

თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემია
რესტავრაციის ხელოვნების ისტორიისა და თეორიის ფაკულტეტი

სამაგისტრო პროგრამა: თანამედროვე კულტურის კვლევები

ტელევიზიონური გამოსახულება 1970-1980-იან წლების საქართველოში

მაგისტრანტი: პაპუნა ჩივაძე

ხელმძღვანელი: თბილისის სახ. სამხატვრო აკადემიის პროფესორი
ლელა ფირალიშვილი

თბილისი

2018

შესავალი	3
1 თავი - ტელევიზიის რაობა	8
1.1 ტელევიზიის თეორიული ასპექტები	8
1.2 ტელევიზიის შედარება სხვა მედიუმებთან	14
1.2.1 ტელევიზია და რადიო	14
1.2.2 ტელევიზია და თეატრი	15
1.2.3 ტელევიზია და კინო	19
1.3 საეკრანო გამომსახველობითი პირდაპირ ეთერსა და კინომეტყველებაში.	20
1.4 დასკვნა	23
2 თავი. მასკომუნიკაციის საშუალებების სტატისტიკა ისტორიულ კონტექსტში	25
2.1 ტელევიზორზე წვდომის სტატისტიკა	25
2.2 რადიოს სტატისტიკა	28
2.3 ტიპოგრაფიული მედიუმის სტატისტიკა	29
2.4 ტელეგრაფი და ტელეფონიზაცია	30
2.5 დასკვნა	31
3 თავი. მასკომუნიკაციის მოდელები და მათი ეფექტები	34
3.1 ტრანსპორტაციის მოდელი	34
3.2 ელექტრონული საკომუნიკაციო მოდელი - რეზონირებადი ბგერები.	36
3.3 ტელეხატი, როგორც სატელევიზიო მესიჯი	40
4 თავი. საბჭოთა მასკომუნიკაციური (პროპაგანდის) მოდელის კრიტიკული ანალიზი	43
4.1 კომუნიკაციური მართვის სტილი და ხასიათი	43
4.2 პირისპირი აგიტაციიდან „ელექტრონული აგიტატორამდე“ საბჭოთა სახლებში	47
5 თავი. სატელევიზიო ჟურნალისტიკის ჟანრების კლასიფიკაცია	52
5.1 ჟანრების სახესხვაობები	52
5.2 ინფორმაციული პუბლიცისტიკის ჟანრი	55
5.2.1 ინფორმაციული შეტყობინება	55
5.2.2 რეპორტაჟი	56
5.2.3 ინტერვიუ	58

5.3 ანალიტიკურ-პუბლიცისტური ჟანრი	58
5.3.1 კომენტარი	58
5.3.2 მიმოხილვა	59
5.3.3 საუბარი	60
5.3.4 დისკუსია	60
5.3.5 თოქ-შოუ	60
5.3.6 პრეს-კონფერენცია	61
5.3.7 კორესპონდენცია ('გადაცემა')	61
5.4 მხატვრული პუბლიცისტიკის ჟანრები	62
5.4.1 ესსეი (Очерк)	62
5.4.2 ჩანახატი	63
5.4.3 ესსეი	63
5.4.4 სატირა	64
6 თავი. მონაცემთა ანალიზი.	65
6.1 ჟანრობრივი იდენტიფიკაციის მეთოდოლოგია	65
6.2 1976 წლის საპროგრამო ბადე.	66
6.3 1987 წლის საპროგრამო ბადე	68
6.4 შედეგები	71
7 თავი. ინტერპრეტაცია	71
7.1 შემეცებით ანალიტიკურ გადაცემის ინტერპრეტაცია	71
7.2 საინფორმაციო შეტყობინება/რეპორტაჟის ინტერპრეტაცია	73
8.2 მხატვრულ-გასართობი ჟანრი	74
9 თავი. დასკვნა	75
ილუსტრაციები:	79
ბიბლიოგრაფია	87

შესავალი

სიბრტყობრივი გამოსახულების როლი კომუნიკაციების ისტორიაში რადიკალურად იცვლებოდა. ის შეიძლებოდა პიქტოგრამული ან იდეოგრამული დატვირთვის ყოფილიყო - ნიშან-სიმბოლოსა ან მეტაფორის სახით. მხატვრული გამოსახულება ზოგჯერ ეგზისტენციური ეჭვის ქვეშ დამდგარიყო სხვადასხვა რელიგიური მიზეზების გამო, ანდაც პირიქით, ყოფილიყო იდეოლოგიური პასუხი პროტესტანტული მოძრაობის მიმართ - მაგრამ არასდროს ყოფილა გამოსახულება ფიზიკური სხეულის იმგვარი ამსახველი, როგორც ეს ფოტოგრაფიამ და შემდგომ ტელევიზიამ შესძლო.

ელექტრონული გამოსახულება სხვანაირად რომ ვთქვათ ტელევიზია სხვა მედიუმებს შორის არამხოლოდ საკომუნიკაციო არხების ათვისების შესაძლებლობებით არამედ მისი დისტანციურად ტრანსლირების საშუალებითაც გამოირჩევა. მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ მოძრავი ვიზუალურ-აუდიალური გამოსახულება დედამიწის ორივე ნახევარსფეროზე თითქმის ერთდროულად იწყებს ჯერ ჰორიზონტალურად, ხოლო შემდგომ თანამგზავრზე ვერტიკალური მიმართულებით ელექტრო-მაგნიტური სიგნალით ტრანსცლაციას.

დასაწყისისთვის, ჩვენ შევეცდებით ვისაუბროთ ამ ფენომენის “მისტიურ” მხარეებზე, რაც მოგვცემს საშუალებას ეკრანული გამოსახულებისადმი სასურველი კვლევით მეთოდის შემუშავებას.

როლან ბარტისა და ჟან ბოდრიარის აზრით „კომუნიკაციის ყველა ფორმა ეფუძნება ნიშანთა წარმოებასა და მოხმარებას. ამრიგად, არ არსებობს განსხვავება რეალობასა სიმბოლურ ასახვას შორის. ყოველ საზოგადოებაში კაცობრიობა არსებობდა სიმბოლურ გარემოში და მოქმედებდა მისი საშუალებით. ამიტომაც, ახალი კომუნიკაციური სისტემა, რომელიც ეფუძნება ყველა სახის ელექტრონული

კომუნიკაციის (ტიპოგრაფიულიდან მულტისენსორულამდე) ინტეგრაციას, ისტორიულად სპეციფიკურ ნიშანს წარმოადგენს არა ვირტუალური რეალობის ფორმირების გზით, არამედ რეალური ვირტუალობის აგებით.

ეტიმოლოგიური მნიშვნელობის მიხედვით „ვირტუალური“ არის პრაქტიკაში არსებული აქტივობა, თუმცა არა მკაცრად მოცემული ფორმით ან სახით, „რეალური“ კი ფაქტობრივად არსებულია. ამრიგად, რეალობა ისე, როგორც ის განიცდება, ყოველთვის იყო ვირტუალური. ის განიცდებოდა სიმბოლოების საშუალებით, რომლებიც ყოველთვის ანიჭებენ პრაქტიკას გარკვეულ მნიშვნელობას. ენის ფორმის სწორედ ეს უნარი - მოახერხოს ორაზროვანების კოდირება და ინტერპრეტაციათა მრავალგვარობა განასხვავებს კიდევ კულტურულ გამოხატვას¹.

მარშალ მაკლუჰანის იდეა „გუტენბერგის გალაქტიკის“ ტრანსფორმაციის შესახებ მედია ხატებით წინასწარმეყველური აღმოჩნდა დღევანდელ რეალობაში. მაკლუჰანისეული საკომუნიკაციო რეჟიმის თეორიაში შეტყობინება და მედიუმი, გარკვეულ მომენტში წყდება ერთმანეთს და მედიუმი იქცევა თავად მესიჯად. არამხოლოდ შეტყობინებად, არამედ მისი მიმართულების მდგენელიც ხდება: „დავუბრუნდეთ ელექტრონულ შუქს. როდესაც იგი გამოიყენება ტვინის ქირურგიის დროს ანდაც ღამით ბეისბოლის თამაშისას, ამას რა მნიშვნელობა აქვს. შეიძლება ვიკამათოთ კიდევ რომ „შინაარსი“ ამ შუქისა ვერ იარსებებდა რომ არა თავად ეს შუქი. თავად ეს ფაქტი მხოლოდ და მხოლოდ ხაზს უსვამს იმას რომ „მედიუმი მესიჯია“ ვინაიდან იგი აფორმირებს და აკონტროლებს ადამიანის ასოციაციებისა და მოქმედების მასშტაბებსა და ფორმებს“².

¹ https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1155467331144494&id=439531609404740

² Marshall McLuhan Understanding Media The extensions of man. 1964 გვ. 23

თუკი ამ პერსპექტივით შევხედავთ ჩვენს უახლოეს წარსულს ვნახავთ, რომ გამოსახულების როლი საზოგადოების არსებობისთვის უმნიშვნელოვანეს როლს ატარებდა. ამ პროცესში კი განსაკუთრებული ცვლილება მოახდინა ელექტროენერგიით საზოგადოების მომარაგებამ, რადიოფიკაციამ, ტელეფონიზაციამ და ტელევიზაციამ. პარალელურად ამ ყველაფერს თან ახლდა აქტიური და აგრესიული ჩარევა მედიალური გამოსახულების სტრუქტურებში, ძალაუფლებრივი ვერტიკალის მხრიდან. როგორც მარშალ მაკლუჰანი ამბობს, თავის ერთ-ერთ ბაზისურ ნაშრომში „მედია და მისი გავლენა“ - კოლონიზატორ ქვეყანას მილიტარიზმთან ერთად მის კოლონიაში შემოაქვს კულტურული ქცევების და კოდების ახალი სქემები.

კვლევის მთავარი მიზანია

საბჭოთა ჰომოგენური პოლიტიკის ე.წ. 'სბლიჟენიის' ფენომენის გაანალიზებაა, მისი მასკომუნიკაციური თეორიებისა და პრაქტიკების კონტექსტში.

ადგილობრივ მედიუმებში - იქნებოდა ეს მხატვრობა, კინო თუ სატელევიზიო მაუწყებლობა, ცენტრალური ძალაუფლება ყოველთვის ცდილობდა, დაემყარებინა კოდირებულ შინაარსებსა და ეფექტებზე კონტროლი. ამით იგი არამხოლოდ რომელიმე მხატვრული სტილის ცენზურას ან იდეების აკრძალვას ახორციელებდა, არამედ ახდენდა გარემოს ახლებურ პროექცირებას ახალი 'სასწავლო' პროგრამების და 'ბრძანებების' სახით. ამიტომ კვლევა მიზნად ისახავს სცადოს მოახდინოს იმ პერიოდის მედიალური პრაქტიკების მიღმა არსებულ მოზაიკური სურათის გაშიფვრას, როგორც მედიუმის განვითარების უნივერსალური კანონზომიერებით ისევე ადგილობრივი კულტურული და პოლიტიკური პრაქტიკების გათვალისწინებით.

კვლევის შესავალშივე უნდა აღინიშნოს ისტორიული კონტექსტიც - საბჭოთა პოლიტიკური ნარატივის ცვლილება (დესტალინიზაცია) და ამის პარალელურად 70-იანი და 80-იანი წლების დასასრულამდე სატელევიზიო მედიუმის აქტიური შემოსვლა მთელს ქართულ ენობრივ სივრცეში. ამან სრულიად ახლებური ფსიქო-ემოციურ ზეგავლენა მოახდინა საზოგადოებაზე, როგორც ბეჭდვით მედიუმის კულტურაზე აღზრდილ თაობაზე, ასევე ტელევიზორებთან გაზრდილ ახალგაზრდებზე. ამ პროცესების პარალელურად ევროპულ მედიათეორიებში მკვიდრდება ისეთი ტერმინები, როგორებიცაა ჰომოკათოდიკუსი და კათოდური ლეგიტიმურობა, იქმნება ახალი მედია თეორიები და ანაცვლებს ძველს. მსგავსი კომუნიკაციური სიახლეები ყოველთვის აყალიბებს განსხვავებულ ინტენციურობას ახალი პერცეპიული ღირებულებითი პრიორიტეტებით, ფარული თუ ღია კონფლიქტებით, როგორც საზოგადოებაში ისევე პოლიტიკურ დღის წესრიგში. იცვლება საზოგადოებრივი მოზაიკური ცნობიერება და ვითარდება ყოფისგან გაუცხოების პროცესი ინფორმაციული ნაკადის სიჩქარის ზრდასთან ერთად.

ნაშრომის პირველ თავში თეორიული კონტექსტის გასაგებად ჩვენ დავეყრდნობით როგორც დასავლელ მედია თეორეტიკოსებს და მკვლევარებს, ისე მათ რუს კოლეგებს. ეს ორი მხარე დაგვეხმარება, ზოგად ჭრილში, უკეთ გამოვკვეთოთ ტელევიზიის რაობის და სხვა მედიუმებს შორის განსხვავებული და საერთო ფუნქციები. იუროვსკისა და ბორეცკის ნაშრომის მიხედვით გამოვკვეთოთ ტელევიზორის უპირატესობებსა და განმასხვავებელ ეფექტებს სხვა ისეთ საკომუნიკაციო საშუალებებთან როგორებიცაა თეატრი, კინო და რადიო.

მეორე თავში შევადარებ სხვა საკომუნიკაციო მედიუმების სტატისტიკურ მაჩვენებლებთან, რათა დავადგინოთ საკომუნიკაციო ერთეულის ჰომოგენიზაციის

აქტიური და პასიური ფაზები ქრონოლოგიურ პერსპექტივაში (რეტროსპექტიულ და პერსპექტიულ განზომილებაში). შევეცდებით გამოვკვეთო თბილისში თვისობრივი კვლევის მონაცემებზე დაყრდნობით თუ რა ადგილი ეკავა ტელევიზიას საქართველოს მოსახლეობაში 70-იან წლებისთვის და როგორ აღიქმებოდა მისი ფენომენი, რის შემდეგაც გავაკეთებთ სათანადო დასკვნებს.

მესამე თავში წარმოვადგენ კვლევის კონცეპტუალურ ნაწილს: კანადელი მედია კრიტიკოსის მარშალ მაკლუჰანის და ამერიკელი ხმის ინჟინრის, ტონი შვარცის რეზონირების მასკომუნიკაციურ მოდელებს.

მეოთხე თავში განვიხილავ საბჭოთა პროპაგანდის და კომუნიკაციური ფორმების დადებით და უარყოფით მხარეებს. მსჯელობის განვითარების ხელდახელ მოვიშველიებ იელის პოლიტიკური სასწავლო მიმართულების ელენ მიცკევიჩის ნაშრომს „გაყოფილ სიგნალებს“. მისი კვლევითი მოღვაწეობა, რომელიც უშუალოდ საბჭოთა ტერიტორიაზე და მათ შორის თბილისშიც იქნა ჩატარებული, გვამღებს არაერთ ყურადსაღებ ინფორმაციას და გვიქმნის დამაჯერებელ წარმოდგენას მთლიანად კომუნიკაციური პროცესების ფუნქციონირების თვალსაზრისით საბჭოთა რეალობაში.

დასკვნით ეტაპზე შევეცდები გამოვკვეთო ჟანრობრივი პრიორიტეტების ცვლილება ადრეულ და 'გარდაქმნის' პერიოდებს შორის. გასაანალიზებელ მასალად გამოვიყენებ სახელმწიფო ტელეარქივს (1976 წლის აპრილის და 1987 ივნისის ტელეზადებების) მასალას. გარდა ამისა გავაანალიზებ სატელევიზიო გამოსახულების მხატვრული გაფორმების ისეთ მნიშვნელოვან კომპონენტს, როგორიცაა გადაცემის ქუდები.

კვლევის მეთოდოლოგია - სატელევიზიო მასალის მოწესრიგებასა და მისი სტრუქტურული ანალიზისთვის გავაკეთებთ მოკლე ჟანრობრივ კლასიფიცირებით

განმარტებებს ცნობილი რუსი ჟურნალიზმის მკვლევარების ბორეცკისა და ცვიკის სამკატეგორიანი ფორმით. ჟანრობრივი რაოდენობრივი ანალიზით დავადგენ სატელევიზიო პოლიტიკის პრიორიტეტულ ღირებულებებს, ტენდენციებს და შევეცდებით გავანალიზო ზემოთ ხსენებული ჰომოგენიზაციის პოლიტიკის კონტექსტში ვალერი ტრეწიაკოვის მითოსიმულაციური ცხრილით. მოცემული სისტემა დაგვებმარება დავადგინოთ **ტელევიკონურობის** ცვლილების ხასიათი.

აღსანიშნია, რომ კვლევის თემასთან დაკავშირებული ქართულენოვანი მასალა ამ პერიოდის შესახებ საკმაოდ მწირია და საკვლევი ინფორმაცია ჟურნალისტიკის ისტორიის ლიტერატურიდან, დოკუმენტური ფილმებიდან და ინტერნეტიდან მოვიძიე. ვფიქრობ, ნაშრომი გახდება მომდევნო კვლევითი ეტაპებისთვის ინსპირაციის საშუალება, მითუმეტეს თუკი საკითხი შეეხება შუა საუკუნეებისა, მეცხრამეტე საუკუნის თუ თანამედროვე კომუნიკაციური კულტურების საკითხებს ქართულენოვანი კულტურის კონტექსტში.

1 თავი - ტელევიზიის რაობა

1.1 ტელევიზიის თეორიული ასპექტები

ტექნოლოგია, ადამიანის ეგზისტენციური - ფიზიკური და ფსიქიკური სუბსტანციის გაფართოებას წარმოადგენს. ასე მაგალითად, ფეხის რეპლიკა ჩვენს რეალობაში ბორბლის სახეა, ხოლო ელექტრო ენერგია და მისი საშუალებით ნაწარმოები საგნები (ტელევიზორი, მაგნიტოფონი და ა.შ) ადამიანის ნერვული და ფსიქიკური ფუნქციები: ხედვა, შეგრძნება, სმენა, გემო და ა.შ.

საბჭოთა ენციკლოპედიაში ტელევიზორი შემდეგნაირად განიმარტება: 'ტელევიზორი (წარმოშობილია 'ტელე'- შორი, 'ვიზია' - ხედვა) - მეცნიერების, ტექნიკისა და კულტურის სფეროა, მხედველობითი ინფორმაციის (მოდრავი გამოსახულებების) დისტანციური რადიოელექტრული კავშირით.

რადიომაუწყებლობასთან ერთად იგი ერთ-ერთი ინფორმაციის მასობრივი გავრცელების საშუალებაა (პოლიტიკური, კულტურული, სამეცნიერო-შემეცნებითი, სახელმძღვანელო) და ერთ-ერთი ძირითადი კავშირის საშუალება, რომელიც გამოიყენება სამეცნიერო, ორგანიზაციულ, ტექნიკურ და სხვა დარგობრივ მიზნებში (მაგალითად, დისპეჩერიზაციის სისტემასა და მრეწველობის კონტროლში, ტრანსპორტსა და კოსმოსურ თუ ბირთვულ კვლევებში...) საბოლოო შედეგი სატელევიზიო გადაცემის ადამიანის თვალისკენაა მიმართული, ამიტომ ტელევიზორების სისტემები იწყობა სპეციალური მხედველობითი აღქმის სპეციფიკიდან გამომდინარე. რეალური გარემო ადამიანის მიერ აღიქმება ფერებში, საგნები რელიეფურად, განთავსებული მოცულობებით სივრცეში, ხოლო მოვლენები - დინამიკასა და მოძრაობაში: შესაბამისად, იდეალური სატელევიზიო სისტემა უზრუნველყოფს ამ მატერიალური თვისებების შექმნას. თანამედროვე ტელევიზორის სისტემებში მოძრაობა და ფერის გამოსახულება გადაწყვეტილია წარმატებით (ტექნიკურად და პრაქტიკულად). გამოცდის ეტაპზე იმყოფება სატელევიზიო სისტემები, რომლებიც გამოსახავს საგნების რელიეფურობასა და სივრცისეულ სიღრმეს (იხ. სტერეოსკოპული ტელევიზორი)' (П. Шмаков. С. Лапин. Телевидение. ДСЭ, III издания. 25, 1976, ст. 376–377).

რუსი მედიათეორეტიკოსი ვლადიმერ საპაკი 1963 წლის გამოცემულ ნაშრომში - 'ტელევიზია და ჩვენ - ოთხი საუბარი' მოკლედ განმარტავს მის მნიშვნელობას - 'ტელევიზია ჟანრია, სანახაობაა, ხელოვნებაა - ჩვენ ზუსტად მას ვერ ჩამოვაცალიბებთ. ხელოვნება, რომელიც გამოიყურება როგორც რეალობა 'ცხოვრება ცხოვრების ფორმებში' - აი, ჩემი აზრით რა ქნის წარმატების საწინდარს ტელეეკრანზე.'³ ენვერ ბაგიროვი 1978 წელს გამოცემულ წიგნში - 'ტელევიზიის თეორიულ შტრიხები' - წერდა, რომ იგი საერთოდ არ ამრუდებდა რეალობას და მას 'სანდო რეალობის სურათად' მიიჩნევდა. საბჭოთა თეორეტიკოსები

³ См.: Саппак В. Телевидение и мы. Четыре беседы. М., 1988, с. 52, с. 75, с. 43.

ტელევიზიის დადებით მხარეს მიიჩნევდნენ მისი დამაჯერებლობის ეფექტს, თანადასწრების განცდას (სიმულტანობას) და დიალოგურობას. ენვერ ბაგიროვი თვლიდა, რომ ტელევიზიის უპირატესობა მის პროგრამულობაშია: 'ცალკე აღებული გადაცემა ან ფილმი ყოველთვის აღიქმება მაყურებლის მიერ პროგრამულ კონტექსტში და მას მატებს მნიშვნელობას. ერთი-ერთი გამოვლინება პროგრამულობისა მისი ციკლური მაუწყებლობის სტრუქტურაა. იგი იძლევა სერიული წარმოებისა და პროგრამების გაგრძელების საშუალებას'.⁴

საბჭოთა იდეოლოგიებისთვის მნიშვნელოვანი დაკვირვების საკითხი კულტურის ტელევიზაციის პროცესს ეკავა. ხდებოდა მისი შესწავლა უშუალო დიალოგით მაყურებელთან სხვადასხვა ფორმებით - კონკრეტული ფილმების და პროდუქტების შესახებ ანკეტირება, კორესპონდენცია, სატელეფონო გამოკითხვა, საერთო განხილვები პირდაპირ ეთერში. ჟურნალ დროშის პატარა სტატიაში ვკითხულობთ: 'ჟურნალისტებმა ღრმად უნდა გაიაზრონ ისინი (შედეგები) და გამოიყენონ მთელი თავიანთი ცოდნა და ოსტატობა. სარედაქციო გეგმაში უნდა აისახოს პარტიული ორგანიზაციებისა და მშრომელთა კოლექტივების უმნიშვნელოვანესი ამოცანები, პრობლემები, რომლებიც გადაწყვეტას ელიან. რადიო და ტელეჟურნალისტთა დიდმნიშვნელოვანი ამოცანაა დამაჯერებლად წარმოსახონ ჩვენი თანამედროვე მშრომელი ადამიანების საქმენი და მიღწევები. ამ და სხვა საკითხების გაშუქებაში არ უნდა იყოს ფორმალიზმი, პარადულობა, ტრაფარეტი. ეს საქმე მოითხოვს, თითოეული გამოსვლის შინაარსისა და ფორმისადმი მზრუნველ დამოკიდებულებას, თემების ზუსტად არჩევას, დიდ ოსტატობას. მაგრამ როგორც თათბირზე აღინიშნა, ზოგიერთ რადიო და ტელეგადაცემას ჯერ კიდევ ფორმალური ხასიათი აქვს, არ გამოირჩევა აქტუალობითა და სიმწვავეთ, ღრმა კომპენტენტურობით'. (ჟურნალი დროშა, ივნისი 1976.) როგორც ამ მცირე მონაკვეთიდან ჩანს, სატელევიზიო ეფექტი

⁴ См.: Багиров Э. Очерки теории телевидения. М., 1978, с. 48.

საჭირო შედეგს არ იძლეოდა და „ფორმალიზმის, ტრაფარეტულობისა პარადულობის“ ელფერი დაკრავდა. მსგავსი 'არაბუნებრივობა' სხვა მედიუმებთან შედარებით ტელევიზორში უფრო კარგად ჩანდა. როცა შეტყობინება არა სატელევიზიო, არამედ თეატრალურ-სამსახიობო სტილით გადმოიცემა ეკრანზე, იგი უკურეაქციას იწვევს მაყურებელში, ზოგჯერ სასაცილოც შეიძლება გახდეს. ეს აბსოლუტურად ბუნებრივია და ხაზს უსვამს სატელევიზიო მედიუმის სპეციფიკას.

ალექსანდრე იუროვსკი წიგნში 'სატელევიზიო ჟურნალისტიკა' წერს: 'ტელევიზია - არამხოლოდ მასკომუნიკაციის საშუალებაა, არამედ ხელოვნების სახეობა. ხელოვნების თითოეული სახეობას გააჩნია თავისი სპეციფიური მხატვრული ენა. მისი ტექნიკური ინსტრუმენტარია და მხატვრულ-გამომსახველობითი საშუალებებია, რომელთა დახმარებითაც შემქმნელი ახორციელებს თავის ჩანაფიქრს. ტელევიზია და კინო საეკრანო გამომსახველობითი საშუალებებით ფლობენ საერთო და უნიკალურ ენას'.⁵ საქართველოში იმ დროს არსებული ტელეფილმების სტუდიის არსებობაც ამას უსვამს ხაზს. მისი იმდროინდელი კინოწარმოების უმთავრესი ცენტრის 'გრუზიაფილმის' კონკურენტი კინოგაქირავების ბაზარზე სწორედ ის იყო. (ნ. ლეონიძე. ტელეჟურნალისტიკა, თბილისის სახ. უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი 2002). მნიშვნელოვანია ითქვას, რომ ქართული ტელევიზია დღიდან მისი შექმნისა მაღალმხატვრული ფილმებით გამოირჩეოდა.

