

2020

# ბექდური მედია

გაზეთის წარმოშობა და ადგილი  
თანამედროვე მედიუმში

პირველი ლექცია

მანია ტორაძე

თსუ-ის ასოცირებულ პროფესორი



## გაზეთის წარმოშობა

გაზეთის წარმოშობა მჭიდროდაა დაკავშირებული მსოფლიო ცივილიზაციის, პირველ რიგში კი ევროპული ცივილიზაციის ისტორიასთან. მისი წარმოშობის ისტორია რამდენიმე ეტაპად შეიძლება დაიყოს. პირველი ეტაპი მისი დაარსებიდან თითქმის ჩვენს ერამდე გრძელდებოდა და მოიცავდა ინფორმაციის გადაცემის პირველ საშუალებებს, მეთოდებსა და სისტემებს.

გაზეთის დაარსებას საფუძველშივე ედო ინფორმაციის მიღების მოთხოვნილება, სიახლეების ცოდნის წყურვილი მიმდინარე მოვლენებზე გარკვეული მოსაზრებების გავრცელების აუცილებლობა. ინფორმირებულობა იყო საზოგადოების განვითარების და სახელმწიფოს წარმოშობის ერთ-ერთი სტიმულატორი.

სახელმწიფოს წარმოშობასთან ერთად, წარმოიშვა ინფორმაციის გადაცემის პირველი ფორმები. მმართველებს უკვე სჭირდებოდათ ბრძანებების წერილობითი ფორმით გადაცემა ხელქვეითებისთვის. თავიდან ეს ინფორმაცია ზეპირად გადაიცემოდა. მას ქალაქების ცენტრებსა და თავშეყრის ადგილებზე ახმოვანებდნენ მალემსრობლები, ელჩები, რიტორები... შემდგომ განკარგულებები და ბრძანებები წერილობითაც ფორმდებოდა და ასე გადაეცემოდა სათანადო მისამართზე...

წერილობითი ინფორმაციის გაჩენასთან ერთად დაიწყო ჩამოყალიბება აუდიტორიამ – ინფორმაციის მიმღებმა. ის ვითარდებოდა ორი მიმართულებით – პოლიტიკური ინფორმაციის მიმღები (ჩინოვნიკები, მოქალაქეები, ხელქვეითები) და ეკონომიკური სფეროს წარმომადგენლები (ვაჭრები, მეწარმეები), ვისაც აინტერესებდა სიახლეები ეკონომიკის და ვაჭრობის სფეროში.

გეოგრაფიული არეალის გაფართოების (ახალი კონტინენტების აღმოჩენის) შემდეგ გავრცელდა წარმოების სხვადასხვა საშუალება, გაჩნდა საერთაშორისო ბაზარი და მოთხოვნილება – მიეღოთ რეგულარული ინფორმაცია საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა ასპექტის შესახებ... დაახლოებით XIV საუკუნის დასაწყისში გაჩნდა გაზეთის წარმოებაზე საზოგადოების მოთხოვნა. ამის მიზეზი იყო ის, რომ გაიზარდა განათლების დონე. გაუნათლებელ ადამიანს შეეძლო ინფორმაციის მიღება მხოლოდ ზეპირი მეტყველების მეშვეობით. მას შემდეგ, რაც გაიზარდა უნივერსიტეტების რაოდენობა და დაარსდა არაერთი საგანმანათლებლო დაწესებულება,

ახალგაზრდებმა მიიღეს განათლება, რომელსაც შემდეგ დაბალ ფენებში ავრცელებდნენ. ამან გამოიწვია განათლებული აუდიტორიის გაჩენა და წერილობითი ინფორმაციის მიღების საჭიროება.

თავდაპირველად გაჩნდა პრობლემა – არ არსებობდა ისეთი ქალაქი, რომელზეც წერილობითი ინფორმაცია მოთავსდებოდა და შეინახებოდა. მართალია, ძველ ეგვიპტეში მონახეს საშუალება პაპირუსის გადამუშავებისა, მაგრამ მისი გადამრავლება შეუძლებელი იყო. წერილობითი ინფორმაციის მიწოდების პრეცედენტი არსებობდა ძველ რომშიც. მაგალითად, ჩვენს წელთაღრიცხვამდე I საუკუნეში მოქალაქეთათვის ქალაქის ცენტრში გამოდგამდნენ ხოლმე თაბაშირით დაფარულ დაფას, რომელზეც დატანილი იყო განცხადებები და დადგენილებები, რომლის ასლსაც პაპირუსებით უგაზვნიდნენ სენატორებს.

მას შემდეგ, რაც ქრისტიანული სარწმუნოება გავრცელდა, ეკლესია-მონასტრებმა დაიწყეს წიგნების წერა და გადაწერა, მაგრამ ეს ხდებოდა პერგამენტზე, დამუშავებულ ტყავზე, რაც ძალიან ძვირი იყო და ინფორმაციის გავრცელებისთვის არ გამოდგებოდა...

VII საუკუნეში ჩინეთში აღმოჩინეს ქალაქის დამუშავების ხერხი, რომელმაც ევროპამდე გვიან მიაღწია – მხოლოდ IX საუკუნეში იტალიაში და XIII საუკუნეში საფრანგეთში... ამის შემდეგ დაიწყო ქალაქის წარმოება, რომელზეც ბეჭდვა შესაძლებელი გახდა. პირველი უსათაურო ბიუტელენი, რომელიც ვენეციაში "გაცეტას" სახელით გამოდიოდა (აქედან წარმოდგა მისი სახელიც – გაზეთი), ქალაქი იწერებოდა და ხელნაწერი იყო, მაგრამ ინფორმაციის გავრცელების მიზნით ხელიდან ხელში გადადიოდა.

XV საუკუნეში ი. გუტენბერგმა შექმნა საბეჭდი დაზგა, მოძრავი ლიტერით. 1452 წელს მან დაბეჭდა 42-სტრიქონიანი ბიბლია, რომელიც მსოფლიოში პირველ ნაბეჭდ წიგნად მიიჩნევა. გუტენბერგის ერა თითქმის 5 ასწლეული გრძელდებოდა... მისი ნაბეჭდი "ინდუსტრიის" გამოგონებამ გზა გაუხსნა პროგრესს და ცოდნის გავრცელებას დროსა და სივრცეში. გაჩნდა გაზეთის წარმოების პირობები და მისი გავრცელების საშუალებები მას შემდეგ, რაც ფოსტის სამსახურები დაარსდა და ამოქმედდა...

