

ელდარ იბერი

რადიომანუქებლობა



რადიომანუშყებლობა



ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტი

**ელდარ იბერი**

# **რადიომაუნუებლობა**

მეოთხე გამოცემა



უნივერსიტეტის  
გამომცემლობა

წიგნი ძირითადად ჟურნალისტიკის შემსწავლელი სტუდენტებისთვის არის განკუთვნილი, მაგრამ ალბათ საინტერესო იქნება პრაქტიკოსი ჟურნალისტებისთვისაც და მათთვის, ვისაც სურს, მეტი იცოდეს მასმედიის საქმიანობის შესახებ.

რედაქტორი: ჟურნალისტიკის დოქტორი თეა მჟავანაძე

რეცენზენტები: ჟურნალისტიკის დოქტორი მარი წერეთელი  
ჟურნალისტიკის დოქტორი მანანა შამილიშვილი

*ქვეყნდება ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის საუნივერსიტეტო საგამომცემლო საბჭოს გადაწყვეტილებით.*

© ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2021

ISBN 978-9941-491-03-0

## შინაარსი

ავტორისაგან .....	7
შესავალი.....	9
თავი I. რადიომაუწყებლობა, როგორც კომუნიკაციური სისტემა.....	17
1. რადიოს გამოსახვითი საშუალებანი.....	17
2. აუდიორობის მნიშვნელობა კომუნიკაციის პროცესში.....	30
3. ტრანსლაციის კომუნიკაციური ასპექტები.....	43
4. რადიომაუწყებლობა ინტერნეტში.....	51
5. მაუწყებლობა, როგორც პროგრამა.....	55
თავი II. რადიომაუწყებლობის ჟანრები და ფორმები .....	61
1. რადიომაუწყებლობის ჟანრული თავისებურებანი.....	61
2. რადიოპუბლიცისტიკის მონოლოგური ჟანრები.....	73
3. რადიოპუბლიცისტიკის დიალოგური ჟანრები .....	86
4. რადიოპუბლიცისტიკის სინთეზური ჟანრები.....	99
5. რადიომაუწყებლობის ფორმები .....	142
თავი III. რადიომაუწყებლობის ძირითადი მიმართულებანი.....	149
1. ოპერატიულ-ინფორმაციული მაუწყებლობა (ახალი ამბები) .....	149
2. თემატურ-ანალიტიკური მაუწყებლობა .....	157
3. მხატვრული მაუწყებლობა.....	160
4. სასწავლო-საგანმანათლებლო მაუწყებლობა .....	172
5. საბავშვო და ახალგაზრდული მაუწყებლობა.....	176
6. საგარეო რადიომაუწყებლობა .....	180
ბოლოთქმა .....	199
ლიტერატურა .....	202





## ავტორის აკან

ეს ნიგნი პირველად დაიბეჭდა 1996 წელს „რადიოჟურნალისტიკის“ სახელწოდებით და შემდეგ მცირეოდენი შესწორებით გამოიცა 1999 და 2003 წლებში. მისი ახლანდელი გამოცემა კი განაპირობა იმ ცვლილებებმა, რომლებიც ბოლო მეოთხედი საუკუნის განმავლობაში მოხდა: ჯერ ერთი, დღევანდელი რადიომაუწყებლობის აღარაა, რაც 20-25 წლის წინ იყო – შეიცვალა მაუწყებლობის პრინციპები, სამაუწყებლო ფორმები, პროგრამული სტრუქტურა; მეორე, ბევრი რამ შეიცვალა მასობრივი ინფორმაციის თეორიასა და თავად მაუწყებლობის თეორიაშიც – გადაფასდა ზოგიერთი ტრადიციული შეხედულება, შეიქმნა ახალი კონცეფციები; და, მესამე, სერიოზული ცვლილებები მოხდა უმაღლეს სასწავლებლებში ჟურნალისტიკის სწავლების სისტემაში – ცალკე სასწავლო კურსებად ჩამოყალიბდა: „ჟურნალისტიკის თეორიის შესავალი“, „მასობრივი კომუნიკაციის თეორიის შესავალი“, „ახალი ამბების ჟურნალისტიკა“, „საქართველოს რადიოს ისტორია“, „მაუწყებლობის პროგრამირება“, „საერთაშორისო ჟურნალისტიკა“ და ბევრმა საკითხმა, რომლებიც ამ ნიგნის ფარგლებში შეისწავლებოდა, იქ გადაინაცვლა. ყოველივე ამან თავისი გავლენა იქონია ახლანდელი გამოცემის როგორც შინაარსზე, ისე სტრუქტურაზე – დუბლირების თავიდან ასაცილებლად მასში აღარაა შეტანილი მთელი რიგი თემები და განიხილება მხოლოდ ის საკითხები, რომლებიც უშუალოდ რადიომაუწყებლობას ეხება და არსებითი მნიშვნელობა აქვს მისი სპეციფიკის გაგებისათვის.



## შესავალი

რადიო, როგორც ტექნიკური გამოგონება, ოთხ-ნახევარი საუკუნით ჩამორჩა საბეჭდ დაზვას. თანაც, თუ პოლიგრაფია თავიდანვე ინფორმაციის მასობრივი გავრცელების მიზნით შეიქმნა და ბეჭდური მედიის წარმოშობა განაპირობა, რადიო გამოიგონეს, როგორც კავშირგაბმულობის, სიგნალის შორ მანძილზე უმავთულოდ გადაცემის საშუალება (რადიოტელეგრაფი) და კიდევ მეოთხედი საუკუნე დასჭირდა, რომ დასაბამი მიეცა მასობრივი კომუნიკაციის ახალი, ელექტრონული საშუალებისათვის – რადიომაუწყებლობისათვის (თუმცა პირვანდელი დანიშნულება ცდემდე შეინარჩუნა). დროთა განმავლობაში, ბეჭდვითი სიტყვის მსგავსად, მან შეიძინა მასობრივ-კომუნიკაციური არხის ყველა ფუნქცია და გახდა არა მხოლოდ ჟურნალისტიკის ცალკე სახეობა, არამედ მეცნიერებისა და ხელოვნების აქტიური ტრანსლატორიც.

რადიომაუწყებლობის საზოგადოებრივი მნიშვნელობა სწორედ იმით განისაზღვრება, რომ იგი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებას წარმოადგენს. „მასობრივი ინფორმაციის საშუალებანი“ და „მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებანი“ ყოველდღიურ პრაქტიკაში უმეტესწილად პარალელურ ცნებებად იხმარება, ოღონდ პირველი ცნება ყურადღებას ამახვილებს მასობრივი აუდიტორიისათვის განკუთვნილ ინფორმაციაზე – იმაზე, რაც საზოგადოებას მიეწოდება, ხოლო მეორე, თავად კომუნიკაციის პროცესზე – თუ როგორი მიეწოდება ეს ინფორმაცია. ორივე შემთხვევაში კი საქმე გვაქვს ერთსა და იმავე საშუალებებთან, ანუ არხებთან. სხვა მოსაზრებით, „მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებანი“ უფრო ზოგადი ცნებაა და მოიცავს აუდიტორიაზე ინფორმაციის გავრცელების ყველა საშუალებას (მათ შორის წიგნს, აუდიო და ვიდეო ჩანაწერებს და ა.შ.), ხოლო „მასობრივი ინფორმაციის საშუალებანი“ მისი ის არსებითი ნაწილია, რომელსაც ინფორმაციის პერიოდული და ოპერატიული გავრცელება ევალება (პრესა, რადიო, ტელევიზია, ნაწილობრივ ინტერნეტი). ეს ეხება „მასმედიასა“ და „მედიასაც“, მაგრამ აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს,

რომ დღეს სულ უფრო ხშირად ყველა ეს ტერმინი „მასმედიით“ ან „მედიით“ არის ჩანაცვლებული.

აზრთა მეტ სხვადასხვაობას ინვევს „მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების (არხის)“ და „ჟურნალისტიკის“ ცნებათა შეფარდება. მასობრივი ინფორმაციის არხებით ყოველგვარი ინფორმაცია გადაიცემა – პუბლიცისტურიც, მხატვრულიც და მეცნიერულიც: გაზეთში ლექსიც იბეჭდება და სამეცნიერო-პოპულარული სტატიაც, რადიოში ოპერაც გადაიცემა და უცხოური ენის გაკვეთილიც, ტელევიზიაში – ფილმიც და ლექციაც (ალარაფერს ვამბობთ მხატვრულ-ლიტერატურულ და სამეცნიერო პერიოდულ გამოცემებზე, რადიოს მუსიკალურ და ტელევიზიის კინოარხებზე). მიეკუთვნება თუ არა ისინი ჟურნალისტიკას?

მეცნიერთა ერთ ნაწილს მიაჩნია, რომ, რადგან ხელოვნება და მეცნიერება მასობრივი ინფორმაციის არხებში ჩართულია ჟურნალისტიკური სტრუქტურების მეშვეობით, ამ სტრუქტურების მიერ გავრცელებული ყოველგვარი ინფორმაცია, მათ შორის მხატვრულ-მეცნიერულიც, ჟურნალისტიკას მიეკუთვნება. ჟურნალისტიკა ხომ ინფორმაციულ-მმართველობითი საქმიანობაა, რომელიც გულისხმობს ინფორმაციის შეგროვებას, გადამუშავებასა და პერიოდულად გავრცელებას მასობრივი ინფორმაციის არხების საშუალებით – რა მნიშვნელობა აქვს, საიდან შეგროვდა და რა სახისაა ეს ინფორმაცია? ასე რომ, ჟურნალისტიკა იგივეა, რაც ჟურნალ-გაზეთებისა და ტელერადიოპროგრამების, ანუ, საერთოდ, მასობრივი ინფორმაციის პერიოდულ საშუალებათა ერთობლიობა.

სხვების აზრით, მხატვრული და მეცნიერული ინფორმაცია ჟურნალისტიკას არ მიეკუთვნება (იგულისხმება ლიტერატურული, მუსიკალური, მეცნიერული თუ მეცნიერულ-პოპულარული ნაწარმოებები, ლექცია-გაკვეთილები, რომლებიც მედიისგან დამოუკიდებლადაც არსებობს, თორემ თავად ჟურნალისტიკა ყველა სფეროს და თემას ეხება). ჟურნალისტიკის საქმიანობას მიმდინარე მოვლენების აღწესხვა – ანალიზი შეადგენს და იგი თვითონ კი არ წარმოადგენს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, არამედ იყენებს მათ, როგორც არხებს, თავის მიერ მოპოვებული ინფორმაციის გასავრცელებლად. მასთან ერთად იმავე არხებს აუდიტო-

რიასთან კავშირისათვის იყენებს აგრეთვე ხელოვნება და მეცნიერება. მაგალითად, მუსიკალური ნაწარმოებები, რომლებიც დიდი ხნის განმავლობაში მხოლოდ საკონცერტო დარბაზებსა და სხვა სპეციალურ ადგილებში სრულდებოდა, ანდა გრამფირფიტებით ვრცელდებოდა, როგორც კი რადიო გაჩნდა, მაშინვე დამკვიდრდა ეთერში, შემდეგ კი ტელეეკრანზეც და ხელმისაწვდომი გახდა უზარმაზარი აუდიტორიისათვის. ასევე კინოფილმიც, რომლის ნახვა თავიდან მხოლოდ კინოთეატრებში შეიძლებოდა, სატელევიზიო პროგრამის აუცილებელ ნაწილად იქცა და მილიონობით მაყურებელს პირდაპირ შინ მიენოდება. იგივე შეიძლება ითქვას მხატვრულ ლიტერატურაზე, რომელიც ადრე ზეპირი ან ხელნაწერის სახით ვრცელდებოდა და მეცნიერებაზე – ორივე აქტიურად იყენებს მასობრივი ინფორმაციის არხებს. ამ გაგებით, „ჟურნალისტიკა“ და „მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები“, რა თქმა უნდა, იდენტური ცნებები არ არის.

ჩვენ ვიზიარებთ ამ შეხედულებას და მიგვაჩნია, რომ რადიომაუწყებლობა მხოლოდ ჟურნალისტიკა არ არის და, როგორც მასობრივი ინფორმაციის დამოუკიდებელი საშუალება, ამავე დროს, ლიტერატურის, ხელოვნებისა და მეცნიერების (ზოგადად კულტურის) ტრანსლაციასაც ეწევა. ამიტომ მიეკუთვნება იგი არა მხოლოდ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა სისტემას, არამედ ერთდროულად კულტურის სისტემასაც.

თავად რადიო ტექნოგენური კულტურის სახეობაა. მრავალი საუკუნე არსებობდა მხოლოდ ტრადიციული კულტურა, რომელიც მოიცავდა დამწერლობას და ხელოვნების ისეთ სახეობებს, როგორებიცაა: ვოკალური, ქორეოგრაფიული და დრამატული ხელოვნება; სახვითი ხელოვნება, ქანდაკება და არქიტექტურა. მაგრამ მე-19 საუკუნის ბოლოს და მე-20 საუკუნეში ინფორმაციის გავრცელების ახალი გზების ძიების შედეგად ჩამოყალიბდა კომუნიკაციისა და ხელოვნების ტექნოგენური საშუალებებიც – ფოტოგრაფია, კინო, რადიო, ტელევიზია და ბოლოს ინტერნეტი, რომელიც სულ უფრო ფართოდ ვრცელდება. ამ კულტურას ტექნოგენურს უწოდებენ იმიტომ, რომ სინამდვილის ბგერითი, ხედვითი თუ ბგერით-ხედვითი სახეები იქმნება ოპტიკურ-ქიმიური ან ელექტრონული ტექნოლოგიების გამოყენებით (ფოტოგრაფია და

კინო ოპტიკურ-ქიმიური საშუალებანია, ხოლო რადიო-ტელევიზია და ინტერნეტი – ელექტრონული, ამჟამად კი ყველა მათგანი გადადის ციფრულ ტექნოლოგიაზე). ტექნოგენური კულტურის, ისევე, როგორც ტრადიციული კულტურის ამა თუ იმ სახეობის სპეციფიკას განსაზღვრავს მისი სივრცულ-დროითი მახასიათებლები (ქრონოტოპი) და გამოსახვითი საშუალებანი. რადიო დროისმიერი საინფორმაციო საშუალებაა. აზრისა და სახის დროში განვითარებით იგი ენათესავება კინოსაც, მაგრამ დროსთან განსაკუთრებული დამოკიდებულებით – ტრანსლაციურობითა და პროგრამულობით – მხოლოდ ტელევიზიას.

რაც ყველაზე მთავარია, რადიო და ტელევიზია კომუნიკაციურად არის ერთნაირი, გენეტიკურად ენათესავება ერთმანეთს (ტელევიზია ხომ რადიოს ნიაღში წარმოიშვა). როგორც აღვნიშნეთ, ეს ერთნაირობა განპირობებულია ტექნოლოგიური საფუძვლების ერთიანობით – ორივე მათგანი ელექტრომაგნიტური სიგნალის გავრცელებას და გარდაქმნას ემყარება, რაც განსაზღვრავს მათ ტრანსლაციურ ხასიათს. ორივე არსებობს მაუნყებლობის ფორმით – პროგრამის სახით. კომუნიკაციური ერთნაირობა განპირობებს იმ პრინციპების ერთიანობას, რომლებზეც ორივე მათგანის დოკუმენტური და მხატვრული სტრუქტურებია დაფუძნებული: აუდიტორიისთვის ინფორმაციის მიწოდებისა და მისი აღქმის სპეციფიკას, რეპორტაჟულობას, იმპროვიზაციულობას, ჟანრებისა და ფორმების სიახლოვეს და ა.შ. (თუმცა რადიო და ტელევიზია მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისგან გამოსახვითი საშუალებების მიხედვით – პირველი მხოლოდ ბგერით გამოიხატება და სმენით აღიქმება, მეორე კი ბგერასთან ერთად გამოსახულებასაც იყენებს და სმენასთან ერთად უპირველესად ადამიანის მხედველობაზეა გათვალისწინებული).

მთელი რადიომაუნყებლობა შეიძლება დაიყოს ორ დიდ ნაწილად – დოკუმენტურ და მხატვრულ მაუნყებლობად. თავის მხრივ, დოკუმენტური მაუნყებლობა შემოქმედების ორ დიდ სფეროს – პუბლიცისტიკასა და მეცნიერებას – უკავშირდება და მოიცავს პუბლიცისტურ მაუნყებლობას და სასწავლო-სამეცნიერო მაუნყებლობას.

„პუბლიცისტიკის“ ცნება დღემდე იწვევს აზრთა სხვადასხვაობას. ზოგიერთი მკვლევარი მას, საერთოდ, მოძველებულად მიიჩნევს და აღარ იყენებს; ერთნი პუბლიცისტიკად მიიჩნევენ საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თემატიკის ყველა ნაწარმოებს, მეორენი – მასობრივ-პოლიტიკურ ტექსტებს, მესამენი – პოლიტიკურად მწვავე ნაწარმოებებს, მეოთხენი – ანალიტიკურ ჟანრებს. არსებობს სხვა შეხედულებანიც. უფრო მისაღები ჩანს პუბლიცისტიკის ფართო (ზოგადი) და ვიწრო გაგება: პირველის მიხედვით, პუბლიცისტიკაა ყველა ტექსტი, რომელიც საზოგადოებრივი ცხოვრების მიმდინარე სოციალურ-პოლიტიკურ მოვლენებსა და პრობლემებს ეხება, მეორე კი – პუბლიცისტიკად მხოლოდ ამ სფეროსთან დაკავშირებულ ანალიტიკურ ნაწარმოებებს აღიარებს (ბევრ საზღვარგარეთელ ნაშრომშიც „წმინდა“ ინფორმაცია და პუბლიცისტიკა, რომელიც ავტორის შეხედულებებს წარმოაჩენს და „სუბიექტურ“ ჟურნალისტიკად არის მიჩნეული, მკვეთრად დაა ერთმანეთისგან გამიჯნული).

ყველა შემთხვევაში პუბლიცისტიკა შემოქმედების ის ტიპია, რომელსაც ჟურნალისტიკა იყენებს, რადგან სწორედ იგი გამოხატავს და განმარტავს იმ მოთხოვნილებებს, რომლებიც საზოგადოებას მოცემულ მომენტში გააჩნია. ჟურნალისტიკა ინსტიტუტია, რომლის დანიშნულებაა საზოგადოების სოციალურ მართვაში მონაწილეობა მასობრივ-ინფორმაციული ურთიერთობის უზრუნველყოფის გზით. ხოლო პუბლიცისტიკა ისტორიულად ჩამოყალიბდა, როგორც ლიტერატურის სახეობა (შემდეგ კი რადიოში, კინოსა და ტელევიზიაშიც გადაინაცვლა), რომელიც ოპერატიულად აღწერს და აანალიზებს საზოგადოებაში მიმდინარე სოციალურ-პოლიტიკურ პროცესებს საზოგადოებრივი აზრის ასახვა-ფორმირებისა და, საბოლოოდ, სოციალურ პრაქტიკაზე ზემოქმედების მიზნით.

პუბლიცისტიკა ძირითადად ჟურნალისტიკის მეშვეობით ვრცელდება, თუმცა მისგან დამოუკიდებლადც არსებობს (მაგალითად, წიგნის სახით). პუბლიცისტიკა და ჟურნალისტიკა ისე შეეფარდება ერთმანეთს, როგორც ლიტერატურის სახეობა და მისი არსებობის საშუალება, მაგალითად, წიგნი ან ჟურნალი. ჟურნალისტიკა თვითონ არ წარმოადგენს შემოქმედების სახეობას, იგი

მხოლოდ ტრიბუნაა პუბლიცისტური შემოქმედებისათვის. ეს პროცესი შეიძლება პირიქითაც იყოს გააზრებული: მაგალითად, ჟურნალისტიკა კი არ იყენებს პუბლიცისტიკას, არამედ პუბლიცისტიკა – ჟურნალისტიკას, როგორც არხს, თავისი ფუნქციების შესასრულებლად (ამ გაგებით, პუბლიცისტიკა თავად არის საზოგადოების სოციალური მართვის ერთ-ერთი ინსტიტუტი და ჟურნალისტიკა სხვა არაფერია, თუ არა პუბლიცისტიკის ფუნქციონირება მასობრივი ინფორმაციის არხებით).

პუბლიცისტიკა რომ შეადგენს ჟურნალისტური საქმიანობის შინაარსს, ამას თუნდაც ისიც ადასტურებს, რომ „პუბლიცისტი“ და „ჟურნალისტი“ იდენტურ ცნებებად აღიქმება (მე-19 საუკუნის ქართულ ჟურნალისტიკაში, მაგალითად, მხოლოდ პირველი მათგანი გამოიყენებოდა). პოეტს, რამდენი ლექსიც არ უნდა დაბეჭდოს გაზეთში, ანდა მეცნიერს, რამდენი ლექციაც (თუნდაც პოპულარული) არ უნდა წაიკითხოს ტელევიზიაში, ჟურნალისტს არავინ უწოდებს. ასევე, არავინ უწოდებს ჟურნალისტს არცერთი გაზეთისა თუ ჟურნალის რედაქტორს ან რადიო-ტელევიზიის მუშაკს, თუ თვითონ არ ქმნის არა მხატვრულ, არამედ პუბლიცისტურ ნაწარმოებებს.