ჟურნალისტიკის თეორეტიკოსებისთვის მნიშვნელოვან მხარეს ტელევიზიის შინაარსობრივი და სტრუქტურული ასპექტები კარგად ესმით. უფრო ამახვილებენ ყურადღებას სამონტაჟო მეტყველების მნიშვნელობასა და მის შესაძლებლობაზე. ტელევიზიის კონცეფციას ისინი რეალიზმისა და მხატვრულობის სინთეზს

⁵ იხ.: Юровский А. Язык экрана. В сб.: «Телевизионная журналистика». Глава 6. «Природа современного телевидения». М., Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2006, გვ. 117.

საეკრანო ენის ხარჯზე ახდენენ. საინტერესოა მედია კომუნიკაციების თეორეტიკოსის მარშალ მაკლუჰანის აზრი ზოგადად საბჭოთა და არამარტო საბჭოთა ტელევიზიაზე.

ელექტრონულ კომუნიკაციის ველში მისი აზრით იქმნება ერთგვარი სიღრმითი მდგომარეობა, რომელიც განსხვავდება სასურათე სიბრტყის პერსპექტივისგან, ხოლო მასზე გამოსახული საგნები და ფორმები ატარებენ ხელოვნურობის ნიშნებს (artificial). სატელევიზიო ეკრანი იგივე კინესკოპი ქმნის სიღრმეს, რომელიც კინოთეატრზე პროექცირებული ფილმისაგან, გაზეთის, ნახატისა თუ წიგნის მედიუმისგან განსხვავდება. მასკომუნიკაციების რეჟიმში, ინფორმაციული მიმოცვლა აჩქარებულია ელექტრონული სიჩქარით და იქმნება ისეთი წარმოდგენები და შეხედულებები, რომლებიც ხდებიან თავად გარემოს მაკონსტრუირებელნი. თუმცა, როდესაც ტოტალიტარულ სისტემის კონტექსტში ვსაუბრობთ ამ ფენომენის შესახებ, გასათვალისწინებია ის ფაქტი, რომ მედიალურ ძალაუფლებაზე ინფორმაციული ნაკადს და მის გადანაწილების ინტენსივობას თავად პოლიტიკური და იდეოლოგიური ცენტრი ახორციელებდა.

რუსი მედია თეორეტიკოსი ვალერიან ტრეწიაკოვი იზიარებს პოსტმოდერნულ მედია თეორიებს და ტელევიზიას მოიზრებს მითო-სიმულაციური კომუნიკაციის კონტექსტში. მისი აზრით ტელე-გამოსახულების ფორმები განსხვავდება რეალობისაგან იმდენად რამდენადაც მეტია ტელეხატების რაოდენობა.

ტელესიმულაკრი - ტელესივრცეში არსებული ხატობრივი ასლია, რომელსაც არ გააჩნია ორიგინალი რეალურ ცხოვრებაში. მაგალითად, ვერავინ ვერ აღწერს 'ბედნიერებას', 'ცივილიზებულ ქვეყანას' და ა.შ. თუმცა ტელევიზორში ამაზე მუდმივად მიდის საუბარი საკმაოდ მრავალფეროვანი საშუალებებით და ზოგჯერ წინააღმდეგობრივი მოსაზრებებით. ტელესიმულაკრი არის რეალობის ამოძახილი, ავსებული არარსებული შინაარსით, რეალურ საგნებში აღრეული ცრუაზრები.

ტელეფანტომი რეალობის ნაკლულობის პროდუქტია, ფანტაზიის ნაყოფი, ფორმა. არ არსებული, მაგრამ თანამყოფი ნივთი ტელეეკრანზე, იქნება ეს პერსონაჟები თუ მოვლენები. მაგალითად, ვამპირები, მოძალადეები, ა.მ.ო და სხვა.

ტელექიმერა - სასურველი წარსული, აწმყო ან მომავალია, მაქსიმალურად მოწყვეტილი რეალობას, ხოლო მომავლისთვის მეტად შესაძლებელი. მაგალითად, 'გავხადოთ რუსეთი დემოკრატიული'. „მოკლედ რომ ვთქვათ, - ასკვნის ვალერიან ტრეწიაკოვი, ქიმერა - ფანტაზიაა, რომელსაც ჯერ-ჯერობით არ აქვს რეალობასთან მიმართება. იგი არც აზრია, არც სურვილი. საუკუეთესო შემთხვევაში ოცნებაა, უარესში კი, გაცნობიერებული ტყუილი საკუთარი თავისა და აუდიტორიის. იგი ხშირად უტირებული სახით წარმოდგება და ცდება საღი აზრის შემოქმედებით წარმოსახვას, ჰიპერტროფირებულია ტელეეკრანზე რეალური მოვლენები, პრობლემები, ხატები და გრძნობები. მაგალითისთვის, დანაშაულებრივი მოქმედებები, განსაკუთრებული ღიაობა და სამართლიანობა პოლიტიკოსების, საბჭოთა კავშირის, როგორც პრიმიტიული სახელმწიფოს წარმოჩენისა და ა.შ

ტელემითი - რეალობაზე დაფუძნებული ხელოვნურად წარმოშობილი ხატები, წარმოდგენები, რომლებიც რეალურ ადამიანებზეც ვრცელდება. მითი - მცდარად ასახული რეალობის ტრაქტატია. ავტორის აზრით, ტელევიზიამდელი არსებული მითები ტრადიციული და ბუნებრივი გზით ვრცელდებოდა ადამიანებს შორის გაცნობიერების გარეშე რომ სხვებზე დამაჯერებლობა მოეპოვათ, ხოლო სატელევიზიო სპეკულატიური ტიპის მითებია, თუმცა ისინი შეიძლება არც იყოს გამიზნული და გაცნობიერებული. სპეკულატიური მითები, როგორც წესი, პოზიტიურ კონოტაციას ატარებს საკუთარი თავის, მთხრობელის ან მასთან ასოცირებული მოვლენის მიმართ, ხოლო ნეგატიურს - უცხოს მიმართ.

ტრეწიაკოვი აღნიშავს ტელევიზიის შესახებ: 'თეორიულად არ არის გამორიცხული რომ მასმედიამ - ე.ი ვირტუალურმა პოლიტიკამ ჩაანაცვლოს მთლიანი რეალობა. ეს იქნებოდა მედიაკრატია ამ სიტყვის პირდაპირი გაგებით და არა ის, რომ მედიის

გავლით ხდებოდა მართვა. აქ საუბარია შემთხვევაზე, როცა მედია იქცევა ძალაუფლების ცენტრად მის მთავარ სუბიექტად... თუმცა ასეთი რამ პრაქტიკაში ჯერ კიდევ არ არის ნორმად ქცეული და ვერც მოხდება. კვაზი ფანტომებით მასმედიაში რეალური პროცესში ჩანაცვლება კი ზრდადი სიხშირით მოხდება' ("Искусство кино", 2014, № 4). ავტორის აზრით, ასეთი განვითარება მოვლენების კაცობრიობის ცივილიზაციას დიდ საფრთხეს უქმნის. მედიის სოციალურ ფუნქცია თუკი გახდა ტელეხატების გავრცელება, ეს პირდაპირ ნიშნავს ადამიანთა ცნობიერებაში რეალური სამყაროს მაგივრად მისი ვირტუალური ასლით ჩანაცვლებას. ბოლოს ის ასკვნის რომ ტელევიზია სხვისი თავისუფლებაა გასაღებული მაყურებლის თავისუფლებად და იგი იძლევა მხოლოდ მათ არა თავისუფლებას და არაფერს მეტს. თუკი გავითვალისწინებთ, რომ ავტორი საუბრობს თანამედროვე რეალობაზე მაშინ გასაგებია, მისსავე ლოგიკას თუ გავავრცობთ, ისეთ ტოტალიტარულ სისტემაზე, როგორც საბჭოთა კავშირი იყო, მსგავსი გლობალისტური პროექტი მასაც მიესადაგება.

1.2 ტელევიზიის შედარება სხვა მედიუმებთან

1.2.1 ტელევიზია და რადიო

ნ.ლეონიძე თავის ნაშრომში ქართული ტელეჟურნალისტიკის შესახებ⁶ ვრცლად საუბრობს სატელევიზიო გამოსახულების სპეციფიკის შესახებ. აქ ის ადარებს სხვა მედიუმებს, რომლებიც უწინ ცენტრალურ როლსაც კი იკავებდნენ საზოგადოებაში.

არსებობს სინქრონული პრაქტიკა ტელე-რადიო მაუწყებლობის რეჟიმში და, შესაბამისად, მათი შედარება *დაგვანახებს* არსებით სხვაობას მათ შორის.

⁶ ნ.ლეონიძე, ტელეჟურნალისტიკა, თბილისის სახ. უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი 2002

დადგენილია, რომ ადამიანის აღქმის ინფორმაციის უდიდესი წილი ვიზუალური კონტექსტზე მოდის. რა თქმა უნდა, მოსაუბრის ხმის მახასიათებლებიც გვიქმნის მასზე წარმოდგენას. ტექსტუალურ ფორმატთან შედარებით სატელევიზიო გამოსახულება ერთდროულად სამივე მედიუმს ითავსებს: ვერბალურს, სონალურ და ვიზუალურ გამომსახველობას (მოძრავი სურათ-ხმოვანი კადრების სახით). მისი გამომსახველობის საშუალებების ასეთი სიმდიდრე უფრო აძლერებს ცნობიერებაზე ზემოქმედების ეფექტს მითუმეტეს თუკი ეს სატელევიზიო მაუწყებლობის პირდაპირ რეჟიმში ხორციელდება. ბუნებრივია ეს ზემოქმედება თანაბარი არ არის. მათი წილი ფსიქიკურ აღქმით პროცესში შეთამაშებულია ავტომატურ რეჟიმში. მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ თითოეულ მედიუმს აქვს განსაკუთრებული რესურსი და სპეციფიკა, ასახოს ფიზიკური რეალობა. სატელევიზიო გამოსახულება ელექტრონული მოზაიკის სტრუქტურისაა და არა წმინდა სასურათე სიბრტყის. შესაბამისად, მნემე მეხსიერება ავტომატურ რეჟიმში არეკონსტუირებს იმიჯს ყურადღების კონცენტრაციით, სხეულის სივრცული მიმართებით და ა.შ.

რადიო არ საჭიროებს ისეთ ყურადღებას მსმენელის, როგორც ეს ტელევიზორს სჭირდება, მას შეუძლია ხმოვანი სიგნალი ფონურ რეჟიმში აღიქვას და სინქრონულად შეუსაბამოს რაიმე აქტივობას. ეს სრულად არ ნიშნავს იმას, რომ სონალური აღქმა რაიმე თვისებით ჩამოუვარდება სხვა მედიუმს. მაგალითად, რადიოპიესის სატელევიზიო ეთერში გადმოტანამ შეიძლება საერთოდ დაუკარგოს მისთვის მახასიათებელი ინტიმურობის ეფექტი და მისი ინტერნალური ვიზუალიზაციის სტიმული. რა თქმა უნდა, არსებობს ისეთი ტიპის გადაცემები, რომელთა აღქმითი ეფექტიც, როგორც რადიო ისე ტელემაუწყებლობის რეჟიმში აუდიტორიისთვის თანაბარი ძალისაა.

1.2.2 ტელევიზია და თეატრი

თეატრსა და ტელევიზიის მედიუმს შორის გარკვეული საერთო და განმასხვავებელი ნიშნები არსებობს. მათი მაყურებელი თანადამსწრეა მოქმედების. იგი მაყურებლისგან მოითხოვს გარკვეული სახის ყურადღების კონცენტრაციას. თეატრალურ, ისევე როგორც ტელე ეკრანის გამომსახველ ენას შეუძლია ერთი სივრცული ადგილიდან მეორეზე გადასვლა. აქვე უნდა ვთქვათ, რომ დროით-სივრცითი 'გადასვლები' მეტად იოლად განსახორციელებელია ტელეეკრანზე ვიდრე თეატრში.

უშუალო აღქმა მხოლოდ თეატრის სცენის მოცემულობაა. ჩვენ ვიცით, რომ თეატრში მსახიობები ყველიან არა საკუთარ პიროვნულ ისტორიას, არამედ *თამაშობენ*. მათი მოქმედება ეფუძნება ფიქციას, ხოლო ტელევიზიაში ადამიანები, როგორც წესი თავიანთ თავს წარმოადგენენ (თუ სპეციფიურ ჟანრობრივ განსხვავებს არ გავითვალისწინებთ), გარდა ამისა, მნიშვნელოვან როლს თამაშობს გარემოც. თეატრი გამოკვეთილად სოციალური მოვლენაა, რომელიც გარკვეულ აქტივობას მოითხოვს განსხვავებით ტელევიზორის ყურებისას, რაც სახლიდან გაუსვლელად არის შესაძლებელი. ამით იგი წიგნის კითხვას ჰგავს. მაგრამ სხვაობა მათ შორის ამით არ სრულდება. ტელერეჟისორი კადრს მიღმა საკუთარ მონიტორზე ცვლის კამერის პოზიციებს, იღებს მსხვილ და საშუალო პლანის კადრს, გვთავაზობს განსხვავებულ რაკურსებს. მსგავსი დაკვირვებებს მაყურებელი თეატრში თავად ვერ მოახდენდა. ამიტომ ამ მხრივ ტელერეჟისორის შესაძლებლობები გაცილებით მეტი გავლენის მატარებელია, ვიდრე სპექტაკლის რეჟისორისა. ამ სხვაობით ჩვენ ვუახლოვდებით კინო ხელოვნების სფეროსაც. შეიძლება ითქვას კიდევ, რომ ტელევიზია ელექტრიფიცირებული თეატრია, სადაც არა ერთ დარბაზში მყოფი ადამიანები ადევნებენ თვალს მოქმედებას, არამედ განცალკევებით, მათთვის მისაღებ გარემოში.

სატელევიზიო მაუწყებლობა, როგორც ვთქვით გამოირჩევა სხვა მედიუმებისაგან დისტანციური *სიმულტანობის ეფექტით*. ამას ემატება სხვა ფაქტორებიც.

მაგალითად ხშირ შემთხვევაში მაყურებლის ნდობის ხარისხს განსაზღვრავს თავად სუბიექტი, მისი ცხოვრებისეული გამოცდილება, გარეგნობა, ჟესტიკულაცია და სხვა არავერბალური დეტალები. ამიტომ ტელევიზია ცდილობს გადაცემის წამყვანის მოცემული მოვლენებთან *პერსონიფიცირებული* გახდეს. შესაბამისად, ის სტაბილურად ჩნდება ტელე ეკრანზე, ახდენს საკუთარი თავის აუდიტორიასთან *რეპრეზენტაციას* და გარკვეულ თემატურ ნარატივთან *იდენტიფიკაციას*.

თუკი ანტიკურ ეპოქაში პიესის მთავარი გმირი მაყურებელში კათარზისის მიმნიჭებელია, ტელედოკუმენტალისტიკისთვის საბოლოო მიზანი უფრო ობიექტური გარემოებების წარმოჩენაა, რაც მისი ჟანრობრივი ხასიათიდან გამომდინარეობს. ნებისმიერი სატელევიზიო ჟანრის ელემენტი მთავარი გმირის ირგვლის ტრიალებს. სერგი დანელია 1944 წელს გამოცემულ არისტოტელეს „პოეტიკის“ შესავალში წერს, რომ ხელოვნების ნაწარმოები ტიპიზაციის მაგალითია, პერსონაჟი კი ტიპიზაციის შედეგია - Τυπος {Typos} (ტიპი). (ორიგინალური სახელწოდება ტიპის არისტოტელესთან სახეა). დრამატურგია უნდა ემყარებოდეს დიალექტიკურ მიმართებას, სადაც კარგი და ცუდი ერთმანეთთან მოდიან წინააღმდეგობაში და ქმნიან კონფლიქტს (შედარებისთვის ტელევიზიის ფორმატში რეპორტაჟი, თოქ-შოუ და ა.შ. და ტიპის პარალელი ‘იმიჯი’). თუკი ფიქცია ხელოვნებაში უმთავრესი თვისებაა და გამორიცხავს ნატურალიზმს, ტელევიზია და მისი ჟანრობრივი კატეგორიები საპირისპირო არაფიქციურ თვისებისაა, მაგრამ ატარებენ ნატურალიზმის ანალოგიის სახეობას. არისტოტელე შენიშნავს თეატრალური წარმოდგენის შესახებ, რომ თეატრის ყურების დროს ადამიანი გამორთულია ყოველდღიური ცხოვრებიდან, რომელშიც ის პრაქტიკული მიზნებით ოპერირებს და გადართულია მოვლენათა ახალ სისტემაში: „ინტენსიური მოქმედებისგან დასვენებასა, და დამშვიდების“ რეჟიმშია. სერგი დანელია იქვე წერს, რომ სცენაზე განვითარებული მოვლენების არარეალურობა, სცენიურობა თანაგანცდას აღგვიძრავს. სინამდვილეში როდესაც ასეთ მოვლენას ვეჩხებით ჩვენ ნებისდა მიუხედავად, იძულებული ვართ გვერდი ავუქციოთ მას პრაქტიკული

მოტივაციით. თეატრი სწორედ ის სათანადო გარემო და დროა, როდესაც თანაგანცდა და საკუთარი თავში ძიება მოსახერხებელია. სცენის გარეშე კათარზისის მიღწევა მაყურებლისთვის შეუძლებელია. შეუძლებელია ის სპეციალურად წინასწარი გათვლით გავათამაშოთ რეალურ ცხოვრებაში და ვინმეს სიბრალულისა და თანაგანცდა შევუქმნათ. ეს ბარბაროსობა უფროა, ვიდრე ჰუმანური აქტი. ამის მაგალითია რომაული ცირკი - კოლიზეუმი. რომაულ ცირკში არა შებრალებისა და თანაგანცდისათვის არსებობს, არამედ შეუბრალებლობის აღსაზევებლად. ბერძნული თეატრის სპეციფიკაც სწორედ იმაში მდგომარეობს რომ მოვლენა სცენაზე უშუალოდ არ ხდება, არამედ ის *პირობითის, სცენიურონის პრინციპის* მატარებელია. ეს რომ საწინააღმდეგოდ ხდებოდეს, მაშინ მაყურებელი კათარზისს და სიამოვნებას ნამდვილად ვერ მიიღებდა. მაშინ ჩნდება კითხვა რა სხვაობა ტელემაყურებელსა და კოლიზეუმში მისულ ბრბოს შორის. აქ მხოლოდ იმის თქმა შეიძლება, რომ ხელოვნება, რომელიც მიმეზისის მყარ საფუძვლებზე დგას, არ შეიძლება აღრეული იყოს სატელევიზიო მედიუმის ენასთან. მას თავისი სპეციფიკა გააჩნია. გამოდის, რომ ტელევიზია ერთგვარი ანტითეატრია გამსჭვალული თავისი ნატურალისტური გამომსახველობით. შემთხვევით არ შეადარა ჟან ბოდრიარმა ლოს ანჯელესში გამართული ოლიმპიადის გლადიატორთა 'თამაშის სცენას': „რომაელებს გააჩნდათ სიმამაცე, დაედგათ მსგავსი სპექტაკლები მხეცებთან და გლადიატორებთან შერკინების სახით პირდაპირ სცენაზე; ჩვენს დროში ასეთი მოვლენები კულისებს მიღმა ხდება, შემთხვევით, შემოჭრით. ჩვენ განვიხილავთ ამ წარმოდგენებს მორალის სახელით, მაგრამ ყველაფერს ვაძლევთ ტელევიზორს რომ შთანთქმას იგი“.⁷

⁷ Jean Baudrillard, Transparence du mal, Galilée, Paris 1990 გვ.79

1.2.3 ტელევიზია და კინო

ერთ დროს კინო-დარბაზებში ჩვენებები მხოლოდ გართობის საშუალება იყო საზოგადოებისათვის. იგი ერთგვარი მაგიური ატრაქციონის როლს ასრულებდა, რომელიც პუბლიკას საკუთარი ილუზიონისტური სანახაობით თავს აწონდებდა. რაც უფრო დრო გავიდა და დაგროვდა გამოცდილება, არამხოლოდ ქრონიკული მოვლენების ასახვა დაიწყო მან, არამედ გარკვეული ამბის (ფაბულის) შექმნაც. გამოჩნდნენ ისეთი რეჟისორები, როგორებიცაა დევიდ გრიფიტი, სერგეი ეიზენშტეინი, ჩარლზ ჩაპლინი, ლევ კულეშოვი, ვსევოლოდ პუდოვკინი, მიგა ვერტოვი, ალექსანდე დოვჟენო და სხვები. ეკრანული გამომსახველური ენის შემქმნელიც, რა თქმა უნდა კინოა.

ორივე მათგანი საეკრანო სანახაობაა მაყურებლისთვის. მიუხედავად იმისა, რომ ერთი ფირზე ჩაწერილი და დამონტაჟებული დასაწყისისა და დასრულის მქონე აქტია და მეორე მიმდინარე ცოცხალ დროში სიგნალით გადაცემული ტელევიზორის ეკრანზე ასახული გამოსახულება. სატელევიზიო პირდაპირი გადაცემის რეჟიმს მართალია არ აქვს წინასწარ დამონტაჟების საშუალება, მაგრამ რეჟისორს სინქრონულად შეუძლია მოახდინოს გარკვეული ოპერაციები: ხედვის წერტილის შეცვლა, კადრის მასშტაბი, რაკურსი, შუქ-ჩრდილის ეფექტი და ა.შ. უმთავრესი რაც ტელემაუწყებლობას გააჩნია კინოსაგან განსხვავებით, მისი იკონური გამოსახულებაა. იგი იძლევა ტელეტრანსლირების უნიკალურ შანსს. კინოს შექმნის ადრეულ ეტაპზე ითვლებოდა, რომ თანადასწრების ეფექტი გამოსახულების უმთავრესი ღირებულება იყო, რაც არ აღმოჩნდა სწორი. კინომ თავისი ავტონომიურობა და გამომსახველობა კი შეინარჩუნა, მისი დრამატურგიული მოდელირების გამო, მაგრამ აქვე ტელევიზიამ მაყურებელს თანადასწრების განცდა გადმოიბარა. ტელევიზიაში კინო უკვე მკაფიოდ გამოკვეთილი ხელოვნების დარგად იქცა. ამასთან ერთად ტელევიზიამ რადიოთი შექმნილი მასობრივი მომხმარებელი გადმოიბარა და დაბადა 'გლობალური

სოფელი', მაკლუჰანის ტერმინოლოგიით მოახდინა დასავლური საზოგადოების „რეტრაიზალიზაცია“ და დააკავშირა ადამიანები ინფორმაციულად (Marshall McLuhan The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century, Oxford University Press, Oxford 1992) ამასთან ერთად ტელევიზიამ ინფორმაციული მიმოცვლის ტემპიცა და გამოხატვის ფორმებიც გაზარდა. იმისთვის რომ გავიგოთ სატელევიზიო ეკრანის სპეციფიკა ხაზი, უნდა გავუსვათ მის ტელევიკონურ რაობას (იხ. თავი 2.2)

1.3 საეკრანო გამომსახველობითი პირდაპირ ეთერსა და კინომეტყველებაში.

ტელევიზია არ იყენებს მხოლოდ მასკომუნიკაციისთვის სახელოვნებო გამომსახველობის საშუალებას. კინოსა და ტელევიზიის ენა საერთოა, რადგან ორივეს მედიუმი - ეკრანია. ჩვენ მოკლედ მიმოვიხილავთ მათ უმთავრეს პრინციპებს. კინოკადრის და კამერის ფირის პროპორციული ფართობი 3:4 - ია. ტერმინი კადრი გულისხმობს არამხოლოდ სივრცულ არამედ დროით მახასიათებლებს.

პლანი გულისხმობს დისტანციას კამერასა და ასახვის ობიექტს შორის მოცემულ კადრში, ასევე მისი კამერის ობიექტივის ფოკუსის ხარისხს. გამოიყენება ძირითადად სამი ტიპის პლანი: საერთო, საშუალო და მსხვილი, განსხვავებული გრადაციებით. ტრანსფოკატორის (ე.წ. ანალოგური არაოპტიკური ზუმის) გამოგონებამ საშუალება მისცა კამერას პლანის და მისი პოზიციის ცვლილების დროს ეკრანზე გამოსახული ობიექტების ზომების პროპორციების დაცვა.

ტერმინი რაკურსი აღებულია სახვითი ხელოვნების სფეროდან და მხატვრობის იმ პერიოდში გაჩნდა, როდესაც სიბრტყითი გამომსახველობიდან სიბრტყობრივ-პერსპექტივულ გამომსახველობაზე ხდებოდა გადასვლა. კამერის თვალსაზრისით

რაკურსი ცვლილება დამოკიდებულია კამერისა ობიექტივისა და აღქმული ობიექტის სივრცულ მიმართებასთან. არსებობს ჩვეულებრივი და არაჩვეულებრივი ტიპის რაკურსები. მნიშვნელოვანია აღინიშნოს რომ პერსპექტივა სატელევიზიო გამოსახულებას არ გააჩნია. ანალოგური სტუდიის ვიდეო კამერა სტუდიური სცენის პერსპექტივის ილუზიის საშუალებებს იყენებს. ტელე ეკრანი აბსოლუტურად განსხვავებულად გამოსახავს გარემოს ვიდრე ამას რენესანსის ლინეალური პერსპექტივა და კიარუსკუროს ტექნიკები, ან ანალოგური ფოტო აკეთებს.

ზემოთ ნახსენები ტერმინების კადრის, პლანისა და რაკურსის გარეშე ეკრანული გამოსახულება არ არსებობს. ამავე დროს გამოსახულება არ არის სტატიური, თითოეული კადრი შედგება ე.წ. 'კადრიკისგან', რომელიც თითო წამში 24 ჯერ იცვლება. ძმები ლუმიერების კადრები, მონტაჟის გარეშე ასახავდა მიმდინარე მოვლენებს. თუმცა აღმოჩნდა რომ ცელულიტის ლენტზე ტექნიკური მანიპულაციების საშუალებას იძლეოდა კადრების უსასრულო კომბინაცია მათი ერთმანეთზე გადაჭრა-გადაკვრით. ამ ტექნიკას მექანიკური მონტაჟი ჰქვია. მონტაჟი, რომელიც ლოგიკური ჯაჭვით ახერხებს სათქმელის გადმოცემას კონსტრუქციული მონტაჟი ჰქვია. ეს უკანასნელი არ არის აუცილებელი ზუსტი თანმიმდევრობით გადმოსცემდეს მოქმედებებს. საეკრანო გამოსახულების აქვს უნარი დროში 'შეკუმშული' სახით გადმოსცეს მოქმედება.

