

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

მარიამ გერსამია

პუნდორესტური ინფორმაციების
თავისუფლება

(პროფ. ნოდარ ცაბაძის რედაქციით)

თბილისი
2004

მარიაშ გერსამია
ფილოლოგიის მეცნიერებათა კანდიდატი

პუბლიცისტური ინფორმირების თავისებურებანი

Peculiarities of publicistic informing

რედაქტორი: პროფ. ნოდარ ცაბაძე

რეგენზენტები: პროფ. ნინო მახარაძე
დოქ. მანა ნერეთელი

ISBN 99940-0-029-2

სარჩევი

რედაქტორისგან	4
Review	5
შესავალი	7
თავი I. პუბლიცისტური ნაწარმოებზე მუშაობის მოთხოვნები.	
§1. პუბლიცისტურ ჟანრთა გარდამავალი და გარდაუვალი თვისებები	11
§2. პუბლიცისტური ჟანრის პროექტის, მონასხისა და ნაწარმოების ურთიერთმიმართება	18
§3. ინფორმაციის ორგანიზაციის თავისებურებანი	29
თავი II. ინფორმაციის მოპოვების მეთოდების ზოგადი დახასიათებისთვის	34
§1. ინტერვიუება, როგორც ინფორმაციის მოპოვების მეთოდი	37
• §2. ინტერვიუს წარმართვის ტექნოლოგია (კითხვარის შექმნის თავისებურებანი)	39
თავი III. ინფორმირების თავისებურებანი	
პუბლიცისტური ტექსტის დასაწყისში	49
§1. ლიდის რაობა და მასზე მუშაობის მოთხოვნები	49
§2. ლიდის კლასიფიკაცია	59
§3. ლიდის ოპტიმალური მოცულობა	73
§4. ლიდზე მუშაობის თავისებურებანი, კონკურენცია ფაქტებს შორის	79
§5. ტენდენციის გამჟღავნების თავისებურებანი ლიდში	89
§6. ლიდის ტრასფორმაცია და ფუნქციები	104
§7. პუბლიცისტური ექსპოზიციის	112
თავი IV. კონტექსტის ეარიაციები	
პუბლიცისტური ინფორმირებისას (ხიდი, როგორც პუბლიცისტური ტექსტის ელემენტი)	118
თავი V. პუბლიცისტური ტექსტის მუსიკური აკვებულვა (ინფორმირების თავისებურებანი პუბლიცისტური მოდულაციის მაგალითზე)	124
• თავი VI. ინფორმირების თავისებურებანი ჟანრთა სინთეზის კვალდაკვალ (ამერიკული Profile და ქართული დოსიე)	134
თავი VII. თანამედროვე ჟურნალისტიკის პროფესიული უნარ-წყევები	154
§1. ჟურნალისტიკის საშუალო ასაკი და დასაქმება	160
§2. პროფესიული მიგრაცია და მისი სახეები	165
დასკვნა	170
Synopsis	172
ლიტერატურა	176

რედაქტორისგან

ეს წიგნი კიდევ ერთი დადასტურებაა ჟურნალისტიკამცოდნეობის ქართული სკოლის წინსვლისა. ამის განცხადების უფლებას იძლევა არა მხოლოდ პრობლემატიკა, არამედ საკითხთა განხილვის სიღრმე და დასკვნათა სისრულე.

მ. გერსამია ძირითადად ინტერესდება ჟურნალისტიკის ლაბორატორიითა და პუბლიცისტური ტექსტის კომპოზიციით. ორივე საკითხი აქტუალური და ყავლგაუსვლელი არის. ისიც უნდა ითქვას, რომ ეს ასპექტები მკვლევართაგან მივიწყებულია.

ჩანაფიქრიდან გამომდინარე ყურადღება მახვილდება ჟანრის მონახაზსა და პროექტზე, ინტერვიუს წარმართვის ტექნოლოგიაზე, ლიდიის საეციფიკაზე, ექსპოზიციის მრავალსახეობაზე და ა.შ.

ქვესაკითხები განშტოებულად არის წარმონიშნული და ურთიერთგანპირობებულობაში განხილული.

ავტორი ითვალისწინებს უცხოელი მეცნიერების მოსაზრებებს, მაგრამ ბრძალ როლი მიეცება მათ. მძლავრობს კრიტიკული პათოსი. არსებითია ისიც, რომ მ. გერსამია პოლემიკის პირველ საფეხურზე (ძველის მოხსნა) არ ჩერდება. აყალიბებს ახალ თვალსაზრისს და ასაბუთებს.

ანგარიშვასაწვეია მკვლევარის მოსაზრებები მეთოდისა და წყაროს გამოყენების თაობაზე. საგულისხმოა დასკვნები ლიდიის თაობაზე. ავტორი ამტკიცებს, რომ ლიდი დასაწყისის ერთ-ერთი და არა ერთადერთი სახეობაა. ორიგინალურია მკვლევარის თვალსაზრისი ლიდების კლასიფიკაციასთან დაკავშირებით.

მკითხველს ეთხოვ, ყურადღება გაამახვილოს იმ თავზე, რომელიც დოსიეს ეძღვნება. აქაც სასურველი სიახლე იგრძნობა.

მ. გერსამიამ საგანგებო გამოკითხვა ჩატარა ჟურნალისტიკის პროფესიული ჩვევების დადგენის თვალსაზრისით. ამ სოციოლოგიური გამოკვლევიდან მომდინარე დასკვნები, ეფიქრობ, მრავალმხრივ არის ანგარიშვასაწვეი.

და მაინც, ყველაზე მნიშვნელოვნად ის თავი გვესახება, რომელიც პუბლიცისტურ მოდულაციას ეძღვნება. ამ საკითხის წამოჭრისა და განხილვის საქმეში პირველობის პაღმა მ. გერსამიას ეკუთვნის. თვით ტერმინი „პუბლიცისტური მოდულაცია“ მან შემოიტანა სამეცნიერო მიმოქცევაში.

ავტორი მსჯელობს ტექსტის მუსიკალურ აგებულებაზე, ნაწილების თემატურ ტონალობასა და ძირითადი გამის პარამონიულობის შენარჩუნებაზე. ყოველივე ეს ტენდენციის გამოვლენის და ჩანაფიქრის მკითხველთან მიტანის ეფექტური გზაა.

შეიძლება ზოგიერთ საკითხზე ვიკამათოთ, მაგრამ ეს როდია გადამწყვეტი. თავიდათავი ის გახლავთ, რომ წიგნი დაწერილია ევროპული მეცნიერების მიღწევათა გათვალისწინებით და ცალკეული ორიგინალური მიდგომებით.

პროფ. ნოდარ ცქაბაძე

REVIEW

This book is another confirmation of advancement of Georgian school of journalistic studies. The researched issues, the depth of the investigation and drawn conclusions enable us to assert the above.

M. Gersamia is mainly interested in the way journalists work and in the composition of publicistic texts. Both these issues are actual. In addition, it should be noted that these aspects are somewhat neglected by other researchers.

The attention is attributed to an outline and a project, to the way an interview is conducted, to specifics of a lead and variety of exposition, etc.

The sub-themes are discussed as being inter-determining and are split into the constituent parts.

The author takes into consideration the views of foreign scientists but does not follow them blindly; on the contrary, critical attitude prevails in the study. It is also essential that M. Gersamia does not stop at the bottom step of the research of the problem, but she formulates a new approach and brings evidence to prove her point.

The researcher's views concerning distinction between method and source should be reckoned with. The conclusions on a lead are noteworthy. The author proves that a lead is one of the kinds of the beginning and not the only kind.

M. Gersamia's opinion on classification of leads is original.

I would like to draw a reader's attention to the chapter which deals with a profile. The chapter exhibits a desirable novelty.

M. Gersamia carried out a special survey to determine a journalist's professional skills. Many aspects of the conclusions made on the basis of the above-mentioned sociological survey are to be taken into consideration.

Still the most important chapter of the book appears to be the one which is devoted to publicistic modulation. M. Gersamia is the first researcher who raised and studied this issue. The term itself – a publicistic modulation – has been introduced into academic discourse by the author.

Further the author discusses musical construction of texts, thematic tonality and preservation of harmony of the main scale. All the above is an effective way for revealing existing tendency and manifestation of the main idea of the author.

We can have a polemic on some of the issues, but the main thing is that the book has been written with consideration of the achievements of European scientists and exhibits original approach.

Prof. Nodar Tabidze

შესავალი

კაცობრიობას დღიდან გაჩენისა ამომრავებს დიდი სურვილი, იყოს ინფორმირებული. მას, ვინც ბევრი ინფორმაციის დაუნჯებას ესწრაფვის — ცნობისმოყვარეს უწოდებენ, ხოლო ვინც ძალიან ბევრ ინფორმაციას ერკინება — ჟურნალისტს.

პუბლიცისტური ინფორმირების კვლევისას არსებითაა იმ მეთოდებისა და ხერხების გამოვლენა, რომელთა მეშვეობითაც ხორციელდება საზოგადოებრივად ღირებული ინფორმაციის მოპოვება, დამუშავება და გადაცემა. ინფორმირებისას ჟურნალისტი პუბლიცისტური ხერხებისა და ინდივიდუალური სტილის სინთეზით, გარკვეული ოსტატობით ახორციელებს ჩანაფიქრს.

რამდენადაც ინფორმირების პროცესი ფაქტთა მოძიების, დამუშავება-გადაცემის ხერხთა და მეთოდთა ერთიანობაა, ამდენად, ნებისთი თუ უნებლიედ, მასზე თეორეტიკოსთა და პრაქტიკოსთა ყურადღების შექერება ბუნებრივია. საზოგადოებრივად ღირებული მასალების ეტაპობრივად და სტრუქტურულად შერჩევა-გააზრება და ტრანსლაცია მრავალმხრივ საინტერესო და მრავალგანზომილებიანი საქმეა.

ინფორმირების თავისებურებანი თვალსაჩინოდ ვლინდება პუბლიცისტურ ჟანრებში. ჩვენი კვლევა ამ კონკრეტული მიმართულებით წარიმართება. ამ მხრივ, საინტერესოა როგორც ქართული, ასევე ამერიკული, რუსული, უკრაინული ნაშრომები, პერიოდიკა. კვლევისთვის გვეხმარება დისციპლინათშორისი მეთოდები.

როგორც ცნობილია, ჟანრის ჩამოყალიბებასა და სტრუქტურაზე მოქმედებს ეპოქის თავისებურებანი [12,97]. ამასთან, თითოეული სოციუმისთვის ნიშანდობლივია პუბლიცისტური ხერხების ორიგინალურად გამოვლენა. ამიტომ ამ ხერხებისა და მეთოდების კომპლექსური კვლევა სოციუმზე დაკვირვების კვალდაკვალ წარიმართება, რა თქმა უნდა, ქართული თუ უცხოური მაგალითებისა და თეორიების ურთიერთშეპირისპირების საფუძველზე.

უცხოური მაგალითებისა და თეორიების გაუაზრებელი კოპირების საპირისპიროდ, პუბლიცისტური ხერხების კვლევის ფონზე ქართული ორიგინალური მიდგომებიც გამოჩნდება.

რა ფორმებით და ხერხებით ხორციელდება ინფორმირება? ამის გასარკვევად საჭიროა კონკრეტული ჟანრის ამა თუ იმ თვისების გამორჩევა და მახასიათებლების სისტემატიზაცია. საყურადღებოა

პუბლიცისტური ტექსტის დამუშავების მეთოდების კვლევა და ინფორმირების დიაპაზონის განსაზღვრა ნაწარმოების სხვადასხვა კომპოზიციურ ელემენტში. ბუნებრივია, პუბლიცისტური ნაწარმოების ეფექტურობას განსაზღვრავს ავტორისეული მიდგომები, სტილი, სხვადასხვა ხერხის გარდასახვა ინფორმირების ამა თუ იმ ეტაპზე. ამ პროცესში ჩნდება ჟანრთა სინთეზიც. პუბლიცისტური ინფორმირებისას დიდ როლს ასრულებენ ჟურნალისტის პროფესიული უნარ-ჩვევები.

ნაშრომში გამოვკვეთილია ინფორმირების თავისებურებანი ჟანრის პროექტთან და მონახაზთან მიმართებით. გამოკვლეულია ჟანრთა გარდაუვალი (კონკრეტული ჟანრისთვის მიკუთვნებული) და ვარდამავალი (რამდენიმე ჟანრისთვის ნიშანდობლივი, ჟანრობრივ სესხება-დიფუზიაში გამოვლენილი) თვისებები; მონახაზის შექმნის სხვადასხვა ალტერნატიული გზა, ინფორმაციის ორგანიზაციის თავისებურებანი.

გამოყოფილია ინფორმაციის მოპოვების ძირითადი მეთოდები. ინტერვიუება განხილულია არა მარტო როგორც ინტერვიუ-ჟანრის აქსესუარი, არამედ როგორც სხვა ჟანრებისთვის ხელშესახები მეთოდი.

ინფორმირების თავისებურებანი პუბლიცისტური ნაწარმოების დასაწყისში მხოლოდ ნაწილობრივ და ცალმხრივადაა შესწავლილი. ამდენად ჩვენ შევეცადეთ ეს ხარვეზი ნაწილობრივ მაინც შეგვევსო, ამიტომაც ყურადღება გამახვილებულია პუბლიცისტური დასაწყისის შექმნის ახალ ხერხებზე, მიდგომებზე, სახეობებზე; დადგენილია ინფორმირების თავისებურებანი პუბლიცისტური ტექსტის დასაწყისში. ლიდი დასაწყისის ერთ-ერთ, და არა ერთადერთ (როგორც ეს აქამდე იყო მიჩნეული) სახეობადაა მიჩნეული. დაზუსტებულია ლიდის ფუნქციები, პუბლიცისტური ბუნება, თანამედროვე ლიდის ტრასფორმაციის მიზეზები და სხვა თავისებურებანი.

ყურადღება გამახვილებულია პუბლიცისტური ექსპოზიციის და შეპირისპირების გზით დადგენილია მისი მახასიათებლები.

კონტექსტის ვარიაციებზე მსჯელობისას აქცენტირებულია პუბლიცისტური ტექსტის ის ნაწილი, რომელიც დასაწყისის შემდეგაა. იგი ახალი ტერმინითაა განსაზღვრული და განხილულია მისი აგების თავისებურებები, პუბლიცისტური თვისებები.

კვლევის მიზანია დადგინდეს რა გზებით, მეოდებითა და ხერხებით ხორციელდება წარმატებული პუბლიცისტური ნაწარმოების

მუსიკური, ე.ი. სულიერი ჩასახვა. სწორედ ამ კუთხით განხილულია პუბლიცისტური მოდულაციის ვარიაციები ღია წერილის მაგალითზე.

ნაშრომში გაანალიზებულია ინფორმირების თავისებურებანი ჟანრთა სინთეზის (ნარკვევისა და ინტერვიუს) კვალდაკვალ. გამოკვლეულია პუბლიცისტური ჟანრის, *profile* (დოსიეს) აღმოცენებისა და განვითარების გზები ამერიკასა და საქართველოში. ყურადღება გავამახვილებულია ტერმინოლოგიაზეც.

ჟურნალისტი, როგორც წესი, ინფორმირების პროცესში მოქმედებს თავისი პიროვნული თვისებებიდან და პროფესიული უნარჩვევებიდან გამომდინარე. ამიტომ ინფორმირების თავისებურებები თანამედროვე ჟურნალისტის პროფესიული ჩვევების კვლევის ფონზე ვლინდება. ჩატარდა სოციოლოგიური კვლევა, რომელშიც ასამდე ჟურნალისტის პასუხები დაფიქსირდა. ნაშრომში გათვალისწინებულია აშშ-ში წარმოებული ანალოგიური გამოკვლევები და შეპირისპირების საფუძველზე მიღებულია დასკვნები. ეს გამოკვლევა საქართველოში ერთ-ერთი პირველია.

მსჯელობის მართებულად წარმართვისა და დასკვნების ლოგიკურად ჩამოყალიბებისთვის მიზანშეწონილად ჩავთვალეთ შესავალშივე მოგვეცა ზოგიერთი ახალი ტერმინის ზოგადი კვალიფიკაცია:

1. *ინფორმაციული ერთეული* შინაარსობრივად დასრულებული წინადადება ან წინადადებათა ერთობლიობა.

2. *ჟანრის პროექტი* – ჟანრის გარდამავალი და გარდაუვალი თვისებების ერთობლიობა.

3. *ზედი* კომპოზიციური ელემენტი, ამასთან შუალედური, გარდამავალი ინფორმაციული ერთეულია, რომელიც დასაწყისის (*ლოდის ან ექსპოზიციის*) შემდეგაა და ნაწარმოებში კონტექსტის ფუნქციას ასრულებს.

4. *პუბლიცისტური მოდულაცია* აბზაციდან აბზაცზე თემატური ტონალობის შესაბამისი და ჰარმონიული გადასვლაა, რომლის დროსაც ტექსტობრივი და ჟანრობრივი დეტონაცია არ იგრძნობა.

5. *დოსიე* – იგივე *profile*, პუბლიცისტური ჟანრია, რომელიც პორტრეტული ნარკვევისა და ინტერვიუ-დიალოგის სინთეზის კვალდაკვალ განვითარდა.

განსახილველად შერჩეულია შემდეგი პერიოდული გამოცემები: „თბილისი“, „რეზონანსი“, „24 საათი“, „ქართული უნივერსიტეტი“, ჟურნალი „ოზგა“, საქართველოს საპატრიარქოს საინფორ-

მაცხოვრებლის სამსახურის ყოველკვირეული გამოცემა „საპატრიარქოს უწყებანი“, საინფორმაციო-ანალიტიკური ბიულეტენი „ივერიის გადარწმუნება“, ჟურნალები „Time“, „Economist“, გაზეთები „The Earth Times“, „Independent“, „USA Today“, „Αρχειομενος u φакτος“, საინფორმაციო სააგენტო „Associated Press“-ის („ასოშიეითიდ პრესის“) მიერ გავრცელებული მასალები, ინტერნეტი და სხვ. რა თქმა უნდა, გზადაგზა მოშველიებულია სხვა ქვეყნების და პერიოდიკის მაგალითებით.

შეჯერებულია ნ. ტაბიძის, ნ. მახარაძის, მ. ლომიძის, ს. ჭუმბურიძის, დ. ოსეფაშვილის, ა. ჭილაიას, ე. პროზოროვის, გ. ლაზუტინას, მ. შოსტაკის, ა. ტერტიჩნის, ა. ივინის, ს. მიხაილოვის, გ. პოჩუკოვის, მ. კიშის, ამერიკელი მკვლევარების ს. ბოისის, ბ. ბრედვუდის, რ. ქროფის, ჯ. ჩენსლორის, ვ. მერსის, ნ. მოიესის, ბ. ენდიკოტის, ჯ. ქიურის, ჯ. ბრინკლის, დ. ბასკეტის, ლ. გომესის, დ. სკინერის, ჯ. ტრევენტონის, უ. ზინსერის, ე. დენისის, ე. ჯონსტონის, დ. ეივერის, კ. ვილჰელმის და სხვათა შეხედულებები.

თავი I. პუბლიცისტური ნაწარმოებზე მუშაობის მოთხოვნები
§1. პუბლიცისტურ ჟანრთა გარდამავალი და გარდაუვალი
თვისებები

ჟურნალისტის ჩანაწერების წარმოების პროცედურა განსხვავდება სხვა პროფესიის წარმომადგენელთა მსგავსი საქმიანობისგან. პუბლიცისტურ ტექსტზე მუშაობისას პროექტირების აუცილებლობა ჩნდება, რაც თავისდათავად გულისხმობს ტექსტის მონახაზის შექმნას, ჩანაწერთა დამუშავებას, პარალელთა გადაკეთის მოძიებას, მასალის აკინძვისას მონაცემების კოორდინაციას, ინფორმაციული პასაჟების ძიებას და სხვ.

იმისთვის, რომ ჟანრის პროექტირებაზე ვისაუბროთ, დასაზუსტებელია რა კრიტერიუმების მიხედვით ვისხენიებთ მას ამგვარად. თავად პროექტის აგების საფუძველია თითოეული ჟანრისთვის გამორჩევა და დახარისხება. გასათვალისწინებელია, რომ თავად „*ჟანრის, როგორც ისტორიული კატეგორიის, ფორმისეული მოდიფიკაციები სხვადასხვაგვარად ელინდება (ჟანრულ სისტემაში ან ერთი ჟანრის ფარგლებში მიმდინარე ცვლილებები). ზოლო შინაარსობრივ ცვალებადობაზე გავლენას ახდენს ეპოქის იდეოლოგია...*“ [6,90] ეპოქის პულსაცია ამა თუ იმ ჟანრის გააქტიურებას იწვევს: „*მაგალითად, მშფოთვარე ეპოქებში წინ იწევს ჰამფელტი...რაც შეეხება მშვიდობიან ხანას, ამ დროს ფართო გასაქანი ეძლევა ნარკევის და ზოგიერთ სხვა ჟანრს*“ [12,96-97]. ეს პროცესები პირდაპირ მოქმედებს ჟანრთათვისებებზეც. ერთ შემთხვევაში ანალიზი, განსჯა დომინირებს, სხაგან თავად ინფორმაციის მუხტი ძლიერდება.

ჩნდება ისეთი მახასიათებლებიც, რომლებიც დროთა განმავლობაში ჟანრთათვისებებს იძენს (ამთვისებათა ერთობლიობა მკვიდრდება ჟანრის პროექტში). აქ ფიგურირებს: ასახვის საგანი თუ ოპერატიულობის მაჩვენებელი (რა დროში უნდა მომზადდეს ესა თუ ის პუბლიცისტური ნაწარმოები, ე.წ. „შეუვალი ზღვარის“— „deadline“-ის გათვალისწინებით), აქტუალობის თუ სიახლის შემცველი ინფორმაციის (ანუ, ახალი ამბების) რადიუსი, ტენდენციის გამჟღავნების მეთოდების უტილიტირების ხარისხი, განსჯისა და ანალიზის მაჩვენებელი და სხვ. მართებულადაა აღნიშნული, რომ „*ჟანრი გულისხმობს ფუნქციის, საგნის, ნაწარმოების სტრუქტურასა და სხვა მხარეთა თუ ელემენტთა ერთობლიობას*“ [12,97].

ჟანრთათვისებებს/მახასიათებლებს ორ ჯგუფად ვყოფთ:

1. გარდაუვალი (კონკრეტული ჟანრისთვის მიკუთვნებული),

2. გარდამავალი (რამდენიმე ჟანრისთვის ნიშანდობლივი), ჟანრობრივ სესხება-დიფუზიაში გამოვლენილი თვისებები.

პუბლიცისტურ ჟანრთა თვისებები/მახასიათებლები ინფორმირების დროს იჩენენ თავს, ანუ ჟურნალისტი ინფორმაციის მოპოვების, დამუშავების თუ გადაცემის პროცესშიც, მიმართავს რა კონკრეტულ მეთოდს, რომელიმე ცალკეული ჟანრის სამოსელს, მიდგომის ზერხს, სპეციფიკურ მეთოდს იყენებს. აქედან გამომდინარე, თუ ინფორმაციას ინტერვიუებით მოვიპოვებთ, შემდეგ აუცილებელი სულაც არაა ინტერვიუს დაწერა.

მნიშვნელოვანია გავიაზროთ, რომ: „არცთუ იშვიათად ურთიერთში ურევენ ჟანრს და სამოსელს (ზოგჯერ უკანასკნელს „ფორმაც“ მოიხსენებენ). საქმე ისაა, რომ კონკრეტული ჟანრისთვის დამახასიათებელი მანერით შეიძლება დაიწეროს სხვა ჟანრის ნაწარმოებიც. მაგალითად, ზოგჯერ ინტერვიუ-დიאלოგის წყობა მოშეელიებულია ფელეტონის ასაგებად, ანდა რეპორტაჟული მანერით შეიძლება შემოგვთავაზონ ნარკვევი. ამ ფაქტის იგნორირება ბევრ გაუგებრობას იწვევს. მეცნიერული გამოკვლევა აუცილებელია. ჟანრი გულისხმობს ფუნქციის, მასალის, ნაწარმოების სტრუქტურის და სხვა მხარეთა ერთობლიობას, ხოლო სამოსელი გარეგნული იერის ჩვენებას“ [12,97] და უტილიტარიზაციასაც.

ასე რომ, ჟანრში შეძგავალი ესა თუ ის ინფორმაციული ერთეული შეიძლება ატარებდეს ერთი ჟანრის სამოსელს. დასაშვებია ისიც, რომ ამგვარი საფანელი გამოვლინდეს, როგორც ინფორმაციის მოპოვების ფორმა, შემდეგ კი სხვა ჟანრის სამოსელი შეიძინოს. ამრიგად, ინფორმაციის მოპოვების პროცესში შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ერთი ჟანრის სამოსელი, დამუშავებისა და გადაცემის დროს კი პუბლიცისტური ინფორმირების არსობრივი მიმართულება გამოიკვეთოს. პუბლიცისტურ ინფორმირებაშიც ინფორმაციის მოპოვების, დამუშავებისა და გადაცემის ერთიანი შედეგობრივი მაჩვენებელი იგულისხმება.

მასალაზე მუშაობისას (კონკრეტულად ინფორმაციის გადამუშავებისას) საყურადღებოა მახასიათებლები, პუბლიცისტის შემოქმედებით ლაბორატორიაში მასალის „გამჟღავნებისას“ რომ ელინდება. ჟურნალისტის ინდივიდუალიზმით იტვიფრება ის, რაც პირვანდელი სახით „იატაკქვეშეთში“ რჩება. ჟურნალისტის არაპროდუქტიული ქმედებები, შემოქმედებით პროცესს უთუოდ ახლავს. ისინი გარკვეულ როლს ასრულებენ. შემოქმედებითი მუშაობის პროცესში

შეგროვებული ინფორმაციის გარკვეული რაოდენობიდან ის ჟანრობრივ-თვისებრივი მაჩვენებლები დგინდება, შემდეგ პუბლიცისტურ ნაწარმოებში რომ ჩაიქარება. სწორედ აქ, პროექტი გარდაუვალი თვისებებითაც ანსხვავებს ჟანრებს, მიუხედავად იმისა, აქვს თუ არა ადგილი ჟანრის „ბუნიაობას“.

გასათვალისწინებელია, რომ „ნებისმიერ ჟანრს თავისი საგანი და ფუნქცია აქვს; მიზანიც სხვადასხვა მეთოდის გამოყენებით მიიღწევა“ [12, 98]. სწორედ ასე გამოიყოფა ჟანრის გარდამავალი (რამდენიმე ჟანრისთვის ნიშანდობლივი) და გარდაუვალი (მხოლოდ კონკრეტული ჟანრისთვის მიკუთვნებული) თვისებები.

განვიხილოთ ისინი თანმიმდევრობით. გარდაუვალია: ინფორმაცია-ანალიზის დომინირების, ოპერატიულობის (აქვე იგულისხმება „შეუვალი ზღვარი“ — „deadline“), ინფორმაციული ღირებულების, ჟანრის ოპტიმალური მოცულობის, ფაქტის ადგილის და როლის განსაზღვრის საკითხები... გარდამავალია: სიახლის წარმოჩენის ფორმა, პერსონაჟთა რაოდენობის, გეოგრაფიული განფენის, სტატისტიკური თუ სხვა მონაცემების კოორდინაცია, ჟანრის სავარაუდო (და არა ოპტიმალური, ზღვრული) ზომების მაჩვენებლები და სხვ.

საჭიროა ერთი საკითხის საგანგებო კვლევაც.

ზოგჯერ ჟანრის თვისებას პირდაპირ ჟანრად გამოაცხადებენ-ხოლმე და უკვირთ, როგორ მეცნიერულად ჩახლართულია ყველაფერი ამ მიმართებით. ასე, ზოგჯერ ახალი ამბავი — ჟანრი (?), (არადა სტატიაში, რეცენზიაში, კორესპოდენციაში და სხვა ჟანრებშიც „ჩნდება“ ახალი ამბავი — სიახლე(1)); ტერმინი ახალი ამბავის ჟურნალისტიკა უცხოურ (განსაკუთრებით პოსტ-საბჭოური ქვეყნების) ჟურნალისტიკის სახელმძღვანელოებში არამიზნობრივად გაჩნდა, მის გვერდით კი, ჟურნალისტური გამოძიებაც თურმე ჟანრი(?), არადა თითქმის ყოველი ჟურნალისტური საქმიანობა გამოძიების მომცველია, სიახლაც ყოველ ჟანრში უნდა იყოს. ეს თვისებები, როგორც ინფორმირების თავისებური ფორმები, ჟანრთა გარდამავალ თვისებად უფრო „ჩაითვლება“. მართლაც, ჟურნალისტური გამოძიების შემდეგ ჟურნალისტი წერს სტატიას და არა ჟურნალისტურ გამოძიებას, როგორც პუბლიცისტურ ჟანრს. „ჟურნალისტური გამოძიება“ გამოდგება რუბრიკის და არა ჟანრის სახელწოდებად. განა ჟურნალისტი, რომელიც სტატიას წერს არ ატარებს გამოძიებას? შეიძლება მომავლისთვის საკამათო შეიქნეს ის, რომ სტატიის სახედ ჩაითვალოს საგამომძიებლო სტატია, რაც ამ ეტაპზე გაუმართლებლად მიგვაჩნია,

რადგან ჟანრთა სინთეზის ნებისმიერი ფორმა ან თვისებათა შერწყმა ყოველთვის არ ნიშნავს ახალი ჟანრის გაჩენას. არსებითად ყოველი ანალიტიკური ჟანრის დაწყებამდე ჟურნალისტი შესაბამის *გამოძიებას* ატარებს, რომლის შემდეგაც ჟურნალისტმა შეიძლება გადაწყვიტოს დაწეროს ღია წერილი, სტატია თუ რეპორტაჟი, რომელშიც იგი შეეცდება მიმდინარეობის პროცესში თანმიმდევრულად და ოპერატიულად აღწეროს ის, რაც გამოძიების შედეგად იქნა ეტაპობრივად დაფიქსირებული. სხვადასხვა მეთოდის გამოყენებით კონკრეტული პუბლიცისტური ნაწარმოების დაწერა შეიძლება, რომელშიც, მიუხედავად იმისა, რომ სხვადასხვა ჟანრის ელემენტებს ეხვდებით, ადვილი არ აქვს ჟანრის სახელწოდების შეცვლას. ამ დროს უცვლელია ჟანრთა გარდაუვალი თვისებები.

არსებითად „ახალი ამბების“ განსაზღვრებასთან დაკავშირებითაც აზრთა სხვადასხვაობა გამოიწვია იმან, რომ დასავლეთიდან შემოსული ტერმინოლოგიის პირდაპირი თარგმნის დამკვიდრებას ერიდებიან(?). მავანი რატომღაც ცდილობს „ახალი ამბები“ – „ნიუს“-ით მოიხსენიოს და ეს გაამართლოს იმით, რომ მას სხვა დატვირთვა აქვს. სწორედ ამიტომაც, საქმე იქით მიდის, რომ არა მხოლოდ ვიწრო მეცნიერთა წრეში „ახალი ამბები“ ზოგს პუბლიცისტური ჟანრი ჰგონია და არა ჟანრთა გარდამავალი თვისება. აშშ-ში „ახალი ამბების ჟურნალისტიკა“ („news journalism“) გულისხმობს ინფორმაციულ ჟანრებს, თუმცა სიახლე პუბლიცისტური ჟანრების (ინფორმაციულისა და ანალიტიკურის) საერთო გარდამავალი თვისებაა. არადა, ამერიკელებმა ჟურნალისტიკაში სლენგი დაამკვიდრეს. მიუხედავად ამისა, ამა თუ იმ ტერმინის განსაზღვრა მაინც მეცნიერულ მიდგომას მოითხოვს. რის საფუძველზე ზღბა „ახალი ამბების ჟურნალისტიკის“ („news journalism“-ის) ინფორმაციულ ჟანრებთან გაიგივება? არა მარტო ამერიკელების აზრით, ინფორმაციულ ჟანრებში ნაკლებადაა შეჯერებული ძველი ინფორმაცია, განსჯა-ანალიზის ელემენტები. არადა, ინფორმაციული ჟანრების მომზადებისას ჟურნალისტი კონცენტრირებულია ზოგადად აქტუალურ ამბებზე. ამიტომ „ახალი ამბების ჟურნალისტიკის“ („news journalism“-ის) ინფორმაციულ ჟანრებთან გაიგივება საბოლოოდ ამერიკული ჟანრთა კლასიფიკაციის (და ზოგადად ჟანრთა კლასიფიკაციის) არასწორ ინტერპრეტაციას იწვევს. დარწმუნებული ვარ, ნებისმიერი უცხოელი ჟურნალისტი დამეთანხმება, რომ „news“ – ახალი ამბები, სიახლე – ყველა ჟანრის ატრიბუტია და ისეთ ანალიტიკურ ჟანრებშიც კი, (როგორე-

ბიცაა ფელეტონი, პამფლეტი...) აუცილებელია იყოს ახალი ამბავი.

მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ ისიც, თუ რა კონტექსტში ამბობს ამერიკელი „news“-ს. ასე, „newspeople“ – ინფორმაციის მაძიებლები, ხოლო „newsmakers“ – არიან ჟურნალისტები, რომლებიც წინასწარ წერენ მოვლენის განვითარების შესაძლო ვარიანტებს. ისინი ნაკლებ დროს ხარჯავენ სიღრმისეულ ანალიზზე და ძირითადად ინფორმაციულ ჟანრებს ემსახურებიან. და მაინც, „news“-ჟანრი როდია.

ახალი ამბები შესაძლოა რუბრიკად გამოვიყენოთ და მასში გავაერთიანოთ ინფორმაციული შენიშვნა, ანგარიში, რეპორტაჟი, ინტერვიუ და სხვ. წინააღმდეგ შემთხვევაში, აკაკის „ცხელ-ცხელი ამბებიც“, ყოველგვარი ფორმობრივ-შინაარსობრივი ანალიზის გარეშე – „hard news“-ის მოდიფიკაციად უნდა ვაქციოთ. მკითხველიც დამეთანხმება, რომ სიახლე მხოლოდ ცალკეული ჟანრის ან თუნდაც ინფორმაციული ჟანრების კუთვნილება არაა და ის ანალიტიკურ ჟანრებშიც ქმედითაა. ამიტომ, ახალი ამბები გვიანტერესებს, როგორც პუბლიცისტურ ჟანრთა თვისება. წინააღმდეგ შემთხვევაში, შესაძლოა მომავალში ასევე „ეფექტურად“ „ინფორმაცია, ანალიზი, ჟურნალისტური გამოძიება“ ჟანრებს „დაუმატონ“. სხვათა შორის, უცხოური ტერმინოლოგიის არამიზნობრივი გამოყენება რედაქციებსა და გამომცემლობებში შეინიშნება. მაგალითად: ბევრმა არც იცის, რომ *personal column* ფელეტონია (გაზეთ „24 საათში“ იგი გვხვდება პირდაპირი თარგმანით – პერსონალური სვეტი). *newsroom*,-ს თარგმნიან, როგორც „ახალი ამბების განყოფილებას“. არასწორია. მართებულია მას „საინფორმაციო განყოფილება“ ერქვას.

ჟურნალისტიკასთან მიმართებით დიპლომატიისთვის გარკვეული რჩევების მიცემისას კ. ხაჩატუროვი განმარტავს: „ყოველ მასალაში უნდა იყოს ახალი ამბავი“ [32, 493] ანუ, სიახლე! (და ისაა არა კონკრეტული ჟანრის, არამედ ჟანრთა გარდამავალი თვისება). რა არის ახალი ამბავი? „ესაა ახალი ფაქტები, ახალი აზრები, ახალი არგუმენტები, მოვლენების და პრობლემების ახლებური გააზრება, ახალი მიდგომა“ [32, 493]. ბუნებრივია, ჩამოთვლილიდან არცერთს ჟანრს არ ვუწოდებთ. კ. ხაჩატუროვი იმთავითვე შენიშნავს, რომ „არც ერთი საერთაშორისო დიპლომატი, ბიზნესის სფეროს სპეციალისტი, საზოგადოებასთან ურთიერთობის, რეკლამისა თუ სხვა სფეროს წარმომადგენელი არ ჩაითვლება პროფესიონალად, თუ არ ეცოდინება ჟურნალისტიკის ანბანი“ [32, 493].

ჟანრთა თვისებებში უნდა ჩავთვალოთ ის მახასიათებლები, რომლებსაც დოც. მ. ლომიძე ჟანრობრივი ღიფერენციაციის ნიშნებად გამოპყოფს. ესენია: ობიექტის ასახვის ხასიათი, კონკრეტული დანიშნულება, დასკვნებისა და განზოგადების სხვადასხვა მასშტაბი, ენობრივ-სტილისტური გამოყენების თვისებურებები[4,13]. ეს პუნქტები ჟანრის პროექტის გარდამავალ და გარდაუვალ თვისებებში განთავსდება.

ნებისმიერი ჟანრის პროექტირებისას უპირველესად გამოიყოფა ის, რაც ყოველი ჟანრის თვისებებს გამოარჩევს, ესენია:

1. ასახვის საგანი (ფაქტი, თავყრილობა, სიტუაცია, პროცესი, პრობლემა და სხვ.);

2. ასახვის ფორმა;

3. სამოსელი(რეპორტაჟის, ინტერვიუსი...);

4. ტენდენციის გამჟღავნების ვარიაციები (კონკრეტულ ჟანრში ინფორმირების თვისებურებების გათვალისწინებით);

5.დამაჯერებლობისა და ობიექტურობის ფუნქციური მიმართება (შეფასების კრიტერიუმის, ფაქტობრივი მონაცემების, როგორც ობიექტური სინამდვილის დაფიქსირების და სრულყოფის შესაძლებლობა; ექსპერტების, კომპეტენტური წყაროების მოძიება და სხვ.);

6.შეტყობინება-ანალიზის მიზნობრივი მიმართება;

7.ოპერატიულობისა და ინფორმაციული ღირებულების მაჩვენებელი;

8.ფაქტობრივი ფილტრაციის პროცესი;

9.ჟანრის ოპტიმალური ზომები.

მაგალითად, პრობლემაური სტატიის პროექტში არსებითია დაფიქსირდეს:

1.სტატიის ასახვის საგანი: პრობლემა;

2.ტენდენციის გამჟღავნებისას დამაჯერებლობისა და ობიექტურობის ფუნქციური მიმართება: მასალის იდეის ფორმულირება, ფაქტებისა და არგუმენტების მოშველიება...

3.პრობლემის წარმართვა გარკვეული ასპექტით: საკითხის დასმა, წყაროების გამოვლენა მისი განშტოება ტექსტობრივი აგეგმარებით სექტორების და განყოფილებების დახმარებით;

4.პარალელთა გადაკვეთისა და ფაქტობრივი მონაცემების ფილტრაციის პროცესი, შეპირისპირების გზების ჩვენება; მონაცემთა ე.წ. ჯვარედინული დაჯგუფება;

5.სპეციფიკური ინფორმაციის (მაგ: სტატისტიკური მონაცემების) კოორდინაცია;

6.პერსონალთან რაოდენობა-სპექტრის, გეოგრაფიული განფენილობის გამოვლენა;

7.სავარაუდო ზომების დადგენა;

8.პრობლემის გადაჭრის კონკრეტული გზების აღმოჩენა გამოვლენილ საკითხებთან მიმართებით;

სტატიის პროექტირებისას, ასახვის საგნის გამოკვეთის შემდეგ ავტორი ესწრაფვის ასახვის რადიუსის შერჩევას. წინ იწევს ინფორმირების სხვადასხვა ხერხი, რომელიც ეხმარება პუბლიცისტს გაარკვიოს, კონკრეტული მიმართულების, ხერხის მომარჯუებისას როგორ პერსპექტივაში წარმოჩინდება პრობლემა.

ყოველ ჟანრს თავისი პუბლიცისტური პროექტი აქვს, რომლის გარდამავალი და გარდაუქმნადი თვისებები ზეგავლენას ახდენენ შემოქმედებითი მუშაობის წარმართვის ტექნოლოგიასა და ინფორმირების თავისებურებებზე.

§2. პუბლიცისტური ჟანრის პროექტის, მონახაზისა და ჩანაფიქრის ურთიერთმიმართება

პუბლიცისტური ნაწარმოების შექმნის პროცესი, კონკრეტულად კი პუბლიცისტური ინფორმირება, არაერთ საინტერესო ეტაპს გულისხმობს.

საგულისხმოა არა მარტო „შექმნილი ნაწარმოების“ კვლევა, არამედ იმ საფეხურების გააზრება, რომლებსაც კალმოსანი გაივლის მუშაობის პროცესში. ევრისტიკული საფეხურების მრავალფეროვნება ანაბეჭდს ტოვებს შემოქმედის სტილზე, ნაწარმოების აზრობრივ და ემოციურ ქვეტექსტზე. ჟურნალისტურ საქმიანობაში მართლაც არის ე.წ. „არაპროდუქტიული ქმედებები“, რომლებიც შემოქმედებით პროცესის აუცილებელი ატრიბუტია. როგორც აღვნიშნეთ, ასეთი ქმედებები განსაკუთრებულ როლსაც ასრულებენ. ამერიკელი მკვლევარების ჯ. ჩენსლორის და ვ. მერსის აზრით: „*მასალა ყველაფერს ვერ მოიცავს, რაც მწერალმა იცის. მან უფრო მეტი უნდა იცოდეს, ვიდრე შესაძლოა არსებულ მოცულობაში ჩაატოს. რეპორტიორი, რომელიც ამუშავებს ახალ ამბებს, უნდა ფლობდეს იმაზე მეტ ინფორმაციას საკითხის შესახებ, ვიდრე ამას ასახავს ხუთას ან ათას სიტყვაში. გამოუყენებელი ინფორმაცია არ იკარგება. თქვენ უნდა იყოთ ექსპერტი. თუ არ ხართ, ესეც გამოჩნდება*“ [38, 42].

ნაწარმოებზე მუშაობა იწყება მონახაზის (ვისთვის ესკიზის ან ჩანაფიქრის) და პროექტის ფორმირებით. ხშირად ეს პროცესები მხოლოდ ჟურნალისტის გონებაში აღიბეჭდება, ზოგჯერ ქაღალდზეც გადაიტანება, მაგრამ ნებისმიერ შემთხვევაში, ისინი გარკვეულ როლს ასრულებენ პუბლიცისტური ნაწარმოების საბოლოო ფორმირებისას.

გულისხმობს რა მონახაზზე მუშაობის თავისებურებებს *მ. კიმი* აღნიშნავს: „*ნაწარმოების „ჩანაფიქრის ფორმირება“ და მისი რეალური განსახიერება შეიცავს ლოგიკური ოპერაციების წყებას:*

1. მომავალი ნაწარმოების იდეის კოლექტიურ განხილვას;

2. შემოქმედებითი დაეალებების გადანაწილებას, რომლებიც უკავშირდება მათ რეალიზაციას;

3. ჟანრობრივ განსაზღვრას“ [20, 89].

სხვაგან ვკითხულობთ, რომ „*ჩანაფიქრი შემოქმედებითი პროცესის პირველი საფეხურია, მომავალი ნაწარმოების საწყისი მონახაზი. ჩანაფიქრს ორი მხარე აქვს: სიუჟეტური (ავტორი წინასწარ სახავს*

მოვლენათა განვითარებას) და იდეური (იმ პრობლემებისა და კონფლიქტების გადაწყვეტის შეთავაზება, რომლებიც აღელვებს ავტორს)" [21,52].