ამასთან, პუბლიცისტიკა უპირველესად და პრინციპულად იმით განსხვავდება ხელოვნებისაგან, რომ ხელოვნება ახალ სინამდვილეს ქმნის (რეალობის სახეობრივ ტრანსფორმაციას – მხატვრულ მოდელს იძლევა), ხოლო პუბლიცისტიკა განიხილავს კონკრეტულ ფაქტებსა და მოვლენებს საზოგადოებრივი მნიშვნელობის შესაბამისად (აქ მხოლოდ არსებული სინამდვილის ადეკვატურ ინფორმაციულ მოდელზე თუ შეიძლება ლაპარაკი). ხელოვნებისაგან განსხვავებით იგი სახეებით აზროვნებას კი არა, ცნებებით აზროვნებას ემყარება, ისევე, როგორც მეცნიერება. ოღონდ, თუ მეცნიერების მიზანი ზოგად კანონზომიერებათა დადგენაა და რეალობაზე, ხანგრძლივ დაკვირვებას მოითხოვს, პუბლიცისტიკა კონკრეტულის, ერთეულის ოპერატიული შესწავლით ცდილობს მიმდინარე ფაქტებსა და მოვლენებში გარკვევას. ასე რომ, როგორც შემოქმედების ფორმა, იგი მეცნიერულ შემოქმედებასთან უფრო ახლოს დგას (კერძოდ, სოციალურ მეცნიერებებთან), ვიდ-



რე მხატვრულ შემოქმედებასთან და აქტიურად იყენებს მეცნიერებისათვის დამახასიათებელ კვლევით მეთოდებს.

ყველაფერი, რაც ზოგადად პუბლიცისტიკაზე აღვნიშნეთ, მთლიანად ეხება რადიოპუბლიცისტიკასაც, რომელიც დოკუმენტური რადიომაუწყებლობის უდიდეს ნაწილს შეადგენს (ფაქტობრივად, მხატვრული და სასწავლო-საგანმანათლებლო გადაცემების გარდა. მთელი მაუწყებლობა, ფართო გაგებით, პუბლიცისტიკაა).

თავისი ჩამოყალიბების პროცესში რადიომაუწყებლობამ განიცადა პრესის, ლიტერატურის, თეატრის, ზეპირსიტყვიერი ურთიერთობის, ორატორული ხელოვნების გავლენა. მაგრამ ყველაზე მეტად მისი საქმიანობის პრინციპები განსაზღვრა პრესამ, როგორც მასობრივი ინფორმაციის საშუალებამ. პრესისგან გადმოიღო რადიომაუწყებლობამ სოციალური ფუნქციები, აგრეთვე პუბლიცისტური ჟანრები და ფორმები (თუმცა მათ რადიოს გამოსახვითი სპეციფიკის გამო მნიშვნელოვანი ცვლილებები განიცადეს). შემდგომ მისი განვითარება, ისევე, როგორც ნებისმიერი მედიასაშუალებისა, განპირობებული იყო, ერთი მხრივ, ქვეყანაში არსებული სოციალურ-პოლიტიკური და კულტურული ვითარებით, ხოლო, მეორე მხრივ, თვითონ რადიოში მიმდინარე ტექნიკური და შემოქმედებითი პროცესებით.

ჩვენი დღევანდელი ცხოვრების სოციალურ-პოლიტიკური კონტექსტი ახალ პირობებს უყენებს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს და მათ შორის რადიომაუწყებლობასაც. სახელმწიფო იდეოლოგიის დიქტატისა და ცენზურის გაუქმებამ გზა გაუხსნა ეთერის დემოკრატიზაციის პროცესს, მაგრამ საინფორმაციო საშუალებათა მანამდე არნახულმა მოზღვავებამ შეავიწროვა რადიოს მოქმედების ასპარეზი და აიძულა იგი გადარჩენის გზები ეძებნა. ოდესღაც მთელი ეთერის ერთადერთ ბატონ-პატრონს დღეს ტელევიზიისა და ინტერნეტის გვერდით უწევს არსებობა და ეთერში საკუთარი ადგილის დაცვა, რაც, უპირველეს ყოვლისა, მისი ინტენსიური პროფილიზაციით არის გამოხატული. მასობრივი ინფორმაციის არცერთ საშუალებას ისე აშკარად არ განუცდია ჩვენი თანამედროვეობისათვის დამახასიათებელი დემასიფიკაციის პროცესი, როგორც რადიომაუწყებლობას (ამ მხრივ მას ნაწი-

ლობრივ თუ გაუწევენ მეტოქეობას ჟურნალები, რომლებიც თავიდანვე დიფერენცირებული ხასიათისა იყო).

ახალმა საუკუნემ თავისი კორექტივები შეიტანა საქართველოს რადიომაუწყებლობის განვითარებაშიც: ჯერ ერთი, სატელევიზიური კავშირგაბმულობისა და ინტერნეტის გამოყენებამ არნახულად გაზარდა ქართული პროგრამების გავრცელების არეალი; მეორე, 2005 წლიდან საქართველოს სახელმწიფო ტელერადიოკორპორაციას საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტატუსი მიენიჭა და გამოვიდა ხელისუფლების დაქვემდებარებიდან (თუმცა დღემდე განიცდის მის გარკვეულ გავლენას) და, მესამე, შეიქმნა FM დიაპაზონზე მომუშავე, რამდენიმე ათეული კერძო, დამოუკიდებელი რადიოსადგური (როგორც დედაქალაქში, ისე რეგიონებში). ისტორიულად ისე მოხდა, რომ ულტრამოკლეტალღოვანი მაუწყებლობა ორად გაყოფილი აღმოჩნდა: დასავლეთევროპული მიმღებ-გადამცემი აპარატურა მუშაობდა ამ დიაპაზონის ერთ, ზედა ნაწილში, ხოლო საბჭოთა – მეორე, ქვედა ნაწილში (ალბათ შეგნებულად). ახლანდელი – ე.წ. FM. მაუწყებლობა („frequency modulation“ – „სიხშირული მოდულაცია“) დასავლეთევროპულ სტანდარტს მიეკუთვნება და ჩვენთვის ჩვეული ულტრამოკლეტალღოვანი დიაპაზონის გაფართოებას ნიშნავს. ჩვენი FM-რადიოსადგურები ძირითადად მუსიკალური ხასიათისაა – ეთერში პუბლიცისტებს დიჯეები ცვლიან – მაგრამ საზოგადოებრივი მაუწყებლის გვერდით უკვე ჩამოყალიბდა დამოუკიდებელი რადიომაუწყებლობის ცალკე სექტორი, რაც უთუოდ შეესაბამება მსოფლიო რადიომაუწყებლობის განვითარებისა და ჩვენს საზოგადოებაში მიმდინარე დემოკრატიზაციის პროცესებს.

# თავი I. რადიომანუხილობა, როგორც კომუნიკაციური სისტემა

## 1. რადიოს გამოსახვითი საშუალებანი

მასობრივი ინფორმაციის ნებისმიერ საშუალებას თავისი სპეციფიკური ნიშან-თვისებები გააჩნია, მაგრამ ამავე დროს არსებობს საყრდენი პრინციპები, რომელსაც შეიძლება დაეფუძნოს თითოეული მათგანის გააზრება. ამის საშუალებას იძლევა თვითონ მასობრივი კომუნიკაციის პროცესზე დაკვირვება, სადაც აშკარად იკვეთება სამი ძირითადი მომენტის თავისებურება: გამოსახვის თავისებურება (გამოსახვით საშუალებათა სპეციფიკა), მიწოდების (აუდიტორიისადმი ინფორმაციის გადაცემის) თავისებურება და აღქმის (აუდიტორიის მიერ მიწოდებული ინფორმაციის ათვისების) თავისებურება. ყველა კონკრეტული თავისებურება შეიძლება დაჯგუფდეს ამ სამი მომენტის მიხედვით ისე, რომ უკვე ჩამოყალიბებული, სისტემური სახე მიიღოს. ამ სისტემაში მოქცეული ყველა თავისებურება თავისი არსით კომუნიკაციური ხასიათისაა, რადგან უკავშირდება არხის, შესაბამისად ინფორმაციის მომზადებისა და რეციპიენტის მიერ მისი აღქმის, თავისებურებებს. აქედან პირველი ორი თავისებურება (გამოსახვისა და მიწოდებისა) განპირობებულია მასობრივი კომუნიკაციის საშუალების – როგორც ტექნიკური სისტემის – თავისებურებით და არსებითად განსაზღვრავს მესამეს (აღქმას), საერთოდ კი, მთელი კომუნიკაციური პროცესის ხასიათს.

არხის თავისებურება უპირველესად გამოიხატება კომუნიკაციური სისტემის გამოსახვით საშუალებათა თავისებურებით. მასობრივი ინფორმაციის თითოეული საშუალება სხვებისგან განსხვავებულ, საკუთარ გამოსახვით სისტემას ემყარება: პრესა გრაფიკული ნიშნების სისტემას, დაბეჭდილ სიტყვას (თუმცა ნაწილობრივ გამოსახულებას – ნახატს ან ფოტოგრაფიასაც იყენებს),

რადიომაუნწყებლობა – ბგერითი ხასიათის ვერბალურ და მუსიკალურ ნიშანთა სისტემებს: წარმოთქმულ ან წაკითხულ სიტყვას (აგრეთვე ხმაურს, რომელიც ასევე გამოსახვითი საშუალებაა, მაგრამ კომუნიკაციური თვალსაზრისით ნიშანთა ორგანიზებულ სისტემას არ წარმოადგენს და დამოუკიდებელი მნიშვნელობა არ გააჩნია), ტელევიზია კი – აუდიოვიზუალურ სისტემას: როგორც პირობით გრაფიკულ და ბგერით ნიშნებს, ისე სინამდვილის იდენტურ ხატუნიშნებსაც (ბეჭდვითი და ზეპირი სიტყვა პლუს უძრავი და მოძრავი გამოსახულება).

ზოგიერთი სპეციალისტის აზრით, რადიო შეიძლება განისაზღვროს, როგორც აკუსტიკური მსოფლხედვა. რადიოს გამომგონებლის გულიელმო მარკონის გამოთქმით, რადიო არის „ბგერა, რომელიც თვითონ უფალმა ღმერთმა შექმნა“. სწორედ რადიოს ბგერითი ბუნების გამო მკვლევართა ერთი ნაწილი რადიოს გამოსახვით საშუალებებს ორ ჯგუფად ყოფს: პირველია ე.წ. ბუნებრივი გამოსახვითი საშუალებანი, რომლებიც ბგერით გამოიხატება – ზეპირი სიტყვა, ხმაური და მუსიკა (ზოგჯერ მათ ფორმანარმოქმნელ საშუალებებსაც უწოდებენ, რადგან მათი მეშვეობით იქმნება რადიოგადაცემათა ჟანრები და ფორმები); მეორე – ტექნიკური საშუალებანი, ძირითადად მონტაჟი მისი სხვადასხვა მნიშვნელობით და ხმის ხელოვნური დამუშავება. ასეთი დაყოფა ალბათ სწორია, რადგან ბუნებრივ საშუალებებთან შედარებით მონტაჟი მაინც დამატებითი გამოსახვითი საშუალებაა და რადიოში ენის ისეთ აუცილებელ ელემენტს არ შეადგენს, როგორც კინოსა და ტელევიზიაში; აქ იგი ძირითადად კომპოზიციურ ფუნქციას ასრულებს.

**ზეპირი სიტყვა** (გრაფიკისგან თავისუფალი გახმოვანებული სიტყვა) ნიშანთა პირობით სისტემას წარმოადგენს. რადიო შეიძლება განისაზღვროს, როგორც სოციალურად ორიენტირებული ცენტრალიზებული ზეპირსიტყვიერი ურთიერთობა, როგორც საზოგადოებრივი დიალოგი, რომელიც რადიოკომუნიკატორისა და მსმენელის ურთიერთკავშირს გულისხმობს. სპეციალისტებმა დიდი ხანია შეამჩნიეს, რომ კომუნიკაციურ პროცესში სიტყვა უფრო მნიშვნელოვან როლს ასრულებს, ვიდრე პლასტიკური გამოსახულება ანდა შესტი. როგორც ფიქრობენ, ეს გამონეწეულია, ჯერ ერ-

თი, იმით, რომ კომუნიკაციურობის ხარისხი უკუპროპორციულია შინაარსის დამახინჯებისა, რაც ცნობის გადაცემისა და მიღების პროცესში ხდება – მეტყველება კი ამ მხრივ ყველაზე მეტი გარკვეულობით ხასიათდება; და, მეორე, სიტყვა აზრს გამოხატავს ისეთი სისრულით, როგორც არცერთ სხვა გამოსახვით საშუალებას არ ძალუძს.

ზეპირი სიტყვის გამოყენება, რაც ადამიანთა ურთიერთობის უპირველესი და ისტორიულად ჩამოყალიბებული საშუალებაა, პრინციპულად განასხვავებს რადიოს კომუნიკაციურ ბუნებას ბექდვითი სიტყვისაგან, ხოლო საჯაროდ წარმოთქმული ორატორული სიტყვა სრულიად სამართლიანად ითვლება თანამედროვე მასობრივი ინფორმაციის შორეულ წინაპრად. ამას თუნდაც ისიც ადასტურებს, რომ სწორედ საჯარო სიტყვის ანალიზისას ჩამოყალიბა არისტოტელემ მასობრივი კომუნიკაციის პროცესის პირველი მოდელი, რომელიც საფუძვლად უდევს დღემდე არსებულ ყველა მოდელს: „სიტყვა შედგება სამი ნაწილისაგან: მოლაპარაკე, ის, რის შესახებაც ლაპარაკობს და ვისდამიც არის სიტყვა მიმართული“.

მაგრამ ზეპირი სიტყვის კონსერვაციის, ტირაჟირებისა და საჯაროდ გავრცელების ტექნიკური შეუძლებლობის გამო, დიდხანს ვერ მოხერხდა მისი გამოყენება მასობრივი ურთიერთობის პროცესში, თუმცა ამის მოთხოვნილება ყოველთვის არსებობდა. მასობრივი კომუნიკაციის განვითარება სხვა გზით წარიმართა – ჟურნალისტიკა ტიპოგრაფიულ-საგამომცემლო ინდუსტრიის ბაზაზე ჩამოყალიბდა, კომუნიკაციის ფუნქცია წერილობით ფორმას – დაბეჭდილ სიტყვას დაეკისრა. მხოლოდ XX საუკუნის 20-იანი წლებიდან რადიოტექნიკის სწრაფმა განვითარებამ შესაძლებელი გახადა ზეპირი სიტყვის, როგორც მასობრივი კომუნიკაციური საშუალების, აღორძინება და რადიოს პოპულარობა ხალხის ფართო მასებში უპირველესად იმან განაპირობა, რომ იგი მას ზეპირი საჯარო სიტყვით დაუკავშირდა.

რადიოსიტყვა უჩინარი სიტყვაა, რაც განსაკუთრებულ სახეს აძლევს რადიომეტყველებას – პიროვნებათაშორის ურთიერთობაში ადამიანი არაა მიჩვეული მოსაუბრისაგან განცალკევებით სიტყვის მოსმენას (გამონაკლისი მხოლოდ სატელეფონო საუბა-

რია). ეს შეუსაბამობა მხოლოდ ტელევიზიამ დაძლია, როცა შესაძლებელი გახდა მოსაუბრის დანახვა და საუბარს ბუნებრივი სახე დაუბრუნა. მიუხედავად ამისა, რადიოს ტელევიზიასთან ერთად უდიდესი დამსახურება მიუძღვის ზეპირი ცივილიზაციის აღორძინებაში, ბექდვითი სიტყვის გვერდით ზეპირი სიტყვის კანონიერი უფლებების განმტკიცებაში. ეს ბუნებრივიცაა, რადგან ჟურნალისტიკის გენერალური ფუნქცია – საზოგადოების სოციალურ მართვაში მონაწილეობა მასობრივ-ინფორმაციული ურთიერთობის უზრუნველყოფის მეშვეობით – ემყარება სოციალური ურთიერთობის მთავარი საშუალების – ენის, ადამიანის სიტყვის ინსტრუმენტულ შესაძლებლობებს. ზეპირი სიტყვა ისტორიის მანძილზე ჩამოყალიბდა, როგორც სოციალური ინფორმაციის ყველაზე კონცენტრირებულად შემცველი და გადამცემი საშუალება. ზეპირმეტყველება უზრუნველყოფს ადამიანების ურთიერთობას, ამ ურთიერთობის მიზანი კი ერთობლივი ცხოვრებისა და საქმიანობის ორგანიზაციაა. ზეპირ სიტყვას ყოველთვის აქვს კომუნიკაციური მიმართულება, ე.ი. ორიენტირებულია სხვა ადამიანების მიერ გაგებაზე, მათ ცნობიერებასა და საქმიანობაზე ზემოქმედების, აგრეთვე სოციალური ურთიერთმოქმედების მიზნით. სიტყვას ერთი უნიკალური თვისებაც გააჩნია – თუ გამოსახულება უკიდურესად კონკრეტულ ინფორმაციას იძლევა ობიექტთან იდენტიფიკაციის, მსგავსების გამო, სიტყვას აბსტრაქტიზების უნარი აქვს, ცნებითი ინფორმაციის მატარებელია და, ამდენად, შეუცვლელია კომუნიკაციის პროცესში (მის გამოყენებას პლასტიკური ენის ყველაზე ერთგულმა მუნჯმა კინომაც კი ვერ აუარა გვერდი და იძულებული გახდა გამოსახულებისათვის ტიტრებიც დაემატებინა).

ამავე დროს, სიტყვიერი ინფორმაციის გადაცემა – კომუნიკაციის პროცესი – არასდროს წარმოადგენს ურთიერთობის საბოლოო მიზანს, იგი ყოველთვის არის საშუალება სხვა მიზნების მისაღწევად და ძირითადად მსმენელის ცნობიერებასა და ქცევაზე ზემოქმედებას გულისხმობს.

ზეპირ სიტყვას არამარტო აზრობრივი, არამედ ემოციური დატვირთვაც გააჩნია – ფსიქოლოგების მტკიცებით, იგი ერთდროულად წარმოადგენს აზრისა და გრძნობის გამოსატვის ფორ-

მას და შეუძლია სინამდვილის როგორც ლოგიკურ-ცნებითი, ისე კონკრეტულ-გრძნობადი ასახვა. ამასთან, ადამიანის ხმა, მეტყველების მანერა, ტემბრი და ინტონაცია თვითონ პიროვნების „დანახვის“ საშუალებასაც იძლევა (ასეთი გამოთქმაც კი არსებობს – „ილაპარაკე, რომ დაგინახო!“), ამიტომ რადიოჟურნალისტიკას ზოგჯერ „მეტყველებით ჟურნალისტიკასაც“ უწოდებენ.

ზეპირი სიტყვის აუცილებელი არსებობა რადიოში (აგრეთვე ტელევიზიაში) განსაზღვრავს რადიო და ტელეგადაცემების პერსონიფიცირებულ ხასიათს. იგი ყოველთვის გულისხმობს სწორედ სინქრონულ კომუნიკაციას – წარმოთქმის მომენტში აღქმას, გულისხმობს მსმენელს და აუცილებლად მოითხოვს კონკრეტულ შემსრულებელს (წარმომთქმელს ან წამკითხველს). ისტორიულად ზეპირი ლიტერატურა სწორედ ამ პრინციპს ემყარებოდა – მხატვრული ლიტერატურა განუყოფელი იყო მისი მხატვრული შესრულებისაგან, ხშირად კი ავტორი და შემსრულებელი ერთი და იგივე პიროვნება გახლდათ. ეს განაპირობებდა ზეპირი შემოქმედების იმპროვიზაციულ თუ ნახევრადიმპროვიზაციულ ხასიათსაც. შემდგომ, ლიტერატურის წერილობითი ფორმების განვითარებასთან ერთად, ავტორი-შემსრულებლის პიროვნება გაიყო და ჩამოყალიბდა მწერლისა და საჯაროდ წამკითხველის (მხატვრული კითხვის ოსტატის) პროფესიები – მწერალი თავის სანერ მაგიდასთან დარჩა, მხატვრულმა კითხვამ კი თავისი კანონიერი ადგილი დაიკავა თეატრში და ესტრადაზე.