აუცილებელია საეკრანო ენის აღწერისას არ აღვნიშნოთ, თუ რა მნიშვნელობა აქვს კადრების თანმიმდევრულობას, რაც რეალობის ინტერპრეტაციის დიდ მრავალფეროვნებას გვაძლევს. მაგალითად სერგეი ეიზენშტეინი გვთავაზობს ორ მონაცვლე კადრს: 1. მწყემსი ერეკება ცხვრებს 2. იმავე გზაზე მიდიან მომლოცველები. მისი აზრით, ეს ისეთი ტიპის თანმიმდევრობაა, სადაც ცალ-ცალკე დამოუკიდებლად გასაგები ვერ იქნება. ამ კადრებში მეტაფორის ენაა გამოყენებული. პირველი კადრი გადატანითი მნიშვნელობით მიუთითებს მეორე

კადრის ხასიათზე. მეორე მნიშვნელოვანი მხატვრული ხერხი საეკრანო გამომსახველობის პარალელური მონტაჟია. მისი მეშვეობით რეჟისორი თანმიმდევრულად კადრებით ერთდროულად მომხდარი განვითარებულ ამბავს გადმოგვცემს ე.ი აქ არა ერთი ამბავია 'შეკუმშული' ლოგიკური განვითარების ჯაჭვში არამედ გადმოცემულია სინქრონულად არსებული სიტუაციების პარალელური გამოსახვა. გარდა ამისა პარალელური მონტაჟი იძლევა ე.წ ასოციაციური მონტაჟის საშუალებასაც, სადაც რეჟისორი თავის პოზიციას კადრს შორის მინიშნებებით გვაძლევს. ტემპი და რიტმი ასევე გამომსახველობის ერთ-ერთი ელემენტია და მაყურებლის ემოციურ მდგომარეობაზე ზემოქმედების საშუალებაა.

მონტაჟის გარდა მნიშვნელოვან როლს თამაშობს კამერის ხედიც. პანორამული ხედი ერთ-ერთი მათგანია. კამერა ადგილზე დგას და იგი მხოლოდ ხედვის მიმართულებას იცვლის. ის შეიძლება იყოს ჰორიზონტალური, ვერტიკალური. მაგალითად, ფეხბურთი მატჩის ტრანსლაციის დროს კამერა ძირითადად ჰორიზონტალურ პანორამას იღებს და ბურთის მოძრაობას მიუყვება. მეორე მნიშვნელოვანი პოზიცია ე.წ. თრეველინგია ('ნაეზდი' რუს.), როდესაც კამერა ჰორიზონტალურად ან ვერტიკალურად ჭრის სივრცეს რაკურსის კუთხის უცვლელად. თავის მხრივ 'თრეველინგი' შეიძლება იყოს წინა და უკუ მიმართულებით. მათი გამოყენება ხშირად იწვევს ობიექტის ფოკუსის სწრაფ ცვლილებას, ამიტომ მის მაგივრად სპეციალურ ობიექტივს იყენებენ. მესამე ხერხი ეს არის გადაღების ტრაექტორია. ტრაექტორიისა და პანორამის კომბინაციით კიდევ უფრო ახალი ტიპის გამოსახულების მიღება შეიძლება. ამის საუკეთესო მაგალითია ფილმი 'კუბა' (კალატოზიშვილი, ურეტევსკი). ამ ფილმში ჩვენ ვხედავთ კადრშიდა მონტაჟის გამომსახველობას, რაც ესოდენ დამახასიათებელია ტელემაუწყებლობისათვის - დროში ერთიანი გაუწყვეტელი კადრის გადაღების რეჟიმისთვის.

1.4 დასკვნა

თითქმის ყველა მედია თეორეტიკოსი ტელევიზიაზე საუბრისას შესავალშივე მიმოიხილავს მანამდე არსებული საკომუნიკაციო ფორმებს. კომუნიკაციების თეორეტიკოს მარშალ მაკლუჰანს არ გამორჩენია სხვა მედიუმებთან მიმართების შეფასებაც და მან მისი ბოლო ნაშორმიც სწორედ ამ საკითხს მიუძღვნა სათაურით "მედიის კანონები". იგი გვთავაზობს ნებისმიერი მედიუმის განვითარების კანონზომიერებას აღწერას ტეტრადის სქემის ფორმით (იხ. გრაფ. 2). ჩვენ განვიხილავთ სატელევიზიო მედიუმის ეფექტებს ზემოთ მოცემული საკომუნიკაციო საშუალებებთან შედარებით.

ა) პირველ რიგში ტელევიზორი აფართოებს მასობრივ აუდიტორიას, რომელიც თავის დროზე რადიომ დაბადა. შესაბამისად რადიოს ცენტრალური მნიშვნელობა **კლებულობს** და იგი უფრო ინდივიდუალური მოხმარების მედიუმი ხდება, წარმოშობს რა სხვადასხვა სუბკულტურულ ფენომენებს: მაგ. დისკჟოკეის პროფესია, ადგილობრივი მაუწყებლობის განვითარება და ა.შ. ხოლო ტელემაუწყებლობა ცენტრალურ როლს იკავებს პუბლიკის მასიფიკაციის მზარდ პროცესებში. ინფორმაციული მონოპოლიის პირობებში მოხმარების დონე შეიძლება არც შეიცვალოს დიდად, მაგრამ საზოგადოების ინტერესი შემცირდეს.

ბ) ტელე გამოსახულება მანამდე არსებულ მედიუმებს უკან იტოვებს თავისი ეფექტით. როგორც აღვნიშნეთ თეატრში მაყურებლის დაკვირვების ცოცხალი უნარი გაცილებით ნაკლებია სატელევიზიო ტელემაყურებლის პოზიციასთან შედარებით. ეს მოცემულობა სწორედ ადამიანის პერცეპციული და კოგნიტური უნარების **გაფართოებითაა** გამოწვეული. იგი ითავისებს საეკრანო ენის გამომსახველობას, ხოლო კინოს აქცევს ხელოვნების დარგის სფეროდ. თვალების მოძრაობა მინიმუმამდე დადის, ხოლო ტელე კამერა თავისით გადაადგილდება თვალების, თავის და ფეხების მაგივრად. ტელე იკონური გამოსახულება "დასხივებით" პროექტირდება მაყურებლის გარემოში და სინათლედ იქცევა, რაც

დამატებით ტექტილურ ელემენტებს შეიცავს. საბოლოოდ კი იგი ტელევიზორს მოზაიკად გარდაიქმნება: სენსორული პერცეპციათა 'კოქტეილად'. მხატვრული კომპოზიციური და კოლორიტული პატერნები კონვერტირდებიან ტელე იკონიურ ფორმებში და თავისი არსით ახალი სიცოცხლით ივსებიან.

გ) სატელევიზიო ეფექტი მასებზე არა უბრალო 'ჰიპნოტური' მახასიათებლით არამედ ადამიანებში ისტორიულად მივიწყებული მდგომარეობის გამოღვიძების ეფექტით ხასიათდება. მოცემულ შემთხვევაში მყისიერი მასობრივი საკომუნიკაციო ველი თემურ-ტრაიზალისტური ეპოქის ანალოგია მხოლოდ ელექტრონულ გარემოში გაცოცხლებული. ტრაიზალური ცნობიერებისთვის დამახასიათებელია მხოლოდ და მხოლოდ ორალური კომუნიკაციის რეჟიმი, სადაც პროცესუალობა იკავებს წამყვან ადგილს. ყურადღება გადაიტანება როლურ-მიმეტურ მოქმედებასთან ვიდრე ფრაგმენტირებულ სპეციალიზირებულ ცოდნასთან და მსოფლხმედველობებთან. ამასთან ერთად იცვლება პარადიგმატული მიდგომა სამყაროსადმი: რაციონალურ-ლინეალური აზროვნებითი სისტემიდან აკუსტიკურ აქტიურ პარტიციპაციული მდგომარეობისკენ.

დ) სატელევიზიო მედიუმს ისე როგორც ყველა სხვას გააჩნია უკუშედეგის ეფექტი. თუკი მოვახდენთ მანიპულაციებს სატელევიზიო მედიუმზე მივიღებთ გარკვეულ შედეგს (თუმცა მანიპულაციების შედეგად იგი უბრალოდ ვერ იარსებებდა). მაგალითისთვის მედია საინფორმაციო მონოპოლიზაციის პირობებში უკუშედეგი იქნება ან აუდიტორიის მიერ ალტერნატიული წყაროების ძიება, ან უკიდურეს შემთხვევაში პრე ელექტრონულ საკომუნიკაციო ხანაში გადასვლა - თავყრილობების, სამიზდატების, 'ტამიზდატების' და საპროტესტო გამოსვლების ფორმატებში. მეორე შემთხვევაში შესაძლებელია მოხდეს თავისუფალი ინფორმაციული ნაკადით გადატვირთვა და ახალი მითოლოგიური ნარატივების დაბადება. (თუმცა ორივე შემთხვევაში ეს მაინც შესაძლებელია).

2 თავი. მასკომუნიკაციის საშუალებების სტატისტიკა ისტორიულ კონტექსტში

2.1 ტელევიზორზე წვდომის სტატისტიკა

საბჭოთა კავშირში და მთლიანად მსოფლიოში ტელევიზორის მასობრივი მოხმარების განვითარება მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ იწყება. მექანიკურ, მცირე რაოდენობის ტელევიზორს ნელ-ნელა ცვლის შავ-თეთრი, მაგრამ იაფი და ხელმისაწვდომი ელექტრონული ტელევიზორი. იუნესკოს 1985 წლის ოფიციალური სტატისტიკის მიხედვით 1970-იან წლების ადრეულ პერიოდში საგრძნობლად იწყება სატელევიზიო აუდიტორიის ზრდა. მსოფლიოში დაახლოებით 273 მილიონი ტელემიმღები იყო, ხოლო მაყურებელთა რაოდენობა კი 883,9 მილიონამდე. ამ მედიუმის უმეტესი წილი განვითარებულ ქვეყნებზე მოდიოდა და ძირითადად ორად იყოფოდა საბჭოთა კავშირით და ამერიკის შეერთებულ შტატებად. (International flow of television programmes; Reports and papers on mass communication; Tapio Varis, Vol.:100; 1985 გვ.17). ასე მაგალითად 1970 წლისთვის აშშ-ს ტელეაუდიტორია 84,600 მლნ.-ს შეადგენდა, ხოლო სსრკ-სი 34,800 000, რაც მსოფლიოს აუდიტორიალური წილის 30.8 (აშშ) და 12.7 (სსრკ) პროცენტები იყო. შემდგომ დეკადის ბოლოს 1980 წელს აშშ 142,000 მლნ.-ს, ხოლო სსრკ 85,000 მლნ. მაყურებელს მოიცავს, რაც მთლიანი მსოფლიო აუდიტორიის 29.5 და 17.7 პროცენტებია. სატელევიზიო პოპულაციის რიგი შემდეგი ქვეყნებით გრძელდებოდა: იაპონია გფრ, დიდი ბრიტანეთი, საფრანგეთი, იტალია, ბრაზილია, კანადა, გდრ. (1970 წ.)⁸.

საბჭოთა კავშირში სატელევიზიო აუდიტორიის კვლევა 70-იან წლებში დაიწყო. (ნ.ლეონიძე, ტელეჟურნალისტიკა, თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი 2002) ყურადღება ექცეოდა თითოეული არხის პოტენციურ მაყურებელს

⁸ Tapio Varis, დასახ.კვლევა.

(დაფარვის ზონის პოპულაცია), ფაქტობრივი მაყურებლის მონაცემებს (ტელემომღებთა რაოდენობა). მონაცემები იყოფოდა სხვადასხვა პარამეტრებით: სოციალური პირობების, სქესის, ასაკის, თავისუფალი დროისადმი დამოკიდებულების ტიპის მიხედვით. თუკი შევხედავთ ზოგად ტენდენციას კვლევების მიხედვით თავისუფალი დროის გატარების სასურველი ფორმა ტელევიზორის ყურება ცამეტ საქმიანობას შორის მერვეზე იყო, ხოლო რეალური გამოყენების თვალსაზრისით მეორეზე (სხვაგან წასვლის და სტუმრების მიღების შემდეგ).

70-80-იან წლების ბოლოსთვის დადგინდა, რომ ტელევიზიის გამოყენება თავისუფალ დროს ენიჭებოდა უპირატესობა და მასზე 15 საათს ხარჯავდნენ, რაც საერთო მაყურებელთა რაოდენობის 40 პროცენტი იყო. 100 ოჯახზე 1960 წლიდან ხუთ-ხუთი წელიწადის ინტერვალით 1985 წლამდე ტელევიზორის რაოდენობა შემდეგი მლნ. ერთეულით პროგრესირებდა 8, 15, 32, 59, 85, 97, 107. 1960-66 წლებში მილიონ ნახევრიდან 4 მილიონამდე რაოდენობით ავიდა ტელევიზიის წარმოება .(იხ.გრაფიკი 3).

საქართველოს რესპუბლიკის დედაქალაქის მასშტაბით, ტელევიზიამ ჩაატარა 1971 წელს საკმაოდ ვრცელი გამოკითხვა⁹ სოციოლოგ ფირსოვის მიდგომების მიხედვით. გამოკითხვის მიზანი ტელემაყურებელთა სხვადასხვა ფენის დამოკიდებულების დადგენა იყო. მისი გამოკითხვის მიხედვით შემდეგი სურათი გამოიკვეთა: ტელემაყურებელთა პროფესიული ჯგუფების უმრავლესობა იყვნენ მუშები (55,3%), ვაჭრობის დარგის მუშაკები (14,3%), მეცნიერ-მუშაკები (8,7%), მასწავლებლები (5,4%), ექიმები (5,4) და ა.შ. მათგან უმრავლესობას გააჩნდათ საცხოვრებელი ფართი (საკუთარი, კომუნალური ან ნაქირავები). სულ გამოკითხულთა რაოდენობა 1200 ადამიანისგან შედგებოდა. მოცემული კვლევის

⁹ Фирсов Б. - Телевидение глазами социолога. М., 1971

დასკვნიდან გამომდინარეობდა აზრი, რომ ტელევიზორის ქონის წინაპირობად მოქალაქეთა პროფესია და ასაკი წარმოადგენდა.

თუმცა, როგორც ნ.ლეონიძე აღნიშნავს, ის რომ 'არც პროფესიული კუთვნილება, არც განათლების დონე, არც ფულადი შემოსავალი არ განსაზღვრავდნენ სხვაობას ურთიერთსაპირისპირო ჯგუფებს შორის. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ტელევიზორის შეძენის ფაქტი არ ემორჩილებოდა კონტროლს მიზეზებისას, რომელიც დაკავშირებულია ადამიანის სოციალურ მდგომარეობასთან, მის ადგილთან საზოგადოებრივი კიბის საფეხურზე¹⁰ - უბრალოდ არასწორი იყო, თუნდაც იმ მონაცემებიდან გამომდინარე, რომ გამოკითხულთაგან ტელევიზორის მქონეებს გააჩნდათ საცხოვრებელი (კერძო ან კომუნალურ სახლებში), ხოლო არმქონეთა უმრავლესობა ნაქირავებ ფართში ცხოვრობდა (55,3%). საშუალოდ ერთ ადამიანზე პირველთ შემოსავალი ჰქონდათ 80,1 მანეთი თვეში, ხოლო მეორეთ კი 72,4 მ. ტელევიზორი არამფლობელები მეტწილად ახალგაზრდები და მარტოხელა ადამიანები იყვნენ ნაკლები მატერიალური შემოსავლით. ისინი, როგორც წესი, გადაცემებს შემთხვევიდან შემთხვევამდე უყურებდნენ (46%) ანდა ნათესავებთან და ნაცნობ-მეგობრებთან (25,6%) მხოლოდ 8,5 % კლუბებსა და სამუშაო ადგილებში.

საინტერესო იყო, კითხვაზე, თუ რატომ შეიძინეს ტელევიზორი და რა მიზნით - პასუხს თავი აარიდა გამოკითხულთა 46,6%. ამას მკვლევარი ხსნის იმით, რომ კითხვა მათ უაზროდ მოეჩვენათ და ისედაც ფიქრობდნენ ტელევიზორის ქონის აუცილებლობას. აქედან შეიძლება დავასკვნათ, რომ ტელევიზაციის პროცესი საკმაოდ მაღალი იყო.

თავად ტელემაყურებელთა ყურების სიხშირე დამოკიდებული იყო მათ საცხოვრებელ პირობებზე, კერძო ბინის მფლობელები უმეტეს დროს ატარებდნენ ტელევიზორთან, ვიდრე ისინი ვინც საერთო საცხოვრებელში, ან ქირით

¹⁰ Фирсов Б. - Телевидение глазами социолога. М., 1971 გვ.110

ცხოვრობდა. „ზომიერ“ ტელემაყურებლებს წარმოადგენდა ინტელიგენცია, მოსამსახურეები და მუშები. ხოლო „ზომიერზე“ მეტ დროს ტელევიზორთან ატარებდნენ ის მოსწავლეები და მუშები, რომელთაც ჰქონდათ საცხოვრებელი პირობები. გართობის მიზნით ყურება ძირითადად მუშებს მიეწერებოდათ, ხოლო სწავლის მოტივი მოსწავლეებს, მასწავლებლებსა და მეცნიერებს.

საინტერესოა ისიც, რომ კინოთეატრებში დამსწრება ტელევიზაციის ფონზე არ შემცირებულა. გამოკითხულთა მხოლოდ 15,7 %-მა აღნიშნა, რომ კინოთეატრს უფრო და უფრო იშვიათად სტუმრობდა. 54,6 % თვლიდა, რომ ტელევიზიას ხელი არ შეუშლია ამაში, ხოლო 29,6% მიიჩნევდა, რომ საერთოდ არაფერი არ შეცვლილა მისი კინოში სტუმრობის სიხშირეში.

სტატისტიკის მიხედვით 1965 წლისთვის გაყიდული ტელევიზორის რაოდენობა ქალაქსა და სოფელში ერთად აღებული 42,2 ათას ერთეულს აღწევდა, ხოლო 1980 წელს 91,9 ათას ერთეულს. (იხ. ცხრ. 2).

2.2 რადიოს სტატისტიკა

აქვე შედარებისთვის მოვიყვანოთ სხვა მედიების გავრცელების რაოდენობასაც სატელევიზიო მედიუმთან მიმართებაში, რათა ობიექტური სურათი დავინახოთ. 1927 წლიდან რადიომაუწყებლობა ხორციელდებოდა 3 პროგრამით, ქართულ, აზერბაიჯანულ, რუსულ და სომხურ ენებზე¹¹. რადიომიმღებების გაყიდვის რაოდენობა ტელევიზორებთან მიმართებაში შემდეგია: 1965 წელს 57,9 ათასი 42,2 ათასთან; 1970 წელს 67,2/71,5 ათასთან; 1975 წელს 76,9/89,8 ათასთან; 1980 წელს თითქმის უთანაბრდება 94,5/91,9 ათასი, მაგრამ მომდევნო წლებში

¹¹ Грузинская Советская Социалистическая республика. იხ. წყარო:
<https://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/015/461.htm>

ტელევიზორი დიდი უპირატესობით იყიდება რადიოსთან მიმართებაში 103,5 ათას და საგრძნობლად უსწრებს (იხ. ცხრ. 2).

2.3 ტიპოგრაფიული მედიუმის სტატისტიკა

რაც შეეხება ბეჭდვით მედიუმს - ბროშურები და წიგნები 1980 წლისთვის მხოლოდ ქართულ ენაზე გამოიცა 11350,8 ათასი ცალი ეგზემპლარით, მათ შორის თარგმნილი იყო 3305,1 ათასი ეგზემპლარი. 1921-1980 წლებში სულ გამოცემულ იქნა 73,5 ათასი ერთული წიგნი 363, 4 მლნ ეგზემპლარის ტირაჟით. ფუნქციონირებდა მსხვილი გამომცემლობები: 'საბჭოთა საქართველო', 'მეცნიერება', 'განათლება', 'ნაკადული', 'მერანი'. 1970 წლისთვის გამოიცა 2211 წიგნი და ბროშურა, მთლიანად - 15944 ათასი ეგზემპლარით. ჟურნალების და სხვადასხვა ბეჭდვით გამომცემლობებმა 132-ს მიაღწია (წლიური ტირაჟი 14,424 ათას ეგზ.) 'საქართველოს კომუნისტი', 'მნათობი', 'დროშა', 'საბჭოთა საქართველო', 'ნიანგი', 'საქართველოს ქალი', 'საბჭოთა ხელოვნება', 'დილა', 'პიონერი' და სხვა. 1970 წლისთვის 142 გაზეთი მათ შორის 12 რესპუბლიკური, 7 ავტ. რესპუბლიკის, 9 ქალაქის, 66 რაიონის, 15 კოლმეურნეობისას შეადგენდა¹². რომ დავაჯამოთ მაგალთად 1970 წლისთვის გამოდიოდა 12821 ათასი ეგზემპლარი წიგნი, ჟურნალი და სხვა პერიოდული გამოცემა 14424 ათასი ეგზემპლარი, გაზეთი 589 ათასი (Народное хозяйство грузинской ССР, Статистический ежегодник, Издательство Сабчота Сакартველო.Тбилиси, 1984 გვ. 251).

შედარებისთვის ჩვენ შეიძლება, ვნახოთ 1913 და 2015 წლის წიგნის და სხვა ბეჭდვითი საშუალებების სტატისტიკური მონაცემები. 1913 წელს რუსეთის იმპერიის ოფიციალური მონაცემებით თბილისში გამოცემული წიგნების რაოდენობიდან 635 სახელწოდების წიგნის 958,285 ტირაჟიდან ქართული ენაზე

¹² იხ. წყარო: <https://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/015/461.htm>

გამოცემული წიგნების რაოდენობა 236-ს უდრიდა, 478,383 ეგზემპლარი ოდენობით. პერიოდულ პუბლიკაციებს (ჟურნალ-გაზეთები) რაც შეეხება, თბილისში 71 ერთეული იყო, ხოლო ქუთაისში 18, ე.ი საერთო ჯამში ისინი 89 ერთეულს ითვლიდნენ.¹³

თუკი დავაჯამებთ მთლიან წიგნების საგამომცემლო ისტორიას 1629 წლიდან 1921 წლამდე, სულ 6 ათასამე წიგნი იქნა გამოცემული, საერთო 1,5 მლნ. ტირაჟის ოდენობით.¹⁴

2015 წლის მონაცემებით წიგნებისა და ბროშურების ტირაჟი 3.1 მლნ. ეგზემპლარი, ჟურნალების ტირაჟი 27.8 მლნ. ეგზემპლარი, გაზეთები 314 მლნ ეგზემპლარი¹⁵.

2.4 ტელეგრაფი და ტელეფონიზაცია

პირველი სატელეგრაფო კავშირი მსოფლიო და საქართველოს მასშტაბით ჯერ კიდევ მეცხრამეტე საუკუნეში გაიბა ძმები სიმენსების კომპანიის მიერ. 1971 წლიდან დაიწყო ამ პროექტზე მუშაობა და პირველი კავშირი თბილისსა და კოჯორს შორის დამყარდა, რასაც მალევე მოჰყვა 1893 წელს პირველი სატელეფონო კავშირის დამყარება იმავე ხაზზე. 1893 წლის 11 ივლისს გაზეთი 'ტიფლისკი ლისტოკი' წერს: 'ამ დღეებში თბილისი და კოჯორი ერთმანეთს დაუკავშირდა გვოზდევის ტელეფონით, რომელიც ტელეგრაფთან ერთდროულად და ერთ ხაზში მოქმედებდა. იგივე "ტიფლისსკი ლისტოკი" 15 ივლისის ნომერში იტყობინებოდა,

¹³ Россия 1913 год, Статистико документальный справочник, Санкт-Петербург, 1995

¹⁴ დასახ. წყარო: <https://www.booksite.ru/>

¹⁵ იხ. წყარო: საქსტატის მონაცემები: <http://www.geostat.ge>

რომ "ამ დღეებში, ტფილისში, ტელეფონის ქსელის მშენებლებმა ჩაატარეს თბილისსა და კოჯორს შორის ტელეფონირების ცდები".¹⁶ . გასაბჭოების შემდგომ 1936 წლიდან მოქმედებდა სატელეფონო ხაზის სააგენტოც (ТрүзТАГ).

2.5 დასკვნა

ჩვენ სტატისტიკურ მონაცემების მიხედვით ვადგენთ ორ ტენდენციას. პირველი ეს არის ზოგად-უნივერსალური მედია ეფექტები და ცვლილებები პატერნში, ხოლო მეორე იდეოლოგიური ფაქტორი, რომელიც ატარებს მედია პოლიტიკის მიზნებს და ამოცანებს.

მსოფლიოს ზოგადი ტენდენცია ზემოთ მოცემული სტატისტიკის მიხედვით არ განსხვავდება საქართველოს მონაცემებისგან, თუმცა ფორმები შეიძლება სხვადასხვა იყოს, რაც დამოკიდებულია განსხვავებულ გარემოებებზე. ასე მაგალითად, თუკი შევადარებთ სოფელში გაყიდულ ტელევიზორთა რაოდენობას ქალაქთან დიდ სხვაობას შევამჩნევთ. ქალაქი მეტად მოიხმარს ტელევიზორს ვიდრე სოფლად მცხოვრები, თუმცა მეორეს, მხრივ სოფლად მეტია კოლექტიური ყურება¹⁷. რადიომ როგორც ამერიკაში, ისე საბჭოთა კავშირში ცენტრალური ადგილი დაუთმო ტელევიზორს. ამერიკელი მედია მკვლევარი ელენ მიცკევიჩი თავის წიგნში 'გაყოფილი სიგნალები', ახმოვანებს მის ერთ-ერთი რესპონდენტის წუხილს: "ახალგაზრდები ახლა სატელევიზიო თაობას წარმოადგენენ. სკოლის დირექტორმა თბილისში, მითხრა, რომ ბავშვებს გაუჩნდათ ყურადღების კონცენტრაციის პრობლემა მას შემდეგ რაც ტელევიზორი გახდა პოპულარული" (Spit Signals, Ellen Mickiewicz, New York Oxford University Press, 1988, 204გვ.) მედია

¹⁶ იხ. წყარო: <https://www.kvirispalitra.ge/history/6499-pirveli-satelefono-kavshiri.html>

¹⁷ (Spit Signals, Ellen Mickiewicz, New York Oxford University Press, 1988, 205გვ.)