იმისთვის, რომ განისაზღვროს მონახაზისა და პროექტის რადიუსი, მნიშვნელოვანია გაირკვეს, რომელ ჟანრის ნაწარმოებს ვთხზავთ. პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ ერთ შემთხვევაში ჟურნალისტი განსაზღვრავს რა მოვლენის აქტუალობას, იწყებს შესაბამისი ფაქტების შეგროვებას, აზუსტებს დეტალებს და წერს *შენიშვნას*. სხვა დროს აცილებელია, განსაზღვრული მასალის დაგროვების შემდეგ მისი შესაბამისი გააზრება, პრობლემის გახსნისთვის უფრო საყურადღებო სიტუაციის შერჩევა, არსებული ფაქტების სისტემატიზაცია თემის საბოლოო ფორმირების მიზნით, საკითხის ყოველმხრივი შესწავლა და ა.შ. ამ შემთხვევაში, ჩანაფიქრი კორექტირდება, ზუსტდება და საბოლოოდ იძენს მკაფიო მონახულობას. როგორც წესი, ასეთი ჩანაფიქრის შედეგს წარმოადგენს შედარებით მსხვილი ნაწარმოები, ვიდრე *შენიშვნა*.

ამგვარად, შემოქმედების საწყის ეტაპზე მონახაზი უკვე წარმოადგენს ნაწარმოების მიკრომოდელს. მოცემულ სტადიას აქვს ევრისტიკული ხასიათი, რადგან უშუალოდ უკავშირდება ორიგინალური იდეების, აზრების, სახეების, დეტალების, ცხოვრებისეული ფაქტების ძიებას. მონახაზის სწორედ ამ სხვადასხვა სახის ნაწილებისგან აღმოცენდება მომავალი ნაწარმოები.

რას გვულისხმობთ ტერმინებში *ჟანრის პროექტი* და *ჟანრის მონახაზი*, ან რატომ და რა გრადუსით ვმიჯნავთ მათ? ამისთვის იმთავითვე უნდა გავარკვიოთ მათი ფუნქციური დატვირთვა, გავითვალისწინოთ, რომ მონახაზი ჟანრის პროექტს ეყრდნობა, მისი ანარეკლია.

პროექტში ცალკეული ჟანრის პუბლიცისტური მონახაზის დაწერის შესაძლო ტრაექტორია და თავისებურებებიც ჩნდება, რაც გულისხმობს ინფორმაციის მოპოვებისას ჩანაწერების შედგენის პროცესს, რომელიც შეიძლება მასალის დამუშავებისას გაგრძელდეს. როგორც წესი, მასალის მონახაზს (ესეიზს) ავტორი თავისთვის, ან შესაძლოა, რედაქტორისთვის წერს. არის მაგალითები, როცა მასალის მონახაზი საგანგებოდ შექმნილია მკითხველის ინფორმირებისთვის. ასეთი პუბლიცისტური მონახაზები ილია ჭავჭავაძის „შინაურ მიმოხილვებში“ გამოჩნდა. ისინი საგანგებოდ ხელმეორედაა დაწერილი პუბლიცისტური ნაწარმოებისათვის და წარმოადგენენ ერთგვარ

მეგზურს. შესაძლოა ამგვარი მონახაზი არაერთ რედაქტირებას განიცდიდა ავტორის მხრიდან და წარმოადგენდა არა მის პირველ „სამუშაო“ სახეს, არამედ პუბლიცისტური შექმნილობის პროექტორს.

როგორ იქმნება ცალკეული ჟანრის მონახაზი, გნებავთ „სამუშაო“ ესკიზი? არის თუ არა მონახაზი ინფორმაციის დამუშავებისას პირველი საფეხური? *Outline* – ინგლისური სიტყვაა და ნიშნავს *მოხაზულობას, კონტურს, მონახაზს, ესკიზს*[1,631]. მოდერნიზებულ ლექსიკონში განმარტება შევსებულია: *სქემა, მოკლე შინაარსი, გეგმა, პრინციპები, მთავარი იდეა და სხვ*[34]. რა იგულისხმება *პუბლიცისტურ outline-ში*? ამერიკელი მკვლევარები ბარბარა ბრეიდელდი, რიჩარდ ქროფი და სუზან მ. ბოისი სტატიის მომზადებისას საგანგებოდ გამოჰყოფენ სწორედ მონახაზის, ესკიზის(outline) შექმნის აუცილებლობას.

მონახაზის ფორმირება მომავალი ნაწარმოების შექმნას უზრუნველყოფს. რა უბიძგებს მის აღმოცენებას? ე. პ. პროხოროვის აზრით, „*ჟურნალისტიკის პირადი გამოცდილება, მისი ცოდნა, ერუდიცია, ინფორმირებულობა და, გარდა ამისა, მის მიერ ნაპოვნი ფაქტები – სწორედ ესაა ჩანაფიქრის გაჩენის წყაროები*“[28,243-245]. გამოცდილებაში ე. პროხოროვი გულისხმობს ჟურნალისტიკის დაგროვებულ სოციალურ გამოცდილებას. მაშასადამე, ჟურნალისტიკის პროფესიული ჩვევები უბიძგებენ პუბლიცისტს გარკვეული ჩანაფიქრისაკენ, რაც ასევე პუბლიცისტური ინფორმირების კვლევის საგანია. სწორედ ამ პრობლემურ მხარეს შეძლებისდაგვარად აწესრიგებს მონახაზის ფორმირებისა და ჟანრის შესაბამისი პროექტირების პროცესი. ე. პროხოროვი პრობლემურ საკითხად თვლის ისეთ ცოდნას, რომლის დროსაც „*სიცარიელები*“ ჩნდება, „...როცა ჩანაფიქრში იწყებს გამოყოფას თემატური და პრობლემური მხარეები, ამასთან მათი შეჯახებები ბადებს მინიშნებას მომავალი ნაწარმოების იდეურ მხარეზე, მაშინ უჩნდება პუბლიცისტს კითხვა მისი ალტერეილობის „*საკმარისობაზე*““[28,243-245].

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, პუბლიცისტიკის ყოველ ჟანრს აქვს შესაბამისი პროექტი; მათ შორის პარალელები ფორმის, აგებულების საერთო და განმასხვავებელ ზიგზაგებს აღწევს. საბოლოოდ ყოველი ჟანრის თვისებები ერთობლივ სტრუქტურაშია გააზრებული, ანუ ყოველ ჟანრში შეინიშნება საერთო მახასიათებლები, მხოლოდ მათი ასახვის ფორმებია სხვადასხვა. ჟანრთა ესა თუ ის თვისება

სხვადასხვა მიმართებით ინაკეთება. „პროექტი“ პუბლიცისტური ჟანრის აგების საერთო მიმართულებებს აჩვენებს; იგი არაა მასალის შინაარსის ქრონოლოგია, რომელსაც აწესრიგებს ჟურნალისტი ინდივიდუალური შემოქმედებითი მიდგომისას, მის მიერ აღმოჩენილი, შერჩეული ლოგიკური გადასმებით.

მონახაზი შესაძლოა შეიცვალოს ინფორმაციის დამუშავების პროცესში, პროექტის რეფორმირება კი ჟანრობრივ ტრანსფორმაციაზეა დამოკიდებული. პუბლიცისტური *outline-ესკიზი* სცილდება ეპიკური ჟანრის ნაწარმოების გაგებას და განსხვავდება ლიტერატურული ნაწარმოების შინაარსის გეგმისგანაც. აქ ფორმირდება მასალის შინაარსობრივი, სიუჟეტური განვითარებისთვის აუცილებელი ელემენტები, ქვეტექსტების მიმანიშნებელი პირობითი აღნუსხვა. და აქაც, პუბლიცისტური ნაწარმოების პირველი აკორდი და მისი მონახაზის დასაწყისი შეიძლება ერთმანეთის იდენტური სულაც არ იყოს.

პროექტირებისას ინფორმაციული იერარქია, სიუჟეტური განვითარება კი არაა პირველხარისხოვანი (როგორც ეს მონახაზშია), არამედ მათი ურთიერთგანპირობებულობისთვის საფუძვლის შერჩევა.

საკითხის კომპლექსური განხილვისას, ამერიკელი მეცნიერები ერთმანეთისგან არ ანსხვავებენ მონახაზზე მუშაობისა და ზოგადად, პუბლიცისტური ჟანრის პროექტის ტრანსფორმირების თავისებურებებს. ჩვენი აზრით, მონახაზსა და პროექტს შორის განსხვავება არსებითია, ამიტომ ტოლობის ნიშნის დასმას არასწორად მივიჩნევთ. ამის დასადასტურებლად განვიხილოთ რიგი საკითხები.

მაგალითად, სტატიის მომზადებისას მონახაზის, *ესკიზის (outline)* შექმნის აუცილებლობაზე საგანგებოდ საუბრობენ მარტინ ბრეიდელ-დი, რიჩარდ ქროფი და სუზან მ. ბოისი. თუმცა, აქ, პირველ რიგში, ასახვის საგნის გამორჩევის აუცილებლობაა აქცენტირებული. ეს კი ჟანრის პროექტირების პირველ საფეხურად უნდა ვიგულისხმოთ, როგორც ჟანრთა გარდაუვალი თვისება. აი, რა ჩანს მონახაზისა და პროექტის ურთიერთშეპირისპირებისას:

1. „*მონახაზის* (მართებულია ვიგულისხმოთ სტატიის პროექტი-მ.გ.) მეშვეობით პუბლიცისტი კონცენტრირებას ახდენს იმ პრობლემაზე, რაზეც სტატია იწერება. შეცდომაა, როცა ცდილობენ გააშუქონ თემის აბსოლიტურად ყველა ასპექტი და ეს 1,200 ან უფრო ნაკლები სიტყვით გადმოსცენ“ [35,81] ანუ, სტატიაში ერთი პრობლემა გამოიკვეთება. აქ თემის ზოგადი ან ყოველგვარი განხილვა როდია. სტატიის ასახვის საგანიც კონკრეტული პრობლემაა, რომელიც

შესაძლოა ავტორმა თავისი და რედაქციის სურვილისამებრ განიხილოს. მაშასადამე, შეიძლება მონახაზის სხვადასხვაგვარი აგება, მაგრამ ყოველ მათგანში ასახვის საგანი დარჩება უცვლელი. პრობლემური სტატიის პროექტი იმთავითვე გულისხმობს ასახვის საგნის – თემის კონკრეტული პრობლემის წინ წამოწევას.

2. მონახაზი სტატიის სავარაუდო მოცულობაზე მიაჩნდება.

„თუ სტატია შედგება ოთხი სექტორისგან, ზოლო ერთი სექტორი დაახლოებით 1500 სიტყვიანია, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მონახაზის ოთხი სექტორი დაახლოებით რამდენ სიტყვიან მასალაში განივთდება“ [35, 81-82]. პროექტში ზოგადად ამა თუ იმ ჟანრის ოპტიმალური ზომებია დადგენილი. აქ კი საუბარია კონკრეტული სტატიის მოცულობაზე, რომელიც მონახაზთან ერთად შეიძლება შეიცვალოს, ოღონდ იმ პარამეტრების მიხედვით, რომელთაც ჟანრის პროექტი ადგენს. შესაბამისად, პროექტი განსაზღვრავს მონახაზის სპეციფიკას და არა პირიქით. მონახაზი იყოფა სექტორებად, ქვეგანყოფილებებად, რომელთა სავარაუდო ზომებიც პროექტშია ნაგარაუდები. მიუხედავად იმისა, რომ ამგვარი გათვლა პირობითია, ოპერატიულად მუშაობის ზღვარზე ჟურნალისტი უკეთ წარმოიდგენს, პრობლემის რომელი ასპექტების გამოყოფაა მიზანშეწონილი მოცემულ დროსა და სივრცეში.

3. სტატიის მონახაზი მოკლე დებულებებით გადმოიცემა, ამიტომ ის შეაჩვენებს ავტორს ყველაზე მნიშვნელოვან საკითხებს [35, 82].

4. მასალაზე მუშაობისას, ინტერვალების მიუხედავად, მონახაზზე დაყრდნობით, წერის გაგრძელებაც უფრო ადვილია [35, 82]. აქაც, ბუნებრივია, ჟურნალისტმა კონკრეტული ჟანრის პროექტს უნდა მისდიოს.

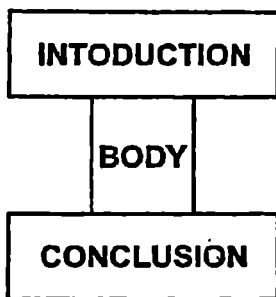
5. მონახაზში (ესკიზში) ჩასწორება აადვილებს მასალაში ჩასწორებას [35, 82].

ანუ განახლებული ინფორმაციის ტექსტთან ადაპტაციის პროცესს. აქაც პროექტი მიაჩნდება, რამდენად შესაძლებელია ან როგორ უნდა მოხდეს კონკრეტული ინფორმაციის ადაპტაცია ტექსტთან. საკუთარი სახელების, ფაქტობრივი მონაცემების, სხვა ინფორმაციის დაზუსტება მონახაზშივე ხდება და გამოვლინდება მისი ადგილი მასალაში. მართლაც, ეს პროცესი რთულდება, როცა ყველა ამ სამუშაოს ავტორი აბზაცების მონაცვლეობაში ასრულებს. პროექტში ჟანრის ოპტიმალური ზომებია დადგენილი, მის პროპორციულად მონახაზში მჟღავნდება მასალის სავარაუდო მოცულობა.

თავისი ოპტიმალური ზომები აქვს შენიშვნას, სტატის თუ ღია წერტილს. ბუნებრივია, ინფორმაციულ შენიშვნას სტატის ფორმატში არავინ მოიაზრებს.

ნორმან მოიესის აზრით, ინფორმაციული შენიშვნის შესავალი(სადაც ის ღიჯს გულისხმობს) მასალის 1/5-ს უნდა მოიცავდეს. იერარქიაში „პირველი ფაქტიდან-მეხუთე ფაქტამდე“[45,209] სხვადასხვა მნიშვნელობის ინფორმაციაც ერთი და იმავე ზომისაა.

სტატის ნ. მოიესი სამ ნაწილად ყოფს, სადაც კომპოზიციური სიმბოლიკა „მასრისებრია“: პირველ ნაწილია შესავალი(introduction). მასში, როგორც აღენიშნეთ, მოიესი ღიჯს გულისხმობს[45,209] რაც უკვე არასწორი ფორმულირებაა; მეორე – მთავარი ნაწილი, მასალის კორპუსია(body), მესამე ნაწილი–დასკვნა(conclusion)[45,213]. ავტორი პირველ და მესამე ნაწილს იდენტურ მოცულობაში მოიაზრებს. და მაინც, საზომი პირობითია. მის მიერ წარმოდგენილი ერთი კონკრეტული ჟანრის – სტატის აგეგმარების მოდელი არაერთგზის მეორდება სხვა ჟანრებთან მიმართებით:



ამავე კუთხით განხილულია ინტერვიუსა და ე.წ. სასწავლო სარედაქციო წერილის სტრუქტურა, სადაც ნ. მოიესი შესავალს ასევე პირდაპირ ღიჯად მოიხსენიებს[45,174].

ამგვარი განტოლება არ შეიძლება იყოს ჟანრების(ან მხოლოდ ერთის) პროექტის სრულყოფილი გეგმა, რადგანაც წარმოდგენილი სქემა ნებისმიერი პუბლიცისტური ნაწარმოების შემადგენელ ნაწილებს აფიქსირებს. მართებულია ბ. ბრეიდუდის, ს. ბოისის და რ. ჯროფის მოსაზრება, რომ „ამ სამ პუნქტს, ელემენტს ნებისმიერ კარგ ნაწარმოებში აღმოაჩენთ, მიუხედავად იმისა, რა ზომის და ტიპის მასალას წერთ“[35,82].

ჟანრის პროექტს ჟურნალისტი ეცნობა, როგორც თეორიული აგეგმარების ნაწილს, რის შემდეგაც ავლენს ასახვის ობიექტისადმი დამოკიდებულებას. ყოველ ჟანრს იგი ინდივიდუალურ ჭრილში ხედავს და ამას სხვადასხვა პუბლიცისტურ ხერხით ადასტურებს.

უკვე აღენიშნეთ, რომ ჟანრის პროექტსა და მონახაზს შორის არ შეიძლება ტოლობის ნიშნის დასმა. მონახაზი ცალკეული თემის,

საკითხის აგეგმარების ინდივიდუალური ვერსიას, სადაც ჟანრის სიუჟეტური განვითარება ჩანს. შეიძლება იმთავითვე გამოვლინდეს ერთი ჟანრის არაერთი მონახაზი. ჟანრის პროექტი კი გულისხმობს იმ თვისებების ერთობლიობას, (ასახვის საშუალებების, გარდამავლობისა თუ გარდაუვალობის მაჩვენებელს და სხვ.), რომელსაც ესა თუ ის ჟანრი ავლენს.

კონკრეტული თემა, პრობლემა თუ საკითხი შეიძლება სხვადასხვანაირად გაშუქდეს პუბლიცისტურ ნაწარმოებში. ჩვენ არ შეგვიძლია ვისაუბროთ მონახაზის ერთიან, მიღებულ სტრუქტურაზე, სამაგიეროდ აუცილებელია გამოვყოთ ამა თუ იმ ჟანრის პროექტირების თავისებურებები. სშირად ის, რასაც უცხოელი კოლეგები *მონაზ-აზს* უწოდებენ, სინამდვილეში წარმოადგენს *ჟანრის პროექტს*. პროექტი ნაწარმოების ის ყალიბია, რომელშიც სხვადასხვა მოცულობის ინფორმაციათა ნაკრები, მონახაზები ფორმდება. ყოველ ჟანრსაც თავისი ყალიბი, პროექტი აქვს, სადაც ჟანრის თვისებები ჩნდება. მონახაზს ჟანრის პროექტისგან იზოლაციით ვერ განვიხილავთ, რადგან მასში სიუჟეტის აგეგმარებისთვის აუცილებელი — კონკრეტული ელემენტების ერთობლიობაა გამოვლენილი. ასე, პირობითად შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ, რომ პირველი(პროექტი) — „ჭურჭელი“, მეორე(ნაწარმოების მონახაზი) — „სითხე“. ერთსა და იმავე „ჭურჭელიც“ შესაძლოა განსაზღვრული მოცულობის და სახის „სითხით“ გაივსოს. პროექტირებისას, ინფორმირების მთლიანი პროცესის კოორდინაცია ხდება და ვლინდება რა სახის სტატიას, ინტერვიუს, ინფორმაციულ შენიშვნას ვირჩევთ პუბლიცისტურ-ლიტერატურული დამუშავებისთვის. და რადგანაც, „*ჟანრებსა და გვარებს შორის ჩინური კედელი როდია აღმართული*“ [12, 96], პროექტირება აუცილებელია გარდაუვალი ჟანრობრივი თვისებების ჩვენებისთვის.

პროექტში სიუჟეტის შინაარსობრივი განვითარების ჩვენება კი არ არის პირველხარისხოვანი, არამედ ინფორმაციის იმ თვისებათა განსაზღვრა, რომელთა მიხედვითაც ირკვევა, რა სახის პუბლიცისტურ ნაწარმოებს ვირჩევთ დამუშავებისთვის. ჟურნალისტიკის ოსტატობაზეა დამოკიდებული, თუ რამდენად გამოკვეთავს ჟანრის თვისებებს კონკრეტულ ინფორმაციასთან მიმართებით. პროექტში მოცემულია ის საერთო კრიტერიუმები თუ ჟანრის თვისებები, ინფორმირების პროცესში მას რომ მეგზურობენ.

პუბლიცისტური ნაწარმოების მონახაზი სიღრმისეულ კომპოზიციურ გააზრებას საჭიროებს. იგი ადაპტირებას ტექსტის

გამართვის პროცესში განიცდის. მონახაზში ფიქსირდება ის „უმნიშვნელო“ ნიუანსებიც, რომლებიც შემდგომ ქვეტექსტად გადაიქცევა და იფარება პუბლიცისტური აისბერგით. მონახაზში იმთავითვე ჩანს სიუჟეტის განვითარების პროპორციები, მწერლის ინდივიდუალიზმი, მუშაობის სტილი.

მაშასადამე, პროექტი ინფორმირების იმ თავისებურებებს ავლენს, რაც კონკრეტულად პუბლიცისტური ჟანრისთვისაა დამახასიათებელი. მონახაზი (მხატვრული ნაწარმოების სქემის მსგავსად), კომპოზიკურ მთლიანობაში მოიაზრებს დასაწყისს, დაბოლოებას და სხვა ელემენტებს. ერთსა და იმავე სიუჟეტსა და ესკიზზე დაყრდნობით შეიძლება დაიწეროს სხვადასხვა ჟანრის პროექტი და შესაბამისად, ნაწარმოები. მაგალითად, ვადგენთ რა ამა თუ იმ სახის სტატიის პროექტს, უპირველესად ვაფიქსირებთ ასახვის საგანს, (მაგალითად, პრობლემას). მართალია, აქ იგულისხმება სიუჟეტური ხაზი, მაგრამ ის არაა წამყვანი. ცალკეული პრობლემა ინფორმირების იმ თავისებურებებზე დაყრდნობით გაშუქდება, რომელიც სტატიისთვის, როგორც ჟანრისთვისაა, დამახასიათებელი. თუ იმავე პრობლემის ირგვლივ დავეწერთ ნარკვევს ან სხვა ჟანრის ნაწარმოებს, შესაბამისად შეიცვლება პროექტიც, ინფორმირების თავისებურებანიც.

ამ მხრივ, ყოველ ჟანრს საკუთარი საზომი აქვს.

როგორც ვნახეთ, ჟანრის პროექტირებისას სულ სხვა მოთხოვნებია. იგი ზომ ჟანრთა თვისებების ერთობლიობაა, სადაც ისეთი საფეხურის შეცვლამ, როგორიცაა — ასახვის საგანი, შეიძლება ჟანრობრივი ასიმეტრია გამოიწვიოს. იმ მოსაზრებაზე დაყრდნობით, რომლის თანახმადაც ჟანრებს შორის „ურთიერთგავლენა ღიღია. ხშირია სესხება-დიფუზია. და მაინც; ეს არ იძლევა უფლებას, რომელიმე ჟანრი „მცოცავ გრაფიკზე“ გადავიყვანოთ...“ [12, 96], შეგვიძლია დანამდვილებით ვთქვათ: ინფორმირების თავისებურებათა ერთობლიობის გარკვეულ ფონზე, ჟანრში არ შეიძლება შეიცვალოს ასახვის საგანი, რადგან ეს ერთ-ერთი ნიშანია, რაც ჟანრებს ერთმანეთისგან განასხვავებს.

მ. კიმი მონახაზს ხან გეგმის, ხანაც ჩანაფიქრის სახელით მოიხსენიებს: „არსებობს სხვადასხვა ტიპის გეგმები. ზოგიერთი მათგანი წარმოადგენს დაწვრილებით შემუშავებულ, ნაწარმოების ყოველმხრივ დეტალიზირებულ ნახაზს. მოცემულ შემთხვევაში ჟურნალისტები ქმნიან არა ნაწარმოების კონკრეტულ პროგრამას, არამედ სახავენ მოვლენის ძირითად ტენდენციებს. სამართლიანად

აღნიშნავს პ. მ. მეღველევი: „ქარგი და ცუდი გეგმები არ არსებობენ. არსებობენ მოზერხებული და მოუზერხებელი გეგმები. სუფთა გამოყენებითი, საწარმოო-დამხმარე როლის შესასრულებლად მოსახერხებელი იქნება გეგმა, რომელიც უადვილებს მწერალს შემდგომი მუშაობის პროცესს, ე.ი. რომელიც უფრო შეესაბამება მწერლის შემოქმედებით მანერას და მოცემული ნაწარმოების ჩანაფიქრს. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ის მოუზერხებელია, მწერალს უშლის ხელს მუშაობაში, აზურუჭებს მას და, როგორც წესი, უნდა შეიცვალოს ახლით, ანუ მონახაზი ხელახლა უნდა დაუმუშავდეს“ [20,120-121]. მაგალითად მას მოჰყავს ა.ს. პუშკინის გეგმები, რომლებშიც დაფიქსირებულია „თავისი შთაგონების მიმანიშნებლები“: „არსებობს მოთხრობა „დუბროვსკის“ ჩვენამდე მოღწეული 7 საერთო და კერძო გეგმა, სადაც დიდი რუსი კლასიკოსი აღწერს თავისი მომავალი პერსონაჟების ძირითად თვისებებს, სახავს მოქმედების სისტემას, ნაწარმოების ფაბულას და სხვ. პუშკინი ბაირონს საცუდურობდა ზუსტად იმას, რომ „ცოტას ზრუნავდა თავისი ნაწარმოებების გეგმებზე, უფრო მეტიც, საერთოდ არ ფიქრობდა მათზე: ერთმანეთში სუსტად დაკავშირებული რამდენიმე სცენა მისთვის საკმარისი იყო, რათა ეჩვენებინა აზრების, გრძნობებისა და სურათების მთელი სიღრმე... ამიტომაც, მოუხდავად დიდი პოეტის სილამაზისა, ბაირონის ტრაგედიები მის გენიას არ უტოლდება, მისი პოემების დრამატულ ნაწილებს...არ გააჩნიათ არანაირი ღირსება“ [20,120-121]. აქ მ. კიმი დაასკვნის, რომ ა.ს. პუშკინი უპირატესობას ანიჭებდა გეგმა-პროგრამების შექმნას, ჯ. ბაირონი კი – გეგმა-სქემებს. გეგმის ამ ორი ტიპის გარდა, არსებობს შუალედური გეგმები, რომელთა სტრუქტურაც დამოკიდებულია ავტორის ინდივიდუალურ შემოქმედებით მანერაზე.

რა თქმა უნდა, მხატვრული და პუბლიცისტური ნაწარმოების ფორმირების ეტაპები ერთმანეთისგან განსხვავებულია, მაგრამ კავშირი მათ შორის მაინც არსებობს. ასე, „თუ მწერლისთვის ჩანაფიქრის ფორმირებისას მნიშვნელოვანია ცხოვრებისეული ფაქტებიდან უფრო მეტად ტიპურის და სახასიათოს შერჩევა, რომ შემდგომში შექმნას მხატვრული სახე, ჟურნალისტიკისთვის მნიშვნელოვანია ფაქტების მკაცრად მიყოლა და სინამდვილის ადექვატური ასახვა“ [20,114].

უნდა ითქვას, რომ ჟურნალისტიკა ხშირად ეძებს ტიპურ სახეებს, განზოგადების საფუძველს, პარალელთა სიმკვეთრეს. ეს მახასიათებლები ქმნიან პუბლიცისტური ნაწარმოების თვისებათა აქტიურ წყებას. და მაინც, მთავარი განსხვავება მხატვრული და პუბ-

ლიცისტური ნაწარმოებების მონახაზებს შორის სწორედ პროექტში ჩნდება, სადაც აღნუსხულია ის მახასიათებლები, ინფორმირების თავისებურებანი, რომელიც პუბლიცისტურ თვისებებშია გამოვლენილი. ამგვარად, პუბლიცისტური ნაწარმოების პროექტი კიდევ ერთხელ გაიმიჯნება მონახაზისგან.

პუბლიცისტური მონახაზის შექმნის ალტერნატიულ გზას ავტორი თავად ირჩევს. ამას მუშაობის ინდივიდუალური სტილი განსაზღვრავს, რაც ხშირად ეფუძნება მის მიერ პროფესიულ ჩვევად ჩამოყალიბებულ გამოცდილებას. მაგალითად, ამერიკელი ჟურნალისტი რიჩარდ ქროფი დეტალურ, ოფიციალური ხასიათის, ფორმალურ მონახაზს ანიჭებს უპირატესობას, რომელსაც აქვს ქვესათაურები, ქვეგანყოფილებები. სიუზან მ. ბოისი ე.წ. „ძალდაუტანებელი (თავისუფალი, თავისთავად მიმდინარე) ფორმატით“ („free-flowing form“-ით) მუშაობს. აქ აკინძულია ის მოკლე მინიშვნები, მონახაზში თავდაპირველად რომ გამოჩნდა. ეს ხერხი უფრო ეფექტურია სტატიის წერისას, რადგან ამ ჟანრის მონახაზში ყოველ მინიშვნას ცალკეული მოსაზრება მოსდევს. ჟურნალისტი ბარბარა ბრედფულდი ამ ორი მეთოდის კომბინაციას გვთავაზობს.

ამერიკელების აზრით, ჟურნალისტმა ნებისმიერი სტილის არჩევისას უნდა მიაგნოს იმ ფორმას, რომელიც მუშაობის მისეულ ჩვევებს მოერგება [35, 82-82]. უნდა ითქვას, რომ ჟურნალისტური საქმიანობის ამ ეტაპის გავლით პუბლიცისტის ინდივიდუალიზმი ჟანრის საშოსელზე ტოვებს ანაბეჭდებს.

მიმართავენ მონახაზის პუნქტებად ჩამოყალიბებასაც. ამისთვის საგანგებოდ იზიფრება მასალის უმთავრესი თემები (საკითხები) და სექციები. სამუშაო პროცესში ხდება მონაცემთა განფენა, მოწესრიგება ერთიან ფორმატში.

პერსონაჟთა რაოდენობის, გეოგრაფიული განფენილობის, პრობლემის მნიშვნელობის, ფაქტების ჩამონათვალის დაზუსტებისას ისიც ჩნდება, თუ რამდენად სრულია მასალა ფაქტებით, რომელი ინფორმაცია საჭიროებს გადაშუქებას; ჩნდება პარალელთა გადაკვეთის, შეპირისპირების ვარიანტები. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი და აუცილებელიც კი არის კომპლექსური ხასიათის ნაწარმოებზე მუშაობისას.

მონახაზის ქალაქზე გადატანა აადვილებს ჟურნალისტის მუშაობას, ავლენს კომპოზიციურ-სიუჟეტური სქემის ვარიაციებს, სადაც ავტორი ინფორმაციის არჩევითობის პრინციპით ხელმძღვანელობს. მაგალითად, ეწერთ სტატიას განათლების სფეროს პრობ-

ლემბატიკაზე. თემა შეიძლება განევიტაროთ ისე, რომ შეექმნათ გვემა-
მონახაზი.

**კონკრეტულ საკითხზე მუშაობის სქემა
მასალის სავარაუდო განფენის გვემა-მონახაზი**

ზოგადი საკითხი, თემა	გ ა ნ ა თ ლ ე ბ ა			
კონკრეტული ძამარულება	საზოგადოების აზრი	განათლების სამინისტრო	პარლამენტი	არსაშუალო ორგანო
I შედეგობრივი ძამარულება	ოჯახი, სკოლები უმ სასწავლებლები	დენდგანმასკადა სხედალუნა კომსიხეი საზუბის აზრი	კონკრეტული კომსიხეი	სოც.გამოკათხეი, საზუბის აზრი
II შედეგობრივი ძამარულება	სწავლა-განათლების დონე დანაშაული მონარლებში	განათლების სისტემის სრულყოფა, ხელეახებისა და სტიპენდიის ხრლა	დენდგანმასკადა, დენდგანმასკადა	დენდგანმასკადა

ე.წ. ჯვარედინული დაჯგუფებისას, ნაჩვენებია თემის განვითარებისა და
საერთო პუნქტების აშკარა ურთიერთმიმართება (ჩვენს მიერ გამოყ-
ნოფილი ხაზგასმული სექტორებით)

თითოეული სექტორი შეიცავს სხვადასხვა განყოფილებას.
ამათგან ჩანს პარალელთა თემატური გადაკვეთის შესაძლებლობანი.
ანუ ესაა ლოგიკური მსჯელობის ამსახველი სქემის საწყისი მონახ-
აზი ამას დაემატება რესპოდენტების, წყაროების სია, დოკუმენტები და
სხვ. აქვე მოხვდება შემთხვევით გაგონილი ესა თუ ის ფრაზა, აზრი,
რომელიც უეცრად იბადება, სიტუაციათა ჩანახატები, შტრიხები
პორტრეტისთვის, დიალოგისა თუ მისამართის ჩაწერა, მომიჯნავე
პრობლემებისა და საკითხების ჩამონათვალი, რომლებიც მოცემულ
კონტექსტში საჭიროებენ განხილვას და სხვ.

თუ ამ სქემას შესაბამისად განვევრცობთ, ვნახავთ, რომ გამოჩნ-
დება ის მიმართულება, რომელიც საჭიროებს დამუშავებას და ჟურნა-
ლისტის მეტ ყურადღებასაც. მასალა განიტვირთება ზედმეტი ინფორ-
მაციისგან, რომელიც იზოლაციურადაა მოხვედრილი და არსად ვითარ-
დება. გამოჩნდება პარალელთა თემატური გადაკვეთის ვარიანტებიც.

სწორედ ამგვარი სახის ინფორმაციულ ნაკრებს ესაჭიროება
შესაბამისი ორგანიზაცია, რაც ეფექტურად ხორციელდება ტრადიციული
ჟურნალისტური, დისკიპლინათმორისი მეთოდების გამოყენებით და
ამასთან, თანამედროვე კომპიუტერული ტექნიკის ეფექტური ათვისებით.

§3. ინფორმაციის ორგანიზაციის თავისებურებანი

კარგი პუბლიცისტური ნაწარმოების შექმნისთვის აუცილებელია ჟურნალისტის ხელთ არსებული ინფორმაციის სწორი ორგანიზაცია.

ინფორმაციის ორგანიზაცია გულისხმობს ფაქტების, მონაცემების დაჯგუფებას, რომლის დროსაც ჟურნალისტი მიმართავს ტიპოლოგიის მეთოდს.

როცა ნაწარმოების მონახაზის, ჩანაფიქრის კომპოზიციურ-სიუჟეტური მიმართულების ასახვასთან გვაქვს საქმე, სადაც ამბის გაშლა, პერსონაჟთა რაოდენობა, მოქმედების ადგილი, დრო და სხვა უმნიშვნელოვანესი კომპოზიციური ელემენტები იტვიფრება – მონახაზი ჩნდება, როგორც ობიექტის კომპოზიციური სურათი. პუბლიცისტი სხვადასხვა ინფორმაციიდან თემატური მიზანდასახულობით და ორგანიზაციულად არჩევს არსებითს და ისე აკავშირებს მათ, რომ შექმნას მომავალი მასალის მოზაიკა. აქ აშკარაა, რომ პუბლიცისტური მონტაჟის შესაძლებლობები, რომელიც „კომპოზიციური ხერხია სინამდვილის საჩვენებლად“ [14, 275]. ამ დროს მნიშვნელოვანია ცალკეული კომპონენტების ეფექტურად დაკავშირება. რუსი მეცნიერი გალინა ლაზუტინა აღნიშნავს: „მონტაჟი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც ტექსტის ორგანიზაციის საშუალება, რომელიც ელემენტების აწყობისას მათი თანამიმდევრობისთვის გარკვეულ წესებს მიმართავს. ეს წესები ნაწარმოებში არ კარნახობენ ელემენტარული გამომსახველობითი საშუალებების შეთანხმების კონკრეტულ ვარიანტებს. მათი მიზანია – ფორმის თვალსაზრისით, მოახდინონ ჟურნალისტის შემოქმედებითი ძიების ორიენტაცია“ [22, 102].

როცა ჟურნალისტი ინფორმაციის დამუშავებასა და ორგანიზაციას იწყებს, ცდილობს ინფორმაციის მოპოვების შედეგად მიღებული შთაბეჭდილებებით მასალის აგეგმარება ჟანრის პროექტშივე მოახდინოს.

„საკრამენტო ბის“ სახელმწიფო ქეფითოლ ბიუროს შეფი (State Capitol Bureau Chief for „The Sacramento Bee“) „ლოს-ანჯელეს ტაიმსის“ ყოფილი რეპორტიორი ბილ ენდიქოტი იმ ჩანაწერთა დახარისხებას გვთავაზობს, რომლებიც უნტერვეიურებისას გროვდება. ენდიქოტი გვიჩვენებს სხვადასხვა ფერის ფანქრით ან ნუმერაციით გამოვყოთ: 1. ციტატები; 2. ფაქტობრივი მონაცემები; 3. მაგალითები, ფონი (background). „ამოიწერეთ ოთხი ამ ხუთი ციტატა ინტერვიუდან, რომლებიც თქვენი აზრით, აუცილებლად უნდა წარმოჩინდეს

მასალაში. შეარჩიეთ შეძლებისდაგვარად ლოგიკური თანამიმდევრობა. მასალის აგება ციტატებზე დაყრდნობითაც შეიძლება ფაქტობრივი მონაცემებისა და ფონის(background) შერჩევით. შეიძლება ჯერ ფაქტები წარმოაჩინოთ და ის შეავსოთ ციტატებითა და მაგალითებით"[42,48]. background(ბექგრაუნდი), ასე უწოდებენ ამერიკელები და რუსები იმას, რაც, ფართო გაგებით გულისხმობს მასალას, რომელიც განსაზღვრულია ინფორმირებისა და ორიენტაციისთვის. გვამცნობს პოლიტიკურ, ისტორიულ, ეკონომიკურ, სოციალურ და სტატისტიკურ ფონს, რომელზეც უნდა განვიხილოთ ესა თუ ის მოვლენა, საკითხი თუ პროცესი. background-ი წარმოადგენს ზედმოწვევით შერჩეული არგუმენტებისა და კონტრარგუმენტების კონცენტრატს მკაცრად განსაზღვრულ თემაზე და ტევადია მტკიცებულებებით, ციფრებით და ფაქტებით, ავტორიტეტული შეზღუდვებით..."[32,502].

რაც შეეხება ფაქტობრივი მონაცემების კოორდინაციას, აქ მნიშვნელოვანია არა მარტო ფაქტობრივი ინფორმაციის შეგროვება, არამედ მისი შემდგომი დამუშავების მეთოდების შესწავლა, რაც გულისხმობს ინფორმაციის დაჯგუფება-დახარისხების თავისებურ წარმართვას. მართებულადაა შენიშნული, რომ რიგ შემთხვევაში „გასათვალისწინებელია ჟანრის სპეციფიკა. ფაქტი ინფორმაციულ შენიშვნაში თითქმის ყველაფრის მომცველია, ნაწარმოების არსის გამომხატველი. რეპორტაჟში მას ღინამიკის შექმნის ფუნქციაც ეკისრება. სტატიაში წინ იწევს ფაქტის, როგორც არგუმენტის, როლი და ა.შ.”[11,181].

ფაქტის სამ გაგებას გვთავაზობს გ. ლაზუტინა. ესენია: 1. ფაქტი, როგორც სინამდვილის ელემენტი; 2. ფაქტი, როგორც შემეცნების ელემენტი; 3. ფაქტი, როგორც ტექსტის ელემენტი... „ტექსტში ფაქტი იძენს ხან მცირე, ხან კი დიდი კონკრეტულობის ზომას. ჟურნალისტისთვის უდიდესი ზელოვნებაა – ისწავლოს „ფაქტებით წერა”[22,93-95].

ნებისმიერ შემთხვევაში მნიშვნელოვანია გავიაზროთ მაიკლ ნოვაკის შემდეგი ფორმულირებაც, რომ „არ არსებობენ ფაქტები. არსებობენ ადამიანები, რომლებიც ამ ფაქტებს აკვირდებიან. ადამიანები კი, რომლებიც ან ფაქტებს აკვირდებიან და ამავე დროს ცდილობენ იყვნენ ნეიტრალურები, კიდევ უფრო სუბიექტურები ხდებიან”[20,182].

შემოქმედებითი მუშაობის შემდეგ ხერხს გვთავაზობს ცნობილი

ამერიკელი ჟურნალისტი ჯონ ჩენსლორი: „ეცდილობ შევქმნა მასალის ელემენტების ჩამონათვალი ციტატებთან ერთად. ვინიშნავ, რომელ საინფორმაციო სამსახურს რამდენი მონაცემი აქვს. ვთქვათ, ვშოშოვ მასალაზე ტორნადოს ქარების სერიიდან, ის ზომ რამდენიმე შტატს გადაუვლის, მოკლავს ადამიანებს, დაანგრევს სახლებს. მნიშვნელოვან ელემენტებს საკლასიკოში მოეთავსებ: რომელი ქალაქები დაინგრა, რამდენი ადამიანი დაიღუპა ან დაშავდა, ციტატებს პოლიციიდან. ეს ორმაგად მეზმარება: როცა წერას დავიწყებ, მნიშვნელოვანი რამ არ გამოძრება და მომეზმარება მასალის ზოგ ელემენტს შორის კავშირი დავინახო. თუ არ ჩავიწერ შეიძლება გამოძრჩეს, რომ ქარები წლის ყველაზე ცხელ დღეს გვიტევენ. ცხელი დღე მნიშვნელოვანი მაშინ ხდება, როცა მას იქ ჩასვამთ, სადაც დაზარალებულთა უმძიმეს მდგომარეობასა და მშველთა საქმიანობაზე გასაგებად წერთ“[38,41].

ამერიკელები გამოყოფენ ისეთ მასალებს, რომლებსაც შეუძლიათ ე.წ. color-ის, ანუ ფერადობის (კოლორიტის) შემოტანა. ასე გამოირჩევა სამთავრობო და პოლიტიკური ამბები. ჯ. ჩენსლორის და ვ. მერსის შეფასება ასეთია: „ვიდაცამ თქვა რაღაც. რასაც მთავრობა და თანამედროვე პოლიტიკოსები ამბობენ ხშირადაა გაზეიადებული, მაგრამ ყოველთვის ბოლომდე განმარტებული. ასე, სიტყვაზე აგებული მასალისგან შეიძლება კრიტიკული ამბავი გამოეშერწოთ“[38,52], სხვაგან ვკითხულობთ: „სიტყვაზე აგებულ მასალას შეუძლია შეცვალოს მასალის ტონალობა და ბევრი სხვა“[38,41]. ან „ე.წ. სიტყვაზე აგებული მასალის(word stories) ამოსავალია, თუ რა სიტყვა კონკრეტულმა პირმა“[38,53].

ინფორმაციის ორგანიზაციის ამ ეტაპზე, ციტატების და ე.წ. „სიტყვაზე აგებული“ მასალების(word stories) კოორდინაციისას ჩნდება ტავტოლოგიის საშიშროება. სწორედ აქ ხელავენ ამერიკელი მკვლევარები ტექსტთან მუშაობის ხაფანგს: „როცა ბევრჯერ გაიმეორებთ სიტყვას „თქვა“, შეძგომ სინონიმებს მოუხმობთ. ეს სატყუარაა. „თქვა“-ს მარავი დიდია, იგი არაა მომადეზრებული და არის უტილიტალური სიტყვა. როგორც კი მას შეცვლით, მიიღებთ სიტყვებს: განსაზღვრა, პრეტენზია განაცხადა, ამტკიცებს, მოითხოვს, აღიარებს, უშვებს, ადასტურებს, ამოწმებს, აცნობებს... ეს სიტყვები იურიტებისთვის ნიუთდება, მაგრამ არა გაზეთის თანამშრომლებისთვის. გამონაკლისის გარდა, ყველას თავისი სხვა კონტექსტი აქვს, ისინი არ არიან „თქვა“-ს სინონიმები“[38,53-54].

გასათვალისწინებელია ენობრივი თავისებურებანი. „თქვა“-ს სინონიმი შეიძლება იყოს „აღნიშნა“, მაგრამ „მიანიშნა“ სხვა ტენდენციური მუხტის მატარებელია. სინონიმთა მონაცვლეობა კონტექსტისა და ტექსტის ტონალობის მონაცვლეობასაც იწვევს.