შეიძლება ითქვას, რომ იგივე მოხდა პუბლიცისტიკაშიც. მისი ისტორიული პირველსახე – ორატორული ხელოვნება (სადაც ავტორი და შემსრულებელი ერთი და იგივე პიროვნება იყო) შეცვალა ნაბეჭდმა პუბლიცისტიკამ, მაგრამ მას საჯაროდ წამკითხველი აღარ აღმოაჩნდა, რადგან დიდი ხნის მანძილზე ზეპირი სახით პუბლიცისტიკის მასობრივი გავრცელება ტექნიკურად არ ხერხდებოდა. მხოლოდ რადიომ (შემდეგ კი ტელევიზიამ) მოახერხა ეს და დაუბრუნა კიდევ ზეპირ პუბლიცისტიკურ სიტყვას შემსრულებელიც: 1. ავტორისა და 2. საჯაროდ წამკითხველის – დიქტორის სახით. ასე წარმოიშვა პირველად რადიოში ახალი, თავისებური პროფესია – დიქტორის პროფესია, რომელიც შეიძლება განვიხილოთ, როგორც კითხვის ხელოვნების გამოყენებითი ფორმა (დიქ-

ტორის შემოქმედება იმით განსხვავდება მხატვრული კითხვისაგან, რომ არამხატვრულ ტექსტებთან აქვს საქმე, ორატორული ხელოვნებისაგან კი იმით, რომ საკუთარს კი არა, სხვის ტექსტებს წარმოთქვამს; ასე რომ, იგი საშემსრულებლო შემოქმედების სახეობას წარმოადგენს).

სწორედ ზეპირი სიტყვის შემსრულებლის აუცილებელი არსებობა რადიოსა და ტელევიზიაში განაპირობებს რადიო და ტელეინფორმაციის პერსონიფიკაციას, ანუ მის აუცილებელ დაკავშირებას რეალურ პერსონასთან, კონკრეტულ პიროვნებასთან. სხვანაირად რომ ვთქვათ, ზეპირი სიტყვის გადმოცემა შეიძლება მხოლოდ ბგერებით, მხოლოდ დანანეერებული მეტყველების საშუალებით; ამის უნარი კი მხოლოდ ადამიანს, კონკრეტულ პიროვნებას აქვს და რამდენადაც რადიო და ტელეინფორმაცია ძირითადად ზეპირ სიტყვას ემყარება (მისი გადმოცემა კი შეუძლებელია ადამიანის პერსონის გარეშე), იგი ყოველთვის ინდივიდუალიზებულია, პერსონიფიცირებულია. მიკროფონთან წარმოთქმული ნებისმიერი სიტყვა გარკვეული ინტონაციითაა შეფერილი, გამოხატავს წარმომთქმელის დამოკიდებულებას და თუნდაც მინიმალური დოზით მოიცავს მის ინდივიდუალობასაც. პიროვნების ინდივიდუალობა და ტექსტისადმი დამოკიდებულება იგრძნობა მოკლე ინფორმაციულ ცნობაშიც კი, რომელსაც უმრავლეს შემთხვევაში დიქტორი კითხულობს და თითქოს არავითარ პირად დამოკიდებულებას არ საჭიროებს. ნაკითხულის სრული ნეიტრალურობა და უსახურობა, პერსონიფიკაციაზე უარის თქმა შესაძლებელი იქნებოდა მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მიკროფონთან ცოცხალ ადამიანს მოლაპარაკე მანქანა შეცვლიდა (სულაც არაა შემთხვევითი, რომ ფოტო-კინომასალების დოკუმენტალიზმს სინამდვილის ტექნიკური საშუალებებით აღბეჭდვა განაპირობებს). ასე რომ, საეთერო მედია (ისტორიულად კი პირველ რიგში რადიო), თავისი გამოსახვითი საშუალებების გარდა, ძირითადად იმითაც განსხვავდება ბეჭდვითისაგან, რომ იგი პერსონიფიცირებულია – მასში ფიზიკურად ჩართულია ადამიანის პიროვნება.

ამრიგად, პერსონიფიკაცია მხოლოდ ტექსტის „ავტორიზაცია“ (ავტორის მიკროფონთან გამოსვლა შემსრულებლის როლში) როდია, როგორც ეს ტრადიციულად მიაჩნიათ, არამედ, საერთოდ,



მისი „პიროვნებიზაცია“ ანუ წაკითხვა თუ წარმოთქმა ემპირიული პიროვნების მიერ. ამით განსხვავდება პერსონიფიცირებული ზეპირი სიტყვა არაპერსონიფიცირებული ბეჭდვითი სიტყვისაგან, რომელიც გრაფიკული ნიშნებით გადმოიცემა და ინფორმაციის მოსაწოდებლად არავითარი კონკრეტული პირის თანხლებას არ საჭიროებს.

ამავე დროს, თუმცა მასობრივი კომუნიკაცია ცენტრალიზებული სოციალური ურთიერთობაა, ეს კი არ გამორიცხავს, პირიქით, მოითხოვს ამ პროცესში პიროვნული კომპონენტების შემოტანას. ერთიანობის შეგრძნება, მრავალ სხვა ადამიანთან გაიგივება პიროვნების საშუალებით ხორციელდება – ასეთია მასობრივი კომუნიკაციის დიალექტიკა. რადიო თავისი ბუნებით „პიროვნული არხია“, რადგან ემყარება ისეთ „პიროვნულ ინსტრუმენტს“, როგორცაა ინდივიდუალური ადამიანის ხმა და მიმართულია ცალკეული მსმენელისადმი, პიროვნებისადმი. ყველაფერს რომ თავი დავანებოთ, რადიოკომუნიკაციის ინტიმური ხასიათი უკვე თავისთავად გამოყოფს კომუნიკატორი-პიროვნების განსაკუთრებულ როლს, რადგან მსმენელთან პირდაპირი და გულახდილი საუბარი შეუძლია მხოლოდ პიროვნებას და არა დანესებულებას. ესაა კონკრეტული მოსაუბრის კონტაქტი კონკრეტულ მსმენელთან.

აქედან გამომდინარე, პერსონიფიკაციის უფრო მაღალი საფეხურია ავტორისა და შემსრულებლის ერთ პიროვნებაში გაერთიანება – ავტორის მიერ მიკროფონთან საკუთარი ნააზრევის გადმოცემა, რასაც შეიძლება ავტორისმიერი პერსონიფიკაცია ვუნოდოთ. მას ორი დიდი უპირატესობა გააჩნია: 1. თუ ინფორმაცია უთუოდ კონკრეტული პირის მიერ უნდა გადმოიცეს, აქ ინფორმაციას იძლევა არა „შუამავალი“ დიქტორი, არამედ „პირველი პირი“, ვინც უშუალოდ არის დაკავშირებული მასთან და ამდენად მისი სარწმუნოობა და საბოლოო ეფექტიანობა გაცილებით მეტია; ამასთან, იგი კიდევ უფრო უახლოვდება პიროვნებათაშორისი ურთიერთობის ზეპირსიტყვიერ ფორმას (რადგან ადამიანი სხვის დაწერილს კი არ კითხულობს, არამედ თავის სათქმელს უშუალოდ თვითონვე ამბობს), რაც ზრდის კომუნიკაციურ ეფექტს; 2. ავტორს შეუძლია იმპროვიზაცია, რაც პრინციპულად განასხვავებს

საეთერო, ზეპირმეტყველებით ჟურნალისტიკას ბექდვითი ჟურნალისტიკისაგან და რასაც დიქტორი მთლიანად მოკლებულია.

რადიოჟანრების უმრავლესობა (გამოსვლა, მიმოხილვა, კომენტარი, ინტერვიუ, რეპორტაჟი) იმდენად იმპროვიზაციულია, რომ აუცილებლად მოითხოვს ავტორისმიერ პერსონიფიკაციას – მათი შინაარსი, თემა და იდეა გამოიხატება და აღიქმება უშუალოდ ავტორის პიროვნების მეშვეობით და არა აბსტრაქტიზებულიად, როგორც ეს პრესაში ხდება. თუ საგაზეთო სტატიის ავტორის ინდივიდუალობა მხოლოდ აზროვნებისა და ლიტერატურული სტილის თავისებურებებით გამოიხატება და ამდენად მკითხველი თავისუფალია მისი, როგორც ემპირიული პიროვნების, გავლენისაგან, რადიომსმენელისათვის არანაკლებ მნიშვნელოვანია ავტორის ხმის ტემბრი, ინტონაცია, მეტყველების მანერა, რაც საშუალებას აძლევს მას წარმოიდგინოს უჩინარი მოსაუბრე: მისი ტემპერამენტი, ხასიათის თავისებურებანი, კულტურის დონე და მრავალი სხვა. ასეთი დამატებითი ანუ „არასიტყვიერი“ ინფორმაცია ბექდვით ჟურნალისტიკაში შეუძლებელია. ამ „ხარვეზის“ გამოსწორების ცდად უნდა ჩაითვალოს ჟურნალ-გაზეთებში ზოგიერთ ნაწარმოებზე ავტორის პორტრეტის თან დართვა.

რადიომაუწყებლობაში პერსონიფიკაციის განვითარების შემდგომი ეტაპი, რაც შეიძლება გადაცემების პერიოდულობის შედეგად ჩაითვალოს, არის მიკროფონთან სისტემატურად მომუშავე ჟურნალისტების – რეპორტიორების, მიმოხილველებისა და წამყვანების წარმოშობა, რომლებსაც ჩვენს ჟურნალისტურ პრაქტიკაში დიდი ხნის მანძილზე კომენტატორებს უწოდებდნენ. ესაა კომენტატორის ცნების ფართო გაგება, რაც იდენტურია საზღვარგარეთ გავრცელებული ტერმინებისა – „რადიოპერსონაჟი“ და „ტელეპერსონაჟი“ (ვინრო გაგებით კი კომენტატორი არის კომენტარის ავტორი – გარკვეული დარგის მაღალკვალიფიციური სპეციალისტი, ვისაც მიკროფონთან ინვევენ ხოლმე რომელიმე საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი მოვლენის გასაანალიზებლად და შესაფასებლად). ზოგიერთი სპეციალისტი ზემოხსენებულ „პერსონაჟებს“ უმატებს კომენტატორს (ვინრო გაგებით) და ინტერვიუერს. ჟურნალისტების სისტემატური გამოსვლა მიკროფონთან განპირობებულია მათი ფუნქციითა და პროფესიული

თვისებებით – შემოქმედებითი ინდივიდუალობით, იმპროვიზაციისა და საჯაროდ აზროვნების უნარით, მოქალაქეობრივი პოზიციით, ცხოვრებისეული ფაქტებისა და მოვლენებისადმი საკუთარი დამოკიდებულებით და ა.შ.

დღევანდელი ეთერი იმ ადამიანებს ეკუთვნის, ვინც სხვის დანერილს კი არა, საკუთარ აზრებს უზიარებს საზოგადოებას. კომენტატორების პოპულარობა (როგორც რადიოში, ისე განსაკუთრებით ტელევიზიაში) იმასაც ადასტურებს, რომ მასობრივი ზეპირსიტყვიერი ურთიერთობა სწორედ პერსონათა კონკრეტიზაციის მეშვეობით თანამედროვეობის სოციალური მოთხოვნილებაა.

მიუხედავად იმისა, რომ რეპორტიორიც, მიმომხილველიც და წამყვანიც კომენტატორად იწოდებიან, მათი ამპლუა სხვადასხვანაირია: თუ პირველი ორი, როგორც წესი, ავტორად – საკუთარი ნაწარმოების შემსრულებლად გვევლინება, „მრგვალი მაგიდის“, პროგრამის ან მასობრივი გადაცემის წამყვანის ავტორობა აუცილებელი არაა – მისი ძირითადი ფუნქცია გადაცემის გათავისება და აუდიტორიისათვის სათანადო დონეზე მიწოდებაა.

რეპორტიორი, როგორც ინფორმატორი, ვისი ფუნქციებიც ინფორმაციულ-ქრონიკალური ჟურნალისტიკის მთელ სივრცეშია განფენილი და მიმომხილველი, როგორც ფაქტებისა და მოვლენების ინტერპრეტატორი, პრესაში ჩამოყალიბდნენ და იქიდან მოვიდნენ საეთერო ჟურნალისტიკაში. რაც შეეხება წამყვანს, მისი ისტორიული სამყოფელია თეატრი, ესტრადა, მუსიკალური კონცერტი – ხელოვნების ის ფორმები, რომელსაც დიალოგი უდევს საფუძვლად და სადაც სხვადასხვა ფრაგმენტის ურთიერთდაკავშირებაა საჭირო (ეს განსაკუთრებით იგრძნობა რადიო და ტელეწამყვანის ერთ-ერთი თანამედროვე მოდიფიკაციის – შოუმენის პროფესიაში). მაგრამ ხელოვნებისაგან განსხვავებით, რადიოს წამყვანი-კომენტატორი ჟურნალისტიკის სოციალურ ფუნქციებს ასრულებს და მიუხედავად მეთოდების გარკვეული მსგავსებისა, გამოირჩევა აქტიური საზოგადოებრივი პოზიციით (საზღვარგარეთ და ბოლო წლებში ჩვენთანაც, წამყვანებს პირველ რიგში აქტიუალური საინფორმაციო და ანალიტიკური პროგრამების გაძღოლა ევალებათ). ეს ჟურნალისტური პროფესია დიქტორ-კო-

მუნიკატორის ალტერნატივას წარმოადგენს და სხვა ფუნქციებთან ერთად ახალი ფორმების წარმოშობასაც განაპირობებს თანამედროვე საეთერო მედიაში – ბევრი პოპულარული რადიო და ტელეპროგრამა სწორედ წამყვანის „ხარჯზე“ არსებობს და მისი პიროვნების ინდივიდუალობას ემყარება.

რადიოს მეორე მნიშვნელოვანი გამოსახვითი საშუალებაა სხვადასხვა ხასიათის **ხმაური** – შეიძლება ითქვას, „ბუნებისა და ტექნიკის ხმები“. ხმაურს უწოდებენ გარემო სინამდვილის აკუსტიკურ ანაბეჭდებს, სხვადასხვა სიგნალს, საერთოდ, მოუნწერიგებელ ბგერებს. სხვანაირად თუ ვიტყვით, სიტყვისა და მუსიკის გარდა ნებისმიერი აკუსტიკური სიგნალი ხმაურს წარმოადგენს. ხმაური კონკრეტული ადგილისა თუ სიტუაციის აკუსტიკური დახასიათებაა, მისი რეალურობის დადასტურებაა და ამ მხრივ გარკვეულ დამატებით ინფორმაციას იძლევა. იგი შეიძლება იყოს როგორც ბუნებრივი, ისე ხელოვნური ანდა შერეული სახისა. რადიოსიტყვისაგან განსხვავებით ხმაური არაა უნივერსალური გამოსახვითი საშუალება და მისი შესაძლებლობანი გაცილებით ნაკლებია. ამიტომ არაა მიზანშეწონილი ხმაურის ეფექტით ზედმეტად გატაცება (განსაკუთრებით მაშინ, როცა საუბრის მოსმენას უშლის ხელს), თუ თვითონ ტექსტი არ მოითხოვს მის გამოყენებას. იგი გამოსახვის ერთგვარი დამატებითი საშუალებაა და მხოლოდ მაშინაა გამართლებული, თუ გააჩნია აზრობრივი დატვირთვა, აძლიერებს აკუსტიკურ სურათს, აღრმავებს მსმენელთა ემოციას, დოკუმენტურობასა და სარწმუნოობას მატებს მოვლენის აღქმას (ამასთან, გასათვალისწინებელია ისიც, რომ სათანადო განმარტების გარეშე, ხმაური უმრავლეს შემთხვევაში არაინფორმაციულია).

ხმაურს ძირითადად ორი ფუნქცია ეკისრება – ინფორმაციული და სიუჟეტური. ინფორმაციული ფუნქცია მრავალმხრივია: ხმაური გამოდის ისტორიული დოკუმენტის როლში, აღნიშნავს მოქმედების დროსა და ადგილს, სიტუაციის სიმწვავეს, ადამიანების განწყობილებას (მაგალითად, დემონსტრაციის, მიტინგისა თუ სპორტული მატჩის გადმოცემისას), ზრდის გადაცემის ტევადობას და შეუძლია მრავალსიტყვიანი აღწერაც კი შეცვალოს.

ზოგიერთი ჟანრისათვის, მაგალითად, რეპორტაჟისათვის, ხმაური აუცილებელი კომპონენტია. სიუჟეტური თვალსაზრისით, ხმაურის მეშვეობით შესაძლებელია არამარტო მოქმედების უბრალო ილუსტრაცია ან საჭირო ფონის შექმნა, არამედ სივრცესა და დროში გადაადგილებაც. მას მონტაჟის პროცესში ერთგვარი „ხიდის“ ფუნქციაც კი ეკისრება სხვადასხვა ფრაგმენტის დასაკავშირებლად. ხმაური ფართოდ გამოიყენება მხატვრულ გადაცემებში – განსაკუთრებით რადიოსპექტაკლებში, სადაც წარმატებით ასრულებს „ბგერითი დეკორაციების“ როლს ანდა ემსახურება სიმბოლოსა თუ ილუზიის შექმნას, მოქმედი პირისა თუ სიტუაციის დახასიათებას და ა.შ. ამ შემთხვევაში იგი დამოუკიდებელ ესთეტიკურ ფუნქციას ასრულებს. ყოველ ცალკეულ გადაცემაში, კონკრეტული ვითარების შესაბამისად, შეიძლება სულ სხვადასხვა სახისა და სიძლიერის ხმაური იყოს გამოყენებული. არც ისაა გამორიცხული, რომ ზოგიერთი ხმაური სულაც არ ეკუთვნოდეს მოცემული მოვლენის აკუსტიკურ კონტექსტს და სხვა დროს და სხვა ადგილას იყოს ჩანერილი ან თუნდაც ხელოვნურად შექმნილი, მაგრამ მთლიანად შეესაბამებოდეს მას და ხელს უწყობდეს გადაცემის ემოციურ აღქმას. გარკვეული მიზნით ხმაური ზოგჯერ შეიძლება მუსიკასთანაც იყოს შერწყმული (ე.წ. სონორული მუსიკა).

რადიოს გამოსახვით საშუალებათა შორის განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს **მუსიკას**, რომელიც თავისი სპეციფიკის გამო (მხოლოდ ბგერითი სახით არსებობს და მხოლოდ სმენით აღიქმება) ყველაზე მეტად შეესაბამება მასობრივი ინფორმაციის ამ აკუსტიკურ საშუალებას. იგი რადიოში ორი სახით არსებობს – როგორც დამოუკიდებელი ხელოვნება (სხვადასხვა მუსიკალური ნაწარმოების სახით) და როგორც გამოსახვითი საშუალება. პირველ შემთხვევაში რადიო მხოლოდ რეპროდუქტორის როლს ასრულებს, მეორე შემთხვევაში კი იგი აქტიურად იყენებს მუსიკას, როგორც რადიოსიგნალის დამხმარე საშუალებას და ხმაურის მსგავსად მრავალნაირ ფუნქციას აკისრებს მას. სწორად შერჩეული მუსიკა ზრდის ტექსტის შინაარსობრივ დატვირთვას, ქმნის საჭირო ფონსა და განწყობილებას და გარკვეული მხატვრული ელემენტის ფუნქციას ასრულებს.

ეს განსაკუთრებით ეხება მხატვრულ და დოკუმენტურ-მხატვრულ ჟანრებს (დოკუმენტალისტიკაში მუსიკის გამოყენება მეტსიფრთხილესა და თავშეკავებას მოითხოვს). აქ მუსიკა ან დამხმარე როლში გვევლინება, როგორც თეატრალურ სპექტაკლსა და კინოფილმში – აძლიერებს ტექსტის ემოციურ ზემოქმედებას – ანდა, მათგან განსხვავებით, თვითონ ქმნის მსმენელის წარმოსახვაში ხედვით სახეებს და დრამატურგიის დამოუკიდებელ ელემენტად იქცევა (ზოგჯერ ასეთ მუსიკას პირობით მუსიკასაც უწოდებენ). საერთოდ კი, ბგერითი გამოსახვის ილუსტრაციულობა და სახეობრიობა მკვეთრად განსხვავებული ცნებებია და, სამწუხაროა, როცა მხატვრულ-დოკუმენტურ ჟანრებში სახეებით აზროვნებას მექანიკური „მუსიკალური გაფორმება“ ცვლის.

მუსიკა ეფექტურად გამოიყენება აგრეთვე გადაცემის დანყებისა და დასრულებისათვის, ტემპის განსაზღვრისათვის, დროსა და სივრცეში გადაადგილებისათვის (თავისებური „ხიდეების“ სახით), სხვადასხვა მონტაჟური მიზნით და ა.შ. თანამეროვე რადიომაუნყებლობაში ფართოდ გამოიყენება აგრეთვე ე.წ. ჯინგლი – მოკლე მუსიკალური ფრაზა, რომელიც წინ უძღვის გადაცემას და წარმოადგენს მის ერთგვარ ანონსს, ანდა ერთმანეთისაგან ჰყოფს სიუჟეტებს მრავალთემიან რადიოპროგრამაში. იგივე შეიძლება ითქვას საცნობების შესახებაც. საცნობები ერთგვარი მუსიკალური სიგნალებია, პროგრამისა და რადიოსადგურის გამოსაცნობი ნიშნებია, რომელიც მსმენელებს ამცნობს გადაცემისა თუ არხის მუშაობის დანყებას და უქმნის მას გარკვეულ განწყობას.

