუქდება ადამიანს საკუთარ ჯანმრთელობაზე ესოდენ ძვირადღირებული ზრუნვა? ამ და სხვა საკითხებზე გვესაუბრება საქართველოს საციალური დაზღვევის ერთიანი სახელმწიფო ფონდის გენერალური დირექტორის მოადგილე, ქალბატონი ნატა ყაზაზიშვილი” [85, 6]. უნდა ითქვას, მიუხედავად იმისა, რომ ექსპოზიცია ლიდზე მოცულობით დიდია, ოპტიმალურ საზღვარს ისევ პუბლიცისტური ჟანრის მოთხოვნები ადგენს. ამ მხრივ ინტერვიუს დასაწყისი, სადაც ავტორი მოძიებულ

ინფორმაციას გვაცნობს ცოტა გადატვირთულია. ნაწარმოების დაწყება ეფექტური იქნებოდა ექსპოზიციის მეორე ნაწილიდან, სადაც საუბარია იმ სახელმწიფო სამედიცინო პროგრამებზე, რომლებსაც ფონდი ახორციელებს. ინტერვიუს ექსპოზიციაში, როგორც წესი, ხდება ინტერვიუებულის წარდგინება.

და მაინც, ექსპოზიცია ანალიტიკურ ჟანრებში უფრო გავრცელებულია, თუმცა ინფორმაციულ ჟანრებში ანალიტიკური ელემენტების პერიოდულ მოძალების გავლენა ტექსტის მოცემულ ნაწილზე ამ მხრივაც საკვლევეია.

ექსპოზიცია შეიძლება წარმოდგენილი იყოს კითხვითი ფორმით. ტიმ ლარიმერის სტატია „სცენარი უარეს შემთხვევაში“ ასე იწყება: „დღესავით ნათელია, რომ იაპონიის პრობლემებს შეერთებული შტატების ეკონომიკაში პერსპექტივები უჩანს. მაგრამ გასული კვირის ქაოსი იაპონიაში, რომ აღარაფერი ვთქვათ უკანასკნელ 10 წელზე მაღაიზიაში, ცოტა გვაშფოთებს. მიაყენებს იაპონიის პრობლემები ზიანს შეერთებულ შტატებს? შეერთებული შტატებიც ასევე დაასრულებს? და რის სწავლას შესძლებს შეერთებული შტატები იაპონიის შემზარავი დეკადიდან?“[101,67].

გაზეთ „The Earth Times“-ში დაიბეჭდა ჯეკ ფრიმენის სტატია „კრიტიკოსთა აზრი ანანის რეფორმის გეგმაზე: „ზოგი რამ არასოდეს იცვლება“, რომელიც იწყება ექსპოზიციით: „გაერო – სიტუაციის ირონიულობის დაძლევა ძნელდება. აი, გაეროს გენერალური მდივანი კოფი ანანი გენერალური ასამბლეის ტრიბუნასთან დგას და გამოკვეთავს თავის წინასწარგანჭვრეტით გეგმებს გაეროს რეფორმასთან დაკავშირებით. მაგრამ, ყველაფერი მის გარშემო ცხადად ამტკიცებს, რომ ერთ შარიან სფეროშიც კი, როგორიცაა სქესობრივი მიუკერძოებლობა, გაერო ვერ შეძლებს თავის თავის ვერანაირ რეფორმას“[99,3].

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნდა სტატია „უხილავი საბჭოური კოსმიური ხომალდი“, რომელიც იწყება ექსპოზიციით: „კოსმოსის ათვისების ისტორია რუსეთშიც და აშშ-შიც ყოველთვის დიდების შარავანდედით იყო მოსილი. ლეგენდას კოსმოსის პირველ-გამკვლევთა კეთილშობილი მისიის შესახებ ბეჯითად ქმნიდნენ რუსებიც და ამერიკელებიც, რომლებიც თურმე კაცობრიობის ნათელი მომავლისა და მეცნიერების განვითარება-წინსვლისთვის არაფერს იშურებდნენ. ამ ადამიანებისგან იბერწებოდა უმწიკვლო, თავდადებული და მაღალი იდეალებისთვის მებრძოლი გმირების სახ-

ეები, რომლებიც ბავშვობიდანვე ცნობიერებაში იბეჭდებოდა და თაობიდან თაობას გადაეცემოდა. ბუნებრივია კოსმოსის ათვისება ძარბოვდა უკავშირდება მეცნიერებისა და მაღალი ტექნოლოგიების განვითარებას და ამ საქმეში ჩართული ადამიანებისგან ხშირად სიცოცხლის რისკსაც მოითხოვს. მაგრამ არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ რუსეთშიც და აშშ-შიც სარაკეტო ტექნოლოგიებისა და კოსმონავტიკის განვითარება, უმთავრესად, სამხედრო მიზნებს უკავშირდება და პირველი ბალისტიკური რაკეტები უკვე მეორე მსოფლიო ომის დროს გერმანელების მიერ იქნა (V-1, V-2) გამოყენებული” [75].

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნებული თეატრალური რეცენზია ექსპოზიციით იწყება. იქმნება შთაბეჭდილება, რომ რეცენზიის დაწყება სწორედ ამგვარადაა ყველაზე ეფექტური: „ფარად იწევა და სასადილო მაგიდასთან მჯდომი რუსი სპექტაკლის ორად ორი სიტყვით ხსნის: „რის შესახებაც...“ იქმნება შთაბეჭდილება, რომ სასადილო ოთახში შეკრებილნი ფარდის აწევამდეც საუბრობდნენ. ამის გააზრება მაყურებლის შოკს კიდევ უფრო ამძაფრებს – სპექტაკლი „უტოპიის ნაპირი“ (coast of Utopical) ხომ ისედაც ცხრა საათს გრძელდება და მოელი ამ ხნის განმავლობაში მსახიობები შეუჩერებლად საუბრობენ” [57]. ავტორი რეცენზიის დასაწყისშივე მიანიშნებს ასახვის საგანზე, ქმნის უშუალოდ განწყობას და დასწრების ეფექტს.

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნებული რეპორტაჟი „ქართული პაბების მამა“ იწყება ექსპოზიციით: „ამჟამად ახვლედიანის ქუჩაზე ოცამდე საზოგადოებრივი კვების დაწესებულებაა. ზოგი კარგად მუშაობს, ზოგი – არც ისე. პეროვსკაია (თბილისი, მოგეხსენებათ, ახალ სახელწოდებებს ძნელად ეგუება) – პატარა, გამავალი ქუჩა – თავისებური ფენომენია: მანქანას ვერსად დააყენებთ, ყველაფერი უფრო ძვირია. ვიდრე სადმე სხვაგან, იმდენი ბარი და რესტორანია, გაუთვითცნობიერებელ კაცს თავ-გზა აებნევა, მაგრამ ქუჩა შესანიშნავად მუშაობს” [72]. აქაც ავტორი ექსპოზიციაში მკითხველს განწყობას უქმნის.

თუ ლიდში განწყობის შექმნა სპონტანური უნდა იყოს, ექსპოზიციაში საამისოდ მეტი მასშტაბია მოცემული.

ნებისმიერი სახის ნაწარმოების აკინძვისას მუდავნდება ავტორის თუნდაც შენიღბული დამოკიდებულება. საბოლოოდ, ნებისმიერი დაწყება, იქნება ეს ეპიგრაფი, პროლოგი თუ წინასიტყვაობა, ლოგიკურ მიმართულებასა და გაგრძელებას ეძებს და იმ შედეგამდე მიგვიყვანს,

რომელიც ჩვენს მიერ არჩეული პრიორიტეტული ინფორმაციისა თუ ინფორმაციის სხვადასხვა ერთეულების ნაკრებით წარმოვაჩინეთ.

მწერალი ნაწარმოების დასაწყისს იმიტომაც უბრუნდება, რომ მისი ზემოქმედების ტრაექტორია შეამოწმოს. გოეთეს სიტყვებით რომ ვთქვათ: „ვინც პირველ ღილს ცუდად შეიკრავს, მას დანარჩენი ღილებიც აერ-დაერევა“ [5,6]. ეს სენტენცია ნებისმიერი ჟანრის დასაწყისის სახეობათა საფუძველია.

თავი V. კონტექსტის ვარიაციები პუბლიცისტური ინფორმირებისას (ზიდი, როგორც პუბლიცისტური ტექსტის ელემენტი)

თვით უზუსტესად მიგნებულ დასაწყისსაც კი სჭირდება სწორი, გააზრებული გაგრძელება. აი, მწერალმა დაწერა ლიდი, ექსპოზიცია, გასააზრებელია „მორიგი სვლა“... ტექსტის იმ ნაწილს, რომელიც უშუალოდ დასაწყისს მოსდევს საგანგებო ტერმინს შევურჩევთ და სწორედ მასზე შევაჩერებთ თქვენს ყურადღებას.

„ზიდი“ (*მოცმ, linker*) – ასე ვუწოდოთ ტექსტის ამ ნაწილს. ისევე, როგორც დასაწყისს, დაბოლოებას, გარკვეული ორიგინალური პუბლიცისტური თვისებები მასაც გააჩნია, რომლებიც ტექსტის სხვა ნაწილებიდან გამოარჩევენ. რადგანაც ზიდი უშუალოდ დასაწყისის შემდეგაა, იგი ტექსტის სწორედ ამ და მომდევნო ნაწილთან მიმართებითაა გასააზრებელი.

მართალია, ამერიკელები ნაწილობრივ განიზილავენ საკითხს, თუ როგორ გაგაგრძელოთ წერა ლიდის შემდეგ, მაგრამ მათი რეკომენდაციები ზოგადად ზოგადია. საჭიროა ამ მხრივ უფრო საფუძვლიანი კვლევა ჯ. ჩენსლორის და ე. მერსის აზრით, აბზაცები ერთმანეთს გარდამავალი (შემაკავშირებელი, შუალედური) სიტყვებით და სტროფებით (*transitional words and lines*) უნდა შეერწყას. აქ ფაქტები და იდეები ლოგიკური თანამიმდევრობაშია და ერთი-მეორისგან მოედინება [40, 57]. მათივე აზრით, თუ მასალას აქვს თავი, მას ტანიც სჭირდება, ოღონდ არა ნებისმიერი [40, 39].

დასაწყისი „გასაღებია“, რომელიც „მასალას“ უნდა მოერგოს. პირველ აბზაცებს (როგორც დასრულებულ ინფორმაციულ ერთეულებს) ავტონომია სჭირდებათ და სჭირდებათ ლოგიკური გაგრძელებაც. ზიდი, ერთი შეხედვით, ყველაზე შუალედური, გარდამავალი, ნეიტრალური სიახლის შემცველი და, რაც მთავარია, ამ თვისებებით შეჯერებული წინადადება ან წინადადებათა ერთობლიობაა.

ზიდი ინფორმაციის სხვადასხვა ერთეულებს (აბზაცებს) ერთმანეთთან აკავშირებს და ამძაფრებს კონტექსტის როლს, ფუნქციას. იგი დასაწყისის მომდევნო აბზაცში რამდენიმე წინადადებაშია წარმოდგენილი. პოტენციური ზიდები კი ტექსტში შესაძლოა ისევე მოიაზრებოდეს, როგორც პოტენციური ლიდები, ექსპოზიციები, სათაურებიც ილანდება-ხოლმე. და აქაც, პუბლიცისტური ნაწარმოების ზიდი უნდა განსხვავდებოდეს იმ „სავარაუდო ზიდებისგან“, ტექსტში

არაერთგზის რომ ჩნდება. ინფორმირების პროცესში იგი საგანგებოდ მუშავდება, რომ გააგრძელოს ჟანრის აგებმარება. ხილვ ვუწოდებით ტექსტის იმ ნაწილს, რომელიც უშუალოდ დასაწყისის შემდეგაა. მაშასადამე, იგი არამც და არამც არ იწყებს და არც ასრულებს მასალას.

თუ სხვადასხვა ჟანრის დასაწყისის სახეობად ღიღს ვირჩევთ, იგი წარმოჩინდება, როგორც დედუქციური თუ ინდუქციური მსჯელობის ნაყოფი, ამის მიხედვით ის შეიძლება იყოს ღიღი-პასუხი ან ღიღი-ვერსია. დასაწყისის გაგრძელებაც შეიძლება მოიცავდეს ინდუქციური და დედუქციური მსჯელობის ელემენტებს. მისი აგება დამოკიდებულია გარკვეულ ლოგიკურ თანამიმდევრობაზე. სადაც შეიძლება დასკვნისა თუ ვერსიის განვრცობა.

ხილვ არ უნდა გაკავშირდეს ლოგიკური ოპერაციების სხვადასხვა სახეობებთან. მაგალითად: კონტექსტთან (ორი გამონათქვამის (შესვლების) შეკავშირება სიტყვით „და“), დიზიუნქციასთან (ორი გამონათქვამის (შესვლების) შეკავშირება „ან“-ის საშუალებით), იმპლიკაციასთან (რთული გამონათქვამი, რომელიც ფორმირდება „თუ..., მაშინ...“-ის საშუალებით, რომლის მიხედვითაც ერთი მოვლენა, მდგომარეობა და სხვ., ქმნის ამა თუ იმ გაგებით საფუძველს და პირობას მეორესთვის)[26,46-48]. თუმცა ამ მეთოდების გამოყენება ტექსტის ამ და სხვა ნაწილებშიც შეიძლება. ლოგიკური ოპერაციების შესაბამისად ხილვშიც შეიძლება შეკავშირდეს: კონიუნქციის წევრები, დიზიუნქციის წევრები, აიგოს იმპლიკაცია ანუ პირობითი გამონათქვამი.

ხილვ ყოველი ჟანრის პროექტის შესაბამისად იცვლება. თითოეული ჟანრისთვის მეტნაკლებად სპეციფიკურია ხილვში ასახვის საგნის მეტად ხაზგასმის. ამის და მიხედვით, მისი საყრდენი შეიძლება იყოს ბიოგრაფიული მონაცემი თუ სახასიათო დეტალი, სტატისტიკა, თვითმხილველის აზრი და სხვ.

ხილვ ორ ან მეტ ინფორმაციულ ერთეულს აკავშირებს, მაგრამ ამასთან იმითაა აღსანიშნავი, რომ იგი თავადვე წარმოადგენს, პუბლიცისტური გაგებით დასრულებულ ინფორმაციულ ერთეულს.

ხილვის შინაარსობრივი კონტექსტი წინადადებებს შორის საერთო ფორმობრივ კონტექსტსაც უზრუნველყოფს. როგორც წესი, იგი რთული წინადადებითაა წარმოდგენილი, მისი აგებმარება შემდეგნაირია:

წინადადებას ვიწყებთ ახალი დეტალით, ინფორმაციით, შემდეგ

დასაწყისს კონტურებს ვუბრუნდებით (მკითხველს ვახსენებთ, რაზე იყო საუბარი წინა აბზაცში) და ამასთან, მივანიშნებთ ახალი ინფორმაციული ერთეულის მნიშვნელობაზე. ანუ, *ხიდის* პირველ ნაწილში ჩნდება ახალი ინფორმაცია, რომელიც დასაწყისს ეყრდნობა. მეორე ნაწილი კი მომდევნო წინადადების აგებმარების საფუძველს მოხაზავს.

დასაწყისი ტექსტის განუყოფელი ნაწილია და თუ იგი კითხვას ბადებს, მასალა პასუხს უნდა უზრუნველყოფდეს. *ხიდში* სავარაუდოდ ეს შეიძლება დაიწყოს პასუხის ან ვერსიის გავრცობით.

როგორც აღვნიშნეთ, *ხიდი* პუბლიცისტური ტექსტის კომპოზიციური ელემენტია, რომელიც სხვადასხვა ინფორმაციის ერთეულებს აკავშირებს და კონტექსტით უზრუნველყოფს. უნდა ითქვას, რომ მასალის დასაწყისის სტრუქტურა გაგრძელების პროპორციებსაც განაპირობებს. ამასთან, აუცილებელია *ხიდის* სხვა პუბლიცისტური თვისებების საზგასმა:

1. *ხიდი* დასაწყისის ამა თუ იმ სახეობის მომდევნო აბზაცში ნივთდება, თუმცა ტექსტში მისი თვისებები, კონსტრუქციის ანაბეჭდები შეიძლება ტექსტის სხვა ნაწილშიც აღმოვაჩინოთ.

2. *ხიდში* პარალელთა გადაკვეთის წერტილია დაფიქსირებული.

3. ყოველ ჟანრში *ხიდის* კონსტრუქციაც სხვადასხვაა. დოსიეში ხშირად გმირის ბიოგრაფიული დეტალებია საზგასმული, რომლებმაც გადამწყვეტი როლი შეასრულა მისი ხასიათის, ამპლუის, (შესაბამისად ასახვის საგნის) გარდასახვაში; სტატიაში — ის სტატისტიკური მონაცემები, რომლებიც პირდაპირ კონტექსტს მოითხოვენ; ისეთ ანალიტიკურ ჟანრებში, როგორიცაა მიმოხილვა და პრესის მიმოხილვა, *ხიდი* ერთმანეთს აკავშირებს სხვადასხვა დროსა და სივრცეში განფენილ ფაქტებს, განსხვავებულ აზრებსა და დეტალებს; ინტერვიუში მას შეიძლება კითხვის ფორმა ჰქონდეს. მაგალითად, როცა ჟურნალისტი ან ინტერვიუდებული დასაწყისში წამოჭრილ თემას უბრუნდება, აღრმავებს და სხვ.

4. *ხიდი* ყოველ ჟანრში გხვდება, ამიტომ მისი პუბლიცისტური შესაძლებლობებიც დიდია.

5. ექსპოზიციის შემთხვევაში *ხიდი* შეიძლება აბზაცების მონაცვლეობაში ორჯერ, სამჯერაც განმეორდეს და ყოველ ჯერზე მიუბრუნდეს დასაწყისის ტონალობას.

6. *ხიდი* თავადაა დასრულებული ინფორმაციის ნაწილი და ამასთანავე აკავშირებს სხვა ინფორმაციულ ერთეულებს. ტექსტის

ნებისმიერ ნაწილში ხიდი ყოველთვის გულისსმობს რამდენიმე ინფორმაციული ერთეულის ერთიანობას.

7. კონტექსტი ხიდში სხვადასხვაგვარად იტვიფრება. იგი შეიძლება მივიღოთ დასაწყისში დაფიქსირებული სიტყვის ან სიტყვების პირდაპირი კოპირებით. ანუ, ხიდში კონტექსტი შეიძლება გამოჩნდეს დასაწყისის სიტყვათაშეთანხმების კოპირებით, სხვა ინფორმაციულ განზომილებაში.

8. ხიდში შეიძლება გაჩნდეს ასალი ვერსია, რომლითაც იწყება საკითხის მრავალგზისი განხილვა.

9. ხიდში შეჯერებულია ორი სახის ინფორმაცია: ის, რაც მკითხველმა უკვე წაიკითხა და სიახლე, რომელიც მკითხველისთვის აღმოჩენაა, პუბლიცისტისთვის კი ტენდენციის გამოსატვის თავისებური მანერა. ხიდში მეორდება ინფორმაცია, რომელიც ლიდში დაფიქსირდა და ხდება ასალი დეტალების საზგასმა, ნაცნობი შტრიხების ინფორმაციულად გამდიდრება.

10. დაუშვებელია ხიდის გადატვირთვა ფაქტობრივი მონაცემებით.

11. ხიდში მნიშვნელოვანია ციფრის გასაგნება.

12. ანალიტიკური ჟანრების ხიდში დამატებითი ინფორმაციით ანალიტიკური მუხტი ძლიერდება. ხიდის ბოლოს კი პუბლიცისტი მკითხველს შეახსენებს მსჯელობის საბაბს, რითაც დასაწყისსაც ასალი კუთხით წარმოაჩენს.

13. პუბლიცისტურ ნაწარმოებში დასაწყისის და ხიდის ისეთი შეკავშირებაც შეიძლება, რომ საწყისი აბზაცები ერთ მთლიან ინფორმაციულ ერთეულად აღიქმებოდეს.

14. ხიდი გვხვდება როგორც ლიდის, ასევე ექსპოზიციის შემდეგ.

მეტი თვალსაჩინოებისთვის განვიხილოთ რამდენიმე მაგალითი ქართული და უცხოური პრესიდან. ხიდის პუბლიცისტური თვისებები უნდა გავიაზროთ უშუალოდ წინა და მომდევნო წინადადებებთან მიმართებით.

ჟურნალ „ეკონომისტში“ („Economist“) რუბრიკით „ბიზნესი“ დაიბეჭდა სტატია „ტელევიზია განიცდის დაცემას“. იგი იწყება ლიდი-პასუხით: „ასალი მედიის წინსვლის შეფერხებამ სიხარული სულაც არ მოუტანა ტელევიზიას“ [105, 61]. ხიდი კი ასეთია: „ინტერნეტს, სავარაუდოდ, უნდა მოეკლა ტელევიზია. ამის მაგივრად ცოტა ხნით შეეშველა კიდევ მას“ [105, 61]. სტატიაში ნათქვამია, რომ კომუნიკაციის სფეროს შემადგენელი ეს ორი კონკურენტი ელემენტი

ერთმანეთს ავსებს. ეს განწყობა დასაწყისშივე იკვეთება ანტითეზისით და საფუძვლიანი ეკონომიკური ანალიზით იტვირთება სტატიაში.

ლიდი-ვერსიით იწყება გაზეთ „თბილისში“ გამოქვეყნებული სტატია „დაინგრევა?!“ დასაწყისი პირდაპირ ციტირებაზეა აგებული: „ბევრი ხატეთ ეს უბნები, თორემ დაინგრევა და თქვენს სურათებზე დარჩება მოსაგონრად“, – ასე მოძღვრავდა, ხშირად, ელენე ასვლედიანი თავის მოწაფეებს [78,5]. ხიდში კი კონტექსტი ასე იტვირთება: „სამწუხაროდ, აკი მართლდება კიდევ დიდი მხატვრის „წინასწარმეტყველება“-განადგურების პირას მყოფი მრავალი სახლი ითხოვს შველას ჩვენს ქალაქში“ [78,5]. როგორც ვხედავთ, ავტორმა ხიდში კონტექსტის საშუალებით ლიდი სტატიის მთავარ პრობლემას დაუკავშირა. თავად დასაწყისი, ჟანრის ასახვის საგანზე, კონკრეტულ პრობლემაზე მოუთითებს. კონტექსტის აკორდი მგორდება დასასრულშიც.

გაზეთ „თბილისის“ მომდევნო ნომრებში, ამ სტატიის სათაური გვხვდება როგორც რუბრიკა – „დაინგრევა“, სადაც ავტორი ამ პრობლემას (ისტორიული ნაგებობების განადგურების საშიშროებას) კვლავ უბრუნდება. სტატია „...ვით 1001 ღამის სიზმარი“, ექსპოზიციით იწყება და თემის რამდენიმე ასპექტი დასაწყისშივე ვითარდება: „ძველ თბილისში მიწისძვრით დაზიანებულ არაერთ ისტორიულ ძეგლს ემუქრება განადგურების რეალური საფრთხე. ამჯერად, ერთი მათგანის ბედზე გეტყვით: მთაწმინდაზე ჭონქაძის ქ. №11-ში დგას სახლი, რომელშიც დღეს 20-მდე ოჯახი ცხოვრობს. აქ, თავის დროზე, სპარსეთის ელჩის სასახლე ყოფილა; აუგიათ 1883 წელს...“ [79,4]. როგორც ვხედავთ, ექსპოზიცია მოცულობით ლიდზე დიდია. ავტორი დასაწყისშივე თემის ირგვლივ გვიქმნის წარმოდგენას და მას განავითარებს მიწისძვრით გამოწვეული პრობლემებიდან ისტორიული ექსკურსის მიმართებით. როგორც ვიცით, „ცალკეულ შემთხვევაში სტატიაში არგუმენტაციის ხერხად გამოყენებულია ისტორიული ექსკურსი“ [3,21]. ამ შემთხვევაში, ექსპოზიციის დაბოლოება ხიდში დაწყებული მსჯელობის წინაპირობაცაა. იგი შეამზადებს მკითხველს საიმისოდ, რომ თემა სწორედ ამ კუთხით განვითარდება. აი, რას ვკითხულობთ სტატიის ხიდში: „1001 ღამის სიზმარი“ – ასე ერქვა, თურმე, სახლის მოზაიკით დამშვენებულ სარკეებიან ჭერს, რომელიც მოსწავლე-ახალგაზრდობის სასახლის განთქმული დარბაზის ანალოგიური ყოფილა“ [79,4]. დასასრულს კი ავტორი კიდევ ერთხელ უბრუნდება დასაწყისში არჩეულ პუბლიცისტურ ტონალობას: „იმედი გვაქვს, მოხერხდება უნიკალური სარკეე-

ბიანი ჭერის შენარჩუნება, და ამ სასლზე საუბარს(ისევე, როგორც სსვა მრავალ ძეგლზე) ზღაპარივით არ დავიწყებთ: „იყო და არა იყო რა“[79,4].