პუბლიცისტური მონახაზის შექმნა ინფორმაციის მოპოვების შემდეგ, მისი გადამუშავების პროცესშიც გრძელდება. აქ თავისდათავად შეიძლება იგულისხმებოდეს მონაცემთა გადახალისება-შევსებაც. ინფორმაციის მოპოვების პროცესი თემის, წყაროს გამოკვეთით იწყება, ინფორმაციის დამუშავების პროცესი – პუბლიცისტური პროექტირებით, ინფორმაციის ორგანიზება კი წარმოადგენს ინფორმირების, როგორც კომპლექსური სისტემის თანმხლებ და მარეგულირებელ, პერმანენტულ გზას მასალის საბოლოო აკინძვამდე.

თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვამ ჟურნალისტიკის მუშაობაში გაამარტივა ინფორმაციის ორგანიზაციის პროცესი. „ნიუ-იორკ ტაიმსის“ ბიუროს შეფი იერუსალიმში ჯოელ ბრინკლი სწორედ ამ საკითხებზე ამაზვილებს ყურადღებას: „რეპორტიორის საორგანიზაციო ტექნიკა ითავსებს საგანგებოდ დანობრილ, ასოებით, განსხვავებული ფერით აღნიშნული ფაილების კოდირებულ ქსელს და უამრავ საქალაქოსაც. სისტემატური ორგანიზაცია იმ დროს დაზოგავს, რომელიც კარგი მასალის შექმნისთვის გადამწყვეტია“ [36, 12].

ჯოელ ბრინკლი გვთავაზობს შევქმნათ კომპიუტერის სულ ცოტა სამი კარტოთეკის (ე.წ. ფაილის) კომპლექტი.

1. თემის კართოტეკა (*subject files*), რომელიც იყოფა ორ კატეგორიად: ა) ზოგადი (*general*) და ბ) სპეციფიკური (*specific*) თემების ფაილებად. მაგალითად, თუ ზოგადი თემის ფაილში მოთავსდება ინფორმაცია განათლების სფეროს შესახებ, სპეციფიკურში განთავსდება ცნობები ადგილობრივ უმაღლეს სასწავლებლებზე. პირველში მოთავსდება განათლების სისტემაში მიმდინარე კანონცვლილებები და ტენდენციები, მეორეში – სპეციფიკური ინფორმაცია კომერციული, საზოგადოებრივი თუ სახელმწიფო უმაღლესი სასწავლებლების შესახებ.

2. მასალათა ფაილები (*story files*), სადაც მოთავსდება იმ დოკუმენტების ასლები, რომლებიც მასალაზე მუშაობისას გამოვიყენეთ. სხვადასხვა ინფორმაციის დახარისხებისთვის ვისარგებლებთ კომპიუტერული ფოლდერებით.

3. წყაროთა კართოტეკაში (*source files*) ერთიანდება საზოგადო (*public*) და პერსონალურ (*personal*) ფაილები. საზოგადო ფაილში

შეიძლება ბიზნესის, როტაციული ან სხვა სახის კარტოთეკების კომბინაცია. *პერსონალურში* მოთავსებულია ტელეფონის ნომრები, რომლებიც ხშირად გვხვდებათ [36,13]. ამას შესაძლოა დაემატოს ის, რასაც პროფ. ნ.ტაბიძე უწოდებს ჟურნალისტიკის მიერ აღმოჩენილ ინფორმაციულ საბაზოს. შეიძლება ინფორმაცია დავაზარისხოთ ასახვის საგნის გამორჩევითაც.

ამგვარი ორგანიზება განსაკუთრებითაა მნიშვნელოვანი, როცა ჟურნალისტი რამდენიმე მასალას ერთდროულად ამუშავებს. ასეთ დროს ჟ. ბრინელი გვთავაზობს მოკლე საინფორმაციო მონახაზების შექმნას: „მაგალითად, ეწერ ექვს მასალას, მონახაზი აჩვენებს, რაზე ვსაუბრობ თითოეულში. ამასთან, გამუდმებით ვასწორებ და ვავსებ ამგვარ სტატისტიკას, სანამ ბოლომდე არ დაერწმუნდები, რომ მიდგომა სწორია“ [36,14]. შესაძლოა სწორედ აქ დაფიქსირდეს არსებითი ინფორმაციული ბირთვი.

ინფორმაციის ორგანიზაციის აუცილებლობაზე ამახვილებს ყურადღებას რუსი ავტორი ს. გურევიჩი: „ყოველ რედაქციაში მომგებიანია განისაზღვროს ინფორმაციის წყაროთა საკუთარი სისტემა, რომელიც მნიშვნელოვანია მოცემული პერიოდული გამოცემისთვის...“ [18,91].

მაშასადამე, ინფორმაციის მოპოვების პროცესი თემის და წყაროს გამოკვეთით, პუბლიცისტური პროექტირებით იწყება, დამუშავება კი ინფორმაციის ორგანიზებით, რომელიც წარმოადგენს ინფორმირების, როგორც კომპლექსური სისტემის ერთ-ერთ შემადგენელ და მნიშვნელოვან ეტაპს.

თავი II. ინფორმაციის მოპოვების მეთოდების ზოგადი დახასიათებისთვის

„თუ არ მოიპოვებ ინფორმაციას,
ვერც მასალას შექმნი.“
ჯორჯ ჯორჯი

პუბლიცისტური ინფორმირება გულისხმობს სხვადასხვა ეტაპს. კერძოდ, მასალის მოპოვების, დამუშავების და მკითხველის მიერ მისი აღქმის თავისებურებებს. ჟურნალისტის მიერ ინფორმაციის მოპოვების გზები და ხერხები განსხვავდება სხვა პროფესიის წარმომადგენელთა ამგვარი საქმიანობისგან. შესაბამისად სხვაა ინფორმირების საბაბი, მიზანი და ობიექტიც. აქ არსებითია შემოქმედებითი მიდგომა, პუბლიცისტის ალლო. შესაბამისად სხვაა ინფორმირების საბაბი, მიზანი და ობიექტიც. გ. ლაზუტინას აზრით: „სხვადასხვა სახეობის საქმიანობაში ამოცანების ერთი და იგივე ტიპები გვხვდება. ასე, ექიმის ამოცანებს ერთვის ისიც, რომ მან უნდა შეაგროვოს მონაცემები ავადმყოფის მდგომარეობაზე. მსგავსი ამოცანა აქვს ფსიქოლოგსაც, რომელიც ადამიანის შესაძლებლობებს იკვლევს... ჟურნალისტის ამოცანაა შეაგროვოს მონაცემები მოვლენის განვითარების ადგილიდან... ექიმიც, გამოძიებელიც, ჟურნალისტიც ესაუბრებიან ადამიანს... მაგრამ ეს საუბრები, ვფიქრობ, სხვადასხვაგვარად წარიმართება“ [22,127].

ცდილობს რა მოიპოვოს ინფორმაცია სხვადასხვა წყაროდან, ჟურნალისტი მუშაობს იმ საფეოფიკურ ფორმებს და თავისებურებებს ითვალისწინებს, რომლებიც მისი პროფესიისთვისაა დამახასიათებელი.

სად და როგორ მოიპოვებს ჟურნალისტი ყველაზე ხშირად ინფორმაციას?

ს. გურგენიჩის აზრით: „დოკუმენტების შესწავლა, სპეციალისტებთან საუბარი, — ყოველივე ეს ჟურნალისტებს ახალ ინფორმაციას სთავაზობს, რომელიც შეუძლიათ გამოიყენონ პროფესიონალური საქმიანობისას და რედაქციის საინფორმაციო საბადოს შესავსებად“ [18,91].

ევგენოშვილი ინფორმაციის შემდეგ წყაროებს ასახელებს: „ადამიანები, დოკუმენტები, პირადი დაკვირვება“ [17,105]. უნდა ითქვას, რომ პირადი დაკვირვება ინფორმაციის მოპოვების მეთოდია და არა წყარო. ბუნებრივია, ჟურნალისტი სხვადასხვა წყაროს მიმართავს და შესაბამისი მეთოდის შერჩევით.

მაშასადამე, პირად დაკვირვებას ინფორმაციის მოპოვების მეთოდად მივიჩნევთ. თავის მხრივ, პირადი დაკვირვებისას სხვადასხვა ხერხია ცნობილი. ერთ-ერთ ასეთ მეთოდზე საუბრობს *მ. შოსტაკი*: „ეს მეთოდი დიდი ხანია დამკვიდრდა ჟურნალისტიკაში. შედეგის მისაღწევად, ცნობილი ჟურნალისტები მიზაილ კოლცოვი, ლარისა რეისნერი, ივან გუდიმოვი და სხვები დროებით იცვლიდნენ პროფესიას“ [33,92-93].

ეს მეთოდი საგამომძიებლო ჟურნალისტიკამაც შეითვისა, სადაც ჟურნალისტი (ახალი სპეციალისტის ამპლუაში) პერსონაჟ-ექსპერტად გვევლინება, ინილბება, მსახიობივით გარდაისახება. ამგვარი გამომძიებელი, ნაწარმოებს რეპორტაჟის სამოსელსაც არგებს. პირობითად ამ პუბლიცისტურ ნილაბს შეიძლება ეუწოდოთ ის, რასაც *მ. შოსტაკი* არქმევს „რეპორტაჟ-როლში“ [33,88-89,91-91]. იგი გამოირჩევა ინფორმაციის მოპოვების ხანგძლივობით, რადგან „გამოძიება გვთავაზობს დაკვირვების გაფართოვებულ ველს, დოკუმენტებთან და ოქმებთან მუშაობას და ინტერვიუების გართულებულ ვარიანტებს“ [33,94]. უნდა ითქვას, რომ სწორედ აქ, ჟურნალისტის პირადი და სპეციალისტების გამოცდილებაა სინთეზირებული.

ყოველდღიური ოპერატიული ინფორმირებისას ჟურნალისტს სხვა პრიორიტეტული ამოცანაც აქვს. ასეთ დროს იგი დაკვირვებას კი არ აწარმოებს, არამედ ეყრდნობა უკვე შეძენილ გამოცდილებას.

საინფორმაციო წყაროებს ჟურნალისტურ გამოძიებასთან მიმართებითაც განიხილავენ. *ვ. კოროშელოვის* აზრით, მასმედიაში — კონფლიქტის მონაწილეებთან, შესაბამის პირებთან პირადი ურთიერთობის გარეშე არცერთი გამოძიება ხდება... პუბლიკაცია, რომელშიც არაა მოხმობილი სხვადასხვა ადამიანის მოსაზრება და ემყარება მხოლოდ ავტორის შეფასებას, არსებითად წამგებიანია მკითხველის თვალში [17,105].

ჟურნალისტური გამოძიებისას ინფორმაციის მოპოვების თავისებურებებზე საგანგებოდ საუბრობს რუსი მკვლევარი *ა. ტერტიჩნი*. „მიუხედავად იმისა, რომ ბევრ ჟურნალისტ-გამომძიებელს თავისი საყვარელი მეთოდი აქვს ინფორმაციის ძიებისა, ეს არ ნიშნავს, რომ ყოველთვის ერთ-ერთს უნდა მივმართოთ. რა თქმა უნდა, კონკრეტული სიტუაციიდან გამომდინარე, რომელშიც მიმდინარეობს გამოძიება, გამოიყენება სხვადასხვა მეთოდი და ხშირად — კომპლექსურადაც“ [30,107]. *ა. ტერტიჩნი* საყურადღებოდ მიიჩნევს:

დაკვირვებას, ინტერვიუს-საუბარს, დოკუმენტების დამუშავებას, ექსპერიმენტს, კრიმინოლოგიურ-საგამომძიებლო მეთოდებს[30,107-139]. როგორც ვხედავთ, ა. ტერტიჩნი ყოველ მათგანს ინფორმაციის მოპოვების მეთოდს უწოდებს. საკმათოა, რადგან დოკუმენტები – ინფორმაციის წყაროდ უნდა მივიჩნიოთ. ამასთან, ყოველი მათგანი ჟურნალისტური საქმიანობის, ინფორმირების საფეხურებია და არა მარტო ე.წ. საგამომძიებლო ჟურნალისტიკის მონაპოვარი.

განხილული მოსაზრებების გათვალისწინებით, გამოვყოფთ ინფორმაციის მოპოვების ორ ძირითად მეთოდს:

1. ინტერვიუებას;

2. ინდივიდუალურ დაკვირვებას. ეს მეთოდი კი შემდეგნაირადაა განშტოებული: ა) პირად შთაბეჭდილებებზე, შემეცნებასა და გამოცდილებაზე დამყარებული; ბ) დოკუმენტური მასალის მოძიებასა და გააზრებაზე დაფუძნებული.

§1. ინტერვიუება, როგორც ინფორმაციის მოპოვების მეთოდი

ყველაზე ხშირად ინფორმაციის მოსაპოვებლად ინტერვიუებას მიმართავენ. მიზეზი უმთავრესად ისაა, რომ „*„აუდიტორია ბუნებრივად ესწრაფვის პირველწყაროს“* [2,97] და, რა თქმა უნდა, ჟურნალისტიც. ამას ემატება ისიც, რომ ინფორმაციის მოპოვებისას კითხვა-პასუხი გარკვეულ დინამიკას ქმნის, იზრდება მიზილულობა. თუ ინტერვიუ-ჟანრის პოპულარობას მრავალი ფაქტორი განსაზღვრავს, ინტერვიუება, როგორც ინფორმაციის მოპოვების მეთოდი, არაერთი ჟანრისთვისაა ხელშესახები და პუბლიცისტურად ორიენტირებადი. შემოქმებითი ქვეტექსტების გახმოვანებაში მას ინდივიდუალური დაკვირვება ეხმარება.

დ. ოსეფაშვილი გერმანულ ჟურნალისტაზე დაკვირვებისას ერთ გარემოებაზე ამახვილებს ყურადღებას: „*ინტერვიუს ძირითადად იმარჯვებენ როგორც აუცილებელ მეთოდს ნებისმიერი ჟურნალისტური მასალის ასაღებად ძიება-გადამოწმების (recherche) მეთოდთან ერთად*“ [3,92].

ინტერვიუების მეთოდი განსაკუთრებით მიზანმიმართული და თავისთავადია ჟურნალისტური გამოძიებისას, რადგან იგი კრიმინოლოგიურ-საგამომძიებლო მეთოდებისა და ექსპერიმენტის შედეგობრივ მაჩვენებლებზეც აიგება.

ზოგადი დებულებით კი, ინტერვიუებისას ჟურნალისტი კითხვათა დასმის ხელოვნებას უნდა ფლობდეს. პუბლიცისტის გამოცდილება და ოსტატობა კითხვათა წინასწარ შედგენაშიც ელინდება. ინტერვიუება, როგორც ინფორმაციის მოპოვების მეთოდი, მხოლოდ ინტერვიუს წერისას როდი გამოიყენება. მ. შოსტაკის ფორმულირებით: „*ინტერვიუ-მეთოდი გამოგონებლურად მოიპოვებს ფაქტებს, ინტერვიუ-ჟანრი ამ პროცესს თვალსაჩინოდ აჩვენებს*“ [4,67].

ინტერვიუებას განვიხილავთ არა როგორც ინტერვიუ-ჟანრის აქსესუარს, მისი წარმართვის თავისებურ ფორმას, არამედ როგორც სხვა ჟანრებისთვის ხელშესახებ მიდგომას, ინფორმაციის შეგროვების მეთოდს. ეს არ ნიშნავს მისი ჟანრობრივი თვისებებიდან სრულ იზოლაციას. კითხვათა დასმის პრაქტიკა ინტერვიუს ეპიცენტრია; მისი სამოსელიც ზოგჯერ სხვა ჟანრებში ამოტივტივდება, თუმცა უფრო ხშირად ამა თუ იმ ჟანრისთვის დამკვიდრებული ფორმას ეხმიანება.

მაგალითად, „ზოგჯერ ინტერვიუ-დიალოგის წყობა მოშველიებულია ფელეტონის ასაგებად, ანდა რეპორტაჟული მანერით შეიძლება შემოგვთავაზონ ნარკვევი“ [2,97]. ინტერვიუს სამოსელი ჩნდება რეპორტაჟსა და დოსიეშიც (profile).

ვფიქრობ, ჟურნალისტი ლინდა გომესი (ჟურნალ „ლაიფიდან“) ინტერვიუს განიხილავს, როგორც ინფორმაციის მოპოვების მეთოდს, რადგან პროცესს წინ სწორედ ჟანრის შერჩევა უსწრებს: „სანამ გადაწყვეტთ ინტერვიუს ვისგან იღებთ, აუცილებელია იცოდეთ რა სახის მასალას წერთ. არჩევანი სხვადასხვაა: ინფორმაციული შენიშვნა, სტატია, დოსიე, მიმოხილვა, საგამომძიებლო მასალა“ [5,3]. მათი ცალ-ცალკე განხილვისას, ჟურნალისტების მთავარ შეცდომად მიიჩნევენ იმას, რომ ინფორმაციის მოპოვებისას, ინტერვიუებებს ვადაზე ადრე ასრულებენ, როცა ინტერვიუებულმა შეიძლება კიდევ გვითხრას რამე ღირებული [5,2-3].

ქართულ მედიაში ხშირია ინტერვიუები, რომლებიც არ პასუხობენ ამ ჟანრის მოთხოვნებს. ისინი შეგვიძლია მივიჩნიოთ ჟურნალისტის მიერ ინტერვიუებით მოპოვებული ინფორმაციის ნიმუშებად. მხოლოდ ჟანრის სწორად შერჩევისა და დამუშავების შემთხვევაში მივიღებთ სასურველ პუბლიცისტურ ნაწარმოებს.

§2. ინტერვიუს წარმართვის ტექნოლოგია — კითხვარის შექმნის თავისებურებანი

როგორ შევადგინოთ ინტერვიუს პროექტი? ინტერვიუირების პროცესში „მონახაზისებრი“ ჩანაწერები დაფიქსირდება. მისი წარმოდგენა სავარაუდო კითხვებთან ერთად ინტერვიუს პროექტირებისას სხვადასხვა განზომილებაში შეიძლება. ინტერვიუში ტენდენციის გამჟღავნების პროცესი ორეტაპოვანია. ავტორი ჯერ კითხვების შედგენისას და შემდეგ, ინტერვიუს დაწერისას პუბლიცისტური ფერადობის სიმკვეთრეს თავად ირჩევს. ამასთან, იგი ესწრაფვის ობიექტურ სინამდვილესთან თანხვედრას, რაც აუცილებელია დეზინფორმაციის თავიდან ასაცილებლად. ინფორმირების ამა თუ იმ მიმართულების შერჩევით, ავტორი ტენდენციას ამჟღავნებს. აქაც, „შესაკრებთა მონაცვლეობით“ სხვადასხვა ინფორმაციულ ნაკრებს და პუბლიცისტურ განტოლებას ვხედავთ. ინტერვიუს მონახაზის ერთგვარი სახეა კითხვარი, რომელსაც ჟურნალისტი წინასწარ ამზადებს. ინტერვიუს პირველადი, სავარაუდო მონახაზიც სწორედ კითხვარის ჩამოყალიბების პროცესში ჩნდება.

ბ. ენდიქოტის აზრით: „*ჩანაწერების წარმოება(notetaking) ინტერვიუირების პროცესის მხოლოდ ერთ-ერთი საფეხურია. წინასწარ მომზადებულ კითხვათა სია გეხმარებათ ფოკუსირება მოახდინოთ მასალაზე, სანამ ინტერვიუირებულს შეხვდებით. როცა ინტერვიუ დაიწყება ის მოგეხმარებათ მართოთ ის მოულოდნელი მიმართულებები, რომლებიც შეიძლება გამოჩნდეს*“[42,48].

ინფორმაციის მოპოვებასა და ინტერვიუზე მუშაობის კიდევ ერთ თავისებურებაზე ამახვილებს ყურადღებას „ჩიკაგო ტრიბუნის“ ნიუ-იორკის ბიუროს შეფი(the New York City Bureau Chief of the *Chicago Tribune*) ჯორჯ ქიური: „*ჩემის აზრით, ყველაზე ძნელი ინტერვიუირებისას არის ძალიან ყურადღებით უსმინო და ამავე დროს იფიქრო მომდევნო შეკითხვაზე*“[42,48].

თუმცა ბილ ენდიქოტი რიგ პუნქტებს მხოლოდ ინტერვიუსთან მიმართებით განიხილავს, ისინი არაერთი ჟანრის

პროექტის გარდამავალ თვისებებში ჩნდება: ციტატები, ფაქტობრივი ინფორმაცია, ცალკეული სიტყვები, ფრაზები, არგუმენტები და კონტრარგუმენტები, ანუ ყველაფერი ის, სადაც მულაუნდება ტენდენცია.

ინფორმაციის მოპოვებამდე – ჟურნალისტი ადგენს კითხვარს. ოღონდ ეს პრაქტიკა არ გულისხმობს ინტერვიუების პროცესის წინასწარ და უზუსტეს დაგეგმვას. ხშირად ესეც კამათის საბაბია. კარგი კითხვარის შედგენა აუცილებელია, მაგრამ ჟურნალისტის შემოქმედებითი მიდგომა გულისხმობს კითხვათა სწორად დასმას და არა თანმიმდევრობის დაცვას. ინტერპრეტაციის შესაძლებლობა ნებისმიერ დროსაა შესაძლებელი. ინტერვიუებულთან შეხვედრისას პროფესიონალის საგანგებო მომზადება სწორედ „გაუკვალავ ბილიკზე“ გასვლის საშუალებას იძლევა.

ჟურნალისტური მოღვაწეობისთვის ოცი სხვადასხვა ჯილდოს მფლობელი, „დალას მორნინგ ნიუსის“ (*The Dallas morning news*) თანამშრომელი მერილინ შვართში საგანგებოდ საუბრობს კითხვათა სწორად დასმის მნიშვნელობაზე: „კარგი ინტერვიუერი ცდილობს საუბარში მიაგნოს ახალ იდეებსა და კომენტარებს. საუკეთესო შეკითხვები უცბად იბადება. საუკეთესო პასუხებიც სპონტანურია. წინასწარგანზრახული შეკითხვები ასეთივე პასუხებს გულისხმობს. გადაამოწმეთ ნებისმიერი არაზუსტი პასუხი. გახსოვდეთ, ყოველი კითხვა ინტერვიუს განვითარებისთვის დაისმის. იმის და მიხედვით, თუ რა სახის ინფორმაცია გჭირდებათ, კითხვა განმარტავს ან აზუსტებს ინტერვიუებულის პასუხს“ [46, 93]. მერილინ შვართში გვირჩევს ჩავინიშნოთ ის კითხვებიც, რომელიც ჩვენი ინტერვიუებულისადმი სხვა ადამიანებს უჩნდებათ. ამგვარად, იგი გარკვეულ მოთხოვნებს აყალიბებს კითხვათა სწორად დასმისთვის.

მეტე თვალსაჩინოებისთვის და მონაცემთა შეჯერებისთვის, შევადგინეთ ლოგიკური შეპირისპირების გრაფა, სადაც გამოვყოფთ ორ ჯგუფს და ჩამოვყალიბებთ კითხვათა მოდელებს. აქ არის ე.წ. დაუსრულებელი (open-ended questions) და დასრულებული (close-ended questions) კითხვები.

მ ა თ უ ი ა რ ს ე ბ ი თ ი ა

დაუსრულებელი კითხვები (open-ended questions)	დასრულებული კითხვები (close-ended questions)
1. მასხუის კონტრასტის ჩვენება.	1. სტერეოტიპული რეაქციის გამოვლენა.
2. მოდელი, რა ფაქტორები არსებობს?	2. მოდელი, რა ფაქტორები არსებობს თუ არა ფაქტორები?
3. მოდელი, როგორ აღიქვამს ატარებს ინფორმაციას?	3. მოდელი, რა ფაქტორები არსებობს თუ არა ფაქტორები?
4. გაფართოებული, სრული ხასიათის მასხუის ჩვენება მიმართება კითხვების, რატომ, როგორ?	4. მოდელი, სტერეოტიპული მასხუის ჩვენება.
5. მოდელი, რა მოხდა? აქ მასხუი აკონტროლებს სუბსტანციას, ირრეს მასხუის მოცულობას, შინაარსი განვითარებას.	5. მოდელი, რატომ მოხდა? რატომ მოხდა ჩვენს აღიქვამს თუ არა ფაქტორები? პრადიკტი ხასიათისა და მასხუის უბნების სტერეოტიპული მასხუის ჩვენება.

როგორც ვხედავთ, ე.წ. დასრულებული შეკითხვები მეტი კონკრეტიზაციისკენაა მომართული, დაუსრულებელი კი ზოგადი შინაარსის ტრაექტორიას აჩვენებს. კითხვათა ეს მოდელი გამოგვადგება სხვადასხვა ჟანრის აგებისას ინფორმაციის მოპოვების პროცესში. აქედან გამომდინარე ყოველი ჟანრისთვის შედგენილი კითხვარი ერთმანეთისგან განსხვავებულია. ინფორმაციული შენიშვნა შეიძლება ე.წ. დაუსრულებელი კითხვების სერიით დაიწყო, სტატია კი ე.წ. დასრულებული კითხვებით.

თუმცა, ძარბარა ბრეიდელის საუბრობს რა სტატისტიკის ინფორმაციის მოპოვებაზე ინტერვიუების მეთოდით, ძირითადად ე.წ. დაუსრულებელი კითხვების ეფექტურობაზე ამხილავს ყურადღებას [35, 88].

შეიძლება თუ არა ინფორმაციის მოპოვებისას სხვა მეთოდების გამოყენება (გარდა ინტერვიუებისა), თავად ინტერვიუს მომზადებისას? მიუხედავად იმისა, რომ ჟანრის „გვირგვინი“ შემდგარი ინტერვიუა, ინტერვიუებულთან შეხვედრამდე ჟურნალისტი პირად დაკვირვებებს აწარმოებს და ეცნობა სხვადასხვა მასალას.

ყოველ ჟურნალისტს ინტერვიუების თავისი მეთოდი აქვს, მომზადების ეტაპებიც სხვადასხვაა. „მომზადების შემდეგ რა ვიცი, რა უნდა ვიცოდე? რა არის ჩემი მომავალი მასალის არსებითი იდეა?..“ [33, 68] – ამ კითხვებით მ. შოსტაკი ეძებს ბზარებს ინტერვიუს აღების წინ.

ჩვენი დაკვირვებით, არის შეკითხვები, რომლებიც მხოლოდ ინტერვიუების აქსესუარია და არა ინტერვიუ-ჟანრის. ზოგიერთი

კითხვა ინტერვიუ-ჟანრში საერთოდ არ ჩნდება, მაგრამ მათი დასმა ინტერვიუის წარმართვისას, ანუ ინფორმაციის მოპოვებისთვისაა აუცილებელი.

მერილინ შვართზის აზრით, ხანდახან აუცილებელია იმ შეკითხვების გამოყენება, რომლებზე პასუხი თავადაც უწყით, „*ხანდახან ეფექტურია რამდენიმე „სულელური შეკითხვის“ წარმოჩენა, რომ ამა თუ იმ კონკრეტულ შეკითხვაზე რესპოდენტი ალაპარაკდეს... სჯობს დასვა ძალიან ბევრი შეკითხვა, ვიდრე ძალიან ცოტა*“[46,99];

აქაც იგულისხმება კონკრეტული კითხვების დასმის სერიულობა, სადაც ობიექტური სინამდვილის დასანახად სჯობს მეტი ინფორმაციის მოპოვება. ინფორმირების ეს თავისებური ხერხი – ინტერვიუების დიაპაზონს აფართოვებს.

ბ. შვართზი ყურადღებას ამახვილებს ფსიქოლოგიურ მანევრებზე: „*აჩვენეთ იმაზე ნაკლები, ვიდრე იცით (პოზიციით – „მე არ ვარ უფლემამოსილი, მაგრამ ასე მგონია, რომ...), შემდეგ ინტერვიუირებული ისაუბრებს გასაგები ენით და ახალი ინფორმაციის მოწოდების სურვილით*“[46,103], *იქვე* ვკითხულობთ: „*გააკვირეთ თქვენი ინტერვიუირებული ემოციური რეაქციების ჩვენებით*“[46,104]. ამგვარი მიდგომები გამართლებულია თუ საუბრისას შექმნილ ემოციურ ფონს ჟურნალისტი არ გადააქცევს მანიპულაციის იარაღად და შეინარჩუნებს უშუალოების განწყობას.

„წყაროსთან“ სხვადასხვა გზით ფსიქოლოგიური კონტაქტის დამყარებაზე საუბრობს *ა. ტერტიჩნი*. მისი აზრით, სიტუაცია განიმუხტება თუ ინტერვიუირებული გაიხსენებს რაიმე სასიამოვნოს თავისი ბიოგრაფიიდან, ისაუბრებს თავის თავზე. არასრული პასუხის შემთხვევაში მოსაუბრემ უნდა იგრძნოს, რომ ჟურნალისტი გაგრძელებას ელის, ამ დროს კითხვების შეჩერება და სიჩუმე შეიძლება გასაღებივით მოერგოს სიტუაციას.

ა. ტერტიჩნი ინტერვიუების სხვა „ბგერებსაც“ ახმოვანებს, ამათგან მნიშვნელოვანია: ინტერვიუს დაწყება იმ ორი-სამი კითხვით, რომელზე პასუხიც ჟურნალისტმა თავად იცის, (ასე ჟურნალისტი ამოწმებს რამდენად შეიძლება რესპოდენტის ნდობა); რთული შეკითხვების დასმა ინტერვიუს ბოლოს (იმ შემთხვევაში თუ მოსაუბრე თავს არიდებს პასუხს, კითხვის პერიფრაზირება უნდა მოხდეს სამი-ოთხი კითხვის თანმიმდევრობით)[30,120].

„*რეპეტიცია ინტერვიუს წინ*“ – ეს *მერილინ შვართზის* კითხვათა სიაა, სადაც *საუკეთესო* და *უვარგისი* კითხვების

მაგალითებია შეტანილი. ინტერვიუების კარგად წარმართვისთვის მნიშვნელოვანი და მიზანშეწონილია კიდევ ერთხელ გავიზრდეთ ნაცნობი და უცნობი პრინციპები. თავდაპირველად, განვიხილავთ იმ დებულებებს, რომლებიც აუცილებელია ინტერვიუებისას:

1. „რატომ“ და „როგორ“ ტიპის კითხვებზე ფოკუსირება [46, 98];

ამ ტიპის კითხვები მრავლადაა ქართულ და უცხოურ პრესაშიც. სცენარისტ გია არგანაშვილს ჟურნალისტი ეკითხება: „როგორი სახელი აქვს დღეს ქართულ კინოს უცხოეთის კინოწრეებში?“ [93, 72].

ზოგჯერ ხდება, რომ კითხვითი სიტყვები: „რატომ“ და „როგორ“ შეკითხვის ზედმეტი აქსესუარია. ასეთი ტიპის შეკითხვები აქ წარმოდგენილ პირველ კატეგორიას სრულიად არ მიეკუთვნებიან. ჟურნალისტ ლუბა ელიაშვილთან საუბარში იბადება კითხვა: „როგორ მოეწონთ თავი რესპოდენტის როლში?“ [94, 41]. აქ სიტყვა „როგორ“ ზედმეტია. იმავე ინტერვიუში სტილისტურად გაუმართავია შეკითხვა: „რატომ უნდა იყოს უცხოური მაგალითი და მოდელი ჩვენთვის?“ [94, 38]. ამ პრინციპით ამერიკელების მიერ შემოთავაზებულ ტიპოლოგიაში უნდა ვიგულისხმოთ „რა სახის“ შეკითხვებიც. ისინი ე.წ. დასრულებული კითხვის ფეკტს ქმნიან. ამავე ინტერვიუში ასეთია: „რა სახის დაკვეთა არ ბლალავს ჟურნალისტის ღირსებას?“ [94, 40].

შეკითხვის ასე (დასრულებული სახით) ფორმულირება საჭიროა მაშინ, როცა ანალიტიკურ მასალებზე მუშაობისას იქმნება ე.წ. პუბლიცისტური ფერადობა (ე.წ. color) ამისთვის კითხვების სწორი დასმა საჭირო, რადგან საბოლოო ჯამში ის, რასაც ამერიკელები color-ს უწოდებენ, ამგვარი კითხვებით მიიღწევა. color-ის შემოტანა ნაწარმოებში შეუძლიათ ე.წ. სიტყვაზე აგებულ (word stories) ამბებს. ფერადობა (color) ნიშნავს აღნიშნოთ: „როგორ გამოიყურება კანდიდატი, რა თქვა ევგენიტიანოვმა, სანამ აღიარებდა თავს დამნაშავედ, რამდენ ადამიანზე იმოქმედა უარყოფითად, როცა სენატმა მიიღო კანონპროექტი. ამ ამბებში არაფერია ძალიან მნიშვნელოვანი და სიღრმისეული, მაგრამ ის შეკითხვებს მოვლენის არსს სპეციფიკური გზით აცნობს. ჩვენ ყოველთვის ვწერთ, რომ პარლამენტმა მიიღო კანონპროექტი... აღწერას აკლავ, თუ როგორ მივიდა იგი ამ გადაწყვეტილებამდე, რამდენი ადამიანის ხელი ურევია კანონპროექტის მომზადებაში“ [40, 51]. მაშასადამე, ინფორმირების პროცესი ვადაზე ადრე მთავრდება. მიზეზი სწორედ როგორ და რატომ ტიპის კითხვებისათვის გვერდის ავლაა.

საყურადღებოა შემდეგი მოთხონა:

2., *მოვერიდოთ აბრევიატურებს, ჟარგონს, ზოგად ფრაზებს(დამოწმებებს), როგორიცაა: „იმ კონფერენციაზე, თქვენ რომ ახლანხს დაესწარი.“* აქვე ჩართეთ კონფერენციის თარიღი, საბაბი. დარწმუნდით, რომ საერთო მოვლენაზე საუბრობთ[46,98].

პოლ ჰემპი ბიზნესისა და ეკონომიკის სფეროში მომუშავე ჟურნალისტებს განუმარტავს, რომ ტერმინებს იმდენად სპეციფიკური მნიშვნელობა აქვს, რომ ისინი ხშირად „იდუმალეებით მოცული სიტყვებია უმრავლესობისთვის. ჟურნალისტმა უნდა გაშიფროს ისინი“[16,18]. აქ ჰემპი ცნობილი ეკონომიური ტერმინების განმარტებასაც მოიაზრებს.

ეს ის რჩევებია, რომელთა განზოგადება სხვა პროფესიებთან მიმართებითაც შეიძლება. ასე, უცხოურ პრესასთან თანამშრომლობისას დიპლომატიებისთვის რეკომენდირებულია: „დაწერეთ გასაგებად. მოერიდეთ უცხო ტერმინებსა და რუსიზმებს, რუსულ ჟურნალ-გაზეთებში გავრცელებულ სათაურებს, რომლებიც იმეორებენ პოპულარული ფილმების სახელწოდებებს, ლიტერატურული ნაწარმოებების და მათი გმირების ფრთოვან გამონათქვამებს“[32,493].

ინტერვიუირებისას კი მართლაც აუცილებელია არა მარტო უცხო სიტყვების, არამედ წყაროების განმარტება და ეს სხვადასხვაგვარად მიიღწევა. გამოვარჩევთ მერილინ შვართზის ზოგიერთ მიდგომას: „მოითხოვეთ მაგალითები(კითხვით – „შეგიძლიათ დამისახელოთ მაგალითი?“); დააზუსტეთ ქრონოლოგია(კითხვით – „ეს როდის მოხდა? რა მოხდა შემდეგ?“); გაიმეორეთ კითხვა საჭიროების შემთხვევაში, როცა არ ხართ დარწმუნებული რესპოდენტის მოსაზრებაში(კითხვით – „თქვენ ამბობთ იმას, რომ...?“)[46,103-104], „იმ შემთხვევაში, როცა ინტერვიუირებულს არ აქვს კონკრეტული პასუხი სთხოვით სპეციფიკური წყაროზე მივითითოთ(კითხვით – „ვის მიმართავდით ამაზე პასუხი რომ გჭირდებოდა?“)[46,102]; შეამოწმოთ სტატისტიკური მონაცემები, თარიღები[46,101]; აქ სხვა ნიუნსებიც მნიშვნელოვანია. მაგალითად, ზოგჯერ მომგებიანია საუბარში ჩართოთ თვითკრიტიკის ელემენტები (კითხვით – „ამას იმიტომ არ მეუბნებით, რეპორტიორი რომ ვარ?“)[43,104].

3. *არანაკლებ მნიშვნელოვანია ინტერვიუირებულის სწორად შერჩევა.* ამ მხრივ, რიგ თავისებურებებზე, რაც ინტერვიუს წარმატებულად წარმართვის წინაპირობაა, საუბრობს პროფ. ნ. ტაბიძე: „არსებითია, ვინ აკეთებს კომენტარს: უბრალო მონაწილე თუ

ვითარებაში ღრმად გარკვეული პიროვნება. ინტერვიუს მეშვეობით შესაძლებელია ავტორიტეტის ამტკიცება. ეს კი მეტ დამარ-წმუნებლობას ანიჭებს ნათქვამს [7,53]. მ. შვარტზის აზრით, ინფორმაციის მოპოვებისას ინტერვიუების მეთოდით მნიშვნელოვანია „კვალიფიციური ინტერვიუების შერჩევა, რომ არ მიიღოს ამის მსგავსი პასუხი: არ მინახავს, გონი ასე იყო...“ [46,98-99].

არანაკლებ მნიშვნელოვანია „ინტერვიუების შეხედულების გათვალისწინება“ [46,98].

საყურადღებოა ინტერვიუების, როგორც თანაავტორის როლის განსაზღვრა. რადგან ინტერვიუში მისი შეხედულებებია წარმოდგენილი, ჟურნალისტს არ აქვს უფლება ინტერვიუების უფლებები დაამახინჯოს. სწორედ ამიტომ ჟურნალისტმა ინტერვიუს ვიზირება უნდა მოახდინოს, რომ დაიცვას თანაავტორის უფლებები.

4. აუცილებლად უნდა ვიგულისხმოთ თავად ჟურნალისტის კომპეტენტურობის ხარისხიც. პროფესიონალურ მზადყოფნას და პუბლიცისტურ სიფხიზლეს ამჟღავნებს თ. ბერეჟიანი მხატვართან საუბარში, როცა მოსაუბრის ინდივიდუალურ სტილს, განწყობილებასაც აკვირდება: „რა არის აბსტრაქცია, ლაქის, ზაზისა და ფორმის დამოკიდებულება?“ [58,51]. თითქოს შეკითხვა პასუხსაც გულისხმობს და პირდაპირ გამოკვეთავს ადრესატის ბუნებასაც.

ჟურნალისტი ხ. რაქვიაშვილი ათონის წმინდა მთაზე მოგზაურობის შესახებ ესაუბრება ყოვლადუსამღვდელოესს, სამთავისისა და გორის ეპისკოპოსს ანდრეას (გვაზაყას). პუბლიცისტის კომპეტენტურობა ჩანს სერიულ კითხვებში, რომლებიც ასე იბადება:

„ღვთისმშობლის წყაროზე თუ იყავით?“, „მსწრაფლ შემსვენების“ სასწაულმოქმედი ხატი თუ მოინახულებთ?“, „გონი, მამა იოანე ხატმწერი უნდა იყოს, თქვენ ზომ არ გინახავთ მისი შესრულებული ხატი?“ [83,12-13] და სხვ.

ინტერვიუს თან ერთვის სამი ილუსტრაცია. ერთ-ერთს (ბერი კანდელს აკვირდება) ასეთი მინაწერი აქვს: „ივერონის კანდელს ქართული წარწერა აქვს“. სწორედ ივერიის მონასტერზე საუბრისას კითხვა-პასუხის ასეთი მონაცვლეობაა:

„— და ეს კანდელი, რომელიც ამ ტაძარშია...

— დიახ, ეს კანდელი... იგი ჩამოკიდებულია დიდ ტაძარში და მას ქართული წარწერა აქვს“ [83,12-13]... და ა.შ. აქ სიჩუმის წამები იკითხება. ავტორი პუბლიცისტურ მოდულაციას მიმართავს. კომპოზი-

ციური პაუზა კი თხრობის შეჩერების ილუზიას ქმნის, რაც განპირობებულია დაინტერესებით, ეპიზოდური ჩანართით და დეტალისადმი ყურადღების გამახვილებით. აქ თავს იჩენს ლიტერატურული რეტარდაცია. ამავე მასალაში სპეციალური ტერმინების განმარტებებიც მოიძიება. უნდა ითქვას, რომ ინფორმაციის მოპოვებისას, ინტერვიუირებისას ხშირად მომგებიანია „სიჩუმის ხუთი წამის შექმნა“. სწორედ ასე, ინტერვიუში ტენდენციაც მჟღავნდება. ამ მიდგომაზე საუბრობს პროფ. ნ. ტაბიძე: „ყურადღებას გავამახვილებთ არა განსჯით მომენტებზე, არამედ პოზიციის „ნეიტრალური“ გზით განუღვენებაზე, როცა სიტყვიერი შეაკერება გამორიცხულია. ამ ბერძნს პირობითად „დუმილის“ ბერძნულში შეიძლება ვუწოდოთ, იგი წარმატებით გამოიყენება ინტერვიუში“ [11, 188].

ჟურნალისტური გამოძიებისას ინტერვიუირების მეთოდის სწორად წარმართვასთან მიმართებით თითქმის იგივე პუნქტებზე საუბრობს ა. ტერტიჩნი, რაზეც მ. შვართზი:

1. ჟურნალისტმა რაც შეიძლება მეტი უნდა გაიგოს თავისი „წყაროს“ შესახებ [30, 119]. უნდა აღინიშნოს, რომ ეს მარტო საგამომძიებლო ჟურნალისტიკას არ მოეთხოვება, არამედ ინფორმაციის მოპოვების ერთგვარი წინაპირობაა.

ბუნებრივია ისიც, რომ ელემენტარული ბიოგრაფიული ცნობების დადგენა ინტერვიუირებამდე უნდა მოხდეს და ეს არა მხოლოდ ე.წ. „საგამომძიებლო ჟურნალისტიკას“ მოეთხოვება.

2. ჟურნალისტმა კარგად უნდა დაიმახსოვროს ინტერვიუირებულის გვარი, სახელი, მამის სახელი, პროფესია, წოდება, თანამდებობა [30, 120]. „ღოს-ანჟელეს თაიმს“-ის თანამშრომელი ბილ ნოტინგემი ამგვარ სავარაუდო შეცდომებზე მიაჩნებდა, როცა აღნიშნავს: „შესრულებული სამუშაოთი 100%-ით კმაყოფილი არასდროს ვარ, რადგან ყოველთვის მიხდება დაკურეკო ადამიანებს, რომ გადავამოწმო მათი სახელების მართლწერა“ [46, 2].

მ. შვართზი „სასურველი“ კითხვების შემდეგ იმ კითხვებს გვთავაზობს, რომლებიც არ უნდა წარმოვადგინოთ შემდეგნაირად: 1) ორნაწილიანი კითხვების სახით ან ერთდროულად ორი კითხვით; 2) ისეთი შეკითხვით, რომელიც ერთდროულად ურთიერთსაწინააღმდეგო ცნებებს შეიცავს („რა ანიჭებთ უპირატესობას ამას თუ ამას?“). ასეთ დროს პასუხი იქნება ან ერთი ან მეორე მათგანი. სჯობს კითხვით ან: რას ანიჭებთ უპირატესობას? ან, რას არ ანიჭებთ უპირატესობას?; 3) ფორმულირებით: „ზმნა თუ არა...“ (იცნობთ თუ არა, დადიხართ თუ

არა, და ა.შ.) [46,108].