XVII საუკუნიდან დაიწყო ნამდვილი გაზეთების ბეჭდვა. სპეციალისტები დღესაც დავობენ, სად დაიბეჭდა პირველი გაზეთი. ცნობილია, მხოლოდ ის, რომ 1605 წელს სტრასბურგში გამოვიდა ყოველკვირეული გამოცემა, 1610 წელს ბაზელში (შვეიცარია) – ყოველკვირეული "Ordinari

Nohenzeitung", 1622 წელს - ინგლისში ყოველკვირეული გაზეთი "Weekly News" 1631 წელს საფრანგეთში "La Gazette", ... ევროპის სხვადასხვა ქვეყანაში დაბეჭდილი გაზეთებისა და ჟურნალების შემდეგ, XVIII საუკუნეში, გაზეთები გაჩნდა რუსეთშიც, ხოლო საქართველოში პირველი გაზეთი გახლდათ 1819 წელს გამოცემული "ქართული გაზეთი".

1690 წელს ბოსტონში (აშშ) გამოვიდა "Publick Occurrences Both Foreign and Domestic" - ოთხგვერდიანი გაზეთის სულ ერთადერთი ნომერი, რომელიც მთავრობამ აკრძალა და რედაქტორი დააპატიმრა. 1721 წელს ისევ ბოსტონში გამოიცა კერძო გაზეთი "New England", რომელიც ითვლება საზოგადოების ინტერესების დამცველ პირველ გამოცემად.

კაპიტალიზმის გაძლიერების შემდეგ საგაზეთო წარმოება ბიზნესპროდუქტი გახდა. შეიქმნა ბეჭდური გამოცემების ბაზარი, რომელშიც ყველაზე დიდი ადგილი გაზეთს ეჭირა. გაჩნდნენ გაზეთის გამომცემლები და მისი გამსაღებლები, პროფესიონალი ჟურნალისტები, რომელებიც სპეციალდებოდნენ რედაქციებში. მათ სათანადო ანაზღაურებაც ჰქონდათ.

მკვლევრები მიიჩნევენ, რომ პირველი ჟურნალისტი, რომელიც საზოგადოების ინფორმირებით იყო დაკავებული და "ხელმწიფეთა რისხვას" უწოდებდნენ, იყო იტალიელი პიეტრო არენტო, მისი 3000-მდე წერილი 6 ტომშია გაერთიანებული. მათში სხარტი, სარკასტული მახვილსიტყვაობითაა მხილებული თანამდებობის პირები. ის დიდი პოპულარობით სარგებლობდა სწორედ ამ "შხამიანი" კალმის გამო და ერთნაირად აკრიტიკებდა როგორც საერო, ასევე სასულიერო პირებს.

XIX საუკუნის დასასრულსა და XX საუკუნის დასაწყისიდან იწყება პერიოდული გამოცემების ერა. ამ ეტაპისთვის დამახასიათებელია პრესის დიფერენციაცია - იდეოლოგიური, პოლიტიკური, სოციალური, ნაციონალური, პროფესიული და სხვა ნიშნებით...

დღეისათვის გაზეთთან ერთად, მასობრივი ინფორმაციის სხვა საშუალებები გაჩნდა: ტელევიზია, რადიო, საკაბელო საინფორმაციო საშუალებები, ინტერნეტმედია და სხვ.

### **გაზეთის ადგილი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა სისტემაში**

მასობრივი ინფორმაციის ყოველი ახალი საშუალების გაჩენის შემდგომ დგებოდა საკითხი ბეჭდური მედიის გარდაცვალების თაობაზე. გაზეთის მფლობელები და მწერალი ჟურნალისტები ყველა ეტაპზე თვითგადარჩენის რეჟიმში ახერხებდნენ ახალი ნიშის დაკავებას. მაგალითად, გასული საუკუნის 30-იან წლებში რადიოს წამყვანმა ლოუელ თომასმა პირველმა

დაიწყო რადიოთი გაზეთებში დაბეჭდილი ინფორმაციის კითხვა, რამაც საზოგადოების ოპერატიულად ინფორმირებულობის მასშტაბები გაზარდა. მის წინააღმდეგ მთელიბეჭდურიმედია აღსდგა და საავტორო უფლებების დარღვევისთვის ლოუელ თომასს სასამართლოში უჩივლეს. სასამართლომ გამოიტანა განაჩენი, რომ ამ უკანასკნელს არავითარი უფლება არ დაუღვევია. ამან ბეჭდური მედიის მესვეურნი იძულებული გახადა ეძებნათ ახალი გზა და მიაგნეს კიდევ: გამომსახველობის ვიზუალური ფორმები და ანალიზი – რადიოში მოსმენილი ახალი ამბების შემდეგ დაინტერესებულ მკითხველს შეეძლო ამბის ანალიზი უკვე გაზეთში წაეკითხა. ამ ფორმამ გაზეთებს მეტი მკითხველი გაუჩინა.

1929 წლიდან დაიწყო ტელევიზორის პირველი პრაქტიკული გამოყენება; 1936 – წელს აჩვენეს ბერლინის ოლიმპიური თამაშები; 1953 წელს გაიმართა პირველი ფერადი ტელევიზორით ჩვენება ამერიკაში; 1956 წლის 30 დეკემბერს ექსპლოატაციაში შევიდა თბილისის ტელეცენტრი და დაიწყო სატელევიზიო პროგრამების რეგულარული გადაცემები; ამ დროიდან უკვე ალაპარაკდნენ არა მხოლოდ გაზეთის, არამედ რადიოს ეპოქის გარდაცვალების თაობაზე, რადგან ტელევიზიამ ორივე მათგანისგან ისესხა გამომსახველობითი ხერხები, დაუმატა მას მისთვის დამახასიათებელი ხერხები და მიიღო იმ დროისთვის უნიკალური და ფანომენალური გამომსახველობა.