გაზეთ „ქართულ უნივერსიტეტში“ დაიბეჭდა ინტერვიუ გურამ დოჩანაშვილთან, რომლის სათაურის, ლიდისა და ხიდის წყობა ავტორისთვის დამახასიათებელი სტილითაა ნაკარნახები და ერთ ინფორმაციულ ერთეულად აღიქმება. სათაურია „გურამ დოჩანაშვილი საკუთარ თავს „გადამწერს“, „გადამხატვს“ უწოდებს“, ქვესათაურია: „და მიიჩნევს – ერთადერთი შემოქმედი სულიწმიდაა, რომ მის გარეშე არაფერი ხდება და მწერალი ვერაფერს აღმოაჩენს, ბიბლიაში რომ არ იყოს“[80]. ეს ქვესათაური ლიდად უნდა მივიჩნიოთ. მაშინ ხიდი მასალის პირველ წინადადებაში განივთდება: „სულიწმიდის მიერ ნაკარნახევი მისი შემოქმედება კი, დიდი ხანია, კლასიკად იქცა“, რასაც მოჰყვება „შეიძლება იმ დროიდან როდესაც 1966 წელს, 26 წლის ასაკში „სამოსელი პირველის“ პირველი სიტყვები დაწერა ...“[80] და ა. შ. ანუ, აქ ხიდი აუცილებელია, რომ თხრობამ საჭირო მიმართულება მიიღოს. ავტორი მაკავშირებელი სიტყვებითა და ნაწილაკებით აძლიერებს კონტექსტს, რაც მოცემული ავტორის არაერთ პუბლიკაციაში მეორდება. ამდენად, ეს შეგვიძლია მივიჩნიოთ მის ინდივიდუალურ წერის მანერად. ამასთან, ასე მასალის სათაური გაგრძელებითურთ „ერთი ამოსუნთქვით“ იკითხება.

როგორც ცნობილია, ზოგჯერ სიტყვის, ფრაზის და წინადადების აზრის გაგება დაკავშირებულია კონტექსტის წინა ან მომდევნო ფრაზასა და წინადადებასთან. ჩვენს მიერ განხილული კომპოზიციური ელემენტიც აზრობრივად დამთავრებულ ნაწილს წარმოადგენს, რომელიც შინაარსობრივ-ფორმობრივ ჰარმონიაშია ტექსტთან. რადგანაც პუბლიცისტური ხიდეების განხილვა დასაწყისთან ერთობლიაბას მოითხოვს, ამიტომ საკითხის ირგვლივ მსჯელობა, ნაწილობრივ წინა თავებშიც აისახა, რადგან პუბლიცისტური ნაწარმოების აგებმარებისას სწორედ ასეთი „სიახლოვის“ კონტექსტია დასამახსოვრებელი და შეძლებისდაგვარად ობიექტური.

თავი VI. პუბლიცისტური ტექსტის მუსიკური აგებულება
(ინფორმირების თავისებურებანი პუბლიცისტური მოდულაციის
მაგალითზე)

*„ქართული ენა – მსოფლიო საოცრებაა! ის არის მუსიკა,
მაგრამ არა მიწიერი, არამედ ზეციდან გარდამოსული
სულიერი მუსიკა! იგია ჩვენი ერისა და ქვეყნის გადამრჩენი“.*
უწმიდესისა და უნეტარესის, სრულიად საქართველოს
კათოლიკოს-პატრიარქის, ილია II.

პუბლიცისტური ტექსტის აკინძვის ხელოვნება უმნიშვნელო-
ვანესია. ამ დროს ძალზედ კარგად იკვეთება ჟურნალისტის გემოვნე-
ბა, შემოქმედებითი პოტენციალი და ინდივიდუალიზმი. დასაწყისის
მარჯვე ფორმის მიგნებისთანავე ჩნდება აუცილებლობა იმისა, რომ იგი
ოსტატურად გაგრძელდეს. ყოველ წინადადებასთან და აბზაცთან
ერთად, ჟანრობრივი თვისებების გათვალისწინებით, ჟურნალისტი
ახალ მიგნებებს სწორედ ამ კუთხით ავრცობს. პუბლიცისტიკა ვერ
გუობს ერთფეროვნებას და რადგან ინფორმაციულ საბადოში
მონაცემთა სიჭრელეა, მხოლოდ გემოვნებიან ჟურნალისტს შეუძლია
მასალა ღამაწ ფერთა პალიტრას დაუქვემდებაროს. ხშირად, პუბლი-
ცისტური ფერთაძეტყველება იმდენად მორგებულია ამა თუ იმ
ჟანრზე, რომ იგი მკვიდრდება, როგორც სტილისტური ხერხი. და
მაინც, ყოველ ჟანრს თავისი აქსესუარები აქვს, ყოველ აქსესუარს კი
თავისი ადგილი. ამგვარი მიგნებები მხოლოდ მაშინაა ღირებული,
როცა ჟურნალისტი ყოველ მასალაზე მუშაობისას ცდილობს ახალი
შტრიხი შეიტანოს მასში. მართებულად შენიშნავენ: „*ნუ ეცდება
ჟურნალისტი იყოს პირველი, მეორე, ის ერთადერთი უნდა იყოს.
ჟურნალისტია არა ის, ვინც წერს, არამედ ის, ვისაც
კითხულობენ*“ [2, 3, 77], ჟურნალისტი შემოქმედია, რომელიც ასახავს
იმას, რაც არ მეორდება—ყოველდღე.

პუბლიცისტურ ტექსტში ეფექტურია გადათამაშება, პარალელთა
გადაკვეთის ადგილის დაფიქსირება. ჟურნალისტი მთელ მასალაში
ამჟღავნებს ტენდენციას. ეს პირველივე წინადადებაში ჩანს, რადგან:
„*ყოველი სიტყვა და ყოველი ფაქტი არჩევანია. ინფორმაცია, რომელ-
იც არ გარდაიხსნა ლიდად შეიძლება ეკუთვნოდეს მეორე, მესამე ან
მეათე აბზაცს...ყოველი წინადადებისთვის საბაბი, მიზეზი უნდა არსე-
ბობდეს. თუ მიზეზი არ არის, სჯობს მასალა მის გარეშე დაწეროთ.
გადაწვეიტეთ, რა მოათავსოთ მასალაში, საით წახვიდეთ და
რატომ. ამის გარეშე წინადადებები ერთ ღინებაში არ მოექცევა, აბზა-*

ცები ერთმანეთს არ მოერგება. იქნება ფაქტები და არ იქნება სტილი"[40,41-42]. როგორ მოვარგოთ აბსაცები ერთმანეთს, მითუმეტეს, როცა მასალის მოცულობა თემატური დამუშავების სივრცეზე ნაკლებია? საჭიროა პუბლიცისტური სერხების ამოქმედება, რომ ფაქტების ფერადობის გრადაციამ პუბლიცისტური ოსტატობით, ჰარმონიულობის ეფექტი შექმნას.

და მართლაც, აზრობრივი და ემოციური აღქმის შესაბამისობა, რომელიც ქვეტექსტების მიგნების პარალელურად სორციელდება, ტექსტობრივ ჰარმონიას ქმნის...

წარმატებულ მწერალს მუსიკოსის მსგავსად სჭირდება კარგი მუსიკალური სმენა. და თუ კომპოზიტორს მუსიკის თანმხლები „ფრაზის მიგნება“ გამოარჩევს, მწერალს „ფრაზის შეგრძნება“.

ზოგადად, მუსიკური აღქმა სულის თვისებაა და არა ფიზიკური სხეულის. ამის დასტური ისიცაა, რომ ბეთჰოვენმა ფიზიკური სმენადობის დაკარგვის შემდეგ კიდევ შესძლო გენიალური მუსიკის შექმნა. გალაკტიონის ლექსებიდან კი სულიერი იმპულსით შეჯერებული ცალკეული სიტყვების, სიტყვათა შეთანხმებების ჰარმონია ისმის...

საინტერესოა ამ ხმოვანების პუბლიცისტური ტექსტის წიაღიდან გამორჩევა და გამოკვლევა თუ რა გზებით, მეთოდებითა და ხერხებით სრულდება წარმატებული ნაწარმოების მუსიკური, ე. ი. სულიერი თანაარსებობა.

ეს ის მხარეა(მუსიკურ მხარეს ვგულისხმობ), რომელიც წარმოადგენს ტექსტის სარკეს; სადაც ხელოვნური ჰარმონია არ იკითხება, ნიღბები კი იფანტება.

აბზაციდან აბზაცზე თემატური ტონალობის შესაბამის და ჰარმონიულ გადასვლას, რომლის დროსაც ტექსტობრივი და ჟანრობრივი დეტონაცია არ იგრძნობა პუბლიცისტურ მოდულაციას ვუწოდებთ.

მოდულაცია (modulation) – ლათინური სიტყვაადა ნიშნავს მწყობრობას, სიმწყობრეს[13,28]. მოდულირება, როგორც მუსიკალური ტერმინი, ესაა „ერთი ტონალობიდან მეორეზე გადასვლა; ბგერის სიმაღლის შეცვლა“[13,28]. სხვაგან ვკითხულობთ, რომ მოდულაცია ამასთანავე ჰარმონიულობასაც ნიშნავს, იგი შეადგენს საერთო აკორდის ფუნქციონალურ გადართვას, მოდულაციური აკორდის შემოტანას(რომელიც ახალ ტონალობას ამჟღავნებს) და კადენციის (კადენცია – (იტალ. *cadenza*) ნიშნავს საბოლოო ჰარმონიულ ან მელოდიურ სვლას, რომელიც ასრულებს მუსიკალურ აგეგმარებას).

მეშვეობით ახალი ტონალობის განმტკიცებას[24,349]. ამ ტერმინს ტელე-რადიო კომუნიკაციების სფეროშიც ვხვდებით, ოღონდ აქ ფიზიკის კანონებთან უფრო გვაქვს საქმე, ვიდრე პუბლიცისტიკისა. მოდულაციაა „მაღალი სიხშირის რხევათა შეცვლა უფრო დაბალი სიხშირის რხევებით“, ასევე „ბგერის მიერ გამოწვეულ ელექტრორხევათა გარდაქმნა სინათლის კონად, რომლის საშუალებითაც ხდება ბგერის ჩაწერა კინოფირზე“[13,28].

ინფორმირების გრადაციის სხვა ხერხებზე საუბრობენ ამერიკელი მკვლევარები, თუმცა აქ არ გვაქვს საქმე მკვეთრად გამოხატულ პუბლიცისტურ მოდულაციასთან, რადგან ეს ხერხი ძირითადად ენობრივ თავისებურებებში ვლინდება. ჯ. ჩენსლორის და ვ. მერსის აზრით, აბზაცები ერთმანეთს ასე უნდა შეერწყას: „მოძებნეთ გარდამავალი(შემაკავშირებელი, შუალედური) სიტყვები და სტროფები (*transitional words and lines*), შეუთავსეთ ერთმანეთს და წინადადების დასაწყისში გამოიყენეთ: „ასე რომ“, „და“, „მაგრამ“, „ამის მიღმა“, „უფრო მეტიც“, „გარდა ამისა“. ზომიერად მოძარგებული ყოველივე ეს ეფექტურია. თუ სწორად გააკეთებთ ამას, ეს შეაკავშირებს აბზაცს. ეს მაშინაა შესაძლებელი, როცა თანმიმდევრობა ლოგიკურია, ფაქტები და იდეები ერთი-მეორისგან მოედინება. შედეგად, წერისა და წაკითხვის პროცესი უფრო სასიამოვნოა. მასალა, რომელიც გარდამავლობით იწერება, ყოველ აბზაცთან ერთად შეინარჩუნებს მკითხველს, ვიდრე მასალა, რომელიც არაა აკინძული“[40,57].

პუბლიცისტური მოდულაციის ფორმებს ღია წერილის მაგალითზე განვიხილავთ.

აქ ეფექტი სხვადასხვაგვარად მიიღწევა. ნ. ტაბიძე ღია წერილში „მზედ გალაკტიონი“ მიმართვას ადრესატისადმი პუბლიცისტური მოდულაციით აგრძელებს და „პუბლიცისტური კადენციის“ შესაქმნელად გრადაციის ხერხს მოიშველიებს. წერილის დასაწყისშივე პუბლიცისტური მოდულაცია რამდენიმე მიმართულებით ტოტდება, როგორც ეს კლასიკური ექსპოზიციისთვისაა დამახასიათებელი. როგორც წესი, ღია წერილი იწყება ადრესატისადმი მიმართვით:

„ბატონო ზვიად!

მე მესმის სამაჩაბლოში გასროლილი ტყვიის წუილი.

მე მესმის თითქმის უპატრონოდ დარჩენილი ზვარ-ხოდაბუნების ამოხვნეშა.

მე ვხედავ ნასტომისთვის გამზადებულ ჩრდილოეთის დათვს.

და ისიც ვიცი, რომ უზენაესი საბჭოს შენობაში სინათლე ნაშუაღამევსაც არ ქრება...

და მაინც.

ამ წერილის ადრესატი არ შეიძლება სხვა იყოს [9,175].

ამ შემთხვევაში, მიმართვა ადრესატისადმი მოდულაციის შემადგენელი ნაწილია, სწორედ ამიტომ იგი თემატურად და კონტექსტურად იტვიფრება ლოგიკურ „კადენციაში“. მოდულაციის ეფექტი იქმნება ყოველი სტროფის ნაცვალსახელით დაწყებით, რომელსაც შემდგომ ენაცვლება „და“ კავშირი. რატომ მოხდა ამგვარი ჩანაცვლება? სომ შეიძლება ავტორს აქაც ეთქვა „მე ისიც ვიცი, რომ უზენაესი საბჭოს შენობაში სინათლე ნაშუაღამევსაც არ ქრება...“? საქმე ისაა, რომ აგებულების ჰარმონიულობისთვის აუცილებელია ლოგიკური კადენცია, ტექსტში ფუნქცია ეკისრება სინტაგმას „და მაინც“. წინა აბზაცში მოდულირების სწორედ ის საფეხური ძლიერდება, რომელმაც საბოლოოდ უნდა შეცვალოს და გამოკვეთოს ახალი ტონალობა ტექსტში.

პუბლიცისტური მოდულაცია შეიძლება გამოისახოს ერთ სიტყვაში, ერთ ფრაზაში, ერთ წინადადებასა თუ აბზაცშიც და სერიულადაც. მაგალითად, ეს კითხვითი სიტყვებითაც მიიღწევა, კითხვის დასმითაც და კითხვითი ნიშნის მონაცვლეობითაც. ჩვენს მიერ განხილულ ღია წერილში ავტორი სწორედ სხვადასხვა მიმართებით ქმნის პუბლიცისტურ მოდულაციას და ტექსტს ოსტატურად აკინძავს. წერილის მეორე აბზაცი გრძელდება კითხვით: „რატომ ვიწყებ ასე?“ [9,175], მესამე აბზაცი გრძელდება და წარმოდგენილია ასე: „გალაკტიონი?!“ [9,175], მეოთხე აბზაცი იწყება ისევ ამ სიძლიერით: „გალაკტიონი მოუსვენრობდა სავარძელში...“ [9,175] და ა.შ. როგორც ცნობილია, კითხვის დასმის დროს, ასევე მისი წაკითხვისას იცვლება ინტონაცია და ის თითქოს ერთი საფეხურით მაღლდება. ასეთ დროს, აუცილებელია ტექსტობრივი ინტონაციის ბალანსირება. პუბლიცისტური მოდულაცია შედგა კითხვით, რომელმაც აბზაცი დაასრულა „ერთი ტონით მაღლა“, ესაა: „მაგრამ ვინ ითავებს ამ საქმეს?“ [9,176] ლოგიკური გადასვლა: „ეს თქვენ შეგიძლიათ – კაცს, რომელსაც საქართველო მოგყვებათ;“ [9,176].

რადგანაც ღია წერილში მეორდება მიმართვა ადრესატისადმი, ამასაც ავტორი მოდულაციისთვის იყენებს. ოღონდ ახლა მიმართვის ტონი უფრო უშუალოა, ამის საშუალებას თემა იძლევა. „ბატონო

ზვიად! თქვენ იცნობთ გალაკტიონის ჩანაწერებს: აღსავსეს ასეთი ფრაზებით... '[9,176] შემდეგ კვლავ, „ბატონო ზვიად, ნაბდის ერთი გაშლა ხელს არ მოგვცემს”[9,176] შემდეგ კი – „ბატონო ზვიად, ვაი რომ გალაკტიონმა მართლაც ვერ გადააბიჯა კავკასიონის ქედს”[9,176].

ღია წერილში უეცრად შემოიჭრება მოდულაციის ახალი ფორმა. ეს ერთსიტყვიანი წინადადებაა. ავტორი ადრესატის სავარაუდო პოზიციას გადაათამაშებს ერთი სიტყვით: „გეთანხმებით. ძალზე ძველი საქმეა და ხანგძლივ ძალისხმევას მოითხოვს”[9,176]. აქ რომ ავტორს ეს სიტყვა არ გამოეყენებინა, ანუ, მარტივად რომ ვთქვათ: ეს სიტყვა, რომ ტექსტიდან ამოვადოთ, ეფექტი მინელდება. იგივე შედეგი მოჰყვებოდა ამ პოზიციის თუნდაც რამდენიმე სიტყვაში გაშლას. მსგავს ეფექტს, თემას იმეორებს და აძლიერებს ერთი აბზაცის შემდეგ ახალი აბზაცების და წინადადებების დაწყება სიტყვებით: „ცხადია...”, „კიცი”[9,177] და სხვ. ღია წერილში სწორედ ამგვარი უშუალობის ტონი ხმაურდება.

მოდულაციის კიდევ ერთი ფორმაა წინადადების დაწყება სიტყვით „მაგრამ”. აი ისიც: „მაგრამ ღიდად პროდუქტული კალმონის შემოქმედება სრულად მაინც ვერ წარმოჩინდა, ბევრი ლექსი, პოემა, მოთხრობა, ლიტერატურული ესკიზი, თარგმანი თუ ჩანაწერი გამომჩვეურებას ელის”[9,177].

ღია წერილის დასასრულში წარმოდგენილია პუბლიცისტური მოდულაციის ურთულესი დამუშავება. აქ გამოვკვეთავთ რამდენიმე მიმართულებას:

1. „და” კავშირის კონსტრუქცია ადგილის გარემოებასთან: „და ამ თბილისში, სადაც გალაკტიონის ხმა ახლაც წკრიალებს...”[9,177].

2. „და კიდევ” კონსტრუქციით. იგი ძირითადად მასალის ბოლოს კომენტირებისას გამოიყენება. აქ სწორედ ეს კონტექსტი აინტერესებს ავტორს: „და კიდევ რამდენი დიდი თუ პატარა საკითხია გადასაწყვეტი”[9,177].

ამ კონსტრუქციასთან მნიშვნელოვანი ფუნქცია აკისრია პუნქტუაციას. როგორც წესი, მოდულაცია ძლიერდება მაშინ, როცა „და კიდევ”-ს წერტილი ან მძიმე მოსდევს. ამ შემთხვევაში, ეს არაა არსებითი, რადგან ავტორი მხოლოდ უახლოვდება ძირითად სათქმელს.

მოდულაცია ასეა გაშლილი და დამუშავებული:

„გალაკტიონის იუბილე მხოლოდ ქართული სიტყვის, მხოლოდ ქართული ლექსის ზეობა როდია. ეს არის სიწმინდისა და

ქედუსრელობის იუბილე.

ეს არის საყვარელი საქმისა და მამულისთვის თვითშეწირვის იუბილე.

ეს არის სულიერი ამაღლებისა და ზნეობრივი გაფაქიზების იუბილე...

ბატონო ზვიად, სრულიად საქართველო, და არა მხოლოდ საქართველო, ელის საზეიმო ზარების გუგუნს.

სიტყვა თქვენზეა!”[9,178]

აქ ექსპრესია მატულობს „ეს არის” სიტყვათა შეთანხმებით წინადადებათა დაწყებით. მნიშვნელოვანი დატვირთვა აქვს პუნქტუაციას (აქ—სამ წერტილს), რომელიც აჩვენებს, რომ ამ სახის თემატური დამუშავების გაგრძელება შეიძლება. ღია წერილის ბოლოს ხდება თემის განზოგადება და მასშტაბის აღქმა.

ღია წერილში „მზედ გალაკტიონი”, რომლის ადრესატია საქართველოს უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარე ზვიად გამსახურდია, კარგად ჩანს, რომ პუბლიცისტური ოსტატობა და ხელოვანება მწერლის სტილის მელოდიურობაზეა დამოკიდებული.

ახლა განვიხილოთ ნოდარ ტაბიძის მორიგი ღია წერილი „პოეზია გადაგვარჩენს”, რომლის ადრესატია ვანის რაიონის გამგებელი ალექო ბელთაძე.

წერილში ვხვდებით ერთსიტყვიან კითხვითფორმიან მოდულაციებს. მაგალითად:

„საგამოფენო სახლსაც უჭირს: ჩამოცვენილი ფილები, შელანძღული კედლები, ჩამტვრეული მინები...

ეზო? ნამდვილად აკლია მზრუნველი ხელი. თხმელების ტევრიდან ხშირად მოისმის ლოთების გინება და ქვაზე დამსხვრეული ბოთლების ამოხველება”[10,179] და სხვ. კითხვით: ეზო? თემატური შენაცვლება მოხდა, ინფორმაციის განვითარების ტონალობაც შეიცვალა, მიმართულება გამახვილდა. პუბლიცისტური მოდულაცია საშუალებაა, რომ განწყობა არ გაფერმკრთალდეს.

მოდულაცია ეფექტურია გაბმული ეპისტროფითაც, რაც აპირობებს თემის თანდათანობით გაღრმავებას. შედეგს განსაზღვრავს ყოველი სტროფის დაწყება ერთიდაიგივე ადგილის გარემოებით. საანალიზო წერილში თემატური აქცენტირება წინა აბზაცთან მიმართებით აკრომონოგრაფითა და პარალელიზმებითაა შეზავებული:

„...აქ ხომ გალაკტიონის ბავშვობა და სიყმაწვილე ფეთქავს...

აქ მე ვამჩნევ ბილიკებზე გალაკტიონის ნაფეხურებს.

აქ მე მესმის პოეტის ღედის ძახილი — არ გამოცივდე, გალუ-
ნია!

აქ მე ვგრძნობ, როგორ შესცივინებს მგოსანი აყვავებულ
ცაცხვის ხეს.

აქ წარმოსახვა იმის მოწმედ მსდის, თუ როგორ იბადება
ბრწყინვალე სახეები, სტროფები.

აქ ბევრი, ძალზე ბევრი რამ შეიცნობა და გაიაზრება; უფრო
მახლობელი ხდება გალაკტიონის პოეზია [10,179-180].

ავტორს ეს ხერხი რომ არ გამოეყენებინა და პირდაპირ ასე
ეთქვა: „აქ ბევრი, ძალზე ბევრი რამ შეიცნობა და გაიაზრება; უფრო
მახლობელი ხდება გალაკტიონის პოეზია“, მიზიდულობის ძალა ასეთი
როდი იქნებოდა.

ღია წერილის კულმინაციაა პასაჟი:

...პოეზიამ უნდა გადაგვარჩინოს.

ღიას, გვიხმობს შეღამების ქნარი [10,181].

თითქოს მოცემული პირველი სტროფი დამაგვირგვინებელი
ფრაზაა. მაგრამ მოდულაციით („ღიას,“) ავტორი თემას კვლავ
უბრუნდება. ბუნებრივია, პუბლიცისტი ამ ნიუანსს გახაზავს
სათაურშიც, მაგრამ გამეორებას თავს არიდებს, რადგან აქ ის ზედმე-
ტია.

მოცემულ წერილში მოდულაციები მრავლადაა, ესენია:

„მაგრამ როგორ?“ [10,180] — რითაც მკითხველს უჩნდება კონკრე-
ტული პასუხის მოლოდინის წყურვილი. „რა გზით?“ [10,180] — და
პასუხში ავტორი თავის შეხედულებას განატკიცებს. მოდულაცია
„დაუსრულებელი წინადადების“ ეფექტითაც მიიღწევა: „იქნებ არც
იყოს ურიგო, რომ...“ [10,181] დასასრულს კიდევ ერთხელ ჩნდება
მკვეთრი პარალელი:

„პოეზიამ უნდა გადაგვარჩინოს.

მივხედოთ გალაკტიონს.

„მზე ჩასვლის შემდეგაც მნათობად რჩება“ [10,181].

შეიძლება ითქვას, რომ დასასრულის ეს ფორმა ნაწარმოებიდან
მომდინარე საერთო განწყობის ლაითმოტივია, ოღონდ იგი
თანდათანობით მუშავდება და დამაგვირგვინებელ პუბლიცისტურ აკო-
რდებადაა წარმოდგენილი.

მოდულაცია არა მარტო პუბლიცისტიკაში, არამედ სამეცნიერო
და მხატვრულ ლიტერატურაშიც ჩნდება. მოდულაციის მაგალითებს
ვხვდებით პროფ. ნ. ტაბიძის ახლა უკვე სამეცნიერო ნაშრომებში.

შემთხვევითი როდია, რომ ავტორი წიგნისა „გალაკტიონი — რედაქტორი და გამომცემელი“ სწორედ მოდულაციის საშუალებით ასერხებს გალაკტიონის — ახლა, როგორც — რედაქტორისა და გამომცემლის წარდგენას. ნაშრომი იწყება ასე:

„გალაკტიონს მხოლოდ ლექსის წერა სელეწიფება — ასე ფიქრობდა და ფიქრობს ბევრი.

ნუთუ?

როცა ქუხილითა და გრგვინვით მოვარდნილ აზვირთებულ მდინარეს შევცქერით, ნაკადულები შეუჩნეველი გვრჩება.