მ. შვართზის მოსაზრებები საკამათოა, რადგან ამ და სხვა ტიპის შეკითხვებთან გასათვალისწინებელია ენობრივი თავისებურებანიც. მაგალითად, ინტერვიუში „ათონის მთაზე მოგზაურობის შესახებ“ კითხულობთ: „დგას თუ არა დღეს ათონზე რეალური საშიშროება იმისა, რომ 2004 წელს ტურისტები და, მათ შორის, ქალებიც შევლენ ათონის მთაზე?“ [83,12-13]. როგორც ვხედავთ, ზოგჯერ კითხვის დასმა სწორედ ამ კონსტრუქციითაა ეფექტური.

ამგვარი კონსტრუქციის კითხვა გაამართლებს, თუ მას მიმართულებას შევუცვლით. ინტერვიუში „ახალი საქმე მიყვარს და მიზიდავს“ ავტორი ინტერვიუირებლს ეკითხება: „ასე რომ, ჟურნალისტის პროფესია პრინციპულობასა და გაბედულებას გულისხმობს უპირველესად?“ [94,41]. მართალია, კითხვა გრადუსის იცვლის და მტკიცებითი ფორმის ელემენტებით აიგება, მაგრამ სტილისტურად მაინც დასახვეწია. ჟურნალისტს შეეძლო ასე დაესვა კითხვა: „გულისხმობს თუ არა ჟურნალისტის პროფესია პრინციპულობასა და გაბედულებას?“

ამერიკელების აზრს იმის თაობაზე, რომ კითხვის ჩამოყალიბება ორ წინადადებაზე უფრო ვრცლად მიუღებელია [46,108], ეთანხმება მ. შოსტაკიცი: „გრძელი შეკითხვა – თითქმის ყოველთვის ჩახლართულია: ის უნდა გაიმეოროთ, დაანაწევროთ და ა.შ.“ [33,69].

მ. შვართზის ზოგიერთი რჩევა ვფიქრობ, ნაწილობრივ მაინც გამოადგებათ დღევანდელ ქართულ ბულვარულ პრესაში მოღვაწე „კალმოსნებს“. ასე, დაუშვებელია:

1. კითხვები დაისვას ფოკუსირების გარეშე, მაგალითად: „მომიყვებით კურიოზი“, „ბოლო დროს რა მოხდა ისეთი, რაზეც გსურთ კომენტარის გაკეთება?“ და სხვ.

2. კითხვის დაწყება ბოდიშით;

3. კითხვა-კლიშეები;

4. უმთავრესი, ლიდერი კითხვები („როდის შეეშვებით ალკოპოლიზმს?“) 5. კითხვები, რომლებზეც მოსალოდნელია პასუხი: დიახ ან არა. მართალია, ასეთი პასუხისას შეგიძლიათ მოითხოვოთ ახსნა-განმარტება, მაგრამ თუ ამის შანსი არ არის (მაგალითად პრეს-კონფერენციაზე), მაშინ ცალსახა პასუხი შეგრჩებათ [46,109].

თითქმის იმავე საკითხებზე ამბავილებს ყურადღებას ა. ტერტიჩნიც: 1) „არ დასვათ კითხვა ასე: კომენტარს ხომ არ გააკეთებდით ამასა და ამაზე?

2) დასვით კითხვები, რომლებიც გამორიცხავს ერთგვაროვან პასუხებს: „დიახ“ ან „არა“-ს [30, 120].

კარგი და უვარგისი კითხვების ნუსხის ცალსახა ჩამოყალიბება მაინც სათუთაა, რადგან ერთიდაიგივე კითხვის მოდელი სხვადასხვა დროს შეიძლება საპირისპირო მხარეს აღმოჩნდეს. მათ შორის არანაკლებ მნიშვნელოვანია შეკითხვები, რომლებიც ჟურნალისტმა საკუთარ თავს უნდა დაუსვას ინტერვიუს ადების წინ; რამდენად კომპეტენტურია ავტორი ან ინტერვიუირებული? რამდენად დროულია შეკითხვა? რა მიზანი ამოძრავებს ჟურნალისტს? და სხვ.

ზოგჯერ, მიზანშეწონილია გავიაზროთ და რესპოდენტსაც საგანგებოდ აუუხსნათ მასთან შეხვედრის მთავარი მიზეზი და ორ-სამ წინადადებაში გავაცნოთ ის ცენტრალური საკითხი, რაზეც მასთან ვისაუბრებთ.

ინტერვიუს დასაწყისში უნდა იყოს გამოკვეთილი და ახსნილი ის, თუ რატომ გადაწყვეტიტეთ ამა თუ იმ პიროვნებასთან შეხვედრა. ინტერვიუ, როგორც წესი, შესავლით იწყება: ლილით ან ექსპოზიციით. თუმცა, დაყოვნებული ექსპოზიციის გამოყენებისას იგი სახასიათო შეკითხვითაც შეიძლება დაიწყოს. ინტერვიუს ექსპოზიციაში, როგორც წესი, ხდება ინტერვიუირებულის გაცნობა, მისი საქმიანობისა თუ მდგომარეობის საერთო პირობების, ავტორის დაინტერესების საბაბის გარკვევა. ქართულ პრესაში უფრო ხშირია ინტერვიუს დაწყება ექსპოზიციით. ამ საკითხს მომდევნო თავებში განვიხილავთ.

თავი III.

ინფორმირების თავისებურებანი პუბლიცისტური ტექსტის დასაწყისში

აშშ-ს მასმედიაში არაერთი პუბლიცისტური ზერზი დამკვიდრდა. ამასთან, საზოგადოებრივი აზრი ამერიკული შეშეცნების კურსით განვითარებას ცდილობს. რადგანაც ინფორმირების პროცესი სტიქიურ ხასიათს იძენს, მკითხველის თვითგამორკვევის ხარისხი მისი გონების მანიპულირების ხარჯზე კლებულობს. ჯერ კიდევ XIX საუკუნის II ნახევარში შეერთებულ შტატებში არსებობდა წესი, რომ მასალის დასაწყისში ყოფილიყო ერთგვარი „ანოტაცია“, რომელიც უპასუხებდა კითხვებს ვინ, როდის, სად, რა და ზოგჯერ როგორ გააკეთა. ეს კომპოზიციური სტრუქტურა, რომელიც ყოველთვის პრიორიტეტული ინფორმაციით იწყება, „გადმობრუნებული პირამიდის“ სახელითაა ცნობილი. მიზეზთა გამო სხვათა და სხვათა სადაო პუნქტებიც ჩნდება...

§1. ლიდის რაობა და მასზე მუშაობის მოთხოვნები

ამა თუ იმ მასალაში განფენილი ფაქტებიდან, დამეთანხმებით, მხოლოდ რამდენიმეა თვალშისაცემი, მათგან ერთეულია პრიორიტეტული. მსოფლიოში მიღებული სტანდარტითაც, ყოველ ახალ პუბლიცისტურ მასალაზე მუშაობისას არსებითია იმ პირველადი ინფორმაციის გამოცნობა, რომლითაც მასალის ეპიცენტრი, მისი შესაძლო პროპორციები და განფენილობა დგინდება. სპეციალისტები მას სხვადასხვა ეპითეტით მოიხსენებენ: „გასაღები“, „უკერტიურა“, „სამიზნეები“ [38,18].. ტექსტის ეს ნაწილი პუბლიცისტური ნაწარმოების „კომპასის“ ფუნქციას კისრულობს და ტექსტის სრულყოფილი ფილტრაციისა და უზუსტესად დამუშავებული ინფორმაციული ერთეულის გადაცემის პრეტენზია აქვს. იგი მუდმივად პრიორიტეტული ინფორმაციის ძიებაში მყოფ თანამგზავრივითაა. ამ ინფორმაციულ ერთეულს ჟურნალისტიკის ენაზე „ლიდი“ ეწოდა (ამ საკითხზე საყურადღებოა პროფ. შ. გაგოშიძისა და დოც. მ. ნადარეიშვილის ნაშრომები).

პუბლიცისტურ ტექსტთან მუშაობა ჭადრაკის თამაშს დაემსგავსა. ეტორს სურს პირველივე სვლაში მოხაზოს „ბრძოლის“ სტრატეგია. ყოველ ჰაიკში (ინფორმაციაში) ლაზიერს მოიაზრებს. ასე, ჟურნალისტი საზღვრავს, რომელი ინფორმაციული ერთეული გარდაქმნას ლიდად. ნებისმიერი საგაზეთო ინფორმაცია ასეთად არ

გამოდება. შესაძლოა დაწყება ტრადიციული „E2-E4“ იყოს, მაგრამ რამდენიმე სვლის შემდეგ თამაშის მონახაზი, პირობითი არქიტექტონიკა, ტექსტის აღნაგობის ის უხილავი „შუქ-ჩრდილები“, თუნდაც, ხელოვნური „მაკიაჟი“ გამოჩნდება, რომელიც დასაწყისის ანატომიაში პუბლიცისტური ტექსტის აქსესუარი-დანამატია. ზოგჯერ პრიორიტეტული ინფორმაციის გამოშვებებით კარგად ჩანს მთლიანი მასალის პოტენციალი, ზოგჯერ კი არსებითაა შემდგომი სვლების ინფორმაციული ტრექტორია.

გავიზაროთ თანამედროვე ლიდის მახასიათებლები. უნდა გვახსოვდეს, რომ ლიდში გამოტანილი ინფორმაცია პრიორიტეტულად „გარდაიქმნება“, მაგრამ ის არ ამოვარდება ტექსტიდან, რადგან სიცარიელეს მასთან დაკავშირებული სხვა ფაქტები შეცვლის. მართალია, ლიდი არსებითის მაჩვენებელია, მაგრამ, როგორც ტექსტის ლათმოტივს, მასალაში განმტკიცება დასჭირდება.

თუ მკითხველს, ზშირად კი თავად ავტორს, დაავიწყდება რაზე საუბრობდა დასაწყისში – ეს ნიშნავს, რომ ლიდი გაუაზრებელია, განწყობა – ფრაგმენტული, ე.ი. ტექსტი საჭიროებს გადახედვას. მასალა დაწვრილებით მოგვითხრობს იმაზე, რაც ლიდშია აქცენტირებული (და არა მხოლოდ ამაზე). ამასთან, პუბლიცისტური ნაწარმოების წინასწარი რეკლამირების ფუნქცია ლიდსაც აკისრია.

საგაზეთო პუბლიკაციაში ლიდია ის, რაც ზედაპირზე უნდა ამოტივტივდეს. მოვლენათა განვითარების, მიმდინარეობის პროცესში, პრიორიტეტული ინფორმაციის მიგნებასთან ერთად, მნიშვნელოვანი ხდება სწორი პროგნოზი თუ ანალიზი: როგორია პრიორიტეტული ინფორმაციული ერთეულის ადგილი მოვლენის საბოლოო განვითარებასთან მიმართებით, ჟურნალისტურ დასკვნასა თუ ვერსიაში? რამდენად მომგებიანია, როცა ინფორმირება, ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, ატარებს პერსონიფიცირებულ ხასიათს? სად გამოჩნდება თანამედროვე ჟურნალისტის გემოვნება?

ამერიკელი თეორეტიკოსები მიუთითებენ, რომ „*ჟურნალისტიკაში ერთ-ერთ დიდ გამარჯვებად ითვლება ლიდის სწორად მიგნება. ეს ყოველთვის არც ხერხდება, ფაქტების არჩევანი და მათი განლაგება საკმაოდ რთულია, რომ ყოველთვის სრულყოფილად შეასრულო სამუშაო.*

მისი სწორად შერჩევა გულისხმობს იპოვო ფრაზა, ციტატა ან ფაქტი, რომელიც მასალის დედააზრს აღწევს” [38, 18].

მაშასადამე, თუ მწერალი არჩევანს არ აფიქსირებს, დასაწყისი,

უბრალოდ, მასალის პირველი აბზაცია და არა ლიდი. ასეთი აბზაცი, შესაძლოა, მიმოხილვით ხასიათს ატარებდეს და მასალის დედაზრს პრიორიტეტულად სულაც არ აყალიბებდეს.

მაგრამ, არის თუ არა შესაძლებელი, რომ ჟურნალისტმა ყოველდღიურად ან დღეში რამდენჯერმე ამოიცნოს მოვლენის მთავარი არსი იმისთვის, რომ იგი დროულად შეატყობინოს მკითხველს? ან ხომ შეიძლება ცალკეულმა ჟურნალისტმა, რედაქტორმა თუ სარედაქციო კოლეგიამ პირველხარისხოვნად და არსებითად სწორედ მეორეხარისხოვანი მიიჩნიოს?

ამ ნიუანსის გააზრება საჭირო ხდება თუ გავითვალისწინებთ, რომ „ტყუილის ყველაზე კარგი სახეობები სანახევროსიმართლიდან მზადდება“ [32,510]. ეს გვაფიქრებინებს – რამდენად შეცნობადია ინფორმაცია-დენიფორმაციის შექ-ჩრდილები ტექსტის პრიორიტეტული ინფორმაციის გამომწიურებისას?

თანმიმდევრულად განვიხილოთ რამდენიმე საკითხი.

ამერიკელი მეცნიერები განსაზღვრავენ ლიდზე მუშაობის მთავარ მოთხოვნებს:

1. აუცილებელია გაკეთდეს არჩევანი კონკურენტ-ფაქტებს შორის;

2. მწერალი ვალდებულია გამოიტანოს მოვლენის არსი ლიდში;

3. ლიდის ხარისხზე და აგებულებაზე მოქმედებს სამუშაო დროის ხანგძლივობა. ლიდის ოპერატიულობისათვის დადგენილია შეტყობინების უკანასკნელი პირობითი ზღვარი – ე.წ. „შეუვალი ზღვარი“, „უკანასკნელი ვადა“ (deadline), რომელიც მასალის მოპოვების, დაბეჭდვების, გადაცემის (ე.ი. ინფორმირების) ქრონომეტრაჟს აკონტროლებს.*

4. ლიდში დაუშვებელია ზედსართავი სახელების არამიზნობრივი ან სინონიმური მნიშვნელობით გამოყენება;

5. არაა აუცილებელი ლიდი ერთ წინადადებაში წარმოვადგინოთ. ლიდი ნივთდება ერთ ან ორ წინადადებაში; ანუ, ლიდი აისახება პუბლიცისტურ ინფორმაციულ ერთეულში.

6. სჯობს ლიდში პირდაპირ ციტირებას მივმართოთ;

*ეს სამი პუნქტი თვალნათლივ აჩვენებს, რომ თუ ინფორმირების პროცესი გარკვეული დროის მანძილზე სისტემურია და პრიორიტეტული ინფორმაციის ძიების კვალდაკვალ მიმდინარეობს, მიზანმიმართული ხდება – ერთი (გამორჩეული) იდეის ავტაცია-პროპაგანდა.

7.ლიდში დაუშვებელია ისეთი ინფორმაციის გამოტანა, რომელიც მოვლენაში მეორესხარისხოვანია ან რომელიც მკითხველმა უკვე იცის.

მართებულია ამ მოთხოვნებს დაემატოთ:

1.ლიდის სახეობა უნდა პასუხობდეს კონკრეტული ჟანრის მოთხოვნებს.

2.დღესდღეისობით ლიდით იწყება როგორც ინფორმაციული, ასევე ანალიტიკური ჟანრები;

3.პუბლიცისტურ ჟანრებში ლიდი ასახვის საგნის მიხედვით იცვლება;

4.ლიდის სახეობათა დაყოფის ერთიანი კრიტერიუმი: შეტყობინების (და ზოგადად, ინფორმირების) შედეგი*.

5.ლიდში აუცილებელია ტენდენციის გამჟღავნების ხერხების მაქსიმალური აპრობირება-ათვისება. ავტორი ტენდენციას ამჟღავნებს არა მარტო კონკურენტ-ფაქტებში პრიორიტეტულის გამორჩევით, არამედ მოკლე განსაზღვრებებით, პირდაპირი ციტირებით, ციფრთა გასაგნებით და სხვ.

6.თანამედროვე ლიდებს ახასიათებთ ერთთემიანობა. თუ წარმოჩინდება ორი პრიორიტეტული საკითხი, ლიდში ფიქსირდება ის, რაც ამ ორი მოვლენასისტემის საერთოა.

7.ლიდში გამოტანილი ინფორმაცია სიახლის შემცველია და შესაძლოა აფიქსირებდეს მიმდინარე პრიორიტეტულ ცვლილებას. აქ საყურადღებო ხდება მოვლენის დედააზრის მონიშვნა, სისტემატური გააზრება და არა ნებისმიერი თვალშისაცემი ახალი ამბავის თხრობა.

8.ლიდში დაუშვებელია ორი ან მეტი თემატიკის პრობლემის ინდეფერენციული წარმოჩენა. მთავარი კითხვა ასეთ დროს არის: რა საერთო აქვთ ამ მოვლენებს? ან რომელია მათში პრიორიტეტული?

9.ზოგიერთ ჟანრს ლიდი შეიძლება ვიზუალურად საერთოდ არ ჰქონდეს და მხოლოდ იგულისხმებოდეს. ამას აპირობებს ჟანრთა თვისებები, მოცულობა, თემატიკა და სხვ. ასეთია მოკლე ინფორმაციული შენიშვნა.

*ამ ოთხი პუნტის გათვალისწინებით კი დავასკვნით: რადგან ჟანრთა თანამედროვე ქართული კლასიფიკაციის საფუძველია შეტყობინება-ანალიზი[12,95], ამა თუ იმ ჟანრისთვის ლიდის აგება შესაბამის ნიადაგზე ხდება. მიზანშეწონილია კონკრეტული პასუხისა თუ ვერსიის საფუძველზე სახეობათა ფორმულირება. ეს ჯერ არ ნიშნავს ერთის მიკუთვნებას ინფორმაციულ ჟანრებისადმი, მეორესას კი — ანალიტიკურისადმი.

10. ლიდის აგებულებაზე მოქმედებს თემატიკა, ჟანრობრივი კატეგორია, ავტორის მიდგომა(სტილი), ინფორმაციის დამუშავებისას საშუალო დროის ხანგრძლივობა;

11. განწყობის, ემოციური ქვეტექსტის შექმნისთვის აუცილებელია რაოდენობრივი ინფორმაციული ერთეულის თვისებრივში გადაყვანა.

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

13. ლიდი პუბლიცისტური ჟანრების დასაწყისის სახეობაა, რომელიც მომდევნო ინფორმაციულ ერთეულში (ე.წ. ზიდში) კონტექსტის შესაძლებლობაზე მიანიშნებს.

14. ქართულ მასმედიაში ლიდად მასალის პირველ აბზაცს მიიჩნევენ, რაც შეცდომაა.

15. ლიდი დასაწყისის ერთ-ერთი და არა ერთადერთი (როგორც ეს აქამდე იყო მიჩნეული) სახეობაა.

მართლაც, შესავალის ყველა სახეობას არ შეიძლება ეწოდოს ლიდი (დღევანდელი ფორმულირებით). არსებითი განსხვავებაა *opening*-სა და *lead*-ის ლექსიკურ მნიშვნელობებს შორის. ტერმინთა პუბლიცისტურ განმარტებებშიც ტოლობის ნიშანი არ ჩანს. *Opening*-ზოგადად ასე უწოდებენ ამერიკელი ავტორები ბარბარა ბრეინფელდს, რიჩარდ ქროფტი და სუზან მ. ბოისი პუბლიცისტური ტექსტის შესავალ ნაწილს. *Opening*-ინგლისური სიტყვაა და ნიშნავს: დასაწყისს, შესავალს, დებიუტს, გასაღებს, ამოსავალს, პირველს [1, 624] და სხვ. შევნიშნავთ, რომ *Opening*-ეწოდება თავყრილობის გახსნით ნაწილს, ამიტომ ანგარიშის დასაწყისიც ასე უნდა განისაზღვროს.

ხსენებულ ავტორთა თქმით, დასაწყისი პირველი და ერთადერთი მანია აუდიტორიის და რედაქტორის ყურადღების მისაქცევად, რასაც მასალის წარმატებულად გაყიდვის წინაპირობად თვლიან [35, 84]. ავტორები ლიდს – დასაწყისის ერთგვარ ელემენტად მიიჩნევენ, რადგან ამერიკელი რედაქტორების უმეტესობა პირველი სამი აბზაცის წაკითხვისთანავე (ანუ, ესაა ლიდი + მომდევნო 2 აბზაცი) გადაწყვეტს დაბეჭდოს თუ არა მასალა. აქ კი მარტო ლიდი თავს ვერ გაიტანს.

ინფორმაციული შენიშვნის აგებულებაზე საუბრისას მ. კიმი შემდეგ ელემენტებს გამოჰყოფს: სათაური – ლიდი – დასაწყისი (დაწყება) – დეტალები [20, 371]. ანუ მისი აზრით, პუბლიცისტური ნაწარმოების დასაწყისი ლიდის შემდეგაც გრძელდება. ასე,

ლიდი „დასაწყისის დასაწყისადაა“ მიჩნეული.

lead — ინგლისური სიტყვაა და ნიშნავს: *ხელმძღვანელობას, ინიციატივას, მითითებას, ღირექტივას, პირველ სვლას, სიტყვის ჩამოგდებას* და სხვ.[1,516]. მოდერნიზებულ ლექსიკონში ვკითხულობთ: *გასაღები, მოდელი, მაგალითი, ნიმუში, გადაწყვეტილება, საგაზეთო სტატიის მოკლე შესავალი, დარწმუნება* და სხვ.[34]. მარტო ეს ჩამონათვალიც საკმარისია იმისთვის, რომ ლიდის არსს ჩავუღრმავდეთ, მით უმეტეს, რომ ჟურნალისტიკაში ლიდი სხვა მნიშვნელობითაც გვხვდება.

საინფორმაციო სამსახურების ენაზე „ლიდი“ — განახლებული ინფორმაციაა. ანუ, მიმდინარე ახალი ამბების სახეშეცვლილი ვარიანტი. მოვლენის მიმდინარეობის პროცესში, მისი განვითარების სინქრონულად ასეთი ლიდი აღწერს იმას, რაც ყველაზე ახალი და საინტერესოა. იგი ეტაპობრივად გამოიკვეთება რედაქტორის შეტყობინებათა მონაცვლეობით და კარნახით. მათი პირობითი სახელწოდებაა „ახალი ლიდი“ (იგი ლიდის ცალკე სახეობად არ უნდა გამოვყოთ). ესაა ერთი მოვლენის ირგვლივ დაწერილი ლიდები; ანუ მოვლენის განვითარების იერარქიული საფეხურები რეპორტაჟირების პროცესში. აქ ჟურნალისტს აინტერესებს, რა სიახლე გაჩნდა ბოლოს. იგი იძულებულია მიენდოს სააგენტოების მიერ მოწოდებულ ინფორმაციას. ამასთან, მასალის სინქრონიზირებულ დამუშავება-გადაცემაზე მოქმედებს სამუშაო დროის ქრონომეტრაჟი, სადაც ყოველი განახლებული რეპორტაჟი სიახლის შემცველ ლიდს ითხოვს, დუბლირება კი მარცხის ტოლფასია. სწორედ ასეთ ლიდებს „ამზადებენ“ საინფორმაციო სამსახურები. მათ შორის ზოგჯერ ნაკლებად საინტერესოც ხვდება. შეერთებულ შტატებში სწორედ ამგვარად მომზადებულ ინფორმაციულ ერთეულს უწოდებენ „ახალ ლიდს“. მას ერთვის სიგნალი (ან იქნებ, „ბრძანებაც“): „განახლეთ ამა-და-ამ ინფორმაციით“, („To update with...“). გაზეთების უმრავლესობა ზუსტად მიჰყვება მოვლენის აღწერის, ერთი შეხედვით, „უწყინარ“ კარნახს და თავს არიდებს კითხვის ნიშნებს.

ასე რომ, ლიდი, როგორც დასაწყისის სახეობა, განსხვავდება ლიდისგან, რომელიც მიმდინარე ამბებში მნიშვნელოვანი სიახლის ერთგვარ ქრონიკალურ ჩამონათვალს წარმოადგენს. მაგრამ, მათს შორის მაინც არსებობს კავშირი: ლიდი საინფორმაციო კონგლომერატები ორგანიზაციულად, გარკვეული ღირექტივებით კარნახობენ მასმედიის ორგანოებს ინფორმაციის ერთადერთ ვარიანტს, რომლის

შეცვლაც უბრალოდ არ ხერხდება. მაგალითად: „ასოშიეთიოდ პრესის მაღალი სიჩქარის აპარატები დღეში 5 მილიონ ცნობას გადასცემენ, აფასებენ 10,000 ისტორიას 112 ქვეყნისთვის“ [39,3].

პროცესუალურად, საინფორმაციო სამსახურებში მოვლენის განვითარების კვალდაკვალ იცვლება ლიდებიც. ამბის მიმდინარეობის შესაბამისად საინფორმაციო სამსახურებში იქმნება ლიდერ ინფორმაციათა ჩამონათვალი. ამათგან პრიორიტეტულის არჩევა მანამდე ხდება, სანამ ინფორმაციის ნაკადი კონკრეტულ გაზუთებს მიეწოდება. არადა, ესა თუ ის სიახლე არ შეიძლება ერთნაირად მნიშვნელოვანი იყოს მილიონობით პიროვნებისთვის. მასხოვს, ერთ-ერთმა ამერიკელმა ჟურნალისტმა ჩემთან პირად საუბარში აღნიშნა: „თუ გესურს რაიმე მოხდეს, ამას ჯერ პრესაში ეწერო და, შემდეგ—ასეც ხდება“(!). ამ პროცესის რეგულირება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მაშინ, როდესაც მასალაში ჯერ მხოლოდ მოვლენის განვითარების კონტურები ჩანს.

რედაქციის პოლიტიკა და ინტერესები განსაზღვრავს ჟურნალისტის შემოქმედებითი მუშაობის არაერთ ასპექტს. ასე, გაზუთ „დელოვოი პეტერბურგის“ რედაქციის კონცეპციაში არის ნორმატიული რეკომენდაციები თუ რა პარამეტრებითაა აუცილებელი მასალების მომზადება. კონცეპციის ავტორების აზრით, ლიდი უნდა არწმუნებდეს მკითხველს, რომ მონათხრობი საინტერესოა [20,49].

დასაწყისის აგება დამოკიდებულია ავტორის სტილზე, თემისადმი მიდგომის მანერაზე და პუბლიცისტური შტრიხების კოორდინაციაზე. ჟურნალისტმა უნდა იცოდეს რატომაა მიზანშეწონილი მასალის ლიდით ან ექსპოზიციით დაწყება, ისევე როგორც სხვა ხერხის გამოყენება. თუ მაინც ლიდს მივმართავთ, არაა აუცილებელი ტექსტი ე.წ. გადმობრუნებული პირამიდის წესით აიგოს, ამან შესაძლოა ჩიხში მოგვაქციოს. პირველი მარჯვე სვლა საბოლოო გამარჯვება არაა, რადგან არც ნებისმიერი ინფორმაციის „გადათამაშის წესებია“ ერთნაირი.

კარგად შერჩეული ლიდიც არაა გამარჯვების გარანტი. წინსვლის ერთადერთი საშუალება ის „პუბლიცისტური კომპასია“, რომელიც შინაგანი კოდექსის საშუალებით ზუსტად აჩვენებს, როგორ ვითარდება თხრობა. ამ გზით სიარული ძნელია, მან უნდა მიგვიყვანოს სიმართლესთან. ორიენტირებისათვის საჭიროა ჟურნალისტმა წინასწარ შეადგინოს თემატური მინიშნებებით აკინძული ერთგვარი კომპოზიციური სქემა, რომელშიც გამოჩნდება მასალის ეპიცენტრი,

თემის განვითარების ნიუანსები, აზრობრივი ტავტოლოგიები, ევრისტიკული და შემოქმედებითი მიდგომები. ილიას „შინაური მიმოხილვების“ დასაწყისი ამის მოდელადაც გამოდგება; იგი პუბლიცისტური მასალის აგებმარების საუკეთესო საშუალებაა.

კიდევ ერთი განმარტებისთვის: ზოგიერთი მკვლევარის აზრით, ილიას „შინაური მიმოხილვების“ დასაწყისი არის პირველი ლიდი. ჩვენ ვემიჯნებით ამ მოსაზრებას. ილიას „შინაურ მიმოხილვების“ დასაწყისი უფრო რთული ფენომენია, რომელიც მოითხოვს საგანგებო კვლევას. მათი მოთაყვება ლიდის საზღვრებში მართებული არ იქნება. ილიას „შინაური მიმოხილვების“ დასაწყისი, მართალია, ვიზუალურად ლიდებს ჰგავს, მაგრამ პირველადი შეტყობინების საბაზი ცენზურის გვერდის ავლა, მკითხველზე მოკლე ტექსტური შეტყობინებებით-სიგნალებით წინასწარი ზემოქმედებაა. მასალა ლიდით, ე.წ. გადმობრუნებული პირამიდის წესით აიგება, ამგვარი კომპოზიციური სიმბოლიკა ილიასთვის ყოველად მიუღებელია. ტრადიციული ლიდი ერთთემიანია, „შინაური მიმოხილვების“ დასაწყისში კი თემა იმთავითვე მრავალ განზომილებაშია წარმოდგენილი. პრიორიტეტულის წინ წამოწევის მანერაც სხვაგვარია. აქ ყოველი სიტყვის ტევადობა იმხელაა, რომ ერთი მეორეს აპირობებს მთელი ნაწარმოების მანძილზე. ჩვენ იმას როდი ეუარყოფთ, რომ ილიას ლიდის იერსახე სკოდნოდა, მაგრამ „შინაური მიმოხილვების“ დასაწყისი არ წარმოადგენს ქართული ლიდის პირველ სახეს.

ცნობილია პუბლიცისტური ტექსტის აგების სხვადასხვა მეთოდი: კვადრატული, პირამიდული. არსებობს წრიული კომპოზიციის მეტად საინტერესო ლიტერატურული ფორმაც, რომელიც რიგ შემთხვევებში პუბლიცისტურ ტექსტსაც მოუხდება, (ასევე, მხატვრულ ნაწარმოებებშიც ეხვდებათ პუბლიცისტურ მიდგომებს, მაგალითად რეპორტაჟულს). თუ ინფორმირების ფორმას ავტორი ტექსტის დასაწყისშივე არჩევს, ამის შესაბამისად უნდა გაიაზროს შედეგიც: რატომღაც სწორედ ამ პუბლიცისტური ხერხით მიზანშეწონილი დებულებების განფენა. კომპოზიციური ხაზის ასიმეტრიულობა ხომ ყოველთვის იგრძნობა.

საინტერესოა, როგორ იცვლება ლიდის აგებულება ჟანრებთან მიმართებით.

ბარბარა ბრეინველი, რიჩარდ ქროფი და სუზან მ. ბოისი სტატიის შესავალის აგების მეთოდებზე საუბრობენ:

1. „ისაუბრეთ მთავარ საკითხზე, შესავალმა ნათლად უნდა

წარმოაჩინოს იდეა, რომელზეც აგებულია სტატია"[35,84], როგორც ვხედავთ, აქცენტი იდეოლოგიური საყრდენის წარმოჩენაზე კეთდება. ბუნებრივია, სტატიის დასაწყისში ამ ჟანრის ასახვის საგნის, პრობლემის დაფიქსირება ხდება. აქ შეიძლება გამოჩნდეს თეზისი, დებულება, რომელიც სტატიაში დამტკიცდება... „სტატია ფაქტებისა და აზრთა გადმოცემის რთული და სერიოზული ფორმაა, რომლის კონსტრუქციული საყრდენი ჟურნალისტიკის აზრი, მისი იდეა და კონცეფცია"[3,4] – აღნიშნავს დოც. მ. ლომიძე.

2. „მოძებნეთ მასალაში ყველაზე მიმზიდველი ნაწილი. სანამ ორიგინალური შესავალის დაწერას იწყებთ, გამოიყენეთ სტანდარტული ლიდების ფართო სპექტრი. და მაინც, უამრავი დასაწყისის სახეობის შერჩევის პროცესმა არ ჩავითრიოთ"[35,85].

3. „აუცილებელია ცენტრალური ნაწილის პერსონიფიკაცია"[35,87], ანუ, კულმინაციური მომენტის შესავალშივე ამოტვიფრა.

4. „დასვით შეკითხვა შესავალში. ასე მკითხველს და რედაქტორს სტატიის სიღრმეში შეიტყუებთ. დაარწმუნეთ ისინი, რომ ერთადერთი გზა პასუხის მისაღებად თქვენი სტატიის წაკითხვაა. იყავით პოლემიკური, სკანდალური, დრამატული..."[35,87-88].

ავტორთა მტკიცებით, მაშინაც კი, როდესაც მკითხველი ამბობს „მე ეს არ მაინტერესებს", მან მაინც უნდა წაკითხოს მასალა(?). რადგან ძნელია შეკითხვის ისე აგება, რომელზე პასუხიც დიან ან არა იქნება, ამერიკელები გვიჩვენებენ შევქმნათ „დაუსრულებელი კითხვის"(open-ended question)* ეფექტი.

5. „თხრობითი სტილი ადამიანური მემკვიდრეობის ნაწილია. მიუხედავად იმისა, ამბავი ფაქტობრივია თუ გამოგონილი, სტატიაში იგი თხრობითი ელემენტით შეიმოსება. ამრიგად, პირველ წინადადებით უნდა შეიწყოს, ვის შესახებაც ამბავი, პირველ აბზაცით – რა ზეგამბავი"[35,87].

ლიდის ეფექტს კიდევ უფრო აძლიერებს მის შემდეგ ფაქტების სწორად დაკავშირება. უზუსტობას ხშირად იწვევს ჟურნალისტიკის მოძალებული სურვილი, რაც შეიძლება სწრაფად, ოპერატიულად შეხვდეს „დედლაინს"* მაშინაც კი, როცა ჯერ კიდევ კარგად არაა გათვითცნობიერებული მოვლენის არსში. უზუსტობა დედაზრის ამოცნობაში ლიდზე აისახება.

*რუსულ ჟურნალისტიკაში ცნობილია, როგორც „открытый вопрос".

* deadline პირდაპირი თარგმანით „მკვდარ ხაზს" ნიშნავს.

რეპორტაჟის ლიდის წერისას სიძნელე ის გახლავთ, რომ მოვლენა შექცევა მიმდინარეობის პროცესში არა მარტო ოპერატიულად, არამედ რამდენჯერმე. ყოველი მომდევნო რეპორტაჟი კი განახლებულ ლიდს მოითხოვს. რა თქმა უნდა, პრიორიტეტულის გამოცნობა უფრო იოლია, როცა მოვლენა დასრულებულია.

პუბლიცისტური ტექსტის გარჩევისას ხშირად რიგითობა ასეთია: სათაური (რა სახისაა), ქვესათაური(რა სახისაა), დასაწყისი(რა სახისაა, რა მოცულობის, როგორია კონკურენტი-ჟაქტების განფენა, ტენდენციის გამჟღავნების ხარისხი, ციტირებით თუ პერიფრაზირებითაა გადმოცემული და სხვ.), ხიდი(რა სახისაა) და ა.შ. აქვე, უნდა გვახსოვდეს, რომ ყოველი ნაწარმოების ხარისხს ავტორის შემოქმედებითი მუშაობის ორიგინალობა და არაოდინალურობა განაპირობებს.

§ 2. ლიდის კლასიფიკაცია

ამერიკელი მკვლევარი *ნორმან მოიესი* ჯერ კიდევ 80-იან წლებში ლიდის სახეობებს ჟანრთა დასახელების მიხედვით განასხვავებდა და მხოლოდ ამის მერე გვთავაზობდა ქვესახეობებს. ამ მიდგომას უნდა გავემიჯნოთ, რადგან ლიდი მხოლოდ პუბლიცისტიკის ჟანრების კომპოზიციური ელემენტია, ამიტომ ამ კუთხით დახარისხება ზედმეტი და ხელოვნურია. მითუმეტეს, რომ ერთი და იგივე ქვესახეობები სხვადასხვა ჟანრში შეიძლება განმეორდეს.

მაგალითისთვის ასეთია ე.წ. შემაკავშირებელი და კომბინირებული ლიდები. უნდა ითქვას, რომ ამ სახეობათა განმარტება სხვადასხვანაირად ესმით მეცნიერებს. ჩენს მიერ წარმოდგენილ სახეობათა სისტემაშიც შეხვდებით კომბინირებულ ლიდს, რომელიც აქამდე არსებულ ფორმულირებებს ემიჯნება.

ლიდი, როგორც წესი, ინდუქციური ან დედუქციური მსჯელობის ნაყოფია. ამის მიხედვით ლიდი შეიძლება იყოს ორგვარი: ლიდი-პასუხი და ლიდი-ვერსია. პირველი — ინფორმირების დასრულებულ შედეგს აჩვენებს, მეორე — ინფორმირების შესაძლო მიმდინარეობაზე, განგრძობითობაზე მიაწვდის. პირობითად, ლიდი შეიძლება იყოს დედუქციურიც და ინდუქციურიც, მაგრამ ამ შემთხვევაში დაყოფის კრიტერიუმი ლოგიკური ოპერაციების შედეგია და ამ კუთხით ლიდის სახეების გამოყოფა გაუმართლებელია, რადგან ყოველი დასაწყისი (და არა მხოლოდ ლიდი) შეიძლება ინდუქციური და დედუქციური მსჯელობის თვისებებს მოიცავდეს.

ლიდის სახეობებად დაყოფისას უნდა გავითვალისწინოთ მისი, როგორც პუბლიცისტური დასაწყისის თვისება. ამიტომ ლიდის სახეობათა დაყოფის ერთიანი კრიტერიუმი შეტყობინების (და ზოგადად, ინფორმირების) შედეგობრივი მაჩვენებელი.

ამასთან ლიდის სახეობათა დაყოფის კრიტერიუმის განმსაზღვრელი შეიძლება იყოს როგორც შინაარსობრივი, ასევე ფორმისეული ელემენტებით მინიშნება. თუმცა პუბლიცისტურ ჟანრებში ეფექტური ლიდი სინთეზურ კლასიფიკაციაში ყალიბდება და ის კონკურენტი-ფაქტების ურთიერთმიმართებითაა განსაზღვრული. მართლაც, ფორმის მიხედვით ლიდი შეიძლება იყოს

ერთნაწილიანი:

ლიდ-პასუხში (წარმოდგენილი ლიდი-დასკვნის სახით);

ლიდ-ვერსიაში (წარმოდგენილი ალტერნატიული ლიდის სახით);

ორნაწილიანი:

ლიდ-პასუხში (წარმოდგენილი კომბინირებული ან შეპირისპირების სახით);

ლიდ-ვერსიაში (წარმოდგენილი შეპირისპირების ან კომბინირების სახით).

როცა მეცნიერები ერთი და იმავე სახეობის ლიდებს სხვადასხვაგვარად განმარტავენ, ეს იმის მაჩვენებელია, რომ სინამდვილეში ისინი სხვადასხვა შინაარსს გულისხმობენ. ისიც ხდება, რომ ავტორები ერთსა და იმავე სახეობაზე საუბრობენ და მათ სხვადასხვა სახელით მოიხსენებენ. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ეს განსაკუთრებით შეინიშნება ე.წ. „Summary lead“-ების განმარტებისას. ჩვენს მიერ შემოთავაზებულ ლიდის სახეობათა სისტემაში ამგვარი გაუგებრობის თავიდან ასაცილებლად საჭიროა განვმარტოთ და შევაჯეროთ, რას გულისხმობენ კომბინირებულ ლიდში, ე.წ. „Summary lead“-ში.

ბ. შოსტაკი ისეთ „Summary lead“-ს გვიხასიათებს, რომელიც აერთიანებს მოვლენის ყველაზე მთავარ პარამეტრებს[33,10]. უნდა ითქვას, რომ ამგვარი ლიდი ხშირად ისეთი ამომწურავია, რომ კითხვის ნიშნებს აღარ ბადებს. ბ. შოსტაკი „Summary lead“-ს თარგმნის, როგორც „суммарный лид“*.

ბ. შოსტაკი „Summary lead“-ის 7 ვარიანტს გვთავაზობს, მათ შორის „ერთი ელემენტის“ ლიდს და „ორი ელემენტის“ ლიდს[33,14]. ფორმობრივი თვისებების მიხედვით, ჩვენ გამოვყოფთ ერთნაწილიან და ორნაწილიან ლიდებს. ჩვენის აზრით, ეს არა ლიდის სახეობები, არამედ მისი გადმოცემის ფორმებია.

ბ. შოსტაკის summary lead ჰგავს ჯ. ჩენსლორის და ე. მერსის „meanwhile“(„ამასობაში“)-ლიდებს, რომლებსაც ცალკე განვიხილავთ.

ხშირად სახეებისადმი მოკუთვნება ორიენტაციას მოკლებულია, რადგან რამდენიმე დასახელების ლიდი ურთიერთგამომრიცხავი განმარტებებითაა წარმოდგენილი. მაგალითად, ბ. შოსტაკი summary lead-ის ერთ-ერთ ვარიანტად ლიდ-კომენტარს გამოჰყოფს, რომელიც, მისივე თქმით ზოგჯერ კომბინირებული ლიდიც შეიძლება იყოს. კომბინირებული ლიდი კი ცალკე სახეობაა, რომელიც პასუხობს შეკითხვებს: „ვინ“-„რატომ?“, „რა“-„როგორ?“[33,14].

*summary_ ტრანსკლიპციით გამოითქმის, როგორც „სამერი“. მიხი ლექსიკური მნიშვნელობა კი შეეჯებას, მოკლედ გადმოცემას[1,901] გულისხმობს. მაშასადამე summary lead „შემაჯაბეულ ლიდა“.

საკამათოა, რადგან ამ შეკითხვებზე სხვა სახეობის ლიდებსაც აქვთ პრეტენზია, ეს ის ძირითადი კითხვებია, რომლებზე პასუხიც ისეთმა ინფორმაციულმა ერთეულმა უნდა გასცეს, როგორიც ლიდია.

მ. შოსტაკის ძირითად დებულებებს ეყრდნობა ე. ვოროშილოვიც[17,65-67].

„Summary lead“-ზე საუბრობს ნორმან მოიესიცი, ოლონდ მისი განსაზღვრება უკვე სხვაგვარია[45,151]. ჩვენს მიერ შემოთავაზებული ლიდი-დასკვნა არსებითად განსხვავდება ამ ორივე სახეობისგან.

მ. შოსტაკის მიერ განხილული „Summary lead“ შეიძლება იყოს პასუხიც და ვერსიაც, ნ. მოიესის მიერ განხილული „Summary lead“ კი კომბინაცია და შეპირისპირებაც.

ჩვენი აზრით, ლიდი შეიძლება შემდეგ სახეობებად წარმოვადგინოთ: ლიდი-პასუხი ან ლიდი-ვერსია, რომელიც თავის მხრივ შეიძლება იყოს: ერთნაწილიანი(ლიდი-დასკვნა, ლიდი-ალტერნა-ტივა) ან ორნაწილიანი(ლიდი-კომბინაცია, ლიდი-შეპირისპირება). ამასთან უნდა აღინიშნოს, რომ ორნაწილიანი ლიდი ძირითადად გვხვდება ანალიტიკურ ჟანრებში და ის ტრანსფორმაციის ნაყოფია.

ლიდის სხვადასხვა სახეები ქართულ მედიაშიც ჩნდება, მათ შორისაა ლიდი-პასუხებიც.