მკვლევარი ელენე მიცკევიჩი მიიჩნევს, რომ 80-იანი წლების ბოლოსკენ საბჭოთა რეალობაში იგივე პროცესი მიდის, რაც ამერიკული საზოგადოებისთვის ტელევიზიის გამოჩენის ადრეულ პერიოდშივე დაიწყო. ის აღნიშნავს, რომ მიუხედავად პროგრამის შინაარსობრივი სხვაობისა, ორივე ქვეყნის შემთხვევაში ტელევიზიამ მსგავსი რეაქცია გამოიწვია. უმთავრეს სხვაობად პატერნებში ავტორს მიაჩნია უმაღლეს სასაწავლებელდამთავრებულთა და მასზე დაბალ განათლება მიღებულ პირებს შორის დამოკიდებულებების სხვაობა. პირველთათვის ტელევიზორი ნაკლებ მნიშვნელოვნად ითვლებოდა და უპირატესობას ბეჭდურ მედიუმს ანიჭებდნენ, მეორეთათვის კი პირიქით. თუმცა საბოლოო გამოკითხვებით დადგინდა, რომ ტელევიზორის ყურების ხანგრძლივობა კვირის განმავლობაში თანაბარია, მიუხედავად მათი განსხვავებული დამოკიდებულებებისა.

რაოდენობრივი შედარებით ჩანს, რომ ტიპოგრაფიული მედიუმი საკმაოდ დიდი რაოდენობის იყო და რამდენიმე მილიონით აღემატებოდა, როგორც რუსული იმპერიის დროს (1913 წ.), ასევე ოცდამეერთე საუკუნის (2015) დროის ტირაჟს. ციფრებიდან აშკარად ჩანს, რომ პირველ შემთხვევაში წელიწადში გამოცემული წიგნის რაოდენობა და ისიც მათ შორის არაქართული ენისაღ უმეტესობა პრაქტიკულად ვერ აკმაყოფილებს პოპულაციას და ერთ კაცზე ერთი მთელი ერთეულიც ვერ მოდის. რა თქმა უნდა, ეს მონაცემი თვისებრივ კონტექსტში სრულიად არაფრის მომცემია, მაგრამ თავად ფაქტი ადასტურებს მასობრივი განათლების და წერა-კითხვის ცოდნის დონეს ქრონოლოგიურ პერსპექტივაში. მარშალ მაკულუჰანის მოსაზრებით, საბჭოთა კავშირი საკუთარი პოლიტიკური ვერტიკალის ჰომოგენიზაციის მიზნით, ვიზუალურ ტექნოლოგიები ეყრდნობოდა მექანიკურ-ინდუსტრიული ეპოქის უმთავრეს ინფორმაციულ იარაღს - ტიპოგრაფიას. ასეთი ფორმაცია კი ჯერ კიდევ სივრცის ტრადიციულ მექანიკურ აღქმას ემყარებოდა, რაც იმას ნიშნავდა, რომ ის უნდა ყოფილიყო განგრძობითი, კავშირებადი და ერთიანი. ტელემედიუმის ასეთმა მძლავრმა შემოსვლამ როგორც

ჩანს უკვალოდ არ ჩაიარა, განსაკუთრებით ახალგაზრდებსა და სხვა სოციალურ ჯგუფებში.

საბჭოთა სისტემა სრულ ინდუსტრიალიზაციას ახდენდა ეკონომიკის, სახელმწიფო ინსტიტუციებში ბილინგვური წესით ოპერირებდა ისევ ბეჭდვითი და ტიპოგრაფიული მედიუმების სრული დატვირთვით. შესაბამისად სივრცის ინდუსტრიული პრიმატი მოიცავდა ყველა სხვა დანარჩენ მედიუმს. ეს მიაწინებდა ერთს იმაზე რომ სახელმწიფოს პოლიტიკის წარმმართველი პირები მიეკუთვნებოდნენ ჯერ კიდევ წიგნისა და საგაზეთო მომხმარებელთა თაობას, რომელთათვისაც ფურცელზე დაწერილი ციფრები და სიტყვები უფრო ჭეშმარიტი იყო ვიდრე სატელევიზიო ან რადიო სიგნალი. თუმცა მეორეს მხრივ ამას ხელი არ შეუშლია საბჭოთა პროპაგანდისტული მედიების მოზაიკური განვითარებისადმი პირიქით იგი შეადგენდა კიდევ მის ერთ-ერთ მძლავ იარაღს. თუკი სურათს მსხვილი მასშტაბით დავაკვირდებით, ვნახავთ, რომ მხოლოდ ქართულენოვანი ბეჭდვითი მედიუმებიც კი რაოდენობრივად დღევანდელ მონაცემებთან შედარებითაც დიდია. რა თქმა უნდა, მსგავსი შედარების დროს გასათვალისწინებელია ის ფაქტორი, რომ ეს მონაცემები მხოლოდ კონტროლირებადი ტერიტორიებიდან არის აკრეფილი, თუმცა ზოგადი ტენდენცია მაინც აშკარად სახეზეა. შესაბამისად საბჭოთა მედია წარმოების ასეთი აქცენტირებული ხედვა ვიზუალურ პატერნებზე, მაშინ, როცა სისტემა ელექტრონულ საკომუნიკაციო არხებს იყენებდა, შეუძლებელია არ ასახულიყო ტელევიზიაზეც, მის მაყურებელსა და საზოგადოებაზე, ისევე, როგორც პროპაგანდის იდეოლოგიებსა და მათ დამოკიდებულებაზე ტელეგამოსახულებისადმი თუ ზოგადად რეალობისადმი.

3 თავი. მასკომუნიკაციის მოდელები და მათი ეფექტები

3.1 ტრანსპორტაციის მოდელი

ტრანსპორტაციული მოდელი ამერიკელი მათემატიკოსის კლოდ შენონის მიერ იქნა შექმნილი. იგი შემდეგი სქემით აღიწერება: შეტყობინების შემქმნელი ‘გამგზავნისგან’, რომელიც სხვა ადამიანებისა თუ საგნების საშუალებით ატყობინებს მიმღებს კონკრეტულ მნიშვნელობას. ამ შეტყობინების ‘კოდირება’ სიმბოლო - სიტყვებით ხდება. სიტყვები კონვერტირდება წერილობით ფორმის სხვადასხვა *სტილში* - იქნება ეს წერილის, წიგნის, პუბლიკაციის თუ სხვა. ამ პროცესს თან ახლავს ‘ხმაურის’ ეფექტი, რომელიც აღმქმელამდე მისვლის (სივრცეში ტრანსპორტირების) დროს ჩნდება. ეს შეიძლება იყოს **ფიზიკური მანძილისა და დროის** ფაქტორი, საგაზეთო პუბლიკაციაში ცენზურა¹⁸. მეორეს მხრივ მიმღებს ‘დეკოდირებისთვის’ სჭირდება იმავე ტიპის ლექსიკური და სინტაქსური აპარატი, რომ წაიკითხოს ტექსტი.¹⁹ „ელექტრობამდელი კომუნიკაციის ხანაში სამხედრო სფეროში საჭირო შეტყობინებების შორ მანძილზე გაგზავნას გადამწყვეტი მნიშვნელობა ჰქონდა... კავშირის ცალმხრივობის გამო, შეცდომის დაშვების რისკი საკმაოდ მაღალი იყო. მას აკლდა მრავალმხრივი უკუკავშირი, როგორც ეს პირისპირი კომუნიკაციას ახასიათებს“ (The Resonpsive Chords, Garden City, NY: Anchor Press, New York, 1971, გვ. 4) მთავარი საკითხი ამ თეორიაში ინფორმაციის მოძრაობაა. იქ სადაც ინფორმაცია მნელად მოძრაობს, სატრანსპორტაციო თეორიის ვალიდურობა იზრდება და გადამწყვეტ როლს თამაშობს, როგორც ვაჭრობაში, ისე სამხედრო თუ ეკონომიკურ სფეროებში.

¹⁸ შენონ-ვივერის მოდელი იხ. გრაფიკა 1

¹⁹ ძველი ინგლისური სიტყვა ‘to read’ ნიშნავდა გამოცნობას.

დღევანდელი დღისთვის სატრანსპორტო კომუნიკაციის ფორმა გამოუსადეგარია პროცესების ასახსნელად, რადგან კომუნიკატორსა და მიმღებს შორის წინაღობა ფაქტიურად ქრება. მისი სიჩქარე იმდენად იზრდება, რომ გვიჭირს საკომუნიკაციო არხისა და გაგზავნილი შინაარსის გამოყოფა ერთმანეთისგან. მართალია, გადასვლა დასავლური ბეჭდვითი საკომუნიკაციო რეჟიმიდან მეორე ელექტრონული ტიპის კომუნიკაციის რეჟიმზე არ იყო მყისიერი და მასაც ახლდა ‘გაურკვევლობები’, მაგრამ მისი ეფექტები მეოცე საუკუნის სამყაროში უკვე სახეზე იყო.

ამერიკელი ხმის ინჟინერი და მედია კრიტიკოსი ტონი შვარცი თავის წიგნში ‘The Responsive Chords’ (ექოები) წერს, რომ ელექტრონული ერის მედიუმს ახლებური თეორიული განმარტება სჭირდება. მისი აზრით, ბეჭდურმა სიტყვის მონოპოლია ჭეშმარიტების განსაზღვრაზე ელექტრონული კომუნიკაციების ხანაში უადგილოა, ვინაიდან მათ განსხვავებული ‘გრამატიკა’ აქვთ. ასე მაგალითად, თუკი სიტყვა წარმოადგენდა რეალობის ეკვივალენტ სიმბოლოს, ახლა სატელევიზიო გამოსახულება სხვა გამომსახველობით მედიუმზე არც თუ ნაკლები დამაჯერებლობით გამოირჩევა. ისევე, როგორც დღეს ტელევიზიას სმარტფონი ანაცვლებს და ითავსებს მის ფუნქციებს.

მარშალ მაკლუჰანი აკრიტიკებდა ტრანსპორტაციულ თეორიას და კომუნიკაციის თეორეტიზაცია ნაკლებ მნიშვნელოვნად მიაჩნდა. ის პროცესებს უფრო დამკვირვებლის და ინტერესის პოზიციიდან უყურებდა, ვიდრე მეცნიერული სქემატიზმის პრიზმიდან. „მაკლუჰანი ხშირად აღნიშნავდა, რომ არ არსებობდა კომუნიკაციის თეორია დასავლეთში. ეს ჩვენი ვიზუალური კულტურის ნაკლოვანებაა, რაც იმას ნიშნავს, რომ ჩვენ არ გვაქვს ცვლილებების თეორია. კომუნიკაცია ხომ ცვლილებაა. თუკი ეს პროცესი მიდის, მაშინ მიმღები რაიმენაირი ფორმით ან ხარისხით უნდა შეიცვალოს. ჩვენი ‘ზოგადი აზრი’-ის იდეა კომუნიკაციებზე მხოლოდ და მხოლოდ მესიჯების ტრანსპორტაციას გულისხმობს ერთი ადგილიდან მეორეზე. შენონი და ვივერის მტკიცებამ დასავლეთის ყველა

‘კომუნიკაციის თეორიას’ ერთი მოდელი შეუქმნა: ტრანსპორტაციის თეორია და არა კომუნიკაციის თეორია... მათი ‘თეორია არ მოიაზრებს ცვლილებებს - გარდა ‘ზმაურისა’ (რომლის მნიშვნელობის აღიარებასაც ესე გაურბიან ისინი).²⁰

3.2 ელექტრონული საკომუნიკაციო მოდელი - რეზონირებადი ბგერები.

ახალ არხებს - რადიოს, პრესას, ტელევიზიას ეძლევა შესაძლებლობები, რომ ბეჭდვითი მედიუმის გიგანტი წიგნი ჩაანაცვლოს. ‘ტრანსპორტირების’ თეორიას ელექტრო-მაგნიტური ტალღებით მოქსოვილი სივრცეები ათავისუფლებენ მყარი წიგნის მედიუმის ფორმატის შინაარსისგან და ახალ ელექტრონულ საკომუნიკაციო არხებში იწყებენ დინებას და თავის დამკვიდრებას.

ბეჭდვითი მედიუმისთვის დამახასიათებელი ლინეარულობა არამხოლოდ ასოთა გრაფიკულობაა, არამედ მათი კითხვის წესიც. საზოგადოებრივი სტრუქტურებიც ანალოგურ ფორმას იძენენ. სამართლის კანონები წიგნის მოცემულ ლინეარულობასთან იდენტიფიცირდება. ენა ამას თავისებური სიზუსტით აფიქსირებს სხვადასხვა მონათქვამებში - “სწორ-არასწორ” კონოტაციებში მორალურ და ნორმატიულ ღირებულებებთან მიმართებით. საპირისპიროდ “ერთ წრეზე ტრიალი” არალოგიკურობასა და ირაციონალურობაზე მიაწიწებს. ენობრივ ხაზობრიობით დამკვიდრებული წარმოდგენები იგივედება ‘ანბანურ ქეშმარიტებებთან’.

არაინდუსტრიალიზებული ეთნოსისთვის, ან ტომისთვის დამახასიათებელი ენდემური პატერნები არა ვიზუალური არამედ აუდიალურია, სადაც პირდაპირი კომუნიკაციის პრიმატი მოქმედებს, რადგან წერა-კითხვა ან არ იცოდნენ, არ იყო

²⁰ Eric McLuhan, Marshall McLuhan’s Theory of Communication: The Yegg, Global Media Journal -- Canadian Edition, University of Toronto, Canada 2008

ცხოვრებაში აქტიურად გამოყენებული. ამ კულტურებში მაკლუჰანი მოიაზრებდა აფრიკულ, აღმოსავლურ ქვეყნებს და ისევე როგორც რუსეთს.

მოდერნიზირებულ და ტექნოლოგიების სამყაროში ინფორმაციული ნაკადის მყისიერი თანამყოფობა ბუნებრივ და სამყაროს ორგანულ ნაწილად აღიქმება ხოლმე. თუმცა ტექნოლოგიურად იგი სულ სხვაგვარი სახით ხორციელდება. სატელევიზიო გამოსახულების მიღებამდე ელექტრო-ტალღური ინფორმაციის დეკოდირებას ტელემიმღები იკონოსკოპის საშუალებით ახდენს, რაც საკმაოდ კომპლექსური ტექნოლოგიური პროცესია.

იკონოსკოპი ეს არის კათოდური სხივური მილაკის პირველი ნაირსახეობა, რომელიც რუს-ამერიკელ ინჟინერ-გამომგონებელს ვლადიმერ ზვორიკინს ეკუთვნის. მანვე პრაქტიკაში დაამკვიდრა მისი გამოყენება. იკონოსკოპის მთავარი ფუნქცია იყო სითბურ-ელექტრონული ენერგიის გამოტყორცნა სპეციალური მოზაიკურ სამიზნე თეფშზე, რომლის შემდეგაც მასზე არსებული გრანულები უნდა გააქტიურებულიყო. საბოლოო შედეგად კი ვლდებულობდით გამოსახულებას. მიუხედავად სასურველი შედეგისა, კამერების იკონოსკოპი მხოლოდ ძლიერ შუქს აფიქსირებდა და ამასთან ერთად მოუხერხებელიც იყო. ომის შემდგომ იკონოსკოპი ახლებურმა ეკონომიურმა და შუქზე მგრძნობიარე მილაკების თაობამ ჩაანაცვლა დასავლეთში 'ემიტრონი'-ს და შემდგომ 'ვიდეკონი'-ს, ხოლო საბჭოთა კავშირში იგივე 'глетикон'-ის სახელით.

მეორეს მხრივ, ასახული ელექტრონულ-სხივური ინფორმაცია ტელემიმღებში ე.წ. კინესკოპზე - იგივე ტელე ეკრანზე ფიქსირდება. ამ პროცესს გადამწყვეტი როლი აქვს მაყურებლის კოგნიტური პროცესისთვის, შესაბამისად, მის აღწერას მეტ დროს დავუთმობთ.

ტელე გამოსახულების უკეთ გასაგებად შევადაროთ კინოთეატრში პროეცირებულ გამოსახულებას. კადრები ეკრანზე წამის $\frac{1}{4}$ და $\frac{1}{6}$ - ში ისახება სრულად. თითოეულ

მომდევნო კადრს შორის გამოსახულება ჩანს ეკრანზე. 'მოძრაობა' აღიქმება ტვინში მიღებული პირველი და მომდევნო კადრის დაკავშირებით, მათ მნემე მეხსიერება თავად უხმობს წინა რეგისტრირებულ კადრს, აკავშირებს მასთან და შემდგომ ელის მომდევნოს. მსგავსი პერცეპციული რეჟიმი სრულიად განსხვავდება თვისებრივად ცოცხალი აღქმის მდგომარეობისაგან, როდესაც თვალი მუდმივად 'იზომბება' ელექტრულ-მაგნიტური ტალღური კონტინუუმით და მნემე მეხსიერებას არ საჭიროებს მოძრაობის ილუზიის შესაქმნელად. პროეცირებული ფილმი ჩვენში რეკონსტრუირებად რეჟიმშია. რაც შეეხება სატელევიზიო ეკრანის გამოსახულებას, მისი ვიზუალური სტრუქტურა რადიკალურად ფრაგმენტირებულია. თუკი ჩვენ ეკრანის წამიერ გამოსახულებას დავყოფთ 2000 ნაწილად მაშინ 1/2000 წამში ვნახავთ, რომ არც ერთი მომდევნო გამოსახულების სურათი არ იქნება სრული ეკრანზე. იმიჯი რომელსაც ჩვენ ტელე ეკრანზე ვხედავთ არასოდეს არის იქ! ის რასაც ჩვენ ეკრანზე დავინახავთ 1/2000 წამში იქნება რამოდენიმე ელექტრონული ნათურის სხივი ან მათგან შემდგარი პჭკარედი. კინესკოპური გამოსახულება სწორედ მისი სტრუქტურულ-წერტილოვანი და ხაზოვანი თანმიმდევრობის აგების სტილით ანუ **მოზაიკურობით** განსხვავდება ფოტოგრაფიული ან ფილმის მედიუმისაგან. მისი ნებისმიერ 1/2000 წამში გადაღებაც ერთიან გამოსახულებას მოგვცემს და არა ნაწილობრივს. კინესკოპური გამოსახულების აღქმა ანალოგიურია და ფაქტიურად არ განსხვავდება არსებითად ჩვენი სმენითი პერცეპციული აპარატისაგან. მას ჩვენი ტვინი შესაბამისი რეგისტრაციის და მის მომდევნო ინფორმაციული ერთეულის წინა რეგისტრირებულ სიგნალთან დაკავშირებით ოპერირებს. ამიტომ პროეცირებული ფილმისგან განსხვავებით კინესკოპის სხივურ-ინფორმაციული პაკეტის გადამუშავება უფრო ინტენსიურ კოგნიტურ აქტივობას მოითხოვს ფსიქიკისგან. პროეცირებულ ფილმის გამოსახულებას სურათი შეგვიძლია ვუწოდოთ, სატელევიზიო იმიჯი უფრო **სკულპტურული და იკონურია** თავისი სტრუქტურით. იგი თავისი დეფინიციით დაბალი ხარისხისაა,

რაც, თავის მხრივ, ინსტიტუტურად მაყურებელს უბიძგებს თავად შეაკავშიროს მოზაიკური სკულპტურები ავტომატურ რეჟიმში.

კომუნიკაციების მკვლევარი ტომას შვარცი ასკვნის, რომ ტელემაყურებლის თვალი ფუნქციონირებს ისე, როგორც ყური. ვიზუალური იმიჯი ელექტრონულ და სხივურ წერტილებად იყოფა, აუდიალური პერცეპციის ტალღურ-ბგერითი პაკეტების ანალოგურად. აუდიალური პერცეპციაც მნემე მეხსიერების გამოყენებით ფუნქციონირებს. ყურის აპარატი შემოსულ ბგერით ტალღებს მყისიერად არ აღიქვამს. ტვინი ავტომატურ რეჟიმში ნაწილ-ნაწილ (ბიტებად) აფიქსირებს და შემდგომ აერთიანებს ხმას. ის ავტომატურ რეჟიმში მოქმედებს, მიუხედავად მისი დანაწევრებული პერცეპციული აპარატისა. აქედან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სატელევიზიო მედიუმში აუდიალური ტიპის მედიუმია ე.ი გააჩნია მყისიერი დაკავშირების, ყურადღების მიპყრობის თვისება.

მარშალ მაკლუჰანი ტელევიზიურ გამოსახულებას კიდევ სხვაგვარ ინტერპრეტაციას უკეთებს: 'უმეტესობა ტექნოლოგიების წარმოშობს განცალკევებული შეგრძნებების გახშირებას. დასავლელი ადამიანისთვის ეს გაფართოება მოხდა ფონეტიური დამწერლობის საშუალებით, რომელიც ძირითადად ემყარება ვიზუალურ პერცეპციას. ფონეტიკური დამწერლობა წიგნის მედიუმის პრიმატის სახით იოლად მოხლეჩადი და ფრაგმენტირებადია სხვა შეგრძნებებისგან. იგი გამოდევნის სემანტიკურ კომპლექსურობას. სატელევიზიო გამოსახულება ადადგენს ანალიტიკური აზროვნებით ფრაგმენტირებულ სენსორიუმს'. (marshall mcluhan, understanding of media. New york city, 1976, გვ. .368). დამწერლობითი ტექნოლოგია სატრანსპორტო კომუნიკაციურ მოდელში მოიაზრება, ხოლო სატელევიზიო - ელექტრონულში. შესაბამისად, მისი ფორმებიც და ეფექტებიც გარემოზე განსხვავებულია.

ტელევიზია მოდერნის ეპოქის ხორცშესხმული პროექტია. მოდერნის ეპოქაში პოპულარული იყო სინესთეზიის იდეა.

ედგარ ალან პო და არტურ რემზო დიდ ყურადღებას უთმობდნენ ისეთ კომუნიკაციის ტექნოლოგიურ გამოგონებებს, როგორიც იყო ტელეგრაფი და გაზეთი. დროით-სივრცული ბარიერების გადალახვა მათ შემოქმედებაში ნამუშევრის სიმბოლურ-სტრუქტურული სახით გადმოსცემდა. სიმბოლისტურ პოეზიაში თავად მკითხველს უნდა გამოეცნო ავტორის მიერ სპეციალურად ჩადებული ფარული აზრი. მეორეს მხრივ, ალან პომ შექმნა ნოველის ახალი ჟანრი დეტექტივი, სადაც მკითხველი პროცესში ხვდება საიდუმლოს. ტელევიზორი ამავე სტრუქტურის საუკეთესო რეალიზებად შეიძლება ჩაითვალოს.

თუკი ანტიკურ ცივილიზაციაში სატრანსპორტო გარემოს აგურ-აგურ დაპროექტებაში, ლინეალური გზებით და ხიდებით გამოიხატებოდა, კინესკოპური გამოსახულების მოზაიკის ეფექტი თანამედროვე ეპოქაში მსოფლიოს ერთიან ინფორმაციულ ქსელში მყისიერ თანადასწრების (Involvement) ქმნის. მათ შორის სხვაობა ის არის რომ მოზაიკა ვიზუალური სტრუქტურა არაა და თავის მხრივ არც რომაული კედლებია მოზაიკური აგებულების. თუკი პირველი სივრცულობას წარმოაჩენს ერთიან, განგრძობითად და განმეორებადად მეორე პირიქით, უფრო ტაქტილურია, რომელიც ერთდროულად ასოცირებად და დისოცირებულ მდგომარებას იძლევა. მოდერნის ხელოვნება, თანამედროვე ფიზიკა და ელექტრო-ინფორმაციული პატერნები უფრო განყენებულად შეიმეცნება, სატელევიზიო მოზაიკა კი მხოლოდ ასოცირებულ მდგომარეობაში აღიქმება სრულად.

3.3 ტელეხატი, როგორც სატელევიზიო მესიჯი

მილიწამებში კათოდური მილაკით ნასროლი სხივურ-წერტილოვანი და ბგერით-ტალღური ეფექტები წარმოადგენენ რეზონანსული თეორიის საყრდენს. ამ ელექტრონული საკომუნიკაციო რეჟიმში ინფორმაციის მიმოცვლა ახალ დამკვიდრებულ პატერნს აყალიბებს ტელემაყურებლებში, რაც იმპულსურ რეაქციებში გამოიხატება. გარდა ამისა, არამხოლოდ ინდივიდუალურ არამედ

კოლექტიურ გამოცდილებადაც იქცევა იგი, რადგან მისი გავრცელება გავრცობადი და ყოვლიმომეველია. ელექტრონულ კომუნიკაციაში სტიმული პაკეტში არსებული შიგთავსის (შეტყობინების) აქტივაციით რეზონირებს კომუნიკანტსა და მიმღებს შორის. სხვადასხვა სტიმული სხვადასხვანაირი ფორმით ახდენს მიმღებში პატერნალიზაციას. სატელევიზიო მოზაიკური გამოსახულება მხატვრული გამოსახულებისგან და, ზოგადად, გარესამყაროს მხედველობითი პერცეპციისგან არამხოლოდ ასახვის შესაძლებლობებით, არამედ უპირველეს ყოვლისა სხივის ქიმიური და ფიზიკური არსით განსხვავდება. სატელევიზიო იმიჯი, განსხვავებით კლასიკური ხატურისა თუ ფერწერისაგან, კონსტრუირდება არა პიგმენტზე შუქის არეკვლის შედეგად, არამედ კინესკოპზე ელექტრონის რადიაციული სითბური შუქ-დასხივებით (ვიდეო გადამღების იკონოსკოპში გავლის შედეგად). თუკი ნახატის ყურებისას სიბრტყე ჩვენსკენაა მომართული და ფუნჯის მონასმებს ვაყოლებთ თვალს, ამ შემთხვევაში პირიქითაა. და ჩვენ ვართ მიმართული ე.წ. მოზაიკური სიბრტყისკენ, რაც პირდაპირ ახდენს გავლენას ჩვენს კოგნიტურ აქტივობაზე.