რადიოს ტექნიკური გამოსახვითი საშუალებანი მოიცავს მონტაჟს, აგრეთვე ბგერის ხელოვნური დამუშავების სხვადასხვა ხერხს, როგორიცაა ხმის მულტიპლიკაცია, ვიბრაცია, გაფილტვრა, რევერბაცია, აჩქარება და შენელება და ა.შ. (რაც ხშირად გამოიყენება იუმორისტულ გადაცემებში, საბავშვო და ფანტასტიკურ რადიოსპექტაკლებში და სხვ.). გარკვეული აზრით, ტექნიკური გამოსახვითი საშუალებებია აგრეთვე სტერეოფონია და კვადროფონია.

**მონტაჟი** ზოგადად ცალკეული ნაწილების აწყობას, ერთმანეთთან დაკავშირებას ნიშნავს და ადამიანის აზროვნების ერთერთი უნივერსალური მეთოდია. იგი ფართოდ გამოიყენება ლიტე-

რატურაში, თეატრში, განსაკუთრებით კი ტელევიზიასა და კინოში, სადაც ეკრანული ენის ერთ-ერთი აუცილებელი ელემენტი და ინტერპრეტაციის უპირველესი საშუალებაა. რადიომაუნწყებლობაში მონტაჟის ცნება რამდენიმე გაგებით იხმარება: არსებობს, მაგალითად, სპექტაკლის მონტაჟი (ნამყვანის ტექსტით გაერთიანებული სცენაზე ჩანერილი ფრაგმენტები), მონტაჟი, როგორც ლიტერატურული ფრაგმენტებისა და მუსიკის (ან სიმღერების) შეერთება და ა.შ. ამ შემთხვევაში იგი გადაცემის სტრუქტურას აღნიშნავს. მონტაჟის ყველაზე მარტივი სახეობაა აუდიოჩანაწერის დამუშავება – ზედმეტი, უსარგებლო ადგილების ამოღება და ცალკეული ნაწილების თავმოყრა (ეს, შეიძლება ითქვას, „ტექნიკური მონტაჟია“, თუმცა მას გარკვეული რედაქტორული და კომპოზიციური დანიშნულებაც აქვს).

უფრო ფართო გაგებით, მონტაჟი ნიშნავს ნაწარმოების მხატვრული სტრუქტურის ორგანიზაციას ანუ რადიოგადაცემის ნაწილების ისეთ ურთიერთდაკავშირებას, რაც ქმნის ნაწარმოების მთლიან სახეს, აძლიერებს საერთო გამოსახვით ეფექტს და ზრდის მსმენელზე მის ემოციურ ზემოქმედებას. მონტაჟის ფორმანარმომქმნელი და გამოსახვითი ფუნქცია განსაკუთრებით ნათლად იკვეთება მაშინ, როცა საქმე ეხება სხვადასხვა გამოსახვითი საშუალების – სიტყვისა და ხმაურის, სიტყვისა და მუსიკის, ხმაურისა და მუსიკის ანდა სამივეს ურთიერთდაკავშირებას და მრავალკომპონენტური, ე.წ. სინთეზური ჟანრების, აგრეთვე კრებითი სახის რადიოფორმების შექმნას. ამგვარი ჟანრებისა და ფორმებისათვის მონტაჟი აუცილებელი გამოსახვითი საშუალებაა. სტუდიაში ნაკითხული ტექსტისა და დოკუმენტური აუდიოჩანაწერების გაერთიანება, გადაცემაში ხმაურისა და მუსიკის „შემოყვანა“ არამარტო ტექნიკური, უპირველეს ყოვლისა, შემოქმედებითი პროცესია. მხოლოდ მონტაჟის მეშვეობითაა შესაძლებელი სხვადასხვა გამოსახვითი საშუალების ერთობლიობაში გამოყენება, მოვლენის თანმიმდევრული გადმოცემა თუ ავტორის აზრის განვითარება, ეპიზოდების დაკავშირება თუ დაპირისპირება, ასოციაციური კავშირების წარმოჩენა და სხვ. ამა თუ იმ ცხოვრებისეული ეპიზოდის აუდიოჩანაწერის აზრი შეიძლება არსებითად შეიცვალოს მონტაჟური კონტექსტის მიხედვით.

მონტაჟი დროსა და სივრცეში გადაადგილების უმნიშვნელოვანესი საშუალებაა. მას შეუძლია ერთმანეთს დაუკავშიროს იმ ადამიანთა ხმები, რომლებიც არამარტო სხვადასხვა ადგილას, არამედ სხვადასხვა დროსაც კი ცხოვრობდნენ. მონტაჟის საშუალებით რადიომაუნყებლობაში რეალური, უპირობო დროის პარალელურად შემოდის არარეალური, პირობითი, მხატვრული დრო – შესაძლებელი ხდება დროისა და სივრცის შეკუმშვა (როცა 15-წუთიან გადაცემაში თავსდება რამდენიმე ადგილას და რამდენიმე საათს მიმდინარე მოვლენები). მონტაჟს უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ლიტერატურულ-დრამატულ მაუნყებლობაშიც, უპირველესად სიუჟეტის განვითარებისა და კომპოზიციური სტრუქტურის ჩამოყალიბებისათვის. ასე რომ, მონტაჟის ტექნიკურ გამოსახვით საშუალებად მიჩნევა საკმაოდ პირობითია, უმრავლეს შემთხვევაში იგი შემოქმედებითი პროცესია – ავტორის იდეური და ესთეტიკური პოზიციის გამომხატველია, მისი მხატვრული აზროვნების მეთოდია.

## **2. აუდიორობის მნიშვნელობა კომუნიკაციის პროცესში**

გამოსახვითი საშუალებების ანალიზი ნათლად გვიჩვენებს, რომ როგორც კომუნიკაციური სისტემა და საეთერო ჟურნალისტიკა, როგორც არხი, რადიომაუნყებლობა მკვეთრად განსხვავდება ბეჭდვითი ჟურნალისტიკისაგან, თუმცა როგორც სოციალურ ინსტიტუტს მას ჟურნალისტიკის სხვა სახეობებისაგან განსხვავებული რამდენადმე არსებითი თვისებები არ გააჩნია. განსაკუთრებით უნდა გაესვას ხაზი რადიოს საეთერო ჟურნალისტიკისადმი მიკუთვნებას, რადგან ერთადერთი სპეციფიკური თვისება, რომელიც რადიოს ახასიათებს, არის მისი აუდიორობა, ისევე, როგორც ეკრანულობა არის კინოსა და ტელევიზიის თვისება – როგორც მრავალჯერ აღვნიშნეთ, იგი ხორციელდება მხოლოდ ბგერის საშუალებით და აღიქმება მხოლოდ სმენის საშუალებით (აუდიოჟურნალისტიკა). რადიოს მეორე ძირითადი თვისება, რომელმაც დაკარგა თავისი „მონოპოლიური“ ხასიათი ტელევიზიის



წარმოშობის შემდეგ, არის ტრანსლაციურობა (ტელევიზია, ისევე, როგორც რადიო, არის მასობრივი ინფორმაციის საეთერო, ტრანსლაციური საშუალება, მაგრამ მას აუდიორობასთან ერთად ვიზუალურობაც ახასიათებს – აუდიოვიზუალური ჟურნალისტიკაა). აუდიორობა და ტრანსლაციურობა – ეს ორი თავისებურება (მეორე – ტელევიზიასთან ერთად) განსაზღვრავს რადიომაუწყებლობაში გამოსახვის, მიწოდებისა და აღქმის თავისებურებებს და მოიცავს რადიოს ყველა კონკრეტულ სპეციფიკურ თვისებას, რომელიც დღემდე გამოკვეთილა ანდა შესაძლოა მომავალში გამოიკვეთოს.

რადიო თავიდანვე აქტიურად შეიჭრა საზოგადოების სულიერი ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში, კულტურისა და იდეოლოგიური ინსტიტუტების საქმიანობაში. რადიოგერამ დასძლია დრო და სივრცე, ერთმანეთს დაუკავშირა ათასეული კილომეტრით დაშორებული პუნქტები, სხვადასხვა ერისა და სახელმწიფოს სულიერი მონაპოვარი, შესაძლებელი გახადა გარდასულ დროთა დოკუმენტებისა და წინაპართა ხმების მოსმენა. მაგრამ ყველაზე მთავარი, რაც რადიომ პირველმა შეძლო ინფორმაციის საშუალებაათა ისტორიაში, ისაა, რომ მან მასობრივად დაუკავშირა ერთმანეთს საზოგადოების უზარმაზარი აუდიტორიის წევრები კომუნიკაციის ყველაზე ადრინდელი და უნივერსალური საშუალების – მეტყველების მეშვეობით.

ზეპირი მეტყველება ისტორიულად ჩამოყალიბდა როგორც პიროვნებათაშორისი ურთიერთობის საშუალება (გარეგანი მეტყველება ანუ ადამიანებს შორის კომუნიკაციის საშუალება, როგორც მას უწოდებენ ფსიქოლოგები, განსხვავებით შინაგანისაგან, რომელიც აზროვნების პროცესს უზრუნველყოფს). კომუნიკაციის ამ ორი ფორმის სიახლოვემ მკვლევარები და პრაქტიკოსებიც მიიყვანა იმ დასკვნამდე, რომ რადიოგადაცემა ძირითადად ცალკეული ადამიანებისადმი უნდა იყოს მიმართული და არა კოლექტივისადმი (ზოგიერთის აზრით, ეს ეხება არამარტო პუბლიცისტურ პროგრამებს, არამედ რადიოთეატრსაც, რომლის მსმენელი დარბაზი კი არა, ერთეული ადამიანია).

ეს ძირითადად სწორია, მაგრამ ალბათ მაინც არ ღირს მისი გავრცელება რადიომაუწყებლობის ყველა სახეობასა და ყოველ

კონკრეტულ ფორმაზე. არის გადაცემები, რომლებიც ადამიანების დიდი კოლექტივების თუ არა, გარკვეული ჯგუფების მიერ ერთდროულად მოსმენაზეც კი არის გათვალისწინებული. გავიხსენოთ, რომ თავისი განვითარების სხვადასხვა საფეხურზე. სხვადასხვა ისტორიულ სიტუაციაში რადიო ასეულობით ადამიანს იკრებდა ქუჩებსა და მოედნებზე. მნიშვნელოვან პოლიტიკურ თუ სპორტულ ღონისძიებათა რადიორეპორტაჟები ახლაც ბევრ მსმენელს უყრის თავს პარკებსა და დასასვენებელ ადგილებში. ისიც ნიშანდობლივია, რომ ინტიმურობა ერთ დროს ტელევიზიის სპეციფიკურ თვისებადაც იყო გამოცხადებული და თუმცა თეორიას ბოლომდე ვერ შერჩა, პრაქტიკულად საკმაოდ უარყოფითი როლიც კი შეასრულა (თუნდაც იმით, რომ თავის დროზე ხელი შეუწყო ტელეეკრანზე კამერული ფსიქოლოგიური დრამების მოძალეხას, აქტიური პუბლიცისტიკის დამუხრუჭებას და ა.შ.)

ასე რომ, შეხედულებანი რადიოს სპეციფიკაზე გარკვეულწილად იცვლება კიდევ მისი განვითარების პროცესში, ისე როგორც თვითონ რადიოგადაცემების ხასიათი, მისი მომზადების ფორმები და მეთოდები, მაგრამ უცვლელი რჩება რადიოკომუნიკაციის უპირველესი და უმთავრესი საშუალება – მეტყველება.

**რადიომეტყველების სპეციფიკა** – რადიოჟურნალისტიკა ზეპირი, „მოლაპარაკე“ ჟურნალისტიკაა, ე.ი. ზეპირმეტყველებას ემყარება, მაგრამ იგი თვისებრივად გარდაქმნის ენის ფუნქციურ შესაძლებლობებს, რაც გამონვეულია რადიოკომუნიკაციის ისეთი თავისებურებებით (გამომდინარე ზემოთ აღნიშნული ორი ძირითადი სპეციფიკური თვისებიდან), როგორიცაა: სიტყვიერი ურთიერთობის ერთიკიპურობა (მსმენელისადმი პირდაპირი, თუმცა კი გაშუალებული მიმართვა), სინქრონულობა (სიტყვის აღქმა მისი წარმოთქმის ანდა ჩანანერის აღდგენის მომენტში), სიტყვიერი აქტის დისტანციურობა (მოსაუბრისა და მსმენელის განცალკევება და ხედვითი აღქმის გამოორიცხვა).

ნეიტრალური ბეჭდვითი ინფორმაციისაგან განსხვავებით, ზეპირი სიტყვის პრეროგატივაა მსმენელისადმი მუდმივი კონკრეტული მიმართვა, მისი საუბრის მონაწილედ ჩათვლა, რაც, თავის მხრივ, გულისხმობს სიტყვის აღქმას წარმოქმნის პროცესში ანუ სიტყვიერი ურთიერთობის სინქრონულობას. ეს კი რადიოსიტყვი-

საგან მოითხოვს ინფორმაციულ სიზუსტეს, ლექსიკურ სისუფთავეს, სტილისტურ სიცხადეს.

გარკვეული საილუსტრაციო საშუალებების მოძებნას მოითხოვს სიტყვიერი აქტის დისტანციური ხასიათიც. რადგან რადიო მსმენელს დაშორებულია და ჩვენებაც არ შეუძლია, მან ბგერით რესურსებში უნდა იპოვოს თვალსაჩინო მასალა. ესაა დოკუმენტური ჩანაწერები, ხმაური, მუსიკა და, რა თქმა უნდა, ცოცხალი სიტყვის საგნობრივი თუ ხატოვანი თვისებები.

მიუხედავად იმისა, რომ რადიომ მასობრივი ურთიერთობისათვის გამოიყენა პრაქტიკული მეტყველების ისეთი თვისებები, როგორიცაა: იმპროვიზაციულობა, სპონტანურობა, უშუალობა, წინასწარგანუსაზღვრელობა, რადიომეტყველება მისგან მაინც განსხვავებულია. ჯერ ერთი, სპეციალისტების თვალსაზრისით, ზეპირი და სასაუბრო ენა ერთი და იგივე არაა. სასაუბრო ენის საპირისპირო ცნებაა წიგნიერი ენა. ისინი შეიძლება არსებობდეს ორი ფორმით – ზეპირი და წერილობითი სახით. სასაუბრო ენა მოქმედებს პიროვნული, უშუალო ურთიერთობის პროცესში, ამიტომ ის მაქსიმალურად შეკუმშულია, აზრი ხშირად დაუმთავრებელია, მას ინტონაცია, ჟესტი ან მიმიკა ავსებს და ა.შ. ამიტომ „წმინდა“ სახით იგი რადიოში საკმაოდ შეზღუდულად გამოიყენება (ძირითადად საყოფაცხოვრებო მომენტების ამსახველ დოკუმენტურ აუდიოჩანაწერებში – ნაწარმოების პერსონაჟთა მეტყველებაში, აგრეთვე ნაწილობრივ ლიტერატურულ-დრამატულ გადაცემებში ამა თუ იმ სახის შექნის მიზნით). რადიოჟურნალისტის ენაა ზეპირი წიგნიერი, ყველასათვის გასაგები ენა, მაგრამ იგი ყოველთვის დიალოგური ხასიათისაა (მსმენელთან ურთიერთობას გულისხმობს), ამიტომ, როგორც წესი, შეიცავს სასაუბრო ენის ისეთ ელემენტებს, როგორიცაა მეტყველების დინამიკა, ტონი, ინტონაცია და ა.შ. ასე რომ, რადიომეტყველება თუმცა შეიცავს სასაუბრო მეტყველების ფრაგმენტებს, მთლიანობაში არ ემთხვევა მას, მიუხედავად იმისა, რომ მის მსგავსად, თავისი ბუნებით დიალოგურია. ეს კარგად უნდა გაიაზრონ ჩვენმა რადიოჟურნალისტებმა, რომლებიც პირდაპირ ეთერში ხშირად ისე ესაუბრებიან რადიომსმენელებს, როგორც ქუჩაში შემთხვევით შეხვედრილ ნაცნობებს.

საერთოდ, ურთიერთობის თეორიის მიხედვით, ინტერკომუნიკაციის ყველა სახეობა დიალოგურია, რადგან ისინი ორი ან რამდენიმე პირის ურთიერთკავშირის საშუალებას წარმოადგენს და თუმცა რადიოკომუნიკაცია, როგორც ასიმეტრიული კომუნიკაცია, პრინციპულად განსხვავდება პიროვნებათაშორისი სიმეტრიული კომუნიკაციისაგან, რაც სუბიექტისა და ობიექტის აუცილებელ ურთიერთშენაცვლებას გულისხმობს, იგი მაინც იძლევა დიალოგის გარკვეულ ილუზიას. ეს ილუზია იქმნება მეტყველების დიალოგიზაციის საშუალებათა მთელი კომპლექსის გამოყენებით. ასეთ საშუალებებად ითვლება: რადიომსმენელებისადმი პირდაპირი მიმართვა, კითხვითი წინადადებებისა და წამოდახილების, თანხმობისა და უარყოფის შემცველი ფრაზების ფართოდ გამოყენება, გამეორებები, პაუზები, ფაქტებისა და მოვლენებისადმი საკუთარი დამოკიდებულების ემოციური გამოსატყვობა და ა.შ. ასევე დიდი მნიშვნელობა ენიჭება დიალოგიზაციის პროცესში ენის ნორმების, კერძოდ ორთოეპიული, ლექსიკური, გრამატიკული ნორმების დაცვას, მათი დარღვევა იწვევს მსმენელის ყურადღების შინაარსიდან ფორმაზე გადატანას და ხელს უშლის ალქმის მთლიანობას, საბოლოოდ კი კომუნიკაციის პროცესს. აღარაფერს ვამბობთ იმაზე, რომ ამას თან მოჰყვება აზრობრივი და ლოგიკური შეცდომები, იკარგება ინფორმაციის სიზუსტე.

უფრო არსებითია რადიოს ენის განსხვავება წიგნიერი წერილობითი ენისაგან. მისთვის უცხოა ზედმეტად ლიტერატურული, ტექსტუალური სტილი. საქმე ისაა, რომ თუნდაც დიდი მწერლების ნაწარმოებები ხმამაღლა წასაკითხად და სმენითი ალქმისათვის არაა გათვალისწინებული (მხედველობაში არა გვაქვს დრამატურგია, რომელიც ფართოდ იყენებს სასაუბრო ენას, აგრეთვე გარკვეულწილად პოეზიაც). ისინი მიმართულია განმარტოებული მკითხველის ცნობიერებისადმი და ალქმის სხვა კანონებს ემყარება. მათგან განსხვავებით რადიოჟურნალისტმა „თვლებისთვის კი არა, ყურებისთვის უნდა წეროს“.

სასაუბრო და წიგნიერი ფორმების განსხვავება შეიძლება შევამჩნიოთ თუნდაც ერთი და იგივე კომენტატორის მეტყველებაშიც სხვადასხვა სიტუაციის დროს – ერთ შემთხვევაში, როცა იგი პირდაპირ რეპორტაჟს (ვთქვათ, ფეხბურთის მატჩისას) უძღვება

მოვლენის ადგილიდან და მეორე შემთხვევაში, როცა მოვლენების ანალიზს გვანვდის სტუდიიდან (ვთქვათ, სპორტული მიმოხილვა მიჰყავს). ეს განსაკუთრებით იგრძნობა, თუ კომენტატორი წინასწარ დაწერილ ტექსტს კითხულობს. სპეციალისტების აზრით, კითხვის ინტონაცია რამდენადმე მექანიკური ხასიათისაა (ადამიანი ამ დროს არ ცდილობს აზრის ჩამოყალიბებას, გამზადებულს გადმოგვცემს) და ამდენად ნაკლებად ძალუძს მსმენელთა ყურადღების აქტივიზაცია. თვითონ ხმის სიძლიერე და ტონიც კი ერთფეროვანია, რადგან არ ხდება აზრის დაბადების განცდა (ეს, რა თქმა უნდა, არ ეხება მხატვრულ კითხვას).

ასე რომ, რადიოს ენა არც სასაუბრო მეტყველებაა და არც წიგნიერი ზეპირი ენა, არამედ მათი ელემენტების ერთობლიობა, რომელიც უპირატესად იყენებს ამა თუ იმ შესაძლებლობას კონკრეტული სიტუაციისა და მიზნის შესაბამისად (ჟანრის, თემისა თუ მოსაუბრის ინდივიდუალობის გათვალისწინებით).