არადა...

გალაკტიონის ინტერესების სფერო გაცილებით დიდია, ვიდრე ერთი შეხედვით ერვენება მავანს და მავანს. მისი ქმედების რადიუსი საკმაოდ გაშლილია.

ამის დასტურია თუნდაც პოეტის რედაქტორულ-საგამომცემლო საქმიანობა” [8, 3].

აქ მოდულაციის ორი ფორმაა შეჯერებული.

ტონალობა პირველად მონაცვლეობს კითხვითი სიტყვით „ნუთუ?“, მეორედ — ერთსიტყვიანი წინადადებით „არადა“. მაგრამ მოდულაციის ეფექტი მართლაც ამ სიტყვებს როდი უნდა დავაკისროთ.

როგორც აღვნიშნეთ, და მკითხველიც შენიშნავდა, კითხვითი სიტყვით „ნუთუ?“ ინტონაცია მკვეთრად იცვლება და ტონალობა სხვა საფეხურს ეხება. ეს აკორდი ერთ წინადადებაში, უფრო ზუსტად კი ერთ სიტყვაშია აღბეჭდილი. სწორედ ამიტომ, ავტორი ტექსტობრივი ჰარმონიის გასაძლიერებლად და გასაჟღერებლად მომდევნო აბზაცს იწყებს მაქვემდებარებელი კავშირით „როცა“..., რომელიც ახალი ტონალობის გაგრძელებასა და საბოლოო პასაჟს უზრუნველყოფს.

ეს მცირე ამონარიდი კიდევ ერთ მკვეთრ ამაღლებას იტევს პუბლიცისტურ ტონალობაში. ესაა: „არადა...“ აქაც ერთი საფეხურის ამაღლებით უნდა შეხვედნით და აღვიქვათ მომდევნო წინადადება: გალაკტიონის ინტერესების სფერო გაცილებით დიდია, ვიდრე...”

როგორც ვხედავთ, მოდულაცია ასევე გამოიყენება მიღებული ფორმულირების შესაცვლელად. ავტორი თავის ნოვატორულ პოზიციას აფიქსირებს „შუალედური სიტყვის“ („არადა“-ს) გამოყენებით. ამ სიტყვითა და შესაბამისად მოდულაციის მოხმობით ტექსტის ჟღერადობა მდიდრდება.

არსებითად, მოდულაციის არსი სწორედ ესაა: შეამზადოს

მკითხველი მოსაზღვრე ინფორმაციისთვის. ფრაზის ხაზგასასმელად და შესამოსად ავტორი ირჩევს ერთი საფეხურით ამაღლებულ, ტონალობის უზუსტეს მონაკვეთს(პირობითად ზე-საფეხურს, შუალედურ აკორდს), რომელიც შემდგომ ტექსტში თავისთავად ქმნის მომდევნო ფრაზის აუცილებლობისა და საბოლოოდ, ჰარმონიულობის შეგრძნებას.

მოდულაციის ეფექტს აძლიერებს ისიც, რომ სიტყვები „ნუთუ?“, „არადა...“ აბზაცის ფორმატშია წარმოდგენილი.

მაშასადამე, პუბლიცისტური მოდულაციის შემდეგი ხერხები არსებობს:

1. კითხვითი სიტყვებით და ფორმებით;
2. „და“ კავშირით და მასთან კომბინაციით: „და მაინც“—დასკვნისთვის გამოიყენება, „და კიდევ“—კომენტარისთვის;
3. აკრომონოგრამის საშუალებით;
4. პარალელიზმების საშუალებით;
5. ფრაზის სხვადასხვა მაკავშირებელი სიტყვებით დაწყებით(არადა, მიუხედავად იმისა, რომ და სხვ.);
6. წინადადების დაწყებით ნაცვალსახელით, ადგილის გარემოებით;
7. წინადადების დაწყებით მტკიცებითი და უარყოფითი სიტყვებით;
8. ადრესატის(და მკითხველის) პოზიციის გათვალისწინებით;
9. კონტექსტის მოშველიებით და მოდულაციის გამეორებით;
10. დაუსრულებელი წინადადების ეფექტით.

მოდულაციის ეს და მსგავსი ხერხები სხვა ჟანრებშიც გვხვდება. ისინი განსაკუთრებით ქმედითია ინტერვიუში კითხვა —პასუხის მონაცვლეობისას.

ასე, ინტერვიუებისას „პროფესიონალების აზრით, მთავარ სიროულეს წარმოადგენს კარგი(ზუსტი და შეუმჩნეველი) გადასვლა ერთი თემიდან მეორეზე. საუბრის თანაბარი დინება, უწყვეტად, ჩავარდნების გარეშე, დამოკიდებულია ჟურნალისტის უნარზე, მიაწოდოს მომზადებული კითხვა, როგორც იმპროვიზირებული, ვაეროთიანოს იგი წინა პასუხთან, წარმოადგინოს, როგორც მისგან ლოგიკურად გამომდინარე“[33,69].

ცალკეული სიტყვების ეფექტი სხვადასხვა ჟანრში განსხვავებულია. მაგალითად: ინტერვიუში კითხვა „მაინც?“ კონკრეტიზაციას ისახავს მიზნად, მოდულაციის ეფექტიც შესუსტებულია. სამაგიეროდ,

სტატიაში, წერილში, რეცენზიაში თუ სხვა ჟანრში ერთსიტყვიანი კითხვითი მოდულაციებია ეფექტური.

ინტერვიუში პუბლიცისტური ტექსტის ტონალობა კონტექსტის შესაბამისად შეიცვლება, თუ ე.წ. დაუსრულებელი კითხვის ეფექტს მივმართავთ:

კითხვა-პასუხის მონაცვლეობისას უფრო კარგად ჩანს, თუ როგორ მიიღწევა პუბლიცისტური მოდულაცია დაუსრულებელი წინადადების ეფექტით, დაუსრულებელი (ე.წ. ღია) კითხვით:

„— და ეს კანდელი, რომელიც ამ ტაძარშია...(აქ სწორედ კითხვა იგულისხმება—მ.გ.)

— ღია, ეს კანდელი... [83,12-13], და ა. შ.

თუ ჟურნალისტს ტექსტის ჰარმონიული აგეგმარება ხელეწიფება, ინტერვიუში მოდულაცია მოულოდნელობის ეფექტითაც ისაზღვრება. გაზეთში „არგუმენტი ი ფაქტი“ გამოქვეყნდა ინტერვიუ-მონოლოგი „რა მოგვიტანა რეფორმამ?“, რომელიც ორი ნაწილისგან შედგება: დრამატურგისა და პიანისტის მონოლოგისგან. მათ ექსპოზიცია აერთიანებს. საყურადღებოა პიანისტის ნ. პეტროვის მონოლოგი, რომელიც ქვესათაურია „ჩვენ არჩევანის თავისუფლება მოვიპოვეთ“. პუბლიცისტური მოდულაცია შეპირისპირებითაა წარმოდგენილი. პირველი აბზაცი ასე ვითარდება: „დრო, ცხვრის ფარა რომ ვიყავით და ჩვენს მაგივრად წყვეტდნენ სად გამოვსულიყავით და სად არა, ვის შევხვედროდით და ვის არა, გვკარნახობდნენ რეპერტუარს და უცხოეთში გამგზავრებას ნორმის მკაცრ ფარგლებში ათავსებდნენ, საბოლოოდ დასრულდა. ყველას შეუძლია აკეთოს რაც უნდა, წავიდეს სადაც უნდა — ახლა ეს აღარავის ადარდებს“ [95,4].

მომდევნო აბზაცში საგრძნობლად იცვლება ტონალობა, რასაც განაპირობებს მისი დაწყება სიტყვით „მაგრამ“. ასე, ავტორი ცდილობს მსჯელობა განსხვავებული კუთხვით წაიყვანოს.

საერთო კრიტერიუმების გამოყოფა ენობრივ-სტილისტური თავისებურებების ინდივიდუალური მიმართულებით შესწავლისას დადგინდება, რადგან პუბლიცისტური მოდულაციის ეფექტი ყოველ სალიტერატურო ენაში სხვადასხვაგვარად მიიღწევა. შესაძლოა „გადმოქართულებით“ (ან პირიქით), ტექსტში ტონალობა შეიცვალოს და პუბლიცისტურ ტექსტში დეტონაცია გაჩნდეს.

უნდა ვიფიქროთ, რომ პუბლიცისტური მოდულაცია ჟურნალისტური ოსტატობის, მწერლის ინდივიდუალიზმის გამოვლენისა და ტენდენციის გამჟღავნების ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალებაა.

თავი VII.

ინფორმირების თავისებურებანი ჟანრთა სინთეზის კვალდაკვალ
(ამერიკული *Profile* და ქართული დოხიე)

მსოფლიო ჟურნალისტიკათმცოდნეობაში ბოლო ხანებში მომხდარი ცვლილებები მეტწილად განსაზღვრა შეერთებული შტატების მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების პოლიტიკამ. მეცნიერულ-ტექნიკური კატაკლიზმები ჯაჭვური რეაქციით შეესო თითქმის ყველა კონტინენტს და პუბლიცისტური აზროვნების, მიდგომების, ახალი მეთოდების ჩამოყალიბება განაპირობა. შეერთებული შტატების ჟურნალისტიკაში ეს პერიოდი გარდატეხის ეტაპად იქცა. ამას ხელი შეუწყო პოსტსაბჭოური პერიოდის აშკარა მოთხოვნილებამ, სურვილმა მასმედიის გადახალისებისა და თანამონაწილეობისა მსოფლიო საინფორმაციო მანევრებში.

საინტერესოა ქართული მასმედიის განვითარების პერსპექტივები და ასპექტები. გასარკვევია ჩვენი პუბლიცისტის ადგილი მსოფლიო მასმედიაში; საქართველოს, როგორც საინფორმაციო ობიექტის, ინფორმატორისა და ინფორმირებულის რაგვარობა.

დაიბადა ბევრი კითხვა და ყოველი სახელმწიფო პასუხების ძიებას შეუდგა. ჩვენთვისაც ეს კითხვები ძალზედ მწვავეა: როგორ ზეგავლენას ახდენს უცხოური, კერძოდ, ამერიკული ჟურნალისტიკა ჩვენს შემეცნებაზე და რა თავისებურებებით ხასიათდება ეს ტენდენცია? შესაძლებელია თუ არა ჩვენს მასმედიას მკვეთრად შეესოს ის ინფორმაციული კატაკლიზმები, რომლებიც შტატებიდან მოდის? არის თუ არა ობიექტური საქართველოდან იმპორტირებული და საქართველოში ექსპორტირებული ინფორმაცია?

საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ ცვლილებები გარდაუვალი აღმოჩნდა, ორიენტაცია დასაზუსტებელი. ამ ცვლილებათა გააზრება მსოფლიო საინფორმაციო დინებებში საკუთარი, ორიგინალური მიმართულების გამოკვეთაში მოგვეხმარება. რა არის ამისთვის საჭირო და, საერთოდ, რა სჯობს? ჟურნალისტიკაში ყოველმხრივი მიბაძვა გამორიცხებულია. საამისოდ არა მარტო იდენტური გარემო, იდენტური გმირებია საჭირო. მასმედიას თავისთავადობის შენარჩუნება ყოველთვის შეუძლია. ეს ტენდენცია ნაწილობრივ შეინიშნებოდა საბჭოთა კავშირის არსებობის დროსაც, თუმცა მაშინ პიროვნებისადმი ინტერესი არასაკმარისი იყო. დღეს ეს მიდრეკილებები, ასე თუ ისე, საბედნიეროდ აღარ არსებობს.

ამერიკულ ჟურნალისტიკასთან ურთიერთობა ჩვენ გვკაინტერესებს მეცნიერული თვალსაზრისით, ჟურნალისტური პოლიტიკის განვითარებითა და აზრთა გაცვლა-გამოცვლის კუთხით. ამისთვის აუცილებელია:

1. გავცნოთ ამერიკული ჟურნალისტიკის უახლეს მიღწევებს, გამოცდილებებს;

2. გავიაზროთ ჩვენი პოტენციალი და დავაზუსტოთ მეცნიერული ორიენტაცია;

3. გამოვყოთ და შევისწავლოთ ის დასკვნები, რომლებიც დამოუკიდებლად იქნა მიღებული ჩვენთან და უცხოეთში;

4. გავაანალიზოთ მსოფლიო საინფორმაციო ქსელში ასალი მიდგომის ხერხები და მეთოდები;

5. მოვძებნოთ განვითარების თვითმყოფადი გზები.

ასალი მეცნიერული დასკვნები მეტნაკლებად მისაღები უნდა იყოს ქართული და უცხოური მხარისთვის, რადგან სიტუაციათა დაპირისპირებაზე მაღლა მეცნიერული აზრის გაცვლა-გააზრება დგას. ამ მხრივ, ჩვენთვის საინტერესოა ამერიკელი კოლეგების ინიციატივათა გაცნობა, კონკრეტული ფორმების მასშტაბურობის გარკვევა და ა.შ.

ამ ცვლილებების აუცილებელი შედეგია ჟანრთა აღმოცენება-გადახალისება. ამგვარ ტრანსფორმაციას იწვევს პუბლიცისტიკაში საგნის ახლებური ასახვის და ანალიზის აუცილებლობა, ინტერესთა დაკონკრეტება თუ გაფართოვება. ეს არ ნიშნავს იმას, რომ გარკვეული საგნის მიმართ ინტერესი აქამდე არ არსებობდა ან ობიექტი საერთოდ არ აისახებოდა. ამ ეტაპზე, ვუნარჩუნებთ რა ავტონომიას კონკრეტულ ჟანრს, გამოვყოფთ ახალს, ყურადღებას ვამახვილებთ მისი აღმოცენების განმსაზღვრელ მიზეზებზე და პირობებზე, განვითარების სპეციფიკურ გზაზე.

ახალ მასმედიაზე მსჯელობისას უნდა გადავხედოთ გასული საუკუნის ბოლო ათწლეულის ცვლილებებს და ინტერესთა სფეროებს. ამ პერიოდში ადამიანი, მისი არსი პუბლიცისტთა განსაკუთრებული დაკვირვების საგანია (იგივე ტენდენცია შეეხო მონათესავე სპეციალობებსაც). ეს არ ნიშნავს, რომ პიროვნება აქამდე არ წარმოადგენდა ასახვის ობიექტს. ადამიანის შესახებ ინფორმაციის შეგროვებამ იმდენად ფართო ხასიათი მიიღო, რომ მასობრივი კომუნიკაციის თითქმის ყველა ფორმამ თავისებურად აითვისა იგი. ამის დასტურია ტოკ-შოუს პოპულარობაც. ზოგადად ინტერვიუსადმი

გაზრდილი ინტერესის ერთ-ერთი მიზეზი შესაძლოა ესეც იყოს. თავად ინტერვიუების პროცესი კი ინფორმირების ერთ-ერთ აუცილებელ წინაპირობად იქცა. პიროვნებისადმი ინტერესს კონკრეტული ჟანრი, კერძოდ, ნარკვევიც ძალუმად ამჟღავნებს.

ახლა საზოგადოებას უფრო მეტად აინტერესებს ადამიანის ფენომენი, ჟურნალისტს კი პიროვნების ხასიათი და მისი სამყარო. ხდება დაკონკრეტება. გამოიკვეთება ასახვის საგანი, რომელიც პუბლიცისტისთვის პირველადია. მის აზროვნებაში პირველ ადგილზეა არა ზოგადად ადამიანი და გარესამყარო, არამედ კონკრეტული პიროვნება და მისი მიკროსამყარო, რომლის განზოგადებაც ეტაპობრივად ხდება. ამისთვის იგი საგანგებო პუბლიცისტურ ხერხებს მიმართავს. აქ კი უკვე გამოიკვეთება ინტერვიუსა და ნარკვევზე მუშაობის სინთეზი. ამ შემთხვევაში ჟურნალისტი მარტო არ მოქმედებს. იგი მოუხმობს სხვებს, რომლებიც მისთვის საინტერესო პიროვნების ხასიათზე ისაუბრებენ. ეს არც ჟურნალისტის სიტყვებია და არც გმირის. აქ ხალხის თვალთ დანახულ პიროვნებას წარმოაჩენს პუბლიცისტი. ძლიერდება დასწრების ეფექტი, მოსაზრებებს დოკუმენტალური ხასიათი ეძლევა. „ახალი ჟურნალისტიკის“ კრახის შემდეგ ჩნდება მოთხოვნილება, რომ დასკვნები ჟურნალისტთან ერთად მისმა პერსონაჟებმა გააკეთონ, რის ფონზეც პუბლიცისტური ასოციაციები ზედგამოჭრილია. ამ სცენარში თავად ავტორი ხშირად ნაწარმოების გმირად მოიაზრება. ინფორმატორთა, წყაროთა სიმრავლე მას ობიექტურობაში ეხმარება.

ინფორმაციის შეგროვებას ადამიანის შესახებ სჭირდება საკმაოდ დრო. მუშაობის პერიოდში ხანგძლივი შეიძლება იყოს. Profile (ტერმინი დოსიე ჩვენია) ოპერატიულია იმდენად, რამდენადაც შესაძლო სიზუსტით გაგვაცნობს პიროვნებას. დრო აქ მოკავშირეა და თითოეულმა დღემ შეიძლება მიგნება დაბადოს. ჟურნალისტი „ირჩევს“ შესაფერის დროსა და ადგილს, სადაც მისი გმირები ამოქმედდებიან.

ჟურნალისტური ძიების ფონზე იქმნება მონაცემთა მთელი დასტა, პიროვნების ხასიათის ჩამოყალიბებისა და ცვალებადობის ამსახველი დეტალები, გმირის მეგობრები, ჩვევები თუ განცდები დოკუმენტურად აღიქმება. მთავარი პერსონაჟის ხასიათის ჩამოყალიბება შეძლებისდაგვარად დასაბუთებულია, ამიტომ ეს კარტოთეკა ჟურნალისტური აპლიკაციებით, კონტრასტებით პუბლიცისტურ კინოსცენარს ემსგავსება. აქაა წარსულის, აწმყოს, მომავლის ეპიზოდები,

ფსევდოპერსონაჟად მოიაზრება თავად ჟურნალისტი. ამ სცენარში მონაწილეობენ გმირის მეგობრები, თავად ჟურნალისტი, წარსულის, აწმყოს, მომავლის ეპიზოდები. ყოველივე კი ერთ ძირითად მოვლენას და პიროვნებას უკავშირდება. მხატვრულს წმინდა ინფორმაციულ-ანალიტიკური ელემენტები ცვლის და ჟურნალისტის თვალწინ ცოცხლდება საინტერესო ადამიანის ცხოვრების ეპიზოდები, იდეები, რომლებიც აღმოჩენად უნდა იქცეს. მოპოვებული ინფორმაციით პუბლიცისტი მოსაზრებს გმირის პორტრეტის შტრისებს, იკვლევს მის ხასიათს. ახლა ჟურნალისტი გამოძიებელია და ადამიანის, როგორც გმირის, აღმოჩენას ესწრაფვის. მის მიერ გადმოცემული ისტორია საზოგადოებისთვის ფასეულია. მონათესავე პერსონაჟების გარეშე მთავარი გმირი წაუკითხავი წიგნია, რომელსაც მტვერი ედება და უფერულდება. მაშასადამე, ჟურნალისტი იკვლევს ადამიანის და გარესამყაროს ურთიერთობას. გარესამყარო მას აინტერესებს არა გლობალურად, არამედ პიროვნების თვალთ დანახული. იგი აკვირდება და ასახავს ორიგინალურ მიკროსამყაროს.

ასე გამოიკვეთება ამერიკულ ჟურნალისტიკაში ახალი ჟანრი *Profile* (დოსიე) – წერა ადამიანების შესახებ. მისი არსის გარკვევა ისევე საინტერესო და მრავალფეროვანია, როგორც ჟანრის ასახვის საგნისა. რამ განაპირობა დოსიეს აღმოცენება და, საერთოდ, რა ვითარებაში მოხდა ზოგადად ჟანრთა დაბადება? ამ შემთხვევაში, ერთ-ერთ მიზეზად შეიძლება დავასახელოთ ადამიანური ფასეულობების ღრმა შეცნობისკენ სწრაფვა და პიროვნებისადმი გაზრდილი ინტერესი.

მეტი სიცხადისთვის, დავიწყოთ ეტიმოლოგიით. „profile“ ინგლისური სიტყვაა და ნიშნავს პროფილს, პროფილით გამოსახვას, მოხაზულობას [1,706], ესე იგი – მონახაზს. ჟურნალისტიკაში ცოდნეობისთვის ასეთი განმარტება არაა ამომწურავი. თუ მის ლექსიკურ მნიშვნელობას ჩავუღრმავდებით მივიღებთ, „pro“-სპეციალისტს [1,704] და „file“-ს – საქმე, კარტოთეკა, ამერ. დოკუმენტების წარდგენა, ჩაკერებული ქაღალდები [1,331], აქაც დოკუმენტალურობა ხაზგასმულია... ესე იგი საგანგებო კარტოთეკა ადამიანზე, სადაც ჟანრობრივ თვისებებში ჟურნალისტური გამოძიების ხარისხი დიდია. შემდეგში ჩვენ „profile“-ს მოვიაზრებთ, როგორც დოსიეს, სადაც პერსონაჟის ამპლუა, მისი ბიოგრაფიის ასახვა არა მარტო ჟურნალისტის წარმოსახვის, შთაბეჭდილებებისა და შემეცნების შედეგია, არამედ პუბლიცისტური ფაქტია.

ახლა იმის თაობაზედ, თუ როგორ ჩამოყალიბდა დოსიე ჟანრად. განვიხილოთ მისი აღმოცენების საფეხურები. რა კრიტერიუმებით ვსაზღვრავთ მას? ან რომელ ჯგუფს მიეკუთვნება — ინფორმაციულს თუ ანალიტიკურს? მართალია, დღესდღეისობით გამოვრიცხავთ პუბლიცისტურ-მხატვრულ გვარს, მაგრამ არსებითია გავარკვიოთ, შემორჩა თუ არა მას მხატვრული საბურველი?

მიუხედავად იმისა, რომ ავტორი მიმართავს მხატვრულ ელემენტებს, ჟანრში სილოგისტური განსჯა მძლავრობს, ის ანალიტიკურია. ნებისმიერი ჟანრის ნიმუშში გარკვეული დოზით წარმოდგენილია სხვა ჟანრის ელემენტები. რით განსხვავდება დოსიე სხვა ჟანრებისგან?

პირველ რიგში, ასახვის საგნით. ესაა კონკრეტული პიროვნება და მისი ამბლუა. ორი ჟანრის (ნარკვევისა და ინტერვიუს) ელემენტთა ორიგინალური პუბლიცისტური სინთეზით, სპეციფიკური სამყარო ადამიანის თავისთავადობის გამო ხდება სელშესახები. რა თქმა უნდა, პიროვნების ჩამოყალიბების მიზეზების ჩვენება, ადამიანის ხასიათის განზოგადება სხვა ჟანრშიც შეიძლება...

გამორიცხული არ არის დოსიეში მივაკვლიოთ მხატვრულ ელემენტებსაც, მაგრამ ეს განპირობებულია ჟურნალისტური სტილით და არა ჟანრობრივი აუცილებლობით. აქ პიროვნება ჩვენს წინაშე წარმოსდგება თავის ბუნებრივ ამბლუაში, სადაც გამონაგონს ჯაბნის სანამდვილის მძაფრი სურათები, ნაირგვარი ასოციაციებით. გმირიც ამ სპექტრში ჩნდება. ჟურნალისტი აღწერს იმას, რაც აქამდე უხილავი იყო და რაც პიროვნებასთან ერთად არსებობდა.

დოსიეს ბირთვია პიროვნების ცხოვრების ყველაზე მნიშვნელოვანი მოვლენის თუ მოვლენების დაფიქსირება. სწორედ აქედან ხდება განშტოება წარსულში, პერსპექტივა — მომავალში. აქ ჩნდებიან მონათესავე პერსონაჟები, რომლებიც გვაახლოვებენ გმირთან, მის მიკრო თუ მაკრო სამყაროსთან. დოსიეს შექმნისას ძნელია თავად არ მოხვდე გმირის მეგობრების ემოციათა, წარმოსახვათა ბადეში და თავად არ იქცე მონათესავე პერსონაჟად. თითოეული მათგანი ინფორმაციის წყაროა, პუბლიცისტი კი ამ ინფორმაციის მფლობელად უნდა დარჩეს.

შეერთებული შტატების სამეცნიერო ლიტერატურას უკვე დიდი ხანია აინტერესებს ეს ჟანრი. ამის დასტურია უილიამ ზინსერის „საუბრები ჟურნალისტიკაზე“ („Speaking of journalism“), რომელიც თანამედროვე მეცნიერული დაკვირვებების კრებულია. ერთ-ერთმა

თანავტორმა — მარკ სინგერმა, რომელიც, აქ წარმოდგენილ სხვა ავტორთა მსგავსად, უილიამ ზინსერის ნასტუდენტარია, ასე განავრცო დოსიეს სათაური — „წერა ადამიანების შესახებ“ (თუმცა საძიებელში მან ისევ „profile“ დატოვა). მარკ სინგერი გვესაუბრება თავის გამოცდილებაზე, რესპოდენტებთან ურთიერთობაზე, ამ ჟანრში ჟურნალისტური გამოძიების თავისებურებებზე, ნაწარმოების შეთხზვის მეთოდებსა და სპეციფიკაზე.