ლელა ოჩიაურის რეცენზია „სასწავლო თეატრი სეზონს ხსნის და ხურავს“ ასევე იწყება ლიდი-პასუხით: „თეატრისა და კინოს ინსტიტუტში ტრადიციული საგაზაფხულო ციებ-ცხელებაა. თითქმის ყოველდღე, სასწავლო თეატრი და „ზედა სცენა“ საკურსო და სადიპლომო სპექტაკლებს ეთმობა. ახალგაზრდა მსახიობები მაყურებელს ერევეიან და მაყურებელიც ერევეა მათ“[81]. ამ ტიპის ლიდები, როგორც წესი, წლიდან წლამდე არ იცვლება. მხოლოდ თარიღის შეცვლით იგი შეიძლება ვიმეოროთ და ვიმეოროთ. ამ შემთხვევაში ავტორის ამოცანა უნდა იყოს იმ ნიუანსის პოვნა, რომელიც ამ საგაზაფხულო ციებ-ცხელებას თეატრისა და კინოს ინსტიტუტში გამოარჩევს სხვა წლებისგან. ლიდშიც სწორედ ამ დეტალის ხაზგასმამა აუცილებელი.

გაზეთ „რეზონანსში“ გამოქვეყნდა ირაკლი ნინუას სპორტული მიმოხილვა „ბობოლათაგან დარჩა ერთი რიოსი“, რომელიც იწყება ლიდი-პასუხით: „პარიზის „როლან გაროსზე“ მიმდინარე საფრანგეთის პირველობიდან გავარდა უკლებლივ ყველა ამერიკელი ვაჟი და ერთი რუსი გოგოც, ვისაც საზოგადოება გამორჩეულად ჭმავობდა“[77]. ეს

ორნაწილიანი, კომბინირებული ლიდი-პასუხია.

ხშირად ქართულ ბეჭდვით მედიაში გამოქვეყნებული პუბლიცისტურ ნაწარმოებთა ქვესათაურები პასუხობს ლიდის მოთხოვნებს. გაზეთ „რეზონანსში“ დავით ბუცხრიკიძე რეცენზიას „პრიმადონას დაბრუნება“ ასეთ ქვესათაურს დაურთავს: „მუსიკალურ ცენტრში შეკრებილმა პუბლიკამ ოცწუთიანი ოვაციით უარყო პაატა ბურჭულაძის მოსაზრება, რომ იანო ალიბეგაშვილს დეზდემონას პარტია მომზადებული არ ჰქონია“ [60]. ქვესათაური, რომელიც 18 სიტყვიანია ყველა პარამეტრით პასუხობს ლიდი-პასუხის მოთხოვნებს და მკითხველზე ზემოქმედების ხარისხს ინარჩუნებს მასალის ბოლომდე. თავად ავტორი მასალის პირველ აბზაცს, რომელი 42 სიტყვიანია მუქი შრიფტით გამოყოფს (როგორც ჩანს მექანიკურად), რითაც ფაქტიურად მიაწვდის, რომ ლიდი სწორედ იგია. მასალის პირველ აბზაცში ტენდენცია ეპიტეთ-განსაზღვრებებში მჟღავნდება, თუმცა მისი მიზნევა ლიდად არ შეიძლება, რადგან მოცემული აბზაცის მოთავსება რეცენზიის ნებისმიერ სხვა ნაწილშიც შეიძლება. სამაგიეროდ პუბლიცისტური ხიდის მოთხოვნებს პასუხობს რეცენზიის მეორე აბზაცი, რომელიც იმეორებს ლიდის (რეცენზიაში ქვესათაურის) კონტურებს და ახალი ინფორმაციით აჯერებს მასალას. აი ისიც: „ზემოთხსენებულ ერთკვირიან საფესტივალო ფონზე „ალტერნატიული საოპერო საათი“ საქართველოში დაბრუნებულმა, შესანიშნავმა სოპრანომ, იანო ალიბეგაშვილმა ცნობილ ქართველ ტენორ ნოდარ ანდღულაძესთან ერთად, ორ საათში დაავიროგვინა“ [60]. მაშასადამე, კორექტივები შემდეგია: 1. „ქვესათაური“ ჩაენაცვლება ლიდს; 2. „პირველი აბზაცი“ მასალის სხვა ნაწილში გადაინაცვლებს; 3. „მეორე აბზაცი“ პუბლიცისტური ნაწარმოების ხიდის ადგილს დაიკავებს.

გაზეთ „რეზონანსის“ 1998 წლის ივნისის ნომერში გამოქვეყნდა მიხეილ სააკაშვილის სტატია „საქართველოს აუცილებლად ეშველება, ოღონდ თუ ზელსაც გაეანძრევთ“. მართალია, ლიდი მუქი შრიფტით არაა გამოყოფილი, მაგრამ ის უნდა ვიგულისხმოთ პირველი აბზაცის მხოლოდ I-II წინადადებაში: „ბოლო თვეების მოვლენებმა ეჭვქვეშ დააყენა საქართველოში ბოლო ორი წლის განმავლობაში შექმნილი სტაბილურობა. ამავე დროს, მძაფრად გაშიშვლდა არსებული პრობლემები“ [84]. ავტორი პირდაპირ პრობლემების ჩამონათვალს არ გვთავაზობს, არამედ ცდილობს სტაბილურობის შენარჩუნების მიზეზებზე გაამახვილოს ყურადღება, ასე იგება ხიდი, რომელიც მასალას ლოგიკური კონტექსტით უზრუნველყოფს: „მთავარი

გაკეთილი არის ის, რომ სტაბილურობის შენარჩუნება შესაძლებელია მხოლოდ პოლიტიკური პროცესების მუდმივი და თანმიმდევრული განვითარების პროცესში”[84]. ამგვარი ზიდი უკვე უზრუნველყოფს ლოგიკური გაგრძელების წყებას მასალაში.

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნდა თამარ სუხიშვილის კორესპონდენცია, რომლის პირველ აბზაცში ჟანრის ასახვის საგანი (სიტუაცია) და კომბინირებული ლიდი-პასუხი მოიაზრება: „რა ამბობს ქართველი კაცი, როცა ფანჯრიდან ხედავს, რომ გარეთ უსიამოდ წვიმს? – ის ამბობს, უხ, მე ამ მთავრობის ასე და ისეო. და რას იტყვის იტალიელი ანალოგიურ სიტუაციაში? – არც მეტსა და არც ნაკლებს: უხ, ამ მთავრობის ასე და ისეო[87]“.

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნებული გაფართოვებული ინფორმაციული შენიშვნა ლიდი-პასუხით(დასკვნით) იწყება: „ყადაღებული „სტაბილურობა“, რომელიც სამხრეთ კავკასიის სამივე რესპუბლიკაში დამყარდა, სულ უფრო ხშირად დგება საფრთხის წინაშე უმაყოფლო მოსახლეობის საპროტესტო გამოსვლების გამო”[92]. აქ წარმოდგენილი დასკვნა ჟურნალისტური ანალიზის შედეგია.

შინაარსობრივად ორნაწილიანი ლიდი შეპირისპირებითაც აიგება. დავუშვათ, ორი ლიდი-პასუხის კომბინაციით. ლიდის სწორედ ამგვარ სახეობას უწოდებს ნორმან მოიესი კომბინირებულ ლიდს. ჩვენს მიერ ტერმინის კომბინირებული ლიდის არჩევა მოტივირებულია იმ განსხვავებითაც, რომ ყოველი შეპირისპირება არ ამჟღავნებს ორი დამოუკიდებელი ინფორმაციული ერთეულის ავტონომიურ ბუნებას, არამედ ხშირად მიმართულია ბუნებრივი კონტექსტის საძიებლად.

ორნაწილიანი ლიდი შეიძლება იყოს ლიდი-პასუხიც და ლიდი-ვერსიაც; ერთნაწილიან მონო-ლიდში არჩევანი კონკურენტ ფაქტებს შორისაა გაკეთებული. ერთნაწილიან ლიდ-ვერსიში იგულისხმობა მეორე ალტერნატიულ ვერსიაც, რომლის წარმოჩენა ტექსტში ავტორმა მომგებიანად ჩათვალა, მაგრამ ლიდში მხოლოდ მინიშნებით შემოიფარგლა. საინტერესოა საშნაწილიანი ლიდის აღნაგობა. იგი ყოველთვის ლიდი-ვერსიაა. ლიდის ამგვარი ბუნება ჰგავს სამპირიანი ზმნისას, რომელიც მუდამ გარდამავალია.

როდისაა რეპორტაჟში ლიდი-პასუხის ან ლიდი-ვერსიის გამოყენება? რეპორტაჟისთვის ლიდის წერისას ლიდი მნიშვნელობა ენიჭება ავტორისეულ ვერსიას. როცა მოქმედების განვითარება და აღწერა სინქრონიზირებულია უპირატესობას ლიდ-ვერსიას ეანიჭებთ, ხოლო, როცა დასრულებული პროცესის აღწერა იწყება, ლიდი-პასუხი

უფრო უპრიანია.

ლიდი-ვერსია მოვლენის შესაძლო განვითარებაზე, სავარაუდო პასუხზე, კონტექსტზე ამახვილებს ყურადღებას. იგი მოუწოდებს მკითხველს ავტორთან ერთად იაზროვნოს. წარმატებულ სამნაწილიან ლიდში პროგნოზიც ილანდება. ანუ, მოვლენის განვითარების სინქრონულად მოიხაზება მომდევნო ლიდის კონტურები. აქ ტენდენციის გამჟღავნების ხერხები ქმედითია ალტერნატიული ვერსიის შერჩევის ან კონკურენტი-ფაქტების შეპირისპირების ფონზე.

ლიდი-ვერსიის დაწერა განსაკუთრებით მომგებიანია, როცა ინფორმაციის გადაცემა მაქსიმალურად ოპერატიულად უნდა მოხდეს. ყველაზე თვალსაჩინოთ ეს მიმდინარე პროცესის ასახვისას ჩანს, როცა სჭარბობს რეპორტაჟული თხრობა.

ასე რომ, რეპორტაჟში და, საერთოდ, როცა რეპორტაჟული თხრობა დომინირებს მომგებიანია ლიდის (თუ დასაწყისის სახეობად მას ვირჩევთ) წარმოჩენა ლიდი-ვერსიით. ავტორი თავს იზღვევს და ჩნდება ფრაზები: „შესაძლოა მოვლენები ისე განვითარდეს“, „ვივარაუდოთ, რომ“, „ვინ იცის“, „იქნებ“ და სხვ. პირობითად, ასეთი მიდგომა ლიდ-ვერსიაში ჰგავს ამინდის პროგნოზზე საუბარს, სადაც ცის ქუხილი ჯერ კიდევ არ ნიშნავს მოსალოდნელ წყალდიდობას. როცა არჩევანის გაკეთება აუცილებელია, დაკვირვებულმა ჟურნალისტმა უნდა დააფიქსიროს ცვალებადობა „ამინდში“.

თუ ლიდში მოვლენის შესაძლო განვითარება-პროგნოზზე ვსაუბრობთ, ვირჩევთ ლიდ-ვერსიას. ამ მოსაზრებას განაგრცობს პულიცერის პრემიის ლაურეატი, ვაშინგტონ ბიუროს უფროსი და ექსკლუზიური რედაქტორი, ასოშიეთიდ პრეს-ის ვიცე-პრეზიდენტი ვოლტერ რ. მერსი: „ზდება ისეც, რომ მოვლენის დასასრული ჯერ უცნობია, მაგრამ ლიდი მაინც უნდა შეიქმნას. ჩატარდა არჩევნები, მაგრამ გამარჯვებული კანდიდატი ჯერ უცნობია. ნაფიც მსაჯულები გადაწყვეტილების მისაღებად ისევ გასულები არიან... ასეთ ამბებზე ლიდის დაწერა უფრო მეტ წარმოსახვას მოითხოვს. პრინციპი იგივეა. თუ არჩევნების შედეგი უცნობია, კანდიდატების მოლოდინს აჩვენებთ. ერთი-ორი ფრაზა მიეძღვნება ნაფიც მსაჯულებს. მთავარ ამბად კი დარჩება ის, რომ ვერდიქტი არაა გამოტანილი. იმას, რაც ჯერ არ მომხდარა შეიძლება მნიშვნელოვანი, ცხელ-ცხელი ამბავი დაერქვას. რაც უნდა შაბლონურად ჟღერდეს, მაინც მოვლენაა, თუ ქორწილი არ შედგა, რადგან არ გამოჩნდა პატარძალი“ [38, 36].

აქ კი ვ. მერსი მნიშვნელოვნად მიიჩნევს ლიდის დროულ,

თითქმის სინქრონიზებულ შექმნას, სადაც შეტყობინების შედეგი უნდა დაფიქსირდეს:

„კარგი ლიდის მანამ უნდა ავაგოთ, ვიდრე ტექსტი ბოლომდე დაიწერება. ეს ძლიერ დაგვეხმარებათ, თუ მოვლენა სწრაფად ვითარდება და ინფორმაციულად ღირებულია. ასევე ბრიფინგისას, როცა ინფორმირების უკანასკნელი ვადა(deadline) ახლოვდება...“ [38, 37-38], ვფიქრობ, ვ. მერსის ეს მოსაზრება კარგად აჩვენებს ინფორმირების პროცესის წინასწარი აგეგმარების მცდელობას, რაც ანგარიშის და რეპორტაჟის ლიდებში უნდა გამოვლენდეს.

ქართულ ბეჭდვით მედიაში სწორედ ამგვარი ლიდი-ვერსიები ჩნდება.

რეპორტაჟი „ეკანსი №1 საკრებულოს თავმჯდომარე“ ლიდი-ვერსიით იწყება: „არჩევნების ოფიციალური შედეგი ისევ არ არის ცნობილი. ორშაბათს ცენტრალურმა საარჩევნო კომისიამ საბოლოო მონაცემები უნდა გამოაქვეყნოს. პარტიების მოთხოვნის მიუხედავად, აღბათობა იძისა, რომ უკვე არსებული შედეგები გაუქმდეს და არჩევნები ხელახლა დაინიშნოს, თითქმის არ არსებობს“ [70]. ამგვარ ლიდებს მართო რეპორტაჟებში როდი ვხვდებით (სადაც თხრობა ახლანდელ დროშია). თუმცა, სხვა ჟანრებში ამგვარი ლიდების არჩევისას პროცესის მიმდინარეობაა ხაზგასმული. ასეთ დროს კი შესაძლოა ავტორი მომავალ დროშიც ამეტყველდეს.

გაზეთში „24 საათი“ გამოქვეყნდა გაფართოვებული ინფორმაციული შენიშვნა სათაურით „ერთდღიანი მშვიდობა დედამიწაზე“, რომელიც ასე იწყება: „21 სექტემბერს, შესაძლოა მთელმა დღემ მსოფლიოში მშვიდობიანად ჩაიაროს. ყოველ შემთხვევაში გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია შეეცდება, მის მიერ დაწესებული „მსოფლიო მშვიდობის დღე“ სიმბოლური არ აღმოჩნდეს“ [67]. ესეც ლიდი-ვერსიაა.

ქართულ მედიაში ლიდების ტექნიკური გაფორმება სხვადასხვაგვარია: დახრილი ან მუქი შრიფტით, ან ამის გარეშე. თუმცა, ნებისმიერ შემთხვევაში შჯობს გაზეთმა ლიდის დაბეჭდვის ერთ ფორმას მიმართოს.

ავტორმა თავდაპირველად უნდა დააკონკრეტოს ჟანრის სახეობა, შემდეგ ააგოს ლიდი. თუ ლიდი ჟანრის მოთხოვნას პასუხობს, რეპორტაჟში უნდა ასახავდეს პროცესს, ანგარიშში – თავყრილობას, კორესპოდენციაში – სიტუაციას, დოსიეში (ამ ჟანრს შემდგომ თავებში განვიხილავთ) – პიროვნების აპლუსს, და ა.შ. ანუ, პუბლიცისტურ

ჟანრებში ლიდი ასახვის საგნის მიხედვით იცვლება.

ეს არ ნიშნავს, ამა თუ იმ ლიდის სახეობის ცალსახა მიკუთვნებას გარკვეული ჟანრებისადმი. ლიდი-პასუხი და ლიდი-ვერსია შეიძლება ჰქონდეს როგორც ინფორმაციულ, ასევე ანალიტიკურ ჟანრებს.

ლიდის სახეობებს თემატური კუთხითაც ანსხვავებენ. ჯ. ჩენსლორი და ვ. მერსი „meanwhile-lead“, „omnibus lead“, „unsatisfiable lead“, „hedgle-your-bet lead“ და სხვა ლიდებს ცალკე სახეობებად გამოჰყოფენ. ტერმინები პირობითია და მათ კლასიფიკაციის მთლიანობაში არ გაეიაზრებთ.

როგორც აღვნიშნეთ, დასაწყისი თითოეული ჟანრის სპეციფიკიდან გამომდინარე აიგება. მაგალითად, როგორ დავწეროთ რეპორტაჟის დასაწყისი? ქართველ მკვლევარების მოსაზრებაზე დაყრდნობით, რეპორტაჟის ასახვის საგანია პროცესი, რეპორტაჟი ფაქტს გვიჩვენებს მიმდინარეობის პროცესში; მოითხოვს თხრობის შესატყვის დინამიკურ სტილს, სადაც ვლინდება თხრობის რეპორტაჟული სტილი [7,84].

როგორ დავიწყოთ თავად პროცესის ასახვა? რეპორტაჟის ოპერატიულობიდან გამომდინარე უკუგდებულია სიტყვები: „გუშინ“, „ამას წინათ“ [7,85]. ამასთან, ცალკეული ჟანრები სპეციფიკურ ასახვის ფორმებს, პუბლიცისტურ ხერხებს მიმართავენ, მაგრამ მათს შორის საზღვარი, დისტანცია შემოქმედებითი მიდგომის მიხედვით იცვლება.

ვერ დავეთანხმებით ნორმან მოიესის კლასიფიკაციურ გააზრებას, სადაც ლიდის ცალკე სახეობად გამოჰყოფილია *ისტორიული ლიდი-ისტორიული სტატიისთვის*, (ნ. მოიესის მონახაზი ასეთია; „ეს იყო 1973 წელს...“, მომდევნო წინადადება იწყება სიტყვით: „ახლა“) თუმცა, სტატიის დაწყების ერთ-ერთი ხერხია ისტორიული ექსკურსი, მოკლე ან გაფართოებული, მაგრამ ეს მეთოდი მარტო სტატიის დაწყებისას როდი გამოიყენება.

ამ კაპიტელით მოვლენურ, პრობლემურ და სამოგზაურო რეპორტაჟების დასაწყისსაც დაწერთ, ცხადია, იმ ჟანრობრივი თვისებების გათვალისწინებით და შეჯერებით, რომლებიც უშუალოდ რეპორტაჟს ახასიათებს.

მოკლედ, დასაწყისში თხრობის რეპორტაჟული სტილი უმოკლესი ისტორიული ექსკურსითაც შეიძლება. პირველ წინადადებაში მკითხველს ვახსენებთ, მივანიშნებთ რა პროცესი მიმდინარეობდა გარკვეული დროის წინ ამავე სივრცეში.

ასეთი დაწყების საკმაოდ ვრცელ ნაკადს ეხვდებით ბოლო

წლების 9 აპრილის გაზეთის ნომრებში, სადაც ისტორიული ექსკურსი სწორედ ამგვარ ჭრილშია გააზრებული და მოხმობილი.

მაშასადამე, მოდელი ასეთია: „სწორედ აქ... № წლის წინ (ან № წელს) გადაწყვიტეს, მოხდა, შეიკრიბა...“ და ა.შ. ავტორი ამგვარი დაწყების ვარიაციებით დინამიკას აძლიერებს. შესაძლოა, შეპირისპირებული მოვლენები კონტრასტული იყოს, მაგრამ ყოველად დაუშვებელია მიზეზობრივი საყრდენის არქონა. თუ პროცესის აღწერა იწყება წარსულიდან-მომავლის პერსპექტივაში, შესაბამისად ჩნდება დროის, ეპოქის შეფასების კრიტერიუმი. დინამიკურ თხობას ამბავებს ისიც, რომ მკითხველი ფაქტს არა მარტო დღის მოვლენად – იზოლირებულ თემად მიიჩნევს, არამედ ეპოქის რიტმიკად. უნდა ითქვას ისიც, რომ პოსტ-საბჭოურ სივრცეში მოვლენათა ახლებური წარმოჩენის საკითხიც აქტუალურია.

სხვა ჟანრებისგან განსხვავებით, რეპორტაჟში ისტორიული ექსკურსი უმეტესად უმოკლეს ექსპოზიციურ დასაწყისში ან ორ ნაწილიან ლიდში ჩნდება.

ჟურნალი „Time“ („თაიმი“) 2001 წლის 13 აგვისტოს ნომერში აქვეყნებს *ენდრიუ ფერგინსონის* სტატიას „*მითიური მექანიზმი*“. ლიდი ასეთია: „*დაახლოებით 40 წლის შემდეგ ჯ.ფ. კენედის სიკვდილიდან, კენედები სცენაზე ისევ გამოდიან. რატომ?*“ [98,34]. ავტორმა „დაუსრულებელი კითხვის“ ეფექტი შექმნა, უმოკლესი ისტორიული ექსკურსი კი ორნაწილიან კომბინირებულ ლიდში ასახა. როგორც ვხედავთ, საზღვარი ლიდის სახეობებს შორის პირობითა და ისტორიული ექსკურსით არა მარტო ერთი ჟანრი „სარგებლობს“. ამ მაგალითში წინადადებას მოსდევს კითხვა, ანუ ლიდი შედგება პასუხისა და კითხვითი სიტყვისგან. განხილული მაგალითი რომ ქართული მასმედიის სტერეოტიპს მოვარგოთ, ალბათ მივიღებთ კითხვით წინადადებას: რატომ ჩნდებიან კენედის სიკვდილიდან 40 წლის შემდეგ კენედები ისევ სცენაზე?(მგ.). შინაარსის უცვლელობის მიუხედავად, კითხვითი ფორმის ინვერსიამ სხვა ეფექტი შექმნა. ხშირად კითხვა-პასუხის აგებულებაში, კითხვითი სიტყვის ბოლოში გადმოტანა, დასაწყისის ტონალობასაც ცვლის.

სახასიათო ისტორიულ ექსკურსს გვთავაზობს დასაწყისში ავტორი სტატიისა „*მოდი გაეფრინდეთ! რამდენიმე სიტყვა მფრინავებისა და ფრენის შესახებ*“:

„*მთელი თავისი არსებობის განმავლობაში კაცობრიობა ფრენაზე ოცნებობდა და დაფრინავდა კიდევ: აღმოსავლეთში ზღლიჩებით,*

დასავლეთში – ცოცხზე და არცთუ სიმპატიურ ცხოველებზე შემომგდარი. ბოლოს, თვითმფრინავიც გამოიგონა. ისე, ზალიჩიდან ბაღდადთ კარგი სანახაო იქნებოდა”[71]. ავტორის ფანტაზია ზედგამოჭრილია განწყობის შესაქმნელად.

სახასიათო პორტრეტის შესაქმნელად ჟურნალისტი თამარ სუხიშვილი ასეთ ისტორიულ ექსკურსს ირჩევს: „მერაბ კოკოჩაშვილი ასეთ ეპოზოდს იხსენებს: თელავში ქუჩაში მივდიოდი და ვიღაც გაუპარსავდა ახალგაზრდამ გამაჩერა: „მე შენ ვიცნობ, დიდი მწევანეობაო“, დამტყვევული ქართულით უთქვამს მას და შემდეგ საუბარი ქართული ფილმების ციტატებით გაუგრძელებია... ეს არააორდინალური კაცი დოვერ ქოსაშვილი იყო. საქართველო და ქართული ენა მისთვის ლამაზ მონატრებად დარჩა. „როცა ჩემს თავთან მარტო ვრჩები, საქართველოში ვარ“, – განაცხადა რეჟისორმა. შეგახსენებთ, რომ საქართველოდან ის 4 წლის ასაკში გადასახლდა”[86]. რეჟისორის ციტატა („როცა მარტო ვრჩები, საქართველოში ვარ“), ავტორს სათაურში გამოაქვს, რაც კიდევ უფრო აძლიერებს კონტექსტის ფუნქციას.

ბ. ბრეიდეული, რ. ქროფი და ს. ბოისი გვთავაზობენ სტატიის დაწყებას, სადაც „მეითხველი ავტორის უნივერსალური გამოცდილების ვერსიას ეცნობა”[35,86]. რაკურსი ასეთია: „მივლინება. მეზარება. ვიშშუშნები. ბარგის შემოწმება, ლოდინი, რეისი იგვიანებს...”[35,86]. ტენდენცია ზუსტად ილანდება. მონოტორული განწყობის მიუხედავად, თხრობა დინამიკურად იწყება. მორიგ მივლინებაზე საუბარს ავტორი თავისი განცდების აღწერით იწყებს და მიანიშნებს იმაზე, რაც აღამიანებში მეტწილად მივლინებასთან ასოცირდება. საზოგადოებას თანამონაწილეობის ილუზია უჩნდება. ჩვენი აზრით, ეს ვარიანტი სამოგზაური ნარკვევსა და რეპორტაჟშიც ეფექტურია.

გაზეთ „24 საათში” რუბრიკით „განათლება” დაიბეჭდა რეპორტაჟი „რატომ გვაშფოთებს ქართული ენის გამოცდა?”, რომელიც ასე იწყება: „ყოველთვის, როცა საგამოცდო თემებს აცხადებენ, ჟრჯოლა აბიტანს, ვნერვიულობ და თითქოს მეც ვიწყებ წერასო. – თქვა ერთ-ერთმა მშობელმა, რომელიც სკოლასთან იდგა და სხვა მშობლებთან ერთად ფიქრობდა, თუ როგორ დახმარებოდა შვილს”[73]. ეს ტიპური მშობელი და სიტუაციაა, ციტატაც ზუსტად ასახავს მათს დამოკიდებულებას გამოცდებისადმი და ზოგადად იმ მღელვარებას, რომელიც ასეთ დღეებშია.

ლიდი-პასუხის აგებისას ერთ-ერთი მიგნება სწორედ ციტატაა. ამერიკელი მეცნიერების უმრავლესობა უპირატესობას სწორედ პირდაპირ ციტირებას ანიჭებს. ასეთი აგებულების ლიდს ვოლტერ მერსი „შუვეალ ლიდს“ (unassailable lead) უწოდებს.

ნორმან მოიესი ცალკე სახეობად განიხილავს სტატიის ლიდებს. მიდგომა არასწორია. მართალია, ყოველ ჟანრი დაწყების თავისებურებებით გამოირჩევა, მაგრამ არა ერგვაროვნებით. ის, რასაც ნ. მოიესი სტატიის ლიდს უწოდებს, სხვა ჟანრის დასაწყისადაც გამოდგება. ნ. მოიესი ლიდსა და შესავალს შორის ტოლობის ნიშანს სვამს, რაც ასევე არასწორია. ამგვარი ლიდი-შესავალის (lead (introduction)-ის) ძირითად ფუნქციაზეც მისი აზრი ასეთია: „სტატიის ლიდში გამოიყენეთ დამინტრიგებელი იდეა, ცოცხალი ტერმინოლოგია, მხატვრული, წარმოსახვითი მიდგომა. ასე, წარმატებით მიიყვრობთ ყურადღებას“ [45,209]. სინამდვილეში მის მიერ შემოთავაზებული „ეფექტური“ ლიდის ესა თუ ის სახე ტენდენციას ხელოვნურად ამჟღავნებს. მაგალითად:

1. ღრმააზროვანი(სერიოზული) და მოაზროვნე ლიდი (The serious and Thoughtful lead) – „მკითხველს აუწყებს, რომ მასალა ძალიან, ნებისმიერ შემთხვევაში მნიშვნელოვანია, იმისა მიუხედავად, – სინამდვილეში რას წარმოადგენს. ავტორი მოკლე წინადადებებით გადაუდებლობისა და აუცილებლობის ეფექტს ქმნის“ [45,209].

2. პრობლემური ლიდი (The problem lead) – ინფორმაციულია და კონფლიქტზე მიუთითებს, რომელიც, ავტორის თქმით, ახალი ამბების წარმოჩენის ერთ-ერთი გზაა [45,210]. პრობლემური ლიდის ცალკე სახეობად გამოყოფა არასწორია. და საერთოდ, დებულება არასწორადაა ჩამოყალიბებული. ასე შეიძლება ინფორმაციულ, სამოგზაურო თუ საწარმოო ლიდებსაც ამგვარი სტატუსი მივანიჭოთ.

3. „შოკური ლიდის (The shock lead) მიზანია სენსაციური ეფექტის ბოლომდე შენარჩუნება ისე, რომ მკითხველი არ ჩაიბიროს ამბის თხრობაში და ლიდის შთაბეჭდილების ქვეშ დარჩეს“ [45,210]. გამოდის, რომ მკითხველმა ბოლომდე არ უნდა გააცნობიროს რატომ წაიკითხა მასალა(?!). ლიდის ეს სახეობა გათვლილია ადამიანის ტვინის უნარზე – ავტომატურად დაიმახსოვროს ინფორმაცია, რომელიც მასზე განსაკუთრებულ შთაბეჭდილებას ახდენს. სენსაციურობით შენიღბული თუნდაც მცდარი ინფორმაცია ხშირად ადამიანს „შოკის“ ილუზიით მიეწოდება, თუმცა ღირებული ინფორმაციის ზემოქმედების ეფექტი არ გააჩნია.

მასალას, რომელიც მკითხველის მოლოდინს ამართლებს, ამგვარი „შოკირება“ სულაც არ დასჭირდება. ჟურნალ „Economist“-ში („ეკონომისტში“) დაიბეჭდა რეცენზია სათაურით „იდეალური მოლიერი“. ესაა რეცენზია ვირჯინია სკოტის წიგნზე „მოლიერი: თეატრალური ცხოვრება“. ლიდი ასეთია: „მოლიერი დრამატურგი – ცნობილი ფიგურაა, მაგრამ თითქმის არაფერია ცნობილი თავად მის შესახებ. აქ წარმოდგენილ მასალაზე დაყრდნობით, მისი ბიოგრაფიის მკვლევარებს დუელში ვიწვევთ“ [104,83]. ხაზგასასმელი ისიცაა, რომ ორნაწილიან ლიდს-ვერსიაში, პირველ რიგში, რეცენზიის ასახვის საგანი ჩნდება.

დასაწყისში გამოტანილი „აქსესუარი“ მასალაში გათამაშებას მოითხოვს, თუმცა შესაძლებელია მკითხველს დასაწყისშივე სააზროვნოდ „მრავალწერტილის“ ან „კითხვის ნიშნის“ ეფექტით შევთავაზოთ. ოღონდ უნდა გვახსოვდეს, რომ ჟურნალისტის მხრიდან ამგვარი ტაქტიკა განსაკუთრებულ მწერლურ ნიჭს, შემოქმედებით ალღოსა და სიფრთხილეს მოითხოვს. ლიდმა მკითხველის იმედი უნდა გაამართლოს, შესაძლოა სულაც მასალის ბოლოს აჩვენოს „მონეტის მეორე მხარე“, რომელიც ფარდას ხდის „საიდუმლოს“, „აშიშვლებს“ ლიდს და მკითხველის მხრიდან მართლაც „გაოცების, შოკისა და მოულოდნელობის“ ეფექტზეა გათვლილი.

4. „პირველი პერსონის ლიდი (The First-person lead) – იმთავითვე ჩაითრევს მკითხველს თხრობაში ისე, რომ მოაოგოს მისი ნდობა“ [45,211]. ჯერ ერთი, ნდობის კოეფიციენტი მასალის მთლიანობაში უნდა დადგინდეს. აქ კი საზოგადოების პირველადი რეაქციის ზემოქმედების ხარისხზეა კონცენტრაცია. მკითხველმა, რომელიც ამ ლიდის წაკითხვისთანავე ნდობას გამოუცხადებს „ყოვლისმცოდნე ექსპერტს“, ძნელად უნდა შეიცვლოს თავისი აზრი მასალის ბოლოში.

5. როგორც ნ. მოიესი მიანიშნებს, „ალიტერაციული ლიდი (The Alliterative lead) მკითხველის ასეთ განწყობაზეა გათვლილი: შეხედურა მარტივია ყველაფერი. ამას სერიოზულად ნუ მიიღებ“ [45,211]. აქაც, მარტივი ტყუილის პრინციპი: სერიოზულ მოვლენას მარტივად უყურე და პირიქით.

საინტერესოა, რომ ბ. ბრეიდუჯი, რ. ქროფი და ს. ბოისი ცალკე სახეობად გამოჰყოფენ მაცდურ ლიდებს (misleading lead) და სამართლიანად გვირჩევენ მთლიანი მასალის განწყობის ადეკვატური ლიდი შექმნათ [35,89].

ბ. ბრენეული, რ. ქროფი და ს. ბოისი კლიშეების და ცნობილი გამონათქვამების გადათამაშებას გვთავაზობენ. ასე იქმნება ე.წ. კარიკატურული, გროტესკული დასაწყისი (takeoff opening), რომლის საყრდენია იუმორისტული განწყობა, კლიშეს გარდასახვა სატირულ სტილში.

ზოგი ავტორი ცალკე სახეობად გამოჰყოფს კითხვითი ფორმით გადმოცემულ ლიდებს, რაც, ჩვენი აზრით, არამართებულია. მაშინ, ამ კრიტერიუმზე დაყრდნობით, უნდა არსებობდეს უარყოფითი, მტკიცებითი ლიდებიც. ამ შემთხვევაში ამგვარი დაყოფა უარყოფილია.

მაგალითად, პიტერ ჰაუტორნმა თავის სტატიას „კეთილდღეობა შინიდან იწყება“ ასეთი ლიდი შეურჩია: „შეძლებს ახალი აფრიკული გაერთიანება ალფაჰომორტყული კონტინენტის ბედისწერის შეცვლას?“ [100,25]. ესაა კითხვითი ფორმით წარმოდგენილი ლიდი-ვერსია.

ერიკ ჰულის და კარენ ტუმალიის ლიდი: „ხომ არ შეცვალა კრიზისმა ბუმი მარტოხელა პრეზიდენტიდან გამხმრებულ ლიდერად?“ [103,52]. შეპირისპირებით გადმოცემული ლიდი-ვერსიაა.

კლასიკური ლიდის აგეგმარება შემდეგნაირი უნდა იყოს: ჯერ ვწერთ რა მოხდა, რა გადაწყვიტეს (და ესაა ლიდი-პასუხი ან ვერსია) და შემდეგ წინადადებაში ვწერთ — როგორ.

ვოლტერ ბერსის და ჯონ ჩენსლორის დაკვირვებით, კოლეჯის სტუდენტების უმეტესობა ასეთი სახის ლიდს წერს: „ოთხშაბათს ფაკულტეტის კომიტეტი შეიკრიბა“. პაუზა. ამბავს აგრძელებს, რომ კომიტეტმა რაღაც გადაწყვიტა. ახლა ცოტაც მოიცადეთ და ლიდში გაიგებთ თუ რა გადაწყვიტა კომიტეტმა. აი, რა არის ლიდი: „დღეიდან სივამში სტუდენტებმა დავალებები დროულად უნდა წარმოადგინონ“ და შემდეგ, მეორე წინადადებაში ამბობთ, როგორ გადაწყვიტეს ეს და ამას მიყავხართ ფაკულტეტის კომიტეტის შეკრებადღე. კომიტეტს შეეძლო ბევრი საკითხი გადაეწყვიტა, მაგრამ თუ გადაწყვეტილება საშინაო დავალებებზე არის ის, რომელიც მკითხველზე ახდენს ზეგავლენას, ლიდი სწორედ იგია [38]. უნდა ითქვას, რომ მსგავს დავალების შესრულებისას ქართველი სტუდენტები იმავე სახის შეცდომას უშვებენ.

ჯ. ჩენსლორი ლიდის შერჩევის სავარაუდო წესს გვთავაზობს: „ზოგჯერ თავს ვიკატუნებ, თითქოს დღაჩემს ველაპარაკებოდე. იცი, თურმე რა გადაწყვიტეს სივამში?“ ამბობენ, სტუდენტებმა საშინაო დავალებები დროულად უნდა შესრულონ. მან შეიძლება მკითხოვს: ეს

ვინ გადაწყვიტა? მეც ვასუსზობ, ფაკულტეტის კომიტეტმა და აი, ლიდი სწორედ ესაა"[38].

მაშინ როცა მიღებულია რამდენიმე გადაწყვეტილება და თითოეული მათგანი თანაბარი მნიშვნელობისაა ჟურნალისტმა უნდა აირჩიოს ის ერთ-ერთი გადაწყვეტილება, რომელიც მკითხველისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანია.

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნებული მასალის ლიდი სწორედ ამგვარადაა გააზრებული: „ამიერიდან, ყოველი წლის 16 სექტემბერს საქართველო კიდევ ერთ ეროვნულ დღესასწაულს იზეიმებს. ეს გადაწყდა გუშინ, კოდორის ზეობაში უწინმდღისისა და უნეტარესის, სრულიად საქართველოს კათალიკოს-პატრიარქის, ილია II-ისა და მეუფეთა დასის ჩამობრძანებისას“[88]*.

შესაძლოა ლიდის კლასიკური ნიმუშების ჩვენეული განხილვა, ლიდის ახალ სახეებად დაყოფა, მისი, როგორც მასალის დასაწყისის ჩვენეული ხედვა, საკამათო იყოს. მაგრამ გვახსოვდეს, რომ „მეცნიერება გვაძლევს შევქმნათ ახალი ცნებები, ახალი თეორიები... ყველა არსებითი იდეა მეცნიერებაში დაიბადა რეალობასა და მისი გაგების ჩვენს მცდელობას შორის ღრამატულ კონფლიქტში“[2, 7].

*მართებულია ჟურნალისტს დაეწერა კათალიკოს-პატრიარქი, და მეუფეთა დასის მაგივრად – წმინდა სინოდის მღვდელმთავართა.

§3. ლიდის ოპტიმალური მოცულობა (რა ზომის უნდა იყოს კარგი ლიდი?)

სპეციალისტთა ნაწილი ცალსახად მიაჩნებდა, რომ ლიდი მასალის პირველი აბზაცი, ან პირველი წინადადებაა [46,42]. ანუ, აქცენტი მის ვიზუალურობაზეა გადატანილი. კამათობენ იმის თაობაზეც თუ რა ზომის უნდა იყოს კარგი ლიდი? მართალია, ამერიკაში მიღებულია ლიდების ერთ წინადადებაში გადმოცემა, მაგრამ ეს პირობითი მორფოლოგიური დაყოფაა. ხშირად, ერთ წინადადებაში იმიტომაც წარმოადგენენ ლიდს, რომ იგი „ერთმა ამოსუნთქვამ“ შემოფარგლოს. ამერიკელების აზრით, სწორედ ასეთი ლიდია „აღსაქმელად ადგილი და გასაგები“ [38,35]. სინამდვილეში, ლიდის წარმოდგენა ორ წინადადებაშიც შეიძლება. ჯ. ჩენსლორისა და ვ. მერსის ზოგადი ფორმულირებით: „ლიდი გამოკვეთავს თემას და მიმართულებას. ეს უნდა მოხდეს ერთ ან ორ წინადადებაში. ლიდი დისკალინირებული, წესრიგში მოყვანილი დასაწყისია“ [38,18].

ამერიკულ პერიოდულ გამოცემებზე დაკვირვებით, დასაწყისი შეიძლება უფრო დიდ იყოს (დაახლოებით 50 სიტყვამდე). რადგან ზოგჯერ ისეც ხდება, რომ ლიდერი ინფორმაციის გამოყოფა სწორედ ამ ფორმატშია შესაძლებელი.

მართლაც, ყველაზე ხშირად ლიდი მასალის პირველი ორი წინადადებაა, რომელიც დასრულებული პასუხის ან ვერსიის სახითაა მოწოდებული პირველ აბზაცში და არა აუცილებლად ერთ წინადადებაში. ამასთან იგი დასაწყისის ერთ-ერთი სახეობაა, რომელსაც მისთვის დამახასიათებელი პუბლიცისტური თვისებები გამოარჩევს.

ნებისმიერი ინფორმაცია, რომელსაც მასალის პირველ აბზაცში მიუზღნით ადგილს და მუქი შრიფტით გამოყოფთ ავტომატურად ლიდად როდი გადაიქცევა.

მაგალითად, „რეზონანსის“ 2 მაისის ნომერში გამოქვეყნებული მასალის „სოხუმს სამიტის გადაწყვეტილების შესახებ ინფორმაციას „ვერ მოუპოვებია“ ქვესათაური ასეთია: „სეპარატისტებმა რუსულ ტელევიზიას შეუტყეს“ [74]. ამას მოსდევს ლიდი, რომელიც 57 სიტყვიანია, თუმცა მისი მხოლოდ II წინადადება („სეპარატისტული მთავრობა რუსეთის ტელევიზიით უკმაყოფილოა და თვლის, რომ თბილისის შეკვეთებს ასრულებს“) აკმაყოფილებს ლიდის მოთხოვნებს, I წინადადება („სოხუმში ესენგეს (უნდა იყოს დსთ-ს-

მ.გ.) სამიტის გადაწყვეტილების შესახებ ღუმს”) კი საერთოდაც ზედმეტია. ლიდი, ნაცვლად ავტორის მიერ წარმოდგენილი 57 სიტყვისა, სულ რაღაც 11 სიტყვაში განივრცობა.

უმეტეს შემთხვევაში ქართულ მედიაში მასალის დასაწყისს პრიორიტეტული ინფორმაციით როდი იწყებენ, არამედ ჟურნალისტები ცდილობენ მკითხველი შეამზადონ I-II წინადადებაში უფრო მნიშვნელოვანი ინფორმაციისთვის. ხდება ისეც, რომ I და II წინადადებების ურთიერთშენაცვლებით, ინვერსიით ვლებულობთ საჭირო ეფექტს.

გაზეთ „რეზონანსში“ გამოქვეყნებულ მასალათა აბსოლიტური უმრავლესობა სწორედ ამგვარ კორექტურას საჭიროებს. „24 საათში“ ლიდები მუქი შრიფტით გამოყოფილი არაა.

გაზეთებში „24 საათსა“ და „რეზონანსში“ გამოქვეყნებული ლიდების მოცულობა 20-დან 60 სიტყვამდე მერყეობს. თუმცა, ამათგან უმეტესად მხოლოდ I წინადადება პასუხობს ლიდის მოთხოვნებს (დანარჩენს მუქი შრიფტი უნდა მოეხსნას). თუმცა ნებისმიერ დასაწყისს, რომელსაც მუქი შრიფტით გამოვყოფთ და პირველ აბზაცში წარმოვადგენთ, არ შეიძლება ეწოდოს ლიდი. როგორც აღვნიშნეთ, ხდება ისეც, რომ ქვესათაური უფრო პასუხობს ლიდის მოთხოვნებს.

ჩვენს მიერ განხილული მაგალითები ქართული მედიიდან ადასტურებს, რომ ჟურნალისტთა უმეტესობას ლიდი მასალის პირველი აბზაცი ჰგონია და სწორედ ამ მიზნით გამოყოფენ მას მუქი შრიფტით (რომ არა ეს მიზეზი, გაუგებარია სხვა მოტივაცია დასაწყისის ამგვარი გამორჩევისა). ჟურნალისტებმა უფრო მეტი დრო უნდა დაუთმონ ლიდზე მუშაობას.

ლიდი იმ კითხვებს ბადებს, რომლებზე პასუხიც ნაწარმოებში „აღმოჩნდება“. თითოეულ წინადადებაში სიტყვათა სწორი დაკავშირებით იგება ემოციურ ქვეტექსტი, განწყობა. წარმატებული ინფორმირებისთვის რაოდენობრივი ინფორმაციული ერთეული თვისებრივში გადაიყვანება. განწყობა, რომელსაც ჟურნალისტი პუბლიცისტურ ტექსტში წარმოაჩენს, აღქმადი. ნებისმიერ შემთხვევაში როდია. პუბლიცისტის ოსტატობით ლიდში შეიძლება ეს 5-6 სიტყვაშიც გამოჩნდეს, ზოგადად დასაწყისში კი რამდენიმე წინადადებაშიც.