წიგნიერი და სასაუბრო ელემენტების თანაფარდობა და ურთიერთმოქმედება არსებით როლს ასრულებს რადიომეტყველების ისეთი პრინციპის განხორციელებაში, როგორიცაა პოლარულობის პრინციპი. მასში იგულისხმება სიტყვიერი კომუნიკაციის როგორც ლოგიკურ-გრამატიკული, ისე ინტონაციური კომპონენტების თანმიმდევრული დაპირისპირება. ასეთია, მაგალითად: რაციონალური და ემოციური, სპეციალური და საერთო, ლიტერატურულად დამუშავებული და იმპროვიზებული, ინდივიდუალური და ზოგადენობრივი და ა.შ.

კონტრასტები არსებობს თვითონ მეტყველების ჟღერადობაშიც. ურთიერ-თდაპირისპირებული ხასიათი აქვს ტონის სიმალლის, ბგერის სიძლიერისა და მეტყველების ტემპის ცვალებადობას. შეიძლება ერთმანეთს დაუპირისპირდეს სხვადასხვა ხმის ტემბრები, რომლებიც მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისაგან ჟღერადობის დიპაზონით (ამ პრინციპს ემყარება, მაგალითად, რადიომაუწყებლობის პრაქტიკაში ორი სხვადასხვა ტემბრის მქონე – ძირითადად მამაკაცისა და ქალის – ხმების გამოყენება ტექსტის დინამიკის ასამაღლებლად). დიდ შთაბეჭდილებას ახდენს ზეპირმეტყველებაში საუბრისა და დუმილის მონაცვლეობა, გან-

საკუთრებით კი ფსიქოლოგიური პაუზები, რომელიც თითქოს ამ-  
თავრებს ავტორის სათქმელს ანდა ვარაუდობს, იმას, რაც უნდა  
ითქვას. ესენი სიტყვის არასემანტიკური, არავერბალური გამო-  
სახვითი საშუალებებია.

**ინფორმაციისა და კომუნიკაციის არავერბალური საშუა-  
ლებანი.** რადიოჟურნალისტიკა, ბეჭდვითი ჟურნალისტიკისაგან  
განსხვავებით, ფლობს დამატებით გამოსახვით საშუალებებს,  
რომელთა მეშვეობითაც შესაძლებელია გრძნობებისა და აზრების  
უფაქიზესი ნიუანსების გადმოცემა. ლექსიკურ, სინტაქსურ და  
სხვა საშუალებათა გარდა, რადიომეტყველებას გააჩნია ე.წ. არა-  
ვერბალური საშუალებანი, რომლებიც დამატებით „არასიტყვიერ  
ინფორმაციას“ იძლევა (ე.ი. თუ საგაზეთო ინფორმაცია მხოლოდ  
სიტყვიერია, „ერთმაგია“, რადიოინფორმაცია – „ორმაგია“: რო-  
გორც სიტყვიერი, ისე არასიტყვიერი). მათ მიეკუთვნება მეტყვე-  
ლების მელოდიკა და რიტმი, ტემპი, პაუზები, ბგერის სიძლიერის  
ცვლა, ლოგიკური და ფრაზეოლოგიური მახვილები, ხმის ტემბრი  
და, რაც მთავარია, ტონი და ინტონაცია (პიროვნულ ურთიერთო-  
ბაში, ტელევიზიასა და კინოში მათ ემატება მიმიკა და ჟესტიკუ-  
ლაცია).

რადიომეტყველების რიტმულ-მელოდიკურ ბუნებას მნიშვნე-  
ლოვანწილად განსაზღვრავს მისი სასაუბრო ფორმა, რაც უპი-  
რისპირდება კითხვის ტრაფარეტულ მონოტონურობასა და დამ-  
ლლელ ერთფეროვნებას, მჭიდროდ უკავშირდება ევფონიისა და  
ალქმის ფსიქოლოგიის თავისებურებებს (ბევრს გამოუცდია ალ-  
ბათ რა ძნელი მოსასმენია სიტყვების გაუთავებელი მექანიკური  
„ლეჭვა“ არა მარტო რადიოში, არამედ ტელევიზიაშიც). რიტმს  
მოკლებულ მეტყველებას დაუმთავრებელი სახე აქვს და უსია-  
მოვნი შთაბეჭდილებას ტოვებს.

ზეპირი სიტყვის არსებითი ელემენტია ტემპი (მეტყველების  
სისწრაფე). გარდა იმისა, რომ იგი პიროვნების სუბიექტური მახა-  
სიათებელია, შესაძლებელია მისი ვარირება გადაცემის სიტუაცი-  
ის, თემისა და ჟანრის შესაბამისად – ფეხბურთის მატჩის რეპორ-  
ტაჟსა და სამეცნიერო-პოპულარულ გადაცემას არ შეიძლება ერ-  
თნაირი ტემპი ჰქონდეს, თუმცა ყველა შემთხვევაში ტემპი ხელს  
არ უნდა უშლიდეს მეტყველების ბუნებრივად აღქმას.

უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ზეპირ მეტყველებაში ლოგიკური და ფრაზეოლოგიური მახვილების სწორად გამოყენებას. ამ მიზნით პრაქტიკოსები წასაკითხ ტექსტს ხშირად სამეტყველო რგოლებად თუ ტაქტებად ჰყოფენ, რაც უპირველესად მის აზრობრივად დაყოფასა და არსებით მომენტებზე მსმენელის ყურადღების გამახვილებას გულისხმობს. თავის როლს ასრულებს აგრეთვე სუნთქვის სათანადო მონესრიგება, ბგერის სიძლიერის ცვლა, ნაბორძიკება, თუ პაუზები რომლებიც ასევე ცოცხალი სიტყვის შემადგენელი ნაწილებია.

პაუზა გარკვეულ როლს ასრულებს ინტონაციურ საშუალებათა სისტემაშიც. ბგერით ინტონაციას, რომელსაც სიტყვიერი ფორმა არა აქვს და როგორც წესი, საგნობრივად არაფერს ნიშნავს, შეუძლია განსაკვივრებელი ძალითა და სიზუსტით გადმოსცეს ისეთი ინტიმური სულიერი განცდები, გრძნობები და განწყობილებები, რისი სიტყვებით გამოხატვა საერთოდ შეუძლებელია.

განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ინტონაციას მეტყველების პროცესში (**მეტყველების ინტონაცია** – ესაა მოსაუბრის პიროვნულ-ემოციური დამოკიდებულება როგორც საუბრის საგნისადმი, ისე მსმენლისადმი. იგი გამოიხატება ბგერის ფიზიკური ცვალებადობით და განპირობებულია კომუნიკაციის ხასიათით, მიზნით, ურთიერთობის სიტუაციით და ა.შ.). სპეციალისტები აზრით, ინტონაცია და ექსპრესია, როგორც ლექსიკური ურთიერთობის ხერხები ზეპირ სიტყვასთან ერთად წარმოიშვა და ინტონაციის გარეშე არცერთ სიტყვას აზრი არა აქვს. როცა ამბობენ, რომ ზეპირი სიტყვის, როგორც ენობრივი ერთეულის, ბგერითი ბუნება მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს მის კომუნიკაციურ შესაძლებლობებს, უპირველესად სწორედ ინტონაციას გულისხმობენ.

ინტონაცია შეიძლება მივიჩნიოთ დამატებით გამოსახვით საშუალებად, ნიშანთა თავისებურ სისტემად, რომელიც დამოუკიდებელ ინფორმაციას იძლევა (ჩვილი ბავშვი, მაგალითად, ვისაც სიტყვების მნიშვნელობა არ ესმის, ინტონაციით აღიქვამს მისდამი გარშემო მყოფთა დამოკიდებულებას). ზეპირი სიტყვა გაცილებით მეტ ემოციურ ინფორმაციას შეიცავს, ვიდრე დანე-

რილი – ბგერითი ფორმა საშუალებას აძლევს სიტყვიერ სახეებს უშუალოდ, ინტონაციურად გადმოსცენ ადამიანის გრძნობები, განცდები და განწყობილებები, იმის მსგავსად, როგორც ამას მუსიკა აკეთებს. რადგან ეთერში აჟღერებული ყველა მასალა მისდამი მოსაუბრის პირად დამოკიდებულებასაც გამოხატავს, სულაც არაა გასაკვირი რადიოს ენის მკვლევრების მტკიცება, რომ „ნმინდა“ ინფორმაცია რადიოჟურნალისტიკაში ფაქტობრივად არ არსებობს – ფეხბურთის მატიჩის ანგარიშის შესახებ დიქტორის მიერ წაკითხული ცნობაც კი მისდამი გარკვეულ დამოკიდებულებას ამჟღავნებს, ხოლო ახალი ამბების ნეიტრალური ტექსტები ხშირად დიქტორებისა თუ კომენტატორების პირად გამონათქვამებად აღიქმება ხოლმე. სწორედ ესაა ის „ორმაგი“ ინფორმაცია, რაც ზემოთ აღვნიშნეთ: ერთი, რომელიც სიტყვიერადაა მოცემული, ხოლო მეორე, რომელიც ადამიანის ხმაშია ჩადებული.

რადიოში აშკარად აღიქმება არამარტო ის, ვინ რა თქვა, არამედ ისიც, როგორ თქვა (ხალისით, გაბრაზებით, ირონიით, სერიოზულად, დაცინვით, პათეტიკით და ა.შ.), არსებობს ორმოცდაათი საშუალება ვთქვათ „ჰო“ და ხუთასი საშუალება ვთქვათ „არა“ და მხოლოდ ერთი საშუალება, რომ დავწეროთ ეს“, – აღნიშნავდა ბერნარდ შოუ (მანვე ერთ-ერთმა პირველმა შეამჩნია, რომ მიკროფონს ძალუძს გააძლიეროს ინტონაციის უმცირესი ნიუანსები). როგორც ხატოვნად თქვა ერთმა პოეტმა, „ჟესტი სულიერი მოძრაობის პლასტიკური გამოხატულებაა. ინტონაცია კი – ესაა ჟესტი ხმის, ფრაზის საშუალებით“. რადიოში ყველა ჟესტი, შეიძლება ითქვას, ბგერით – ინტონაციით გამოიხატება. ინტონაციურ საშუალებათა გამოყენება დამოკიდებულია გადაცემის ჟანრზე, შინაარსზე, დანიშნულებაზე და თვითონ მოსაუბრის ხასიათზე.

აღსანიშნავია, რომ ზოგადი მასშტაბით მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში ინტონაციას თავის დაღს ასვამს ეპოქა და სოციალური სისტემა. საბჭოთა კავშირში რადიომაუწყებლობის განვითარების პირველ ეტაპზე, როცა იგი „ტრიბუნად“ და „მილიონების მიტინგად“ ითვლებოდა, როცა რადიომიმღები მონყობილობები არ კმაროდა და მას ძირითადად მრავალრიცხოვანი ჯგუფები უსმენდნენ ქალაქის ქუჩებში, კლუბებში და ა.შ., ჩამო-



ყალიბდა მიკროფონთან გამოსვლის ამაღლებული, „პათოსური“ ტონი – ორატორული სტილი, რომელიც ბოლო ათწლეულში ახასიათებდა საბჭოთა რადიოს. საზღვარგარეთის რადიომაუწყებლობას ასეთი „ტრიბუნობის“ ეტაპი არ გაუვლია, იგი თავიდანვე განკუთვნილი იყო შინაურ, საოჯახო პირობებში აღქმისათვის. ამიტომ, როცა საბჭოთა კავშირში უცხოეთზე მაუწყებლობის განვითარება დაიწყო, აღმოჩნდა, რომ მაუწყებლობის ტონი, რომელიც შიდა მაუწყებლობაში გამოიყენებოდა, სრულიად გამოუსადეგარი იყო საზღვარგარეთზე პროპაგანდისათვის. აი, სწორედ ამიტომ გადაცემის მომზადებისას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სოციალური ინტონაციური გამოცდილების გათვალისწინებას (ხომ წარმოუდგენელია დღეს ლევიტანივით<sup>1</sup> პათეტიკური კითხვა – ეს ალბათ მხოლოდ ირონიულ ღიმილს თუ გამოიწვევდა). ასე რომ, სწორი ტონის შერჩევას ყოველ კონკრეტულ რადიოგადაცემაში უდიდესი მნიშვნელობა აქვს. ზუსტად არჩეული ტონი თავიდანვე უქმნის მსმენელს საჭირო განწყობასა და იმ აუცილებელ ფონს, რაც ხელს უწყობს შინაარსის აღქმას. წინააღმდეგ შემთხვევაში კი გადაცემის აზრისა და ტონის შეუთანხმებლობა იწვევს დისონანსს, რომელიც მნიშვნელოვნად ასუსტებს მსმენელზე შესაძლო ზემოქმედებას.

**ტონს** განსაზღვრავენ, როგორც მეტყველების სპეციფიკურ ინტონაციურ შეფერილობას, რომელიც მას ანიჭებს ამა თუ იმ ექსპრესიულ-ემოციურ თვისებებს (მხიარულება, ნალვლიანობა, სიხალისე და ა.შ.). ამიტომ გაუგებარია, როცა მკვლევართა ერთი ნაწილი მას ტემბრთან აიგივებს. ტემბრიც ინფორმაციისა და კომუნიკაციის ასევე არავერბალური საშუალებაა. მასაც შეუძლია მსმენელზე გარკვეული ემოციური ზემოქმედება (ტექსტს თავისებურ ელფერს აძლევს ვაჟკაცური თუ, პირიქით, ნაზი, ნკრიალა ტემბრით გადმოცემა). მაგრამ ტემბრი ადამიანის ხმის ფიზიკური თვისებაა, მისი ობიექტური მახასიათებელია, ტონი კი პიროვნების, ფაქტისა თუ საგნისადმი ადამიანის სუბიექტური დამოკიდებულების გამომხატველია, იგი იცვლება მისი სურვილისა და სიტუაციის შესაბამისად. მათი გაიგივება გაუმართლებელია, ისინი

<sup>1</sup> საკავშირო რადიოს პოპულარული დიქტორი 1940-50-იან წლებში.

განსხვავებულ ფუნქციას ასრულებენ და განსხვავებულად აღიქმებიან.

**რადიოს აღქმის სპეციფიკა.** ისეთი გიგანტური, მთელ დედამიწაზე გაფანტული და თანაც ერთდროული აუდიტორია, როგორც დღეს რადიოსა და ტელევიზიას ჰყავს, ინფორმაციის საშუალებებს მანამდე არ ჰყოლია. მაგრამ, მიუხედავად ასეთი მასობრიობისა, რადიოინფორმაცია, იშვიათი გამონაკლისების გარდა, ინდივიდუალურად აღიქმება. მასობრიობისა და ინდივიდუალობის ამ უცნაურმა ერთდროულობამ დღის ნესრიგში დააყენა როგორც საეთერო ტექსტების სტრუქტურის, ისე ამ ტექსტების აღქმის შესწავლის აუცილებლობა („ტექსტს“ აქ ვხმარობთ მისი ზოგადი მნიშვნელობით, როგორც ნიშანთა ნებისმიერი სისტემის მეშვეობით ასახულ სინამდვილის გააზრებულ ფრაგმენტს). ეს მით უფრო ანგარიშგასაწევია, რომ რადიოინფორმაციის აღქმის განსხვავებული ხასიათი განსხვავებულ ფსიქოლოგიურ ეფექტს იწვევს – მოედანზე მყოფი, ბრბოსთან ერთად ემოციებში ჩართული ადამიანი უფრო სხვანაირად აღიქვამს რადიოგადაცემას, ვიდრე თავის ბინაზე, სადაც მარტო უსმენს რადიომიმღებს.

მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები არა მარტო ხელს უწყობს აღქმის, როგორც ფსიქიკური პროცესის განვითარებას, არამედ მის ახალ, მანამდე არარსებულ ტიპებსაც ქმნის (გამოსახულების მონტაჟური აღქმა – ხედების მასშტაბების ცვლა და მათი ურთიერთკავშირში გააზრება – შეიძლება ითქვას, კინომ ასწავლა ხალხს). რადიოს კი ამ საშუალებებში თავისი აკუსტიკური აღქმის მექანიზმით სრულიად დამოუკიდებელი ადგილი უკავია, რადგან სწორედ მის სპეციფიკას შეადგენს რადიოინფორმაციის აღქმის პროცესში მსმენელის წარმოსახვის აქტივიზაცია (წარმოსახვა ანუ ფანტაზია, მარტივად რომ ვთქვათ, თვალით უნახავი ობიექტების ან სიტუაციების წარმოდგენა და მოსმენისას იგი ავსებს კომუნიკატორის პიროვნების თუ აღწერილი ამბების იმ თვალსაჩინოების დეფიციტს, რომელიც რადიოს ახასიათებს). ეს გამოწვეულია იმით, რომ რადიოს „ბგერითი არხი“ ინფორმაციისა და კომუნიკაციის ერთადერთი საშუალებაა და მსმენელი იძულებულია აქტიურად ჩართოს აღქმის პროცესში წარმოსახვა, რათა წარმოიდგინოს ის, რასაც უყვებიან და აღუწერენ. მხატვრული

ლიტერატურაც თავისი ბუნებით სწორედ ამგვარ აღქმას, გონებისა და ფანტაზიის ასეთ შრომას მოითხოვს – როცა ამბობენ, რომ კითხვა ავითარებს ადამიანს, მხედველობაში აქვთ არა მხოლოდ იმის შინაარსი, რასაც იგი კითხულობს, არამედ თვითონ მისი წარმოსახვის, ფანტაზიის მუშაობის პროცესიც (ცნობილია, რომ „ჰარი პოტერის“ ავტორი წინააღმდეგი იყო მისი წიგნების ილუსტრირებისა და მიაჩნდა, რომ ბავშვებმა თვითონ უნდა წარმოიდგინონ ის ჯადოსნური სამყარო, რომელიც მან შექმნა).

ამას აძლიერებს ისიც, რომ რადიო თითქოსდა „ფილტრავს“ ბგერით ინფორმაციას ყველა სხვა გამოსახვითი კომპონენტისაგან და მხოლოდ მასზე აპყრობს მსმენელის მთელ ყურადღებას. ზოგიერთ შემთხვევაში ეს კომპონენტები არათუ აუცილებელია, ხელსაც კი უშლის ბგერითი ინფორმაციის სრულფასოვან აღქმას (მაგალითად, გამოსახულების დამატება სერიოზული მუსიკის კონცერტის ან მხატვრული კითხვის დროს). აქედან გამომდინარეობს რადიოაღქმის ის თავისებურება, რომ მოსმენის პარალელურად შესაძლებელია სხვა საქმის გაკეთება, თუ იგი სმენისა და წარმოსახვის „ჩართვას“ არ მოითხოვს, ფიზიკური ხასიათისაა (სულაც არაა შემთხვევითი ავტომობილებში ტრანზისტორული რადიომიმღებების ჩამონტაჟება ანდა რადიორეპროდუქტორების სამზარეულოში გადატანა). ეს შეუძლებელია, მაგალითად, ტელეინფორმაციის აღქმისას, რადგან იგი ერთდროულად „ტვირთავს“ სმენასა და მხედველობას, ანდა გაზეთის კითხვისას მხედველობისა და წარმოსახვის „დაკავების“ გამო. ასე რომ, რადიო ზეგავლენას ახდენს ადამიანებზე მათი საქმიანობის პროცესშიც კი, რაც ინფორმაციისა და ხელოვნების არცერთ სხვა საშუალებას არ ძალუძს (თუმცა ამგვარ „შეთავსებას“ თავისი უარყოფითი მხარეც აქვს – რადიოინფორმაცია ერთგვარ ფონად წარმოგვიდგება და სრულად აღარ აღიქმება).

არც თეატრს, არც კინოსა და არც ტელევიზიას არ შეუძლია წარმოდგენებისა და ასოციაციების ისეთი ფართო სპექტრის გამოწვევა ადამიანთა ცნობიერებაში, როგორც რადიოს. სწორედ ამას გულისხმობენ, როცა ლაპარაკობენ რადიოს „ხედვითობის“ შესახებ (მედიის ცნობილი მკვლევარი მარშალ მაკლუენი რადიოს „ინფორმაციის ხედვითი გადაცემის საშუალებას“ უწოდებდა). ეს

„ხედვითობა“ ხორციელდება ზეპირი სიტყვის, ხმაურის, მუსიკის მეშვეობით. რადიო მიმართავს ადამიანის „შინაგან მხედველობას“ – მის ფანტაზიას, მის გრძობათა სამყაროს, რისი საშუალებითაც ხდება „დანახვა“, უჩინარის საჩინოდ გადაქცევა. და თუ ხედვითი ხასიათის ხელოვნებანი და ინფორმაციული საშუალებანი თავს ახვევენ ადამიანებს თავის გამოსახულებას, კონკრეტულ სურათებს, რაც ხშირად ეწინააღმდეგება კიდეც მაყურებელთა სუბიექტურ წარმოდგენებს, რადიო მიმართავს მსმენელების ფსიქიკასა და ცხოვრებისეულ გამოცდილებას, ასპარეზს აძლევს მათ წარმოსახვას. რადიომსმენელისათვის მოვლენისა თუ გმირის სახე ყოველთვის სუბიექტურია, ისეთია, როგორც თვითონ წარმოუდგენია, მაშინ, როცა თეატრი, კინო თუ ტელევიზია მას უკვე დასრულებულ, გამზადებულ, ყველასათვის საერთო სურათს სთავაზობს. სწორედ წარმოსახვის ეს თავისუფლება განსაზღვრავს რადიოაქტის ინტელექტუალურ ხასიათს, მის მომხიბვლელობას.