ჩვეულებრივ, ადამიანის უდიდესი სწრაფვა, რომ იყოს ინფორმირებული, ჟურნალისტის პროფესიაში მიზანმიმართული ხდება, რაც ჩვეულ ცნობისმიყვარეობის საზღვრებს სცილდება და ცხოვრების შემეცნების, სიღრმისეული ასახვისა და კვლევის პერსპექტივაში ინაკვთება.

მ.სინგერის პროფესიულ მიდრეკილებებს სწორედ ცნობისმოყვარეობის გამძაფრებას უკავშირებს. მის ჟურნალისტურ დოსიეში ბევრი საინტერესო პიროვნებაა. მათი არჩევა და მათთან შესვედრები განსხვავებულია, მკითხველთან საუბრის ფორმა უშუალოა. ამერიკულ სამეცნიერო ლიტერატურაში დამკვიდრდა გამოცდილებების გაცვლის სწორედ ეს ფორმა. მკითხველს აინტერესებს ის, რასაც კონკრეტული პიროვნება განიცდის. ეს იზიდავს ავტორსაც. ამისთვის მთავარია პიროვნების განსხვავებული „პორტრეტის“ შექმნა. გავეცნოთ მარკ სინგერის „დოსიეს“:

„ნიუ-იორკერში“ სამუშაოდ 1974 წელს მივედი. იქ ვუძღვებოდი რუბრიკას „საუბრები ქალაქის შესახებ“. ის, რაც ყოველ მასალაში მეორდებოდა, იყო დიალოგი. მე ვსწავლობდი, თუ როგორ მომესმინა ადამიანებისთვის, როგორ გადამეტანა ქალაქზე მათი საუბარი. სინამდვილეში სტენოგრაფიის კურსსაც დავეუფლე, რადგან ვფიქრობდი, რომ მნიშვნელოვანი იყო დიალოგის ჩაწერა შეძლებისდაგვარად აკურატულად“ [47, 87].

როცა პიროვნებისეული სამყაროს აღქმის დეტალები, შტრიხები ქალაქზე გადმოგვაქვს, ქაოსს გარკვეული სქემატურობა ენაცვლება. ჟურნალისტის მორიგი ამოცანაა: როგორ დააკავშიროს დეტალები? ისევ მ. სინგერს მოვუსმინოთ.

„თუ შედიხარ ოთახში, უნდა აღწერო რა ხდება იქ. თუ საუბრობ პიროვნებაზე, რაღაც კუთხით უნდა წარმოისახოს პიროვნების პორტრეტი. როგორ გამოიყურება იგი? როგორია მისი ფიზიკური თვისებები, „ტიკები“? როგორ იცვამს? თუმცა, თქვენ ერთბაშად არ ჩაუგდებთ ყველა ამ დეტალს მკითხველს კალთაში. აქ მთავარია

დეკორაციის აშენება და თქვენ აშენებთ მას დიალოგის მიმდინარეობისას აღწერისა და თხრობის ამ პატარა ნატეხებით.

რაც ყოველთვის მამოძრავებს, როგორც მწერალს, ისაა, რომ ცნობისმოყვარე ვარ ადამიანების მიმართ. უბრალოდ, მსურს მეტი ვიცოდე. სამყაროს იმ ადამიანებმა გამაცვენეს, რომლებზეც ვწერ. ვოხზავდი სტატიებს, მათი ბირთვი კი ყოველთვის იყო საინტერესო პიროვნება” [47, 87-88]. პერსონაჟებთან საუბრისას, აუცილებელია ინფორმაციის პარალელური აღქმა და მისი დაფიქსირება სტრიქონებს შორის, რომელიც ემოციური ქვეტექსტით გვეძლევა. პიროვნება წარმოდგენილია, როგორც ინფორმაციული საბადო, რომელსაც სწორი და დაუინებელი, დაუღალავი დაკვირვება-ძიების შემთხვევაში აღმოვაჩენთ. ჟურნალისტმა ზუსტად უნდა შეარჩიოს ის საინფორმაციო წყარო, რომელიც მიზნის მიღწევაში მიეხმარება. იგი ახდენს კონცენტრაციას, რომ პიროვნების განწყობას გამოესმაუროს, ესმარება გმირს, რომ შემდეგ თავად ისაუბროს ჩვენთვის საინტერესო თემაზე. ჩვენი აზრით, პრიორიტეტულია, რომ ჟურნალისტის ინტერესის მიღმა არ დარჩეს ის, რაც თავად გმირს აინტერესებს.

რადგანაც არსებობენ მონათესავე პერსონაჟები, იზრდება შანსი, რომ ჩვენი გმირი განსხვავებულად დაგვიხასიათონ. თანდათან იქმნება გმირის ხასიათის დოსიე. ჟურნალისტი დასკვნებს აყალიბებს. დოსიეში ნებისმიერი მოგონების, განწყობის აღწერა დოკუმენტური ფაქტია. ეს შტრიხი აშკარა პარალელს ქმნის პორტრეტულ ნარკვევთან შეპირისპირებისას. თუ ნარკვევში ქცევის ფაქტები „უმეტესად ავტორისეული ასოციაციებით იქმნება” [7, 269] და „ბევრ შემთხვევაში გამართლებულია ისეთი ბერძნი, როცა გმირში გარდასახული ავტორი თავად გვთავაზობს საკუთარ ნაფიქრალსა და ნააზრევს („და მან გაიფიქრა, რომ...“, „და მას მოეჩვენა, თითქოს...“)“ [7, 263-264], დოსიეში ამგვარ წარმოსახვას კითხვის ნიშანი უნდა მოსდევდეს. უნდა ვეცადოთ, ასახვის საგანი — პიროვნება შეძლებისდაგვარად შევიცნოთ და საჭიროების შემთხვევაში, იდუმალების საფარიც შევუნარჩუნოთ. მუშაობის პროცესში კვლევის საგანია გმირის დამოკიდებულება სხვა პერსონაჟებთან; სწორედ აქ შეიძლება ამოიტვიფროს ის ნიუანსები მისი ცხოვრებიდან, რაზეც თავად ნაკლებად საუბრობს. ანუ, შესაძლებელია, მისთვის ჩვევად ქცეული თვისების გამხელა და არაჩვეულებრივი საზომით წარმოდგენა. შესაბამისი ეთიკური ნორმების დაცვით, ჟურნალისტი აცნაურებს გმირს ყოველდღიურ ცხოვრებაში, მოსალოდნელი შედეგით:

გმირისადმი დამოკიდებულებისა და განწყობის დაფიქსირებით, რომ პუბლიცისტის დახმარებით, ობიექტური შესედულება ჩამოვაყალიბოთ.

ადამიანი და გარესამყარო ერთმანეთს ასაზრდოვებენ, ამიტომ წარმოდგენელია პიროვნების მიკროსამყარო სრულ იზოლაციაში მაკროსგან. ეს თემა დოსიესთვისაც ხელშესასებია. სინგერი საუბრობს ნიუ-იორკზე და მის კოლორიტებზე, ოკლაჰომაზე და მის გმირებზე... არადა, გასათვალისწინებელია გმირებთან ურთიერთობის ინდივიდუალური მიდგომა. ზოგჯერ ადამიანის ხასიათი ნაწილობრივ სწორედ ყოფითი გარემოსგან იზოლაციით შეიცნობა, სადაც ადამიანი წარმოდგენილია შეცნობადით და შეუცნობელი კითხვის ნიშნებით.

თითქოს პერსონაჟებთან ურთიერთობის აღწერისას ჟურნალისტი (ამ შემთხვევაში მარკ სინგერი) თავის ხასიათსაც ამჟღავნებს და პირად ჟურნალისტურ დოსიესაც ადგენს. ყოველი ნაშრომის მიღმაც პუბლიცისტური ბიოგრაფიებია. აქ ადამიანის ცხოვრების მნიშვნელოვანი მომენტები, დეტალები ფოტოგრაფიულად ფიქსირდება ასლო და შორი რაკურსებით. მაშინაც, როცა გმირის მოგონებები ქაოტურია, ემოციური ქვეტექსტი ჰარმონიულ და ლოგიკურ „დინებაში“ გვეძლევა. ჟურნალისტი იმ გარემოში აღწერს პიროვნებას, სადაც იგი (ასახვის ობიექტი) კარგად იგრძნობს თავს. ამისთვის საჭიროა დრო და ნდობის მოპოვება. ჟურნალისტი ხდება მეგობარი, გამომძიებელი და ის, ვინც თანამედროვე ამერიკელებს ასე სჭირდებათ, ვისაც ენდობიან – ფსიქოთერაპევტი(?). ეს განწყობა ჟურნალისტს ფსევდოპერსონაჟად აქცევს, მაგრამ დროებით. ეს არცაა გასაკვირი, ამერიკული დოსიეს „გმირები“ ხშირად ჟურნალისტის ცნობიერებიდან უკვალოდ ქრებიან, ალბათ იმიტომ, რომ ავტორი თანდათან ხედავს მათ რეალურ სახეს, სადაც შემდგომ „გმირი“ შესაძლოა ერთი სიტყვით დახასიათდეს, მაგალითად: *თაღლითი*. აი, რას წერს მარკ სინგერი:

„ჯერ ბოლომდე ვიზარჯები. დოსიეს წერისას სხვა რამეზე მუშაობა აღარ მინდა. მივისწრაფი შევიჭრე პიროვნების სამყაროში, თავი მის ახლობლად ვიგრძნო. მაინტერესებს არა მარტო გამოცდილების შეძენა, არამედ მისი მეგობრების გაცნობა, ანეკდოტების მოსმენა, რომლებიც სხვა ნაცნობებთან მიმიყვანს. ახლახანს დავამთავრე დოსიე ჯადოქარ რიკი ჯეის შესახებ, რომელიც ყველაფერთან ერთად არის ჟონგლიორი, იშვიათი წიგნებით მოვაჭრე, ექსპერტი თაღლითობაში... იგი იდუმალი პიროვნებაა და ამას თავგამოდებით ფარავს. პირველ რიგში, რიკის არ სურდა ჯადოქრო-

ბის ტექნიკის გამჟღავნება. თურმე, უბედური ბავშვობა ჰქონდა. როცა მისი ინტერვიუება მოვინდომე, ძალიან განაწყენდა, რადგან მის მყუდროებაში შევიჭერი, მე შეუპოვარი აღმოვჩნდი და ისიც თანდათან იძულებული გახდა დავეკავშირებინე ნაცნობებთან, რათა მათთვის შევითხვები დამესვა. საბოლოოდ ავაგე მისი სამყაროს სქემატური მოდელი. ამას არაერთი თვე დასჭირდა, პიროვნების ცხოვრება, სამუშაო და მეგობრების წრე მასალის წერისას ჩემს თვალწინ ციალებდა, ვიდრე მჭირდებოდა. ახლა ყოველივე წაიშლება”[47,88-89].

დამეთანხმებით, სინგერის ტონში იმედგაცრუება იგრძნობა, თუმცა ამას თავადაც თავგამოდებით მაღავეს, რომ „გმირებს” ნილაბი შეუნარჩუნოს.

მედლის მეორე მხარე ამას ნათლად აჩვენებს, სწორედ აქ ჩნდება საპიროსპირო ხასიათის პრობლემები: „როცა დოსიე ძალიან ღრმად ჩავითრევთ, თქვენ კარგავთ არა მარტო ფულს, არამედ საწყის სიტაცხედეს და ინტერესს, რომელმაც პირველ რიგში აღგავზნოთ და მოგხიბლათ. გარდაუვალი ისაა, ყოველ შემთხვევაში ჩემთვის, რომ გარკვეულ მომენტში თქვენ და თემა(სუბიექტი) ღლით ერთმანეთს. ჯერ სცენარის ნაწილი ხართ და ეს კარგია. შემდეგ, გსურთ იყოთ უხილაგი, რადგან სწორედ აქ იკვეთება ნამდვილი დეტალები. თქვენსა და სუბიექტს შორის აღარაა ფორმალური დისტანცია. ფაქტობრივად, ხშირად ჩემს სუბიექტებს მათგანვე ვიცავდი, რადგან ისეთი მოურიდე-ბლები ხდებოდნენ, რომ ააშკარავებდნენ თავის ცხოვრების ისეთ ეპი-ზოდებს, რომლებიც, ჩემის აზრით, სრულიად არ იყო აუცილებე-ლი”[47,89].

დოსიე ისეთ პიროვნებაზე იწერება, რომელიც თავის ამპლუაში უჩვეულოა. თავდაპირველია ჟურნალისტის ინტერესი, მაგრამ არასაკ-მარისი. ალბათ, თანამედროვე ამერიკულ საზოგადოებაში ძნელია ისეთი „გმირების” მოძიება, რომლებიც ამ სტატუსს თვეების მანძილზე შეინარჩუნებენ. გმირს თავად ჟურნალისტი აღმოაჩენს. თუ სად და როგორ ეძებენ ამერიკელი ჟურნალისტები მათ, ამაზე საუბრობენ რ. ქროფი, ბ. ბრეიდვუდი და ს. ბოისი. მათი აზრით, დოსიეს გმირები შეიძლება იყვნენ მეფეც, დედოფალიც და კარის მეზობელიც: „არაა აუცილებელი იგი საერთაშორისო სუპერ-ვარსკვლავი იყოს. თქვენს მეზობლად ასობით ადამიანია, რომელთა ინტერვიუებაც შეგიძლიათ. უფრო მეტიც, ბევრი მათგანი მოხარული იქნება ისაუბროს საკუთარ თავზე, ამიტომაც მათი ინტერ-

ვიუილება გასაოცრად მარტივდება" [35,16]. მართლაც, ჟურნალისტს აქვს უპირატესობა -- თავად აირჩიოს პერსონაჟი.

დოსიეზე მუშაობის სანგძლივობას მეტწილად პერსონაჟი განსაზღვრავს. როდის მოვიპოვებთ მის ნდობას? როდის მოიხსნის ნიღაბს? როდისაა ამის წარმოჩენა აუცილებელი და მომგებიანი პუბლიცისტურ ჟანრში? ავტორმა იცის, რომ მასალას სჭირდება იდეა, რომელიც უნდა ეკუთვნოდეს მთავარ გმირს. ქაღალდზე ადამიანის შეცნობა კი გაუშიფრავობის საზღვრებშიც საინტერესოა, როცა მასალაში პარალელურად სიჩუმეც იკითხება. ამიტომ, სანამ დოსიე მომზადდება, აუცილებელია პაუზა, მრალწერტილი. შეიძლება სულაც ერთ აკორდში, ერთ წინადადებაში მოთავსდეს ის, რაც მასალის ლაითმოტივია. ოღონდ ეს პირველსავე ინტერვიუში არ ხერხდება. უფრო მეტიც, დოსიეზე მუშაობა შეიძლება წლობით გაგრძელდეს.

„ეს მოითხოვს სუბიექტის მოთმინებას. ამიტომ დროზე ადრე ვათანხმებ ყოველივეს. თავად შევწუხდები, თუ ვინმე მეტყვის: „მე მინდა თქვენი ინტერვიუება“, მე ვკითხავ: „რა დროში ჩავეტყვიო?“, ის მპასუხობს: „რამდენიმე საათში“. ეს კი ჭიანჭურდება რამდენიმე თვე მე ყველას წინასწარ ვუბნებ, რომ საკმაოდ გავკვივრდებოდა“ [47,89].

ჟურნალისტი მოთამაშეა, მოწინააღმდეგე, ზოგჯერ მსაჯი ან მაყურებელი. და მაინც, სად ან რა სიძლიერით უნდა გამოჩნდეს ჟურნალისტის კრედი, უფლებები? სად არის აუცილებელი მისი პოზიციის გამხელა და არაა საჭირო უხეში ჩარევა? თუნდაც ავტორი თვლიდეს, რომ ადამიანის სულის მზერა შენიშნა, მისმა პოზიციამ არ უნდა დაჩრდილოს თავად გმირის პერსონა. ასეთივე ავტონომია სჭირდება პუბლიცისტსაც. ჟურნალისტურ დოსიეზე მუშაობას ინფორმირების თავისებურებანი შემდეგნაირად წარმართავს:

„თხრობა კვლევისა (იგულისხმება პირადი დაკვირვების-მ.გ.) და ინტერვიუების თანამიმდევრულად იქმნება. ასე, ლოგიკურად გამომჟღავნდება ის, რაც მსურს. აღმოვაჩინე, რომ თითოეულ მასალაში არის ქრონოლოგიური ხერხემალი. თქვენ უნდა მისდით თხრობას, რომელიც არ იწყება სუბიექტის ცხოვრების დასაბამიდან და არ მთავრდება ახლანდელით. სადღაც სწორხაზოვან პროგრესიას, განვითარებას აღმოაჩენთ, რომლის დახმარებითაც მიჰყვებით ამ პიროვნების ბიოგრაფიას. ამ პროცესის კვალდაკვალ შეიძლება ბევრი რამ შეიცვალოს. მაგალითად, ჩემს პრაქტიკაში იყვნენ ისეთები, რომლებსაც სურდათ ესაუბრათ თავის აწმყოზე, წარსულზე კი არა. ამის წყალობით, თხრობა ძალზედ ღარიბდება, მაგრამ სტრუქტურულად

ყოველთვის არსებობს ქრონოლოგიური ძაფი, რომელიც მასალას ლოგიკურად გამართავს... ადამიანებზე წერა ნიშნავს, შეაღწიოთ სუბიექტის ცხოვრებაში სწორედ იმ კუთხით, რა კუთხითაც ერთი ისტორია განსხვავდება მეორესგან"[47,89-90].

ინფორმაციის მოწესრიგების მიზნით, ჟურნალისტი გამოარჩევს სულ ახალ-ახალ პრიორიტეტულ მოვლენებს, ხასიათის ჩამოყალიბების ეპიცენტრს და ცალკეულ მონაცემებს განაზოგადებს. იგი ეცნობა ბავშვობისდროინდელ მოგონებებსაც, როცა შეგრძნებები პირველადია, განცდა კი მთამბეჭდავი. თუ პერსონაჟი ამ თემაზე ცოტას საუბრობს, მის მეგობრებს დავეკითხებით. ჟანრის ფარგალი ამის საშუალებას იძლევა.

დოსიეს ავტორი არაა არც კრიტიკოსი, არც მესოტბე. მან შეიძლება გააშუქოს პიროვნების ცხოვრების გახმაურებული ან მივიწყებული, მიჩქმალული მიზანსცენები და უხილავი ძაფებით მოქარგული მისი სამყარო აღწეროს. წარმატებული დოსიე უპირველესად იწერება მაშინ, როცა პიროვნება თავად ავტორს აინტერესებს და ეხმარება, რომ გაიხსნას. ჟურნალისტმა ბოლომდე უნდა შეინარჩუნოს ობიექტურობა, რადგან აქ მთავარია არა ავტორისეული წარმოსახვები და შეგრძნებები, არამედ გმირის სამყაროს კვლევა. დოსიეში ყოველივე დოკუმენტური სიზუსტით აისახება. ამ ასპექტით დოსიე არ შეიძლება მივიჩნიოთ ე.წ. პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრად. იგი თავსდება პუბლიცისტურ-ანალიტიკურში(პროფ. ნოდარ ტაბიძე ჟანრთა კლასიფიკაციაში ცალკე კატეგორიად აღარ გამოყოფს პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრებს, რასაც სრულიად ვეთანხმები). ჟურნალისტის ამოცანაა პიროვნების, თანამედროვე ადამიანის კვლევა. ამ შემთხვევაში, გმირი თავადაა ინტერვიუიებული. მოგვითხრობს სინგერი: „ახლახანს, „ნიუ-იორკერში“ დაიბეჭდა დოსიე კომპოზიტორზე. გამაღიზიანა, რომ მწერალს საკუთარი განცდები უფრო აინტერესებდა, ვიდრე კომპოზიტორის. ეს დასაშვებია, თუ კრიტიკოსი ხართ — თქვენი შეფასება ბევრის მთქმელია. თუ სამწერლო საქმიანობა რეპორტაჟული და თხრობითია, — თქვენი შესვდულებები არ უნდა ჯაბნიდეს თქვენს სუბიექტს. საბოლოოდ, ეს კონტროლის საქმეა. მის დაუფლებას წლები სჭირდება და მე ახლაც ვსწავლობ"[47,95].

სწორედ ამ კუთხით ჩნდება დოსიეს ნარკვევთან შეპირისპირების მორიგი პუბლიცისტური პარალელი: ნარკვევში ავტორის პოზიციაა წარმართველი: „ნარკვევი მოგვითხრობს

სოციალური ასპექტით დანახულ მოვლენებსა და სასიათზე, რომელთა დროსაც ავტორისეული პუბლიცისტური აზრია გამჟღავნებული. ამ ჟანრში ნაფიქრალი შერწყმულია თვალსაჩინოებასთან და მკითხველში აღძრავს საღაპარაკო საგანზე რამდენიმე საკუთარ შესვლულებას. ნარკვევი თავისი წყობით, გამოსასვლის საშუალებების სისტემით იქით არის მიმართული, რომ პუბლიცისტის თვალსაზრისი ყოველთვის სარწმუნოდ აქციოს [7,90].

რადგან მუშაობისას თავდაპირველია ჟურნალისტის ინტერესი, — მეორადია იმის გარკვევა, თუ რომელი მოვლენა დომინირებს გმირის მიღმა. რამდენად მასშტაბურია მოვლენის „აისბერგი“? მორიგი ამოცანაა: როგორ ვიპოვოთ შენიღბული ინფორმაცია და ზუსტი ადრესატი?

არცერთი საინტერესო ადამიანი ჰგავს მეორეს, ამოტომ მათთან მიდგომა განსხვავებულია, ფსიქოლოგიური მანევრებიც სპეციფიკურია. დოსიეს გმირების ორიგინალობის საზომი ის ისტორიული გარემოცაა, რომელიც თავის კვალს ტოვებს პიროვნებებზე. ამერიკული დოსიეს პერსონაჟები ჩვენთან გმირებად ვერ იწოდებიან. ეს პარალელები ჩანს მ. სინგერის კარტოთეკაში:

„სან-დიეგოსთან ახლოს მცხოვრები იაპონურ-ამერიკული ფერმერების ოჯახთან მუშაობისას დიდი დრო გავატარე. ეს გრძელდებოდა კვირების მანძილზე, ყოველ დღე რამდენიმე საათით. მე მათთან ვჭამდი, ვსაუბრობდი. თითქმის ოჯახის წევრად მოვლიდნენ. შეიძლება უცნაურად ჟღერდეს, მაგრამ მე მეცინებოდა, როცა ყოველდღე მპატიჟებდნენ სადილად. ვფიქრობდი: რატომ უნდა ამიტანონ? კარგი, დავუშვათ, რომ ერთი მჭამელით მეტი მათ სუფრასთან დიდს არაფერს ნიშნავს, თუ ისინი ამით კმაყოფილები არიან. საკმაოდ დრო დამჭირდა იმისთვის, რომ მეღიარებინა „ეს ხალხი უბრალოდ ასე ცხოვრობს. მათ გვერდით, ნებისმიერი ამ წრეშია შთანთქმული. მეც მქონდა ჩემი ადგილი სუფრასთან, სადაც უბრალოდ უნდა დავმჯდარიყავი. ეს დიდ საქმედ არ უნდა ჩამეთვალო. მართლაც, რა იყო აქ უჩვეულო. ეს ადამიანები ასე ცხოვრობდნენ“ [47,96].

ამერიკული სინამდვილისთვის ბუნებრივია ეს გმირები, სიტუაციები. გამოკვეთილი სტუმართმოყვარეობის წყალობით ფერმერების ოჯახი იქცა დოსიეს ასახვის საგნად და აღმოჩენად. ისინი რჩებიან თავის სამყაროს გმირებად, რომლის მიღმაც ჟურნალისტი მხოლოდ დროებითი სტუმარია.

ნებისმიერ პერსონაჟთან მიდგომა განსხვავებულია, არის საერთო კრიტერიუმებიც. ამერიკელების აზრით, ჟურნალისტის საქმიანობა გაუბედავობის დაძლევათ იწყება, სადაც ინტერესს იწვევს პერსონაჟის არა მხოლოდ დადებითი თვისებები, არამედ ყველაფერი, რაც გამოარჩევს მას, უარყოფითიც კი.

ისევ ნარკვევთან შეპირისპირება: ნარკვევის გმირი ყოველთვის სამაგალითო, დადებითი პერსონაჟია. დოსიეში კი პიროვნებისადმი დამოკიდებულება იქნებ მცირედად, მაგრამ მაინც შეცვლილია (აქ „იდეალურ“ პერსონაჟებს ადამიანური სისუსტეებიც ემჩნევათ). თუმცა ნარკვევში ჩნდებიან ანტიგმირებიც, მაგრამ ეს მხოლოდ პარალელია გმირის ხასიათის ძეტი თავალსაჩინოებისთვის.