- ამ ბრძოლაში: პრესას დარჩა გრაფიკული ნიშნების სისტემა – დაბეჭდილი სიტყვა, უძრავი გამოსახულება (ნახატი, ფოტო) ;
- რადიოს – ბგერითი ხასიათის ვერბალური და მუსიკალური სისტემა: წარმოთქმული ან წაკითხული სიტყვა (აგრეთვე ხმაური);
- ხოლო ტელევიზიას – აუდიოვიზუალური სისტემა – გრაფიკული და ბგერითი ნიშნები, სინამდვილის იდენტური ხატნიშნებიც (ბეჭდვითი და ზეპირი სიტყვა, პლიუს უძრავი და მოძრავი გამოსახულებები).

მიუხედავად ტრადიციული მედიის თითქმის საუკუნოვანი ბატონობისა, ინტერნეტმედიის გაჩენამ დღეს სამივე მათგანის დღის წესრიგი შეცვალა და ახლა უკვე სამივეს ეპოქის დასრულებაზე ალაპარაკდნენ. გადავავლოთ თვალი, რა ხდება მსოფლიოში:

**ამერიკული გაზეთების კრიზისზე დიდი ხანია საუბრობენ,**

**ასევე დაიწყეს გაზეთების ტირაჟირების შემცირება ინგლისსა და საფრანგეთში.**

გასული პერიოდში გაზეთების აუდიტორია, 69% -მდე შემცირდა;

მკითხველთა შემცირება შეინიშნება ყველაზე მტკივნეულ – 35-49 ასაკობრივ ჯგუფში;

შეიმჩნევა ბეჭდური გამოცემების ციფრული ვერსიების მკითხველთა რიცხვის ოდნავ ზრდა (57% -დან 58%) მობილურის მოხმარების შედეგად;

აუდიტორიის ნახევარზე მეტმა (51%) გაზეთების ციფრული ვერსია წაიკითხა;

დაახლოებით 29%-მა წაიკითხა გაზეთების ორივე – ბეჭდური და ციფრული ვერსია /რიკ ედმონდსი /

### **რა იწვევს ბეჭდურ მედიისადმი ინტერესის კლებას?**

ზოგადად: ცხოვრების ტემპის აჩქარება;

მკითხველი აუდიტორიის კლება (არა მხოლოდ ბეჭდურ მედიისა);

კონკურენტი ტრადიციული მედიის მეტი ოპერატიულობა და ლაკონურობა;

გლობალური მსოფლიო ქსელის დამკვიდრება;

ინტერნეტმედიის განვითარება;

სოციალური მედიის განვითარება;

სარეკლამო ბაზრის დაყოფა და ტრადიციული მედიიდან ინტერნეტ და სოციალურ მედიაში გადანაცვლება;

ფინანსური ხარჯები, რომელიც ბეჭდური მედიის გამოშვებისა და გავრცელებისთვისაა საჭირო.

### **2007–08 წლის მსოფლიო ეკონომიკურ კრიზისის დროს გაზეთების გაყიდვების მაჩვენებელმა ამერიკაში 30 პროცენტით დაიკლო;**

- 2009 წელს კიდევ 8, 7 % – ით შემცირდა.
- 2010 წლის მარტიდან აპრილამდე კიდევ 5 %-ით იკლო გაზეთების გაყიდვამ.

- გაზეთის მკითხველთა რაოდენობა: დიდ ბრიტანეთში შემცირდა – 25 პროცენტით, საბრძნეთში – 20 პროცენტით, იტალიაში – 18 პროცენტით; კანადაში 17 %-ით (2017 წლის მონაცემებით)

**ესპანეთში:** მაგალითად, El País, რომელიც 2007 წელს 400,000 ეგზემპლარს ჰყიდდა, მიმდინარე წლის აპრილში 267 ათასს გადააჭარბა; რეკლამის შემოსავალი 60% -ით დაეცა, თუმცა კრიზისმა ჯერ კიდევ ვერ გაანადგურა; ამ მიზეზით აქ თანამშრომელთა რაოდენობა 160–დან 134–მდე შემცირდა.

**საფრანგეთში:** ფრანგული პრესის კრიზის გამო საფრანგეთის მთავრობამ 2014 წელს სუბსიდია გამოჰყო – 408 მილიონი ევრო საგადასახადო შეღავათებით; ამას ბიზნეს-ექსპერტების მხრიდან საკმაოდ უარყოფითი შეფასება მოჰყვა, რადგან "სახელმწიფო დახმარება უზრუნველყოფდა ყალბი უსაფრთხოების განცდას, რამაც ხელი შეუშალა პრესის რეფორმირებას".

საფრანგეთში ბეჭდური გაყიდვების შემცირებით, რეგიონალური პრესა ბევრად უფრო მდგრადი აღმოჩნდა; Télégramme de Bretan – მისი მკითხველია 900,000. მათგან 200 000 –ს ის ბეჭდური სახით აქვს გამოწერილი. მათი ერთგულება დაჯილდოვდა სააბონენტო სქემით, რომელიც მათივე ვებ-გვერდზე უფასო წვდომის საშუალებას აძლევთ.

**ბრიტანეთში** თითქმის 200–ით ნაკლები რეგიონალური და ადგილობრივი გაზეთებია, ვიდრე 2005 წელს;

სურათი მსგავსია აშშ-შიც – აქ აშკარა შემცირებაა ნიუსრუმში დასაქმებულებისაც. 1994 წლიდან თითქმის 60 მილიონამდე შემცირდა გაზეთების ცირკულაცია; აქ სარეკლამო შემოსავლები 2000 წლამდე 65 მილიარდ დოლარამდე დაეცა, 2016 წელს კი 19 მილიარდ დოლარამდე შემცირდა.

**კანადაში** 2010 წლიდან ბეჭდურ მედიაში მომუშავე ჟურნალისტთა 30–მა პროცენტმა დაკარგა სამსახური და სარეკლამო შემოსავლები 2.9 მილიარდიდან 1.75 მილიარდ დოლარამდე დაეცა.