რადიოს „ხედვითობა“ ძირითადად ზეპირ სიტყვას ემყარება, თუმცა მასში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს სხვა გამოსახვითი საშუალებანიც – ხმაური და მუსიკა. საერთოდ, სიტყვის საშუალებით მოქმედების „დანახვის“ შესაძლებლობა ჯერ კიდევ თეატრში შეამჩნიეს. კ. სტანისლავსკის შეხედულებით, ადამიანს ბუნებისაგან ნაბოძები აქვს ნიჭი, რომ სიტყვიერი ურთიერთობისას შინაგანად დაინახოს ის, რასაც საუბარი ეხება: „თუ ჩვენ სხვას ვუსმენთ, ჯერ ყურით აღვიქვამთ იმას, რასაც გვეუბნებიან, შემდეგ კი თვალთაც ვხედავთ გაგონილს“ – წერდა იგი. მოგვიანებით იგივე ეფექტი დადასტურდა კინოშიც: სინქრონული გადაღება (ანუ გადაღება და ხმის ჩანერა ერთდროულად) მხოლოდ მოსაუბრის ჩვენებით როდი ამოიწურება. პირიქით, უმრავლეს შემთხვევაში სწორედ მონათხრობის საშუალებით მაყურებლის ცნობიერებაში წარმოიქმნება ახალი სურათები და მნიშვნელოვნად ფართოვდება ფილმის ხედვითი რიგი, თუმცა კადრში ამ დროს მხოლოდ და მხოლოდ მოსაუბრე ადამიანია. ამ ეფექტს პირობითად „ფარული გამოსახულების ეფექტი“ უწოდეს. ბუნებრივია, რომ ასეთმა „ფარულმა გამოსახულებამ“ ყველაზე დიდი გასაქანი სწორედ რადიოში პოვა და არა მარტო რადიოდრამა-

ტურგიასა ან, საერთოდ, მხატვრულ მაუნყებლობაში, არამედ მაუნყებლობის ყველა სახეობაში (სხვანაირად შეუძლებელი იქნებოდა თუნდაც ის „დასწრების ეფექტი“, რომელიც რადიორეპორტაჟს ახასიათებს).

ყოველივე ამას ემატება ის, რომ სიტყვის ხედვით ეფექტს მხატვრულ მაუნყებლობაში აძლიერებს მუსიკა (რომელიც თავისთავად განწყობისა და ასოციაციების შექმნის უდიდეს რეზერვებს მოიცავს). ხოლო დოკუმენტურ მაუნყებლობაში – ხმაური, სხვადასხვა მოვლენისა და სიტუაციისათვის დამახასიათებელი ბუნებრივი ბგერები. ასე რომ, რადიომაუნყებლობაში სინამდვილის ასახვის, მისი რეალობისადმი ადეკვატურობის ხარისხი მით უფრო მაღალია, რაც უფრო ძლიერია მასში გამოყენებული ხმოვანი სიგნალების (სიტყვის, ხმაურის, მუსიკის) ასოციაციური მუხტი, რაც უფრო მდიდარ წარმოდგენებს გამოიწვევს იგი მსმენელის ცნობიერებაში.

დაბოლოს, რადიოს „ხედვითობის“ განხილვისას ისიც უნდა გავითვალისწინოთ, რომ იგი ყოველი გადაცემისათვის როდია დამახასიათებელი. რადიოინფორმაციის მნიშვნელოვანი ნაწილი, სადაც აღწერას თუ ასახვას მსჯელობა და არგუმენტაცია ცვლის, „ხედვას“ და „სურათების წარმოდგენას“ უბრალოდ არც საჭიროებს.

### 3. ტრანსლაციის კომუნიკაციური ასპექტები

**ტრანსლაცია, როგორც კომუნიკაციის ფორმა.** კომუნიკაციური თვალსაზრისით, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებანი შეიძლება დაიყოს ორ დიდ ჯგუფად – ტირაჟულ და ტრანსლაციურ საშუალებებად. პირველ შემთხვევაში ინფორმაციას ნივთიერი, საგნობრივი სახე აქვს – იგი აღიბეჭდება ქაღალდზე, ფირფიტაზე, კინო თუ ვიდეოფირზე და ა.შ. (ნიგნები, ჟურნალ-გაზეთები, კინოფილმები, გრამფირფიტები, აუდიო და ვიდეოჩანაწერები, მეხსიერების ბარათები), ტირაჟირდება ანუ მრავალ ეგზემპლარად მზადდება და მიეწოდება აუდიტორიას. ტრანსლაციური საშუალებანი (რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი) ინფორმაციის გასავრცელებლად იყენებს რადიოსიგნალს, რომელიც კი არ ტი-

რაჭირდება, არამედ ტრანსლირდება – ნებისმიერ მანძილზე გადაიცემა, აუდიტორიას მომენტალურად მიეწოდება ელექტრომაგნიტური ტალღების საშუალებით, ამიტომ მათ ელექტრონულ კომუნიკაციურ საშუალებებსაც უწოდებენ. ამდენად, ტრანსლაცია არის ინფორმაციის გადაცემა (სულ ერთია, რა დროს და საიდან – სტუდიიდან თუ მოვლენის ადგილიდან) რადიოსიგნალებით, კომუნიკაცია ელექტრომაგნიტური ტალღების მეშვეობით. თუმცა ვინრო გაგებით ხშირად ტრანსლაციას უწოდებენ აგრეთვე რომელიმე მოვლენის (ამა თუ იმ სხდომის, კონცერტის, სპექტაკლისა და ა.შ.) პირდაპირ ეთერში გადაცემას უკომენტაროდ ან მცირე კომენტარის დართვით.

სწორედ იმიტომ, რომ ინფორმაციის ამ მატარებელს არა აქვს ნივთიერი სახე (იგი მხოლოდ ბგერაა ან ბგერისა და ოპტიკური გამოსახულების ერთიანობა) და ფიზიკური თვისებების გამო შეუძლია მეყსეულად მიაღწიოს დედამიწის ნებისმიერ წერტილს, ინფორმაციის ტრანსლაციურ საშუალებებს ტირაფულთან შედარებით კომუნიკაციის პრინციპულად განსხვავებული შესაძლებლობანი გააჩნიათ. პირველ ყოვლისა, ესაა ყველგან შეღწევის, აუდიტორიის მაქსიმალურ რაოდენობასთან დაკავშირების უნარი. კავშირგაბმულობის სათანამგზავრო სისტემებისა და ტრანზისტორული რადიომიმღებების დამკვიდრების თანამედროვე პირობებში რადიოპროგრამების მოსმენა შესაძლებელია პლანეტის ნებისმიერ წერტილში (ამას ემატება ისიც, რომ რადიოინფორმაციის აღქმა არ მოითხოვს რაიმე მომზადებას – წერა-კითხვის ცოდნასაც კი, საკმარისია მხოლოდ ენის ცოდნა, რაც კიდევ უფრო ზრდის აუდიტორიის მოცულობას). ინფორმაციის ტრანსლაციური საშუალებების მეორე და უმთავრესი თავისებურება, რითაც ისინი რადიკალურად განსხვავდებიან ტირაფულისაგან, არის კომუნიკაციის ამწუთიერობა – ინფორმაციის მიწოდებისა და აუდიტორიის მიერ მისი აღქმის ერთდროულობა, სინქრონულობა, რაც თავის მხრივ, ადამიანების უდიდეს რაოდენობასთან ერთდროული კონტაქტის საშუალებასაც იძლევა.

სხვანაირად რომ ვთქვათ, ინფორმაციის ტირაფული და ტრანსლაციური საშუალებანი კომუნიკაციის ორ სხვადასხვა სახეობას – დიქრონულ და სინქრონულ კომუნიკაციებს მიეკუთვნება.

ჟურნალ-გაზეთების კითხვისას, აუდიოჩანაწერის მოსმენისას ან ვიდეო თუ კინოფილმის ნახვისას კომუნიკაცია დიაქრონულია – ავტორი, ნაწარმოები და მკითხველ-მსმენელ-მაცურებელი ერთმანეთისაგან დამოუკიდებელია, სხვადასხვა დროში არსებობს. რადიო და ტელემაუწყებლობის პროცესში კი კომუნიკაცია სინქრონულია, ერთ რეალურ დროშია მოქცეული – კომუნიკაციას პირდაპირი ხასიათი აქვს. შესრულებისა და აღქმის დროს საკონცერტო დარბაზი და თეატრიც აერთიანებს, მაგრამ რადიომ და ტელევიზიამ იმავეს მიაღწია რადიოსიგნალის მეშვეობით და ამავე დროს გადალახა სივრცითი ზღვარიც – აღქმა აღარ მოითხოვს აუდიტორიის ყოფნას მოქმედების შესრულების ადგილზე. რადიოს ეს თვისება ყოველთვის იწვევდა მსოფლიოს გამოჩენილ ადამიანთა ინტერესს. მაგალითად, ჯერ კიდევ 100 წლის წინ ცნობილი გერმანელი მწერალი და ხელოვნების თეორეტიკოსი ბერტოლტ ბრეხტი პირდაპირ მოითხოვდა რადიოს ამ კომუნიკაციური შესაძლებლობის გამოყენებას: „რადიომაუწყებლობა შეიძლება იქცეს საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველაზე შესანიშნავ კომუნიკაციურ აპარატად, ურთიერთობის არნახულ სისტემად... თუ შეძლებს არამარტო გადასცეს, არამედ მიიღოს კიდევ, ანუ მსმენელი ამავე დროს მოსაუბრედ აქციოს და იზოლაციაში კი არ დატოვოს, არამედ ურთიერთობა დაამყაროს მასთან. რადიომაუწყებლობა უნდა გამოვიდეს მიმწოდებლის როლიდან და თვითონ მსმენელი გადააქციოს მიმწოდებლად“. თანამედროვე რადიოსადგურების დიდი ნაწილის ბევრი გადაცემა სწორედ მსმენელებთან მომენტალურ ურთიერთკავშირზეა დამყარებული. ჩვეულებრივ ამბად იქცა ინტერაქტიური გამოკითხვები და რადიომსმენელებთან დიალოგი, რაც თავის მხრივ რადიოეთერის დემოკრატიზაციის თვალსაჩინო გამოვლინებაც არის.

ჩვეულებრივად, აუდიტორია ტრანსლაციის ამ გამოვლინებას უკავშირებს პირდაპირ ეთერს და აიგივებს მას რადიო-ტელევიზიის სიმულტანობასთან ანუ იმის უნართან, რომ მოქმედება მისი მიმდინარეობის პროცესში ასახოს და გადმოსცეს. მოქმედების, მისი ასახვისა და აღქმის ერთდროულობა მართლაც პირდაპირი გადაცემის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი თავისებურებაა და ესთეტიკურ ღირებულებას იძენს – აუდიტორიას მოვლენა-

ზე დასწრების ილუზიას უქმნის (სწორედ ამიტომ უწოდებენ მას „დასწრების ეფექტს“ და არა „დასწრებას“).

როგორც ცნობილია, დიდი ხნის მანძილზე რადიო და ტელე-მაუწყებლობას თითქმის მთლიანად პირდაპირი ხასიათი ჰქონდა. შემდგომ მაგნიტური ჩანერის შემოღებამ დროისა და სივრცის მონტაჟური ტრანსფორმაციის შესაძლებლობასთან ერთად ახალი ელემენტები შემოიტანა საეთერო კომუნიკაციის პროცესშიც. ჯერ ერთი, მან რადიო და ტელევიზია სინამდვილის სინქრონულ ასახვასთან ერთად მისი „ელექტრონული კონსერვაციის“ საშუალებადაც აქცია, რამაც არა მარტო ტექნიკური, არამედ უდიდესი ესთეტიკური შესაძლებლობანიც გადაშალა მათ წინაშე და პრინციპულად განაპირობა ახალი დოკუმენტური და მხატვრული ფორმების წარმოშობა; და, მეორე, ხშირ შემთხვევაში პირდაპირი კომუნიკაცია შეცვალა შემოქმედებითი ძალებისა და ტექნიკური საშუალებების წინასაეთერო კონტაქტით იმ მოვლენასთან, რომლის ასახვაც ხდება ეთერში გადასაცემად. თვითონ მოვლენის „აღდგენა“, ესე იგი, აუდიტორიის კონტაქტი უკვე ასახულ სინამდვილესთან, სამაუწყებლო მიზანშეწონილობით განისაზღვრება და, მიუხედავად იმისა, რომ მოვლენის ასახვისა და მასთან აუდიტორიის კონტაქტის დრო ერთმანეთს არ ემთხვევა, ტელე და რადიოპროგრამაში იგი მაინც პირდაპირი, სინქრონული კომუნიკაციის კანონებს ემორჩილება – ხდება ე.წ. „დროში კომუნიკაცია“ ანუ დიაქრონული კომუნიკაციის სინქრონულ კომუნიკაციაში გადასვლა.

ასე რომ, ტრანსლაციურობის ცნება უფრო ფართოა, ვიდრე პირდაპირი მაუწყებლობა, იგი საეთერო ჟურნალისტიკის განმსაზღვრელი ნიშანია და მის კომუნიკაციურ არსს შეადგენს. რადიო და ტელევიზია არის აუდიტორიასთან მოცემულ მომენტში დამყარებული ცენტრალიზებული კავშირი და, მიუხედავად იმისა, პირდაპირი გადაცემა ეთერში თუ ჩანანერი, იგი მაინც ამწუთიერია, კომუნიკაციას სინქრონული ხასიათი აქვს. ნებისმიერი დღის რადიო და ტელეპროგრამა – ესაა ერთი მთლიანი პირდაპირი გადაცემა, რომელშიც ჩართულია წინასწარ ჩანერილი და დამონტაჟებული მხატვრული თუ დოკუმენტური გადაცემები.



ტრანსლაცია შეიძლება განვიხილოთ აგრეთვე, როგორც სინამდვილის ადეკვატური ასახვის თავისებური ფორმაც, თავისებური დოკუმენტური მეთოდი, რომელიც მჭიდროდ უკავშირდება ისევ ამნუთიერობას, ტრანსლაციური დროის პრობლემას. ტრანსლაციურობას უკავშირდება ასევე ინფორმაციის „შინ მიტანისა“ და ინდივიდუალურად მიღების შესაძლებლობა, რაც, თავის მხრივ, გარკვეულ შედეგებს იწვევს (კომუნიკაციის სისტემატური, უწყვეტი ხასიათი; ყველა მსმენელისადმი ინფორმაციის ერთდროული მიწოდება – აუდიტორიაზე ერთდროული ზემოქმედება და სხვ.). ასე რომ, რადიომ ერთბაშად ორი თვისებრივი ნახტომი გააკეთა დროის ათვისებაში – ინფორმაციისა და ხელოვნების ისტორიაში მან პირველმა აითვისა ტექსტის რეალური დრო (როცა მოვლენის მიმდინარეობის, მისი გადაცემისა და აღქმის დრო ერთმანეთის თანაბარია, ერთი და იგივეა) და კონტექსტის (მთელი რადიოპროგრამის) უწყვეტი დრო. ეს ორი მახასიათებელი – ტრანსლაციის რეალური დრო და მაუნყებლობის მთელი პროცესის უწყვეტობა – განაპირობებს რადიოს კომუნიკაციური სისტემის პრინციპულ თავისებურებებს.

რეალური დრო ჯერ რადიოს, შემდეგ კი ტელევიზიის სტრუქტურანარმომქმნელ თვისებად წარმოჩნდა. სწორედ იგი განაპირობებს საეთერო კომუნიკაციისა და პიროვნებათაშორისი ურთიერთობების სიახლოვეს. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა სისტემაში რადიომ პირველად გახადა შესაძლებელი ავტორის (კომუნიკატორის) და მსმენელის დროის გაერთიანება, მათი თანხვედრა (ეს აშკარად ჩანს პირდაპირი გადაცემის პროცესში, მაგრამ ილუზიურად არსებობს ნებისმიერი გადაცემის მოსმენისას). ამგვარად, რადიო (შემდეგ კი უფრო გამოკვეთილად ტელევიზია) ცივილიზაციის თანამედროვე საფეხურზე უკვე ახალ ტექნიკურ დონეზე თითქოსდა კვლავ უბრუნდება სინკრეტული (დაუნანვერებელი) კომუნიკაციის ფორმებს, რაც საზოგადოების განვითარების ადრეული სტადიებისთვის იყო დამახასიათებელი, სულ უფრო მეტ ადგილს უთმობს ამ პროცესში იმპროვიზაციულ მომენტებს.

**პირდაპირი რადიომაუნყებლობა.** პირდაპირი მაუნყებლობა – სტუდიიდან ან მოვლენის ადგილიდან ინფორმაციის ეთერში

პირდაპირ, „ცოცხლად“ გადაცემა წინასწარ ჩანერისა და შესაძლო მონტაჟის გარეშე – რადიოს ტრანსლაციური ბუნების ყველაზე ეფექტური გამოვლინებაა. აქ აშკარად მჟღავნდება რადიომაუნწყებლობის ისეთი სპეციფიკური თვისებები, როგორცაა რეალურ დროში არსებობა, სიმულტანობა, ამნუთიერობა, „დასწრების ეფექტი“, აგრეთვე ოპერატიულობის მეტი შესაძლებლობა ბეჭდვით ჟურნალისტიკასთან შედარებით. ბოლო დრომდე მიაჩნდათ, რომ პირდაპირი გადაცემა აუცილებელია მხოლოდ მაშინ, როცა საზოგადოება დაინტერესებულია ინფორმაციის მიღებით სწორედ მოვლენის მიმდინარეობის პროცესში (ძირითადად იგულისხმებოდა პოლიტიკური, მხატვრული და სპორტული ღონისძიებების პირდაპირი ტრანსლაციები და რეპორტაჟები). ისიც ცნობილი იყო, რომ პირდაპირი ეთერის ზემოთ ჩამოთვლილი თვისებები ესთეტიკურ დანიშნულებასაც იძენს და რადიოკომუნიკაციის მთელ პროცესზე ვრცელდება – მნიშვნელოვან როლს ასრულებს მიმდინარე ცხოვრების სახის შექმნაში.

ორივე ეს ფუნქცია არც ახლა ინვესს აზრთა დიდ სხვადასხვაობას, მაგრამ არსებობს პირდაპირი მაუნწყებლობის კიდევ ერთი გაგება, რომელსაც დემოკრატიულ საზოგადოებაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება: ჭეშმარიტად პირდაპირი გადაცემა მხოლოდ იმას კი არ ნიშნავს, რომ ეთერში ჩანერისა და მონტაჟის გარეშე გადის (ტექნოლოგიურად საბჭოთა რადიოში ასეთი იყო თითქმის ყველა გადაცემა მაგნიტური ჩანერის განვითარებამდე და შემდეგაც მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა მაუნწყებლობის სისტემაში), არამედ იმასაც, რომ ამავე დროს ფაქტებსა და მოვლენებს ასახავს შეუსწორებელი, ცენზურაგაუფლელი, თავისუფალი და პირდაპირი სახით, არ უფრთხის ურთიერთსაპირისპირო მოსაზრებებსა და მოულოდნელ, წინასწარ გაუთვალისწინებელ მომენტებს. სწორედ ასეთი პირდაპირი ეთერი ინვესს რადიოსმენელების ყველაზე მეტ ნდობას და ესთეტიკურის გარდა ფილოსოფიურ, მსოფლმხედველობრივ და მორალურ ასპექტებსაც მოიცავს (საბჭოთა რადიოს პირდაპირი გადაცემები კი ისე იყო მოქცეული ცენზურის ჩარჩოებში, რომ ამ პრინციპების რადიკალურად საწინააღმდეგო შედეგი გამოდიოდა). აბსოლუტურ ოპერატიულობასთან ერთად, უპირველეს ყოვლისა, სწორედ ნდობის

ეფექტი განსაზღვრავს პირდაპირი ეთერის კომუნიკაციურ მნიშვნელობას. ამას ემატება აგრეთვე კომუნიკატორისა და აუდიტორიის მექსეული ურთიერთკავშირიც, როცა მსმენელი ტელეფონით უკავშირდება სტუდიას და ერთვება გადაცემის მსვლელობაში (რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია დღევანდელ რადიომაუწყებლობაში და საფუძვლად უდევს ინტერაქტიური ფორმების განვითარებას).