დოსიეს დაწერის კუთხეს, ავტორის მიდგომას თვით პერსონაჟები განაპირობებენ. ნაწარმოები აიგება ხასიათის კვლევის კვალდაკვალ. თითოეული წინადადება გარკვეული განწყობის ნაწილია, მომღეწო ფრაზა კი განწყობის შედეგი. ამპლუის წარმოჩენა ლოგიკურ თანმიმდევრობაშია და ასახავს იმას, რაც კონკრეტული პიროვნებისთვისაა ნიშანდობლივი. ყოველ დოსიეში თხრობა სხვადასხვაგვარად ვითარდება, რადგან არცერთი პიროვნება ჰგავს ერთმანეთს. თუმცა ჟანრის გარდამავალი და გარდაუვალი თვისებები აქაც ჩნდება. აქ რეპორტაჟული თხრობა, ფაქტები და ასოციაციები სწორხაზოვნად ვითარდებიან, ერთმანეთს ავსებენ. დოსიე დინამიურობას ინარჩუნებს, რადგან თითოეულ ასოციაციას პუბლიცისტური ფაქტი ამაგრებს, ზედმიწევნითი დოკუმენტურობა კი რეპორტაჟულ თხრობაში ვლინდება.

ჟურნალისტი ფსიქოლოგი უნდა იყოს, რომ შეძლებისდაგვარად, ალღო აუღოს გმირის აზროვნების სტრუქტურას, ამასთან ყურადღებიანი მსმენელიც. ინფორმაციის მოპოვების ხარისხს ამ შემთხვევაში განსაზღვრავს სწორედ პუბლიცისტის მიდგომა — იყოს კარგი მსმენელი, დააფიქსიროს ყოველი ემოციური პაუზა, ქვეტექსტი... უნდა გვახსოვდეს, რომ ნებისმიერ რესპოდენტთან სხვადასხვაგვარად ვსაუბრობთ, მაგრამ ვუსმენთ — ერთნაირად.

ერთხელ მოწოდებული ინფორმაცია შესაძლოა პერსონაჟმა აღარ გაიმეოროს. მისი დაფიქსირებით გმირის ხასიათს ვუღრმავდებით. თუ ჟურნალისტი ყურადღებიანი მსმენელია, ეს არ ნიშნავს, რომ ის პასიურია. ამგვარი მობილიზაციით იგი ეხმარება გმირს, უკეთესი მოსაუბრე რომ გახდეს.

დოსიეს თემატიკა შეუზღუდავია. ასახვის საგანი შეიძლება

გახდეს ნებისმიერი, ვინც თავის საქმიანობაში ორიგინალურია. ავტორი ფრთხილი უნდა იყოს. ამასთან გამოცდილი და ალლოიანი. ერთიდაიგივე ინფორმაციის მრავალჯერ მოსმენის თავიდან ასაცილებლად, საუბარს მიმართულებას უნდა უცვლიდეს. თავად აღმოაჩენდეს და „მიიყვანდეს“ გმირს იმ გარემოში, სადაც თემა საინტერესოდ გაიშლება და ასპარეზს ისევ პერსონაჟს უთმობდეს. ამ მხრივ ბ. ბრეიდვუდი, რ. ქროფი და ს. ბოიხი საგანგებოდ საუბრობენ დოსიეს წერის სპეციფიკაზე ქალთა ჟურნალებისთვის. აქ გმირებიც ლოკალიზებულია, რადგან მკითხველს აინტერესებს იმ ადამიანების ცხოვრება, ვისი სიტუაციებიც მისთვის ახლობელია. ასე, ჟურნალებში ადგილობრივი სუპერვარსკვლავები „იქმნებიან“ [35, 16].

ამ ჟანრში ანალიტიკური ელემენტების გაძლიერება განაპირობა იმანაც, რომ ამერიკულ სინამდვილეში ჟურნალისტის ფანტაზია, გადამეტებული მსატვრული მიდგომა შეიძლება დავის საგანი გახდეს. თუ მოყვანილი ფაქტები საეჭვოა, ადამიანები უბრალოდ სასამართლოს მიმართავენ.

ზოგჯერ ჟურნალისტი თავად აღმოჩნდება მისივე მიგნებული აბლაბუდას მსხვერპლი. ხდება ისეც, რომ ჟურნალისტი სხვათა დაგეგმულ ზაფანგებს თავს დააღწევს და დოსიეს პერსონაჟსაც „მიაგნებს“. ამ შემთხვევაში გვევლინება ის გამოძიებლად, ადვოკატად, ადამიანის უფლებების დამცველად. შედეგი დამოკიდებულია ჟურნალისტის მისწრაფებაზე – გამოაშკარავოს სიმართლე.

როცა ჟურნალისტი შეაგროვებს ინფორმაციას, მან უნდა გაარკვიოს: საკმარისია თუ არა ეს ფაქტები? როგორ მოძებნოს მათს შორის ლოგიკური კავშირი, ან საერთოდ არის თუ არა მათ შორის სიახლოვე? ცალკეულ დეტალებს, ფაქტებს ერთმანეთთან კონტექსტში აქვთ ეფექტი, ცალსახად ისინი შეიძლება არაფრის მთქმელი აღმოჩნდნენ. პიროვნების ხასიათი იმდენად მოზაიკურია, რომ აქაც ეფექტი აქვს მთლიან პორტრეტს და არა მის ცალკეულ ნატეხებს, რომლებიც მოუწესრიგებლადაა გაბნეული მასალაში. ყოველი გადასვლა, ფერთა ვარირება ლოგიკური უნდა იყოს. სწორედ ასეთ ფაქტებს აგროვებს ჟურნალისტი და შემდეგ ყველას თავის ადგილს მიუჩენს. რამდენადაც ზუსტია ფაქტები, ახალი და საზოგადოებისთვის უცხო, იმდენად განსხვავებულია გმირის სახე.

გავეცნოთ იმ ინდივიდუალურ მეთოდს, რომელსაც მარკ სინგერი მიმართავს:

„ყოველ მასალას მოაქვს ახალი პრობლემა. ყოველ თავსატეხში

არის რაღაც უნიკალური. ზშირად ჩემს ადრინდელ ნაწერებს ვუბრუნდები და ვკითხულობ, რათა,

ა)დავრწმუნდე, რომ პრობლემა ერთხელ უკვე გადაწყვეტილი და ახლაც შევძლებ;

ბ)აღმოვაჩინო ტექნიკური მაჩვენებლები – ქარავმები და მოვიპოვო მეტყველი დეტალები.

როცა წერა დავიწყე, კკითხულობდი სხვა მწერლებს – შესაძლოა ელვინ ტრილინს, ჯონ მაქფის ან ე. ჯ. ლეიბლინგს – რომ მენახა, როგორ ამოხსნეს ამოცანები. ზშირად მივმართავდი მხატვრულ ლიტერატურას. აღმოვაჩინე, რომ თუ კკითხულობ ფილიპ როზს, მე მესმის ავტორიტეტული ზმა ისე სუფთად, რომ მშველის. ეს არ ნიშნავს, რომ მე ვბაძავ როზს"[47,96].

ინფორმაციის შესაგროვებლად ჟურნალისტმა შესაძლოა შეიცვალოს საცხოვრებელი ადგილი, ნაცნობთა წრე, გაეცნოს პროფესიას, რომელთანაც მანამდე შეხება არ ჰქონდა. არც ისაა გამორიცხული, რომ შემთხვევითობამ უბიძგოს სერიოზული თემის დასაწერად. ყოველივე ამას წინ უსწრებს მოკლენების გაცნობა, დეტალური ანალიზი, ჟურნალისტური გამოძიება. ავტორი თავად შეისწავლის ყოველივეს და შემდეგ ხდება ექსპერტი.

რა ზომის უნდა იყოს დოსიე? აქ ერთი წესი არ არსებობს. ჟანრის ოპტიმალური ზომების დასადგენად გავეცანით ამერიკული ჟურნალ „თაიმ“ („Time“)-ში 2001 წელს გამოქვეყნებულ დოსიეებს, რომელთა მოცულობაა 500-დან 600-ს სიტყვამდე. დოსიეს პირველი ნაწილი, რომელსაც ნარკვევის სამოსელი აქვს – 300-400 სიტყვიანია, მეორე ნაწილი, რომელსაც ინტერვიუს სამოსელი აქვს – 200-300 სიტყვიანი. ინტერვიუ დოკუმენტულობას ამძაფრებს და ავსებს მასალის ძირითად ნაწილს. სამაგიეროდ, პირველი ნაწილი მოცულობით ინტერვიუზე დიდია. ამ პარამეტრების შეჯერებით, ჟანრობრივი ელემენტების გადანაწილების მეტი წილი ანალიტიკურ ჟანრებზე მოდის. ამას ჩვენს მიერ განხილული ერთ-ერთი თვალსაჩინო მაგალითიც აჩვენებს.

დოსიე ჟურნალ „Time“-ის („თაიმის“) მუდმივი მეგზურია, იკავებს ჟურნალის ერთ გვერდს, თან ერთვის ილუსტრაცია. უნდა ითქვას, რომ ინტერვიუ-დიალოგი აძლიერებს დასწრების ეფექტს და გმირთან „დაახლოების“ საშუალებაა. მასალის სწორედ ამ ნაწილში იგრძნობა ინტერვიუების „ფილტრაცია“, რადგან აქ შერჩეულ-ამოკრებულია ის კითხვები, რომლებიც პუბლიცისტურ აღმოჩენებადაა

მიჩნეული. და თუმცა, დოსიეს პირველი ნაწილი ინფორმაციულად უფრო დანაოჭებულია, სასიათის ბოლო შტრიხებს ინტერვიუ ავლებს. ამასთან, ძნელია მეორე ნაწილი განიხილო პირველისგან იზოლირებულად, რადგან შინაარსობრივად იგი ანალიტიკური ჟანრის ანარეკლია. ავტორს ბიოგრაფიული დეტალები, ცხოვრების სტილი, მეგობრები, წარსული, აწმყო აინტერესებს იმდენად, რადმენადაც ეს ყოველივე მთავარი პერსონაჟის საქმიანობას, კარიერის განვითარებას სდევდა ან სდევს კვალდაკვალ. პარალელები იმდენად სასასიათოდ შეირჩევა, რომ გამყოფი ხაზი გმირის სასიათსა და შემოქმედებას შორის ხან ფერმკრთალდება, ხანაც გამსხვილებულია.

ჟურნალისტმა მერილინ ბერდიმ დოსიეს ასეთი სათაური შეურჩია: „სამეფო ბალეტის პანტერა“ [97,59]. სათაური ჟანრის სპეციფიკიდან გამომდინარეობს, მიანიშნებს ასახვის საგანზე, შეჯერებულია ინფორმაციულად და ემოციურადაც. ინფორმაციული მინიშნებით ჩნდება ასოციაცია-კონტექსტი: მკითხველი ვარაუდობს, რომ გმირის საქმიანობის სფეროა—ბალეტი; ემოციური მინიშნებით კი მოცეკვავე — „პანტერა“. ფოტო-ილუსტრაციაზე გმირის პროფილი ურთულესი ნახტომის შესრულებისას მშვიდი და განტვირთულია, ჩანს პროფესიონალი თავის ამბლუაში სწორედ ასეთია. ფოტომინაწერია: „დისციპლინა: ენერგიულად და მოხდენილად ჰაერში აფრენისას აკოსტა აჩვენებს, რომ ეს მარტივია“ [97,59]. მინაწერი კონტექსტური და სახასიათოა, რადგან თავად გმირი თავის საქმიანობაზე საუბრისას არაერთხელ ახსენებს სიტყვას — „დისციპლინა“. დოსიე იწყება ლიდით: „ის ღარიბი კუბელი იყო. მას მხოლოდ ფეხბურთის თამაში უნდოდა. არადა, ცხოვრებას სხვა გეგმები ჰქონდა კარლოს აკოსტას ფეხებისთვის“ [97,59].

ლიდში ბალერონის ამბლუის შესაფერისი შეპირისპირება „ტექსტური ნახტომით“ ჩნდება. გმირის ბიოგრაფიაში ასეთი ნახტომი გულისხმობს მასალაში კონტექსტის მაძიებელ ინფორმაციას. დოსიეს ლიდი ისე უნდა დაიწეროს, რომ ტექსტის შემდეგ საფეხურზე (ხიდზე) გადასვლისას კონტექსტის ძიებისა და დაფიქსირების შესაძლებლობაც იყოს. აქ ლიდი ინფორმირების სავარაუდო ტრაექტორიას აჩვენებს, სადაც წარმოდგენილია ის, რაც ორ ფაქტს საერთო აქვს. პერსონაჟის სახელი და გვარი მუქი შრიფტითაა გამოყოფილი, რითაც ავტორი მკითხველს დასაწყისშივე აცნობს გმირის ვინაობას.

დოსიეს სიდი, რომელიც ლიდის შემდეგაა ორ წინადადებაშია წარმოდგენილი. შემდეგ დამატებითი ცნობებიც ჩნდება, ოღონდ არა

ბიოგრაფიის ზედმიწევნითი ქრონოლოგიური დაცვით. გმირის პორტრეტის შესაქმნელად ავტორი ირჩევს ერთ პრიორიტეტულ მოვლენას მისი ცხოვრებიდან, რაც მის ბავშვობის მისწრაფებებთან და მოგონებებთანაა კავშირში. პუბლიცისტური ტექსტის კომპოზიციაში ეტაპობრივად მატულობს განსჯითი ელემენტები, ეს „სავარაუდო, პოტენციური ხიდების“ მონაცვლეობითაც მიიღწევა, როცა ყოველი ორი წინადადების შემდეგ დამატებითი დეტალი წინამდებარე ინფორმაციის გაგრძელება, მისი მინიშნება-გასხელებაა. ესე კონტექსტის ძალა მატულობს. ზედაპირზე ამოტივტივდება სხვადასხვა ნიუანსები, მაგრამ გმირის თვისებების „მარგალიტებს“ ავტორი ტექსტის „ფსკერში“ მიმოაბნევს, ამიტომ მკითხველის მხერა სიღრმისეულია. პუბლიცისტური ხერხებით აკინძული ეს „მძივიც“ დოხიეს ერთგვარი სამკაულია. დოხიეს ინფორმაციული საბადო ახალი ამბებითაა გაჟღენთილი, რაც მკითხველის ინტერესს ამძაფრებს. მთავარი კითხვა დოხიეს შექმნისას არის: ვინ ვინ არის? ანუ, ამ შემთხვევაში: ვინ არის *კარლოს აკოსტა*? ამგვარი ჟურნალისტური ძიებისას შორიდან უხილავი ნაოჭიც ბევრისმთქმელია.

საინტერესოა დოხიეს მიმართება ინტერვიუსთან. დოხიეში ინტერვიუებისა და დაკვირვების ბუნებრივი მონაცვლეობა და ასახვა ილანდება, რადგან ჟურნალისტი პერსონაჟის საუბარსა და მოქმედებას შორის თანხვედრას ან შეუსაბამობას ეძებს. დაკვირვება სამძისამართიანია: ჟურნალისტის, მონათესავე პერსონაჟების და თავად გმირის. ასე შემოდის ჩვენს მიერ განხილული დოხიეს მეორე ნაწილში კითხვა: „რა აზრი გაიქვებს შენს თავში, აი, გამოდიხარ აუდიტორიის წინაშე, სადაც ზოგი 100 დოლარზე მეტს ხარჯავს, შენი ცეკვა რომ იხილოს?“[97,59].

დოხიეში რეპორტაჟული სტილიც, რეპორტაჟის სამოსელიც მიგნებულია. ეს მაშინ, როცა გმირის მოქმედება აღიწერება აწმყო დროის მიმდინარეობაში, ინგლისურ ენაში ესაა ზმნის უღლება აწმყო განგრძობით დროში. წინამდებარე კითხვა სწორედ ამ დროში იუღლება. ასე, ჟანრში დინამიური მუხტი ჩნდება.

არაა შემთხვევითი, რომ დოხიეზე მუშაობას არაერთი ავტორი ინტერვიუსთან მიმართებით განიხილავს. მაგალითად, ჩვენს მიერ წარმოდგენილ მოსაზრებებს ბ. ბრეიდვუდი, რ. ქროფი და ს. ბოისი განიხილავენ პარაგრაფში: „Interviews and profiles“ („ინტერვიუები და დოხიეები“)[35,16], ნ. მოიესი პარაგრაფს „Profile“ („დოხიე“) – „ინტერვიუება“-ში მოათავსებს[45,181].

დოსიეში უამრავი პერსონაჟი ერთიანდება. ამიტომ არის საშიშროება, რომ მწერალი დაუსრულებლად ესაუბროს მათ. ამ პროცესში გამოიკვეთებიან ისინიც, ვისი ინტერვიუებაც მუშაობის ბოლო (ან გარკვეულ) ეტაპზეა აუცილებელი. არსებობს ინფორმაცია, რომლის მოპოვებაც კონკრეტულ დროსაა მომგებიანი.

„ერთ-ერთი პრობლემა დოსიეს წერისას ისიც არის, რომ იცოდე, თუ როდის შეწყვიტო პერსონაჟის მეგობრების და ნაცნობების ინტერვიუება. ამას მაშინ სვდები, როცა იწყება სასიათის დეტალური აღწერის ან ანეკდოტების მეორედ მოსმენა. ზოგჯერ ვერიდები კონკრეტული პირის ინტერვიუებას, თუნდაც ვიცოდე, რომ საჭირო მასალას მომაწვდის. ჯერ უნდა შევქმნა სახლის კონსტრუქცია და ალემართო „მწვერვალი“ ქალაქზე, მერე შეიძლება მივუბრუნდე მას რადგან ვგრძნობ, რომ ეს პიროვნება ისეთ რაღაცას მეტყვის, რასაც ზუსტად ჩავაგდებ იქ, სადაც საჭიროა“ [47,103].

დოსიეს ნორმან მოიესი — გამოჩენილ ადამიანზე შექმნილ სიღრმისეულ სტატიას (in-depth article) უწოდებს, რომელზე მუშაობაც ორ კვირას გრძელდება. მისი აზრით, დოსიე ე.წ. გადმოברუნებული პირამიდის წესით უნდა აიგოს და მისი შესავალი და დასასრული მასალის 1/8-ს უნდა მოიცავდეს [45,181]. საკამათოა. თუ დოსიეს ოპტიმალურ ზომებს გადავხედავთ, გამოდის, რომ შესავალი და დასკვნა დაახლოებით 65-75 სიტყვაში უნდა წარმოვადგინოთ. წინააღმდეგობა აშკარაა. თუ ნ. მოიესი დოსიეს აგებას ე.წ. გადმო-ბრუნებული პირამიდის წესით გვთავაზობს, ე.ი. დასაწყისში გულისხმობს ლიდს. არადა, ჩვენს მიერ განხილული დოსიეს ლიდების მოცულობა დაახლოებით 20 სიტყვიანია. თუ ნ. მოიესი დასაწყისში პირველ აბზაცს გულისხმობს, იგი შესაძლოა დოსიეში 100 სიტყვიანიც იყოს. ჩვენი აზრით, დოსიეს ნ. მოიესის მიერ წარმოდგენილი მოდელით აგება უსაფუძვლოა.

დოსიე ჟანრის პროექტის გარკვეულ კრიტერიუმებს უნდა აკმაყოფილებდეს. ამერიკულ „profile“-ში არ გვხვდება ქვესათაურები, ეპიგრაფები. არადა, ეს აქსესუარები ამ ჟანრს დაამშვენებდა. ეპიგრაფის ფუნქციები ლიდს არ უნდა დავაკისროთ.

აშშ-ში უამრავი ჟურნალისტი ქმნის დოსიეს. ჩვენ რამოდენიმე მათგანს დავესესხეთ. ეს ჟანრი ამერიკის ყველაზე პოპულარული ჟურნალ-გაზეთების „ნიუ-იორკ ტაიმის“, „იუესეი ტუდის“, „თაიმის“, „ნიუსუიკის“ და სხვათა წამყვანი პუბლიცისტური ნაწარმოებია. შესაძლოა დოსიე შემდგომში ჟანრთა კლასიფიკაციაში

პორტრეტულ ნარკვევსაც ჩაენაცვლოს, ან ნარკვევის სასეობად აღიქმებოდეს, ან ცალკე ჟანრად დამკვიდრდეს. ეს ჟანრთა ტრანსფორმაციის კვლევის საგანია, რაც სამომავლო დაკვირვების საგნად გვესაზება, ისევე, როგორც ამ ჟანრის ორიგინალურად განვითარება საქართველოში.

ჟურნალ „ომეგაში“ ეკა ბუჯიაშვილის ნაწარმოები „თიზა და დრო“ ქართული დოხიეს ერთგვარ სახეს წარმოადგენს. იგი ექსპოზიციისა, რამოდენიმე ნაწილისა და დაბოლოებისგან (კოდისგან) შედგება. ამასთან მეექვსე ნაწილი ინტერვიუ-დიალოგის საძოსეღითაა წარმოდგენილი. ექსპოზიცია გარემოს აღწერით იწყება: „აქურობა თავადაც ხელოვნების ნიმუშს ჰგავს. აქ ყველაფერს თავის ფერი და ადგილი აქვს – სტუდენტობისას შესრულებულ ნატურმორტებს, თეთრი თიხის ლამაზ ფიგურებს, ფაიფურის ფერადოვან კომპოზიციებს... აგერ, იმ უჩვეულო დეკორატიულ თეფშსაც სატწერის ნიმუშებით, ახლა, ამ წუთას მზის სხივი რომ ელაციცება...

კერამიკოს ირინა ზარიძის სახელოსნოში ვარ.

ვსკამთ ყავას, ვსაუბრობთ ხელოვნებაზე, მისი ცხოვრების შუქსა და ჩრდილებზე... აი, ამეებზე:” [61, 42].

ეს დაყოვნებული პუბლიცისტური ექსპოზიციაა, როცა ავტორი არ ჩქარობს, ამ შემთხვევაში, თავისი გმირის გამხელას. თუმცა დოხიეს ასახვის საგანი – გმირის ამპლუა დასაწყისში აუცილებლად მუღავნდება.

ინტერვიუში ავტორი პერსონაჟის ხასიათის გარკვევას ცდილობს, რაც ერთის მხრივ ტექსტის ამ ნაწილს ავტონომიურობას ანიჭებს, მეორეს მხრივ, საერთო განწყობას გმირის შემოქმედებას უქვემდებარებს.

დაბოლოებაში, ე.წ. კოდაში მეორდება ექსპოზიციის ტონალობა. აი, ისიც:

„ეს სახელოსნო თვითონ ჰგავს ხელოვნების ნიმუშს. აქ ყველაფერს თავისი ფერი აქვს – ლამაზ ხაზს, ლამაზ მრუდს, ლამაზ ფორმას... და აი, იმ მზის სხივსაც კი, ახლა სხვა ნამუშევარს – თეთრი თიხის დაუმთავრებელ ფიგურას რომ ანათებს.

პირველი პერსონალური გამოფენისთვის ემზადება ქალბატონი ირინა, ამასთანავე, ძალიან საინტერესო გეგმები და ჩანაფიქრებიც აქვს, თუმცა... ამაზე სხვა დროს იყოს, მანამდე კი...

მანამდე – ასე დაუწესებია ბუნებას – ხან მზე უნდა იყოს და ხანაც ჩრდილი” [61, 49].

როგორც ვხედავთ, ავტორი უბრუნდება დასაწყისის ტონალობას. ამასთან ტრაფარეტულ კითხვა-პასუხზე სამომავლო გეგმების შესახებ მხოლოდ მიანიშნებს. ეს დოხიე მოცულობით აღემატება ჟურნალ „თაიმში“ წარმოდგენილ მაგალითებს და ამასთან უხვადაა გამდიდრებული ილუსტრაციებით.

ამრიგად, თანამედროვე ჟურნალისტიკის ერთ-ერთ მოწოდებად რჩება საინტერესო ადამიანის წარმოჩენა. ამ შემოქმედებით პროცესში ადამიანების შესახებ წერა გულისხმობს ჟურნალისტურ გამოძიებასაც. იგება პუბლიცისტური მიზანსცენები, რომელთა მიხედვით პიროვნების გაცნობა ნაბიჯია სამყაროს შესაცნობად. დღეს ჟურნალისტიკა არა მარტო აფიქსირებს ცვლილებებს, არამედ იკვლევს ადამიანებს, რომელთა მისიაც, ცხოვრების და მოღვაწეობის კრედიტ არის — გახადონ ცხოვრება უფრო საინტერესო, ღირებული. ამის კვალდაკვალ, ჩვენს პროფესიაში ერთ-ერთი უმთავარესი კითხვა გაისმის: ვის უწოდებს თანამედროვე საზოგადოება თავის გმირებს ან რა კრიტერიუმებით გამოარჩევს მათ?

თავი VIII.

ინფორმირების პროცესის ერთ-ერთი განსაზღვრელი
ატრიბუტიკა: ჟურნალისტის პროფესიული ჩვევები

ჟურნალისტი, როგორც წესი, ინფორმირების პროცესში მოქმედებს თავისი პიროვნული თვისებებიდან და პროფესიული ჩვევებიდან გამომდინარე. ჟურნალისტის პროფესიულ ცნობიერებაში დამკვიდრებული ფასეულობები მეტწილად განსაზღვრავენ მის ქმედებებს კონკრეტულ სიტუაციებსა და გარემოში. თანამედროვე ჟურნალისტის პროფესიული ჩვევების კვლევა საინტერესოა იმდენად, რამდენადაც იგი ინფორმირების პროცესშია ჩართული. იგი მოიპოვებს, დაამუშავებს და გადაცემისთვის ამზადებს ინფორმაციას. მისი ცხოვრების წესი შემეცნების, შემოქმედებითი ინტერესის და აქტივობის, დაკვირვების და დასკვნების ჩამოყალიბების ერთობლიობაა. იგი აგებს შემოქმედებით მიზანსცენებს, იკვლევს და სწავლობს სოციალურ გარემოს, რომელიც თავის მხრივ ზემოქმედებს მასზე. სწორედ პროფესიულ ჩვევებში ილანდება მონეტის სხვა ბარელიეფი: ვინ არის თანამედროვე ჟურნალისტი? როგორია მისი ზნეობრივი კრიტერიუმები. პროფესიული ფასეულობები? რა განსაზღვრავს მის შემოქმედებით აქტივობას? რამდენად ინარჩუნებს საკუთარ კრედოს ცვალებად სოციალურ გარემოში? შეიძლება თუ არა მისი „მოსყიდვა“? რატომ აირჩია პიროვნებამ ჟურნალისტის პროფესია და როგორ იცავს თავის უფლებებს, რამდენად ასრულებს ვალდებულებებს? მიზნად ვისასწავთ ამ და სხვა მსგავს საკითხებზე პასუხის გაცემას. მიეხედვება კონკრეტული მეცნიერული დისციპლინის მოშველიებით გადაწყვეტეთ. კვლევისთვის სოციოლოგიურ გამოკითხვას ვირჩევთ.