**საქართველოში** IREX-ის მიერ ჩატარებული უახლესი კვლევის მიხედვით (MSI, 2016, გვ. 31), აქტიური მედიასაშუალებების რიცხვი შემდეგია:

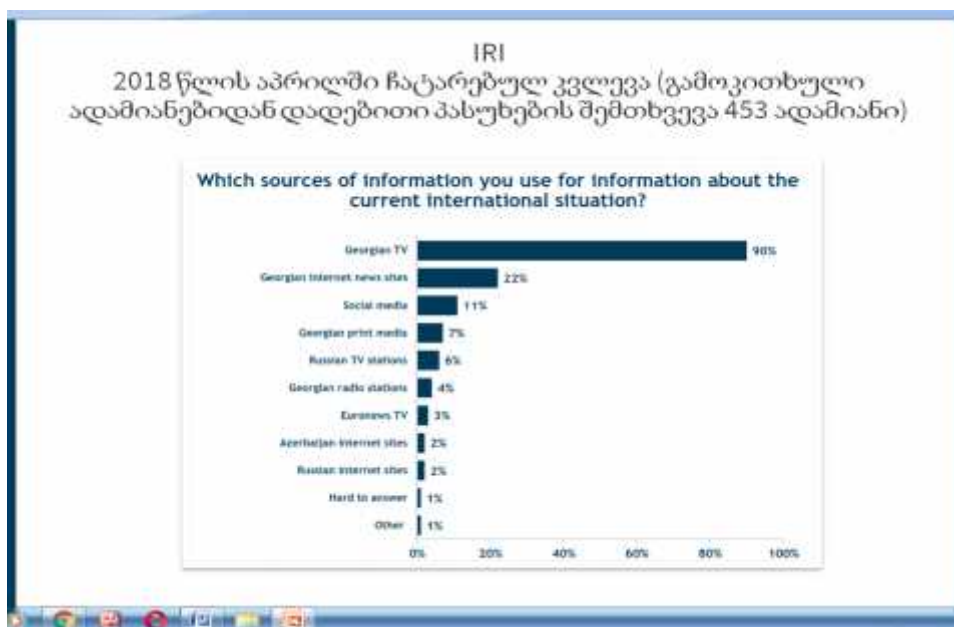
ბეჭდვითი: 313 გაზეთი;

ტელევიზია: 41 სატელიტური, 54 ციფრული მიწისზედა და 76 საკაბელო არხი;

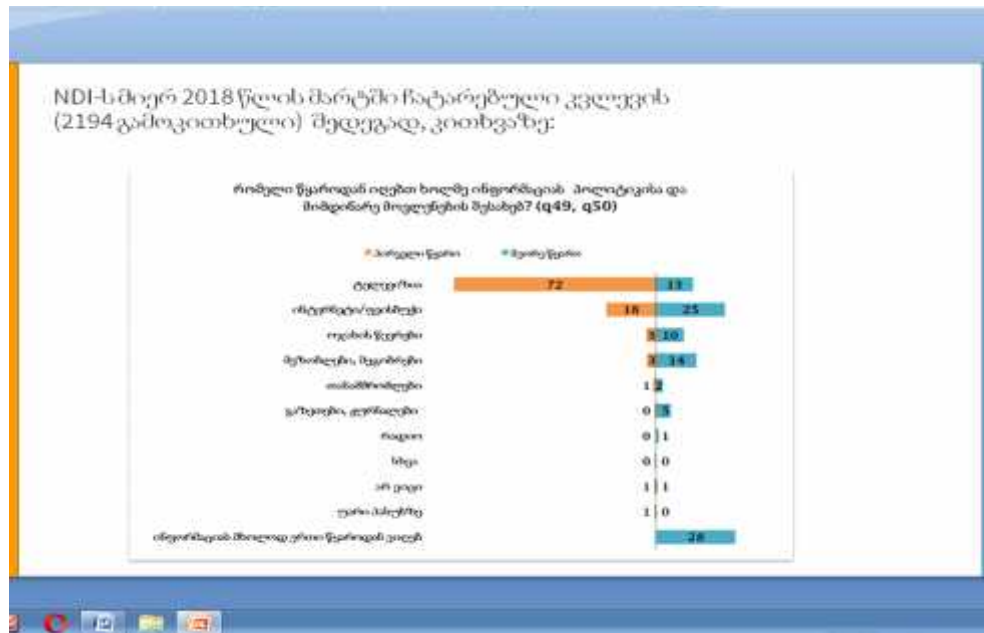
რადიოსადგურები: 76

ახალი ამბების სააგენტოები: 31

სხვადასხვა სოციოლოგიური და მარკეტოლოგიური კვლევები ცხადყოფს, რომ გაზეთსა და ჟურნალს ინფორმაციის ძირითად წყაროდ მოსახლეობის სულ უფრო მეტად მცირე ნაწილი იყენებს.







**და მაინც, რა პერსპექტივა აქვს ბეჭდურ მედიას, კონკრეტულად, გაზეთს, თანამედროვე მედიასამყაროში?**

უკანასკნელ ხანს შეინიშნება სპეციალიზებული ბეჭდური გამოცემების მოზღვაება. გამოდის როგორც საზოგადოებრივ-პოლიტიკური, ასევე სხვადასხვა სოციალური ჯგუფისა და ინსტიტუტისთვის განკუთვნილი გაზეთები. ამან განაპირობა საგაზეთო კონცეფციის ცვალებადობა. გაზეთმა მოიპოვა ახალი ადგილი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა შორის. ის წერს და ყურადღებას ამახვილებს იმაზე, რასაც მასობრივი ინფორმაციის სხვა საშუალებებში აუდიტორია ზერელედ ეცნობა.

ტელე და რადიო საინფორმაციო გამოშვებები ფოკუსირებულნი არიან ოპერატიულობაზე, ხოლო გაზეთებმა შეითავსეს ახალი ამბების კომენტარების და პირველადი ანალიზის ფუნქცია. იმ ინფორმაციებიდან, რომელსაც ტელევიზიები და რადიოსადგურები ოპერატიულად გადასცემენ, გაზეთი არჩევს მისი აუდიტორიისთვის საინტერესო ინფორმაციებს ანალიტიკური კომენტარების დართვით. გაზეთი, რაც უნდა მაღალ ტექნოლოგიებს იყენებდეს ბეჭდვასა და გავრცელებაში, ოპერატიულობით გაცილებით ჩამორჩება ელექტრონულ მედიას. ამიტომ მისთვის ანალიზი და კომენტარი მნიშვნელოვანია.