ყველაფერი ეს სულაც არ ნიშნავს, რომ პირდაპირ ეთერს არა აქვს უარყოფითი მხარეები და ხარვეზები თუნდაც თავისი, ასე ვთქვათ, „სავალდებულო“ იმპროვიზაციის გამო, რაც არცთუ იშვიათად განაპირობებს გადაცემის ზერელე ხასიათს. ხარვეზად უნდა ჩაითვალოს ისიც, რომ იგი ჟანრობრივად შეზღუდულია – თითქმის მოკლებულია ე.წ. სინთეზურ ჟანრებს, რომლებიც მონტაჟს – დროისა და სივრცის ტრანსფორმაციას მოითხოვს. მაგრამ საბოლოო კომუნიკაციური და იდეოლოგიური ეფექტი ფარავს ამ ხარვეზებს. აქ გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება ჟურნალისტს, რომელიც სწორედ მაუწყებლობის ამ ფორმის ერთ-ერთი აუცილებელი კომპონენტია – დიქტორის ალტერნატივაა. პირდაპირ ეთერში მუშაობა მხოლოდ იმ პირებს ძალუძთ, რომლებიც სხვის დაწერილს კი არ კითხულობენ, არამედ საკუთარ აზრებს გამოთქვამენ. ეს თავისთავად განაპირობებს მათ მიმართ მსმენელთა ნდობას, რაც კომუნიკაციური ეფექტის გარანტიაც არის. კომუნიკაციურთან ერთად პირდაპირ გადაცემაში ჟურნალისტს ფორმანარმომქმნელი და, რა თქმა უნდა, იდეური ფუნქციებიც აკისრია, მათი პრაქტიკული განხორციელება კი მისგან მოითხოვს საჯაროდ აზროვნების, ექსპრომტისა და იმპროვიზაციის სათანადო უნარს.

ექსპრომტი და იმპროვიზაცია დოკუმენტალიზმის ის თვისებებია, რასაც განსაკუთრებით ფართო ასპარეზი მიეცა რადიომაუწყებლობაში, შემდეგ კი ტელევიზიაში. იგი ამწუთიერობით (და, ამდენად, ტრანსლაციურობით) არის განპირობებული. იმპროვიზაცია, როგორც კომუნიკაციური საშუალება, უზრუნველყოფს მოვლენისა და აუდიტორიის უშუალო კავშირს და იძლევა ამ მოვლენის უტყუარობის დამატებით საბუთს. ასე რომ, იმპროვიზაციულობა რადიოს (და, საერთოდ, საეთერო ჟურნალისტიკის)

ესტეტიკურ თავისებურებასაც წარმოადგენს. რადიოპროგრამა თავისი უნივერსალური ანმყო დროით სტიმულს აძლევს იმპროვიზაციული საწყისების განვითარებას. საუბრების, კომენტარების, დიალოგების, მსმენელებისადმი მიმართვის ამნუთიერი ხასიათი პიროვნებათაშორისი კონტაქტის შთაბეჭდილებას ქმნის. ამ კონტაქტის უმნიშვნელოვანესი ელემენტია იმპროვიზაციულობა, რომელიც ხშირად პირობითია, ილუზიურია, მაგრამ მსმენელი მხარს უჭერს ამ პირობითობას და „ივინყებს“, რომ მისდამი მიმართული საუბარი წინასწარ არის მომზადებული და ზოგჯერ ჩანერილიც კი. ეს ეხება როგორც პერსონიფიკაციის მონოლოგურ ფორმებს, კომუნიკატორის პირდაპირ მიმართვას აუდიტორიისადმი, რაც წარმოსახული დიალოგის „გათამაშებას“ გულისხმობს და იმპროვიზაციის ელემენტებს საჭიროებს, ისე ადამიანების მიკროფონთან ურთიერთობას, რეალურ დიალოგს, რომელიც მართლაც რომ ყოველთვის იმპროვიზაციულია.

ამრიგად, პირდაპირი ეთერის უპირატესობაა: 1. ინფორმაციის გადაცემის აბსოლუტური ოპერატიულობა, რაც განპირობებულია როგორც რადიოს სიმულტანობით – მოვლენის მიმდინარეობის პროცესში ასახვის უნარით, ისე ამნუთიერობით – ასახვისა და აუდიტორიის მიერ მისი აღქმის ერთდროულობით ანუ სინქრონული კომუნიკაციით; 2. თვითონ სინქრონული კომუნიკაციის რეალურობა, რაც სიმულტანობასთან ერთად განსაზღვრავს რეალური დროის არსებობას (ერთდროულად ხდება მოვლენის მიმდინარეობა, მისი ასახვა და აუდიტორიის მიერ ასახულის აღქმა – სამივე დრო ერთმანეთის ტოლია, ერთია). ეს კი განაპირობებს არამართო ინფორმაციის გადაცემის, არამედ აუდიტორიასთან ურთიერთობის აბსოლუტურ ოპერატიულობასაც – მისი მხრიდან მომენტალური, მეყსეული უკუკავშირის შესაძლებლობას; 3. პროცესის წინასწარგანუსაზღვრელობა, მისი მოულოდნელი განვითარების შესაძლებლობა (მაგალითად, ფეხბურთის მატჩის რეპორტაჟის დროს), რაც გადაცემის იმპროვიზაციულ, ექსპრომტულ ხასიათს განაპირობებს და მსმენელის განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს; 4. ინფორმაციის მეტი სარწმუნოობა, რაც ემყარება იმის რწმენას, რომ გადაცემას რედაქტირება არ გაუვლია (ამიტომ, რომ ხელისუფლებისადმი ოპოზიციურად

განწყობილი პოლიტიკური მოღვაწეები მეტწილად პირდაპირ ეთერში გამოსვლას ამჯობინებენ).

ამასთან, პირდაპირი მაუწყებლობა რადიოს (და ტელევიზიის) ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი თვისებაა, რაც გარკვეულ სიტუაციებში რეალიზდება და არა მისი აუცილებელი ნიშანი. ის რომ პირდაპირი გადაცემა რადიოგენურია, სულაც არ ნიშნავს, რომ ყველაფერი, რაც რადიოგენურია, აუცილებლად „პირდაპირი“ უნდა იყოს. აქედან გამომდინარე, ცხადია, რომ პირდაპირი გადაცემა თვითმიზანი არაა და იგი მხოლოდ კონკრეტულ სიტუაციაში და კონკრეტული მიზნით უნდა მომზადდეს – როცა საჭიროა ზემოთ აღნიშნულ უპირატესობათა (ან რომელიმე მათგანის) წარმოჩენა და სტუდიას ჰყავს ჟურნალისტები, რომლებსაც ძალუძთ პირდაპირ ეთერში მუშაობა – აქვთ იმპროვიზაციის უნარი.

#### 4. რადიომაუწყებლობა ინტერნეტში<sup>1</sup>

ყოველივე ზემოთ თქმული უშუალოდ ეხება ტრადიციულ საეთერო რადიომაუწყებლობას, მაგრამ რადიოს, როგორც ტრანსლაციური, სამაუწყებლო მედიის, კომუნიკაციური შესაძლებლობანი განსაკუთრებით მკაფიოდ წარმოჩნდა მისი ჩართვით ახალი მედიის სისტემაში. ინტერნეტი, როგორც კომუნიკაციის უნივერსალური სისტემა, მასობრივი ინფორმაციის უმნიშვნელოვანეს საშუალებად იქცა და, შესაბამისად, ტრადიციული მედიასტრუქტურები (ბეჭდური მედია, რადიო და ტელევიზია) იძულებული გახდნენ აეთვისებინათ ინტერნეტ მედიაგარემო.

ტიპოლოგიური დიფერენციაციის მიხედვით რადიო ინტერნეტში მაუწყებლობს სამი ფორმით: 1. რადიოარხები, რომელთა საიტებზეც განთავსებულია საეთერო პროგრამების მხოლოდ აუდიოფაილები (ე.წ. რადიომაუწყებლობის ინტერნეტასლები); 2. რადიოარხები, რომლებიც მხოლოდ ინტერნეტისთვის შეიქმნა და 3. რადიოარხები, რომლებიც ტრანსლირებენ ტრადიციული ფორმით და ამასთანავე ინტერნეტშიც მაუწყებლობენ ახალი მედიის სახით.

---

<sup>1</sup> ამ ქვეთავში განხილული საკითხები ვრცლად შეისწავლება სასწავლო კურსით „ონლაინ მედია (ახალი მედია)“.

ინტერნეტის წარმოშობამ, ტრადიციული მაუწყებლობისა და უახლესი კომპიუტერული ტექნოლოგიების კონვერგენციამ რადიკალურად შეცვალა აუდიომედიის სპეციფიკა. რადიო, რომელიც „ბგერითი ჟურნალისტიკა“ იყო, გახდა მულტიმედიური, „რადიოტექსტი“ გარდაიქმნა ჰიპერტექსტად. თუ ტრადიციული რადიო ნაწარმოების შესაქმნელად იყენებდა ზეპირ სიტყვას, ხმაურს, მუსიკასა და მონტაჟს, დღეს რადიოჟურნალისტები ერთდროულად რადიოს ოფიციალური ვებგვერდებისთვის ქმნიან მულტიმედიაპროდუქტს – აუდიოვიზუალურ კონტენტს (ფოტო, ვიდეო, ინფოგრაფიკა, ზეპირი და წერილობითი სიტყვა და სხვ.). ამასთან რადიოსადგურები სულ უფრო ინტენსიურად იყენებენ სოციალურ ქსელებს პოპულარიზაციისთვის, აუდიტორიის გაზრდისა და გამომწერების გააქტიურებისთვის. რადიოარხები, რომლებმაც ათთვის ახალი მედიის პრინციპები, ოფიციალური ვებგვერდისა და სოციალური ქსელებისთვის სპეციალურ კონტენტს ქმნიან, ხოლო, რადიოარხების „ინტერნეტასლები“ ძირითადად საეთერო ინფორმაციას ავრცელებენ.

ინტერნეტრადიომაუწყებლობა არის არამხოლოდ ტრადიციული რადიოს აბსოლუტურად ახალი სახეობა, არამედ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალების სრულიად ახალი ფორმა, რომელიც სწრაფად ვითარდება და იძენს აუდიტორიასთან ურთიერთობის სპეციფიკურ ფორმებს. მისი მთავარი მახასიათებლებია ინტერაქტიურობა და კომუნიკაციის პროცესში აუდიტორიის თანამონაწილეობა. რადიოს ინტერნეტაუდიტორია მრავალფეროვანი და სტიქიურია, რადგან მოიცავს მთელ მსოფლიოში სხვადასხვა ადგილას მყოფ ადამიანებს, რომლებიც პირდაპირ ეთერში ერთვებიან საუბარში ან მათთვის ხელსაყრელ დროს, უკვე ჩანერილი პოდკასტის მოსმენისას, გამოთქვამენ მოსაზრებებს განხილულ თემებთან დაკავშირებით რადიოს ოფიციალური ვებგვერდის, მედიაპლატფორმებისა და სოციალური მედიის სასაუბროს (ე.წ. ჩატის) საშუალებით.

სიტყვა პოდკასტი (Podcast) ოქსფორდის ლექსიკონში 2004 წლიდან ჩნდება. პოდკასტების წარმოებას პოდკასტინგი (Podcasting) ეწოდა. ამ ტერმინის წარმოშობის რამდენიმე ახსნა არსებობს, თუმცა ყველაზე გავრცელებულია ვერსია სიტყვების –

iPod (კომპანია Apple-ის პოპულარული პლეერის სახელწოდება) და **broadcasting** (მაუწყებლობა) – შერწყმის შესახებ. 2005 წლიდან პოდკასტების ბუმი იწყება მთელ მსოფლიოში – მარტივად უსმინე რასაც გინდა, როცა გინდა და სადაც გინდა! პირველი პოდკასტის ავტორები ადამ ქური და დეივ უინერი იყვნენ, რომლებმაც პროგრამა **iPodder** შექმნეს, რისი საშუალებითაც ისინი ინტერნეტრადიომაუწყებლობას **iPod**-ში ტვირთავდნენ. დღეს პოდკასტების მოსმენა შესაძლებელია პლეერის, კომპიუტერისა და სმარტფონის მეშვეობით. ეს უკანასკნელი კი დამატებით იძლევა სასურველი პროგრამის გამონერის საშუალებას, რომელიც ახალი ეპიზოდების გამოსვლასაც იუწყება. პოდკასტინგი წარმოიშვა, როგორც აუდიომასალის ინტერნეტესელში გავრცელების საშუალება, ბგერითი ინფორმაციის წარმოებისა და გავრცელების ფორმა, რომელიც აუდიო ან მულტიმედიაკონტენტის გამონერისთვის **RSS** არხს იყენებს. **RSS**-ის ტექნოლოგიით შესაძლებელია ახალი კონტენტის ავტომატური გამონერა. მოგვიანებით პოდკასტები აღიარეს, როგორც სასწავლო პროცესისთვის მნიშვნელოვანი პერსპექტიული ტექნოლოგია და დასავლეთში დაიწყო პედაგოგების სწავლება საკუთარი პოდკასტების ტექნიკის შესაქმნელად და სასწავლო პროცესში გამოსაყენებლად. ამასთან, პოდკასტების სისტემა ფართოდ დამკვიდრდა მარკეტინგში და დღეს მრავალი კომპანიის მოგების საწინდარია.

პოდკასტის წინამორბედად შეიძლება ჩაითვალოს ბლოგები. ბლოგერებმა დაიწყეს თავიანთი ტექსტების (სასარგებლო აზრები, იდეები, დღიურები, ინტერვიუები და ლექციები) აუდიოფორმატში ჩაწერა (აუდიობლოგები) და ბლოგზე განთავსება, რითაც სიახლე შეიტანეს არსებულ „ბლოგოსფეროში“, მაგრამ ეს რამდენადმე მოუხერხებელი იყო მსმენელებისთვის, რადგან დიდ დროს ართმევდა, ჯერ, ახალი ჩანაწერის გამოსვლის მოსაძებნად, მუდმივად საიტის შემოწმების გამო, და შემდეგ, ამ ჩანაწერის კომპიუტერზე გადმოსაწერად. პოდკასტინგი კი, **RSS**-ის ტექნოლოგიით, უზრუნველყოფს განახლების შემოწმებასა და ავტომატურ მონოდებას.

ტერმინი „პოდკასტის“ რამდენიმე განსაზღვრებაა გავრცელებული. ერთი მხრივ, პოდკასტს ეძახიან ტრადიციული რადიოსაე-

თერო პროგრამის ფრაგმენტებს, ეპიზოდებს, რომლებიც რადიო-ოარხის ვებგვერდზე ვრცელდება, ხოლო მეორე მხრივ – ინტერნეტფორმას, ინტერნეტმომხმარებლებისთვის ექსკლუზიურად შექმნილ კონტენტს, ნაწარმოების სახეობას, რომელიც ჟურნალისტების ან მოყვარულების მიერ იქმნება უპირატესად ონლაინგავრცელებისთვის. საკუთარი კონტენტის გასათავსებლად რადიოარხები გარდა ვებგვერდებისა იყენებენ სხვადასხვა პოდკასტტერმინალებს – iTunes, Soundstream, GooglePodcasts და სხვ.

თანამედროვე ჟურნალისტურ პრაქტიკაში ბოლო დროს გავრცელებული ტენდენციის შესაბამისად, პოდკასტი არის აუდიოფორმატში ჩანერილი, განსაზღვრული პროგრამის პერიოდული გამოშვებების სერია (ეპიზოდები), რომლებიც ხელმისაწვდომია რადიოსადგურების საიტებსა და პოდკასტტერმინალებზე. ტოფლერის თეორიის თანახმად (რომელიც დღეს უკვე პოდკასტის ტექნოლოგიას ეთანადება), ნებისმიერი მომხმარებელი თემატურ საიტზე, როგორც მწარმოებელი, თავის პროგრამას განათავსებს და, ამავე დროს, იმავე საიტზე მოისმენს სხვის ნაწარმოებს. პოდკასტები შეიძლება იყოს როგორც რომელიმე რადიოპროგრამის ან ბლოკის შემადგენელი რუბრიკა, ისე დამოუკიდებელი საავტორო ნაწარმოები. ამ ეტაპისთვის შეიძლება გამოვყოთ პოდკასტინგის სამი ტიპი: საგანმანათლებლო, სასაუბრო-გასართობი და ინფორმაციულ-ანალიტიკური. მაგრამ, როგორც თავიდანვე აღვნიშნეთ, ყველაზე მთავარი ისაა, რომ კომუნიკაციის ახალი ტიპების შესაქმნელად დღეს ინტერნეტში უკვე სრულად გამოიყენება ინტერაქტიურობის შესაძლებლობები. ინტერნეტრადიოში ინტერაქტიურობა გულისხმობს პირდაპირ ეთერში წამყვანსა და მსმენელებს შორის ურთიერთობას, უშუალოდ ორმხრივ კომუნიკაციურ კავშირს. წამყვანი აუდიტორიის ინტერესის შესაბამისად ირჩევს და განავრცობს თემას, რომელიც კომუნიკაციის პროცესში იბადება. იგი თავად ხდება აუდიტორიისა და სტუდიის სტუმრის მსმენელი, რომ შეძლოს ორივე მხარესთან კონტაქტის დამყარება და ოპონირება, მოახერხოს ერთდროულად ინფორმაციის მოსმენა, წაკითხვა და მოსაუბრისთვის პასუხის გაცემა. ჟურნალისტები მთელი პოდკასტის განმავლობაში უშუალო საუბრის გარემოს ქმნიან: გამოთქვამენ მოსაზრებებს, აუდიტორი-



ას უზიარებენ საკუთარ ისტორიებს, კამათობენ და ხუმრობენ, სპეციალისტების აზრით, სწორედ კომუნიკაციის ამგვარი ფორმა განაპირობებს მათდამი ნდობასა და გარკვეულ ემოციურ მიჯაჭვულობასაც. ქარიზმატული წამყვანის გარდა პოდეკასტების პოპულარობას განაპირობებს მსმენელის მიერ კონტენტის თავისუფალი არჩევანიც.

და ბოლოს, პოდეკასტის სისტემა იძლევა დეცენტრალიზებულ კონტენტს, რომელიც შეიძლება არცერთ მედიაპლატფორმას ან მედიაორგანიზაციას არ ეკუთვნოდეს. მისი წარმოება ხელმისაწვდომი და მარტივია ნებისმიერი ადამიანისთვის. სოციალური ქსელებისგან განსხვავებითაც კი, აქ არ არსებობს სტანდარტი, რაიმე შეზღუდვა, რომელიც პოდეკასტს გააუქმებდა. შესაბამისად, უსაზღვროა თხრობის ფორმები და არეალი შემოქმედებისთვის. სულ უფრო იზრდება იმ ავტორთა რიცხვი, რომლებიც თავისუფლად საუბრობენ თუნდაც აკრძალულ თემებზე.

## 5. მაუნყებლობა, როგორც პროგრამა<sup>1</sup>

რადიომაუნყებლობა ერთდროულად არსებობს, როგორც ტექნიკური, ორგანიზაციული და შემოქმედებითი სისტემა, მაგრამ აუდიტორიისათვის იგი იმ გადაცემათა სისტემაა, რომლის ეთერში მოსმენაცაა შესაძლებელი. ამგვარ სისტემას, რომელიც ამა თუ იმ რადიო (და ტელე) სადგურის გადაცემების მთელ ერთობლიობას წარმოადგენს, პროგრამას უწოდებენ (დღის და კვირის პროგრამებიც, შესაბამისად, დროის ამ მონაკვეთების გადაცემების ერთობას აღნიშნავს). პროგრამას უწოდებენ აგრეთვე მაუნყებლობის რთული სტრუქტურის მქონე მრავალსიუჟეტო და მრავალჟანრიან ფორმას (მაგ. საინფორმაციო პროგრამა, საბავშვო პროგრამა, დღის პროგრამა და ა.შ.).

ჩვენ აქ „პროგრამის“ ცნებას ვიყენებთ მისი პირველი, უნივერსალური მნიშვნელობით და განვიხილავთ მას, როგორც

<sup>1</sup> ამ საკითხის მოკლედ გადმოცემა განპირობებულია იმით, რომ სასწავლო პროგრამაში ცალკე დისციპლინად არის გამოყოფილი „მაუნყებლობის პროგრამირება“.

ერთჯერადი და სერიული გადაცემების ერთიან სისტემას, რომელიც მტკიცე განრიგით მიეწოდება აუდიტორიას, გააჩნია თავისი შინაარსობრივი პროფილი (ფორმატი), მიმართულება (მისამართი), გავრცელების ტალღების თავისი დიაპაზონი და სადღეღამისო მოცულობა.