ხშირად პუბლიცისტს სურს, რაც შეიძლება მოკლე დასაწყისი დაწეროს, რომ ლიდის ოპტიმალური ზომები დააკმაყოფილოს. არადა, ჟანრის მოთხოვნები ყოველთვის ამის საშუალებას არ იძლევა. კარგი

ლიდის ხელოვნური შეკუმშვა ან გაფართოება ქმნის ჟანრობრივ ასიმეტრიას. ეს ისევე და ისევე იმიტომ, რომ ლიდის აგებულებაზე პირდაპირ და ირიბად მოქმედებს მთელი მასალა, როგორც დასრულებული ინფორმაციული ერთეული (შესაბამისი ჟანრობრივი პარამეტრებით).

ცნობილ ამერიკელელ ჟურნალისტთან *ჯეიმს თურბერთან* ხანგძლივი კამათის შემდეგ გაზეთის რედაქტორი კომიკურ(?) სიტუაციაში აღმოჩნდა. რედაქტორი ჯიუტად ამტკიცებდა, რომ თურბერის ლიდი ძალიან დიდი იყო. ძალიან მოკლე ლიდი კი ასეთი გამოვიდა:

„მკვდარი.

აი, ასეთი კაცი იპოვეს“ [38,17].

ამ მხრივ მისაღებია ამერიკელების მოსაზრება, რომ: „ლიდი უნდა იყოს მოკლე, მაგრამ პეტისმეტად მოკლევ არა“ [38,17].

სინამდვილეში, კარგი ლიდი სიგრძე-სიგანით არ იზომება. ზშირად ოსტატურად შექმნილი ლიდები საერთოდ არ შეიცავენ ლიდის იმ თვისებებს, რომლებიც ყბადაღებული ფორმულირებებია. ამის მაგალითი რამდენიმე წლის წინ ჩატარებული ექსპერიმენტია: ასოშიეთიდ პრესმა ლიდების ზომების ნორმის სისტემის შემუშავება მოინდომა. ქულებს წერდნენ მოკლე ლიდებისთვის და მოკლე ხიტყვებისთვის. „შინ მისვლისთანავე ამოვექეე 10 მასალა, რომლებშიც პულიცერის პრიზი მივიღე და მიგხვდი, ნამდვილად გამეილაგდნენ. ამიტომ ხსენებული პროექტის ინიციატორებს მოვახსენე: „ჩათვალიეთ, რომ ჩავეჭერი“ [38,35] – იხსენებს ვ. მერსი. „პროექტი ჩაიშალა. გოლის გარანტი სიმოკლე კი არ არის, არამედ სიზუსტე. ძველი წესის თანახმად, რაც უფრო მოკლეა ლიდი – უკეთესია. ეს მცდარი შეხედულებაა. სჯობს დავივიწყეთ. მართალია, არსებობს საზღვრები, მაგრამ ვერ დამარწმუნებთ, რომ 25 ან 30 სიტყვიანი ლიდი სჯობდეს 35 ან 40 სიტყვიანს. ლიდი უნდა იყოს მარტივი, გასაგები და არა აუცილებლად მოკლე. თუ გასაგებია და ამასთან გრძელი, დასვით წერტილი შუაში და წარმოადგინეთ ორი წინადადება. ბევრი რედაქტორი იმასაც გეტყვით, რომ ორწინადადებიანი ლიდი ნორმის საწინააღმდეგოა. ყურს ნუ დაუვდებთ მათ“ [38,35]. ამერიკელების აზრით, მთავარია გრძელი ლიდი გასაგები იყოს და ის პრობლემას არ შექმნის.

და მაინც, კარგი ლიდი 1-2 წინადადებით ისაზღვრება. მაშინაც კი, როცა პუბლიცისტი ცდილობს ყველაფერი ერთ წინადადებაში

ჩაატოს, შეიძლება ჩიხში მოექცეს. აი, ამის თვალსაჩინო მაგალითი:

„დღეს მერიის სამსახურმა განაცხადა, რომ ფედერალური მთავრობა გამოყოფს 316,000 დოლარს, შტატი შეიტანს 223,000 დოლარს, ქლაქი გადადებს 735,000 დოლარს საზაფხულო სამუშაოთა პროგრამის დასაფინანსებლად, რომელიც შესაძლებელს გახდის 17,239-მდე ახალგაზრდის დასაქმებას 15 ივნისიდან 5 სექტემბრამდე საზოგადოებრივი მუშაობის პროექტებში“ [38,17-18].

თუ ლიდში აუცილებელია ფაქტობრივი მონაცემების დატოვება, ფილრტაცია მთელს მასალასთან მიმართებითაა თანმიმდევრული. ამერიკელი მეცნიერები გვიჩვენებენ მოვერიდოთ ლიდებს, რომლებიც ძალიან გადატირთულია ფაქტებით. მასმედიისთვის სხვადასხვა სპეციალური პროექტების ავტორი ჯონ ჩენსლორი გვთავაზობს პრაქტიკულ სავარჯიშოს. უნდა წარმოიდგინოთ, რომ ინფლაციამ იკლო, უმუშევრობა კი მაღალია. აი, როგორ არ უნდა დაიწეროს ეს: „დღეს მთავრობამ განაცხადა, რომ ინფლაციის კურსმა წლიური გამოთვლით იკლო მაისში 4,6 პროცენტიდან ივნისში 3,5 პროცენტამდე, მაშინ როცა უმუშევრობა ომის შემდეგ დროის სისწრაფით გაიზარდა, იმავე თვიდან 9,2 პროცენტით და მიაღწია 890,000 უმუშევარს“. ამდენი ფაქტი აუტანელია. ლიდი კენესის მათი სიმძიმისგან. სჯობს დავწეროთ: „ინფლაციამ ივნისის თვიდან იკლო, მაგრამ უმუშევრობა 9,2 პროცენტის გაზრდით პოსტ-ომის სიმძლავრეზე რჩება“ [38,17-18]. მოკლედ, ამერიკელი ავტორი გვთავაზობს მონაცემთა შეპირისპირებას (და ამგვარად ტენდენციის გამჟღავნებას), შესაბამისად: დანარჩენი ფაქტების მასალაში განლაგებას. ოღონდ უნდა დავაკონკრეტოთ, ეს განლაგება უნდა იყოს თანმიმდევრული, თანდათანობითი. უვარგისი პირველი აბზაცი ისევე ღლის მკითხველს, როგორც უვარგისი – მეორე.

ამერიკელი მეცნიერები სამართლიანად გვიჩვენებენ მოვერიდოთ ლიდებს, რომლებიც ძალიან გადატირთულია ფაქტებით. ქართულ მასმედიასში ამ მხრივ არცთუ კარგადაა საქმე. ამგვარი შეცდომა განსაკუთრებით თვალშისაცემი და დაუშვებელია მოკლე ინფორმაციული შენიშვნაში, სადაც ციფრის გასაგნება ტენდენციის გამჟღავნების საუკეთესო საშუალება უნდა იყოს. ამასთან, უნდა გვახსოვდეს, რომ ლიდის „განტვირთვას“ აზრი არ აქვს, თუ ყველა ფაქტობრივი მონაცემი სანაცვლოდ II აბზაცში მოხვდება. გაზეთ „24 საათში“ დაიბეჭდა მოკლე ინფორმაციული შენიშვნა ლიდით: „ეკონომიკური კრიზისის გამო ამერიკაში ღარიბთა რიცხვმა მკვეთრად იმატა და

მსოფლიოს უმდიდრეს ქვეყანაში ბოლო რვა წლის განმავლობაში რეკორდულ მაჩვენებელს მიაღწია"[56]. გაგრძელება ასეთია: „აშშ-ს მოსახლეობის აღწერის ბიუროს მონაცემებით, სიღარიბის მაჩვენებელმა გასული წლის ბოლოს 11,7 პროცენტი შეადგინა, რაც 0,4 პროცენტით მეტია 2000 წლის მონაცემებზე. ღარიბთა რიცხვმა 1,3 მილიონით იმატა და 32,9 მილიონი შეადგინა. თუმცა, ამის მიუხედავად, ეს მაინც უფრო დაბალია, ვიდრე 80-იან წლებში დაფიქსირებული სიღარიბის 15-პროცენტოანი მაჩვენებელი"[56]...და ასე შენიშვნის ბოლომდე! მიუხედავად იმისა, რომ მასალა იბეჭდება რუბრიკით „ეკონომიკა“, მიდგომა მაინც გაუმართლებელია ისეთი ჟანრის სახეობისთვის, როგორიცაა მოკლე ინფორმაციული შენიშვნა. აქ ხომ მასალის მცირე მოცულობიდან გამომდინარე ფაქტობრივი ინფორმაციის გადანაწილება სხვა ჟანრებთან შედარებით შეზღუდულია.

გაზეთ „რეზონანსში“ დაიბეჭდა ანგარიში, რომელშიც ჟურნალისტმა ამოცანას ასე გაართვა თავი: „ქალაქში 20 ათასზე მეტ ადამიანს უსახლკაროდ დარჩენის საფრთხე ელის. ბევრი სახლი დანგრევის პირასაა მისული, 2000-მდე საცხოვრებელი სახლი გამაგრება-რესტავრაციას საჭიროებს. ამ საკითხს მიეძღვნა მერიასი გამართული თათბირი, რომელსაც ქალაქის ხელმძღვანელები, პარლამენტარები, სპეციალისტები, მოქალაქეების წევრები დაესწრნენ"[54].

ანგარიშის ლიდში უნდა ჩანდეს თავყრილობის შედეგი და თუ შედეგი უარყოფითია, გადაწყვეტილება არაა მიღებული ამის დაფიქსირება სწორედ ლიდში უნდა მოხდეს. ასე, თუ მოცემულ დასაწყისში რამდენიმე სიტყვას ჩავასწორებთ მივიღებთ: „ქალაქში 20 ათასზე მეტ ადამიანს ისევ უსახლკაროდ დარჩენის საფრთხე ელის. 2000-მდე საცხოვრებელი სახლი ისევ გამაგრება-რესტავრაციას საჭიროებს. ამ საკითხს მიეძღვნა მერიასი გამართული თათბირი, რომელსაც ქალაქის ხელმძღვანელები, პარლამენტარები, სპეციალისტები, მოქალაქეების წევრებმა რამდენიმე საათი იმსჯელეს“. ლიდის ფუნქცია კი ისევ ეკისრება მასალის I-(II) წინადადებას.

ციფრის გასაგნება საუკეთესო საშუალებაა, რომ ლიდში ფაქტობრივი მონაცემების სიმრავლე დაიძლიოს, განსაკუთრებით ინფორმაციულ შენიშვნაში. რუბრიკით „მოკლედ“(რაც უცხოურის „in brief“-ის ანალოგიად უნდა მოვიჩინოთ) გაზეთ „24 საათში“ მოკლე ინფორმაციული შენიშვნა დაიბეჭდა: „თბილისი. მიწისძვრით დაზარალებულთა ფონდის ხელმძღვანელის, ზურაბ გუდავაძის

განცხადებით, ფონდს დღეისთვის ახალი ბინების შესაძენი თანხა ანგარიშზე არ აქვს. მისივე განცხადებით, აქამდე შემოსული 2 მილიონ 800 ათასი ლარით 256 ოჯახი დაკმაყოფილდა ბინებით. სექტემბრის ბოლოსთვის, მიწისძვრით დაზარალებულთა ფონდში ქალაქის მერიდიან და პრეზიდენტის ფონდიდან 2,5 მილიონ ლარს ელოდებოდნენ. ამ თანხით 200 ოჯახის დაბინავება ნაგარაუდები [65]. ლიდი უნდა იყოს სწორედ ბოლო ორი წინადადება, რომელიც ჩვენ მუქი შრიფტით გამოვყავით (შესაძლოა მივამატოთ იმ პირის ვინაობა, რომელმაც ეს განცხადება გააკეთა).

რადგან ლიდი არა მხოლოდ პირველი წინადადებებია, არამედ სწორედ მას აკისრია ფუნქცია განწყობის შექმნისა, იგი იმ ზომის უნდა იყოს, რამდენიც განწყობის შექმნისთვისაა აუცილებელი. ასე, მაგალითად:

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნდა თენგიზ გოგოტიშვილის სტატია „შაბიაშნის ახალი პარტია თავდაცვის სამინისტროსთვის“, რომელიც ორნაწილიანი ლიდის სახითაა წარმოდგენილი: „ვისაც „ცისფერი მთებიდან“ შაბიაშნის ახალი პარტიის ამბავი ახსოვს, ზუსტად მიხვდება, დღეს რა ხდება თავდაცვის სამინისტროსა და პარლამენტს შორის. ჯერ არ სჭირდება იმდენი ახალწვეული, რამდენიც საქართველოში შეიძლება მოიძებნოს, მაგრამ მაინც ჯიუტად ითხოვს შეღავათების გაუქმებას პრაქტიკულად ყველასათვის, ვისაც კი სამხედრო სამსახურის გადავადება ან მისგან გათავისუფლება ეკუთვნის“ [63]. ლიდი მასალის პირველ აბზაცადაა წარმოდგენილი. მეორე აბზაცის პირველი წინადადება კი სამართლიანად შეიძლება ჩაითვალოს პუბლიცისტური ნაწარმოების ზედად: „ასეთი კი ქვეყანაში 56 ათასზეა“ [63]. განწყობის შესაქმნელად ავტორი შეპირისპირების მეთოდს მიმართავს, ამისთვის მას 44 სიტყვა დასჭირდა.

§4. ლიდზე მუშაობის თავისებურებანი. კონკურენცია ფაქტებს შორის – არჩევანის ზღვარზე...

ლიდში დაუშვებელია ორი ან მეტი საკითხის, პრობლემის ინდიფერენციული წარმოჩენა. უპირველეს ყოვლისა, გასარკვევია: რომელია მათში პრიორიტეტული ან რა საერთო აქვს ამ ორ მოვლენას? ლიდებს ახასიათებთ ერთთემიანობა და თუ მაინც ორი პრიორიტეტული საკითხი წარმოჩინდა, ლიდში ფიქსირდება ის, რაც ამ ორ მოვლენას აქვს საერთო.

ჯერ კიდევ 1981 წლის იანვარში *რონალდ რეიგანის* ინაუგურაციას დაემთხვა ირანში ამერიკელი ტყვეების განთავისუფლება. და აი, ერთ დღეში ორი ფაქტი-კონკურენტი საკმაოდ მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა იმისთვის, რომ მთელი თვის ახალი ამბების აღლუმში წაეყვანა.

ვ. მერსიმ კომბინირებული ლიდი-პასუხი შემოგვთავაზა:

„გამინეტონი (ა.პ.) – სამშაბათს რონალდ რეიგანი ამერიკის შეერთებული შტატების პრეზიდენტი გახდა. იგი სამშობლოს „ეროვნული გადაზღვისების ერას“ ჰპირდება, ზოლო საზღვარგარეთს თავდაჭერილ პოლიტიკას და არა მორჩილებას. მისმა ინაუგურაციამ ძლიერების პასაჟი 52 ამერიკელი ტყვეს განთავისუფლების პასაჟს შეუთავსა“[38,19]. უცხოელი ჟურნალისტებისთვის, ამ ორმა მოვლენამ, ორ საათში შექმნა, როგორც თავად ამბობენ, უდიდესი დღე ახალი ამბების ათწლეულში. ამერიკელებისთვის ეს ნიშნავდა „ორ ისტორიას ერთ ლიდში“[38,19].

რა მოხდა იმ დღეს ამერიკის მასმედიის შემოქმედებით სამზარეულოში? რამდენად შესაძლებელია, რომ ასეთ დროს პროცესები თავად ჟურნალისტებმა აკონტროლონ?

ვ. მერსის მიერ წარმოდგენილი ლიდში ჩანს ფაქტების ავტონომიური მნიშვნელობა. ლიდი სამნაწილიანია. I ნაწილი – რეიგანის ინაუგურაციაზე, II – ტყვეების განთავისუფლებაზე, III ნაწილში ჩანს ორი მოვლენის ალიანსი, ანუ ის, რაც ამ ორ მოვლენას აერთიანებს. როგორც ჩანს, ამ ორი მოვლენის იდეურ-შინაარსობრივი დაკავშირება იმ დღის გარდაუვალი მოთხოვნაა. ჟურნალისტებიც ამ მოვლენების შეკავშირებას ყოველმხრივ შეეცადნენ. აი, მუშაობის რა თავისებურებებს მოიცავდა ამ თავსატეხის ამოხსნა *ვ. მერსის* სამუშაო მაგიდასთან: „*რეპორტაჟი, ამ შემთხვევაში, ძალიან დიდი უნდა გამოხსნას, სამისოდ კი ძალიან*

ცოტა სიტყვები მქონდა. უნდა მეთქვა, რომ რეიგანის ინაგურაცია შედგა, მისი საზეიმო მიმართვისთვის ემოციური მიმართულება მიმენიჭებინა, ამასთან გადმომეცა რეპორტაჟი - ტყვეებზე. ეს იოლი იქნებოდა, რეიგანს თავის მიმართვაში ტყვეები რომ მოეხსენებინა. რა თქმა უნდა, მან ეს არ გააკეთა. ჩემივე ძალისხმევით მივაგენი: „ძალაუფლების პასაჟიდან - თავისუფლების პასაჟი“, ეს კომბინაციასაც ასახავდა და კონტრასტსაც. შემდეგ ყველაფერს თავისი ადგილი მიეჩინა. ჩემს პრაქტიკაში ხშირად სწორედ ასე ხდება. თუ იცი, როგორ მართო ლიდი, თუ კმაყოფილი ხარ, რეპორტაჟის დანარჩენი ნაწილი, ჩვეულებრივ იოლად გამოვივა“ [38,20].

ამ ორი მოვლენის დაკავშირება საკამათოა, რადგან კონკურენცია მათ შორის მაინც არსებობს. მათი კომბინირება მომგებიანი აღმოჩნდა პრეზიდენტის პრესტიჟისა და ძალაუფლების ხაზგასასმელად, იმისდა მიუხედავად, როგორია მისი ძალისხმევა ტყვეების განთავისუფლების საქმეში. იმისდა მიხედვით, თუ რომელ ინფორმაციას მიიჩნევენ პრიორიტეტულად, ავტორები ტენდენციას ამჟღავნებენ. ჟურნალისტი ჯონ ჩენსლორი ლიდში პირველ ადგილს ტყვეების განთავისუფლებას დაუთმობს, რადგან ის ნაციისთვის ღირებული და ამასთან მოულოდნელია, რეპორტაჟი რეიგანზე კი თებერვლის თვიდან იგეგმებოდა. ლიდი, რომელიც იმ დღეს „Nightly News“-ში („ნათლი ნიუსში“) წაიკითხეს, ავტორის ტენდენციას ციფრის გასაგნებითაც ამჟღავნებდა: „საღამო მშვიდობისა ტყვეების კრიზისის 444-ე და უკანასკნელ დღეს, რომელიც ასევე რეიგანის პრეზიდენტობის პირველი დღეა“ [38,19-20]. ჯ. ჩენსლორის განმარტებით კი: სწორედ „უკანასკნელი“ და „პირველი“ გადაიქცა მოვლენად“ [38,20].

ვფიქრობ, ამ სატელევიზიო ლიდის გადათამაშება წარმატებულ საგაზეთო ვარიანტადაც შეიძლება: ტყვეების კრიზისის 444-ე და უკანასკნელი დღე, რეიგანის პრეზიდენტობის პირველი დღე აღმოჩნდა. აქედან გამომდინარე, ვეთანხმები მოსაზრებას, რომ გაზეთისთვის და ტელევიზიისთვის წერას შორის განსხვავებანი არსებობს, მაგრამ პუბლიცისტი ორივე შემთხვევაში ვალდებულია გამოიტანოს მოვლენის არსი ლიდში [38,21].

ორივე ავტორის (ჯ. ჩენსლორის და ვ. მერსის) ლიდებში რა არის უფრო მნიშვნელოვანი: „შესაკრებთა ჯამი“ (მოვლენათა აღიანსი) თუ მათი მონაცვლეობა, პირველობა? სინამდვილეში მკითხველზე ზემოქმედებს წარმოდგენილი კომბინაცია თუ შეპირისპირება. თავად ჩენსლორიც აღიარებს, რომ „ტყვეების განთავისუფლება და რეიგანის

ინაგურაცია თავისდათავად შეუთავსებელი ფაქტები იყო, რომლებიც ერთმანეთს ლიდის გასაგები კომბინაციით შეუთავსდა. ყველა კომბინაცია ასეთი არ გამოდის” [38,20].

ჩვენ ვნახეთ, თავისთავად შეუთავსებელი ფაქტები ლიდის „გასაგები” კომბინაციით გახდნენ შეთავსებადი. ამგვარი ალიანსი ყოველთვის როდი შეინილებათ.

რეპორტაჟულ თხრობაში დინამიკა თავისთავად ქმნის ლიდის მუდმივი გადასინჯვის შესაძლებლობას. პრიორიტეტული ინფორმაციის შერჩევას, დამუშავებას, გადაცემას კი ღიდი საინფორმაციო სამსახურები, კოორპორაციები გეგმავენ და არა რიგითი ჟურნალისტები. მათ კარგად უწყით, პირველ და პრიორიტეტულად მიჩნეულ ინფორმაციას (ანუ ლიდს) შეუძლია საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაც და მანიპულაცია. პირველი ინფორმაციული ერთეულის ზემოქმედების ხარისხი ხომ ყოველთვის დიდია და დასამახსოვრებელია, — ტყუილის შემთხვევაშიც! გამოდის, რომ მასალის პირველი წინადადებების იდენტიური არჩევის პროცესი მასმედიის ორგანოებში იმთავითვე მიზანმიმართულია, გაგრძელება კი მასზე დაქვემდებარებული, მაგრამ ნაკლებად ორიენტირებული. მარტივი ლიგიკითაც ცხადია, რომ არგუმენტაციების მთელს სისტემურ მოწესრიგებას პირველ წინადადებებში დაფიქსირებული დებულებები განაპირობებს. აი, რას წერს დოც. ბ. ლომიძე: „ცნობილია, რომ მცდარი მსჯელობის დამტკიცება არ შეიძლება, მაგრამ მის ჭეშმარიტებაში პიროვნების დარწმუნება შესაძლებელია. ემოციათა და ფსიქოლოგიური ეფექტების გავლენით სანამდვილე, ცხოვრებისეული რეალობა შეიძლება მოგვეჩვენოს სიცრუედ, ხოლო ტყუილი, აბსურდიც კი — სიმართლედ” [3,5].

ასე, მოვლენის განვითარების გამოცნობის მცდელობაში ჟურნალისტები არაერთ შეცდომას უშვებენ და ეს პირდაპირ პრიორიტეტულ ინფორმაციაში აისახება.

კონკურენტ-ფაქტებში პრიორიტეტულის არჩევაში ტენდენცია მუდმივად. მაგრამ როცა მწერლის გონებაში არაერთი მოითხოვს პირველობას, პუბლიცისტი აზუსტებს: რომელ ინფორმაციას მიიჩნევენ პრიორიტეტულად წამყვანი. საინფორმაციო სამსახურები და არა იმას, რომელი ახალი ამბავი აინტერესებს თავად და რა მიიზიდავს მკითხველს? ტექსტში დახარისხდება ის ინფორმაციები, რომლებიც მკითხველისთვის ჯერ კიდევ უცნობია. ტიპური ამერიკელი ჟურნალისტი მათი ზემოქმედების ძალასაც გამოითვლის. ახალი ამბების ნაკადში პრიორიტეტული ინფორმაციის გამოცნობას, ანუ ერთ-

ერთ წარმატებულ სელას, სხვა საშსახურების „საყოველთაო“ კარნახ-
ად სრულებითაც არ ჩათვლის. მას თავის მიგნებას უწოდებს და
იმასაც აღნიშნავს, რომ მანაც ის უზუსტესი კურსი გამოიყენო, რაც
მისმა ათასობით კოლეგამ. *ჟურნალისტი* ყურადღებას ამახვილებს
მკითხველის მოზიდვისა და მისი მანიპულაციის ნაცნობ, ალტერ-
ნატიულ მეთოდებზე.

და მაინც, უფრო მნიშვნელოვანი საკუთარი არჩევანის
მართებულობის ბოლომდე გათავისებაა. თუმცა ხდება ისეც, რომ
ნებისთი თუ უნებლიედ *ჟურნალისტი* არწმუნებს მკითხველს იმაში,
რისიც თავად ნაკლებად სჯერა. მოტივაცია ერთია: პრიორიტეტული
ინფორმაციის ნიღაბი ხშირად კარგად მოერგება ერთი შეხედვით სენ-
საციურ, მაგრამ ნაკლებად ღირებულ ინფორმაციას. შოკისმომგვრელი
ნახევარსიმართლე სტაბილურ მკითხველს უფრო შეინარჩუნებს, ვიდრე
გამხელალო სიმართლე.

ვინც ინფორმირებას ლიბით იწყებს, წესის თანახმად, იგი
სწორედ იმ ფაქტს ირჩევს, რომელიც მკითხველმა არ იცის. კარგ
ლიდს ისევე შეუძლია მკითხველის დაინტერესება, როგორც ცუდს
მისი დაკარგვა. სინამდვილეში *ჟურნალისტმა* უნდა გაარკვიოს რა
აინტერესებს 1. თავად (აქ რედაქციის ინტერესებიც მოიაზრება) 2.
ნაკლებად სისტემატურ მკითხველს; 3. პოტენციურ მკითხველს.
ჟურნალისტმა ჯერ სათანადოდ უნდა გაიაზროს საკუთარი პოზიცი-
ის და არჩევანის მართებულობა და მხოლოდ ამის შემდეგ მიაწოდოს
არჩეული და გამზადებული, პირველხარისხოვანი ინფორმაციული
ერთეული მკითხველს. ეს უკანასკნელი კი ხშირად ბრმად ენდობა
ჟურნალისტის არჩევანს ერთი მიზეზის გამო: მან არ იცის, რა ინფორ-
მაცია არ მოხვდა მასალაში. *ჯ. ჩენსლორი* ამბობს: „*ვინც ინფორმირე-
ბას აძირებს, მან იმ მთავარი და უფრო ახალი ინფორმაციიდან უნდა
დაიწყოს, რომელსაც არ ფლობს მკითხველი ან მაყურებელი*“ [38, 20].
გამოდის, რომ თუ მკითხველს პირველ წინადადებაში იმას ვეტყვით,
რის შესახებ წარმოდგენაც არ აქვს, მეორე წინადადებაში ნათქვამს
უეჭველად, ავტომატურად დაგვიჯერებს. რა არის ეს: პუბლიცისტური
ხერხებით ადამიანის გონების მანიპულაცია თუ ობიექტური
სიმართლის შეტყობინება?

ამ რამდენიმე წლის წინ რეპორტიორმა *დონალდ ი. სტინერ-*
მა, რომელიც 20 წელი მუშაობდა კანზასის და კალიფორნიის
გაზეთებში, დაწერა გამოსამშვილობებელი წერილი, რომელშიც
სამუშაოდან წასვლის მიზეზი ასე განმარტა:

„...წლების მანძილზე როგორღაც ვარწმუნებდი ადამიანებს, ესაუბრათ სხვა ადამიანების მანკიერებებზე. ვაწუხებდი ძალოვანი სტრუქტურების წარმომადგენლებს და პოლიტიკოსებს, რომლებიც მხოლოდ თავის სამუშაოს ასრულებდნენ. დაღუპულთა ოჯახის წევრების ციტატებს უტიფრად ვიმოწმებდი... ეწერა რედაქტორების წაქეზებით და შემდეგ, მათივე შევულისებით მასალაზე ხელს ვაწერდი. პაქრობებს იქ ვაღვივებდი, სადაც საერთოდ გამოირიცხებოდა, სიტყვებს კი იმისთვის ვიყენებდი, რომ მეზობლები დამეპირისპირებინა და ოჯახები დამეჭუცმაყებინა.

ეზუმრობდი ადამიანების ტრაგედიაზე, საათობით ვესაუბრებოდი ტელეფონზე პატიმრებს და მანიაკებს, სამეცნიერო წრეებს უაზრო შეკითხვებით თავს ვაბეზრებდი, რომ დამეკმაყოფილებინა რედაქტორის ბავშვური ცნობისმოყვარეობა. ვიჩიჩქნებოდი ლოთების, მკვლელების, მოძალადეების, პოლიტიკოსების და მღვდლების პირად ცხოვრებაში. უსაქმოდ დავბორიადლოდი სამგლოვიარო სახლებთან. ამინდის პროგნოზსაც ვაზვიადებდი ალბათობის მოლოდინში. ომს ხოტბას ვასხამდი, მარტივ ამბებს მთლიანად ეწეწავდი. . .

ახლა კი დროა, სხვამ აკეთოს ეს ყველაფერი”[48,29].

სკინერის წერილში იგრძნობა განგაში, გაფრთხილება, რომ ამგვარ აბლაბუდაში სხვა აღარ გაებას.

წერილს გამოეხმაურა აშშ-ს იელის უნივერსიტეტის პუბლიცისტიკის ჟანრების პედაგოგი უილიამ ზინსერი: „მწერლები საკუთარ თავთან მუდამ მარტო რჩებიან, რედაქტორები კი მიდი-მოდიან. თუ შენ ხარ მწერალი, გახსოვდეს — შენი გრძელვადიანი პატიოსნება უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე რომელიმე რედაქტორის მოკლევადიანი მოთხოვნილება. იფიქრე დიდხანს, ეცადე არ დაკარგო არჩევანის (მოქმედების) თავისუფლება”(53,29).

ფასეულობა არც ტანსაცმელია, რომ მოდიდან გადავიდეს და არც საჭმელი, რომ დაძველდეს. მისი ძიება, გაფრთხილება ნებისმიერი თაობის ჟურნალისტის მოვალეობაა. ახალი ამბების ძიებაც საკუთარი იდეალების თუ გმირების აღმოჩენის სურვილითაა მოტივირებული. ჟურნალისტის ინტერესი ხშირად მხოლოდ ცნობისმოყვარეობა, კითხვების დასმის სურვილია და არა ჭეშმარიტების ძიება.

ქართული ჟურნალისტიკის კოდექსი კი დიდი ხნის დაწერილია, მართმადიდებელი წმინდანის, ილია მართლის(ჭავჭავაძის) ხელით: მისი გაგებით, ჟურნალისტიც საზოგადოების რეალურ მსახურად მოიაზრება და არა მისი ცოდვების მონად.

რა თქმა უნდა, ლიდში ახალი ამბავი უნდა დაფიქსირდეს. ებიო და წერო სხვადასხვა მოვლენის ირგვლივ სიახლე, ნიშნავს მუდმივად გაუმჯობესებელ სხვადასხვა სახის პრობლემას.

მაგალითად, საპრეზიდენტო კამპანიების დროს, როცა კანდიდატები თითქმის ყველგან ერთსა და იმავეს იმეორებენ, ძნელდება ცინიკხალი ინფორმაციის მოძიება. რეგიონებში მოგზაურობის კვალდაკვალ ლიდების გამეორების საშიშროებაც არის. ამერიკელმა ჟურნალისტებმა კანდიდატის გამოსვლაში თვალშისაცემი ლეტალი შესაძლოა მხოლოდ კვირეების შემდეგ აღმოაჩინონ.

ყურადღება უნდა გავამახვილოთ საკითხზე, რომელსაც პირობითად „მატყუარა, მაცდური სიტყვების“ პრობლემით მოვიხსენიებთ, რადგან მკითხველი ხშირად შეცდომაში შეჰყავს სწორედ „მატყუარა სიტყვებით“ მანიპულირებას. საქმე ისაა, რომ ორი მოვლენის გაერთიანებით ლიდი ავტომატურად ორნაწილიანი ხდება. ლიდი კი ერთთემიანობით გამოირჩევა, ამიტომ მოვლენებს საერთო თემატური სარჩული მოეძებნებათ. ფორმისა და შინაარსის ერთიანობისთვის იცვლება ტექსტობრივი ბალანსიც.

ამ დროსაა, ორი მოვლენა არა მარტო ლიდში, ერთ წინადადებაშიც რომ ერთიანება. ასეთი ფორმოებრივ-შინაარსობრივი ალიანსით მკითხველს საკითხთა ურთირთკავშირის ილუზია უჩნდება. პუბლიცისტურმა ლექსიკამ 2 და 3 ნაწილიან ლიდებს სიტყვათა ორიგინალური მარაგი შესთავაზა. სპეციფიკური სიტყვები, რომლებსაც იყენებენ რთული წინადადებების აგებისას, ერთი შეხედვით, კარგად აკავშირებს ორ, თუნდაც განსხვავებულ მოვლენას ერთმანეთთან. მაგრამ, შეუთავსებლობა ნაწილებს შორის დროებით ტექსტობრივ ბალანსში ჩნდება. ლიდში გაერთიანებულ ნაწილებს თუ ცალ-ცალკე სხვადასხვა მიმართულება აქვთ – მათი გადამკვეთი წერტილი შეიძლება ილუზიური აღმოჩნდეს. „მატყუარა სიტყვა“ ისრუტავს დროს, რომელიც ასე ძვირფასია ჟურნალისტისთვის და შეახსენებს, რომ ყოველ სიტყვას-ტექსტის შევსება-ფილტრაციის თავისი კანონები აქვს. თუ ორ მოვლენას საერთო აზრობრივ-ემოციური საფარველი არ უდევს, ამას ის სიტყვა გათქვამს, რომლითაც ფაქტები დავაკავშირეთ. ლიდში ამ სიტყვების პირობითი ჩასმით შეიძლება მოვლენათა რეალური საყრდენი გაუაფერმკრთალოთ.

რომელ სიტყვებთან უნდა ვიყოთ უფრო ფრთხილად?

ორნაწილიან ლიდებში ვხვდებით სიტყვებს „ამასოდამი“, „მაშინ, როცა“ („meanwhile“), რომლთა კონტრასტული გარდასახვა ტექსტში

შინაარსის, ობიექტური სინამდვილის უკუჩვენებას იწვევს.

გ. ჩენსლორი და ვ. მერსი საგანგებოდ საუბრობენ ე.წ. „მასობაში“ („meanwhile“) ლიდზე, რომელიც თავისი აგებულებით მ. შოსტაკის „summery lead“-ს ჰგავს.

აი, როგორი რაკურსით ახასიათებს მათ გ. ჩენსლორი:

„ეროვნულ-დემოკრატიულმა ყრილობამ 1968 წელს პრეზიდენტის პოსტზე კანდიდატად ჰუბერტ ჰ. ჰამფრი დაასახელა. სხდომათა დარბაზში უთანხმოებამ იჩინა თავი. ჩიკაგოს ცენტრში ამ დროს მშვიდობიან დემონსტრანტთა ჯგუფი პოლიციას შეეჯახა. ლიდის ასე მოიხატა: ჰუბერტ ჰ. ჰამფრიმ დემოკრატების საპრეზიდენტო არჩევნებში გაიმარჯვა მაშინ, როცა ჩიკაგოს ცენტრში, სხდომათა დარბაზიდან რამდენიმე მილის მოშორებით, გამოსვლები იყო“ [38, 24].

ფაქტების კავშირი ხელოვნურია; ლიდში პოლიტიკოსის კარიერასთან ირიბად დაკავშირებულია დემონსტრანტების აგრესია; ბუნებრივია, ამ ესკიზის სიუჟეტური განვითარება მასალაში გაყალბდება. სურათი უკვე იმითაცაა შთაბეჭდავი, რომ ის სცილდება ჟურნალისტის სურვილს ერთ ლიდში ორ მნიშვნელოვან ამბავზე მიგვანიშნოს, რომლებიც მართლაც ერთსა და იმავე დროსა და სივრცეში განვითარდა. საცდელ ლიდში დემონსტრანტების გამოსვლა კონკრეტულ პოლიტიკოსთან მიმართებით საპასუხო რეაქციითაა შენიღბული. ავტორს სურს ტენდენცია გაამჟღავნოს ორი მოვლენის ერთ ლიდში წარმოჩენით. ჩენსლორის კომენტარი ასეთია: „მართალია, ე.წ. „მაშინ, როცა“ ლიდი ბარაკის მომტანია და მისი გამოყენებით ბევრს შესძლებთ, მაგრამ მოგვიანებით უთუოდ ინანებთ. სჯობს ეს სიტყვა ლექსიკონში დარჩეს“ [38, 24-25].

და მაინც, როცა ჩიკაგოში ეს მოვლენები განვითარდა, სხვა ჟურნალისტებისთვისაც ორი მოვლენა ერთმა ლიდმა დაიტია. შემთხვევითობა, თუ...?

შემდგომში ასოშიებითი პრესის ვიცე-პრეზიდენტის ვოლტერ რ. მერსის ლიდი ასეთი იყო:

„ჰუბერტ ჰ. ჰამფრიმ, პოლიტიკური მზიარულების მოციქულის მსგავსად, დღეს დემოკრატების საპრეზიდენტო ნომინაციაზე შეიარაღებული მცველების ფონზე გაიმარჯვა“ [38, 25].

აქაც იგრძნობა ავტორის მეტნაკლებად ირონოული დამოკიდებულება არჩევნების შედეგისადმი. თავად ეს ლიდი-პასუხი ორნაწილიანია, კომბინირებული და იწყება საკუთარი სახელით.

თითქოს „მატყუარა სიტყვებზე“ დაყრდნობით უფრო მარტივია

ტენდენციის გამჟღავნება, თითქოს ჟურნალისტი „ორ ამბავს ერთად დაიჭერს“, მაგრამ განწყობის და ტენდენციის ჩვენებას ხელოვნურობა ფარავს. ავტორი არასწორად იწყებს პროცესის აღწერას და პირობით დროსა და სივრცეში განვითარებულ მოვლენებს ყოველგვარი მიზეზის გარეშე აკავშირებს. „მატყუარა სიტყვებით“ პუბლიცისტი ცდილობს შეინიღბოს, სინამდვილეში კი თავგზა ებნევა.

ნუ გაგიკვირდებათ და ხდება ისეც, რომ ამერიკული მკითხველი(შეიძლება, ზოგადად – აუდიტორიაც) ნაკლებად აცნობიერებს ტყუილს, რაც ჟურნალ-გაზეთებიდან მოდის. საზოგადოება „ყოვლისმცოდნე“ ჟურნალისტის სტატუსს შეეწვია და მაშინაც კი, როცა პიროვნება მასმედიას არ ენდობა, მაინც მას მიჰყვება. საზოგადოებრივი აზრის დამნების ხარჯზე მასმედია უფრო „თავისუფალი“(აქ უფრო ზუსტია ეთქვათ – თავ-აშვებული) ხდება. აი, რას წერს ცნობილი რუსი მკვლევარი ოლეგ პლატონოვი „რუსკი ვესტნიკ“-ის სპეციალურ გამოშვებაში: „არ არსებობს მეორე ისეთი საზოგადოება, როგორიც ამერიკულია, რომელიც ეგ ზომ არადამოუკიდებელი იქნებოდა თავისი თვალსაზრისის გამოხატვაში. ამერიკას კერპები მართავენ. სოციოლოგიურ გამოკვლევათა მონაცემებით, ამერიკელთა 80 პროცენტს არა აქვს საკუთარი აზრი. ისინი მხოლოდ იმეორებენ სხვათა შეხედულებებს, თვალსაზრისს, შექმნილს „კულისებს მიღმა“ [82, 24].

სწორედ ამ ტენდენციების კვალდაკვალ გვმართებს სიფრთხილე. მითუმეტეს, რომ ყოველივე ამას ემატება ჟურნალისტთა დასის მოძალბებული სურვილი, რაც შეიძლება სწრაფად, ოპერატიულად შეხვდნენ ე.წ. „შეუვალ ზღვარს“(deadline-ს)–მაშინაც, როცა ჯერ კიდევ კარგად არ არიან გათვითცნობიერებული მოვლენის არსში. ძიების მექანიზმი ინფორმირების გამოვრების პროცესმა შეცვალა. უზუსტობა ლიდშიც გაჩნდა. ეს იმიტომ, რომ ჟურნალისტის მაგივრად სხვებმა გადაწყვიტეს, რა არის მნიშვნელოვანი, პრიორიტეტული.

ინფორმაციის გადახალისების პროცესში კარგმა ჟურნალისტმა იცის, რა შეცვალოს და როგორ. ერთ-ერთი ხერხია აბზაცების სისტემური გააზრებით აკინძვა, ანუ იმთავითვე მონახაზის შექმნა სადაც: „ლიდი სტრუქტურულად ათანხმებს და აყალიბებს დაუწყობელი ინფორმაციის მასას. კარგი ჟურნალისტი კონპეტენტურია მაშინაც, როცა დინების წინააღმდეგ მიდის, „ბალტიმორ სანის“ მოწინავე სტატიების ავტორმა, ისტორიკოსმა ჟერალდ ჯონსონმა ერთხელ აღნიშნა: „ახალი ამბები არის ის, რაც გაზეთის კარგ თანამშრომელს იზიდავს“ [38, 28].

მასალის სტრუქტურულად გამართვა ჯერ კიდევ არ ნიშნავს იმას, რომ ინფორმირების მიმართულებაც სწორია. კარგი ჟურნალისტი უმცირესობაშია. მისი არჩევანი ზოგჯერ არ ემთხვევა რედაქციის პოლიტიკას. აშშ-ში არცთუ იშვიათად ობიექტურობას და მიუკერძოებლობას ცვლის რაღაც სხვა, რომელიც, უმრავლესობის აზრით, იმ დროისთვის, „ნაღდი ახალი ამბები“, სინამდვილეში კი ესაა თავს მოხვეული, ამასთან „ორიენტირებული“ ტყუილი. ასეთი ტყუილი ცალსახად არასდროს ჩნდება და, როგორც პრესის სისტემური ორგანიზმი, გარკვეული დროით სოციუმში შეღწევას ცდილობს. მაგალითი ვოლტერ მერსის დოსიიდან: „კაშინგტონ ბიუროში“ ახალი დაწყებული მქონდა ჰუმანობა. ღვესწარი ჯონ ფ. კენედის პრეს-კონფერენციას. ორი რამ მენიშნა: ეს მოხდა ზუსტად ჯონ გლენის პირველი საორბიტო ფრენის შემდეგ და კენედიმ თქვა, რომ გამაოგნებელი იყო გლენმა დედამიწას რომ შემოუარა. ამასთან აღნიშნა, რომ სიამოვნებით მიიღებდა ნიკიტა ხრუშჩოვს ნიუ-იორკში გაერთიანებული ერების ასამბლეაზე [38, 29].

ჟურნალისტებმა პრიორიტეტულად სწორედ პირველი ამბავი ჩათვალეს, ვოლტერ მერსიმ დინების წინააღმდეგ მოსინჯა ძალები და დაწერა რეპლიკა სამიტზე, დანარჩენებმა გადაწყვიტეს „ახალი ამბების დინებას მოჰყოლოდნენ“, იმასვე ურჩევდნენ ვოლტერს. ვერსია, რომელიც მეორე დღეს დაიბეჭდა „ასოშიეტიდ პრესში“, „ტაიმსში“, „კაშინგტონ პოსტში“ და სხვაგან იყო ის, რომ კენედი მიესალმა ჯონ გლენს გმირობისთვის, ხრუშჩოვის მოპატიჟება სადღაც მიიმაღა.