## ტრადიციულმედიაში, მათ შორის, გაზეთში, მეტია პროფესიონალები და ამიტომაც – სანდო ინფორმაცია

- ❑ ბეჭდურ მედიაში დასაქმებულია პროფესიონალი ჟურნალისტები, რომელთა მიერ მოპოვებული ინფორმაცია მეტად სანდოა, ვიდრე ონლაინმედიაში, სადაც ბოლო პერიოდში განსაკუთრებით მომრავლდა ე.წ. ფეიკნიუსები.
- ❑ ინტერნეტი – ესაა გაუკონტროლებელი სივრცე, სადაც მხოლოდ კვალიფიციური მკითხველი იკვლევს გზას და არავინ არაა დაზღვეული შეცდომაში შეყვანისგან, რაც მინიმუმამდეა დაყვანილი ტრადიციულ მედიაში

### ინტერნეტი – ფასიანი, ხელმისაწვდომობა სოფლებში – ნაკლები

ეს არის ჯერჯერობით სადავო საკითხი, მაგრამ ცოტა ხანში ისიც დარეგულირდება – ინტერნეტი და სოციალური ან ინტერნეტმედია ვეღარ იქნება უფასო, ისე, როგორც უკვე ტელევიზიების შემთხვევაშია

ამდენად, ადამიანთა ის ნაწილი, რომელიც მხოლოდ ინტერნეტზეა დამოკიდებული იძულებული გახდება თანხა გადაიხადოს ინფორმაციაში, რომელიც დღეს ექნება და ხვალ – აღარა; გაზეთი და ჟურნალი კი, დროის თვალსაზრისით, შეუზღუდავია.

ინფორმაციის მომხმარებელთა ასაკი ძირითადად 50–ს ზემოთაა, რაც იმაზეც მიანიშნებს, რომ ამ ასაკიდან კომპიუტერის ეკრანზე კითხვა არც ისე კომფორტულია.

დიდ როლს თამაშობს გაზეთის ნივთიერი ფორმა – ზოგიერთი ადამიანი ნივთიერ ფორმას ამჯობინებს კითხვისას ; გაზეთი მუდმივად თან სეიძლება იქონიო და მას არ სჭირდება დამატებითი საშუალებები (ელექტროენერგია, ინტერნეტი) გასაცნობად.

გაზეთი ქმნის ეპოქის არქივს, რაც კვლევისათვის ძალიან ხელსაყრელია.

გაზეთი თავისი დროის სარკეა. ის ინარჩუნებს იმ დროის მაჯისცემას, რომელშიც გამოდის... ამით ის განსხვავდება სხვა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებისგან – დღევანდელი გაზეთის ნახვა შესაძლებელია საუკუნის შემდეგაც... ის შეინახავს ამ ეპოქისთვის დამახასიათებელ მოვლენებს, ფაქტებს, პოლიტიკურ გამოსვლებს, მოძრაობას, განვითარების ტემპებს და ა.შ.

გაზეთი შეიძლება წაიკითხოთ მთლიანად, ან გაეცნო იმ ნაწილს, რომელიც თქვენთვის საინტერესოა, და ამისთვის არ არის საჭირო დროის ხარჯვა და ლოდინი... შესაძლებელია მისი წაკითხვის გადადება თქვენთვის მისაღებ დრომდე... გაზეთი მკითხველს არსად გაექცევა... ასეთი ფორმატი – ანუ ინფორმაციის სასურველ დროს მიღების კომფორტი ჯერ მედიის არცერთ სხვა საშუალებას არ აქვს. რა თქმა უნდა, შესაძლებელია შეინახო ფირი, სასურველი ინფორმაციით, მაგრამ მის სანახავად საჭიროა სათანადო ტექნიკა, ეკრანი და ელექტროენერგია... გაზეთის წასაკითხად კი დამატებითი ატრიბუტიკა (რადიო, ტელევიზორი ან კომპიუტერი) საჭირო არაა.

დღეისათვის მასობრივი ინფორმაციის ყველა საშუალება თავის ადგილს ინარჩუნებს. ისინი ერთობლივად ახდენენ გავლენას მასობრივი აუდიტორიის ჩამოყალიბებაზე. დღეს უკვე ფაქტია მულტიმედიური მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა ჩამოყალიბება, რომელიც აერთიანებს აქამდე არსებული მედიასაშუალებების ყველა ელემენტს – მათ შორის გაზეთისასაც.

#### **გაზეთის პერსპექტივა:**

ტრადიციულმა მედიის მიერ ჟურნალისტური პროდუქციის ხარისხის ზრდა (ნდობის ხარისხი განსაზღვრავს აუდიტორიის ზრდას);

ექსკლუზიური მასალების მოპოვება;

ანალიზის გაძლიერება;

მრავალფეროვანი, განსხვავებული მოსაზრებების თავმოყრა პუბლიკაციის მომზადებისას (ამ გზით ბეჭდურიმედია გახდება ტონის მიმცემი სხვა მედიასაშუალებებისა);

რეკლამის დამკვეთთა შესანარჩუნებლად ბრძოლა (ხელსაყრელი პირობების შეთავაზება მათთვის);

ახალ მედიასთან თანაარსებობა – საკუთარი ვებგვერდი (სადაც აუდიტორიასთან მეტი უკუკავშირი ექნება);

ერთი და იგივე მასალის ვიდეო და აუდიოპლატფორმებზე გადატანა; მულტიმედია ფორმატებზე მუშაობა;

რეგიონული პრესის განვითარება (რაც უფრო ახლოა გამომცემა, მით უფრო აქტიურად წერს კონკრეტული რეგიონის პრობლემატიკაზე);

სპეციალიზირებული (ნიშური) გამოცემების გაფართოება (ეს არის გადარჩენის ერთერთი გზა);