ღიახ, ვესწრაფვით ჟურნალისტიკაში მიზანმიმართული თუ შეფარვითი ტენდენციების გამოვლენას და მათდამი დამოკიდებულების გარკვევას. ჩვენი მიზანია ქართველი ჟურნალისტის ტიპური სახის კონტურების დაფიქსირება. რა საერთო და განმასხვავებელი პროფესიული ჩვევები აქვთ ჩვენს და ამერიკელ ჟურნალისტებს. როგორია ჩამოყალიბების და განვითარების ტენდენციები?

ჟურნალისტთა ცხოვრების წესზე და მათს პროფესიულ მიდრეკილებებზე მრავალი ფაქტორი მოქმედებს: ასაკი, შემოქმედებითი მუშაობის თავისებურებები, სოციალური გარემო, მუშაობის ობიექტის მიკრო სამყარო (კოლეგები, სარედაქციო პოლიტიკა, ხელმძღვანელი თუ რედაქტორი, ფინანსური ანაზღაურება, საზოგადოებასთან

ურთიერთობა...)). ხშირად სწორედ სოციალური გარემოა ბიძგი ამა თუ იმ პროფესიული ქმედების. აქ მუდგუნდება პროფესიული ეთიკისადმი დამოკიდებულება, მოიაზრება რელიგიის ზეგავლენა და ადამიანური ფასეულობის დამკვიდრებისაკენ ლტოლვა.

ჟურნალისტის სიტყვას ისტორიული დოკუმენტის სტატუსი და ძალა აქვს. აქ არაერთი საკითხია აქტუალური. დღეს, ინტერნეტის წყალობით, პუბლიცისტიკის გეოგრაფიული საზღვრები გაფერმკრთალდა. სამწუხაროდ, საქართველოში ინტერნეტით იმპორტირებული თუ ექსპორტირებული ინფორმაციის კონტროლი და მასზე დაკვირვება სისტემურად არ ხორციელდება. ინტერნეტი ინფორმაციის საბადო და ბაზარია, ამასთან ის სათამაშო მოედანი, სადაც ყველა ცდილობს საკუთარი წესებით გაიმარჯვოს, დამკვიდრდეს და იშოვოს ფული (ჟურნალისტის შემთხვევაში—შემძლებისდაგვარად ძვირად გაყიდოს პუბლიცისტური ინფორმაცია). ქართული მასმედიის ბიზნესიც აქეთ მიდის. ჩნდება კითხვა: რამდენი პროფესიონალი ჟურნალისტია დაინტერესებული ყოველდღიური საქმიანობით, გნებავთ, ყიდვა-გაყიდვით, ინტერნეტში?.. დღესდღეისობით, პრესის არსებობას ხშირად რეკლამის შემოსავალი განსაზღვრავს. ასე, ჟურნალისტური ცხოვრების წესში შემოიჭრა რეკლამის ბიზნესიც: ხომ არ იყიდება ასალი ამბები სარეკლამო რგოლების, სივრცის სანაცვლოდ?...რამდენი პოტენციურად კორუმპირებული ჟურნალისტია ჩვენში ან რამდენია მუქარის „მსხვერპლი“? მსგავსი კითხვა ბევრია, იქნებ მეტიმეტადაც.

მოცემული სოციოლოგიური გამოკითხვა 107 ძირითად საკითხთან ერთად მოიცავს 63 დამატებითს. ამჯერად მათგან მხოლოდ რამდენიმეს მიმოვიხილავთ.

უპირველესად, უნდა გავეცნოთ ჩვენს მიერ შედგენილი ანკეტის სტრუქტურას; რატომ გაჩნდა კონკრეტული კითხვები და როგორია სავარაუდო პასუხების შედგენის სპეციფიკა? სოციოლოგიური კვლევის წარმატების ერთ-ერთი საფუძველია რესპოდენტის გულახდილობის მაღალი კოეფიციენტი. ამისთვის საჭიროა ჟურნალისტმა მოიპოვოს რესპოდენტის ნდობა და გაშიფროს ერთპიროვნული ინფორმაცია. ანკეტაში გულახდილობის კოეფიციენტს ზრდის: ა) ანონიმურობის არჩევანი და გარანტი; ბ) სავარაუდო პასუხების ალტერნატივა; გ) დამატებითი გრაფები, როცა რესპოდენტი თავად ირჩევს პასუხის ფორმას.

მოცემულ გამოკითხვაში ვინაობის მითითება ნებაყოფლობითია. ანონიმური რესპოდენტის პოზიცია უფრო მკვეთრი კონტურებით

გამჟღავნდა, რაც იმით აიხსნება, რომ ჟურნალისტთა უმეტესობა პირ-
ვალად ავსებდა მსგავს ანკეტას. დასავლეთში ამგვარი პრაქტიკა დან-
ერგილია და შესაბამისად სკეპტიციზმი ნაკლებია. ანკეტის შევსების
წესი მარტივია. თითოეულ კითხვას ალტერნატიულ ვარიანტებთან
ერთად აქვს სავარაუდო პასუხებიც: არ კიცი(ა.ვ.), უარს ვამბობ
პასუხზე(უ.ვ.პ.). პირვალთ(ა.ვ.) – ჟურნალისტი გამოხატავს თავის
პოზიციას ნაკლებად ნაცნობ საკითხებზე (ხშირად პასუხთა შკალა
ზუსტად აქ თვალისმომჭრელად იცვლება). ჩვენი დაკვირვებით,
მეორე(უ.ვ.პ.) ხშირად პროტესტის მიმანიშნებელი, ზოგჯერ კი არცთუ
საიმედო შენიღბვის საშუალებაა. დამატებით გრაფებში ჟურნალისტი
თავად ირჩევს პასუხის ფორმას, რომელსაც სიტყვიერად
აფიქსირებს(მაგალითად: რატომ გახდით ჟურნალისტი? რა მიგაჩნიათ
თქვენი, როგორც ჟურნალისტის, თავისუფლების ყველაზე დიდ
გამოვლინებად? დაასახელეთ საქართველოში გამოცემული 10 გაზეთი,
რომლებიც, თქვენი აზრით, საუკეთესოა; და სხვ.) აქაც იდენტური
პოზიციების ერთობლიობა გვაინტერესებს. ალტერნატიულმა
პასუხებმა გამოავლინეს: ა) ჟურნალისტის ინფორმაციულ-შემეცნებითი
მზადყოფნა; ბ) წარმოდგენილი პასუხისადმი რესპოდენტის არამდგრა-
დი დამოკიდებულების კოეფიციენტი; გ) მისი განწყობის ზარისხი.

თუ კონკრეტულ კითხვაზე ალტერნატიული პასუხი არცერთმა
ჟურნალისტმა მიუთითა, იგი შედეგობრივ მაჩვენებლებში აღარ
მოთავსდება. ხშირად ჟურნალისტების ამგვარი არჩევანიც უფრო
თვალშისაცემი ხდება. გამოკითხვა დროის რამდენიმე ფაზაში
ჩატარდა. რიგი თავისებურების გამო, რაც გულისხმობს მასშტაბის
განვითარებასა და პროფესიული მიგრაციის მკვეთრ ცვალებადობას,
საჭიროდ მივიჩნიეთ ცალკე წარმოგვედგინა 2000-2001 წლის
მონაცემთა შედეგობრივი მაჩვენებლები. ამ პერიოდში შეიმჩნევა
განვითარების საერთო თვისებრივი მახასიათებლები, რომლებიც 2002
წლიდან გრადუსშეცვლილია. პირობითად, გამოკითხვის ორ ფაზას
გამოვყოფთ: 2000-2001 და 2002 წლების მონაცემებით.

აღსანიშნავია, რომ მთელ რიგ სპეციფიკურ კითხვებში, რომლებიც
პრაქტიკულ საქმიანობას და გამოცდილებას მოიაზრებს, პირობითად
გაიმიჯნება სტუდენტების მიერ შევსებული ანკეტები. ახალგაზრდები
უარს ამბობენ ზოგიერთ პასუხზე არა იმიტომ, რომ არ სურთ
საკუთარი პროფესიული პოზიციის გამხელა, არამედ იმიტომ, რომ
ჯერჯერობით ვერ ერკვევიან ამა თუ იმ სფეროს სპეციფიკაში. სტუ-
დენტების მიერ შევსებული ანკეტების მონაცემები ცალკე გრაფებშია

წარმოდგენილი. ასე, ერთის მხრივ, რეალურად ჩანს რაოდენობა ჟურნალისტებისა, რომლებიც ამ კონკრეტულ პასუხებს(ა.ვ. და უ.ვ.პ.)ირჩევენ, რადგან არ სურთ თავისი პოზიციის გამსელა; მეორეს მხრივ — ისინი, ვისთვისაც საკითხი ჯერჯერობით არაა „ხელშესახები“. იმ შემთხვევაში, როცა სტუდენტები თავიანთ პროფესიულ ჩვევებს ძალუმად ამჟღავნებენ, მონაცემები საერთო გრაფაში წარმოჩინდება. ხშირად პასუხები სტუდენტებსა და პროფესიონალებს შორის მკვეთრად განსხვავებული ან იდენტურია.

მონაცემთა ბაზის შექმნისას, ანკეტები თანმიმდევრულად დამუშავდა. ჩვენი მიზანი არაა მათი ცალ-ცალკე განსილვა, თუმცა ყოველი მათგანი იმდენად ინდივიდუალურია, რომ ძალუმად ამჟღავნებს ინდივიდთა პროფესიულ ჩვევებს. ეს განსაზღვრავს: შეპირისპირების აუცილებლობასაც და ინდივიდუალური გრაფების წარმოქმნას. ორივე შემთხვევაში, ჩვენ განვმარტავთ მოტივს და მივანიშნებთ იმ სავარაუდო პასუხებზეც, რომლებიც უშუალოდ არ გამოჩნდა(ანუ ჟურნალისტების მიერ არჩეული პასუხების რაოდენობა ნულის ტოლი იყო).

ჩვენი მიზანი სულაც არაა საქართველოში წარმოდგენილი მონაცემების ცალსახად წარმოჩენა. რამდენად სისტემური და ტიპურია ეს გამოკვლევა წამყვანი ქვეყნების ჟურნალისტიკის კვლევის ფონზე და მიმართებით? ამისთვის საფუძვლიანად გავეცანით აშშ-ის ინდიანას უნივერსიტეტის პროფესორების დევიდ ჰ. ვივერის და ჯ. ქლეკლენდ ვილჰაუთის ნაშრომს, რომლის პათოსია: — რაც შეიძლება მეტი ვიცოდეთ ჟურნალისტების შესახებ. ამერიკაში ლეო როსტენმა ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 30-იანი წლების ვაშინგტონის კორესპოდენტების ცოცხალი პორტრეტი განავრცო. მას გამოეხმაურა 60-იან წლებში უილიამ ლ. რივერსი. აღსანიშნავია ჯონ ჯონსთონის და მისი კოლეგების გამოკვლევა(იგი ჩიკაგოში ილინოისის უნივერსიტეტის ბაზაზე ჩატარდა). მათ შეცვალეს წარმოდგენები ჟურნალისტიკაზე. მათი გამოძახილია ვივერის და ვილჰაუთის მიერ 1982 წელს და 1992 წლებში ჩატარებული ძიებანი.

არა ერთის აზრით, ჟურნალისტთა ხასიათის, ბუნების, პროფესიული ჩვევების და ზნეობრივი კრიტერიუმების კვლევა უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე სხვა პროფესიის წარმომადგენლებისა. მსგავსი კვლევები მოიცავს დისკუსიებს და ჟურნალისტიკის შემეცნებით ფუნქციას მეცნიერულ განზომილებას მიუჩენს. საუბრისას ჟურნალისტიკის შესახებ, თავისუფალი მედიის კვლევითი ცენტრის

წარმომადგენელი ევერეტ ი. დენისი 3 კუთხით ამასვილებს ყურადღებას:

1. პროფესიის იზოლაციონისტური ბუნების შესახებ, (როცა ჟურნალისტი ვიწრო პროფესიული საქმიანობითაა შემოფარგლული და მისი ცოდნა სხვა ჟურნალისტების საქმიანობაზე და საერთოდ ამ სფეროზე არასაკამრისია).

2. მოსამართლეების და კანონმდებლების სიფრთხილეზე, როცა ისინი განსაზღვრავენ ვინ არის ჟურნალისტი და რა არის ჟურნალისტიკა. ამ სახელს მართო მედიის ორგანიზაციების მომუშავენი იმსახურებენ თუ სამწერლო საქმიანობის უფრო ფართო სპექტრის წარმომადგენლები? ამ საკითხს მიეძღვნა ჰარვარდის კონფერენციაზე გამართული დებატები ეი-ბი-სი ნიუსის თანამშრომელს ქეროლ სიმპსონსა და სი-ენ-ენ-ის წამყვანი შოუს მასპინძელს შორის. ხმათა უმრავლესობით დაფიქსირდა: „მე შესაძლოა არ ვიყო ჟურნალისტი, მაგრამ რასაც ვაკეთებ, ის მართლაც ქმნის ჟურნალისტიკას“ [41, IX]...

3. აღნიშნული შეხედულების არამიზნობრივად გამოყენებაზე მათ მიერ, ვისაც სურს ზეგავლენა მოახდინოს მედიაზე მისი მანიპულაციის მიზნით. მაგალითად, ფორბერის „მედიის სახელმძღვანელო“, რომელიც განკუთვნილია საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფირმებისა და ორგანიზაციებისთვის ამერიკაში ფართოდაც გამოიყენება ინტერვიუს მოსამზადებლად.

კრებითი მასალა ჟურნალისტებზე პირველ რიგში მედიის დამკვირვებლების აშკარა ცნობიმოყვარეობას დააკმაყოფილებს. საზოგადოება გაერკვევა რამდენად რეალისტურია მათი წარმოდგენები ჟურნალისტებზე. პუბლიცისტები კი დაფიქრდებიან იმაზე, თუ რა განსაზღვრავს მათი შემოქმედებითი საქმიანობის ეფექტურობას სოციუმში.

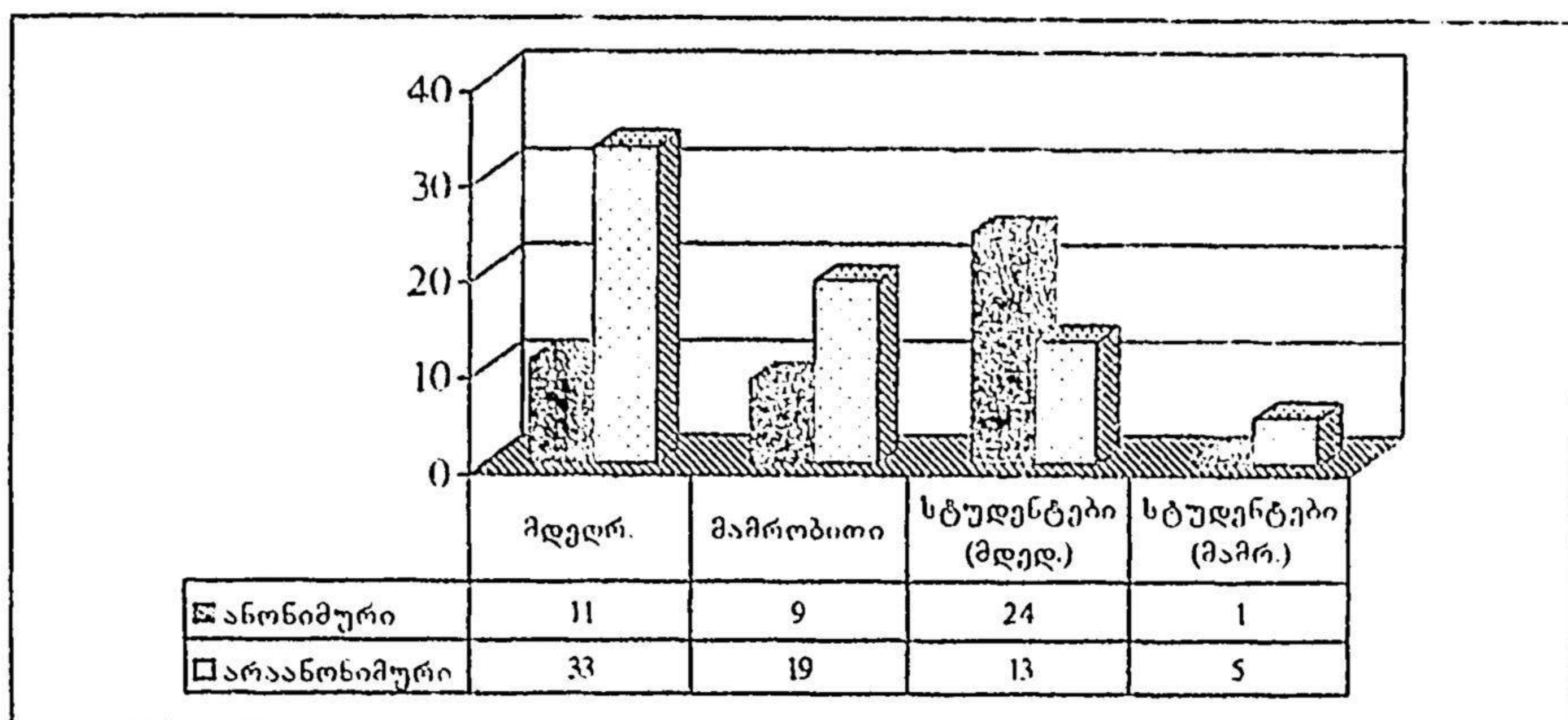
ეს გამოკვლევა მცდელობაა იდენტიფიცირებისა და კატალოგის შედგენისა იმ სპეციფიური ინფორმაციისა, რომელიც ჟურნალისტთა საქმიანობას ეხება. რადგან საქართველოში არ არსებობს გასული წლების ამგვარი სტატისტიკური მონაცემები, ჩვენს მიერ შედგენილ ანკეტაში არის სპეციალური კითხვები, რომელთა მიზანია წინა წლების (პოსტ-საბჭოური და უფრო ადრინდელი პერიოდების) მონაცემთა ბაზის შეძლებისდაგვარად შექმნა და შედარება თანამედროვე ვითარებასთან. დღევანდელი გადმოსახედიდან ჟურნალისტები ზედმიწევნით ობიექტურად აფასებენ გასული ეპოქის

მასმედიას. აქ განსაკუთრებით საინტერესოა იმ რესპოდენტების პასუხები, რომლებსაც უშუალოდ ამ პერიოდში მოუხდათ ჟურნალისტური მოღვაწეობა. ესაა ანკეტურ მონაცემებზე დაყრდნობით თანამედროვე ჟურნალისტის პროფესიული ჩვევების კოეფიციენტის დადგენის მცდელობა.

ამჯერად, თქვენს ყურადღებას შევაჩერებთ შემდეგ საკითხებზე: ჟურნალისტის საშუალო ასაკი და დასაქმების სფერო, მუშაობის სტაჟი და სამსახურის სტაბილურობის კოეფიციენტი, პროფესიული მიგრაცია და მისი სახეები, სხვადასხვა პროფესიული მიდრეკილება..

ცნება — ჟურნალისტი მართო „ვაზეთში დასაქმებულთ“ არ გულისხმობს. მასში მოიაზრება ფართო პროფესიული სპექტრი. რა თქმა უნდა, გამოკვეთილი (ჩამოყალიბებული) პროფესიული უნარ-ჩვევების გარეშე ჟურნალისტიკით დაკავებული ადამიანი ცვალებად სოციალურ გარემოში უფუნქციოა. მეორე მხრივ, გამოკვეთილია ამგვარა მიმართულება: ჟურნალისტი პარალელურად კონკრეტულ სპეციალობას ეუფლება, რომ გასდეს „ჟურნალისტი-ექსპერტი“. ეს არ ნიშნავს პრიორიტეტულის და მეორეხარისხოვანის აღრევას. გარკვეული სფეროთი დაინტერესებული პირი პირველ რიგში ჟურნალისტია, რომელიც სხვა სფეროზე „გადართვის“ შემთხვევაშიც სპეციალისტ-ჟურნალისტად სჩება. ჩვენი გამოკითხვით დავადგინეთ, რა იყო/არის პრიორიტეტული და მეორეხარისხოვანი სფერები ჟურნალისტიკის ხელობის დაუფლებისას. მოგეხსენებათ, რომ უცხოეთში ჟურნალისტიკის შემსწავლელი სპეციალობებია პრიორიტეტული და მხოლოდ ამის შემდეგ რომელიმე განხრით დაოსტატება. ჩვენთან თურმე, ხშირად, პირიქით ხდება: ეკონომისტი, ხელოვნებადმცოდნე, იურისტი, ფილოლოგი თუ სხვა — ჟურნალისტიკის მოკლე კურსის გავლით საკუთარ თავს სასურველ სტატუსს თავადვე ანიჭებენ. ამ მხრივ, საინტერესოა, ჟურნალისტიკის სფეროში სწავლების მეცოდოლოგია, სადაც გამოვლენილი ცალკეული ნახტომები საბაბია ასაკობრივი დიფერენციაციით დავადგინოთ, თუ რომელი საგნები ითვლებოდა და ითვლება პრიორიტეტულად და მეორეხარისხოვნად...

განვიხილოთ მიმდინარე შედეგები, ანუ პროცენტული და რაოდენობრივი მაჩვენებლები. აქაც, ციფრი უნდა გასაგნდეს. ამ შემთხვევაში ციფრების სწორი კომბინაციებით და აზრობრივი პარალელებით შესაძლებელია ამოცანის ამოხსნა. „განტოლების“ შედგენისას უპირველესად გვაინტერესებს ქალი-რესპოდენტების და მამაკაცი-რესპოდენტების რაოდენობა. ანონიმურობის გამოვლენისას ეს ძნელია. ამიტომ, ასეთი არჩევანისას რესპოდენტი კითხვარის ბოლოს მიუთითებს სქესს(აქ აღტერნატივა—უ.კ.პ. ნულის ტოლია). ჩვენს მიერ გამოკითხული 33 ქალი-რესპოდენტიდან 21-მა მიუთითა ვინაობა, ხოლო 19 მამაკაცი-რესპოდენტიდან მხოლოდ 10-მა. მას ემატება 43 სტუდენტი-ჟურნალისტის(37 ქალი-რესპოდენტის და 6 მამაკაცის ანკეტა, რომელთაგანაც 25 ანონიმურია). შედეგთა ანალიზისას ცდომილების თავიდან აცილების მიზნით მათი მონაცემები ცალკე შევაჯამეთ მთლიანობაში ანკეტა შეავსო ასამდე



როგორია ქალთა და მამაკაცთა დასაქმების კოეფიციენტი შეერთებულ შტატებში? აღნიშნულ გამოკვლევებზე დაყრდნობით თუ მამაკაც ჟურნალისტთა რაოდენობა 1971 წელს იყო 79.7% [40, 197-198], 1992 წლისთვის იგი შემცირდა 66%-მდე [47, 8-10]. დასაქმების კრიტერიუმის გამოყოფის შემდეგ მოქმედი ჟურნალისტების რიცხვი სწორედ ასე განისაზღვრება. ამასთან საქართველოში დავაფიქსირეთ სხვა სფეროებიდან პროფესიული მიგრაციის აქტიური ნაკადი.

რესპოდენტთა შერჩევისას ვითვალისწინებთ: ასაკს, დასაქმების სფეროს, თანამდებობას, მუშაობის სტაჟს და სხვ. გამოკითხულთა ასაკობრივი მონაცემები შემდეგნაირად გადანაწილდა:

1930-1960 წლებში დაბადებულია 17 რესპოდენტი, რაც შეადგენს გამოკითხულთა 18%-ს; გამოკითხულთა 35% 1966-1980-მდე წლებშია დაბადებული; 1980 წელს და შემდგომ წლებში დაბადებულია 45%. გამოკითხვისას ორმა მანდილოსანმა (2%) ასაკი არ მიუთითა.

როგორია საქართველოში მოქმედ ჟურნალისტთა საშუალო ასაკი? გამოკითხულთა ყველაზე დიდი მაჩვენებელი (45%) დაახლოებით 20-დან 40 წ. მოდის. უფრო დეტალური განხილვისას დომინირებს 1968-1971 წელს დაბადებული ჟურნალისტები, ანუ საშუალო ასაკია 31-34 წელი.