კანადელი მედიათეორეტიკოსი მაკლუჰანი სატელევიზიო ეკრანის გამოსახულებას ხშირად ადარებს პოსტ იმპრესიონისტ მხატვარ ჟორჟ სეროს შემოქმედებას. პუანტილიზმის ტექნიკა ეკრანის მოზაიკურობის ფერწერული ანალოგია. მისი ფერწერული ტილოები „parade de cirque“ (1889), „Eiffel Tower“ (1889), „Grande Jatte“ (1888), და ა.შ. - ყველა მისი ნამუშევარი ვიზუალურად მოგვაგონებს ეკრანის მოზაიკურ ელექტრონულ-სხივურ ზედაპირს. მაკლუჰანი ეკრანის ‘დამასხივებელი’ ეფექტს უსვამს ხაზს და მას ფრანგი ფოვისტის ჟორჟ რუოს მოფერადებულ სარკმლების სერიებსაც ადარებს, რომელიც ფრანგული სოფლის დ’ასის ღვთისმშობლის ეკლესიაშია სხვა პროექტებთან ერთად. მკვლევარის მტკიცებით, მხატვრობამ იწინასწარმეტყველა სატელევიზიო მოზაიკური იკონურობა: „შეხებითი შეგრძნება, ბერძნულად იგივე ‘ჰაპტიკა’ ერთ-ერთ მთავარ ხაზს წარმოადგენდა პოლ კლეს, უოლტერ გროპიუსის და ზოგადად ბაუჰაუზის

სასწავლო კურსში 1920-იანი წლების გერმანიაში. ტაქტილობა გვთავაზობს გარკვეულ ნერვულ თუ ორგანიკულ ერთიანობას ხელოვნების სახით. აპერესპექტიულობის ტენდენციები მკვეთრად ჩნდება ჯერ კიდევ სეზანის შემოქმედებაშიც. (Marshall McLuhan, Understanding Media The extensions of man, London and New York, გვ.121). პროფესიით ლიტერატორმა ავტორმა ეს პოეზიაშიც შენიშნა ჯერად ჰოპკინსის ლექსის 'ნაკლოვანების მშვენიერება'-ის მაგალითზე²¹.

მაკლუჰანი თავის ნაშრომში 'მედიის გაგება' განმარტავს, რომ 'ვიზუალური გამომსახველობა იძლევა საშუალებას გავაკეთოთ ცალკეული დროით-სირცული მონაკვეთის იზოლირება, როგორც ეს რეპრეზენტაციულ ხელოვნებას შეუძლია - დააფიქსიროს ადამიანი თუ საგანი ცალკეულ ფაზაში, მომენტსა და ასპექტში. ამასთან შედარებით, იკონოგრაფიული ხელოვნება ქმნის ე.წ. **ინკლუზიურ ხატს**. იგი შედგება მრავალი სხვადასხვა მომენტის, ფაზისა თუ ასპექტებისაგან. აქედან გამომდინარე იკონური მოდალობა არ არის ერთი მომენტის ვიზუალური რეპრეზენტაცია და ვიზუალური აქცენტირება. იგი ტაქტილური უცაბედი მოდალობაა და არა წინასწარ განზრახული. იგი ტოტალური, სინთეტური და ჩამყოლია მთლიანი სენსორიუმით'. როგორც ყველა მოზაიკისთვის, სამგანზომილებიანობა უცხოა ტელეხატისთვისაც. მაყურებლის მიერ მისი პერსპექტივის განცდა ფოტო და ფილმის მედიუმებისგან მიღებული ჩვევაა. ამიტომაც ბევრისთვის რთული იყო პირველად სატელევიზიო გამოსახულების აღქმა. მათ მხოლოდ სიბრტყულ პერსპექტივაზე ჰქონდათ თვალი შეჩვეული და მოზაიკურობა დიდ გაუგებრობას იწვევდა ამ თაობაში, ისევე როგორც აბსტრაქტული ხელოვნება.

²¹ იხ. წყარო: Pied beauty - <https://www.poetryfoundation.org/poems/44399/pied-beauty>

4 თავი. საბჭოთა მასკომუნიკაციური (პროპაგანდის) მოდელის კრიტიკული ანალიზი

4.1 კომუნიკაციური მართვის სტილი და ხასიათი

ტოტალიტარული მედიის ტიპში თეორეტიკოსებს გაჰყავთ საბჭოთა ტელევიზიაც, ხშირ შემთხვევაში იგი განსხვავდება ავტორიტარული ტიპისგან. ამ უკანასკნელში მოცემულია ერთ პიროვნების ქვეშ არსებული ძალაუფლებრივი პირამიდა, რომელიც აკონტროლებს ინფორმაციულ ნაკადს და ორიენტირებულია სტატუს ქვოს შენარჩუნებაზე. „ტოტალიტარული მედია კი სტრუქტურულად არამხოლოდ ინფორმაციის მაკონტროლებელია, არამედ სისტემაში, სადაც იგი მთლიანადაა მწარმოებელი სახელმწიფო სერვისებისა და საქონლის, მოქმედებს საზოგადოების სრული გარდაქმნის მიზნით²². დასავლური ჟურნალისტიკის გაგებაში არსებობს ორი ტიპის ლიბერტარიანული მიდგომა: პირველი წარმოადგენს აზრთა პლურალიზმს, იმ დაშვებით, რომ ყველა ადამიანს თავისი სუბიექტური სიმართლე გააჩნია და შესაბამისად ყველას უნდა შეეძლოს მისი გამოხატვა. მეორე ანგლო-საქსონური ჟურნალისტური ტრადიცია კი ფაქტოლოგიისკენ იხრება, ცდილობს ნაკლებად დაუშვას ინტერპრეტაციები. თუმცა, ორივე შემთხვევაში ცალკე აღებული მედიამაუწყებლობა სუბიექტურია იმ პრინციპით, რომ იგი მოიზაიკურია.

რეზონანსული თეორია არ იზიარებს პროგრამული შინაარსის გავლენის ეფექტებს და თვლის, რომ შინაარსის თვალსაზრისით ეფექტი მეორეადია. უმთავრესი როლი ამ შემთხვევაში მაინც ენიჭება მასტიმულირებელი რეაქციის პროცესს და მის მახასიათებლებს.

²² A Handbook of Media and Communication Research Qualitative and quantitative methodologies, Klaus Bruhn Jensen, London and New York, გვ.277

დასავლელი და საბჭოთა მედია თეორეტიკოსები 50-იან წლებში 'ინვაზიური' თეორიის მარტივ სქემას ემყარებოდნენ. მოცემული თეორიული საფუძველი ბიჰევიორისტული სწავლების გავლენის ქვეშ აღმოცენდა, მაგრამ ამერიკაში ეს მიდგომა მაშინვე იქნა უარყოფილი ემპირიული მონაცემებით, შემდგომში ამ თეორიის უუნარობა საბჭოთა კავშირმაც აღიარა: „ჰიპოდერმული დარწმუნების მოდელი მასმედიის საშუალებით მხოლოდ რიტორიკაა - ვერც ერთი მედია კამპანიის კვლევებმა ვერ დაადასტურეს მისი ადკევატურობა. თეორიის მიხედვით, საკმარისი იყო მედია შეტყობინებების მრავალჯერადი გამეორებით მასებისთვის სასურველი დამოკიდებულების და ქცევის შეცვლა (Split signals Television and Politics in the Soviet Union Ellen Mickiewicz, New York Oxford OXFORD UNIVERSITY PRESS 1988 გვ.181).

საინტერესო იყო ის რომ საბჭოთა პროპაგანდის ერთ-ერთი თეორეტიკოსი სპარტაკ ბეგლოვი ანტიკომუნისტურ ელემენტებს შორის ერთ-ერთს ინფორმაციის აიდეოლოგიურობას მიიჩნევდა. ამიტომ საჭიროდ თვლიდა ახალგაზრდების იდეოლოგიური იმუნიზაციას. (ე.ი უკან ბეჭდვითი მედიუმის ლინგვისტურ კატეგორიებში შემოზღუდვას), ამის განსახორციელებლად კი ბევრი რამ იყო ხელის შემშლელი ფაქტორი. თუნდაც ის, რომ მოსახლეობის უმრავლეს ნაწილს რუსეთში არ ესმოდათ ისეთი ტერმინები, როგორებიცაა - 'შემარცხენე ძალები, 'კოლონიალიზმი' 'იმპერიალიზმი' და ა.შ. ამის პარალელურად 'კაპიტალისტური ნარჩენების' ნარატივიც ნელ-ნელა ქრება მედია რიტორიკიდან. მეორეს მხრივ მუსიკის აკრძალვაც ამ მხრივ სხვადასხვა 'ანტისაბჭოური' მოვლენები არსებული რეალობიდან გამონაკლის შემთხვევებს მიეწერებოდა. ასეთი მექანიკური წარმოდგენები სწორედ ზემოთ აღნიშნული 'ინვაზიური' მოდელის შედეგი იყო, საიდანაც გამოსავალი ინფორმაციული იზოლაცია იყო. თუკი გავითვალისწინებთ პოლიტიკური რეჟიმის მონოპოლიურ ხასიათს ცოდნასა და ინფორმაციაზე უნდა ვივარაუდოთ, რომ ზოგჯერ სატელევიზიო მედიის ეფექტი ყოფილიყო მაღალი ზოგჯერ კი დაბალი. სხვადასხვა წყაროებზე დაკვირვებებით იკვეთება, რომ

ტელევიზიისადმი ნდობა კრიტიკულ სიტუაციებში ხდება გადამწყვეტი. თუკი ზემოთ ნახსენებ ინფორმაციული ვაკუუმის პირობებს გავითვალისწინებთ მაშინ ლოგიკური შედეგი მასობრივი პუბლიკის გამოსვლები უნდა ყოფილიყო, ხოლო ტელევიზია მისი სამიზნე. შემთხვევითი არაა რომ მზარდი სტუდენტური გამოსვლებიც 80-იანი წლებში მასმედიის ინფორმაციული იზოლაციას ემთხვეოდა.

მაკლუჰანი თავის საჯარო ლექციებში არაერთხელ ამბობდა, რომ დაპყრობითი ომები და კოლონიზაცია არამხოლოდ ფიზიკური შეტაკებებაა, არამედ იგი ინფორმაციული ელემენტისგანაც შედგება. მისი თქმით, ნებისმიერ კოლონიზატორს - ამ შემთხვევაში იგი ამერიკას გულისხმობდა ვიეტნამთან მიმართებაში - აქვს კულტურული დასწავლის პროგრამებიც კოლონიის მიმართ. მილიტარიზმი და განათლება ამ კონტექსტში ერთიანი ღირებულებებია. საბჭოთა ტელევიზიაც ამის ილუსტრაციას იძლევა. ეს სულაც არ ნიშნავს ბრძანებით ტონალობას და სამხედრო შემახილს. საბჭოთა ტელევიზიას გააჩნდა საკმაოდ ღია და შეუფარავი ტონალობა მხატვრულ-პოეტური და პროზაული ლექსიკის დიფუზიის ფორმით. ამის შესახებ ტელევიკონურობის გარჩევის დროს ვისაუბრებთ.

ამერიკელი მედია მკვლევარი ელენ მიცკევიჩი მკაფიოდ აღწერს საბჭოთა მედიის, კერძოდ, ბეჭდვითი პრესის კონტექსტუალობას: „ალბათ, ყველაზე მთავარი ელემენტი საბჭოთა მედიის სისტემაში ინფორმაციის აქტუალობის საკითხია. სწორედ ამ აქტუალობის მიხედვით განსაზღვრავს ტელევიზია თუ გაზეთი საკუთარ საქმიანობას; ეს პოლიტიკა კი პარტიის მიერ თავიდანვე არის მოცემული. პლურალიზმის (შეჯიბრებითობის) უარყოფა მათი მიდგომის მიხედვით გამომდინარეობს **სციენტისციზმის** პრიმატიდან. მარქსის ლენინისისეული ინტერპრეტაცია - „მეცნიერული სოციალიზმი“ მოითხოვს, რომ ნებისმიერ ახალი იდეა თუ თეორია განსჯილ იქნას მცდარ ან ჭეშმარიტ (მეცნიერულ ან არამეცნიერულ) კრიტერიუმებად და თუ საჭირო არის, უნდა დააკორექტიროს წინა წარმოდგენები. ასეთი მიდგომა ალბათ პრიმიტიულად ჩანს, მაგრამ მსგავსი

დიქტომიური ხედვა ლენინის ფუნდამენტური იდეა იყო. მას მიაჩნდა, რომ სხვადასხვაგვარი იდეების თანაარსებობა არამეცნიერული მოვლენა იყო...მარქსიზმი, როგორც მეცნიერება უნდა აღმატებული ყოფილიყო მანამდე არსებულ (არამეცნიერულ) საზოგადოებრივ და ისტორიულ მოდელებზე. ამიტომაც ერქვა გაზეთს 'pravda', რაც სიმართლეს ნიშნავდა. შესაბამისად, უნდა დავასკვნათ, რომ მედიაც გაჯერებული იქნებოდა საგანმანათლებლო (საყოველთაოდ მიღებულ ფარგლებში) შეტყობინებებით ამ 'მეცნიერულ' ასპექტში'. (Split signals Television and Politics in the Soviet Union Ellen Mickiewicz, New York Oxford Oxford University Press, 1988 გვ.29).

ელენ მიცკევიჩის ეს შეფასება მაკლუჰანის ტერმინოლოგიაზე რომ გადმოვთარგმნოთ, გამოდის - არც მეტი არც ნაკლები- **საბჭოთა შიდა პოლიტიკის ტოტალური ბეჭდვითი მედიუმის პრიმატის გაცხადება განსხვავებული ელემენტების ჰომოგენიზაციის ინსტრუმენტარიის სახით**. ბეჭდვითი და ვიზუალურ-გრაფიკული მედიუმის პრიმატი საბჭოთა რეალობაში აუდიალურ-ორალური ენდემური კულტურების ფონზე ყველგან შესამჩნევია. როგორც მარშალ მაკლუჰანი აღნიშნავს, საბჭოური მონოლითური პრესისგან განსხვავებით ამერიკის კულტურაში პრესა კომუნალური იმიჯის შემქმნელია. წიგნმა ევროპაში ჩამოაყალიბა ნაციები და ენობრივი იდენტობი მასობრივი სივრცის შექმნით. რუსეთში განსხვავებით ამერიკისგან, სადაც არასოდეს ყოფილა პოლიტიკურ ძალთა ფრაგმენტაცია და კოლექტიური თანაგანცდა აღმატებოდა ინდივიდუალურს, სრულებით სხვა ფუნქციას ასრულებდა ბეჭდურ მედია: იგი საკომუნიკაციო სივრცის ჰომოგენიზაციას ემსახურება. (Marshall McLuhan Understanding Media The extensions of man London and New York 1964). აბსოლუტური ჰომოგენიზაციის გზაზე მას საერთო ინტეგრაციული კომუნიკაციის სივრცე უნდა შეექმნა, *რათა ეთნიკურ-ლინგვისტური აპარატი* მაქსიმალურად შემცირებულიყო.

მაკლუჰანის შეფასებით საბჭოთა პოლიტიკა მიმართულია საკუთარი საბაზრო სისტემის შესანარჩუნებლად ორალური ენდემური კულტურების ვიზუალურ-მედიალურ რეგისტრში ასაყვანად, რათა მოახდინოს საკუთარი ძალაუფლებრივი ვერტიკალის ფუნქციონირება. საბაზრო სისტემაში არამართო ეკონომიკური აქტივობა, არამედ ყველა ის ინსტიტუცია მოიაზრებოდა, რომლებიც ქმნიდა, როგორც ტელეპროდუქტს, ასევე ცოდნას.

4.2 პირისპირი აგიტაციიდან „ელექტრონული აგიტატორამდე“ საბჭოთა სახლებში

იმის გასაგებად თუ რატომ იყო საბჭოთა ტელევიზია სპეციფიური ტელეკონური ხასიათის მის ადრეული საკომუნიკაციო კონტექსტი უნდა გავიხსენოთ. ეს მოდელი ეფუძნებოდა ტრანსპორტაციული კომუნიკაციის თეორიას, რომელიც მარტივი სქემით აღიწერება და მასზე უკვე ვისაუბრეთ (თავი 3.1). რევოლუციის ადრეულ ხანებიდანვე ლენინისეული პროპაგანდის მეთოდოლოგია შედგებოდა სამი ტიპისგან:

1. **კოლექტიური პროპაგანდა**, დღევანდელი გაგებისგან განსხვავებით, იგი გულისხმობდა იდეოლოგიურ გადარწმუნებას არა მასების მასშტაბით, არამედ რამდენიმე ინდივიდის ან ცალკე აღებული ადამიანების დონეზე. ასეთი კომუნიკაცია ძირითადად ინტელექტუალური და სპეციალიზირებული ხასიათის იყო. პროპაგანდისტი უნდა ყოფილიყო იდეების, მოსაზრებების ამხსნელი, რომელიც ისაუბრებდა პარტიული გაზეთის წერილებიდან გამომდინარე. კომუნიკაციურ თეორიაში მას ორნაბიჯიანი დინების მოდელითაც იცნობენ. იგი ამერიკაში ადრეულ პერიოდში მარკეტინგ ტექნოლოგიებში გამოიყენებოდა, თუმცა

აქტუალობა დაკარგა კვლევითი და ემპირიული სიმწირის გამო (Split signals Television and Politics in the Soviet Union Ellen Mickiewicz, New York Oxford OXFORD UNIVERSITY PRESS 1988 გვ.183).

2. **კოლექტიური აგიტაცია** გაცილებით დიდ მასებზე იყო გათვლილი და საჭიროებდა ორატორულ თვისებებს, სადაც ინფორმაციულობას ფაქტების და მოვლენების ჰიპერბოლიზაცია ანაცვლებდა. რევოლუციის შემდეგ, რაც მასობრივად დაინერგა წიგნიერება (წერა კითხვა, განათლება), ხოლო შემდგომ მოხდა ტელევიზაცია, პროპაგანდამ აგიტაციის როლი შეითავსა და, შესაბამისად, პირდაპირი საუბრების დონეზე აგიტაციამ რევოლუციამდელი სახით ფუნქცია დაკარგა (Glasnost, Perestroika and the Soviet Media, Brian McNair, London and New York 2006 გვ. 14).

3. “გაზეთი მხოლოდ კოლექტიური პროპაგანდა არ არის, იგი ასევე კოლექტიური ორგანიზატორია”- წერდა ლენინი (В.И Ленин, С чего начать? 04.05.1901 искра N4). **კოლექტიური ორგანიზატორობაში** მოიაზრებოდა პარტიული ცენტრების შექმნა და ადგილობრივ დონეზე აქტივობები: მედია და პოლიტიკური პარტია ერთიან ორგანიზაციას წარმოადგენდა. ეს მნიშვნელოვანი იყო კადრებისთვის ელემენტარული საგამომცემლო და ყოველდღიურ პოლიტიკურ საქმიანობაში გამოცდილების მისაღებად. შეიძლება ითქვას ლენინი, პროპაგანდის მეთოდულაში აშკარად ყურადღებას ამახვილებდა გაზეთის მოზაიკურ კოლექტიურ ჩართულობაზე, მიუხედავად იმისა, რომ ჯერ კიდევ ელექტრონული კომუნიკაციები არ იყო განვითარებული ჯეროვნად.

ლენინის პოსტულატები მედიისადმი ამით არ შემოიფარგლებოდა. რევოლუციის შემდგომ პერიოდში მან მიიღო ოთხი მოკლე სახელმძღვანელო დებულება საბჭოთა ჟურნალისტებისათვის: 1. პარტიულობა/იდურობა 2. კავშირი მასებთან (მასობრიობა/ხალხურობა) 3. სიმართლის დაცვა და ობიექტურობა

(მიუკერძოებლობა) 4. ღიაობა (გლასნოსწი). (Glasnost, Perestroika and the Soviet Media, Brian McNair, London and New York 2006 გვ. 15).

საბჭოური კომუნიკაციის ფორმებში ინდივიდუალური დონე (პროპაგანდის საფეხური) კლებულობს და აქცენტირება გადადის 'ხალხურობაზე', 'მასობრიობასა' და კოლექტიურობაზე. მედიის დამოკიდებულება საბჭოთა ადამიანზე მხოლოდ მის სპეციალიზირებული და სოციალური სტატუსის ნიშნებით განისაზღვრება (მუშები, კოლმეურნეები, მოსწავლეები, ინტელიგენცია...). სტალინურ ეპოქაში მძლავრი კოლექტიური-ინდუსტრიალიზაციის ნაკადი აფორმირებს ინფორმაციული სივრცეს და მის ვიზუალურ ჰომოგენიზაციას ახდენს, ტრადიციული სატრანსპორტო კომუნიკაციის საბოლოო ეტაპზე. ამის პარალელურად საკავშირო მასშტაბზე ვითარდებოდა ეროვნულ-კულტურული მედიალური მრავალფეროვნება, როგორც **სუბკულტურული ერთეული და ეთნიკურ-ლინგვისტური განათლების მოცულობა მასობრივად იზრდება.**

ამერიკული მედია მკვლევარებისთვის შესამჩნევია, რომ საბჭოთა ჟურნალისტები (რომლებიც აუდიალურ კულტურის ნაწილნი არიან) პარადოქსულად მათივე მსგავსად არა ტელეფონს, არამედ კალმით ჩანაწერს ამჯობინებენ, რაც მათ **ლიტერატორებს** უფრო ამსგავსებთ, ვიდრე ჟურნალისტებს. ეს კი ელექტრონულ ხანაში თავისთავად დიდ ინსტიტუციურ მედიალურ ოპერირების შეუთავსებლობაზე მიუთითებს. მაკლუჰანის დაკვირვებით, ბეჭდვითი პრიმატის ამერიკულ კულტურაში კომერციალიზაციამ ინფორმაციის ოპერატიულობა მოითხოვა და ამიტომ ელექტრონული კომუნიკაციების ათვისება სწრაფად მოხდა ჟურნალისტიკაში, სოციალისტურ სისტემაში კი ინფორმაციულობის სიჩქარის საჭიროება არასოდეს იყო გამომწვევი ფაქტორი, პირიქით იგი შენელებულიც იყო მანიპულაციური მოტივაციით.

საბჭოთა მოდერნიზაციის პროექტი, როგორც ვთქვით, ბეჭდვითი მედიუმის პრიმატზე იდგა, მიუხედავად მისი ელექტრონული კომუნიკაციების

განვითარებული ქსელებისა - იქნებოდა ეს ტელევიზია თუ რადიო. მათი ორიენტირი **ლიტერატურაცენტრის**ტული იყო. წიგნის მედიუმს, როგორც მონოლოგის საუკეთესო სამეტყველო ჟანრს, რომელიც დიდაქტიკასთან, ამაღლებულ ტონალობასთან ასოცირდება, გააჩნდა დიდი ეფექტი ნაციონალური ერთეულის მობილიზაციისთვის.

მას შემდეგ, რაც ხრუშოვის ეკონომიკურმა რეფორმებმა კოსიგინის ხუთწლედების სახით ვერ გაამართლა და დადგა ეკონომიკური 'უძრაობის' ხანა, აშკარა იყო, სისტემა მხოლოდ შიდა რესურსებით ვერ გააგრძელებდა ფუნქციობას. სივრცის წინასწარი დაგეგმვა, ლინეალური ფორმების პროექტირება დიდ დანაკარგებთან ასოცირდებოდა. მმართველობით ვერტიკალს აკლდა არა ცოდნა ან კვალიფიკაცია, არამედ უმეტესწილად **ინფორმაცია და ტექნოლოგიები** (Split signals Television and Politics in the Soviet Union Ellen Mickiewicz, New York Oxford, Oxford University Press, 1988 გვ.187). მხოლოდ 80-იანი წლების ბოლოს მედია პოლიტიკა 'დაუბრუნდა' ლენინისეულ პირვანდელ ფორმას, რაც მეტ ინდივიდუალურ მიდგომას გულისხმობდა, თუმცა უკვე **ელექტრონული მასკომუნიკაციების** პირობებში. ასევე დადგა ახალი ამბების **ოპერატიულობის, სიმულტანობის და მაყურებლის თანადასწრების (Involvement) ეფექტის** საჭიროება. შესაბამისად 'მობრუნება' ცვლილებებისკენ, უკვე გარდაუვალი იყო. იგი დამტკიცდა კიდეც 1987 წლის 27-28 იანვრის საბჭოთა კავშირის ცენტრალური კომიტეტის კომპარტიის პლენუმის კრებით. მიღებული მედია პოლიტიკა მეტ ღიაობას გულისხმობდა, რასაც კომუნიკაციურ არხებში ინფორმაციულ მეტაბოლიზმი უნდა გაეზარდა.

პარალელურად რეგიონალურ დონეზე სატელევიზიო ფორმატის შესაძლებლობები მუდმივად ექსპერიმენტირების რეჟიმში იყო, ამიტომაც საქართველოს ტელევიზიის ტელეგამომსახველობის პრაქტიკული მცდელობები ადრეულ პერიოდიდანვე დაიწყო: „60-იან წლებში ტელევიზია აქტიურად ცდილობდა საეკრანო ფორმების გამოყენებას და ვიზუალური ინფორმაციის წილი ახალი ამბების გამოშვებაში

განუწყვეტლივ იზრდებოდა. მაგრამ აქ გამოიკვეთა ერთი უარყოფითი ტენდენციაც: თუ ზეპირი ინფორმაციის სიმრავლე ვიზუალურად აღარიბებდა ტელესაინფორმაციო გამოშვებას და მას ახალი ამბების რადიობიულეტენს ამსგავსებდა, კინოჟრონიკის მეთოდებით მომზადებულ გამოშვებას აშკარად აკლდა კომუნიკაციური აქტიურობა მისი არაპერსონიფიცირებული ხასიათის გამო (ამგვარი გამოშვება, ისევე როგორც საინფორმაციო კინოჟურნალი, არ ითვალისწინებდა კადრში დიქტორის ან წამყვანის ყოფნას - აუცილებელი ტექსტი კადრგარეთ იკითხებოდა)²³. თუმცა ცოტა ხანში აღმოჩნდა, რომ დიქტორის როლიც განსხვავებული ფუნქციის იყო. ვიდრე ჟურნალისტის: „...დიქტორების კომენტატორებით შეცვლას სხვა, გაცილებით ღრმა აზრიც ჰქონდა ინფორმაციის სარწმუნოების თვალსაზრისით. დიქტორი მხოლოდ შუამავალია ინფორმაციასა და ტელეაუდიტორიას შორის, კომენტატორი, ჟურნალისტი კი, როგორც ადრეც აღვნიშნეთ, თვითონ არის ინფორმაციის წყარო, რაც მკვეთრად ზრდის ამ ინფორმაციის სანდოობას. პერსონიფიკაციის პრინციპი ყურადღების ცენტრში აყენებს პიროვნებას, რომელსაც ძალუძს კვალიფიციური კომენტარი გაუკეთოს უმნიშვნელოვანეს ფაქტებსა და მოვლენებს, გამომჟღავნოს თავისი პოზიცია და იმპროვიზაციის უნარი...80-იანი წლების წინა პერიოდს უკავშირდება მთლიანად საინფორმაციო პროგრამის პერსონიფიკაციის პირველი მცდელობაც, ანუ დიქტორების წამყვანებით - ჟურნალისტებით შეცვლა“²⁴. როგორც ვხედავთ, პერსონიფიკაციის მცდელობები, ჟურნალისტების გამოჩენა ტელეეკრანზე ‘გლასნოსწის’ პერიოდს ოდნავ უსწრებდა წინ. წამყვანის გამოჩენის ნამდვილი მიზეზი კი სხვადასხვა სიუჟეტებსა თუ რეპორტაჟებში ტექნოლოგიური ინოვაციით აიხსნებოდა. პირდაპირ ეთერში გასვლითი გადაღებები მთელი რიგი პრობლემების

²³ ელდარ იბერი, ახალი ამბების განვითარების დინამიკა საქართველოს ტელევიზიაში (1959 – 2004), კულტურათაშორისი კომუნიკაციები, 2012 №17

²⁴ ელდარ იბერი, ახალი ამბების განვითარების დინამიკა საქართველოს ტელევიზიაში (1959 – 2004), კულტურათაშორისი კომუნიკაციები, 2012 №17

გამო არ ხერხდებოდა, ხოლო ჩანაწერის კინოფირზე გაკეთება ძვირი ღირდა. მხოლოდ მაგნიტური აუდიო კასეტების (ე.წ. 'ზაბინის' კასეტების) გამოჩენის შემდგომ გახდა შესაძლებელი შავი მასალის თავისუფალი მონტაჟი და შესაბამისი იდეოლოგიურად გამართული ჟურნალისტური პროდუქტის შექმნა.