## დასკვნა

ახალ მედიასთან კონკურენციისას გარდაუვალია ტრადიციული მედიის ტირაჟის შემცირება და შედარებით სუსტი გამოცემების დახურვა, მაგრამ, ამავე დროს, სპეციალისტები თანხმდებიან, რომ არსებობს ბეჭდური მედიის (გაზეთები ჟურნალები) გადარჩენის პერპექტივა, რომელიც ახალ მედიასთან თანამშრომლობის გზაზე გადის. დღეს წარმოუდგენელია, ტრადიციულ მედიას არ ჰქონდეს საკუთარი ვებ-გვერდი, სადაც მკითხველს ნაბეჭდი პუბლიკაციების ელექტრონულ ვერსიებს წარუდგენს. ამ ტიპის პუბლიკაციები მეტად აძლევს მკითხველს უკუკავშირის საშუალებას (კომენტარები, დისკუსია სტატიის ქვემოთ). ეს არის უალტერნატივო გზა, რომლის გავლაც ტრადიციულ მედიას, მათ შორის, გაზეთსაც, უხდება. სხვადასხვა ტიპის მედიის თანაარსებობა დღევანდელია, რომელშიც ჯერ კიდევ არსებობს რესურსი, ყველა ტიპის მედიაგამოცემამ თავისი ადგილი იპოვოს.

## ჟურნალისტიკა – სიმართლე თუ ფაქტი

*რით განსხვავდება პასუხისმგებლობის მქონე ჟურნალისტიკა უპასუხისმგებლო ჟურნალისტიკისაგან*

- ფაქტების ჟურნალისტიკა და "სიმართლის" ჟურნალისტიკა;
- ფაქტები და კომენტარები... რომელი უფრო მთავარია
- ემოციები ახალი ამბების ჟურნალისტიკაში...

თავად ამ კითხვის დასმა სათაურში აბსურდულია, რადგანაც სიმართლე სიმართლე ფაქტებისგან შედგება, მაშასადამე მათი დაპირისპირებაც აბსურდულია. მაგრამ, მოდით განვიხილოთ მაგალითი.

წარმოვიდგინოთ, რომ რომელიმე არარსებულ სახელმწიფოში (ვთქვათ, აზიურ ქვეყანაში) ტარდება საპრეზიდენტო არჩევნები. მოქმედი პრეზიდენტი, რომელმაც გადაწყვიტა არჩეული

იქნეს შემდგომი ვადით, გაემგზავრა რომელიმე პროვინციულ ქალაქში ამომრჩეველთან შესახვედრად. შეხვედრა მიმდინარეობს ქალაქის ყველაზე დიდ დარბაზში. როგორც მსგავს შემთხვევებში ხდება, ამ შეხვედრის მონაწილეებს საგულდაგულოდ არჩევენ, რომ დარბაზში შეიკრიბოს მისი ყველაზე ერთგული მოქალაქეები. მაგრამ შეხვედრის დროს ხდება გაუთვალისწინებელი რამ: შეხვედრის ერთერთი მონაწილე ქალი, ამ ქალაქის მაცხოვრებელი, დგება და ადგილიდან ხმამაღლა მიმართავს პრეზიდენტს: 'სანამდე უნდა ატყუებდეთ მშვიდობიან მოქალაქეებს? როდემდე უნდა სვამდეთ ჩვენს სისხლს და კლავდეთ ადამიანებს? კმარა!' მათთვის, ვინც აზიური ქვეყნების სიტუაციას იცნობს, ეს დაუჯერებელი ამბავია. მოდით, განვიხილოთ, როგორ შეიძლება ეს ინფორმაცია დაიწეროს.

**I ვარიანტი:** *"ქალაქ X-ის ერთ-ერთმა მცხოვრებმა პრეზიდენტს მიმართა სიტყვებით: "სანამდე უნდა ატყუებდეთ მშვიდობიან მოქალაქეებს? როდემდე უნდა სვამდეთ ჩვენს სისხლს და კლავდეთ ადამიანებს? კმარა!" ეს მოხდა პრეზიდენტის ამომარჩევლებთან შეხვედრისას კულტურის სახლში, სადაც მოქალაქე ადგილიდან იძახდა ამ სიტყვებს".*

ეს იქნება ფაქტის უბრალო გადმოცემა.

**II ვარიანტი:** *"ყველაზე თამამი ქალები ჩვენს მხარეში ცხოვრობენ! შეიძლება თუ არა დავარქვათ გაუაზრებელი იმ ფაქტს, რომ მანამდე ყველასთვის უცნობმა ქალბატონმა შეძლო ეთქვა დიქტატორისთვის პირში სიტყვები: "სანამდე უნდა ატყუებდეთ მშვიდობიან მოქალაქეებს? როდემდე უნდა სვამდეთ ჩვენს სისხლს და კლავდეთ ადამიანებს? კმარა!"*

ასე შეიძლება დაწეროს ოპოზიციურად განწყობილმა გაზეთმა, თუკი ასეთი შეიძლება არსებობდეს ამ ქვეყანაში.

**III ვარიანტი:** *"უსიამოვნო ინციდენტით აღინიშნა მოსახლეობის შეხვედრა პრეზიდენტთან ქალაქ X-ში. თუმცა პროვოკატორმა ვერ შეძლო საქმიან და კონსტრუქციულ ვიტარებაში მიმდინარე შეხვედრის ჩაშლა. საზოგადოება გმობს ამ გამოხდომას, რომელსაც ადგილი ჰქონდა სწორე დიდ დროს, როცა ჩვენი ქვეყანა დემოკრატიულ წყობაზე გადასვლის მნიშვნელოვან პრობლემებს წყვეტს".*

ეს კი პრეზიდენტის მხარდამჭერი გაზეთის ინფორმაციაა, თუ ამ გაზეთმა საერთოდ გადაწყვიტა ამ ფაქტის შესახებ ინფორმაციის გავრცელება.

პრესაში სამივე აღნიშნული ვარიანტი შეიძლება შეგვხვდეს. რა თქმა უნდა, ფაქტის გადმოცემის სხვა ვარიანტებიც არსებობს, მაგრამ ჩვენი მიზნებისთვის ეს სამივე საკმარისია.

### **განვიხილოთ ისინი:**

პირველი ვარიანტი ფაქტის უბრალო კონსტატაციაა. მასში მოცემულია თვითონ ფაქტი, ავტორის კომენტარებისა და შეფასებების გარეშე.