როგორ იცვლებოდა ჟურნალისტთა საშუალო ასაკი აშშ-ში 1970 წლიდან დღემდე? ჯონსტონის, სლავსკის და ბოუმენის 1971 წლის მონაცემებით ესაა დაახლოებით 36 წელი [44, 197-198]; ვიკერის და ვილჰაუტის 1982-1983 წლის გამოკვლევებით – 32 [50, 22];

ხოლო 1992 წლის მონაცემებით ისევ 36[51,8-10].

როგორც აღვნიშნეთ, ჟურნალისტის დასაქმების საზღვრები გაიზარდა. მოქმედ ჟურნალისტთა გამოკითხვას ყველა მიმართულებით შევეცადეთ:

ანკეტები მასმედიის შემდეგ ორგანოებში დარიგდა:

გაზეთებში: „საქართველოს რესპუბლიკა“, „თბილისი“, „დილის გაზეთი“, „დრონი“, „ახალი თაობა“, „ალია“, „ახალი ეპოქა“, „ქალთა გაზეთი“, რეგიონალური გაზეთი „ქუთაისი“. ჟურნალი „ომეგა“, ჟურნალი „პირველი“, საქტელერადიო კომიტეტი (I არსი), დამოუკიდებელი ტელეკომპანია „იბერია“, დამოუკიდებელი ტელეკომპანია „იმედი“, რეგიონალური ტელეკომპანია „რიონი“ (ქუთაისი), რადიოსადგური „ძველი ქალაქი“ (ქუთაისი), საინფორმაციო სააგენტოები; თბილისის ივ. ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ქუთაისის აკ. წერეთლის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი და სსვ.

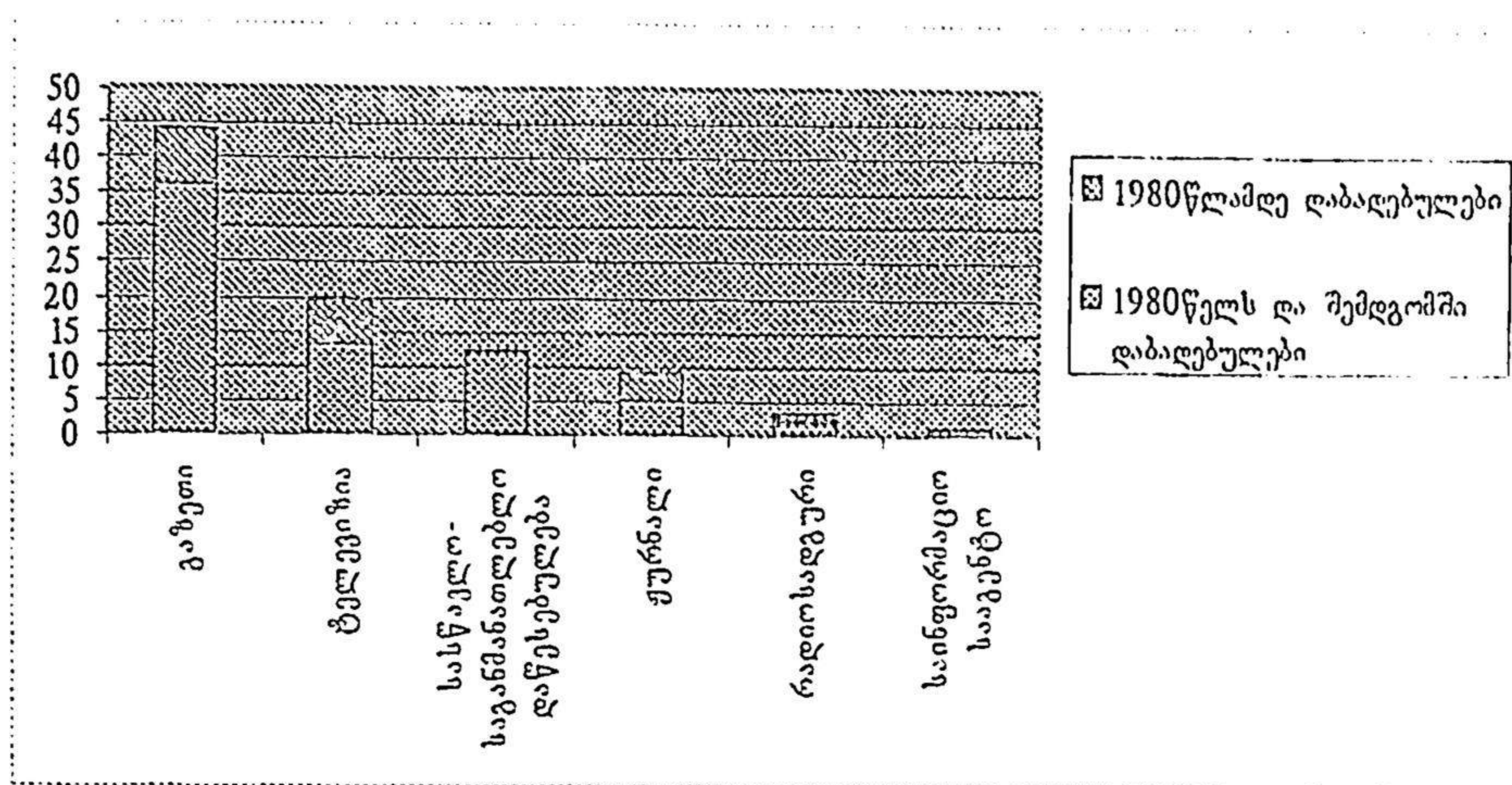
ჟურნალისტთა კონკრეტული საქმიანობა მასმედიის ორგანოებში განისაზღვრება მუდმივი ან ნაწილობრივი დატვირთვით. საინტერესოა მათი სამსახურის სტაბილურობის კოეფიციენტიც. საამისოდ ჯერ უნდა გავარკვიოთ სად მუშაობენ ჩვენი ჟურნალისტები? გამოვყოფთ ორ ჯგუფს: 1980 წლამდე დაბადებულები და 1980 წლის შემდეგ (იხილი ამჟამად ეუფლებიან ჟურნალისტიკის პროფესიას ივ. ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტში). ამგვარ მიდგომას განაპირობებს ის, რომ სტუდენტების საქმიანობა ძირითადად სასწავლო პრაქტიკას ან შემეცნებით აქტივობას უკავშირდება. შედეგად ჟურნალისტთა დასაქმება ასეთია: გაზეთში მუშაობს გამოკითხულთა 48%, აქედან 8 ჯერჯერობით სტუდენტია; ტელევიზიაში დასაქმებულია 22%, აქედან 7 სტუდენტია, სასწავლო-საგანმანათლებლო დაწესებულებებში — 15%, ჟურნალში — 10%, აქედან 4 სტუდენტი, რადიოსადგური — 4%, აქედან 1 სტუდენტი, საინფორმაციო სააგენტოში — 1%. (იხილეთ სქემა №2)

ამერიკელი მეცნიერების გამოკვლევებით, აშშ-ში საინტერესო სურათია. გთავაზობთ ჟურნალისტების დასაქმების სტატისტიკას 90-იანი წლებში:

ყოველდღიურ გაზეთებში დასაქმებულია 55.1%, ყოველკვირეულ გაზეთებში — 13.3%, ჟურნალებში — 1.4%. ამრიგად, ბეჭდვით ორგანოებში დასაქმებულია ჟურნალისტთა 69.8%. ტელევიზიაში — 14.6%, რადიოში — 14.5%, ამრიგად, სამაუწყებლო მედიაში დასაქმე-

ბულია ჟურნალისტთა – 29.1%. საინფორმაციო სამსახურებში მუშაობს – 1.1% [51,8-10]

სქემა №2.



როგორია რესპოდენტთა საქმიანობის ხანგძლივობა, ანუ პროფესიული სტაჟი, როგორც გამოცდილების დაგროვების პირობითი საზომი? დადგინდა: საქართველოში ჟურნალისტთა 42% ამ პროფესიას მსახურობს 4-10 წელი, 11%-ის სტაჟია 10-20 წელი, 7%-ისა – 20-30 წელი, იმავე რაოდენობის ჟურნალისტებს აქვთ 30-40 წლიანი აქტიური პროფესიული მოღვაწეობის სტაჟი. აღვნიშნავთ, პრაქტიკოს ჟურნალისტთა 33%-მა ამ სფეროში მოღვაწეობის კონკრეტული დრო ვერ დააფიქსირა.

კომერციული ჟურნალისტიკის მოძალების შედეგად ქართულ მასმედიაშიც შეინიშნება მასალები, რომელთა მიღმაც ფინანსური „გარიგებები“ ილანდება... რამდენი პოტენციურად კორუმპირებული ჟურნალისტია ჩვენში ან რამდენია მუქარის „მსხვერპლი“? კითხვა მორიგი: „გამართლებულად მიგაჩნიათ თუ არა კერძო პირის თუ ორგანიზაციის მიერ ჟურნალისტის არაოფიციალური დაქირავება, რის შედეგადაც ჟურნალისტი მასმედიაში გაშუქებული მასალებით რეკლამირებას ან დისკრედიტაციას უწევს გარკვეულ პირებს თუ ორგანიზაციებს?“ ეს გაუმართლებლად მიაჩნია რესპოდენტთა 76%, ნაწილობრივ გაუმართლებლად 4%, გამართლებულად ან ნაწილობრივ გამართლებულად 8%, უ.ვ.პ. – 6%-მა.

ამა თუ იმ მასალაზე მუშაობისას, ინფორმაციის მიწოდების შესაჩერებლად კერძო პირები /ორგანიზაციები/ ემუქრებიან

გამოკითხულთა 40%-ის, სახელმწიფო უწყებებს და ჩინოვნიკებს მსგავს ქმედებაში ამხელს გამოკითხულთა 24%. უნდა ითქვას, რომ ანკეტირების შემდეგ დაფიქსირდა ჩვენს მიერ გამოკითხული ჟურნალისტებზე ფიზიკური მუქარის გამოვლენის მაგალითები, რაც მხოლოდ ზრდის აღნიშნულ პროცენტულ მაჩვენებლებს. თუმცა, ეს ის კატეგორიაა, რომელიც ამ მიზეზითაც კი არ იქცა ჟურნალისტიკის პროფესიიდან მიგრაციის მსხვერპლი. პირიქით, ჟურნალისტიკა დასაქმების გასწილ სფეროდ იქცა..

§2. პროფესიული მიგრაცია და მისი სახეები (2000-2001 წლის მონაცემების მისედვით)

მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენში არასრული დატვირთვით მუშაობს მოქმედ ჟურნალისტთა 37%, პროფესიული მიგრაცია ამ სფეროში მაინც მძლავრია. პროფესიულ მიგრაციაზე მოქმედი ფაქტორებია: მასმედიის ორგანოთა რაოდენობის მკვეთრი ზრდა, ჟურნალ-გაზეთების ცირკულაციის და ძირითადი გეოგრაფიული ზონის ცვალებადობა; პროფესიული და კომერციული კონკურენცია.

თანამედროვე ქართულ ჟურნალისტიკაში პროფესიული მიგრაცია ორი სახისაა:

სხვა პროფესიებიდან ჟურნალისტიკის მიმართებით მოძალემა, რაც გამოწვეულია მონათესავე და სხვა სპეციალობების სამუშაო ადგილების მკვეთრი დეფიციტით, ჟურნალ-გაზეთების რაოდენობის ზრდით და ფრაგმენტული არსებობით; ფინანსური დაინტერესებით.

პროფესიული და კომერციული კონკურენციით გამოწვეული ცვალებადობა, რაც წარმოქმნის მიგრაციას მედიის ორგანოებს შორის. იკვეთება პროფესიული მიგრაციის ჯგუფური სახეებიც. ესაა ე.წ. ჟურნალისტ-free-laster-ები, რომლებიც არ არიან მიჯაჭვულები მედიის კონკრეტულ ორგანოზე.

რა იზიდავს მათ ჟურნალისტიკის სფეროსკენ? რამდენად სწორად აირჩიეს მათ პროფესია? რას მოიაზრებს მომავალი ჟურნალისტი თავის პროფესიაში; სურს თუ არა მას ამ სფეროში შემდგომი მოღვაწეობა?

რესპოდენტები პასუხობენ შეკითხვას: რატომ გახდით ჟურნალისტი? მათი მისწრაფებები ტიპოლოგიას საზღვრავს:

* მწერლობისადმი თავდაპირველი სიყვარულს, პუბლიცისტიკისადმი, შემოქმედებითი სფეროსადმი ინტერესს, ჟურნალისტური ცხოვრების წესისადმი ლტოლვას ასახელებს გამოკითხულთა 31%. იგივე მიზეზი წარმართავს ამერიკაში გამოკითხულთა 37%-ს [51,51].

* ჩვენთან 12% შემთხვევაში სხვა პროფესიის არჩევანს. მაჩვენებელი დასავლური ცნობიერებისთვის გრანდიოზულია. მართალია, ამის ერთეული შემთხვევები არსებობს, მაგრამ ასეთს ერთეულ შემთხვევებს ცალკე გრაფაში არ აფიქსირებენ.

* საკმაოდ ბევრი პასუხი ლაკონიურია, დასაფიქრებელი და გასაშიფრია. ერთი სიტყვით, ჟურნალისტობა 29%-სთვისაა „ბედისწერა“ და „მოწოდება“.

* პერსპექტივა უკეთესი ანაზღაურებისა, სამუშაოს დაწყების სურვილი, საკუთარ პროფესიულ და სხვა სფეროში დაუსაქმებლობა, ეკონომიური დამოუკიდებლობისკენ სწრაფვაა ჟურნალისტობის საბაზი გამოკითხულთა 7%-ში.

* სხვადასხვა ფაქტორებია: საზოგადოებასთან ურთიერთობის, მისი გაცნობის სურვილი -11%; თავისუფალი აზრის გამოსატვის საშუალება - 2%; ოჯახური ტრადიცია - 2%;

აღსანიშნავია, ზედმიწევნით ზუსტი პასუხები პროფესიული სტაჟის მატების პროპორციულია. ამერიკელი ჟურნალისტების 11%-ისთვის ზეგავლენის მოხდენის და ცხოვრების შეცვლის პერსპექტივა, მოვლენის ეპიცენტრში ყოფნის შესაძლებლობაა განმსაზღვრელი.

ყოველი მეათე გამოკითხული ამერიკელი ჟურნალისტის კარიერაზე იმოქმედა სფეროს გამორჩეულად „საინტერესო“ ბუნებამ. ამერიკელების 13% ახალი ამბების ძიებისადმი მისწრაფებამ მოიზიდა[51,52]. ამ 13%-იანი მაჩვენებლის მიღმა იგულისხმება სწორედ სიახლის ძიებისა და მისი შეტყობინებისკენ სწრაფვა.

2002 წელს მიმდინარე პროფესიულმა მიგრაციამ, რაც ახალი ჟურნალ-გაზეთების გაჩენამ განაპირობა კიდევ ერთხელ გამოხატა აღნიშნული ტენდენციები. ასე, მაგალითად, გაზეთ „დრონის“ თანამშრომლების გარკვეული ნაწილი „მთავარ გაზეთში“ აღმოჩნდა, I არხის ჟურნალისტები სხვადასხვა ახლადშექმნილ ტელეკომპანიებში. ეს პროცესები პერმანენტულია.

საქართველოში არ არსებობს გასული წლების ამგვარი სტატისტიკური მონაცემები. ამიტომ ანკეტაში ფიქსირებულია სპეციალური კითხვები, რომელთა მიზანია შეძლებისდაგვარად წინა წლების („უძრაობის“, პოსტ-საბჭოური პერიოდების) მონაცემთა ბაზის შექმნა, შედარება თანამედროვეობასთან და ცვლილებების ქრონიკის წარმოდგენა. ჟურნალისტები ზედმიწევნით ობიექტურად აფასებენ გასული ეპოქის მასმედიას.

მორიგი კითხვებია: „შეაფასეთ, როგორი იყო მასმედის ზემოქმედება საზოგადოებრივ აზრზე „უძრაობის“, პოსტსაბჭოურ პერიოდებში და დღესდღეისობით?“ შეფასება 4 კრიტერიუმით(სავარაუდო პასუხში) მისდევით, ესენია: ძალიან დიდი, საშუალო, სუსტი, არანაირი. გამოკითხულთა 51% თვლის, რომ უძრაობის პერიოდში მასმედიის ზემოქმედება იყო ძალიან დიდი, 25%-ის აზრით საშუალო, 16%-თვლის, რომ მაშინ სუსტი ზემოქმედება ჰქონდა მედიას, 3%-ის პასუხია—არანაირი. დანარჩენები(5%)აღნიშნავენ გრაფებს — უ.კ.პ. ან

ა.გ. ჟურნალისტთა აზრით, მასმედიის ზეგავლენა წლებთან ერთად კლებულობს. შესაბამისად: ათი პროცენტით ნაკლები მიიჩნევა, რომ პოსტ-საბჭოურ პერიოდში მედიის ზეგავლენა ისევ ძალიან დიდია, მსოფლიოდ 35%-ის აზრით რჩება ამ სიმაღლეზე პრესა დღესდღეისობით. პროპორციულად მატულობს მათი რიცხვი, ვისაც მიაჩნია, რომ პ/საბჭოურ პერიოდში მასმედიის ზეგავლენა საზ. აზრზე საშუალოა, აქაა გამოკითხულთა 44%. 2%-ით გაზრდილია მაჩვენებელი თანამედროვე მასმედიის საშუალო აქტიურობაზე. საბოლოოდ ყველაზე აქტიურ პერიოდს საზოგადოებრივ აზრზე მედიის ზემოქმედებისა რესპოდენტები ასახელებენ უძრავობის პერიოდს, საშუალო აქტიურობით კი თანამედროვე პრესას. საინტერესოა, იმ ზეგავლენის ხარისხის დადგენა, რომელიც მედიის კონტროლისა და მანიპულაციის მიზნით პოლიტიკური ძალებიდან ხორციელდება.

ანკეტაში წარმოდგენილია ისეთი კითხვები, როგორიცაა: რამდენად შეიცვალა მასმედია საქართველოში; რამ გამოიწვია და რაზე იმოქმედა ამ ცვლილებებმა; მასმედიის რომელ საშუალებებზე აისახა ეს ცვლილებები ყველაზე მეტად; რამდენად თავისუფალი იყო და არის პრესა და სხვ.

ჩემთვის განსაკუთრებით საინტერესო იყო რამდენიმე რესპოდენტის მიერ შევსებული ანკეტა, რომელთა პასუხები რიგ შეკითხვებზე ზოგჯერ აერთიანებდნენ უმრავლესობის აზრს, ზოგჯერ უმცირესობაში იყვნენ. მათგან უმეტესობა მედიის ორგანოს ხელმძღვანელია.... ამ ანკეტებზე დაკვირვებით შეიძლება ჟურნალისტის პერსონიფიცირებულ თვისებებზე მსჯელობა. შეიძლება ითქვას, რომ მათი პიროვნული ფასეულობების პოლიტიკას სურს იმოქმედოს ათეულობით ჟურნალისტზე. მედიის ორგანოების შიდა სამზარეულოს კვლევაც საკმაოდ საინტერესო აღმოჩნდა. თვალშისაცემია ჟურნალისტების ის ნაშრომებიც, რომლებსაც თავის კარიერაში ყველაზე წარმატებულად ასახელებენ.

ქართველ ჟურნალისტთა უმეტესობა თავის არჩევანს პროფესიულ ინტერესს უკავშირებს. ზოგიც ამ პათოსს ზედმიწევნით ზუსტად ახასიათებს. იმის გასარკვევად თუ როგორი უნდა იყოს თანამედროვე ჟურნალისტიკა, უნდა გაირკვეს: რისი შეცვლა სურთ თავად ჟურნალისტებს? მათს ხელთაა საზოგადოებასთან ურთიერთობის უმძლავრესი საშუალება, მისი უდიდებულესობა სიტყვა, ყოველთვის ბევრი რამის შეცვლა რომ შეუძლია.

შტატებში გამოკითხულ ჟურნალისტთა რაოდენობა წლიდან

წლამდე იზრდება, რაც გარკვეული გამოცდილების შედეგია. ჩვენთან ახალი ინფორმაციის ასათვისებლად, იმ მიდგომების დახვეწაა საჭირო, რაც უშუალოდ ჩვენი სოციალური გარემოსთვის, მეცნიერული ტრადიციებისა და ნოვატორული კვლევისთვისაა მისაღები. ჩვენი ერთ-ერთი მთავარი მიზანია გავარკვიოთ: რით განსხვავდება ქართველი ჟურნალისტი სხვისგან? თანამედროვე ჟურნალისტები, რომლებმაც ახალ ათასწლეულში შეაბიჯეს გამოცდილებას გვიზიარებენ, ამიტომ ქართული მასმედიის დიაგნოზს, ანამნეზს თუ მკურნალობის მეთოდს თავადვე ირჩევენ. პროფესიული ტრადიციებიც სწორედ ჟურნალისტთა ჩვევებში ილანდება. პანაცეაც ტრადიციულია: მანკიერებათა მზილება, ენის, მამულის, სარწმუნოების დაცვის პროფესიული ვალდებულება. ამ პრობლემატიკას დასავლეთის ქვეყნებშიც იკვლევენ, ოდინდ საკუთარ სოციალურ და ეროვნულ ჭრილში. უცხოელი კოლეგების მეთოდოლოგიური გამოცდილებისადმი ინტერესის მიზახი არაა ამა თუ იმ ქვეყნის ტიპური ჟურნალისტის კლონირება. პირიქით, კიდევ ერთხელ ჩავუღრმავდეთ იმ სულიერ პრინციპებს, რომლებიც ყოველ ჟურნალისტში მოიაზრება და ავითარებს პროფესიულ ცნობიერებას. შევნიშნავთ, რომ გამოკითხულთა 93% მართმადიდებელია, ამათგან 70% რელიგურ ფაქტორს ძალიან მნიშვნელოვანად თვლის(თუმცა, გრაფაში: *რომელ პერიოდულ გამოცემებს კითხულობთ რეგულარულად*, არცერთი ჟურნალისტი არ ასახელებს ისეთ პერიოდიკას, როგორიცაა საქართველოს საპატრიარქოს საინფორმაციო სამსახურის ყოველკვირეულ გამოცემა „საპატრიარქოს უწყებანი“. გაზეთები: „კანდელი“ „მრევლი“, ანალიტიკური ბიულეტენი „ივერიის გაბრწყინება“ და სხვ.).

ჟურნალისტური ელიტის მთავარი მიზანი და საზრუნავი გამეფებული ტენდენციების რაოდენობრივის თვისებობრივში გადაყვანა არის.

ასე ყველაფერი განკურნებადია: პრესის სიყვითლეს და „სიბრძნის კბილების“ ლიკვიდაციის სურვილიც. ამის კაპიტელი უნდა შექმნან თანამედროვე ჟურნალისტებმა.

ჩვენი მიზანია კიდევ ერთხელ გავიაზროთ ის ფუნდამენტური მიდგომები, რომლებიც ჩვენს ჟურნალისტიკას ავითარებენ. იცვლება ცხოვრების წესი, ჟურნალისტიკაც ერთიანი საზოგადოების ჩვევების დამკვიდრებას ეხმარება. სწორედ ამიტომ, 100 წლის წინ დახვეწილად დაწერილი ამა თუ იმ პუბლიცისტური ნაწარმოები დღესაც კარგად იკითხება.

ამ ნაშრომში 170 საკითხიდან რამდენიმე დავასასხელეთ, ზოგიც მიმოვიხილეთ. მკითხველი შენიშნავდა მიმოხილვა-კვლევით სარჩულს. ეს სამომავლო ძიების საბაზადაც გვესახება. და თუ ამ გადმოსახედიდან ჟურნალისტიკა ცხოვრების სარკეა, ვფიქრობთ ახალ საუკუნეში კიდევ ერთხელ დავინახავთ და გავარკვევთ ვინ ვართ ჩვენ.

ინფორმირება, როგორც მეტად რთული და კომპლექსური პროცესი, ფაქტთა მოძიების, დამუშავება-გადაცემის სერსთა და მეთოდთა ერთიანობაა. პუბლიცისტურ ნაწარმოებში ინფორმირების თავისებურებების კონკრეტული მიმართულებით შესწავლისას, გამოიკვეთა ჟანრთა გარდაუვალი (კონკრეტული ჟანრისთვის მიკუთვნებული) და გარდამავალი (ყველა ჟანრისთვის ნიშანდობლივი), ჟანრობრივ სესხება-დიფუზიაში გამოვლენილი თვისებები.

პუბლიცისტური ნაწარმოების მონახაზი არსობრივად განსხვავდება ჟანრის პროექტისგან. პროექტი მონახაზის ყალიბია, რომელშიც სინთეზურადაა გამოსახული ჟანრის თვისება და განფენის რადიუსი; ინფორმაციის დამუშავების პროცესში იცვლება მონახაზი, პროექტის რეფორმირება კი დამოკიდებულია ჟანრობრივ ტრანსფორმაციაზე.

ნაშრომში სისტემურად გააზრებულია ინფორმაციის მოპოვების მეთოდები, განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილებულია ინტერვიუებაზე. ინტერვიუება არა მარტო როგორც ინტერვიუ-ჟანრის აქსესუარი, არამედ როგორც სხვა ჟანრებისთვის ხელშესასები მეთოდია, სადაც ჩნდება კითხვათა სწორად დასმის თავისებური ტექნოლოგია.