ვ. მერსი მიზეზებს თავისებურად ხსნის (არადა, დაეჯერება პულიცერის პრემიის მფლობელს). მისი აზრით, იმ დღეებში სწორედ პირველი ამბის გარშემო ვითარდებოდა მოვლენები, იწერებოდა სცენარები, რედაქტორებისა და მკითხველისათვის იგი შედარებით კომფორტული და გარანტირებული მასალა იყო.

და მაინც, რა მოხდა მაშინ? მედიას არანაირად აწყობდა მეორე ინფორმაციისადმი საზოგადოების ინტერესის ზრდა. დღის მნიშვნელოვანი ახალი ამბების სასწორზე ლიდმა ხრუშჩოვზე დისბალანსი შეიტანა. ამიტომ, არჩევანი პრესისთვის ინსტინქტურიც კი აღმოჩნდა. რატომ დაუშვა კენედიმ შესაძლო კომბინაცია, რომელიც მომენტალურად უკუაღვო პრესამ? რამდენად ეფექტური იქნებოდა პუბლიცისტური საზომით ამ ორი ამბის შეთამაშება? ჩანდა თუ არა პრეზიდენტის განცხადებაში „ირონია“, რომელიც კოსმოსის შესწავლის საქმეში პირველობის პრეტენზიისკენ მიიმართება? რამდე-

ნად შეფარვითია მინიშნებები ან ირიბია ფორმულირებები? პრეზიდენტი კენედი აღნიშნავს, რომ პირველხარისხოვანი ისაა, რომ გლენმა დელამიწას შემოუარა, როგორც ჩანს, პრესისთვის მეორე ინფორმაცია უკვე ასედაც მეორეა. მასმედიამ არა მარტო დაიცვა თანამიმდევრობა, არამედ მეორე საერთოდ მიივიწყა. ფაქტია: კოსმოსში ამერიკელები მეორენი გაფრინდნენ. ამერიკელთა სადღესასწაულო შემართებას კი ამ დეტალის შეხსენება სულაც არ სჭირდება. კომფორტულია ინფორმაცია, რომ პირველმა სწორედ ამერიკელმა კოსმონავტმა შემოუარა დელამიწას. წამიერად პირველ საორბიტო ფრენასაც ყველა დაივიწყებს და უწყინარი ინფორმაცია ერის პატივმოყვარეობას კიდევ უფრო გაამძაფრებს. *ვ. მერსი აღნიშნავს: „ეს გარანტირებული ისტორია იყო, რომელსაც სპექტაკლი თავისი სცენარით უნდა წარმართა. მე კი დღემდე არ ვფიქრობ, რომ ახალი ამბავი სწორედ ეს იყო“ [38, 29].*

რა შეიძლება ითქვას კენედის მხრიდან ხრუშჩოვის მოპატივებაზე?

პირველი: მან დიპლომატიურად წარმოაჩინა საბჭოთა კავშირის თემა;

მეორე: მართალია, არ ახსენა პირველი წარმატებული საორბიტო ფრენა, მაგრამ ხრუშჩოვს მიანიშნა ამ მიმართებით შესაძლო თანამშრომლობის ინიციატივაზე;

მესამე: ამავე ტონალობაში ხრუშჩოვს აგრძნობინა, რომ ის ამჟამად უკვე მეორეხარისხოვანია;

მეოთხე: მეოთხე ხელისუფლებასაც შიფრირებული ინფორმაცია მიაწოდა და ინფორმირების საზღვრის დადგენა შესთავაზა.

მამინ — კომბინირებული ლიდი გაუთამაშებელი დარჩა. საზოგადოებამ ინფორმაცია თავისი ქვეყნის საზღვრებში განაზოგადა.

ფაქტია — ჟურნალისტი ამჟღავნებს ტენდენციას იმის და მიხედვით, თუ რომელ კონკურენტ-ფაქტს მიიჩნევს პრიორიტეტულად.

§5. ტენდენციის გამჟღავნების თავისებურებანი ლოდში

*„უმშენებრები და უღრმესი განცდა იდუმალების შერბნება.
იგი საფუძვლად უდევს რელიგიას და აგრეთვე აქვს უღრმესი
ტენდენციები როგორც ხელოვნებაში, ასევე მეცნიერებაში...“
ალბერტ აინშტაინი*

„პუბლიცისტიკა, რომელიც ჟურნალისტიკის ხერხემაღლს ქმნის, წარმოუდგენელია ტენდენციის გარეშე“, „პუბლიცისტიკა მრავალი ჟანრის მომცველია. ტენდენციის განფენაც თითოეულ მათგანში სპეციფიკურია“, „პუბლიცისტიკის ტენდენცია, უპირველეს ყოვლისა, თემის განსაზღვრაში, ფაქტთა შერჩევაში და ობიექტის გამოყოფაში მჟღავნდება“ [11,177-178] – ასეთია პროფ. ნოდარ ტაბიძის ფორმულირებათა რამდენიმე ამონაკრები.

სწორედ აქედან გამომდინარე, პუბლიცისტი მასალის დასაწყისშიც ამჟღავნებს ტენდენციას – პრიორიტეტული ინფორმაციის არჩევით, იდეოლოგიური ჩანაფიქრით და მასალაში განფენისას ამა თუ იმ იდეის აქტენტირებით.

ავტორმა ტენდენცია შეიძლება ტექსტის ნებისმიერ ნაწილში გაამჟღავნოს და ამისთვის გამოიყენოს სხვადასხვა პუბლიცისტური ხერხი. პუბლიცისტური ნაწარმოების ავეგმარების ერთ-ერთი უპირველესი საზომი ტენდენციის გამჟღავნების მექანიზმშია. მკითხველი ამჩნევს ინფორმაციის იდუმალ საფარს. *ერნესტ ჰემინგუეის* ეს სიტყვები კი პუბლიცისტურ ნაწარმოებზეც ვრცელდება: „*დაძვრწმუნეთ, მწერალს იმაზე გაცილებით მეტი აქვს ნათქვამი, ვიდრე პირველი წაკითხვით ამოიკითხავთ*“ [2,47].

როგორია ქართული მეცნიერული ხედვა ამ კუთხით? მკვლევართა ერთ ნაწილს ტექსტზე მუშაობისას მახვილი ტენდენციის გამჟღავნებაზე გადააქვს. გამოიკვეთება დასაწყისის ფაბულა და ინფორმირების თავისებურებანიც ავტორის ინდივიდუალურ სტილში ვლინდება. დიახ, მთავარი მწერლის არჩევანია და არა საყოველთაოდ მიჩნეული „პრიორიტეტული“ ინფორმაცია.

პროფ. ნოდარ ტაბიძე თავის ნაშრომებში არაერთგზის ამახვილებს ყურადღებას განწყობის როლზე, მის ფუნქციასა და გამომსახველობაზე პუბლიცისტურ ნაწარმოებში, რომლის ხარისხის მაჩვენებელს მწერლის ინდივიდუალური სტილი ააშკარავებს.

ერთსა და იმავე ფაქტს, მოვლენას მასმედიის სხვადასხვა საშუალებებიც ორიგინალურად უნდა წარმოსახავდნენ. მნიშვნელოვანია,

რას წერ და როგორ სთავაზობ მკითხველს. როგორ განწყობასაც გადმოსცემს ჟურნალისტი ლიდში, თითქოს ჯაჭვური რეაქციით, იმასვე ამჟღავნებს მასალის სხვა მონაკვეთებშიც. არჩევს რა დაწყების შესაძლო ვარიანტებს, ავტორი ეყრდნობა ინდივიდუალურ გამოცდილებას, უნარ-ჩვევებსა და დამოკიდებულებებს. ჩამოყალიბებული პროფესიული ჩვევების გარეშე ჟურნალისტს ზომბირების საფრთხეშია.

მანც, როგორ დაეიწყოთ პუბლიცისტური ტექსტის აკინძვა? თუ ამოსავალ წერტილად ტენდენციის გამჟღავნების აუცილებლობას ავირჩევთ, მაშინ ამის გათვალისწინებით დავწერთ ეპიგრაფსაც, პროლოგსაც, წინასიტყვაობასაც და სხვ.

დროთა განმავლობაში ლიდის ფუნქციებიც ტრანსფორმაციას განიცდის და რაც უფრო მეტად ხდება მისი ტექსტობრივ მთლიანობაში, კომპოზიციაში გააზრება-შერწყმა, მით უფრო კლებულობს მისი პირველადი ფუნქცია: კონკრეტული შეხედულებისა თუ იდეის განფენა. განსჯის საკითხიც სხვაგვარია: ლიდში შეიძლება ავტორისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია არ დაფიქსირდეს, ტენდენცია კი მანც გამჟღავნდეს.

თუ მასალა ფორმალურად იწყება ლიდით ან სხვა სახის შესავალით — ავტორი დასაწყისშივე ამჟღავნებს ტენდენციას. იგი საზღვრების გახსნის ორიგინალურ, ინდივიდუალურ სტილს მიმართავს. ის, თუ საიდან ან რომელი ეპიზოდთან დაიწყება თხრობა, ავტორზეა დამოკიდებული. ამგვარი პროლოგის ერთ-ერთი ფორმაა ლიდი, მაგრამ ნებისმიერ პუბლიცისტურ დასაწყისს ან პირველ 3-4 წინადადებასაც ლიდის ფუნქციას ვეღარ დავაკისრებთ.

ტენდენციის გამჟღავნების კრიტერიუმებს თუ დავეყრდნობით, ფორმულირება ასეთია: დასაწყისი გამოდგება, თუ ის განწყობისეულია. უემოციო დასაწყისს, როგორც წესი, უაზრო გაგრძელება ექნება. ავტორი გამოარჩევს რა ფაქტს, კომენტარს, დასკვნას, ვერსიას, კითხვას, ციტატას, თუნდაც სხვა შინაარსობრივ ელემენტს, უპირველეს ყოვლისა, პრობლემას იაზრებს.

ამერიკელები მასალის პირველ წინადადებას წამყვან, ლიდერ წინადადებას (lead sentence) უწოდებენ. აქედან გამომდინარე, ლიდს შესავალის ნაწილადაც მოიაზრებენ. არც ლიდსა და ლიდერ წინადადებას შორის შეიძლება ნებისმიერ შემთხვევაში ტოლობის ნიშნის დასმა. იგი მხოლოდ ლიდის დასაწყისია. თუმცა, ქართულ მასმედიაში ლიდის მოთხოვნებს ხშირად პასუხობს ლიდად მიცნეული აბზაცის I-II წინადადება, ანუ დასაწყისის ლიდერი წინადადებები.

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 ხერხის 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 ბეკმენის* გაფართოვებული ინფორმაციული შენიშვნა „*გვიან ღამით კალათბურთის თამაში ვოლნატ ჰაიში ბრუნდება*“ იწყება ლიდით, რომელიც იმეორებს სათაურის კონტურებს: „*ვოლნატი — გვიან ღამით კალათბურთის თამაში ზალზის მოთხოვნით ისევ ბრუნდება*“ [95, 5]. ამ შემთხვევაში ხაზგასმულია მხოლოდ მიზეზი შეტყობინებისა.

ქართულ მასმედიასიც 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 სამეფომ 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 უზღომძღვანელებს“;

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 ეროვნულ 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 შეუქდება. ოღონდ ახლა მე-13-ე გვერდის ნაცვლად პირველ გვერდზეა სათაურით „ნიდერლანდების საკონსულოს ქართველი კონსული ეყოლება“ და აი, ლიდიც: „მაისის პირველ დღეს ნიდერლანდების სამეფომ 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. წინააღმდეგობით, 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 შემთხვევაში 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 ლიდაა, ტენდენციის ჩვენება არა მარტო სიტყვის, ფრაზის, არამედ ინფორმირების კურსის გარდაცვლით იწყება. ჟანრებში ტენდენცია მჟღავნდება მასალის სწორ აგეგმარებაში:

„პუბლიცისტის ტენდენცია, უპირველეს ყოვლისა, თემის განსაზღვრაში, ფაქტის შერჩევაში და ობიექტის გამოყოფაში მჟღავნდება. ეს სხვადასხვა თანმიმდევრობითა და მეთოდით ხორციელდება, 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 ბარჯავს“, ასე იწყება: „თბილისის საკრებულოს არჩევნებში გამარჯვებულმა ლეიბორისტულმა (შრომის) პარტიამ არჩევნებზე მხოლოდ 15265 ლარი დაბარჯა“ [76]. ლიდაში ტენდენცია მჟღავნდება ციფრობრივი მონაცემის წინ

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

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

შეიძლება იმ პუბლიცისტურ ფორმებზე საუბარი, რომლებიც ლილში ტენდენციის გამჟღავნებით იწყება. აქ რამდენიმე ხერხია თვალშისაცემი, რომლებიც დასაწყისისთვისაა ადაპტირებული...

ამ მხრივ საინტერესოა წინასაარჩევნო ციებ-ცხელებისას დაწერილი ლილები. არჩევნების შედეგები იმ ფაქტობრივ მონაცემთა რიგს მიეკუთვნება, სადაც ტენდენციის გამოსახატავად ციფრის გასაგნება საუკეთესო საშუალებაა. აქ ხომ 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 თაობაზედ, 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 შედგეს აფიქსირებს („ახლად არჩეული პრეზიდენტი ბილ კლინტონის სახით“). III ნაწილი – უკვე პროგნოზს შეიცავს („თავად განსაზღვრავს – რამდენ ხანს უერთგულებს მას“). ავტორი ციფრის გასაგნებით უკვე არჩეულ პრეზიდენტს „სილას ულაწუნებს“, მას სიფხიზლისკენ მოუწოდებს. თითქოს უნებლიედ, ცალკეული ამომრჩევლის მანდატში ჟურნალისტი პრეზიდენტის ძალაუფლებასაც მოთავსებასაც ცდილობს. ლიბის პირველი ნაწილი პირობითი მიმართვაა კოლეგებისადმი, მის ფონზე იკვეთება ხელოვნურად შექმნილი აჟიოტაჟი, პოლიტოკოსის სახე...

ტენდენციის უკეთ გამოვლენებისთვის მასალის დასაწყისში დაუშვებელია ზედსართავი სახელების არამიზნობრივი ან სინონიმური გამოყენება-განვრცობა. ლიბში არ კონკრეტდება ის, რაც იმთავითვე ადვილად აღიქმება. თუ ლიბისთვის შერჩეულ ფრაზებში უკვე მუდგანდება ტენდენცია, მას ხელმეორედ ახსნა აღარ დასჭირდება. ზედსართავი სახელები ზოგჯერ „ხელოვნურ მაკიაჟს“ ქმნიან, რომელიც ნილაბს 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, ლიბზე მუშაობაც უფრო და უფრო „დრამატული“ ხდება. ჟურნალისტიც არა ერთი და ორი, არამედ მრავალი სინონიმის აბლაბუდის მსხვერპლია. ლიბში 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 მეცელეოს 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 ასოშიეთილდ პრესის თანამშრომლის დუგლას ბ. კორნელის ლიდი ასეთი იყო: „*რობერტ ფ. კენედი დაკრძალეს წყნარ გორაკზე, შაბათს, სავსე მთვარის გაურკვეველი შუქის და წამებული 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 უზუსტესაა 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 ეხედავთ, ავტორი „*მშვიდისა*“ და „*ბობოქარის*“ შეპირისპირებით ამჟღავნებს ტენდენციას. მასალა გრძელდება პუბლიცისტური „*ხიდი*“, რომელიც ლიდს პუბლიცისტური ნაწარმოების ძირითად ნაწილთან აკავშირებს: „*როგორც ჩანს, მცხეთაში მდებარე რესტორნები ერთმანეთს ხმაურში ეჯიბრებიან და მიზანს ერთი მეორეზე უკეთესი ხმის გამამდიერებლებით აღწევენ*“ [90]. ხიდში გამოიკვეთება მასალის გაგრძელების სავარაუდო მომართულება,

ამასთან ლილი და ზიდი ერთ აბზაცშია 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 შეურაცხყოფაა და ამის მოთმენა არ შეიძლება“ [90]. მუქი შრიფტითაა გამოყოფილი სახელმწიფო მინისტრის მოსაზრებაც... სათაურში, ლილსა და მასალაში წარმოდგენილი შეპირისპირებით ავტორი ამჟღავნებს ტენდენციას და მკითხველს არჩევანს სთავაზობს.

ლილში ტენდენცია ზედსართავი სახელების შეპირისპირებითა და ეპიტეთ-განსაზღვრებებით მჟღავნდება. გაზეთში „24 საათი“ დაიბეჭდა თენგიზ გოგოტიშვილის რეპორტაჟი „ბესტ გეორჯ 2002“ – ნატო ბინძური ფეხებითა და სუფთა ხელებით“, რომელიც ლოგიკურად გრძელდება: „ამ დღეებში ნატო საქართველოში მართლაც ბინძურ კვალს ტოვებს. მათი „მატინეები“ მესამე დღეა, ზელენ ვაზიანის ტალახს, რომელსაც უამინდობის გამო, არა და არ ეღირსა გაშრობა“ [62]. ლილად მხოლოდ ეს პირველი ორი წინადადება გამოდგება, ამიტომ მუქი შრიფტით მხოლოდ მათი გამოყოფა იქნებოდა ეფექტური. გაგრძელება კი ასევე ლოგიკურ თანადაქვემდებარებაში აგებს პუბლიცისტურ ხილს: „მესამე დღეა, დაიწყო „ქოროფორეითივ ბესტ გეორჯის“ ტაქტიკური წრთვების 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]. ხილში მეორდება ინფორმაცია, რომელიც ლილში დაფიქსირდა და ხდება ახალი დეტალების ხაზგასმა, ნაცნობი შტრიხების ინფორმაციულად გამდიდრება.

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

ყველაზე კრიტიკულ წერილშიც კი ლილში გამოტანილი ინფორმაცია მიუკერძოებელი, ობიექტური უნდა იყოს. ამასთან, ყველაზე ნეიტრალურ ლილშიც კი უნდა გამოვლენდეს ტენდენცია.

ეფექტურია ლილი, სადაც მოვლენის სახასიათო მომენტი

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

ამერიკული ლიდების მორფოლოგია ასეთია: ლიდები უმეტესად საკუთარი სახელით იწყება, გარემოება კი ბოლოშია. ქართულ ლიდებში 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.

ლილში ტენდენცია მჟღავნდება პირდაპირი ციტირებისას, რიგ შემთხვევებში კონტექსტის მინიშნებით.

გ. ჩენსლორი და ვ. მერსი ლიდში პერიფრაზირებას პირდაპირ ციტირებას ამჯობინებენ. წარმოდგენილი მაგალითი ამის თვალსაჩინოებაა.

როცა სახელმწიფო პოლიტიკის დიდი მანევრები 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 ჰამფშირის 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 ლიდებს მკვლევარები მიუბრუნდნენ. ბიბლიოგრაფიულმა და საარქივო მასალებმა ცხადჰყვეს, რომ ნიქსონს მსგავსი განცხადება არ გაუკეთებია. საკონკურსო ლიდი 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 ჯ. მერსიც აღიარებს, რომ ასევე ცხადად მოტყუვდა: „ამ ლიდს ფეხი 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].

ჯ. მერსიმ ვერ ამხილა ისინი, ვინც შესაძლოა კონკრეტული ჟურნალისტის ან ცალკეული ინფორმაციის შენიღბვის უკან იდგა. არადა, გასაკვირია, რამდენად მიზანმიმართული და გაბეჯულია 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 უძრავლესობა უპირატესობას სწორედ პირდაპირ ციტირებას ანიჭებს. ასეთი აგებულების ლიდს ვოლტერ მერსი „შეუვალ ლიდს“ (unassailable lead) უწოდებს.

ლიდში ციტირების გამოყენება განსაკუთრებით მომგებიანია ინტერვიუში. ბ. ბრეინფელდი, რ. ქროფი და ს. ბოისი გვიჩვენებენ დავიწყოთ ინტერვიუ საინტერესო და არსებითი ინფორმაციის შემცველი ციტატით „რა იყო პირველი აზრი, შთაბეჭდილება, რომელიც ინტერვიუს დასრულებისას გაგიჩნდათ? რამ შეგძრათ 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 თვითმართელობის არჩევნების შედეგ ყველაზე სიმპატიური ღონისძიება აღმათ ეს არის“, – აცხადებს გივი

წერეოელი თვითმართველობის დამოუკიდებელ ექსპერტთა ასოციაციის პრეზენტაციაზე"[59]. მასალა გრძელდება ხილით: „აჩალი არასამთავრობო ორგანიზაცია აშშ-ს საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს(USAID) და ურბანული ინსტიტუტებს მხარდაჭერით დაფუძნდა. 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 წლისთავეზე არა დაკარგულის დაბრუნებაზე, არამედ ახლის დაარგვის საშიშროებაზე ვსაუბრობთ"[66].

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 ახალი ამბები, რომლებიც ნაკლებად საინტერესოა, მაგრამ მათი გაშუქება მაინც სავალდებულოა. ასეთი მასალების პუბლიცისტური მონახაზი, როგორც წესი, თითქმის ერთნაირი და შაბლონურია. ე. მერსის 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.

შეინილდება 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

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

განწყობის შეცვლა იმ ერთ სიტყვასაც შეუძლია, უნებლიეთ რომ მოხდება ლიდში. დავესესხები ლიდს, რომელიც სწორედ ერთი ზედმეტი სიტყვის გამო გახმაურდა. კონკრეტულობის სურვილს ემსხვერპლა შინაარსი: „*დღეს იპოვეს უთავო მიშველი 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. „ტრიუმენის ეს მომენტი“ მან გარი ს. ტრიუმენთან 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 გამორჩევივითაც გამოხატავს. კაპიტელი კვლავაც ასეთია: „*პუბლიკის-*

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

თემატური გამორჩევი, ახალი ამბების კატეგორიაში სადღესასწაულო ამბებიც (holiday stories) დომინირებს. თურმე ამერიკელი ჟურნალისტებისთვის „შობის დღესასწაული წლიდან წლამდე არ იცვლება, მაგრამ მინც 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 მოსაზღვრობა ყოველთვის დამატულად ელოდება 22 თებერვალს. ამ დღეს დაიბადა აშშ-ს პირველი პრეზიდენტი. მთავრობამ ეს დღე ვაშინგტონის მოსაზღვრობისთვის სხვა დეტალის გამოც გახადა დასამახსოვრებელი. პირველი პრეზიდენტის დაბადების დღეს ვაშინგტონის მაღაზიებში 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 ბღინარეში მოისროლათ, შეეძლო უახლესი საბეჭდო მანქანის ყიდვა”[38,28].

ლილში 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.

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

და ბოლოს, „ტენდენცია პუბლიცისტური ნაწარმოების სიძლიერის განმსაზღვრელია. მისი განფენის ხარისხი დამოკიდებულია არა მხოლოდ ავტორის ჩანაფიქრზე, არამედ ობიექტის თავისებურებასა და ჟანრის სპეციფიკაზე... ცხადზე ცხადია, რომ ტექსტის სინტაქსურ-პრაგმატული მხარეები მჭიდროდ არიან ურთიერთზე გადაკეანბული და მიმართებათა ეს უფაქიზესი მექანიზმი არა მხოლოდ არწერა-დახასიათებას, არამედ ახსნასაც 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 ბილიყზე“ გასვლის შესაძლებლობას კი არაერთი სხვა მოსაზრებაც იძლევა...

წმ. ლიდის ფუნქციები

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 შევერჩიოთ.

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 ხორციელდება. ამ მექანიზმის მკვეთრად გაძლიერება ხშირად არაობიექტურობის, დეზინფორმაციის საშიშროებას ქმნის. ლიდიც ზოგჯერ აგიტაციის მსხვერპლი ხდება მხოლოდ იმის გამო, რომ ზედმეტ პრეტენზიას ავლენს „ინფორმირების სრულყოფილებასა და ერთადერთობაზე“.

✓ *ბ. მოსტაეის* აზრით, ლიდმა უნდა დაინტერესოს მკითხველი და ჩაითროს კითხვის პროცესში; გააშუქოს მთავარი თემა, რომელიც შეტყობინების ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტია; გამოკეთოს 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 ახერხებს, ვიდრე მკითხველი, რომლის აზრსაც ის გადმოსცემს. ჟურნალისტიც შეიძლება შეცდეს და არა მხოლოდ გამოწვევების შემთხვევებში. *ე.პ. პროხოროვი* აღნიშნავს: „ყოველ სოციალურ ჯგუფს აქვს გარკვეული მოთხოვნები, მდგომარეობა, ინტერესები და მიწრაფებანი; 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 ათვისა, ხშირ შემთხვევაში, დამახინჯა კიდევ ლიდის ფუნქცია და სოციალურ საკუთარი იდეების პროპაგანდისტისთვის გამოიყენა. არადა, თავისუფალი მასმედიის (უფრო სწორად ობიექტურის) 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 სიცხადე. 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.

„მეღია ცხოველია, რომელიც უნდა გამოკვებო ყოველ ღლე; თუ არა, ის შეჭამს იმას, რაც ენდომება“[52]. მასმედიის გამოკვებას კი უპირველესად კულტურის ტრადიცია სჭირდება, მისი მეშვეობით რაოდენობას თვისებათა ერთობლიობა ფილტრავს. ამაზე ღლეს ცოტა თუ ზრუნავს და მეღია 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-პროპაგანდისტვის.

იმას, თუ რას იტყვის ჟურნალისტი და პროპაგანდის როგორ კურსს განავითარებს, ხშირად აშშ-ს ცენტრალური სადაზვერვო სამსახური კარნახობს. ასე, გ. ტრევენტონი, რომელიც აშშ-ს სენატის სადაზვერვო კომიტეტში მუშაობდა, ამბობს, რომ ცენტრალური სადაზვერვო სამსახურში საიდუმლო ოპერაციების ნახევარი პროპაგანდისტვისაა 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 პოჩუკოვი მართებულად აღნიშნავს, რომ სწორედ ამგვარ საშუალებებში შეინიშნება დეზინფორმაციის დიდი წილი [29,105]. ლორდმა ბივერბრუკმა კი თავის დროზე აღნიშნა: „მე გამოვეცემ გაზეთს მხოლოდ და მხოლოდ პროპაგანდისტის 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 „ბევრდღივით ორგანოების კონცენტრაცია მიზანმიმართულად, სრულად და ეფექტურად ამარტივებს პირობებს ადამიანის გონების დამუშავებისთვის“ [19,84].

ამავე პრინციპით ჩნდება ჩამოყალიბებული სტერეოტიპები. ასე, ამერიკული მასმედიის სინამდვილეში ლიდის საზღვრები ხშირად 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 – სიბუღვილიის ფოსტაზე გასამარჯვებლად. არავინ ადანაშაულებს მთავრობას და მის მოქმედებას იმ ხალხზე

უფრო გაბეჯულად, რომლებიც ერთმანეთს მჭიდროდ შეეკრენ იქ მოსაზღვრად'[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 ტაქტოლოგია. 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 ე. მერსის დაკვირვებით, „პრეზიდენტის განცხადებას, როგორც წესი, მოიწონებენ მისივე პარტიის ლიდერები, ოპოზიციას კი მას გააკრიტიკებს. წლიდან წლამდე ასეთ ლიდებში მხოლოდ სახელები, პარტიები და დაპირისპირების სარჩული იცვლება. სტანდარტული ლიდის ჩარჩოებიც ასეთია: „დღეს პრეზიდენტ ქლინთონის 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 – ცინიკალი, თანაც ღირებული. როცა ამბის შესაძლო განვითარების გამოცნობა შეიძლება, – დავტოვოთ მხოლოდ ის, რაც საინტერესოა. ყველა პოლიტიკოსს მიაჩნია, რომ საინტერესო შეზღუდულება 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” გეთავაზობენ 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 ოფიციალებმა განაცხადეს, რომ ყველაფერმა საუკეთესოდ ჩაიარა. კარტერის პრეს-მდივანი ჯოდი პოულმა კი ბრიფინგი მეტისმეტად მოლუწული სახით ჩაატარა. ჯ. ჩენსლორის არქივიდან: „ამ ბრიფინგის შემდეგ სასტუმრო ოთახში პოულს შევხვდი. დავრწმუნდი, დარდს შეეჭამა. ლიდი სასწრაფოდ დაეწერე, შედეგებზე მუქ ფერებში ვისაუბრე. იქვე, თეთრი სახლის კორესპოდენტი ჯუდი ვუდრაფი მეგულებოდა, ლიდი სწორედ მას წაეკითხე. აი, რა მირჩია: „მე კარტერის ხალხს კარგად ვიცნობ. ჩენი „გაცურება“ უნდათ. არც ისე ცუდადაა ყველაფერი, როგორც თავად ხატავენ“. დავწერე, რომ პრეზიდენტის პარტიის წევრები უკიდურესად პესიმისტები ჩანდნენ ისრაელის მხარის ოპტიმისტებთან შედარებით.. დავამატე, რომ ნაადრევად იყო ისრაელში კარტერის მისიის მარცხით დასრულებაზე საუბარი. მეორე დღესვე, კარტერის კაბროში 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 გამჟღავნდა. ჟურნალისტს აშკარად გაუჭირდა ეთქვა, რომ აშშ-ს და ისრაელის მხარეები „ერთ სიმღერას ორ ხმაში 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

ფულბრაიტი სულაც არ არის ვიღაც მარიონეტი. საგულისხმოა, რომ მხოლოდ სენატორი ფულბრაიტი 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 შეხედეთ სადაა 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-იორკ ტაიმსს“, „ვაშინგტონ პოსტს“, „უოლ-სტრიტ ჯორნალს“ და სხვებს; მათვე ეკუთვნით ყველაზე მნიშვნელოვანი ჟურნალები: „თაიმი“, „ნიუზუიკი“ და „იუნაიტედ სტიტს ენდ უორლდ რიპორტი“. კიდევ უფრო არსებითია ის, რომ ებრაელები მთლიანად დომინირებენ ტელევიზიასა და რადიოში, ორ ყველაზე დიდ გაერთიანებაში: „თაიშუორნერში“ 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 ხდება. ანიტა მენინგის სტატია „გლოდეთ ბაქტერიოლოგიურ ტერორიზმს, ექსპერტები გაეაფრთხილებენ“ ასე იწყება: „ამერიკელებს საკმარისი მიზეზი აქვთ იმისთვის, რომ გაფრთხილდნენ, 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, ბრუსელა 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 სტენარით და გრიმით. მათი განგაში გასაგებიცაა და გასათვალისწინებელიც. ჟურნალისტი, უპირველესად, პიროვნებაა, რომლის საქმიანობა ადამიანთა ყოფიერებას ირეკლავს. მთავარი ისაა, რას დაინახავს იგი. მაშინ, როცა ინფორმირებით აგრესია ითვლება, ჟურნალისტიც საზოგადოების ცოდვათა მონა, ქაშაღი

ხდება და არა მათი მამხილებელი. დღეს საზოგადოება მასმედიის „სარკეში“ იხედება, ოღონდ ეს ილიასეული სარკე არ გეგონოთ. ილიას სარკეში ზომ გრიმს შერვეული საზოგადოება თავისი რეალურ სახეს ხედავდა.

ჟურნალისტიკა ყოველდღიური ცხოვრების უჩვეულო შექცევას ეძებს და მათ ამოსატყვიფრად ახალ-ახალ პუბლიცისტურ ხერხებს მიმართავს. როგორც ჩანს, შემოქმედებით გადათამაშებებს ყველა ლიდით არ იწყებს. ინფორმირების პროცესში „სელა პირველი“ ექსპოზიციითაც იწყება...

§7. პუბლიცისტური ექსპოზიციის შესახებ

*„ახალი თეორია აკლენს ძველი თეორიის როგორც
ღირსებას, ისე შეზღუდულობასაც და საშუალებას
გვაძლევს ძველი გაგება შევადგინოთ
უფრო ღრმა თვალთახედვით“
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 ლიდი დაწყებაც არაა ერთადერთი.

დასაწყისის ტრანსფორმაციის კვლევა 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 პარამეტერს 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 მიანიშნებს 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

ველა თვისებასაც მხოლოდ ლიდს მიაწერენ. შედეგად ლიდს, რომელმაც პრიორიტეტული ინფორმაცია უნდა აირჩიოს *ჯ. ჩენსლორი* და *ე. შერსიკ* მთლიან მასალასთან მიმართებით, რიგ შემთხვევებში სხვა რაკურსით ხედავენ. თურმე(?) „ლიდი გამოარჩევს პუნქტებს, შესაძლოა რამდენიმეს, მასალა ამტკიცებს მათ“ [40,39], „ლიდი მასალას რუკით უზრუნველყოფს, მაგრამ გარანტია არ არსებობს, რომ პირდაპირი გზიდან არ გადაუხვევთ“ [40,39], „საგაზეთო მასალის პირველი აბზაცების თანმიმდევრობა ასე აივება: ისინი შეგვეცილად და შეტყველად ასახავენ იმ ელემენტებს, რომლებიც შემდგომ განვითარდება, დამუშავდება“ [40,39]. ამკარაა, რომ ფორმულირება ექსპოზიციას ეკუთვნის და არა ლიდს.

თუ ამერიკელები პუბლიცისტური ტექსტის დასაწყისად უმეტესად ლიდს 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 განვირცოს 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 ლიდზე დიდი იყოს და მაინც, სავარაუდოდ წარმოდგენილია ერთ აბზაცაში.

როგორც ცნობილია, მხატვრული ნაწარმოების ექსპოზიცია კვანძის გასკვნის შემდეგაც გეხვდება. ესაა ე.წ. დაყოფილი 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 საბაზის 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 ლეკდა ლისის ტბა.

სიცხით გათანგული სნეულივით უჭირდა სუნთქვა.

ფერსა და გარშემოწირულობას კარგავდა, უნალექობის გამო დღითი-დღე კლებულობდა, ლელსა და ლატაშში 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, ლილისგან 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 შეუძლებელია ადამიანს საკუთარ ჯანმრთელობაზე ესოდენ ძვირადღირებული ზრუნვა? ამ და სხვა საკითხებზე გვესაუბრება საქართველოს სოციალური დაზღვევის ერთიანი სახელმწიფო ფონდის გენერალური დირექტორის მოადგილე, ქალბატონი ნატა ყაზახიშვილი”[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 ინტერვიუირებულის წარდგინება.

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

ექსპოზიცია შეიძლება წარმოდგენილი იყოს კითხვითი ფორმით. ტიმ ლარიმერის სტატია „სტენარი უარეს შემთხვევაში“ ასე იწყება: „დღესათვის ნათელია, რომ იაპონიის პრობლემებს შეერთებული შტატების ეკონომიკაში პერსპექტივები უნანს. მაგრამ გასული კვირის ქაოსი იაპონიაში, რომ აღარაფერი ვთქვათ უკანასკნელ 10 წელზე მაღალია, 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 ღვას და გამოკვეთავს თავის წინასწარგანჭვრეტით გეგმებს გაეროს რეფორმასთან დაკავშირებით. მაგრამ, ყველაფერი მის გარშემო ცხადად ამტკიცებს, რომ ერთ შარიან სფეროშიც კი, როგორცაა სქესობრივი მიუკერძოებლობა, გაერო ვერ შეძლებს თავის თავის ვერანაირ რეფორმას“ [99, 3].

გაზეთ „24 საათში“ გამოქვეყნდა სტატია „უზილავი საბჭოური კოსმიური ზომადლი“, რომელიც იწყება ექსპოზიციით: „კოსმოსის ათვისების ისტორია რუსეთშიც და აშშ-შიც ყოველთვის დიდების შარავანდედით იყო მოსილი. ლევენდას კოსმოსის პირველგამკვლევთა 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 საზ-

ეები, რომლებიც ბავშვობიდანვე ცნობიერებაში იბეჭდებოდა და თაობიდან თაობას გადაეცემოდა. ბუნებრივია კოსმოსის ათვისება მართლაც 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 იწყვა და სასადილო მაგიდასთან მჯდომი რუსი სპექტაკლს 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 მთელი 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 ჰაბების მამ“ იწყება ექსპოზიციით: „ამჟამად ახელგდანიის ქუცაზე ოცამდე საზოგადოებრივი კვების დაწესებულებაა. ზოგი კარგად მუშაობს, ზოგო – არც ისე. პეროვსკაია (თბილისი, მოგეხსენებათ, ახალ სახელწოდებებს ძნელად გვუება) – ჰატარა, 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 მქალაქდება 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-დაერება“ [5,6]. ეს სენტენცია ნებისმიერი ჟანრის დასაწყისის სახეობათა საფუძველია.

თავი V. კონტექსტის ვარიაციები პუბლიცისტური ინფორმირებისას (ხიდი, 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 შეეუორჩევთ და სწორედ მასზე შევაჩერებთ თქვენს ყურადღებას.

„ზიდი“ (*мост, 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 განიხილავენ საკითხს, თუ როგორ გაეაგრძელოთ წერა ლიდის შემდეგ, მაგრამ მათი რეკომენდაციები ზოგადად ზოგადია. საჭიროა ამ მხრივ უფრო საფუძვლიანი კვლევა *ჯ. ჩენსლორის* და *კ. 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 „გასაღება“, 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 წინადადებაში წარმოდგენილი. პოტენციური *ზიდები* კი ტექსტში შესაძლოა ისევე მოიაზრებოდეს, როგორც პოტენციური ლიდები, ექსპოზიციები, სათაურებიც ილანდება-ხოლმე. და აქაც, პუბლიცისტური ნაწარმოების ხიდი უნდა განსხვავდებოდეს იმ „სავარაუდო ხიდებისგან“, ტექსტში

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

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

ხილი არ უნდა გაეაიგოვოთ ლოგიკური ოპერაციების სხვადასხვა სახეობთან მგალობა კონტექსტთან (ორი გამონათქვამის (შეხედულების) შეკავშირება სიტყვით „და“), დიზუნქციასთან (ორი გამონათქვამის (შეხედულების) 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 *ხილშიც* შეიძლება შეკავშირდეს: კონიუნქციის წევრები, დიზიუნქციის წევრები, აიგოს იმპლიკაცია ანუ პირობითი გამონათქვამი.

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

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

ხილის 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 უბრუნდებით (მკითხველს ვახსენებთ, რაზე იყო საუბარი წინა აბზაცში) და ამასთან, მივანიშნებთ ახალი ინფორმაციული ერთეულის მნიშვნელობაზე. ანუ, *ბიძის* 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. *ბიძეში* სავარაუდოდ ეს შეიძლება დაიწყოს პასუხის ან ვერსიის გავრცობით.

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

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

2. *ბიძეში* პარალელთა გადაკვეთის წერტილია დაფიქსირებული.

3. ყოველ ჟანრში *ბიძის* კონსტრუქციაც სხვადასხვაა. დოსიეში ხშირად გმირის ბიოგრაფიული დეტალებია ხაზგასმული, 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, *ბიძე* ერთმანეთს აკავშირებს სხვადასხვა დროსა და სივრცეში განფენილ ფაქტებს, განსხვავებულ აზრებსა და დეტალებს; ინტერვიუში მას შეიძლება კითხვის ფორმა ჰქონდეს. მაგალითად, როცა ჟურნალისტი ან ინტერვიუირებული დასაწყისში წამოჭრილ თემას უბრუნდება, აღრმავებს და სხვ.

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

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

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

ნებისმიერ ნაწილში *ხიდი* ყოველთვის გულისხმობს რამდენიმე ინფორმაციული ერთეულის ერთიანობას.

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

8. *ხიდი* შეიძლება გაჩნდეს ახალი ვერსია, რომლითაც იწყება საკითხის მრავალგზისი განხილვა.

9. *ხიდი* შეჯერებულია ორი სახის ინფორმაცია: ის, რაც მკითხველმა უკვე წაიკითხა და სიახლე, რომელიც მკითხველისთვის აღმოჩენაა, პუბლიცისტისთვის კი ტენდენციის გამოხატვის თავისებური მანერა. *ხიდი* შეორდება ინფორმაცია, რომელიც ლიდი დაფიქსირდა და ხდება ახალი დეტალების ხაზგასმა, ნაცნობი შტრიხების ინფორმაციულად გამდიდრება.

10. დაუშვებელია *ხიდის* გადატვირთვა ფაქტობრივი მონაცემებით.

11. *ხიდი* მნიშვნელოვანია ციფრის გასაგნება.

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

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

14. *ხიდი* გეხვდება 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 განიცილის დაცემას“. იგი იწყება ლიდი-პასუხით: „ახალი მედიის წინსვლის შეფერხებამ სიზარული 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 ხატით ეს უბნები, თორემ დაინგრევა და თქვენს სურათებზე დარჩება მოსაგონრად“, — ასე მოძღვრავდა, ხშირად, ელენე ახელედინი თავის მოწაფეებს [78,5]. ხიდში კი კონტექსტი ასე იტვიფრება: „სამწუხაროდ, აკი მართლდება კიდევ ღიდი მხატვრის „წინასწარმეტყველება“—განადგურების პირას მყოფი მრავალი სახლი ითხოვს შევლას ჩვენს ქალაქში“ [78,5]. როგორც ვხედავთ, ავტორმა ხიდში კონტექსტის საშუალებით ღიდი სტატიის მთავარ პრობლემას დაუკავშირა. თავად დასაწყისი, ჟანრის ასახვის საგანზე, კონკრეტულ პრობლემაზე მოუთითებს. კონტექსტის აკორდი მჟორდება 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 ლამის 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 ღიდად ღიდაა. 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 ლამის 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 სახლზე საუბარს(ისევე, როგორც სხვა მრავალ ძეგლზე) ზღაპრით არ დავიწყებთ: „იყო და არა იყო რა“ [79, 4].

გაზეთ „ქართულ უნივერსიტეტში“ დაიბეჭდა ინტერვიუ გურამ დოჩანაშვილთან, რომლის სათაურის, ლილისა და ხიდის წყობა ავტორისთვის დამახასიათებელი სტილითაა ნაკარნახები და ერთ ინფორმაციულ ერთეულად აღიქმება. სათაურია „გურამ დოჩანაშვილი საკუთარ თავს „გადამწერს“, „გადამხატვას“ 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, ღიდი 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 ზილების 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,
მერამ არა მიწიერი, არამედ ზეციდან გარდამოსული
სულიერი მუსიკა! იგია ჩვენი ერისა და ქუეყნის გადარჩენი”.
უწმიდისისა 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 ლამაზ ფერთა პალიტრას დაუქვემდებაროს. ხშირად, პუბლი-
ცისტური *ფერთამეტყველება* 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*“ [23, 77], ჟურნალისტი შემოქმედია, რომელიც ასახავს
იმას, რაც არ მეორდება—ყოველდღე.

პუბლიცისტურ ტექსტში ეფექტურია გადათამაშება, პარალელთა
გადაკეთის ადგილის დაფიქსირება. ჟურნალისტი მთელ მასალაში
ამჟღავნებს ტენდენციას. ეს პირველივე წინადადებაში ჩანს, რადგან:
„*ყოველი სიტყვა და ყოველი ფაქტი არჩევანია. ინფორმაცია, რომელ-
იც არ გარდაისახა ლიდად შეიძლება ეკუთვნოდეს მეორე, მესამე ან
მეათე აბზაცს...ყოველი წინადადებისთვის საბაბი, მიზეზი უნდა არსე-
ბობდეს. თუ მიზეზი არ არის, სჯობს მასალა მის გარეშე დაწეროთ.
გადაწყვიტეთ, რა მოათავსოთ მასალაში, საით წაზვიდეთ 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 აბზაცები ერთმანეთს, მითუმეტეს, როცა მასალის მოცულობა თემატური დამუშავების სივრცეზე ნაკლებია? საჭიროა პუბლიცისტური ხერხების ამოქმედება, რომ ფაქტების ფერადობის გრადაციამ პუბლიცისტური ოსტატობით, ჰარმონიულობის ეფექტი შექმნას.