მეორე და მესამე ვარიანტებს აერთიანებს ის, რომ გაზეთის კომენტარი (ან ავტორის მნიშვნა) უბრალოდ კი არ ახლავს ფაქტის აღწერას, არამედ ჩრდილავს მას, ანუ აქ კომენტარი უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე თავად ფაქტი. მესამე ვარიანტი იმის გაგების საშუალებასაც კი არ იძლევა, ზუსტად რა მოხდა ქალაქ X-ში. აქ ფაქტი და კომენტარი ისეა ერთმანეთში არეული, მათი გარჩევაც შეუძლებელია.

**ამდენად, შეიძლება შევაჯამოთ:** პირველი ვარიანტი დაწერილია ახალი ამბების ჟურნალისტიკის ტრადიციით, სადაც მთავარია ფაქტი და არა ავტორის კომენტარი; მეორე და მესამე კი ჟურნალისტური მოსაზრებებისა და კომენტარების ტრადიციით, სადაც კომენტარი უფრო მნიშვნელოვანად მიიჩნევა, ვიდრე ფაქტი და ზოგჯერ ეს უკანასკნელი უკანასკნელი საჭიროც არაა. ეს არის მაგალითი, როცა გაზეთი მკითხველს აჩვენებს, როგორ შეიძლება ფაქტის ინტერპრეტირება.

ეს თანამედროვე ჟურნალისტიკის ფუნდამენტური უთანხმოებაა. ამიტომ ამაზე აღარ გავჩერდებით. უბრალოდ, ცხადია, რომ პირველ ვარიანტში ავტორი ცდილობს გადმოგვცეს ფაქტი, მეორე და მესამე ვარიანტებში კი ავტორები ცდილობენ ფაქტის უკან არსებული სიმართლე (მათი გაგებით) დაანახონ მკითხველს, ანუ აღწერონ სიმართლე ფაქტის შესახებ და არა თავად ფაქტი.

გამოდის, რომ არსებობს განსხვავება ფაქტის წარმოდგენასა და სიმართლეს შორის? უდავოდ არის! უფრო მეტი სიცხადისთვის, ვნახოთ, რას წერს "სიმართლის ჟურნალისტიკის" შესახებ ცნობილი ჩეხი მწერალი მილან კუნდერა რომანში "უკვდავება":

*"საუბარია არა ღვთიურ სიმართლეზე, რისთვისაც კოცონზე დაწვეს იან ჰუსი, ან ისე, როგორც მეცნიერული ჭეშმარიტებისა და აზროვნების თავისუფლებისთვის დაწვეს ჯორდანო ბრუნო... ეს (ჟურნალისტური სიმართლე) არ ეხება არც რწმენას, არც აზროვნებას, ეს არის ყველაზე დაბალი ანთოლოგიური დონის სიმართლე,*

*ფაქტების პოზიტიური სიმართლე: რას აკეთებდა გუშინ X? რას ფიქრობს იგი სულის სიღრმეში? რაზე ვსაუბრობთ N-თან შეხვედრისას და არის თუ არა ის ინტიმურ კავშირშია მ-თან"...*

ჟურნალისტიკა აგებულია სურვილზე – თქვას სიმართლე. მეორე და მესამე მაგალითებს, როგორი განსხვავებულიც არ უნდა იყვნენ ისინი, სწორედ ეს აერთიანებთ. ერთია მხოლოდ – აქ ჩვენ ვაწყდებით ჟურნალისტიკის ერთ კანონზომიერებას – რეპორტიორს არ შეუძლია დაინახოს მთელი სიმართლე მოვლენის/ფაქტის თაობაზე. მიზეზი ბევრია: ჟურნალისტს, როგორც წესი, არ შეუძლია შეადწინოს მოვლენის მიღმა კულისებში, შეიტყოს მოქმედი პირების განწყობა, მისდიოს მოვლენის ყველა პერიპეტეიას. ზოგჯერ ამისთვის დრო არ ჰყოფნის, ზოგჯერ – საგაზეთო ფართი. ხხება ისეც, რომ ჟურნალისტი, გატაცებული იმით, რომ თქვას სიმართლე, ექცევა საკუთარი მოქალაქეობრივი, პატრიოტული და ნაციონალური წარმოდგენების გავლენის ქვეშ. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ არსებობს ფაქტების ჟურნალისტიკა და არსებობს `სიმართლის~ ჟურნალისტიკა. სიტყვა `სიმართლე~ ბრჭყალებში შეგნებულადაა ჩასმული, რადგანაც სწორედ ის არ არის მეორე და მესამე ვარიანტებში. მათში არის მხოლოდ ჟურნალისტის წარმოდგენა, რაც სიმართლე შესაძლოა სულაც არ იყოს.

მოყვანილ მაგალითებში არის კიდევ ერთი არსებითი განსხვავება: პირველი მოკლებულია ემოციას, ამ ინფორმაციის მთელი ემოცია დევს გამომსვლელი ქალბატონის სიტყვებში, ანუ თავად ფაქტში, მოვლენაში. ასეთი ინფორმაცია გათვლილია იმაზე, რომ მკითხველი თავად გამოიტანს დასკვნებს მისთვის მოთხრობილი ამბიდან. მეორე და მესამეში კი თავად ინფორმაციაა ემოციური და ის განკუთვნილია იმისთვის, რომ მკითხველის ემოციაზე იმოქმედოს ინტერპრეტირებული ფაქტის მიწოდებით, ემოციური ზეწოლით შემფასებლური ლექსიკით.

ამ მსჯელობას მივყავართ დასკვნამდე: რა თქმა უნდა, ჟურნალისტიკა მოქმედებს მკითხველის გონებასა და ემოციაზე, მაგრამ ინფორმაციის მიწოდების ხერხები შესაძლებელია სხვადასხვა იყოს. ერთ შემთხვევაში ჟურნალისტი მოქმედებს მკითხველის გონებაზე (ასეთია მაგალითად ანალიტიკური სტატიები პოლიტიკისა და ეკონომიკის განვითარების საკითხებზე) და მეორე შემთხვევაში – ემოციასა და გრძნობებზე.