გამოკვლეულია ინფორმირების თავისებურებანი პუბლიცისტური ტექსტის დასაწყისში. ლიდი დასაწყისის ერთ-ერთ და არა ერთადერთ (როგორც ეს აქამდე იყო მიჩნეული) სახეობადაა მიჩნეული. ლიდსა და შესავალს შორის ტოლობის ნიშანი გაუქმებულია; თანამედროვე ლიდს უკვე არა მარტო ინფორმაციულ შენიშვნაში, არამედ სხვა ჟანრებშიც ვხვდებით, რაც საბაბია მისი ტრანსფორმაციისა და ახალი მახასიათებლების გამოვლენისა, კლასიფიკაციის დაზუსტებისა. ლიდის ორი ფუნქციაა უმთავრესი: 1) როგორც კომპოზიციური ელემენტის, 2) როგორც აგიტაცია-პროპაგანდის საშუალების. ინფორმირების საზღვრებში ღიღია ლიდის აგიტაციურ-პროპაგანდისტული ფუნქცია, რადგან არგუმენტაციების სისტემურ მოწესრიგებას აშშ-ს მასმედიაში პირველ წინადადებებში დაფიქსირებული დებულებები განაპირობებს. პუბლიცისტურ ექსპოზიციას ლიდისგან განსხვავებული მოთხოვნები აკისრია. ეს კარგად ჩანს ამ ორი სახეობის შეპირისპირების ფონზე ქართულ მასმედიაში უმეტესად ვხვდებით დაწყებას ექსპოზიციით.

სიდი — პუბლიცისტური ტექსტის კომპოზიციური ელემენტია, რომელიც დასაწყისს მოსდევს და ნაწარმოებში კონტექსტის ფუნ-

ქციას აძლიერებს. განსილული ქართული და უცხოური მაგალითების კვალდაკვალ გამოჩნდა პუბლიცისტური ზიღის აგების თავისებურებანი, სტრუქტურა, პუბლიცისტური თვისებები.

პუბლიცისტურ ტექსტის მუსიკური აგებულების კვლევა ნაშრომის ერთ-ერთი თვალსაჩინო მიზანია. აბზაციდან აბზაცზე თემატური ტონალობის შესაბამის და ჰარმონიულ გადასვლას, რომლის დროსაც ტექსტობრივი და ჟანრობრივი დეტონაცია არ იგრძნობა, პუბლიცისტური მოდულაცია ვუწოდეთ. მოდულაციის სხვადასხვა ხერხი არაერთ ჟანრშია დაფიქსირებული; იგი ჟურნალისტური ოსტატობის, მწერლის ინდივიდუალიზმის გამოვლენისა და ტენდენციის გამჟღავნების ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალებაა. პუბლიცისტური მოდულაცია, როგორც ინფორმირების თავისებური ხერხი კვლევის თვალსაზრისით სიასლეს წარმოადგენს;

ინფორმირების თავისებურებანი ჟანრთა სინთეზის კვალდაკვალ ჩნდება. ამ მხრივ საინტერესოა profile (დოსიეს) კვლევა, რომლის ასახვის საგანია პიროვნება და მისი ამბლუა. იგი შეპირისპირებულია პორტრეტულ ნარკვევთან; დოსიეში მხატვრულს ცვლის ინფორმაციულ-ანალიტიკური ელემენტები; საინტერესოა მისი აღმოცენებისა და განვითარების პერსპექტივები ამერიკასა და საქართველოში. თანამედროვე დოსიეს მახასიათებლები განსილულია ქართული და უცხოური პერიოდიკის მაგალითების ფონზე.

ჟურნალისტი, როგორც წესი, ინფორმირების პროცესში მოქმედებს თავისი პიროვნული თვისებებიდან და პროფესიული უნარჩვევებიდან გამომდინარე. ამიტომ, ჟურნალისტის პროფესიული ჩვევები ინფორმირების პროცესის ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ფაქტორია.

სოციოლოგიური გამოკვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ საქართველოში მოქმედ ჟურნალისტთა უმეტესობა ბეჭდვით მედიაში მუშაობს. მათი საშუალო ასაკია 31-34 წელი. ქართულ ჟურნალისტიკაში მძლავრობს პროფესიული მიგრაცია და სხვ.

წარმოდგენილი საკითხების შემდგომი კვლევა და მათი ახლებურად გააზრება არაერთ ახალ პუბლიცისტურ მიდგომასა და თავისებურებას გამოავლენს.

Synopsis

Mankind has been striving for being informed since its birth. Those who want to possess much information are called curious, but those who process much more information – *journalists*.

The object of the study of publicistic (non-fictional) information is to reveal those methods and ways by means of which socially valuable information is gained, processed and conveyed. While informing, a journalist realizes his/her idea through synthesis of publicistic means and individual style.

Research of peculiarities/characteristics of informing in publicistic genres has not become the object of special study up to now, although characteristics of informing are noticeably manifested especially in publicistic genres. Our research will be carried out in this concrete direction, in which we will be assisted by interdisciplinary methods.

Due to different reasons, separate genres have not been studied profoundly on the examples of foreign press either. Through comparing *Georgian* and *foreign* examples and theories original approaches appear which determine actuality of the theme.

Informing being quite a difficult and complex process is a unity of searching for facts, ways of processing-conveying information and methods used in this process.

The objective of the present work is to study the ways and forms through which informing is implemented. It is interesting to select *characteristics/features* of a concrete genre and systematize them; to define the scope of informing in different compositional elements of a work underlining new traits; to study how determining factors of effectiveness of a publicistic work, authors' approaches, style and different methods change (transform) during the process of informing; to reveal synthesis of genres and to define activity of a journalist's professional skills.

During the study of *peculiarities/characteristics* of informing in a publicistic work *transitional* (characteristic of all genres) and *non-transitional* (characteristic of a concrete genre) features have been revealed.

An *outline* of a publicistic work essentially differs from the *project* of genre. A project is a mould for an outline which synthesizes features of genre and scope of their distribution. During processing information the outline changes, whereas reformation of the project depends of genre transformation.

The research systematically analyses methods of gaining information and a special attention is attributed to *interviewing*, which is not only an accessory of the *interview-genre*, but also is a method characteristic for other genres, where a specific technology of correctly asked questions appears.

Peculiarities/characteristics of informing in the beginning of a publicistic text have been researched. A *lead* is regarded to be one of the kinds of a beginning and not the only kind of it (as it has been thought up to now).

An equation between a *lead* and an *introduction* has been abolished; a contemporary lead can be found not only in an information item but also in other genres which is the reason for its transformation and for revealing new features, as well as for specifying its classification. There are two main functions of a lead:

1) a lead as a compositional element and 2) as a means for propaganda. Within the framework of informing a lead carries a big function for propaganda, because in the *US mass media* idea expressed in the first sentences determine systemic order of argumentation.

A *publicistic exposition* is charged with different functions. This is well seen through comparing a *lead* and a *publicistic exposition*. Georgian mass media mostly favors beginning with an *exposition*.

A *linker* is a compositional element of a publicistic text, which follows

the beginning and enhances the function of a context in a given text. The study of *Georgian* and *foreign* examples revealed characteristics structure and publicistic features of constructing a *linker*.

One of the outstanding objectives of the present research is to study *musical construction* of a publicistic text. Harmonious transition of thematic tonality from one passage to another, when textual and genre detonation is not felt, is called *publicistic modulation*. Different means of *modulation* are manifested in a number of genres; it is one of the best means for manifestation of journalistic skills and author's individuality as well as for revealing existing tendency.

Publicistic modulation as a special way of informing is a novelty of the present research.

Synthesis of genres is revealed in the process of informing. With this regard it is interesting to study a *profile*. The object of a *profile* is to represent a person and *his/her* *emploi*. A *profile* is compared with a portrait sketch. In a *profile* literary elements are replaced by informatory – analytical ones. The prospects of the origin and development of a *profile* in *Georgia* and *America* are interesting to research. Characteristics of a modern profile are discussed on the basis of the examples from *Georgian* and *foreign* periodicals.

A journalist, as a rule, acts on the basis of *his/her* personal qualities and professional skills, therefore professional skills of a journalist are one of the determining factors in the process of informing.

Sociological research findings show that majority of journalists in Georgia work in print press. Their average age is 31-34. Professional migration prevails in Georgian journalism.

Further study of the presented issues and their interpretation in a new way will reveal a number of new publicistic approaches and peculiarities.

1. გვარჯალაძე თამარ და ისიდორე, „ინგლისურ-ქართული ლექსიკონი“, გამომცემლობა „საბჭოთა საქართველო“, თბილისი, 1975.
2. კუდავა ვამეხ, „ნობელის პრემიის ლაურიატები, აზრები“, გამომცემლობა „ოქროს კვეთა“ თბილისი, 1994.
3. ლომიძე მარინე, „არგუმენტაციის სერხები და მეთოდები სტატიაში“, თბილისი, გამომცემლობა თსუ, 1998.
4. ლომიძე მარინე, „სტატიის ძირითადი ასპექტები“, სადისერტაციო ნაშრომი, თსუ, 1998.
5. „მსოფლიოს გამოჩენილ ადამიანთა ბრძნული გამონათქვამები, აფორიზმები და სენტენციები“, გამომცემლობა „ბიბლიოთეკა სიბრძნისა“, „გ & დ“, თბილისი, 1997.
6. ოსეფაშვილი დალი, ინტერვიუს ტრანსფორმაცია, თბილისის უნივერსიტეტის შრომები, ჟურნალისტიკა, გამომცემლობა თსუ, 2002.
7. საბჭოთა ჟურნალისტიკის თეორია და პრაქტიკა, გამომცემლობა თსუ, 1975.
8. ტაბიძე ნოდარ, გალაკტიონი – რედაქტორი და გამომცემელი, თბილისი, გამომცემლობა თსუ, 1997.
9. ტაბიძე ნოდარ, მზეჯ გალაკტიონი, „გალაკტიონოლოგია“, თბილისი, 2002.
10. ტაბიძე ნოდარ, პოეზია გადაგვარჩენს, „გალაკტიონოლოგია“, თბილისი, 2002.
11. ტაბიძე ნოდარ, ტენდენციის გამჟღავნების ხერხები პუბლიცისტიკაში, საქართველოს ლიტერატურადმცოდნეობის აკადემია, შრომები, ტ. I, 1997.
12. ტაბიძე ნოდარ, პუბლიცისტიკის ჟანრთა კლასიფიკაცია, „ჟურნალისტური ძიებანი“, თბილისი, ტ. III, 2002.
13. „უცხო სიტყვათა ლექსიკონი“, შემდგენლები გ. ბაგალიშვილი და რ. კიკალიშვილი, შ.პ.ს. „კენარი“, შ.პ.ს. „KCS“ თბილისი, 2001, ტ. II.
14. ჭილაია ანდრო, „ლიტერატურისმცოდნეობის ძირითადი ცნებები“, გამომცემლობა თსუ, 1971.
15. ჭუმბურიძე იოსებ, ჟურნალისტიკის თეორიისა და პუბლიცისტური ოსტატობის ზოგიერთი საკითხი, „ჟურნალისტური ძიებანი“, თბილისი, 2002, ტ. III.
16. პოლ ჰემპი, „ათი პრაქტიკული რჩევა ბიზნესის და ეკონომიკის სფეროში მომუშავე ჟურნალისტებისთვის“, უცხოელ ჟურნალისტთა ცენტრი, ვენა, 1991.

17. Ворошилов В.В., Журналистика, издательство Михайлова В. А., Санкт-Петербург, 2000.
18. Гуревич С. М., Номер газеты, издательство „Аспект-Пресс“, Москва, 2002.
19. Гляйсберг Г., О концентрации печати и манипулировании общественным мнением, Москва, 1974.
20. Ким М. Н., Методология профессионального творчества, издательство Михайлова В. А., Санкт-Петербург, 2004.
21. Краткий словарь литературоведческих терминов, под общ. Ред. С.В.Тураева, Москва, 1988.
22. Лазутина Г. В., Основы творческой деятельности журналиста, издательство „Аспект-Пресс“, издательство Московского Университета, Москва, 2000.
23. Махарадзе Н., Факт. Энергетика комментариев, („ქუჩაფარეობის დოკუმენტი“, ტ. III). თბილისი, 2002.
24. Музыкальный энциклопедический словарь, издательство „Советская энциклопедия“ Москва, 1991.
25. Михайлов С. А., Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы, издательство Михайлова В. А., Санкт-Петербург, 2002.
26. Ивин А. А., Логика для журналистов, издательство „Аспект-Пресс“, Москва, 2002.
27. Прохоров Е. П., Введение в теорию журналистики, издательство „Рип-холдинг“, Москва, 2002.
28. Прохоров Е. П., Искусство публицистики, Москва, 1983.
29. Почепцов Г., Информация & дезинформация, издательство „Ника-центр“, Киев, 2001.
30. Тертычный А.А., Расследовательская журналистика, издательство „Аспект-Пресс“, Москва, 2002.
31. Харрис Ричард, Психология коммуникации, издательства: „Праим-Еврознак“, „Издательский дом Нева“, Санкт-Петербург, издательство „Олма-Пресс“, Москва, 2002.
32. Хачатуров К. А., Умение писать для зарубежной аудитории, „Информация, Дипломатия, Психология“, издательство „Известия“, Москва, 2002.
33. Шостак М., Жанры газеты, издательство МГИ им. К. А. Дашковой, Москва, 1999.

-
34. ABBYY *Lingvo 7.0*. (უნივერსალური პროგრამული ლექსიკონის მე-7-ე ვერსია).
 35. Barbara Braidwood, Richard Cropp, Susan M. Boyce, *Writing Magazine & Newspaper Articles*, International Self-Counsel Press Ltd., USA CANADA, 1999.
 36. Brinkley Joel, *How to Find the Research Information You Need, „Interviews That Work, A Practical Guide for Journalists”*, Wadsworth Publishing Company, USA, Belmont, California, 1992.
 37. Biagi Shirley, *„Interviews That Work, A Practical Guide for Journalists”*, Wadsworth Publishing Company, USA, Belmont, California, 1992.
 38. John Chancellor, Walter R. Merce, *Leads, „New News Business, Guide to Writing and Reporting”*, Harperperennial, Harpercollinspublishers, USA, New York, 1995, p.1-16.
 39. John Chancellor, Walter R. Merce, *The New News Business, „New News Business, Guide to Writing and Reporting”*, Harperperennial, Harpercollinspublishers, USA, New York, 1995, p. 17-38.
 40. John Chancellor, Walter R. Merce, *Where you go from there, „New News Business, Guide to Writing and Reporting”*, Harperperennial, Harpercollinspublishers, USA, New York, 1995, p. 39-59.
 41. Dennis Everette E., *The Freedom Forum Media Studies Center, „The American Journalist in the 1990s”*, Lowrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, New Jersey, USA, 1996.
 42. Endicott Bill, *How to Take Notes, „Interviews That Work, A Practical Guide for Journalists”*, Wadsworth Publishing Company, USA, Belmont, California, 1992.
 43. Gomez Linda, *Why you should become a good interviewer, „Interviews That Work, A Practical Guide for Journalists”*, Wadsworth Publishing Company, USA, Belmont, California, 1992.
 44. Jonstone John W. C., Slawski Edward J., Bowman William W., *„The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work”*, Urbana: University of Illinois Press, 1976.
 45. Moyes Norman B., *Journalism*, Ginn and company, USA, 1984.
 46. Schwartz Maryln, *How to ask good questions, „Interviews That Work, A Practical Guide for Journalists”*, Wadsworth Publishing Company, USA, Belmont, California, 1992.
 47. Singer Mark, *Writing about people, „Speaking of Journalism*,

Harpercollinspublishers, USA, New York, 1994.

48. Skinner Donald E., Columbia Journalism Review, „Speaking of Journalism”, Harpercollinspublishers, New York, 1994.

49. Treverton G. F., Covert action, The limits of intervention in the post-war world, New York, 1987.

50. Weaver David H., Wilhoit G. Cleveland, „The American Journalist: A Portrait of U.S. News People and Their Work”, Bloomington: Indiana University Press, 1986, 2nd ed, 1991.

51. Weaver David H., Wilhoit G. Cleveland, „The American Journalist in the 1990s, U.S. News People at the End of an Era”, Lawrence Erlbaum associates Publishers, Mahwah, New Jersey, USA, 1996.

52. Wilson Stan Le Roy, „mass media, mass culture”, McGraw-Hill, Inc., USA, 1995.

53. Zinsser William, Speaking of Journalism, Harpercollinspublishers, New York, USA, 1994.

54. ამონაშვილი მანანა, მოქცავშირის გენმდივნის სახლიც ინგრევა, „რეზონანსი”, 1998, № 116, 2 მაისი, გვ. 6.

55. არაბული ამირან, ლისის ტბა, „ომეგა” №9(35), გვ. 94-97.

56. აშშ-ში ღარიბთა რიცხვი მილიონით გაიზარდა, „24 საათი”, 2002, №117, 27 სექტემბერი, გვ. A4.

57. ბაბუაძე თამარ, პირველად ბერნარ შოუს შემდეგ, „24 საათი”, 2002, №86, 27 აგვისტო, გვ. B6.

58. ბერეჟიანი თათა, მხატვარი ოპტიმისტი, „ომეგა” №9(35), გვ. 50-55.

59. ბუკია სოფო, არჩევნების შემდეგ ყველაზე სიმპათიური ღონისძიება, „24 საათი” 2002, №6, 8 ივნისი, გვ. A3.

60. ბუხრიკიძე დავით, პრიმადონას დაბრუნება, „რეზონანსი”, 1998, 11 მაისი, გვ. 5.

61. ბუჯიაშვილი ეკა, თიხა და ღრო, „ომეგა” №9(35), გვ. 42-49.

62. გოგიტიშვილი თენგიზ, „ბესტ ეკორტ 2002” – ნატო ბინძური უცხებითა და სუფთა ხელებით, 24 საათი, 2002, № 18, 20 ივნისი, გვ. I- A3.

63. გოგიტიშვილი თენგიზ, შაბიამნის ახალი პარტია თავდაცვის სამინისტროსთვის, 24 საათი, 2002, №5, 7 ივნისი, გვ. A3.

64. დიუკი დევიდ, როგორ გამოიწვია ისრაელის ტერორიზმმა და ამერიკულმა ღალატმა 11 სექტემბრის თავდასხმა, „ივერიის გაბრწყინე-

ბა", 2002, №3(43).(WWW.davidduce.com).

65. თბილისი. მიწისძვრით დაზარალებულთა ფონდის..., „24 საათი“, 2002, №107, 17 სექტემბერი, გვ. A6.

66. თევზაძე ვერა, არ დაუშვებთ კოდორის ხეობის დაკარგვას, „24 საათი“, 2002, №75, 16 აგვისტო, გვ. I.

67. თევზაძე ვერა, ერთდღიანი მშვიდობა დედამიწაზე, „24 საათი“, 2002, № 108, 18 სექტემბერი, გვ. A3.

68. კაპანაზე ვასო, ნიდერლანდების საკონსულოს ქართველი კონსული გაუძღვება, „რეზონანსი“ 1998, №177, 3 მაისი, გვ.1.

69. კაპანაძე ვასო, საქართველოში ნიდერლანდების საკონსულო გაიხსნა, „რეზონანსი“, 1998, №116, 1 მაისი, გვ.13.

70. კვესიტაძე ეკა, ვაკანსი №1 საკრებულოს თავმჯდომარე, „24 საათი“, 2002, №6, 8 ივნისი, გვ.1.

71. კორძაია-სამადაშვილი ანა, მოდი გავფრინდეთ!, „24 საათი“, 2002, № 86, 27 აგვისტო, გვ. B4.

72. კორძაია-სამადაშვილი ანა, ქართული პაბების მამა, „24 საათი“, 2002, №5, 7 ივნისი, გვ. B5.

73. კუპრავა დალი, რატომ გვაშფოთებს ქართული ენის გამოცდა, „24 საათი“, 2002, №3, 5 ივნისი, გვ. A6.

74. ლებანიძე მირიან, სოხუმს სამიტის გადაწყვეტილების შესახებ ინფორმაცია „ვერ მოუპოვებია“, „რეზონანსი“, 1998, №116, 2 მაისი, გვ.2.

75. მჭედლიშვილი თამარ, „იგებს ის, ვინც ნაკლებს ხარჯავს“, „24 საათი“, 2002, №6, 8 ივნისი, I-A2.

76. ლომიძე ლუკა, უხილავი საბჭოური კოსმიური ხომალდი, „24 საათი“, 2002, №114, 24 სექტემბერი, გვ. B5.

77. ნინუა ირაკლი, ბობოლათაგან დარჩა ერთი რიოსი, „რეზონანსი“, 1998, 2 ივნისი, გვ. 18.

78. ოსეფაშვილი დალი, დაინგრევა?!, „თბილისი“, №38(19747), 2003, გვ.5

79...ვით 1001 ღამის სიზმარი, „თბილისი“, №44(19753), 2003, გვ. 4.

80. ოჩიაური ლელა, გურამ დოჩანაშვილი, საკუთარი თავის „განამწერს“, „გადამხატავს“ უწოდებს, „ქართული უნივერსიტეტი“, 2004, 20-24. აპრილი, გვ. 1.

81. ოჩიაური ლელა, სასწავლო თეატრი სეზონს ხსნის და ხურავს, „რეზონანსი“, 1998, 4 მაისი, გვ.5.

82. პლატონოვი ოლეგ, რატომ დაიღუპება ამერიკა („რუსკი ვესტნიკ“,

- 1998, №22-23.), „ივერიის გაბრწყინება“, 2002, №3(43), გვ. 24.
83. რაქვიაშვილი ხათუნა, ათონის მთაზე მოგზაურობის შესახებ, „საპატრიარქოს უწყებანი“, №49(202), 2002, გვ. 12-13.
84. სააკაშვილი მიხეილ, საქართველოს აუცილებლად ეშველება, ოღონდ თუ ხელსაც გავანძრევთ, „რეზონანსი“, 1998, 13 ივნისი, გვ.1.
85. სვიმონიშვილი მაკა, უფასო არაფერია, მით უფრო ჯანმრთელობა, „თბილისი“, №44(19753), გვ.6.
86. სუხიშვილი თამარ, როცა მარტო ვრჩები, საქართველოსი ვარ, „24 საათი“, 2002, №4, 6 ივნისი, გვ. 6.
87. სუხიშვილი თამარ, იტალიური ლირიკა და ფიზიკა, „24 საათი“, 2002, №3, 5 ივნისი, გვ. 6.
88. უწმიდესისა და უნეტარესის სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის ილია II-ის საკვირაო ქადაგება, „საპატრიარქოს უწყებანი“, 2004, №13, 8-13 აპრილი, გვ.2.
89. ფაჩუაშვილი ზაზა, ვთი, ღილე დიდკოდრობავ, „24 საათი“, 2002, №107, 17 სექტემბერი, გვ. 1.
90. ფაჩუაშვილი ზაზა, შენთვის რა არის მცხეთა, ძმაო!, „24 საათი“, 2002, №105, 15 სექტემბერი, გვ. I- 4.
91. ფოლი დერეკ, მსოფლიო ჩემპიონატზე ცუნამის დრო მოვიდა, „24 საათი“ 2002 №5, 7 ივნისი, გვ. 8.
92. ხელაშვილი გიორგი, პოლიტიკური „სტაბილურობა“ აზერბაიჯანულად, „24 საათი“, 2002, №3, 5 ივნისი, გვ. 5.
93. ჭიჭინაძე ამირან, ჩემი არჩევანი – კინოდრამატურგია, „ომეგა“ №7(33), 2002, გვ. 71-75.
94. ჯალიაშვილი მაია, ახალი საქმე მიყვარს და მიზიდავს, „ომეგა“, №9(35), გვ.34-41.
95. Изгаршев И., К чему привела реформа?, „Аргументы и факты“, №13(910), 1998, ст. 6.
96. Betsman Luise, Late Night Basketball returns in Walnut High, „Independent“, July 18, 1997, p.5.
97. Bird Maryann, Panther of the Royal Ballet, „Time“, August 13, 2001, p. 59.
98. Ferguson Andrew, The Myth Machine, „Time“, August 13, 2001, p. 34.
99. Freeman Jack. „The Earth Times“ August 1-15, 1997, p.3.
100. Hawthorne Peter, Prosperity Begins at Home, „Time“, August 13, 2001, p. 25.
101. Lanimer Tim, Worst case Scenario, „Time“, March 26, 2001, 67.

102. Manning Anita, Expect germ terrorism experts warn, "USA Today", August 1997, 3D.
103. Pooley Eric, Tumulty Karen, Bush in the crucible, "Time", September 24, 2001, p. 52.
104. Mysterious Moliere, "The Economist", January 20th-26th, 2001, p. 83.
105. Television takes a Tumble, "The Economist", January 20th-26th, 2001, p. 61.

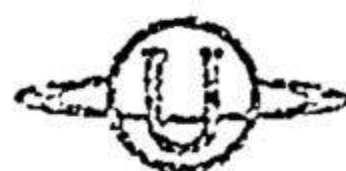
მარიამ გერსამია

პუბლიცისტური ინფორმირების თავისებურებანი

Mariam Gersamia

PECULIARITIES OF PUBLICISTIC INFORMING

5-15



გამომცემლობა „უნივერსალი“

მის.: ჭავჭავაძის გამზ. 1.

ტელ.: 29-09-60