და ბოლოს, მიუხედავად ინსტუტიციების მხრიდან მასობრივად ტიპოგრაფიული, ურბანულ-არქიტექტურული, აგრარული თუ სხვა ინდუსტრიული ცენტრების შექმნისა, საბჭოთა სივრცეში, კერძოდ, ქართულენოვან აკუსტიკურ გარემოში მუდმივად რეზონირებოდა სხვადასხვა ფორმები. საჯარო სივრცეში ეს აკუსტიკურობა, ისევე როგორც მეტყველება, სიმღერა, ცეკვა, მხატვრობა და ა.შ. **მეორად** თანმხლებ ნიშნებად უნდა განვიხილოთ ცენტრალური ძალაუფლებრივი დისკურსი კონტექსტში.

5 თავი. სატელევიზიო ჟურნალისტიკის ჟანრების კლასიფიკაცია

5.1 ჟანრების სახესხვაობები

წინასწარ შერჩეული სატელევიზიო მასალის დასამუშავებლად კონკრეტული პერიოდების მიხედვით ჩვენ მოვიხმობთ მოსკოვის უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის მიერ 2002 წელს გამოცემულ სახელმძღვანელოს 'სატელევიზიო ჟურნალისტიკა'. კერძოდ, რუდოლფ ბორეცკისა და ვალერი ცვიკის ერთობლივ შედგენილ სატელევიზიო ჟანრობრივი სახეების კლასიფიკაციას. გარდა საეკრანო გამომსახველობის ენობრივი საშუალებებისა, ჩვენ ტელევიზიის ჟანრობრივი ტიპიზაცია უკეთ დაგვეხმარება, აღებულ ისტორიულ მონაკვეთში პრაქტიკული ორიენტირი ავიღოთ კვლევაში და ტელეგამოსახულების ანალიზში. შედეგების დამუშავების შემდეგ მაკლუჰანისეული ტეტრადის მოდელის მიხედვით ჩვენ წარმოვაჩენთ თუ რა სპეციფიკით გამოირჩეოდა საქართველოში საბჭოთა სატელევიზიო გამოსახულება მოცემულ პერიოდებში.

ნებისმიერი სატელევიზიო სცენარი გარკვეული ფორმით წარდგება. ფილოსოფიაში ფორმების კატეგორიები კავშირდებიან შინაგანი კანონებით ურთიერთქმედებენ ერთმანეთში ისევე როგორც დამოკიდებულნი არიან გარემოსადმი. ზუსტად ამ პოზიციით მიმოვიხილავთ მეტნაკლებად ფორმალიზირებულ ჟურნალისტური შემოქმედების ნიშნებს.

ჟურნალისტიკის პროფესია იყოფა ინფორმაციულ, ანალიტიკურ და დოკუმენტურ-მხატვრულ ტიპებად. ჟანრს გარეშე პროდუქტი ამ პროფესიაში არ არსებობს.

ჟურნალისტიკა მხოლოდ შემოქმედებითი და ტენიკური საქმიანობა არ არის არამედ მას პოლიტიკური შემადგენელიც გააჩნია. ხშირად იგი განსაზღვრულია სხვადასხვა მფლობელის ან პარტიის ინტერესების მიერ. მას შეიძლება ფლობდეს სახელმწიფო და პარტია. შესაბამისად იქმნება პროგრამული პოლიტიკა, როგორც მიმდინარე ისე პერსპექტიულ ხედვაში. პროგრამა ეს ისეთი *შედგენილი* ფორმაა, რომელიც ნაწილობრივი და ზოგჯერ მთლიანი ფრაგმენტულობით ხასიათდება. თითოეული მათგანი თავის ფუნქციას ასრულებს და გააჩნია თავისი ნიშან-თვისება ე.ი სხვანაირად, რომ ვთქვათ მიეკუთვნება ამა თუ იმ ჟანრს.

ინფორმაციული ტიპის ჟანრს განეკუთვნება ოპერატიული, ზეპირი გადმოცემა, ვიდეოსიუჟეტები, მოკლე ინტერვიუ და რეპორტაჟი. *ანალიტიკურს* - ის რასაც უწოდებენ 'გადაცემას' შესაბამისად იგი იყოფა სხვადასხვა ქვეტიპებად ისეთები როგორიცაა საუბარი, კომენტარი, მიმოხივლა, დისკუსია, პრეს-კონფერენცია, თოქ-შოუ. *მხატვრულ-დოკუმენტური* ჟანრი მოიცავს სხვადასხვა ჩანახატებს, ესსეებს, ფელეტონებსა და პამფლეტებს.

თვითონ ჟანრი, როგორც ფენომენი, ისტორიული მოვლენაა. ზოგჯერ კონკრეტული ჟანრი შეიძლება რომელიმე ეპოქას მიეწეროს. შესამჩნევია ტენდენცია, როდესაც ანალიტიკურ ჟანრს ნაკლებად ინფორმაციულობა ახასიათებს და უფრო შეფასებითი

ასპექტი ჭარბობს, განსხვავებით რეპორტაჟული ჟანრისაგან, რომელიც თავისუფალია შინაარსობრივი შემადგენლობით.

გარდა ჟურნალისტიკურისა, არსებობს პუბლიცისტური შეტყობინება, როგორც სატელევიზიო ფორმატისა ასევე ვერბალური (წერიტი და ზეპირი), გრაფიკულ-გამომსახველობითი (პლაკატი, კარიატურა), ფოტო და კინემატოგრაფიული, თეატრალურ-დრამატული და ა.შ. თავისი ხასიათით. როგორც სტატიის ავტორი აღნიშნავს, იგი მიმართულია საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედებისკენ და გამსჭვალულია პედაგოგიური და დიდაქტიური მოტივებით. იგი უნდა მიუთითებდეს გარკვეულ პრობლემატიკაზე და სვამდეს აქტუალურ პრობლემებს. შესაბამისად, იგი შეიძლება მოიცავდეს ზემოთ ჩამოთვლილ ჟანრებს თავისუფლად.

არსობრივად ჟურნალისტური პროფესია შედგება ინფორმაციისაგან და მისი გადმოცემის ხერხებისაგან. პირველი გულისხმობს : *რა, სად, როდის?*, ხოლო მეორე *როგორ, რატომ, რა მიზნით და ა.შ.?*

ჟანრი თავისთავად ხასიათდება არა ერთი ცალკეული აღებული ნიშნით, არამედ მთლიანობაში მოცემული ხასიათით. მათი ურყევი და უეჭველი საერთო მახასიათებელი ფაქტობრივი მასალაა. არც ერთი მათგანი არ არის მოგონილი. ჩვენ ჟანრობრივი კლასიფიცირება რეალურად მომხდარი მოვლენების შეფასებით და ინტერპრეტაციის შედეგით უნდა მოვახდინოთ. ამასთან ერთად, შეტყობინების კომპოზიცია არა ფაბულაზეა დამოკიდებული, არამედ ავტორის ჩანაფიქრზე. სტატიაში ჩამოთვლილია სამი ტიპის მიდგომა რეალობისადმი, რომელსაც ტელევიზია გვთავაზობს:

1. ჟანრთა ჯგუფი, რომლებიც მხოლოდ ფაქტების კონსტატაციას ახდენენ. ფაქტების ორგანიზება ხდება თავად მოვლენების მიხედვით. ასეთი ტიპის ჟანრია საინფორმაციო ჟანრი.

2. შეტყობინების ტიპი, რომლებიც მოცემულობის ანალიზს ისახავს მიზნად. შეტყობინების კომპოზიცია დამოკიდებულია ავტორის ჩანაფიქრზე და არა მოვლენის ფაზულზე. ამ ტიპს **ანალიტიკური პუბლიცისტიკა** ეწოდება.

3. შეტყობინების კომპოზიცია დამოკიდებულია ავტორისეულ ხატოვან სისტემებზე. იცავს რა იგი მატერიალის დოკუმენტურობას, იყენებს მხატვრულ-გამომსახველურ საშუალებებს. ასეთი ტიპის შეტყობინებები **მხატვრულ პუბლიცისტიკას** განეკუთვნება. ამ შემთხვევაში ავტორი გაცნობიერებულად ახდენს მხატვრული სახის, ხატოვანი შთაბეჭდილების შექმნას მაყურებელზე განსხვავებით მეორე ტიპის შეტყობინებისაგან. ამ ჟანრს განეკუთვნება ესე, ჩანახატი, და ა.შ. მხატვრულ პუბლიცისტიკა ახდენს ტიპიურის, ზოგადის კონკრეტულში გახსნას, ინდივიდუალიზაციას. იგი იყენებს რეალობის ხატოვან ანარეკლს არა ფიქციური სურათოვნების საშუალებით, არამედ ანალოგურის. მას თან ახლავს თამაშის ელემენტები, რაც სანახაობრივობას სძენს გადაცემას.

5.2 ინფორმაციული პუბლიცისტიკის ჟანრი

5.2.1 ინფორმაციული შეტყობინება

ამ ტიპის ჟურნალისტურ საქმიანობაში ვხვდებით ფაქტობრივ მოცემულობას. მას ყველა მედიუმის ჟურნალისტიკაში ვხვდებით. მას, სხვანაირად, ქრონიკული გადმოცემა ქვია. ეს ისტორიული მოვლენა ქრონოლოგიური მიმდინარეობით გადმოიცემა.

ტელევიზიაში ამ ტიპის გადაცემა ზეპირმეტყველებით რეჟიმში და ვიდეო ჩანართის სახით ხდება. ტელევიზიაში კი იგი უბრალოდ საინფორმაციოს სახელით იციან. არსებობს ისეთი ტიპის საინფორმაციოებიც, რომელიც ესესაა მომხდარი და ვიდეო მასალაც არ არსებობს და მას მხოლოდ ზეპირად აჟღერებს წამყვანი.

ზოგადად, ვიდეოსიუჟეტი ორგვარია: პირველი - ეს არის ოფიციალური თავყრილობების გადაღება, სადაც ვიდეო გადაღება წინასწარ ცნობილი პანორამული და მსხვილი თუ საშუალო პლანის კადრების თანმიმდევრობას

გულისხმობს. იგი შემდგომში სტუდიურად მონტაჟდება და მოვლენის აღმწერი სათაური ედება. შესაძლებელია, მოვლენის ჩაწერა ან პირდაპირი ტრანსლირება, ამ შემთხვევაში მას არ უკეთდება არანაირი კომენტარი, თუმცა ჟურნალისტი ვალდებულია ყველანაირი შემოქმედებითი და ტექნიკური დეტალები გაითვლისწინოს. ამ ფორმატს ჩვენ უკომენტარო რეპორტაჟშიც ვნახავთ.

მეორე სახეობა წარმოადგენს საავტორო ვიდეოსიუჟეტს. აქ უფრო იგრძნობა ჟურნალისტის შემოქმედებითი აზროვნება და მისი გავლენა ხარისხზე. ის თავად ირჩევს საჭირო ფაქტებს, წინასწარ გეგმავს გადაღების მონტაჟს და ხასიათს. შესაბამისად, ამ ტიპის ვიდეო სიუჟეტისთვის აუცილებელია სასცენარო გეგმა (თემა, იდეა, ფაქტობრივი მატერიალი სიუჟეტისთვის), გამომსახველობითი გადაწყვეტილება. მას სხვაგვარიად მინი რეპორტაჟიც ეწოდება. მას ჩვენ შემდგომშიც განვიხილავთ. რაც შეეხება მიზანსცენას მის უშუალო დადგმას პროდიუსერი ითავსებს, იქნება ეს ადმინისტრაციული თუ შემოქმედებითი იდეების განხორციელება.

5.2.2 რეპორტაჟი

2002 წელს თბილისი სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამოცემულ ნ.ლეონიძის სახელმძღვანელოში რეპორტაჟის ფორმატი შემდეგნაირად განიმარტება: 'რეპორტაჟის დანიშნულება ის არის, რომ ოპერატიულად, დინამიკურად და დამაჯერებლად მოგვითხროს კონკრეტული მოვლენის, ამბის შესახებ, ამასთან ერთად ჟურნალისტმა-რეპორტიორმა ამ მოვლენის ამბის მოწმედ და თანამონაწილედ გაგვხადოს'. თანამონაწილეობა თავის მხრივ პირდაპირი ტელეტრანსლაციის ფორმატსაც გულისხმობს, რაც ზრდის ზემოთ ჩამოთვლილ ეფექტებს. როგორც რადიოჟურნალისტი ბორის ლიაშენკო აღნიშნავდა,

განსხვავებით რადიო ან საგაზეთო მედიუმისაგან, მთხრობელი აქ არ საჭიროებს დამატებით კონოტაციებს, რადგან ვიზუალური ინფორმაცია მას ისედაც გულისხმობს თავის თავში. რეპორტაჟული ასახვა მოვლენების ლიტერატურისთვისაც არ არის უცხო. ამერიკელი მწერალი სტიუარდ ტერკელი სწორედ ამ მეთოდით წერდა. მასკომუნიკაციების მკვლევარი ი.პოპივი მის შესახებ წერდა, თუ როგორ დადიოდა იგი ქუჩებში და სხვადასხვა წარმომავლობის და სოციალური სტატუსის ადამიანებისაგან იღებდა ინტერვიუებს, იწერდა მათ მაგნიტოფონით და ამ მასალისგან წერდა ნაწარმოებებს.

საინტერესოა, როგორ ხდება ჟურნალისტურ მიდგომაში პროფესიული ეთიკის პრინციპების დაცვა რეპორტაჟის ჟანრში. ავტორი ასეთ რჩევებს აძლევს დამწყებ სპეციალისტებს - 'ეკრანზე წარმოგვესახება არა მოვლენის აღწერა, არამედ თვითონ მოვლენა - რეალური ფიზიკურად დანახულ სახეებში'. ამიტომ ის აფრთხილებს მომავალ ჟურნალისტებს არ მოახდინონ ტავტოლოგია მოვლენების კომენტარის დროს - არც ფაქტობრივი და სტილისტური. ხშირ შემთხვევაში იგი კომიკურ ეფექტს ქმნის. შესაბამისად არსებობს ისეთი ტიპის რეპორტაჟი, სადაც კომენტარი მიმდინარე მოვლენის მაღალი ინტერესის გამო საერთოდ არ უკეთდება. როდესაც კომენტარი უკეთდება მოვლენებს რეპორტიორის მიერ, იგი მხოლოდ თანამდევი აღმწერის ფუნქციას ასრულებს და მხოლოდ მაყურებლისთვის გაუგებარი ფაქტების კორექტირებას ახდენს, განმარტავს მათ როგორც 'გიდი'. თუკი პირადპირ ეთერშია რეპორტაჟი მაშინ რეპორტიორი ერთდროულად ექსკურსანტია მაყურებლისთვის და თვითონაც ექსკურსიის მონაწილე, ის მათთან ერთად აღმოაჩენს ამა თუ ფაქტს. აქედან დასკვნა, რეპორტაჟი მიმოხილვითი ხასიათის შეტყობინებაა, ვიდრე სუბიექტური განსჯის და მოსაზრების წარმოსაჩენი მეთოდი.

მეორე ტიპის რეპორტაჟი საავტორო და სუბიექტურია. იგი მოითხოვს წინასწარ სცენარს იდეას და პრობლემას. იგი თავად უნდა იყოს კონკრეტულ ადგილზე, რომელიც მიმდინარე მოვლენასთან იქნება რაიმენაირ კავშირში.

5.6.2.3 ინტერვიუ

ტექნოლოგიურ განვითარებასთან ერთად ინტერვიუს ფორმატის მედიუმი თავის განსხვავებულ სახეს იძლეოდა. სატელევიზიო ფორმატში ინტერვიუ მოიცავს კითხვების დამსმელსა და მოპასუხეს, გახდა ვიზუალური და ხმოვანი შეტყობინების მატარებელისა. შესაბამისად, შესაძლებელი გახდა არამხოლოდ შინაარსის გაგება, არამედ მოსაუბრის მიმიკის, ჟესტების და აუდიალური მახასიათებლების დადგენა. თავად ინტერვიუს ფორმატი არ აცხადებს პრეტენზიას კომპოზიციურ სრულყოფაზე იგი რთული გადაცემის შემადგენელ ელემენტია (საინფორმაციო, გამოშვება, ჟურნალი-პროგრამა).

ინტერვიუს აუცილებელი შემადგენელი ელემენტი იმპროვიზაციაა, რაც თავად ინტერვიუერზეა დამოკიდებული. მისი პერსონა მთლიანად გადაცემაში გადამწყვეტ როლს თამაშობს. მნიშვნელოვანია, როგორ მოახდენს იგი რეპრეზენტაციას, როგორც მაყურებლის, ასევე აუდიტორიის წინაშე.

5.3 ანალიტიკურ-პუბლიცისტური ჟანრი

5.3.1 კომენტარი

ჩვეულებრივი ახალი ამბებისაგან კომენტარი განსხვავდება მოვლენის პრობლემური ანალიზით. იგი ანალიტიკური პუბლიცისტის ჟანრს მიეკუთვნება. წამყვანმა თავიდანვე უნდა იცოდეს პრობლემის არსი. შუა ნაწილში მან უნდა მიმოიხილოს პრობლემა მსხვილად არგუმენტირებულად და ბოლოს დაუბრუნდეს დასმულ პრობლემას, გახსნას კვანძი წარმომშობი პრობლემის სახით. ამ ტიპის გადაცემებისთვის მნიშვნელოვან ინსტრუმენტარია ენობრივი და სტილისტური მარაგის მრავალფეროვნება წარმოადგენს. წამყვანმა უნდა მოახერხოს მიზეზ-შედეგობრივი კავშირის დემონსტრირება. მისი შემადგენელ ელემენტებია: თემის

მოტივირება, ფაქტების ანალიზი და დასკვნები. წამყვანი იწყებს ზოგადი საუბრიდან და კონკრეტული ფაქტობრივი მასალით ამყარებს საკუთარ მოსაზრებას, ბოლოს კი, როგორც ვთქვით, გვთავაზობს თავის საავტორო აზრს.

გარდა ამისა, დიდ როლს თამაშობს თავად წამყვანის პერსონა, აუდიტორიის სანდოობის ასპექტში. იგი არამხოლოდ ვიწრო სპეციალიზირებული ჯგუფზე უნდა იყოს ორიენტირებული, არამედ ზოგადად პუბლიკისთვის გასაგებ ენაზე უნდა საუბრობდეს. კომენტარი შეიძლება სხვა ჟანრის ფორმატშიც დავინახოთ, მაგალითად, პრესკონფერენციის დროს კომენტარის სახით გაკეთებულ განცხადებაში, ზოგჯერ შეიძლება იგი მოკლე იყოს და ზოგჯერ სიღრმისეული და ვრცელი.

5.3.2 მიმოხილვა

მიმოხილვა ტრადიციული ანალიტიკური ჟანრია პუბლიცისტიკაში. მისთვის დამახასიათებელია ფაქტოლოგიურობა, რომლებიც ნაკარნახევია ავტორის პრეფერენციებით. მეორეს მხრივ, მათ განიხილავს წამყვანი და ადგენს მიზეზ-შედეგობრიობას ერთიან კონტექსტში. ამას გარდა, იგი გამოირჩევა საინფორაციო მასალის სიმდიდრით განსხვავებით კომენტარისაგან, რომლის ფოკუსშიც ერთეული ფაქტები და მოვლენები ექცევა. ხშირად მასალა განისაზღვრება ქრონოლოგიურ ჩარჩოებში.

თემატური მრავალფეროვნებისდა მიუხედავად, არსებობს თემატური და ზოგადი შეტყობინების ტიპები. პირველში მოცემულია დარგობრივი ფოკუსირება, მაგალითად, ეკონომიკა, ხელოვნება, სპორტი.. ხოლო მეორეში კონკრეტულ დროის მონაკვეთში მომხდარი ამბებია წარმოდგენილი. მასში არამხოლოდ მონოლოგურ ფორმატს ვხდებით არამედ დიალოგურსაც. ფაქტობრივად, იგი საუბრის ფორმატს

იძენს. იყენებს ვიზუალურ მასალას ეკრანის გამომსახველობის საშუალებით: დოკ. კადრებს, ფოტოდოკუმენტებს და ა.შ.

5.3.3 საუბარი

პრეს-კონფერენცია, საუბარი თუ დისკუსია დიალოგური ხასიათისაა და კავშირში არიან ინტერვიუს ჟანრთან. ჟურნალისტი რომელსაც მიჰყავს საუბარი, დაახლოებით მასპინძლის როლს ასრულებს, აორგანიზებს საუბარს. იგი ანალიტიკური პუბლიცისტიკის ჟანრს მიეკუთვნება და საკმაოდ გავრცელებული სახეობაა ტელემუწყებლობაში. ამ ფორმატის აუცილებელი შემადგენელი ნაწილი იმპროვიზაციაა, მაგრამ სასცენარო გეგმაც თამაშობს როლს. მისი სტრუქტურა უნდა ითვალისწინებდეს მოწვეული სტუმრების ხასიათს და ურთიერთქმედების ძალას.

5.3.4 დისკუსია

დისკუსია გულისხმობს მოსაუბრეთა შორის მაქსიმალურად სპონტანურ და ცოცხალ საუბრებს თემის ირგვლივ. პრაქტიკულად ახალი აზრი იბადება ტელეეკრანზე მაყურებლის წინ. წინასწარ გამზადებული სცენარი ამ შემთხვევაში არ გამოიყენება და იგი მინიმალურ დონეზეა. გადაცემის დაწყებამდე წამყვანი აცხადებს რომ შეკრებილ საზოგადოებას განსხვავებული მოსაზრებები აქვთ საკითხზე და ა.შ. დისკუსიის დროს ვიწრო პროფესიულ საკითხებამდე არ უნდა დავიდეს საუბარი და წამყვანს უნდა შეეძლოს საკითხის პუბლიცისტურ ენაზე გამოთქმა.

5.3.5 თოქ-შოუ

ამერიკულ ტელევიზიაში 60-იან წლებში თოქ-შოუს ფორმატმა ყველაზე დიდი პოპულარობა მოიპოვა. ტელევარსკვლავების უმეტესობა სწორედ ამ ფორმატში პოულობს თავის აუდიტორიას. მისი გადაცემის პერიოდულობა აგებს აუდიტორიის მოლოდინს დროის განმავლობაში და ქმნის მოლოდინის განწყობას. წამყვანის გარდა, თოქ-შოუს ელემენტს წარმოადგენს თავად სტუმარი (გმირი) - ცნობილი ადამიანი, ანდაც ჯერაც უცნობი სენსაციური ისტორიის მქონე ადამიანი. გადაცემის ფორმატში შესაძლებელია სხვადასხვა ტელეჩართვების განხორციელება ან მზა რეპორტაჟების ნახვა და შემდგომ მასზე დისკუსიის გამართვა

5.3.6 პრეს-კონფერენცია

ინტერვიუს ნაირსახეობაა კონფერენცია, სადაც ინტერვიუერები მრავლობითი რაოდენობით არიან წარმოდგენილნი. ისინი შეიძლება ერთ ან რამდენიმე პირს უსვამდნენ კითხვებს. თუკი იგი ოფიციალური ხასიათისაა და მოკლე შეტყობინებას ისახავს მიზნად, მას ბრიფინგი ეწოდება. თუმცა იგი შეიძლება ანალიტიკურ პუბლიცისტურ ჟანრს მივაკუთვნოთ, თუკი მოწვეული რესპონდენდი იღებს კითხვებს ჟურნალისტური საზოგადოების ფართო წარმომადგენლობისაგან. ასეთი პრეს-კონფერენცია ხშირად გარდაიქმნება მძაფრ დისკუსიად და იძენს აქტუალობას ტელემაყურებლისთვის.

5.3.7 კორესპონდენცია ('გადაცემა')

ამ ტიპის გადაცემა ვიწრო თემატიკის მქონეა და მოიცავს ფაქტების მიმოხილვას, ანალიტიკას. შინაარსის თვალსაზრისით შესაძლოა მრავალფეროვანი იყოს. პრინციპში სატელევიზიო კორესპონდენცია, როგორც ავტორი წერს, საგაზეთო და ჟურნალის კორესპონდენციის ან პრობლემური ხასიათის სტატიის, საეკრანო

ეკვივალენტია. იმ შემთხვევაშიც თუკი ჟურნალისტი არ ჩანს ეკრანზე, მისი როლი მნიშვნელოვანია ვერბალური სტილისტიკისა და მეტყველების თვალსაზრისით.