- ფაქტის ჩვენებით ჩვენ ვთავაზობთ მკითხველს, თავად გამოიტანოს დასკვნები.

- მკითხველის ემოციაზე ზემოქმედებით, ჩვენ მათ ვთავაზობთ

გამზადებულ დასკვნებსა და მოვლენის წინასწარ შეფასებებს ("კარგი"და "ცუდი"), რაც ამ მოვლენისადმი ჟურნალისტის განწყობაზეა დამოკიდებული.

მაგრამ ყველაფერი არც ესაა.

შეგვიძლია თუ არა ვთქვათ, რომ პირველ მაგალითში ჟურნალისტი განსჯის ან იწონებს ქალბატონის ქცევას? ალბათ, არა. ჟურნალისტი აქ მოვლენებიდან განზე დგას. ის არ აცნობებს მკითხველს, რას ფიქრობს თავად ამ მოვლენაზე, დადებითად აფასებს მას თუ უარყოფითად. მეორე და მესამე მაგალითებში კი სწორედ ჟურნალისტის თვალსაზრისი და მისი დამოკიდებულებაა მთავარი, ფაქტი კი უგულებელყოფილია.

და ბოლოს, საბჭოთა ჟურნალისტიკაში არსებობდა ფაქტის დაყოფა "პოზიტიურ" და "ნეგატიურ" ფაქტებად. "პოზიტიური" იყო ფაქტები, რომლებიც აჩვენებდა, რა კარგად მუშაობდა ხელისუფლება, შესაბამისად, ნეგატიური იყო ფაქტები, რომლებიც ხელისუფლების ცუდ მუშაობაზე მიუთითებდა.

დასავლურ ჟურნალისტიკაში ასეთი დაყოფა არ არსებობს. ინგლისურენოვანი ჟურნალისტებისთვის ფაქტი არსებობს როგორც ფაქტი, რომელიც თავის თავში გულისხმობს არეულობების და პრობლემების ჩვენებას საზოგადოებისთვის.

ინგლისელ მკითხველს გააკვირვებდა ახალი ამბების რუბრიკის ქვეშ გამოქვეყნებული სტატია, რომელშიც საუბარი იქნებოდა, მაგალითად, რომელიც ფერმის კარგ მუშაობაზე, კარგ მოსავალზე და ა.შ. მართალია დრო და დრო ინგლისურ პრესაშიც ჩნდება წარმატებების ამსახველი სტატიები, მაგრამ ეს იმ დროს, როცა კომპანიები წლიურ შედეგებს აჯამებენ და აჩვენებენ, რომ მათი წარმოება გაიზარდა. ასეთი სტატიები ძირითადად ბიზნეს-დამატებებში იბეჭდება.

ამდენად, ზემოთ აღნიშნული მაგალითები გამოხატავენ ფუნდამენტურ განსხვავებებს ჟურნალისტურ მიდგომებს შორის. ცხრილზე ეს ასე გამოჩნდება:



## შედარება

ფაქტების ჟურნალისტიკა	მოსაზრების ჟურნალისტიკა
ფაქტი კომენტარზე მთავარია, რადგანაც მკითხველს თავად შეუძლია გამოიტანოს დასკვნები	კომენტარი არანაკლებ მნიშვნელოვანია ფაქტზე, ზოგჯერ კი უფრო მნიშვნელოვანი, ციდრე ფაქტი, რადგანაც კომენტარი ხდება მკითხველის აღზრდისა და განათლების საფუძველი
ჟურნალისტი აწვდის მკითხველს ფაქტს	ჟურნალისტი ცდილობს მკითხველს „სიძარბო“ დაახახოს
აპელირებს მკითხველის გონებაზე	აპელირებს მკითხველის ემოციასა და გრძნობებზე
ჟურნალისტი ნეიტრალური რჩება	ჟურნალისტი დგას კონფლიქტის ერთერთ მხარეს.

შეიძლება შეიქმნეს შთაბეჭდილება, რომ ჩვენ აქ ორი სხვადასხვა ტრადიციის ჟურნალისტიკა შევაპირისპირეთ – დასავლური (ანუ ფაქტოგრაფიული) და პოსტსაბჭოთა (კომენტარებისა და მოსაზრებების გამოთქმის ტრადიციით). იმისათვის, რომ ვაჩვენოთ, რომ ეს ასე არაა, მოვიყვანოთ მაგალითები: 2005 წლის 7 ივლისს ერთერთმა პოპულარულმა ინგლისური გაზეთი Evening Standard გამოვიდა უზარმაზარი სათაურით პირველ გვერდზე: "Bastard" (ნაძირლები), რომელიც მოთავსებული იყო აფეთქების შემდეგ არსებული ქაოსის გამომხატველი ფოტოს თავზე. გასაგებია, რომ ეს სიტყვა ინფორმაციული დატვირთვისა არ არის, მაგრამ ფოტოსთან ერთად იწვევს ემოციას და აღწერს მოვლენას.

სინამდვილეში ეს მაგალითი გვიჩვენებს, რითაა კარგი ჩვენი პროფესია. ის გვამძღვეს შემოქმედების შესაძლებლობას და შემოქმედება არღვევს ცარჩოებს და ბადებს ახალ ურთიერთობებს უკვე ნაცნობ წესებთან და სქემებთან, ჟურნალისტიკა მდიდარია ჟანრებით და შესაძლებლობებით, მხოლოდ საჭიროა ვიცოდეთ როგორ გამოვიყენოთ ისინი.

**დავალება:** გააანალიზეთ 500–700 სიტყვიან ესეში რომელიმე (თქვენთვის საინტერესო) გაზეთი.

აჩვენეთ, რა ძლიერი და სუსტი მხარეები აქვს, რა ტიპის ინფორმაციები გვხვდება და რა პერსპექტივას ხედავთ ამ ტიპის გაზეთის არსებობისათვის.

**წყარო:**

- ს. გურევიჩი, მ. 2004 წელი; "გაზეთი გუმინ, დღეს ხვალ"
- დ. რენდალი, "უნივერსალური ჟურნალისტი", 2005 წ;
- "ჟურნალისტიკა" (მ. ვეკუა, ჟ. რუე და სხვ). 2013;