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

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

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 სიტყვაა და 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 ბელოდიურ სვლას, რომელიც ასრულებს მუსიკალურ ავეგმარებას).

მეშვეობით ახალი ტონალობის განმტკიცებას[24,349]. ამ ტერმინს ტელე-რადიო კომუნიკაციების სფეროშიც ეხვდებით, ოღონდ აქ ფიზიკის კანონებთან უფრო გვაქვს საქმე, ვიდრე პუბლიცისტიკისა. მოდულაციაა „მალალი 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 მომარჯვებული ყოველივე ეს ეფექტურია. თუ სწორად გააკეთებთ ამას, ეს შეაკავშირებს ამბავს. 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 წუელი.

მე მესმის თითქმის უპატრონოდ დარჩენილი ზვარ-ზოდაბუნების ამოხენება.

მე ვხედავ ნახტომისთვის გამზადებულ ჩრდილოეთის დათვს.
და ისიც ვიცი, რომ უზენაესი საბჭოს შენობაში სინათლე
ნაშუალამევსაც 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 კონტე-
ქსტურად იტვიფრება ლოგიკურ „კადენციაში“. მოდულაციის ეფექტი
იქმნება ყოველი სტროფის ნაცვალსახელით დაწყებით, რომელსაც
შემდგომ ენაცვლება „და“ კავშირი. რატომ მოხდა ამგვარი
ჩანაცვლება? ხომ შეიძლება ავტორს აქაც ეთქვა „მე ისიც ვიცი, რომ
უზენაესი საბჭოს შენობაში სინათლე ნაშუალამევსაც არ ქრება...“?
საქმე ისაა, რომ აგებულების პარამონიულობისთვის 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 სერი-
ულადაც. მაგალითად, ეს კითხვითი სიტყვებითაც მიიღწევა, კითხვის
დასმითაც და კითხვითი ნიშნის მონაცვლეობითაც. ჩვენს მიერ გან-
ხილულ 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 თითქმის ერთი საფეხურით
მაღლდება. ასეთ დროს, აუცილებელია ტექსტობრივი ინტონაციის
ბალანსირება. პუბლიცისტური მოდულაცია შედგა კითხვით, რომელ-
მაც აბზაცი დაასრულა „ერთი ტონით მაღლა“, ესაა: „მაგრამ ვინ
ითაყებს 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, ნაბღის ერთი გაშლა ხელს არ მოგვცემს“ [9,176] შემდეგ კი – „ბატონო ზვიად, ვაი რომ გალაკტიონმა მართლაც ვერ გადააბიჯა კაეკასიონის ქედს“ [9,176].

ღია წერილში უეცრად შემოიჭრება მოდულაციის ახალი ფორმა. ეს ერთსიტყვიანი წინადადებაა. ავტორი ადრესატის სავარაუდო პოზიციას გადაათამაშებს ერთი სიტყვით: „გეთანხმებით. ძალზე ძნელი საქმეა და ხანგძლივ ძლიოსხმევას მოითხოვს“ [9,176]. აქ რომ ავტორს ეს სიტყვა არ გამოეყენებინა, ანუ, მარტივად რომ ვთქვათ: ეს სიტყვა, რომ ტექსტიდან ამოვავლოთ, ეფექტი მინულდება. 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...“, „ვიცი“ [9,177] და სხვ. ღია წერილში სწორედ ამგვარი უშუალების ტონი ხმაურდება.

მოდულაციის კიდევ ერთი ფორმაა წინადადების დაწყება სიტყვით „მაგრამ“. აი ისიც: „მაგრამ ღიად პროდუქტული კალმოსნის შემოქმედება სრულად მაინც ვერ წარმოჩინდა, ბევრი ლექსი, პოემა, მოთხრობა, ლიტერატურული ესკიზი, თარგმანი თუ ჩანაწერი გამომზეურებას 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 რადია. ეს არის სიწმინდისა და

ქედუხრელობის იუბილე.

ეს არის საყვარელი საქმისა და მამულისთვის თვითშეწირვის იუბილე.

ეს არის სულიერი ამბლები და ზნეობრივი გაფაქზების 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 დაბუშაების 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 ხელოვნება 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, შელანძლული კედლები, ჩამტვრეული მინები...

ეზო? ნამდვილად აკლია მზრუნველი ხელი. თხმელების ტვერიდან ხშირად მოისმის ლოთების გინება და ჭაზე 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 ზომ გალაკტიონის ბავშვობა და სიყმაწვილე ფეთქებს...

აქ მე ვამჩნევ ბილიკებზე გალაკტიონის ნაფეხურებს.

აქ მე შესძის პოეტის დედის ძახილი – არ გამოცივდე, გატუნია!

აქ მე ვგრძნობ, როგორ შესცივინებს მეოსანი აყვავებულ ცაცხვის ხეს.

აქ წარმოსახვა იმის მოწმედ მხდის, 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 გადაგეარჩინოს.

ღიახ, გეისმობს შეღამების ჯარი"[10,181].

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

მოცემულ წერილში მოდულაციები მრავლადაა, ესენია:

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

„პოეზიამ უნდა გადაგეარჩინოს.

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 აკორდებადაა წარმოდგენილი.

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

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

„გალაკტიონის მხოლოდ ლექსის წერა ხელეწიფება – ასე ფიქრობდა და ფიქრობს ბევრი.

ნუთუ?

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

არადა...

გალაკტიონის ინტერესების სფერო გაცილებით ღიძია, ვიდრე ერთი შეხედვით ეჩვენება მკანს და მკანს. მისი ქმედების რადიუსი საკმაოდ გაშლილია.

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

აქ მოდულაციის ორი ფორმაა შევერებული.

ტონალობა პირველად მონაცვლეობს კითხვითი სიტყვით „ნუთუ?“, მეორედ – ერთსიტყვიანი წინადადებით „არადა“. მაგრამ მოდულაციის ეფექტი მართლ ამ სიტყვებს როდი უნდა დაეკისროთ.

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 ამალლებას იტევს პუბლიცისტურ ტონალობაში. ესაა: „არადა...“ აქაც ერთი საფეხურის ამალლებით უნდა შეხვედნოთ და აღვიქვათ მომდევნო წინადადება: გალაკტიონის ინტერესების სფერო გაცილებით ღიძია, 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 „ნოუ?“, „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 სირთულეს წარმოადგენს კარგი(ზუსტი და შეუმჩნეველი) გადასვლა ერთი თემადან მეორეზე. საუბრის თანაბარი ღინება, უწყვეტად, ჩაყარდნების გარეშე, დამოკიდებულია ჟურნალისტის უნარზე, მიაწოდოს მომზადებული კითხვა, როგორც იმპროვიზირებული, გაერთიანოს 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.)

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

თუ ჟურნალისტს ტექსტის ჰარმონიული აგებმარება ხელეწიფება, ინტერვიუში მოდულაცია მოულოდნელობის ეფექტითაც ისაზღვრება. გაზეთში „არგუმენტი ი ფაქტი“ გამოქვეყნდა ინტერვიუ-მონოლოგი „რა მოგვიტანა რეფორმამ?“, რომელიც ორი ნაწილისგან შედგება: დრამატურგიისა 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, ცხერის ფარა რომ ვიყავით და ჩვენს მაგივრად წყვეტდნენ საღ გამოვსულიყავით და საღ 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 აღარდებს“ [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 დოსიე)

მსოფლიო ჟურნალისტიკათმცოდნეობაში ბოლო ხანებში მომხდარი ცვლილებები მეტწილად განსაზღვრა შეერთებული შტატების მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების პოლიტიკამ. მეცნიერულ-ტექნიკური კატაკლიზმები ჯაჭვური რეაქციით შეეხო 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 პუბლიცისტიკის 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 შეეხოთ 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 გვაინტერესებს მეცნიერული თვალსაზრისით, ჟურნალისტური პოლიტიკის განჭვრეტითა და აზრთა გაცვლა-გამოცვლის კუთხით. ამისთვის აუცილებელია:

1. გავეცნოთ 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. გავეანალიზოთ მსოფლიო საინფორმაციო ქსელში ახალი მიდგომის ხერხები და მეთოდები;

5. მოვძებნოთ განვითარების თვითმყოფადი გზები.

ახალი 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 გარვეული 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 თვალით 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 პერიოდიც 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 ბიების 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 მოხაზავს გმირის პორტრეტის შტრიხებს, 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.

მეტე სიცხადისთვის, დავიწყეთ ეტიმოლოგიით. „profile“ ინგლისური სიტყვაა და ნიშნავს პროფილს, პროფილით გამოსახვას, მოხაზულობას [1,706], ესე იგი – მონახაზს. ჟურნალისტიკათმცოდნეობისთვის ასეთი განმარტება არაა ამომწურავი. თუ მის ლექსიკურ მნიშვნელობას ჩაუვლრმავდებით 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 ამბლუა, 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 არსებითაა გავარკვეით, 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 ზდება ხელშესახები. რა თქმა უნდა, პიროვნების ჩამოყალიბების მიზეზების ჩვენება, ადამიანის ხასიათის განზოგადება სხვა ჟანრშიც შეიძლება...

გამორიცხული არ არის დოსიეში მივაკლიოთ 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 ზდება განშტოება წარსულში, პერსპექტივა – მომავალში. აქ ჩნდებიან მონათესავე პერსონაჟები, რომლებიც გვახლოვებენ 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

თანაავტორმა — მარკ სინგერმა, რომელიც, აქ წარმოდგენილ სხვა ავტორთა მსგავსად, უილიამ ზინსერის ნასტუდენტარია, ასე განაგრძო ღოსიეს სათაური — „წერა ადამიანების შესახებ“ (თუმცა საბიებელში მან ისევ „profile“ ღატოვა). 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 ზდება, რაც ჩვეულ ცნობისმცყვარების საზღვრებს სცილდება და ცხოვრების შემეცნების, სიღრმისეული ასახვისა და კვლევის პერსპექტივაში ინაკეთება.

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

„ნიუ-იორკერში“ სამუშაოდ 1974 წელს მივედი. იქ ეუბლებოდნენ 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 დავუფულე, 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 ზდება იქ. თუ საუბრობ პიროვნებაზე, რაღაც კუთხით უნდა წარმოსახო პიროვნების პორტრეტი. როგორ გამოიყურება იგი? როგორია მისი ფიზიკური თვისებები, „ტიკები“? როგორ იცვამს? თუმცა, თქვენ ერთბაშად არ ჩაუვდებთ 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 გამაცენეს, რომლებზეც ვწერ. ვთხზავდი 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 დაჟინებული, დაუღალავი დაკვირვება-ძიების შემთხვევაში აღმოვაჩენთ. ჟურნალისტმა ზუსტად უნდა შეარჩიოს ის საინფორმაციო წყარო, რომელიც მიზნის მიღწევაში მიეხმარება. იგი ახდენს კონცენტრაციას, რომ პიროვნების განწყობას გამოეხმაუროს, ეხმარება გმირს, რომ შემდეგ თავად ისაუბროს ჩვენთვის საინტერესო თემაზე. ჩვენი აზრით, პრიორიტეტულია, რომ ჟურნალისტი 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 ხერხი, როცა გმირში გარდასახული ავტორი თავად გვთავაზობს საკუთარ ნაფიქრალს და ნაზრევს („და მან გაიფიქრა, რომ...“, „და მას მოეჩვენა, თითქოს...“))”[7,263-264], დოსიეში აშკარა 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 ამოიტივფროს ის ნიუანსები მისი ცხოვრებიდან, რაზეც თავად ნაკლებად საუბრობს. ანუ, შესაძლებელია, მისთვის ჩვევად ქცეული თვისების გამხელა და არაჩვეულებრივი საზომით წარმოდგენა. შესაბამისის ეთიკური ნორმების დაცვით, ჟურნალისტი აცნაურებს გმირს ყოველდღიურ ცხოვრებაში, მოსალოდნელი შედეგით:

გმირისადმი დამოკიდებულებისა და განწყობის დაფიქსირებით, რომ პუბლიცისტის დახმარებით, ობიექტური შეხედულება ჩამოეყალიბოთ.

ადამიანი და გარესამყარო ერთმანეთს ასაზრდოვებენ, ამიტომ წარმოდგენილია პიროვნების მიკროსამყარო სრულ იზოლაციაში მაკროსგან. ეს თემა დოსიესთვისაც ხელშესახებია. სინგერი საუბრობს ნიუ-იორკზე და მის კოლორიტებზე, ოკლაჰომასა 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 ახლო და შორი რაკურსებით. მაშინაც, როცა გმირის მოგონებები ქაოტურია, ემოციური ქვეტექსტი პარამონიულ 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, გამოძიებელი 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. ახლაზანს დაეამთავრე 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 გამყარება. თურმე, უბედური ბავშვობა ჰქონდა. როცა მისი ინტერვიუებმა მოვიწოდებ, ძალიან განაწყენდა, რადგან მის მყუდროებაში შევიჭერი, მე შეუპოვარი აღმოვჩნდი და ისიც თანდათან იძულებული გახდა დავეკავშირებინე ნაცნობებთან, რათა მათთვის შეკითხვები დამესვა. საბოლოოდ ავაგე მისი სამყაროს სტრუქტურა 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 მალავს, რომ „გმირებს” ნიღაბი 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 სითავზედეს და ინტერესს, რომელმაც პირველ რიგში აღვაგზნოთ და მოგხიბლათ. გარდაუვალი ისაა, ყოველ შემთხვევაში ჩემთვის, რომ გარკვეულ მომენტში თქვენ და თემა(სუბიექტი) ღლით ერთმანეთს. ჯერ სცენარის ნაწილი ხარო და ეს კარგია. შემდეგ, გსურთ იყოთ უზილავი, რადგან სწორედ აქ იკვეთება ნამდვილი დეტალები. თქვენსა და სუბიექტს შორის აღარაა ფორმალური დისტანცია. ფაქტობრივად, ხშირად ჩემს სუბიექტებს მათგანვე ვიცავდი, რადგან ისეთი მოურიდებლები ზდებოდნენ, რომ ააშკარავებდნენ თავის ცხოვრების ისეთ ეპიზოდებს, რომლებიც, ჩემის აზრით, სრულიად არ იყო აუცილებელი”[47,89].

დოსიე ისეთ პიროვნებაზე იწერება, რომელიც თავის ამპლუაში უჩვეულოა. თავდაპირველია ჟურნალისტის ინტერესი, მაგრამ არასაკმარისი. 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. ბრეიდელდი 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 მოზარული იქნება ისაუბროს საკუთარ თავზე, ამიტომაც მათი ინტერ-

„ვიწოდებ გასოცრად მარტივება“ [35,16]. მართლაც, ჟურნალისტს აქვს უპირატესობა – თავად აირჩიოს პერსონაჟი.

დოსიეზე მუშაობის ხანგძლივობას მეტწილად პერსონაჟი განსაზღვრავს. როდის მოვიპოვებთ მის ნდობას? როდის მოიხსნის ნილაბს? როდისაა ამის წარმოჩენა აუცილებელი და მომგებიანი პუბლიცისტურ ჟანრში? ავტორმა იცის, რომ მასალას სჭირდება იდეა, რომელიც უნდა ეკუთვნოდეს მთავარ გმირს. ქალაქზე 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 ღროზე ადრე ვათანხმებ ყოველივეს. თავად შეეწუხდები, თუ ვინმე მეტყვის: „მე მინდა თქვენი ინტერვიუება“, მე ვკითხავ: „რა დროში ჩავეტყვიო?“, ის მასსულობს: „რამდენიმე საათში“. ეს კი ჭიანჭურდება რამდენიმე თვე მე ყოფას წინასწარ ვუხმავ, რომ საჭირო გაკვივრებულდება“ [47,89].

ჟურნალისტი მოთამაშეა, მოწინააღმდეგე, ზოგჯერ მსაჯი ან მაყურებელი. და მაინც, სად ან რა სიძლიერით უნდა გამოჩნდეს ჟურნალისტის კრედიტო, 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 დოკუმენტზე მუშაობას ინფორმირების თავისებურებანი შემდეგნაირად წარმართავს:

„თბრობა კლდისა (იგულისხმება პირადი დაკვირვების-მე.) და ინტერვიუების თანამიმდევრულად იქმნება. ასე, ლოგიკურად გამოძეგლავნდება ის, რაც მსურს. აღმოვაჩინე, რომ თითოეულ მასალაში არის ქრონოლოგიური ზერზემალი. თქვენ უნდა მისდით თბრობას, რომელიც არ იწყება სუბიექტის ცხოვრების დასაბამიდან და არ მთავრდება ახლანდელით. სადღაც სწორზაზოვან 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, თბრობა ძალზედ ღარიბდება, მაგრამ სტრუქტურულად

ყოველთვის არსებობს ქრონოლოგიური ძაფი, რომელიც მასალას ლოგიკურად გამარაგებს... 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 შთაბეჭდავი. თუ პერსონაჟი ამ თემაზე ცოტას საუბრობს, მის მეგობრებს დავეკითხებით. ჟანრის ფარგალი ამის საშუალებას იძლევა.

დოსიეს ავტორი არაა არც კრიტიკოსი, არც მეხოტბე. 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: „ახლაზანს, „ნიუ-იორკერში“ დაიბეჭდა დოსიე კომპოზიტორზე. გამაღიზიანა, რომ მწერალს საკუთარი განცდები უფრო აინტერესებდა, ვიდრე კომპოზიტორის. ეს დასაშვებია, თუ კრიტიკოსი ხარო — თქვენი შეფასება ბევრის მთქმელია. თუ სამწერლო საქმიანობა რეპორტაჟული და თხრობითია, — თქვენი შეხედულებები 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 ზასიათზე, რომელთა დროსაც ავტორისეული პუბლიცისტური აზრია გამჟღავნებული. ამ ჟანრში ნაფიქრალი შერწყმულია თვალსაჩინოებასთან და მკითხველში აღძრავს საღაპარაო სავანზე რამდენიმე საკუთარ შეზღუდულებას. ნარკვევი თავისი წყობით, გამოსახვის 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 აღრესატი?

არცერთი საინტერესო ადამიანი ჰგავს მეორეს, ამოტომ მათთან მიდგომა განსხვავებულია, ფსიქოლოგიური მანვერებიც 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 გაატარე. ეს გრძელდებოდა კვირების მანძილზე, ყოველ დღე რამდენიმე საათით. მე მათთან ვჭამდი, ვსაუბრობდი. თითქმის ოჯახის წევრად მთვლიდნენ. 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. საკმაო დრო დამჭირდა იმისთვის, რომ შეღიარებინა „ეს ზალხი უბრალოდ ასე ცხოვრობს. მათ გვერდით, ნებისმიერი ამ წრეშია მთანთქმული. 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 გაუბეადვობის დაძლევა 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 მეტი თავალსაჩინოებისთვის.

დოსიეს დაწერის კუთხეს, ავტორის მიდგომას თვით პერსონაჟები განაპირობებენ. ნაწარმოები აიგება ხასიათის კვლევის კვალდაკვალ. თითოეული წინადადება გარკვეული განწყობის ნაწილია, მომდევნო 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 ესაუბრობთ, მაგრამ ვუსმენთ – ერთნაირად.

ერთხელ მოწოდებული ინფორმაცია შესაძლოა პერსონაჟმა აღარ გაიმეორის. მისი დაფიქსირებით გმირის ხასიათს ეუღრმავდებით. 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. ბრეი-დუდო, რ. ქროფი და ს. ბოისი 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 მხატვრული 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 დაგე-ბულ ხაფანგებს თავს დააღწევს და დოსიეს პერსონაჟსაც „მიაგნებს“. ამ შემთხვევაში გვევლინება ის გამომძიებლად, ადვოკატად, ადამიანის უფლებების დამცველად. შედეგი დამოკიდებულია ჟურნალისტის მის-წრაფებაზე – 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. ხშირად ჩემს ადრინდელ ნაწერებს ვუბრუნდები და ვკითხულობ, რათა,

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

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

როცა წერა დავიწყე, ვკითხულობდი სხვა მწერლებს – შესაძლოა ელვინ ტრილინს, ჯონ მაქჟის ან ე. ჯ. ლეიბლინგს – რომ მენახა, როგორ ამოხსნეს ამოცანები. ხშირად მივმართავდი მხატვრულ ლიტერატურას. აღმოვაჩინე, რომ თუ ვკითხულობ ფილიპ როზს, მე მესმის ავტორიტეტული ხმა ისე სუფთად, რომ მშველის. ეს არ ნიშნავს, რომ მე ვბაძე 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 მოვლენების 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 დოკუმენტალობას ამბაურებს 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 ინტერვიუირების „ფილტრაცია“, რადგან აქ შერჩეულ-ამოკრებულია ის კითხვები, რომლებიც პუბლიცისტურ აღმოჩენებადაა

მიჩნეული. და თუმცა, დოსიეს პირველი ნაწილი ინფორმაციულად უფრო დანაოჭებულია, ხასიათის 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, რადმენდაც ეს ყოველივე მთავარი პერსონაჟის საქმიანობას, კარიერის განვითარებას სდევდა ან სდევს კვალდაკვალ. პარალელები იმდენად სახასიათოდ შეირჩევა, რომ გამყოფი ხაზი გმირის ხასიათსა და შემოქმედებას შორის ხან ფერმერთაღდება, ხანაც გამსხვილებულია.

ჟურნალისტმა მერილინ ბერდიმ დოსიეს ასეთი სათაური შეურჩია: „სამეფო ბაღეტი 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—ბაღეტი; ემოციური მინიშნებით კი მოცეკვავე — „პანტერა“. ფოტო-ილუსტრაციაზე გმირის პროფილი ურთულესი ნახტომის შესრულებისას მშვიდი და განტვირთულია, ჩანს პროფესიონალი თავის ამპლუაში სწორედ ასეთია. ფოტომინაწერია: „დისციპლინა: ენერგიულად და მოხდენილად პაერში აფრენისას აკოსტა აჩვენებს, რომ ეს მარტივია“ [97,59]. მინაწერი კონტექსტური და სახასიათოა, რადგან თავად გმირი თავის საქმიანობაზე საუბრისას არაერთხელ ახსენებს სიტყვას — „დისციპლინა“. დოსიე იწყება ლიდიტ: „ის ღარიბი კუბელი იყო. მას მხოლოდ ფეხბურთის თამაში უნდოდა. არადა, ცხოვრებას სხვა გეგმები ჰქონდა კარლოს აკოსტას ფეხებისთვის“ [97,59].

ლიდში ბალერონის ამპლუის 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 ხიდი, 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-გახსენებაა. ესე კონტექსტის ძალა მატულობს. ზედაპირზე ამოტივტივდება სხვადასხვა ნიუანსები, მაგრამ გმირის თვისებების „მარგალიტებს“ ავტორი ტექსტის „ფსკერში“ მიმოაბნევს, ამიტომ მკითხველის მზერა სიღრმისეულია. პუბლიცისტური ხერხებით აკინძული ეს „მძივიც“ *დოსიეს* ერთგვარი სამკაულია. *დოსიეს* ინფორმაციული საბადო ახალი ამბებითაა გაუღენთილი, რაც მკითხველის ინტერესს ამძაფრებს. მთავარი კითხვა *დოსიეს* შექმნისას არის: ვინ *კინ* არის? ანუ, ამ შემთხვევაში: ვინ არის *კარლოს აკოსტა*? ამგვარი ჟურნალისტური ძიებისას შორიდან უხილავი ნაოჭიც ბევრისმთქმელია.

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

დოსიეში 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 *დოსიეზე* მუშაობას არაერთი ავტორი ინტერვიუსთან მიმართებით განიხილავს. მაგალითად, ჩვენს მიერ წარმოდგენილ მოსაზრებებს ბ. ბრეიდუდი, რ. ქროფი და ს. ბოისი განიხილავენ პარაგრაფში: „Interviews and profiles“ („ინტერვიუები და დოსიეები“)[35,16], ნ. მოიესი პარაგრაფს „Profile“ („დოსიე“) – „ინტერვიუირება“-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 ხვდები, როცა იწყება ზასიათის დეტალური აღწერის ან ანეკდოტების მეორედ მოსმენა. ზოგჯერ ვერიდები კონკრეტული პირის ინტერვიუებას, თუნდაც ვიცოდე, რომ საჭირო მასალას მომწოდის. ჯერ უნდა შევქმნა სახლის კონსტრუქცია და აღვმართო „მწვერვალი“ ქადაღზე, 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. გადმოზრუნებული 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. გადმოზრუნებული 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 სიტყვიანი 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 სახეობად აღიქმებოდეს, ან ცალკე ჟანრად დამკვიდრდეს. ეს ჟანრთა ტრანსფორმაციის კვლევის საგანია, რაც სამომავლო დაკვირვების საგნად გვესახება, ისევე, როგორც ამ ჟანრის ორიგინალურად განვითარება საქართველოში.

ჟურნალ „ომეგაში“ გვა პუჯიაშვილის ნაწარმოები „თიზა და დრო“ ქართული დოსიეს ერთგვარ სახეს წარმოადგენს. იგი ექსპოზიციისა, რამოდენიმე ნაწილისა და დაბოლოებისგან (კოდისგან) შედგება. ამათგან მეექვსე ნაწილი ინტერვიუ-დიალოგის სამოსელითაა 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 ხატწერის ნიმუშებით, ახლა, ამ წუთას მზის სხივი რომ ელაციცება...“

კერამიკოს ირინა ზარიძის სახელოსნოში ვარ.

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

ეს დაყოვნებული პუბლიცისტური ექსპოზიციაა, როცა ავტორი არ ჩქარობს, ამ შემთხვევაში, თავისი გმირის გამხელას. თუმცა დოსიეს ასახვის საგანი – გმირის ამბლუა დასაწყისში აუცილებლად მჟღავნდება.

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, მანმადე კი...

მანმადე – 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 მინიშნებს. ეს დოკუმენტი მოცულობით აღემატება ჟურნალ „თაიმში“ წარმოდგენილ მაგალითებს და ამასთან უხედაა 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 გაიხსნა: 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 ვისახავთ ამ და სხვა მსგავს საკითხებზე პასუხის გაცემას. ძიებაც კონკრეტული მეცნიერული დისციპლინის მოშველიებით გადავწყვიტეთ. კვლევისთვის სოციოლოგიურ გამოკითხვას ვირჩევთ.

დიახ, ვესწრაფვით ჟურნალისტიკაში მიზანმიმართული თუ შეფარვითი ტენდენციების გამოვლენას და მათდამი დამოკიდებულების გარკვევას. ჩვენი მიზანია ქართული 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 მქლავნდება პროფესიული ეთიკისადმი დამოკიდებულება, მოიაზრება რელიგიის ზეგავლენა და ადამიანური ფასეულობის დამკვიდრებისაკენ ლტოლვა.

ჟურნალისტიკის 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 იმჟოვს ფული (ჟურნალისტიკის შემთხვევაში—შემტყულებისდაგვარად ძვირად გაყიდოს პუბლიცისტური ინფორმაცია). ქართული მასმედიის ბიზნესიც აქეთ მიდის. ჩნდება კითხვა: რამდენი პროფესიონალი ჟურნალისტია დაინტერესებული ყოველდღიური საქმიანობით, გნებათ, ყიდვა-გაყიდვით, ინტერნეტში?.. დღესდღეისობით, პრესის არსებობას ხშირად რეკლამის შემოსავალი განსაზღვრავს. ასე, ჟურნალისტური ცხოვრების წესში შემოიჭრა რეკლამის ბიზნესიც: ხომ არ იყიდება ახალი ამბები სარეკლამო რგოლების, სივრცის სანაცვლოდ?...რამდენი პოტენციურად კორუმპირებული ჟურნალისტია ჩვენში ან რამდენია მუქარის „მსხვერპლი“? მსგავსი კითხვა ბევრია, იქნებ მეტისმეტადაც.

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 ვიცი(ა.ვ.), უარს ვამბობ
პასუხზე(უ.პ.). პირვალთ(პ.ვ.) – ჟურნალისტი გამოხატავს თავის
პოზიციას ნაკლებად ნაცნობ საკითხებზე (ხშირად პასუხსთა შკალა
ზუსტად აქ თვალისმომჭრელად იცვლება). ჩვენი დაკვირვებით,
მეორე(უ.პ.) ხშირად პროტესტის მიმანიშნებელი, ზოგჯერ კი არცთუ
საიმედო შენიღბვის საშუალებაა. დამატებით გრაფებში ჟურნალისტი
თავად ირჩევს პასუხის ფორმას, რომელსაც სიტყვიერად
აუთქმირებს(მაგალითად: რატომ გახლით ჟურნალისტი? რა ძეგანიათ
თქვენი, როგორც ჟურნალისტის, თავისუფლების ყველაზე დიდ
გამოვლინებად? დაასახელეთ საქართველოში გამოცემული 10 გაზეთი,
რომლებიც, თქვენი აზრით, საუკეთესოა; და სხვ.) აქაც იდენტური
პოზიციების ერთობლიობა გვანტიერებს. ალტერნატიულმა
პასუხებმა გამოავლინეს: ა) ჟურნალისტის ინფორმაციულ-შემეცნებითი
მზადყოფნა; ბ) წარმოდგენილი პასუხისადმი რესპოდენტის არამდგრა-
დი დამოკიდებულების კოეფიციენტი; გ) მისი განწყობის ხარისხი.

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 მასმედიის
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 გრადუსეცვლილია. პირობითად, გამოკითხვის ორ ფაზას
გამოყოფთ: 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 გამხელა; მეორეს მხრივ — ისინი, ვისთვისაც საკითხი ჯერჯერობით არაა „ხელშესახები“. იმ შემთხვევაში, როცა სტუდენტები თავიანთ პროფესიულ ჩვევებს ძალუმაღ 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 განხილვა, თუმცა ყოველი მათგანი იმდენად ინდივიდუალურია, რომ ძალუმაღ ამჟღავნებს ინდივიდთა პროფესიულ ჩვევებს. ეს განსაზღვრავს: შეპირისპირების აუცილებლობასაც და ინდივიდუალური გრაფების წარმოქმნას. ორივე შემთხვევაში, ჩვენ განვმარტავთ მოტივს და მივანიშნებთ იმ სავარაუდო პასუხებზე, 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 ტიპური ან ეს გამოკვლევა წამყვანი ქვეყნების ჟურნალისტიკის კვლევის ფონზე და მიმართებით? ამისთვის საფუძვლიანად გავეცანით აშშ-ის ინდიანას უნივერსიტეტის პროფესორების დევიდ ჯ. კივერის და ჯ. ქლეველენდ ვილჰელმის 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 ჯონსტონის და მისი კოლეგების გამოკვლევა(იგი ჩიკაგოში ილინოისის უნივერსიტეტის ბაზაზე ჩატარდა). მათ შეცვალეს წარმოდგენები ჟურნალისტიკაზე. მათი გამოძახილია კივერის და ვილჰელმის 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 *ვერერტ* *ო. ღენისი* 3 კუთხით ამახვილებს 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 *კინ* არის ჟურნალისტი და რა არის ჟურნალისტიკა. ამ სახელს მარტო მედიის ორგანიზაციების მომუშავენი იმსახურებენ თუ სამწერლო საქმიანობის უფრო ფართო სპექტრის წარმომადგენლები? ამ საკითხს მიეძღვნა ჰარვარდის კონფერენციაზე გამართული დებატები *ეი-ძი-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, LX]...

3. აღნიშნული შეხედულების არამიზნობრივად გამოყენებაზე მათ მიერ, ვისაც სურს ზეგავლენა მოახდინოს მედიაზე მისი მანიპულაციის მიზნით. მაგალითად, ფორბერის „მედიის სახელმძღვანელო“, რომელიც განკუთვნილია საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფორმებისა 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.

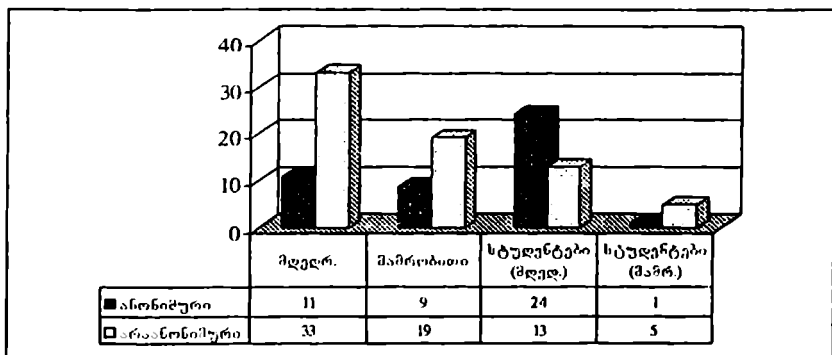
ამჯერად, თქვენს ყურადღებას შევაჩერებთ შემდეგ საკითხებზე: ჟურნალისტის საშუალო ასაკი და დასაქმების სფერო, მუშაობის სტაჟი და სამსახურის სტაბილურობის კოეფიციენტი, პროფესიული მიგრაცია და მისი სახეები, სხვადასხვა პროფესიული მიდრეკილება..

§1. ჟურნალისტთა საშუალო ასაკი და დასაქმება.

ცნება — ჟურნალისტი მარტო „გაზეთში დასაქმებული“ 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 აშკარა მიმართულება: ჟურნალისტი პარალელურად კონკრეტულ სპეციალობას ეუფლება, რომ გახდეს „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 სავნები ჟურნალისტიკის ხელობის დაუფლებისას. მოგეხსენებათ, რომ უცხოეთში ჟურნალისტიკის შემსწავლელი სპეციალობებია პრიორიტეტული და მხოლოდ ამის შემდეგ რომელიმე განხრით დაოსტატება. ჩვენთან თურმე, ხშირად, პირიქით ხდება: ეკონომისტი, ხელოვნებადმოცოდნე, იურისტი, ფილოლოგი თუ სხვა — ჟურნალისტიკის მოკლე კურსის გავლით საკუთარ თავს სასურველ სტატუსს თავადვე ანიჭებენ. ამ მხრივ, საინტერესოა, ჟურნალისტიკის სფეროში სწავლების მეთოდოლოგია, 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 გვანტერესებს ქალი-რესპოდენტების და მამაკაცი-რესპოდენტების რაოდენობა. ანონიმურობის გამოვლენისას ეს ძნელია. ამიტომ, ასეთი არჩევანისას რესპოდენტი კითხვარის ბოლოს მიუთითებს სქესს(აქ ალტერნატივა—უ.კ.პ. ნულის ტოლია). ჩვენს მიერ გამოკითხული 33 ქალი-რესპოდენტიდან 21-მა მოუთითა 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

ქურნალისტმა. (იხილეთ გრაფა №1).



როგორია ქალთა და მამაკაცთა დასაქმების კოეფიციენტი შეერთებულ შტატებში? აღნიშნულ გამოკვლევებზე დაყრდნობით თუ მამაკაც ქურნალისტთა რაოდენობა 1971 წელს იყო 79.7% [40, 197-198], 1992 წლისთვის იგი შემცირდა 66%-მდე [47, 8-10]. დასაქმების კრიტერიუმის გამოყოფის შემდეგ მოქმედი ქურნალისტების 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 ქურნალისტთა საშუალო ასაკი? გამოკითხულთა ყველაზე დიდი მარეწებელი (45%) დაახლოებით 20-დან 40 წ. მოდის. უფრო დეტალური განხილვისას დომინირებს 1968-1971 წელს დაბადებული ქურნალისტები, ანუ საშუალო ასაკია 31-34 წელი.

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

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

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

ანკეტები მასმედიის შემდეგ ორგანოებში ღარივდა:

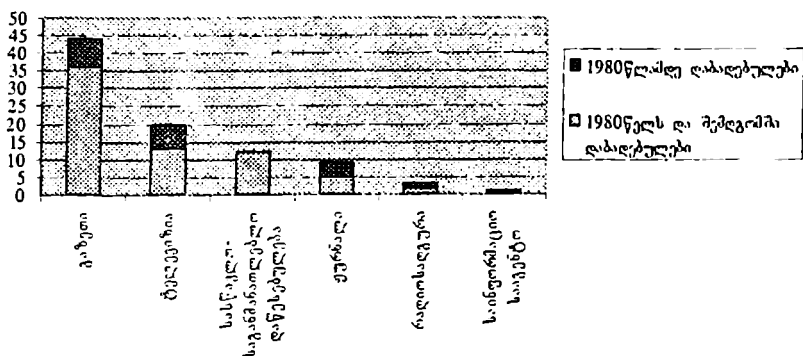
გაზეთებში: „საქართველოს რესპუბლიკა“, „თბილისი“, „დილის გაზეთი“, „დრონი“, „ახალი თაობა“, „ალია“, „ახალი ეპოქა“, „ქალთა გაზეთი“, რეგიონალური გაზეთი „ქუთაისი“. ჟურნალი „ომეგა“. ჟურნალი „პირველი“, საქტელერადიო კომიტეტი(I არხი), დამოუკიდებელი ტელეკომპანია „იბერია“, დამოუკიდებელი ტელეკომპანია „იმედი“, რეგიონალური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

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(ისინი 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 დაწესებულებაში – 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 ხანგრძლივობა, 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 კერ 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 უწყევს გარკვეულ პირებს თუ ორგანიზაციებს?“ ეს გაუმართლებლად მიაჩნია რესპოდენტთა 76%, ნაწილობრივ გაუმართლებლად 4%, გამართლებულად ან ნაწილობრივ გამართლებულად 8%, უ.კ. - 6%-მა.

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

გამოკითხულთა 40%-ს, 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 გახსნილ სფეროდ იქცა..

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

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 მოძალება, 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-freelaster-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% შემთხვევითობაში ხელავს 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 გამოხატვის საშუალება - 2%; ოჯახური ტრადიცია - 2%;

აღსანიშნავია, ზედნიშვნით ზუსტი პასუხები პროფესიული სტაჟის მატების პროპორციულია. ამერიკელი ჟურნალისტების 11%-ისთვის ზეგავლენის მოზღენის 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) მიხედვით, ესენია: ძალიან დიდი, საშუალო, სუსტი, არანაირი. გამოკითხულთა 51% თვლის, რომ უძრაობის პერიოდში მასმედის 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.ე.პ. ან

ა.ე. ჟურნალისტთა აზრით, მასმედიის ზეგავლენა წლებთან ერთად კლებულობს. შესაბამისად: ათი პროცენტით ნაკლები მიიჩნევენ, რომ პოსტ-საბჭოურ პერიოდში მედიის ზეგავლენა ისევე ძალიან დიდია, მხოლოდ 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 ზოგჯერ იმდენად ანკეპტაში 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 ანკეპტა, რომელთა პასუხები რიგ შეკითხვებზე ზოგჯერ აერთიანებდნენ უმრავლესობის აზრს, ზოგჯერ უმცირესობაში იყვნენ. მათგან უმეტესობა მედიის ორგანოს ხელმძღვანელია.... ამ ანკეპტებზე დაკვირვებით შეიძლება ჟურნალისტიკის პერსონიფიკირებულ თვისებებზე მსჯელობა. შეიძლება ითქვას, რომ მათი პიროვნული ფასეულობების პოლიტიკას სურს იმოქმედოს ათეულობით ჟურნალისტზე. მედიის ორგანოების შიდა სამზარეულოს კვლევაც საკმაოდ საინტერესო აღმოჩნდა. თვალშისაცემია ჟურნალისტიკის 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 გეიზიარებენ, ამიტომ ქართული მასმედიის დიაგნოზს, ანამნეზს თუ მეკურნალობის მეთოდს თავადვე ირჩევენ. პროფესიული ტრადიციებიც სწორედ ჟურნალისტთა ჩვევებში ილანდება. პანაცეაც ტრადიციულია: მანკიერებათა მხილება, ენის, მამულის, სარწმუნოების დაცვის პროფესიული ვალდებულება. ამ პრობლემატიკას დასავლეთის ქვეყნებშიც იკვლევენ, ოღონდ საკუთარ სოციალურ და ეროვნულ ჭრილში. უცხოელი კოლეგების მეთოდოლოგიური გამოცდილებისადმი ინტერესის მიზანი არაა ამა თუ იმ ქვეყნის ტიპური ჟურნალისტის კლონირება. პირიქით, კიდევ ერთხელ ჩაეუღრმავდეთ 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“ „მრეკლი“, 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 დავასახელეთ, ზოგიც მიმოვიხილეთ. მკითხველი შენიშნავდა მიმოხილვა-კვლევეთ სარჩულს. ეს სამომავლო ძიების საბაბადაც გვესახება. და თუ ამ გადმოსახედიდან ჟურნალისტიკა ცხოვრების სარკეა, ვფიქრობთ ახალ საუკუნეში კიდევ ერთხელ დავინახავთ და გავარკვევთ *ვინ კარო ჩვერ*.

ინფორმირება, როგორც მეტად რთული და კომპლექსური პროცესი, ფაქტთა მოძიების, დამუშავება-გადაცემის ხერხთა 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 ინტერვიუებზე. ინტერვიუება არა მარტო როგორც ინტერვიუ-ჟანრის აქსესუარი, არამედ როგორც სხვა ჟანრებისთვის ხელშესახები 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 ეხვდებათ, 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 ეხვდებათ დაწყებას ექსპოზიციით.

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

ქციას აძლიერებს. განხილული ქართული და უცხოური მაგალითების კვლადეალ გამოჩნდა პუბლიცისტური *ხედის* 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 სიახლეს წარმოადგენს;

ინფორმირების თავისებურებანი ჟანრთა სინთეზის კვლადაკვალ 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 განხილულია 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 სხე.

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 denotation 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. გეარჯალაძე თამარ და ისიდორე, „ინგლისურ-ქართული ლექსიკონი“, გამომცემლობა „საბჭოთა საქართველო“, თბილისი, 1975.
2. კუდავა ვამეხ, „ნობელის პრემიის ლაურეატები, აზრები“, გამომცემლობა „ოქროს კვეთა“ თბილისი, 1994.
3. ლომიძე მარინე, „არგუმენტაციის ხერხები 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 ზ 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. Лазуткина Г. В., Основы творческой деятельности журналиста, издательство „Аспект-Пресс“, издательство Московского Университета, Москва, 2000.
 23. Махарадзе Н., Факт. Энергетика комментариев, („ქურნალისტური ბეგბანი“, 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. Тртычный 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 Everett 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 Siciological 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”, LowrenceErlbaumassociates Publishers, Mahwah, New Jersey, USA, 1996.

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

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

54. ამონაშვილი მანანა, მოქცავშირის გენმდიენის 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, მზატვარი 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 დრო, „ომეგა” №9(35), გვ. 42-49.

62. გოგიტიშვილი თენგიზ, „ბესტ ეკორტ 2002” – ნატო ბინძური ფეხებითა 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 ზეობის დაკარგვას, „24 საათი“, 2002, №75, 16 აგვისტო, გვ. I.
67. თევზაძე ვერა, ერთდღიანი მშვიდობა დედამიწაზე, „24 საათი“, 2002, № 108, 18 სექტემბერი, გვ. A3.
68. კაპანაძე ვასო, ნიდერლანდების საკონსულოს ქართული კონსული გაუძღვება, „რეზონანსი“ 1998, №177, 3 მაისი, გვ. I.
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. I.
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 გვაშვითებს 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 კოსმოური ზომალდი, „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“, „გადამხატვას“ 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 კესტნიკ“,

- 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 გაეანძრევთ, „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, ვოი, ლილე დიდკოდორობავ, „24 საათი“, 2002, №107, 17 სექტემბერი, გვ. 1.
90. ფაჩუაშვილი ზაზა, შენტვის 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. ჯალაღიშვილი 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. Howthorne Peter, Prosperity Begins at Home, "Time", August 13, 2001, p. 25.
101. Larimer 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



გამომცემლობა „უნივერსალი“

მის.: ჭავჭავაძის გამზ. 1.

ტელ.: 29-09-60