5.4 მხატვრული პუბლიცისტიკის ჟანრები

5.4.1 ესსეი (Очерк)

ამ ჟანრის ფორმატი მოდის ლიტერატურული თეორიის ისტორიიდან. იგი გულისხმობს მხატვრული გამომსახველობით საშუალებების სიმდიდრეს და ცხოვრებისეული ინფორმაციული მასალის ნაკრებს. ჩანახატი ახლოს დგან კვლევასა და მოთხრობას შორის. თუმცა მოთხრობისაგან იგი სწორედ მისი მოვლენებისა და ფაქტების ჭეშმარიტებით განსხვავდება. ჟურნალისტიკის მკვლევარები ბორეცკი და ცვიკის აზრით, თუკი საინფორმაციო ტელეპუბლიცისტიკისთვის რეპორტაჟი მთავარი ბირთვი, მხატვრული ტელეპუბლიცისტიკისთვის სწორედ ჩანახატი წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს ფორმატს. რეპორტაჟის მეთოდოლოგიის მსგავსად ჩანახატის გადმოცემის მეთოდიც ვრცელდება სხვა ტიპის ფორმატებზე ამ ჟანრში.

დოკუმენტურობისა და ფაქტების დაცვის პრინციპით საკმაოდ დიდ ოსტატობას მოითხოვს ჟურნალისტისგან მოვლენის მხატვრულად გადმოცემა. სწორედ ამ ჟანრისთვის არის დამახასიათებელი ტიპიზაციის გარკვეული ხარისხი. დიდი ყურადღება ექცევა კომპოზიციურ წყობას, იგი საკმაოდ ახლოს დგას დრამატურგიულ ნაწარმოებებთან თავისი სტრუქტურით. ხაზგასმით აღნიშნავენ, სტატიის ავტორები, რომ ჩანახატი არა მხოლოდ პირველი ჟანრის მახასიათებელს მოიცავს - ე.ი ინფორმაციულობას, ფაქტზე აქცენტირებებს და არც მეორე ჟანრს

საავტორო ანალიტიკურ-მიმოხილვით მოსაზრებებს. იგი ორივე თვისების მატარებელია და ამავე დროს იყენებს მხატვრულ გამომსახველობით ხერხებსაც.

მოცემულ ფორმატში ჩვენ ვხვდებით ან ადამიანის შესახებ ისტორიას, ან რაიმე მოვლენის შინაარსს. უმეტეს შემთხვევაში იგი კონკრეტულ ადამიანის პორტრეტის გამოსახება. თუკი რაიმე ისტორიაა თემად, მაშინ ამ მოვლენის ხასიათი იწვევს წინა პლანზე, და ერთი ობიექტიდან მეორეს ცვლის. ფაქტების და მოვლენების შერჩევა აქაც საავტორო მხატვრულ-იდეური მოსაზრებით ხდება და არა როგორც რეპორტაჟის ფორმატში: ფაქტებისა და მოვლენების თვითმიზნურად დაფიქსირებისთვის. როდესაც საუბარი მიდის უკვე მომხდარ ფაქტებზე მოვლენების რეინსცენირება ერთ-ერთი მეთოდია. თუმცა ამის შესახებ მაყურებელი ინფორმირებული უნდა იყოს, გარდა ამისა, იგი მოითხოვს ტალანტს და ფანტაზიას, ოპერატორის გამომგონებლურ ოსტატობას და ზომიერების შეგრძნებას.

5.4.2 ჩანახატი

მოცემულ ჟანრში მხატვრული სახე იქვემდებარებს ინფორმაციულობის ხარისხს. განსხვავებით ესსეისგან ჩანახატი აუცილებელი არ არის, გამოირჩეოდეს კომპოზიციური სისრულით, სიღრმითა და ლოგიკურობით. ტელევიზიაში მას ხშირად უწოდებენ ერთმანეთთან დაკავშირებულ ვიდეო კადრებს. დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საოპერატორო გამომსახველობით ოსტატობას - რაკურსს, ფერებს სინათლის ტონალობას... თუკი ბეჭდურ მედიუმში ავტორი აღწერს ხატოვნად გარემოს, ამ ფუნქციას ტელე ეკრანზე კამერა ასრულებს. მას შეიძლება თან ახლდეს კიდევ ფონად მუსიკალური ნაწარმოები.

5.4.3 ესსეი

იგი მხატვრული პუბლიცისტიკის ჟანრში შედის. მომდინარეობს ფრანგული სიტყვა 'Assai'- დან და ცდას ნიშნავს. მის შემქმნელად მეთვრამეტე საუკუნის ფილოსოფოსი მიშელ მონტენი ითვლება. რუსულ ლიტერატურაში ფიოდორ დოსტოევსკის ესეისტიკა 'მწერლის დღიურები' ითვლება საუკეთესო ნიმუშად. როგორც ვხედავთ, ეს ფორმატი ღრმად ლიტერატურული ფესვებიდან მოდის. იგი ეხება სპეციფიურად ხელოვნებას - თეატრსა და უმეტეს წილად პირად, ზოგ შემთხვევაში ვიწრო ინდივიდუალურ მოსაზრებებსა თუ შთაბეჭდილებებს მოიცავს.

ტელევიზიის შექმნის შემდგომ ამ ფორმატმა არ დაკარგა აქტუალობა და პირიქით ახლებური სახე მიიღო. ეს იმით შეიძლება აიხსნას, რომ მას ღრმად პერსონალური რეპრეზენტაბელური თვისებები გააჩნდა. ამიტომ განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ავტორს, მის სტატუსს, ვინაობას და მომხიბვლელობასაც კი.

5.4.4 სატირა

სატირის სამიზნე პირველ რიგში საზოგადოებაა, მისი თავისებურებები და თვისებები. იგი ერთგვარი კრიტიკოსია და უარყოფითი მხარეების გამომამჟღავნებელი იუმორით. თუმცა შეიძლება საკრაზმშიც გადავიდეს და უფრო მძაფრი ფორმები მიიღოს. ყველაფერს თავისი სიმძაფრის ხარისხის დონე აქვს: ირონია ეს შედარებით მსუბუქი დონეა. ('80-იან წლებში სატირული ჟანრი ფართო პოპულარობით სარგებლობა ქართულ ტელევიზიაში (რუბრიკა 'ბიუროკრატების გალერეა' - .ბორეცკი, ცვიკი, სატელევიზიო ჟურნალისტიკა, 2002).

ფელეტონი ეს სატირული ჟანრის წამყვანი ფორმატია. მასში კონცენტრირდება ყველაწაირი სატირული ჟანრის მახასიათებლები. თავის თავში გულისხმობს თავისუფალი კომპოზიციურ სტრუქტურას, შემოქმედებით ფანტაზიას და მხატვრულ გამომსახველობას ირონიას, სარკაზმს, გროტესკს და სხვას. ფელეტონი

მკაცრად დოკუმენტურ ფაქტებსა და მოვლენებს ეხება. თავად გმირი ან მოვლენის ტიპიზაციის ხარისხი საკმაოდ მაღალია, მეორეს მხრივ, კი საკმაოდ კონრკეტულია, რადგან იგი სატელევიზიო ჟანრში გადის. ლიტერატურული და სატელევიზიო ფელეტონიც ამით განსხვავდება ერთმანეთისგან, რომ იგი საჭიროებს ვიზუალურ კონკრეტიზაციას.

პამფლეტი - პუბლიცისტური პროდუქტია, რომლის მიზანიც და პათოსიც კონკრეტული სამოქალაქო, სოციალ-პოლიტიკურ მიზნებს ისახავს. ერთადერთი განმასხვავებელი შტრიხი ფელეტონისაგან მისი ემოციური ხასიათია, იგი გამანადგურებელი და რადიკალურ ტონში უნდა იყოს დაწერილი ან წარმოდგენილი.

6 თავი. მონაცემთა ანალიზი.

6.1 ჟანრობრივი იდენტიფიკაციის მეთოდოლოგია

მოცემული საპროგრამო ბადეები, ჩვენი მოსაზრებით, იძლევა 70-იანი და 80-იან წლების სატელევიზიო მაუწყებლობის ჟანრობრივი და სტრუქტურული ტენდენციების დახასიათების საშუალებას, რადგან მისი სარედაქციო პოლიტიკა მეტ-ნაკლებად ერთი მიმართულებით მუშაობდა. ვითვალისწინებთ იმასაც, რომ 1987 წლის 'პერესტროიკას' უნდა გამოეწვია ცვლილებები გადაცემების ჟანრების პროპორციულ გადანაწილებაში, შესაბამისად, ჩვენ დინამიკის გამოსავლენ თარიღად ავიღეთ 'გარდაქმნის' შემდგომი პერიოდის საპროგრამო ბადეები. მოცემული რაოდენობრივი მეთოდოლოგია დაგვეხმარება გამოკვეთოთ ჟანრული პრიორიტეტები და შემდგომ კონკრეტულ გადაცემების გამოსახულებას ინტერპრეტაცია გავაკეთოთ ტელევიზიურ ასპექტში.

შემდგომ თავში წარმოვადგენთ ტელეპროგრამის მთელ სიას 1976 და 1987 წლებში. აღვნიშნავთ იმასაც, რომ კონკრეტული თვე და დღე შემთხვევითობის პრინციპით ავირჩიეთ სუბიექტური ფაქტორის გამოსარიცხად. გადაცემების რანჟირება ზემოთ მოცემული ჟანრობრივი კლასიფიკაციით გავაკეთეთ და შევეცადეთ თითოეული გადაცემის იდენტიფიცირება რაოდენობრივად, ისევე როგორც (ცხრ.5) წლების დინამიკის დაჯამებით (გრაფიკა 4).

6.2 1976 წლის საპროგრამო ბადე.²⁵

1976 წლის 6 აპრილის პროგრამა სამშაბათი.

10.00 - ახალი ამბები (გადმოცემა მოსკოვიდან), 10.10 - დილის ვარჯიში. ფერადი გამოსახულებით (გადმოცემა მოსკოვიდან), 10.30 - სატელევიზიო დოკ. ფილმი 'ზღაპრები ჩრდილოეთის მდინარეებზე'. 11.00 მხავრული ფილმი 'როცა ხეები დიდი იყო', 16.35 - მოსწავლეთათვის - ინგლისური ენა. 17.00 - ქართული სატელევიზიო დოკ. ფილმი 'აკადემიკოსი მუსხელიშვილი'. 17.10 - აბიტურიენტთათვის - ქართული ენა, 17.55 - განცხადებები. 18.00 - აბიტურიენტთათვის - ბიოლოგია. 18.45 - სპორტული მიმოხილვა. 19.10 - კინონარკვევი. 19.30 'მითი და არქეოლოგია' ფერადი გამოსახულებით. 20.00 - 'მოამბე' - საინფორმაციო პროგრამა. 20.30 - რუსთაველის სახელობის სახელმწიფო აკადემიური თეატრის სპექტაკლი 'რომეო და ჯულიეტა' 1 მოქმედება. 22.00 - 'ვრემია' - საინფორმაციო პროგრამა (გადმოცემა მოსკოვიდან), 22.35 - რუსთაველის

²⁵ ჟურნალი დროშა, აპრილი, თბილისი, 1976

სახელობის სახელმწიფო აკადემიური თეატრის სპექტაკლი 'რომეო და ჯულიეტა' 2 მოქმედება. დასასრული - ახალი ამბები.

1976 წლის 9 აპრილის პროგრამა -პარასკევი

10.00 - ახალი ამბები (გადმოცემა მოსკოვიდან), 10:10 - დილის ვარჯიში. ფერადი გამოსახულებით (გადმოცემა მოსკოვიდან). 10.30 - კინონარკვევი, ფიზიკა. 10.45 - IX კლასელთათვის - ფიზიკა 11.15 - სატელევიზიო მხატვრული ფილმი 'სანდო კაცი' მეორე სერია. ფერადი გამოსახულებით (გადმოცემა მოსკოვიდან). 17.05 - მოსწავლეთათვის - ფრანგული ენა. 17.35 - სატელევიზიო დოკ. ფილმი 'ფინეთის მიწაზე', 17.45 - აბიტურიენტთათვის - ფიზიკა. 18.30 - განცხადებები. 18.35 - მოსწავლეთათვის 'თქვენი თხოვნით მეგობრებო!' (გამეორებით) 19.00 - საგამოფენო დარბაზებში. 19.30 - 'საზოგადოება და დანაშაული'. 19.45 - კინონარკვევი. 19.55 - 'ჩვენი სტუმრები'. 20.25 - ქართული ხალხური სიმღერების კონცერტი. 21.00 - 'მომბე' - საინფორმაციო პროგრამა. 21.30 - 'საესტრადო პანორამა'. 22.00 - 'ვრემია' - საინფორმაციო პროგრამა (გადმოცემა მოსკოვიდან). 22.30 - 'ოქროს ნოტა'. (ფერადი გამოსახულებით (გერმანიის დემოკრატიული რესპუბლიკიდან). 23.30 - მსოფლიო პირველობა ჰოკეიში: სსრ კავშირისა და გერმანიის დემოკრატიული რესპუბლიკის ნაკრები გუნდები. ფერადი გამოსახულებით (გადმოცემა პოლონეთიდან)

1976 წლის 30 აპრილის - პარასკევი

10.00 - ახალი ამბები (გადმოცემა მოსკოვიდან) 10.10 -დილის ვარჯიში. ფერადი გამოსახულებით (გადმოცემა მოსკოვიდან). 10.30 - დოკუმენტური ფილმი „ვაშენებთ ჩვენს ქალაქს“, 11.15 - სატელევიზიო მრავალსერიანი მხატვრული ფილმი

შავი ზღვის ტალღები“ მეოთხე სერია. ფერადი გამოსახულებით (გადმოცემა მოსკოვიდან) 18.00- გადაცემა „სამეცნიერო თანამშრომლობის სიკეთე“ 18.35 – „ვიეტნამელი ხალხის ზეიმი 18.55 – „იავნანა“ - სატელევიზიო ჟურნალი ქალებისთვის 19.55 – „მომბე“ - საინფორმაციო პროგრამა. 20. 25 - სატელევიზიო მხატვრული ფილმი „ბედის ირონია ანუ გაამოთ“ პირველი სერია ფერადი გამოსახულებით. 22.00 – „ვრემია“ - საინფორმაციო პროგრამა (გადმოცემა მოსკოვიდან) 22.35 - სატელევიზიო მხატვრული ფილმი „ბედის ირონია ანუ გაამოთ“ მეორე სერია ფერადი გამოსახულებით.

6.3 1987 წლის საპროგრამო ბადე ²⁶

1987 წლის 3 ივნისის პროგრამა - ოთხშაბათი

8.30 - ‘ვრემია’ - საინფორმაციო პროგრამა (გადმოცემა მოსკოვიდან). 9.05 - ‘მომბე’ - საინფორმაციო პროგრამა. 9.35 - მოსწავლეთა ზაფხული არდადეგების გამო- სატელევიზიო კინოდარბაზი ბაშეებისათვის ‘ცისკარა’ მხატვრული ფილმი ‘პანლიაკსას აკადემია’ (II სერია). 15.05 საინფორმაციო გამოშვება. 15.20 - მათემატიკის ტელკურსი. 15.20 - ჩვენს დიად სამშობლოში- სატელევიზიო დოკუმენტური ფილმი ‘ნორაშენი’ (პირველი ჩვენება). 16.10 განცხადებები. 16.15 - დოკუმენტური ფილმი ‘ძიება და დანერგვა’ (პირველი ჩვენება). 16.35 - საინფორმაციო გამოშვება(რუსულ ენაზე). 16.45 -დღეს თბილისის კინოთეატრების ეკრანებზე. 16.55 - შევისწავლოთ გრმანული ენა. 17.25 - მოსწავლეთა ზაფხულის არდადეგების გამო - მხიარული შეჯიბრება. 18.20 - ყველაზე პატარებისთვის - აბა, დელია! (გამეორებიტი ჩვენება). 19.05 რეკლამა. 19.15 - ქართული სატელევიზიო ფილმი ცენტრალური ტელევიზიის ეკრანზე - დოკუმენტური ფილმი ‘კაიშაურის ველი’. საქართველოს სატ. ფილმების სტუდიის ნაწარმოები (გადმოცემა

²⁶ ჟურნალი დროშა, ივნისი, თბილისი, 1976

მოსკოვიდან). 19.30 - ახალგაზრობისთვის - შუენიშანი. 19.45 - დღეს მსოფლიოში (გადმოცემა მოსკოვიდან). 20.00 'მოამბე' - საინფორმაციო გამოშვება. 20.35 - დიდი ოქტომბრის 70-ე წლისთავისათვის- მეგობრობის კონცერტი. 22.00 - 'ვრემია'- საინფორმაციო გამოშვება (გადმოცემა მოსკოვიდან). 22.40. -ხალხური შემოქმედება - კონცერტი. 23.00 - შესარჩევი მატჩი ფეხბურთში ევროპის პირველობაზე: ნორვეგიისა და სსრ კავშირის ნაკრები გუნდები. რეპორტაჟი ნორვეგიიდან. 0.50 - ევროპის ჩემპიონატი კალათბურთში: იუგოსლავია -სსრ. კავშირი. რეპორტაჟი საბერძნეთიდან.

1987 წლის 7 ივნისის პროგრამა- კვირა

9.45 - დღეს თბილისის კინო-თატრების ეკრანებზე. 9.55 მულტიპლიკაციური ფილმი „დაბადების დღე“ 10.10 -დილის გასართობი პროგრამა. 11.00 სამეურნეო მექანიზმი - სიახლენი, პრობლემები. 11.30 - კინოაფიშა. 12.00 - ხალხური შემოქმედება-სიმღერის შესწავლა. 12.30 - საკვირაო გამოფენა - რ.შეროზია. 12.35 - შემეცნებითი-გასართობი პროგრამა ახალგაზრდობისათვის (განმ.) 13.15 - ქართული სატელევიზიო ფილმი ცენტრალური ტელევიზიის ეკრანზე - დოკუმენტური ფილმი „გამჭოლი მოქმედება“ . საქართველოს სატელევიზიო ფილმების სტუდიის ნაწარმოები (გადმოცემა მოსკოვიდან). 14.15 - საკვირაო გამოფენა - რ.შეროზია. 14.20 ქართული ენისა და ლიტერატურის ტელეკურსი. 14.50 - სპორტული ფილმების ფესტივალი 15.40 – „ვესტნიკი“ - საინფორმაციო პროგრამა (რუს. ენაზე) 16.10 - საკვირაო გამოფენა რ.შეროზია. 16.15 - ხალხური სიმღერის ოსტატები“ - კ. პაჭკორია 17.05 - საკვირაო გამოფენა 17.10 – „თბილისი და თბილისელები“ - სატელევიზიო ფილმი 17.45 - ხალხური შემოქმედება - „სამაია“ 18.20 -გახსენება - ღვაწლმოსილი მუსიკოსი ემილ გურგენიძე 19.10 – „ზღაპრის გუნდა“ 19.25 – „მოამბე“ - საინფორმაციო პროგრამა 20.00 -ფეხბურთი სსრ პირველობა: 'დინამო' (თბილისი - 'შახტიორი' (დონეცკი). რეპორტაჟი ვ.ი. ლენინის სახელობის

თბილისის „დინამოს სტადიონიდან. 21.45 – „არის ასეთი სოფელი“ 22.00 „ვრემია“ - საინფორმაციო პროგრამა (გადმოცემა მოსკოვიდან). 22.40 - საფეხბურთო მიმოხილვა (გადმოცემა მოსკოვიდან) 23.25 - ფეხბურთი სსრკავშირის პირველობაზე: 'გურია' (ლანჩხუთი) – 'დნეპრი' (დნეპროპეტროვსკი) მეორე ტაიმის ვიდეოჩანაწერი ლანჩხუთიდან.

1987 წლის 12 ივნისის პროგრამა - პარასკევი

6.30 - 'ვრემია' - საინფორმაციო პროგრამა (გადმოცემა მოსკოვიდან). 9.40 - მოსწავლეთა ზაფხულის არდადეგების გამო - სატელევიზიო კინოდარბაზი ბავშვებისთვის 'ცისკარა' მხატვრული ფილმი 'ცხრა მთას იქით' (დოვჟენკოს სახელობის კინოსტუდიის ნაწარმოები. რეჟისორი - ე. შემსტოვიტოვი, მთავარ როლში - ნ.დავიდოვა). 11.00 - ქართული საესტრადო მელოდიები (გამეორებით) 15.05 - საინფორმაციო გამოშვება 15.20 - ფიზიკის ტელეკურსი. 15.50 - სატელევიზიო დოკუმენტური ფილმი 'სპორტის რიტმები' 16.00 - ტელეკურსელთათვის საშინაო დავალების ანალიზი მათემატიკაში 16.30 - საინფორმაციო გამოშვება (რუსულ ენაზე) 16.40 - დღეს თბილისის კინო-თეატრების ეკრანებზე 16.50 - შვეიცარული ფრანგული ენა. 17.20 - მოსწავლეთათვის - კონცერტი. 17.45 - 'მობურთალსა მოედანი'... 18.15 - დიდი ოქტომბრის 70-ე წლისთავისთვის - საბჭოთა ესტრადის მსახიობთა კონცერტი (სომხეთის ტელევიზიის გადაცემა) 18.40 - მულტიპლიკაციური ფილმი 18.50 - გარდაქმნის გზით - აგრომრეწვი მოქმედებს 19.30 დღეს მსოფლიოში (გადმოცემა მოსკოვიდან) 19.45 - პრემიერა სატელევიზიო დოკუმენტური ფილმისა 'სიმართლის ფასი' (გადმოცემა მოსკოვიდან) 19.45 - 'მოამბე' - საინფორმაციო პროგრამა. 21.20 - ხალხური შემოქმედება - ანსამბლ 'სინათლის' კონცერტი. 22.00 - 'ვრემია' - საინფორმაციო პროგრამა (გადმოცემა მოსკოვიდან). 22.40 - საქართველოს სანაოსნო ცისფერ გზებზე 22.45 - საოპერო სცენის ოსტატები -თენგიზ მუშკუდიანი

(დაბადების 60 წლისთავის გამო). 0.25 - დღეს მსოფლიოში (გადმოცემა მოსკოვიდან). 0.40 - ევროპის ჩემპიონატი კალათბურთში რეპორტაჟი საბერძნეთიდან (გადმოცემა მოსკოვიდან)

6.4 შედეგები

მიღებული შედეგების მიხედვით ჩვენ ვხედავთ ორ მნიშვნელოვან ტენდენციას. პირველი 1976 წელთან შედარებით 1987 წელს საგრძნობლად იზრდება საინფორმაციო ტიპის გადაცემების რაოდენობა, ხოლო მის ხარჯზე კლებულობს შემეცნებით-ანალიტიკური გადაცემები. მხატვრულ-გასართობი ჟანრი კი თითქმის უცვლელი რჩება. ამ ტენდენციას ახსნა აქვს და გამოწვეულია შიდა პოლიტიკური კურსის ცვლილებით. საინფორმაციო გადაცემების გაზრდა უკავშირდება სატელევიზიო მოზაიკის ეფექტურობის მაქსიმალურ დატვირთვას, ხოლო შემეცნებით-ანალიტიკური ტიპის მკვეთრ შემცირებაში ზოგად-ფორმალური ენით პროპაგანდის მინიმუმამდე დაყვანაში. რაც შეეხება მხატვრული გადაცემების რაოდენობას, იგი იმავე რაოდენობით დარჩა: ესეც გამართლებულია მაყურებლის ტელეეკრანებზე 'მიმაგრების' მიზნით.

7 თავი. ინტერპრეტაცია

7.1 შემეცნებით ანალიტიკურ გადაცემის ინტერპრეტაცია

როგორც დადგინდა, შემეცნებითი-ანალიტიკური გადაცემები აღემატებოდა ტენდენციის გათვალისწინებით ვიდრე ვიდრე 80-იან წლებში. ამიტომ ამ ჟანრით დავიწყებთ მის შეფასებას. მოცემული პოპულარულ-შემეცნებითი გადაცემა

„Центрнаучнифильм“-ის რედაქციის მიერ არის გადაღებული და თემატურად ახალი თაობის ელექტრომობილების აუცილებლობის ეხება (ხაგრძლივობა - 09:48) პირველ ნაწილში გადმოცემულია სატრანსპორტო საშუალებების მოკლე ისტორიული ექსკურსი: ეტლის ბორბლიდან მოტორამდე. თანამედროვე ეპოქაში დამდგარმა მიღწევებმა გამოიწვია გარემო ახლებული დაპროექტება: დაიგო მაგისტრალები, ხიდები, გვირაბები და ახალი გზაჯვარედინები (სურ.1) და როგორც კომენტატორი ამბობს: „მოტორიზებულ კაცობრიობას დაუდგა კომფორტის ეპოქა“. მისი ხმის პარალელურად ვხედავთ დიდი ევროპული ქალაქების ფართო ხედებს და საავტომობილო ნაკადებს. თუმცა დადებით და ამაღლებულ ტონალობას მალე ანაცვლებს ხელოვნურად გამაფრთხილებელი ტონი: „თუკი არაფერი შეიცვლება... ფეხითმოსიარულენი ასე ივლიან...“(კადრში ნაჩვენებია აირწინაღებიანი ადამიანები). აქედან გამოსავალს ფილმის ავტორები გვიხატავენ ელექტრო ბატარეიანი მანქანით მოთამაშე ბავშვის სცენით (სურ.2). ნაჩვენებია ახლო ხედით სათამაშო მანქანის შიგთავსში მოთავსებული ბატარეა. (სურ.3) აღნიშნული ტელემითი ემსახურება მოდერნიზაციის იდეის აქტუალიზაციას ტელემაყურებლებში. მთავარი მახასიათებელი ელექტრობატარეისა წარმოდგენილია როგორც ეკონომიურობა, ფუნქციონალურობა და ეკოლოგიურობა. ელექტრომობილის ტელე ხატი გლობალურ კოტექსტშია წარმოდგენილი და თან ახლავს რამოდენიმე „დემონსტრაციული“ ჩვენება. კომენტატორი აგრძელებს სხვა უპირატესობების აღწერას მოტორთან შედარებით და მომავალში სერიული წარმოების გეგმებზეც საუბრობს. ლეიტმოტივად გასდევს მსუბუქი ანალოგური ჟღერადობის როკ მუსიკის რითმები. ელექტრომობილი აღნიშნულ ფილმში მთვარეზე მოსიარულე მოწყობილობის პროტოტიპად მიიჩნევა, რაც დამატებითად აძლიერებს მითოლოგიურ ხატს.

ბოლოს, რომ შევაფასოთ ეს მოკლე მეცნიერულ-პროპაგანდისტული ფილმი შეიძლება გამოვარჩიოთ მისი ინფორმაციულ-შემეცნებითი და უწყინარი პოეტურ-

მხატვრული ინტონაციით. გააჩნია მწყობრი სტრუქტურული იკონოგრაფია სხვადასხვა სამაკეტო სიმულაციური ვიზუალური ობიექტებით.

7.2 საინფორმაციო შეტყობინება/რეპორტაჟის ინტერპრეტაცია

ჩვენ ვხედავთ 1987 წლის საახალწლო შემაჯამებელ საინფორმაციო გადაცემა 'ვრემია'-ში სპეციალურ გამოშვებას მოსკოვიდან, რომელიც მთლიანად ეძღვნება საქართველოს საბჭოთა რესპუბლიკას (სურ. 4.) ყველა რეპორტაჟი შეიძლება ჩვენ ტრეწიაკოვის მითოსიმულაციურ ცხრილში გავიყვანოთ და გავაკეთოთ მისი ინტერპრეტაცია. პირველ ნაწილში საინფორმაციო ქუდის შემდეგ ვხედავთ ორ წამყვანს, რომლებიც ესაუბრებიან მაყურებლებს და აკეთებს მთელი წლის შემაჯამებელ განცხადებებს. ტონალობა აქაც მაღალ მხატვრულია, თუმცა გაზავებული სტანდარტული ფრაზეოლოგიით.

მეორე ნაწილში გადმოცემულია ეთნიკური აკუსტიკური ელემენტების (სიმღერა „ზედ წამწამზედ მიზიხარ“) ტექნოლოგიურად გადათამაშებულ ტელესიმულაცია, რომელიც როგორც ჩანს კომუნისტური ჩინეთის ტექნოლოგიურ ბაზაზე გაკეთდა. ეს ეპიზოდი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც ჰომოგენიზაციის საუკეთესო ილუსტრაციად კულტურულ კონტექსტში: თუკი ადრეულ პერიოდში ეთნო-კულტურული ნიშნები ბეჭდვით და კინო მედიუმებში ითარგმნებოდა, დროის ცვლილებასთან ერთად გაჩნდა კომპიუტერული და ავტომატური მანქანის მედიუმიც, რომელიც მელოდიას სრულიად მშვიდად უკრავს „დღით და ღამით ერთი ყლუპი ბორჯომის მოთხოვნის გარეშე“, როგორც ამას ამბობს წამყვანი ოდნავ მსუბუქი იუმორ შეზავებული ტონი (სურ 5). ფაქტია, რომ ამ პერიოდში შინაარსებით მედიებს შორის გადათამაშების იდეა ჩნდება, რომელსაც მამინვე პროპაგანდისტული იერი ეძლევა.

მესამე ეპიზოდი შედგება მოსკოვში გამართული 'იარმარკის' ანუ ტრადიციული სამხარეულო ბაზრობა-გამოფენის რეპორტაჟით. აშკარად გამოკვეთილია

ეთნიკური ნიშნების ეგზოტიზაციით: საკვები, მწვადის შეწვა, ბარაქის ხე, სოფლის ეზოს იმიტაცია (სურ 6). ეს ეგზოტიზაცია ეკონომიკური მიზნებისკენ გათვლილ მითს წარმოადგენს, რაც ერთნიმნიშვნელოვნად პოზიტიურ კონოტაციებზეა გათვლილი.

8.2 მხატვრულ-გასართობი ჟანრი

მოგეხსენებათ მოცემული სამკატეგორიანი ჟანრობრივი კლასიფიკაცია არ დიფერენცირდება მკაცრად და მათი შერეული ფორმატები სავსებით დასაშვებია მოვლენაა ტელემაუწყებლობისთვის. ამიტომ ამ კატეგორიაში შევიყვანთ, როგორც შემეცნებით ისევე გასართობ გადაცემებსაც.

მოცემულ ჟანრში პირველ რიგში შევიყვანთ 'საკვირაო გამოფენის' გადაცემების ციკლს. ეს გადაცემა ადრეული პერიოდიდანვე დიდი პოპულარობით სარგებლობდა მისი შინაარსობრივი და ვიზუალური მასალის გამო. პროგრამის ავტორები ვალია ხაზალია და უშანგი კაპანაძე იყვნენ. მაუწყებლობის 40 წლისთავისადმი მიძღვნილ გადაცემაში მხატვრები რადიშ თორდია, გია ბულაძე და ელუგჯა ამაშუკელი თავიანთ ინტერვიუში ახსენებენ, რომ მხატვრობაში მიმდინარე სიახლეებს ამ გადაცემების საშუალებით იგებდნენ. ტელეგადაცემაში ვიზუალურ მასალას მუსიკალური ფონი ახლდა თან. მსგავსი დეტალური, თითქმის მედიტაციური ტრანსლაცია მხატვრული ფორმების უფრო მძლავრი ეფექტის მატარებელი იყო. ამ გადაცემაში მოხდა დავით კაკაბაძის ტილოს 'იმერეთის' პირველი საჯარო ჩვენება ტელე ეკრანით. გარდა ამისა აღსანიშნავია, რომ ტელევიზიის მხატვარ თენგიზ სამსონაძის ინიციატივით გადარჩა უამრავი ტიხარი და სხვადასხვა გადაცემის ქუდები და ჩანახატები.

გარდაქმნის პოლიტიკის ერთ-ერთ გამოძახილი საპროგრამო ბადეში ისეთი ახალგაზრდული გადაცემის გამოჩენა იყო, რომელიც არ იქნებოდა მხოლოდ დიდაქტიკურ-პედაგოგიური ხასიათის. ასეთი პირველი შედარებით დასავლური ახალგაზრდული სუბკულტურისთვის დამახასიათებელი ქცევითი კოდების

გადაცემა „თვალსაწიერი“ იყო. მისი ქუდი იწყებოდა ტელე სტუდიის ფართო ხედით ისე რომ პირველი ტელეოპერატორიც და მეორე ვიდეო ოპერატორიც ამწეზე ჩანდნენ ფართო ხედით. ფონად გასდევდა ელექტრო გიტარის მუსიკა, რომლის პარალელურად შემოდიოდა სამაკეტო კედლის კონტრუქცია სტუდიაში ზედ წარწერით „თვალსაწიერი“. შემდეგი კადრი გადადიოდა საგრიმიოროში, სადაც ჩანდნენ ტელეწამყვანები მზადების პროცესში. მეორე ეპიზოდში კი ჩნდებოდა ახალგაზრდა ბიჭი თავზე ბენდენით, რომელიც აგრეთვე შედარებით მძიმე როკმუსიკის თანხლებით პულევიზატორით ხელში კედელზე აწერდა გადაცემის სახელწოდებას - „თვალსაწიერი“. მართალია დაწერის მომეტი კომპიუტერული სპეცეფექტი იყო, რაც ცოტა ხელოვნურად გამოიყურებოდა, თუმცა იგი იმ პერიოდის ტექნიკური აღჭურვილობის პირობებში გარკვეული სიახლეც იყო და ახლებური სოციალური ნიშან-სიმბოლოების სისტემის შემოსვლასაც მოასწავლებდა.

ანალოგური ახალგაზრდული გადაცემა, მაგრამ უფრო მსუბუქი მხატვრული გაფორმებითა და შინაარსობრივად გაცილებით დიდაქტიკური ტონით გამოირჩეოდა გადაცემა „გმართებს ზრდილობა“. გადაცემა გაფორმების თვალსაზრისით ხასიათდებოდა ფერადოვნებით და სიმსუბუქით რაზეც ვერ ვიტყვით მის შინაარსობრივ მხარეზე. საგრძნობი იყო წინასწარ გაწერილი სცენარი და მისი ზედმიწევნითი შესრულება. გათამაშებული და მოდელირებული სიტუაციებიდან ‘უფროსებს’ გამოჰქონდათ რჩევები და დასკვნები თუ რა იყო მართებული და რა მიუღებელი საზოგადოებრივი ქცევის ნორმით ‘უმცროსებისთვის’.

9 თავი. დასკვნა

კვლევის პროცესში ჩვენ ახალი პარადიგმული ჭრილით შევეცადეთ შეგვეხედა რეალობისთვის, რამაც კომუნიკაციური სისტემების არაერთ საინტერესო დასკვნამდე მიგვიყვანა და გააჩინა ახალი საკითხები ქართული მასკომუნიკაციების

ისტორიაში. კვლევის პროცესში შევეცადეთ გაგვეთვალისწინებინა მეოცე საუკუნეში არსებული პოლიტიკური რეჟიმი ქართული მედიალური კულტურული კონტექსტში და წარმოგვეჩინა იგი უნივერსალური საკომუნიკაციო გრამატიკის მაგალითებით. სხვადასხვა ისტორიული სტატისტიკური მასალებიდან გამოვარკვეეთ, რომ საზოგადოების ტელევიზაციის პროცესი 70-იან და 80-იან წლებში ნელი, მაგრამ მზარდი ინტენსივობით მიმდინარეობდა და ქმნიდა მასობრივ აუდიტორიას სხვა ინფორმაციული ინდუსტრიის პირობებში. იკვეთება სპეციფიკური ტელევიზიის მოხმარების ფორმებიც სოფლად და ქალაქშიც ეკონომიკური შესაძლებლობების ფაქტორის გათვალისწინებით. გარდა ამისა დამოკიდებულებების თვალსაზრისით აღინიშნა, აკადემიურ სფეროში დაკავებულ და მუშა სოციალურ ჯგუფებს შორის განსხვავებული დამოკიდებულება ტელევიზორისადმი. მთელი ეს პროცესი აღწერს რადიო და სხვა ბეჭდვითი მედიუმების ტელე მედიუმით ჩანაცვლების შეუქცევად პროცესს, რომელიც არამხოლოდ თეორია არამედ უცხოელი მკვლევარის ელენ მიცკევიჩის ნაშრომიც ადასტურებს²⁷. ამის პარალელურად კი პოლიტიკური ჰომოგენიზაციის პირობებში იხატება მსოფლიო მასკომუნიკაციების ისტორიაში უპრეცედენტო სურათი, სადაც უდიდეს კომუნიკაციურ ქსელებს აკონტროლებს და ფილტრავს სახელმწიფო აპარატი. აღნიშნული კი მაყურებლებში ქმნის არა ინფორმაციულ ზედოზირების პრეცედენტს, როგორც ეს ახასიათებთ ელექტრონულ მედიებს არამედ წარმოშობენ ვაკუუმს და დასავლური მოდელისგან განსხვავებით არც ისე ცუდ შედეგს იძლევიან²⁸.

მოცემულ ნაშრომში დაისვა თანამედროვე ეპოქაში ორი მძაფრად დაკავშირებული კულტურული გარემოებების წიგნის, ჟურნალის და ზოგადად ბეჭდური მედიის მკითხველს ე.წ. პუბლიკასა და მასას შორის ურთიერთმიმართების პრობლემა, რაც

²⁷ (Spit Signals, Ellen Mickiewicz, New York Oxford University Press, 1988, 205გვ.)

²⁸ აღნიშნული "ეფექტი" ჩვენი ნაშრომის კვლევის საგანი არ გახლდათ ამიტომ მას მხოლოდ ზედაპირულად შევხებით.

რეზონანსული თეორიის მოდელში აღიწერება ქცევითი და მნემე მეხსიერების პატერნის ცვლილებით. დასტურდება, რომ ძველი ინდუსტრიულ-მექანიკური ხედვა სივრცისა გამოუსადეგარია ელექტრონული ინფორმაციის ხანაში და ჰიპოდერმული მეთოდი ("ნემსის შეყვანითი" ეფექტი) ისევე როგორც ორნაბიჯიანი ინფორმაციული გადაცემის სვლა უბრალოდ არ მუშაობდა. ამასთან ერთად ელექტრონული მედიების განვითარებამ კარგად გააშიშვლა ლენინისტური პროპაგანდის კოლექტიურ მოზაიკური ცნობიერებაზე ზემოქმედების ინსტრუმენტარია და საზოგადოება 'პროპაგანდის' ახლებურ ტალღაზე გადასვა. საბჭოთა ტელევიზიამ აღმზრდელობითი ფუნქციები შეითვისა, როგორც ესთეტიური, სამოქალაქო და ისე ინფორმაციული მსოფლმხედველობის თვალსაზრისით.

ამერიკელი მედია მკვლევარი ელენ მიცკევიჩი თავის ნაშრომს 'გაყოფილ სიგნალებს' (Splited Channels) არქმევს, რასაც ხსნის საბჭოური პოლიტიკის ორმაგი სტანდარტით ერთის მხრივ მხარს უჭერდა ნაციონალურ მაუწყებლობას, ხოლო მეორეს მხრივ ახდენდა მის ლინგვისტურ და კულტურულ შევიწროვებას ეთნიკურ ნიადაგზე. ერთის მხრივ აწარმოებდა ცოდნას, ხოლო მეორეს მხრივ მას საკუთარი პოლიტიკური ჰომოგენიზაციის მიზნისთვის ისახავდა.

კვლევით პროცესში დადგინდა, რომ ჟანრობრივი პრიორიტეტი საბჭოთა კავშირის ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში იცვლება შემეცნებით-ანალიტიკურიდან ინფორმაციულისკენ, რაც ბუნებრივია პოლიტიკური პროცესებით აიხსნება. უმეტესობა გადაცემებისა ამღჟავნებენ ლიტერატურაცენტრიზმს, რაც გამოიხატება მოდელირებული და წინასწარ დადგმული, იმიტაციური სცენიურობითა და მხატვრული ტონალობით. გათვლა იყო შემდგომი: ორალურ საკომუნიკაციო კულტურაზე ორიენტირებულ საზოგადოებას მიეღო ისეთი ტელე პროდუქტი რომ მასზე მიმზიდველად ემოქმედა, არა რეალურ დროში სიტუაციურობას არამედ მხატვრობის ფერწერით-პოეტურ ტონალობების საშუალებით. ფაქტიურად უნდა

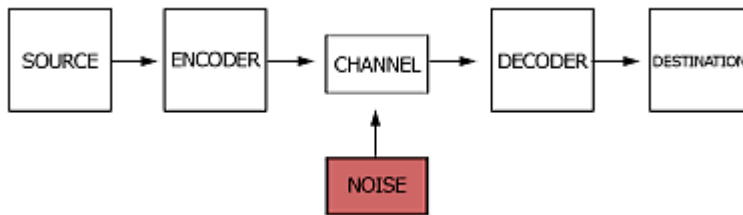
ითქვას რომ მასპუბლიკა ბეჭდური მედიების პრიმატის ქვეშ ყალიბდებოდა, რამაც შემდგომში დაკარგა თავისი სიმძლავრე პოლიტიკური და ტექნოლოგიური რევოლუციების გზით და ახალ ეტაპზე გადაიყვანა რეალობის კონსტრუირების მოდელები.

ილუსტრაციები

გრაფიკი 1.



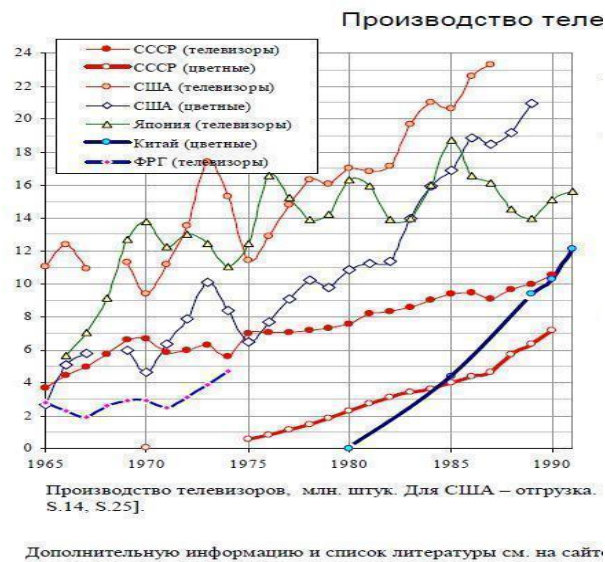
გრაფიკი 2.



წყარო:

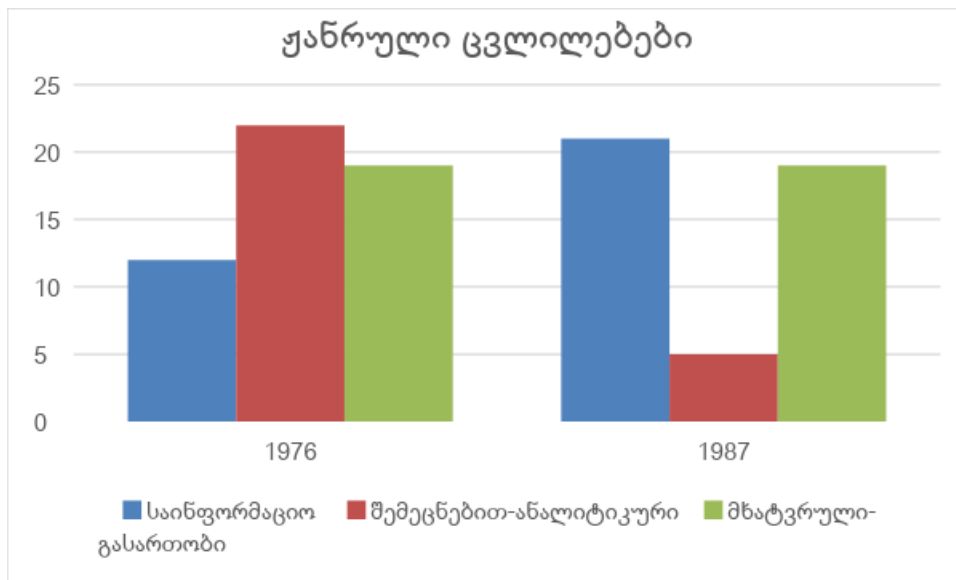
<http://roychristopher.com>

გრაფიკი 3



წყარო: <http://su90.ru>

გრაფიკი 4



ცხრილი 1

**Продажа товаров культурно-бытового назначения
через государственную и кооперативную торговлю
в городских поселениях и сельской местности**
(тысяч штук)

	1965	1970	1975	1980	1981	1982	1983
Часы всех видов	262,9	408,9	508,4	602,4	669,7	613,3	635,1
Радиоприемники и радиолы	57,9	67,2	76,9	94,5	80,7	78,7	83,9
Телевизоры	42,2	71,5	89,8	91,9	103,5	107,3	109,8
Пианино и рояли	4,4	8,0	9,6	8,9	9,3	10,4	9,2
Холодильники	30,9	76,1	50,2	76,2	91,7	86,0	81,2
Стиральные машины	23,7	43,9	48,3	63,9	65,2	73,5	76,4
Электропылесосы	7,5	12,3	21,4	30,1	33,0	37,2	36,8
Мотоциклы и мотороллеры	3,0	3,8	5,7	6,8	5,0	4,9	4,9
Велосипеды, мотовелосипеды и мопеды	18,8	35,3	35,2	53,3	43,4	47,7	47,8
Швейные машины	29,3	26,4	17,2	19,6	19,2	19,1	21,3

წყარო: Народное хозяйство грузинской ССР, Статистический ежегодник, Издательство Сабчота Сакартвело.Тбилиси, 1984

ცხრილი 2

**Продажа товаров культурно-бытового назначения
в сельской местности**
(тысяч штук)

	1965	1970	1975	1980	1981	1982	1983
Часы всех видов	78,4	105,5	147,0	181,0	198,4	187,1	184,0
Радиоприемники и радиолы	27,0	28,9	24,5	37,6	24,4	26,7	34,6
Телевизоры	13,8	26,4	33,2	31,3	32,3	33,8	33,4
Холодильники	5,7	24,6	16,1	34,6	45,7	44,3	41,0
Стиральные машины	8,2	17,3	15,8	24,6	23,3	31,3	32,1
Мотоциклы и мотороллеры	1,8	2,4	2,9	5,2	3,9	3,4	3,3
Велосипеды, мотовелосипеды и мопеды	8,3	18,0	16,8	26,0	21,8	24,7	23,7
Швейные машины	12,1	11,0	6,7	8,9	9,6	10,4	9,6

წყარო: Народное хозяйство грузинской ССР, Статистический ежегодник, Издательство Сабчота Сакарთველო.Тбилиси, 1984

ცხრილი 3

	1976 წელი	1987 წელი
საინფორმაციო	ახალი ამბები (გადმოცემა მოსკოვიდან);(3) სპორტული მიმოხილვა; მოამბე;(3) 'ვრემია';(4) საგამოფენო დარბაზებში(1) საზოგადოება და დანაშაული;(1);	'ვრემია'; (4) საინფორმაციო გამოშვება; (4) დღეს მსოფლიოში (გადმოცემა მოსკოვიდან).(3) 'მოამბე'(3); სამეურნეო მექანიზმი - სიახლენი (1); საკვირაო განიფება (4); 'ვესტნიკი' (1); გარდაქმნის გზით-

	განცხადებები(2)	აგრომომრეწვი მოქმედებს (1) ; განცხადებები (1)
ანალიტიკური/ შემეცნებითი	დოკუმენტური ფილმი (14) ; ტელეკურსები - ინგლისური ენა (1); ბიოლოგია, (1) ქართული ენა (2); ფიზიკა (2); ფრანგული ენა (2);	მათემატიკის ტელეკურსი (2); გერმანული ენა (1); ხალხური შემოქმედება - სიმღერის შესწავლა (1); შემეცნებით-გასართობი პროგრამა ახალგაზრდებისთვის (1).
მხატვრული/გასართობი	მხ.ფილმი (5); თეატრ. სპექტაკლები (2); დილის ვარჯიშები (3); სხვადასხვა ²⁹ (3) ხალხ./საესტრ. კონცერტები (3); სპორტი (1);	მხ.ფილმი(2); მულტფილმი (2); მუს.კონცერტი (8); სხვადასხვა (7)



სურ.1

ქანოს.

წყარო: www.youtube.com

სურ.2



წყარო: www.youtube.com

სურ.3



წყარო: www.youtube.com

სურ 4



წყარო: საზ. მაუწყებლის არქივი

სურ.5



წყარო: საზ. მაუწყებლის არქივი

სურ.6



წყარო: საზ. მაუწყებლის არქივი

ბიბლიოგრაფია

1. დანელია, სერგი. 1944. *არისტოტელის პოეტიკა*. თბილისი: სტალინის სახელობის თბილისის სახ. უნივერსიტეტის გამომცემლობა. <http://illuminati.ge/>.
2. იბერი, ელდარ. 2012. *ახალი ამბების განვითარების დინამიკა საქართველოს ტელევიზიაში (1959-2004)*. <http://www.nplg.gov.ge>.
3. ლელა იაკობიშვილი-ფირალიშვილი., „ახალი იდენტობები - ვიზუალური კომუნიკაცია, ტელევიზია და საქართველო“, კრებული „ახალი იდენტობები“, ძიებანი, 2012
4. მარგიანი, რ. 1987. „სატელევიზიო აფიშა.“ *დროშა (ჟურნალი)*, ივნისი.
5. მარგიანი, რ. 1976. „სატელევიზიო აფიშა.“ *ჟურნალი დროშა*, აპრილი.
6. ნ.ლეონიძე. 2002. *ტელეჟურნალისტიკა*. თბილისი: თბილისის სახ. უნივერსიტეტის გამომცემლობა.
7. ნემსაძე, ანა. 2018. *ფეისბუქი*. 2018 წლის ივნისი. <https://www.facebook.com/> .
8. კვირის პალიტრა,. 2018. *კვირის პალიტრა*. <https://www.kvirispalitra.ge> .

9. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური,. 2018. *საქსტატი*. 2018 წლის ივნისი. <http://www.geostat.ge>.
10. Jensen, Klaus Bruhn. 2002. *A Handbook of Media and Communication Research*. London and New York: Routledge. <http://soniapsebastiao.weebly.com>.
11. McLuhan, Eric. 2008. „Marshall McLuhan’s Theory of Communication: The Yegg.“ *Global Media Journal -- Canadian Edition*, 25-43. <http://www.gmj.uottawa.ca>.
12. McLuhan, Marshall. თ. გ. „Understanding the Media.“ *robynbacken*. <http://robynbacken.com>.
13. McNair, Brian. 1991. *Glasnost, Perestroika and Soviet Media*. London and New York: Routledge. <https://monoskop.org>.
14. Mickiewicz, Ellen. Oxford University Press. *Split Signals*. New York: 1988. <https://monoskop.org>.
15. Monroe, Harriet. თ. გ. *Poetryfoundation*. <https://www.poetryfoundation.org>.
16. Schwartz, Tony. 1974. *The Responsive Chords*. New York: New York Times Company. <https://archive.org/>.
17. Varis, Tapio. 1985. *International Flow of Television Programmes*. Paris: UN Educational, Scientific and Cultural Organization. <http://unesdoc.unesco.org>.
18. თ. გ. *Wikipedia*. <https://en.wikipedia.org> .
19. Baudrillard, J. (1990). *Transparence du mal*. Paris: Galilée.
20. А. М. Анфимов, А. П. Корелин. 1995. *Россия 1913 год, Статистико документальный справочник*. Санкт-Петербург: Блиц.
21. библиотека, Областная универсальная научная. 2018. *Областная универсальная научная библиотека*. <https://www.booksite.ru> .
22. В., Саппак. 1988. *Телевидение и мы. Четыре беседы*. Москва : Искусство.
23. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский. 2002. *Телевизионная журналистика*. Москва: Высшая школа. <http://evartist.narod.ru>.

24. Госкомитет СССР по делам издательств, Полиграфии и книжной торговли.
1981. *Печать СССР в 1980 Году*. Москва: Финансы и Статистика.
25. И.Г.Калабегов. 2018. „СССР и страны мира в цифрах.“ <http://su90.ru/>.
26. П. Шмаков., С. Лапин.,. 1976. *БСЭ*. Москва: Советская энциклопедия.
27. ССР, ЦСУ Грузинской. 1984. *Народное хозяйство Грузинской СССР*. Тбилиси:
Сабчота Сакартвело.
28. Третьяков, В.Т. თ. ზ. *Электронная библиотека, конспекты лекций,
методические рекомендации*. <http://dedovkgu.narod.ru>.
29. Э., Багиров. 1978. *Очерки теории телевидения*. Москва: М. Искусство .