რაც არ უნდა არსებითი იყოს რადიოს სპეციფიკის განსაზღვრისათვის ისეთი თავისებურებანი, როგორცაა სიმულტანობა, ამნუთიერობა, დასწრების ეფექტი და ა.შ. ყველაზე უფრო მნიშვნელოვან როლს მათ შორის მაინც ასრულებს პროგრამულობა (ცალკეულ ნაწარმოებთა თავმოყრა სოციალური ინფორმაციის გავრცელების ერთიან, სისტემურად ორგანიზებულ პროცესში). პროგრამულობა მასობრივი ინფორმაციის უფრო ადრინდელ საშუალებას – პრესასაც ახასიათებს, მაგრამ რადიოს პროგრამულობა პრინციპულად განსხვავდება პრესის პროგრამულობისაგან. ბეჭდვითი ორგანო თავის პროგრამას ერთბაშად და მთლიანად აწოდებს მკითხველს გაზეთისა და ჟურნალის ნომრის სახით, რომელსაც უკვე დაფიქსირებული სივრცული სტრუქტურა გააჩნია. რადიო კი, როგორც ტრანსლაციური საშუალება, თავის პროგრამას დროში ავითარებს გადაცემების თანმიმდევრობის პრინციპით.

სწორედ ტრანსლაციის უწყვეტობა, მსმენელებისათვის აუდიოპროდუქციის განუწყვეტელი მიწოდება გარდაუვლად იწვევს მაუწყებლობის დროში მონესრიგების აუცილებლობას ანუ რადიოინფორმაციის პროგრამად ორგანიზებას. მარტივად რომ ვთქვათ, რადიოს პროგრამულობა ნიშნავს ინფორმაციის გარკვეული წესით დროში განლაგებას და აუდიტორიისადმი უწყვეტად მიწოდებას, განსხვავებით ბეჭდვითი ჟურნალისტიკისა, სადაც ინფორმაცია სივრცეშია განლაგებული და მიწოდებას პერიოდულად წყვეტილი ხასიათი აქვს. აქედან გამომდინარე, პროგრამულობა რადიოს (და საერთოდ, საეთერო ჟურნალისტიკის) ფუნქციების სტრუქტურული გაფორმება და მისი კომუნიკაციური სტაბილურობის საფუძველია. რადიოინფორმაციის პროგრამული ორგანიზაცია (მისი ციკლების, რუბრიკების, სერიების, ბლოკების სისტემაში მოქცევა) განაპირობებს სტუდიისა და აუდიტორიის მუდმივ ურთიერთკავშირს, საშუალებას

აძლევს მსმენელს განსაზღვრულ მომენტში მიიღოს მისთვის საინტერესო გადაცემა და არ განწყვიტოს კომუნიკაციური ჯაჭვი. რადიოპროგრამების უწყვეტობა (მხედველობაში გვაქვს არამარტო პრინციპი, არამედ ისიც, რომ მსოფლიოს რადიოსადგურების დიდი ნაწილი სადღეღამისო მაუწყებლობას ეწევა) არამარტო ახალი ფაქტებისა და მოვლენების გაშუქების, არამედ მათთვის განუწყვეტელი თვალის დევნებისა და მსმენელთა მუდმივი ინფორმირების საშუალებასაც იძლევა.

ამასთან, დროის მიხედვით რადიოინფორმაციის მკაცრად განაწილება, მისი შეუქცევადობა რადიოარხის გარკვეულ შეზღუდულობასაც ნიშნავს: მონოდებული ინფორმაციის დიდი ნაწილი (რაც აუდიოჩანაწერის სახით არ ინახება) სამუდამოდ იკარგება ხოლო, წერილობითი ტექსტები (ყველა გადაცემას კი იგი არც გააჩნია) ვერ იძლევა ეთერში გასული გადაცემების სრულ სურათს. გარდა ამისა, ეს მდგომარეობა კომუნიკაციის ერთგვარ იძულებით რეჟიმსაც განაპირობებს. რადიომსმენელს არ შეუძლია პროგრამის თანმიმდევრობისა და ინფორმაციის მიწოდების ტემპის შეცვლა, მოსმენისათვის ხელსაყრელი დროის შერჩევა – იგი მთლიანად პროგრამის განაწესზეა დამოკიდებული. ამ პრობლემის გადაწყვეტისა და კომუნიკაციური ეფექტის ამაღლების საშუალებას იძლევა აქტუალური და საინტერესო ინფორმაციის გამეორება, რაც მეტად პოპულარულია თანამედროვე რადიომაუწყებლობის მსოფლიო პრაქტიკაში (ფართოდ არის გავრცელებული აგრეთვე ადრე გადაცემული ინფორმაციის შევსებული და კომენტირებული სახით გამეორება).

რადიოპროგრამის ფორმირება გულისხმობს მრავალი სხვადასხვა პარამეტრის ცოდნას. მათ შორის დიდი მნიშვნელობა აქვს მაუწყებლობის ტიპოლოგიის დამუშავებას, რაც ემყარება გადაცემების კლასიფიცირებას არსებითი კრიტერიუმების მიხედვით. თუ გავითვალისწინებთ, რომ რადიოგადაცემებისა და, საერთოდ, ჟურნალისტური ნაწარმოებების ნიშან-თვისებები უმთავრესად კომუნიკაციურ-მმართველობითი დანიშნულებით არის განპირობებული, უნდა გამოიყოს ოთხი ძირითადი ასპექტი: ფუნქცია, შინაარსი, ფორმა და მისამართი. ამრიგად, ვლებულობთ კლასიფიკაციის ოთხ ძირითად ტიპს: ფუნქციურს, შინა-

არსობრივს (საგნობრივ-თემატურს), ფორმის მიხედვით (გამოსახვითი საშუალებანი, ჟანრები, ფორმები) და მისამართის (აუდიტორიის) მიხედვით.

ეს კლასიფიკაციები გამოიყენება მრავალპროფილური, უნივერსალური პროგრამების ფორმირებისას, რომლებიც ფართოდ იყო გავრცელებული მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში წინა საუკუნის თითქმის 70-იან წლებამდე და ახლაც შენარჩუნებულია ევროპის ქვეყნების საზოგადოებრივ მაუწყებლობაში. განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება შინაარსობრივ (საგნობრივ-თემატურ) და ფუნქციურ კლასიფიკაციებს. პირველი მათგანი მოიცავს მრავალპროფილური პროგრამის თემატური სპექტრის ყველა ძირითად მიმართულებას – პოლიტიკურს, ეკონომიკურს, სოციალურსა და კულტურულს და დიდი ხნის მანძილზე განსაზღვრავდა რადიოსადგურების ორგანიზაციულ სტრუქტურასაც – დარგობრივი რედაქციებისაგან შემდგარ ერთიან სისტემას. თავის მხრივ, აღნიშნული თემატური ჯგუფები შეესაბამება რადიომაუწყებლობის ძირითად ფუნქციებს (ინფორმაციულ-ანალიტიკურს, მხატვრულს, სასწავლო-საგანმანათლებლოს) და მათ ერთგვარ საგნობრივ მატერიალიზაციას წარმოადგენს. ამგვარ პროგრამაში ერთიან კონტექსტში მჭიდროდაა ურთიერთდაკავშირებული მხატვრული და დოკუმენტური, ორიგინალური და რეპროდუქციული, ფიქსირებული და ტრანსლაციური ნაწარმოებები, ერთეული ტექსტები და ხანგრძლივმოქმედი რუბრიკები – იგი მართლაც რომ „ყველაფერს“ აერთიანებს და „ყველასთვის“ არის განკუთვნილი. აუდიტორიის ძირითადი ჯგუფების განსხვავებული ინტერესებისა და მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება ერთი პროგრამის სხვადასხვა რუბრიკაზეა გადანაწილებული (თემატური რუბრიკები, რუბრიკები ბავშვებისათვის, ქალებისათვის, სპორტის მოყვარულებისათვის და ა.შ.).

რუბრიკას უწოდებენ გადაცემების წყებას, რომელიც მაუწყებლობის გარკვეულ თემატურ მიმართულებას ქმნის, ეთერში ერთი და იგივე პერიოდულობით გამოდის და ერთი და იგივე აუდიტორიისათვის არის განკუთვნილი. ფაქტობრივად, ნებისმიერი სერიული გადაცემა რუბრიკას წარმოადგენს. თემის გარდა რუბრიკაში გადაცემების გაერთიანება შეიძლება განპირობებული

იყოს მისამართით, პუბლიცისტური იდეით, ორიგინალური ფორმით ანდა თავად წამყვანის პიროვნებით. იგი, შეიძლება ითქვას, პროგრამის სამშენებლო ერთეულია და გადაცემების ტიპიზაციისა და აუდიტორიის დიფერენცირების საშუალებას იძლევა.

მაუწყებლობის ასეთ ორგანიზებას შერეულ პროგრამირებას უწოდებენ და იგი სავსებით მისაღები იყო ისეთ პირობებში, როცა რადიო ეთერის მონოპოლისტი იყო. შემდეგ ტელემაუწყებლობის ინტენსიურმა განვითარებამ და აუდიტორიის დაკარგვის შიშმა (ვინღა დაიწყებდა თავისი რუბრიკის ძებნას მრავალპროფილური არხის სადღეღამისო პროგრამაში) აიძულა რადიო შეეცვალა თავისი პროგრამული პოლიტიკა, რაც გამოიხატა, ერთი მხრივ, მისთვის ყველაზე ხელსაყრელ სამაუწყებლო ფორმებზე გადასვლით (ოპერატიული ინფორმაციისა და მუსიკის როლის გაზრდით) და, მეორე მხრივ, პროგრამის დიფერენცირებით სხვადასხვა თემისა და საზოგადოების სხვადასხვა სეგმენტის მოთხოვნილებების შესაბამისად. შერეული პროგრამის რუბრიკები გარდაიქმნა სხვადასხვა მიმართულების (ფორმატის) არხებად, რომლებიც სხვადასხვა სამიზნე აუდიტორიაზე გათვლილი. „ფორმატი“ რადიომაუწყებლობის განმსაზღვრელ ფაქტორად იქცა და ფორმატულმა პროგრამირებამ მთლიანად შეცვალა შერეული პროგრამირება (შერეული პროგრამის ფუფუნება დღეს მხოლოდ საერთოეროვნულ საზოგადოებრივ მაუწყებლობას შეიძლება ჰქონდეს თავისი სოციალურ-პოლიტიკური და კულტურულ-საგანმანათლებლო ამოცანების გამო). თანამედროვე რადიომაუწყებლობა მრავალათეულ ფორმატს ითვლის და იგი ამ მხრივ მხოლოდ ჟურნალებს თუ ჩამოუვარდება.

„ფორმატირების“ პროცესი ტელემაუწყებლობასაც შეეხო, მხოლოდ ნაკლები მასშტაბით – მრავალპროფილური არხების გვერდით შეიქმნა თემატური („სპეციალიზებული“) არხები: სიენ-ენი, „ევრონიუსი“, „ევროსპორტი“, „დისქავერი“, ემ-ტი-ვი და სხვ. თემატურ პრინციპს ემყარება რადიოფორმატების ძირითადი ჯგუფებიც: მუსიკალური, სასაუბრო (ტოქრადიო), ინფორმაციული და სპეციალური, თუმცა ჯგუფების შიგნით შესაძლოა დიფერენცირების განსხვავებული პრინციპებიც მოქმედებდეს: მაგალითად, თუ სასაუბრო ფორმატები თემატურადაა დაყოფი-

ლი (პოლიტიკა, სოციალური პრობლემები, სპორტი და ა.შ.), მუსიკალური ფორმატების მთავარი განმსაზღვრელი მსმენელების ასაკია, ხოლო სპეციალური ფორმატები სულ სხვადასხვა ინტერესების მქონე აუდიტორიების მიხედვით არის დიფერენცირებული (ეთნიკური, რელიგიური, გენდერული და ა.შ.). საერთოდ კი, შეიძლება ითქვას, რომ რადიო და ტელეფორმატების წარმოშობა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა დემასიფიკაციის ზოგად პროცესად წარმოგვიდგება, რაც ჩვენი დროებისთვისაა დამახასიათებელი.

საქართველოს მუსიკალური რადიოფორმატები ევროპასა და ამერიკაში გავრცელებულ ფორმატებს არ ემთხვევა, მაგრამ ერთმანეთისგან ნამდვილად განსხვავდება (როკი, ხალხური მუსიკა, ქალაქური მუსიკა და ა.შ.), არის სასაუბრო და ინფორმაციული რადიოარხები („თავისუფლება“, „იმედი“, „ჯაკო“ და სხვ.), ასევე სპეციალური რადიოარხები (საპატრიარქოს რადიო, რადიოსადგურები სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე). ყველა მათგანი კომერციულ სექტორს მიეკუთვნება. რაც შეეხება „საზოგადოებრივ მაუნყებელს“, მას საქართველოს ეთერში დიდხანს ჰქონდა ერთადერთი შერეული პროგრამა (მეორე პროგრამა „ქართული რადიო“ ინფორმაციულ-მუსიკალური ფორმატისა იყო), მაგრამ ბოლო დროს ფორმატული პროგრამირების ძლიერ გავლენას განიცდის – დიდი რაოდენობით გადასცემს პოპულარულ მუსიკას, ახალ ამბებს ყოველ ნახევარ საათში, თემატურად და ჟანრობრივად სულ უფრო მარტივდება და თანდათან კარგავს თავის სპეციფიკურ დანიშნულებას.

## **თავი II. რადიომანუყებლობის ჟანრები და ფორმები**

### **1. რადიომანუყებლობის ჟანრული თავისებურებანი**

საკუთრივ რადიომანუყებლობას, ცხადია, არავითარი ჟანრები არ გააჩნია. როგორც მრავალჯერ აღვნიშნეთ, იგი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებაა, კომუნიკაციური არხია და შემოქმედებით სფეროს არ განეკუთვნება. რადიოჟანრებში ტრადიციულად გულისხმობენ პუბლიცისტურ რადიოჟანრებს (რადიორეპორტაჟს, რადიოინტერვიუს, რადიოკომენტარს და ა.შ.), თუმცა რადგანაც რადიომანუყებლობაში შემოქმედების სამივე ტიპი გამოიყენება, იგი პუბლიცისტურის გარდა მეცნიერული შემოქმედებისა და ხელოვნების ჟანრებსაც მოიცავს (ასე, მაგალითად, რადიოთი გადაცემული ლექცია-გაკვეთილები მეცნიერებას განეკუთვნება, მოთხრობა მხატვრული ლიტერატურის ჟანრია, ოპერა – მუსიკალური, ვოდევილი კი – თეატრალური ხელოვნებისა). ჟანრს უწოდებენ სინამდვილის ასახვის ისტორიულად ჩამოყალიბებულ ფორმას, რომელსაც შედარებით მყარი სტრუქტურული ნიშნების სისტემა გააჩნია, სხვანაირად თუ ვიტყვით, ჟანრი მასალის სტრუქტურული ორგანიზაციის გარკვეული წესია. მაგრამ ფორმა შინაარსისაგან, და საერთოდ, საგნისაგან დამოუკიდებლად არ არსებობს, ამიტომ ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში ჟანრი ნაწარმოების გარკვეული ტიპია.

რადიომანუყებლობაში ჟანრების განვითარებას, მისი დამახასიათებელი თვისებებისა და ნიშნების ჩამოყალიბებას ისტორიული ხასიათი ჰქონდა. ზოგიერთი მისი შემადგენელი ელემენტი მანამდეც არსებობდა საგაზეთო-საჟურნალო ჟანრებში, ზოგიც რადიოს განვითარების პროცესში შეიქმნა. რადიოპუბლიცისტულ კამ საფუძვლად გამოიყენა ბეჭდვითი პუბლიცისტის ჟანრები, ათვისა რადიოს ბგერითი ბუნებით განპირობებული სპეციფიკური შესაძლებლობანი, დაამუშავა საკუთარი გამოსახვითი საშუა-

ლებანი და ასე შექმნა და განავითარა თავისი ჟანრობრივი სისტემა. ამავე დროს, რადიოპუბლიცისტიკის ჟანრები განვითარების პროცესში განიცდიდა არამარტო ბეჭდვითი სიტყვის, არამედ ზეპირი სიტყვიერი ურთიერთობის, ზეპირი პროპაგანდის, თეატრის, კინოსა და მოგვიანებით ტელევიზიის გავლენასაც, თუმცა ეს გავლენა ყოველთვის აშკარა როდი იყო.

უდავოა, რომ ყველაზე დიდი გავლენა რადიოჟანრებზე მაინც საგაზეთო ჟანრებმა იქონია. ამის დასტურად ისიც კმარა, რომ რადიოჟანრები დღემდე იმეორებს საგაზეთო ჟანრების სახელწოდებას (რადიოინტერვიუ, რადიორეპორტაჟი, რადიოკორესპონდენცია, რადიომიმოხილვა და ა.შ.), მაგრამ რადიოჟანრების ჩამოყალიბება და განვითარება სულაც არ ნიშნავს მიკროფონთან საგაზეთო ჟანრების მექანიკურ გადმოტანას. ამ პროცესის დამახასიათებელი თავისებურება სწორედ ისაა, რომ იგი მიმდინარეობდა საგაზეთო ფორმების ჯერ ათვისების, ხოლო შემდეგ გადალახვის გზით – საგაზეთო ჟანრებს მოჰყვა რადიოსაგაზეთო ჟანრები, შემდეგ კი თანამედროვე რადიოჟანრები (აქვე შევნიშნავთ, რომ „საგაზეთო ჟანრი“ და „რადიოჟანრი“ პირობითი ტერმინებია და გულისხმობს გაზეთსა და რადიოში რეალიზებულ პუბლიცისტურ ჟანრს).

რადიოპუბლიცისტიკის ჟანრების განვითარებაზე დიდი გავლენა იქონია აგრეთვე სამაუწყებლო ტექნიკის სრულყოფამ. 30-იან წლებში სტაციონარული, ხოლო მოგვიანებით მობილური ხმისჩამწერი აპარატურის პრაქტიკაში დანერგვამ მკვეთრად გაზარდა რადიოჟანრების სტრუქტურული და გამოსახვითი შესაძლებლობანი და ფაქტობრივად განაპირობა ისეთი ჟანრების წარმოშობა, როგორცაა: რადიოკორესპონდენცია, რადიოანგარიში, რადიოკომპოზიცია და რადიონარკვევი (ტექნიკურმა განვითარებამ გახადა შესაძლებელი რადიომაუწყებლობაში ახალი გამოსახვითი საშუალების – მონტაჟის შემოტანაც).

მაქსიმალურ ეფექტს რადიოინფორმაცია მაშინ აღწევს, როცა იგი რეალიზდება რადიოსთვის დამახასიათებელ სპეციფიკურ ჟანრებსა და ფორმებში. საქმე ისაა, რომ თუ ბეჭდვით პუბლიცისტიკაში ჟანრი მხოლოდ ლიტერატურული ტექსტის სახითაა წარმოდგენილი, რადიოში მისი „გახმოვანება“ (ამეტყველება,



ხშირად კი ხმაურითა და მუსიკით გამდიდრება(ც) ხდება. თუ გაზეთში ჟურნალისტის სამუშაო ტექსტის მომზადებით მთავრდება, რადიოში ეს მხოლოდ პირველი საფეხურია – მეორე ეტაპია ამ ტექსტის „გაცოცხლება“, ეთერში წარმოთქმა, ტონითა და ინტონაციით გამდიდრება. პრესის ჟურნალისტი ტექსტის მხოლოდ შემთხვევლია, რადიოჟურნალისტი (ასევე, ტელეჟურნალისტი) კი ამ ტექსტის „დამდგმელი“ და შემსრულებელიც არის (ხშირად თავის გმირებთან ერთად). თანაც უმრავლეს შემთხვევაში ეს ერთდროულად, იმპროვიზებულად ხდება. პრესაში ჟანრი ტექსტის სახით რეალიზდება, ავტორისა და პერსონაჟებისაგან მთლიანად დამოუკიდებელია, რადიოში კი მისი „გამოქვეყნება“ მხოლოდ კონკრეტული ადამიანების მეშვეობითაა შესაძლებელი (რაც ადრე აღვნიშნეთ კიდევ რადიოინფორმაციის პერსონიფიცირებული ხასიათის განხილვისას). ალბათ ამიტომ ზოგიერთი მკვლევარი ერთმანეთისაგან გამიჯნავს „დაუნერეულ ფორმებს“ ანუ იმ ჟანრებს, სადაც იმპროვიზაცია აუცილებელია – რადიოინტერვიუს, რადიორეპორტაჟს, რადიოდისკუსიას და ა.შ. და „დანერილ ფორმებს“, რომელთა ტექსტის დანერა წინდანი არის შესაძლებელი – ინფორმაციულ რადიოცნობას, გამოსვლას, კომენტარს და სხვ.

ასე რომ, რადიოჟანრების თავისებურებებში გარკვევა შესაძლებელია მხოლოდ რადიოს სპეციფიკის გათვალისწინებით. ამ სპეციფიკას კი, როგორც ადრე აღვნიშნეთ, საფუძვლად უდევს რადიომაუწყებლობის ორი ძირითადი თვისება – აუდიორობა და ტრანსლაციურობა, რაც უპირველესად მის გამოსახვით თავისებურებებს განაპირობებს.

როგორც ცნობილია, მასობრივი ინფორმაციის ნებისმიერი საშუალება ემყარება ნიშანთა გარკვეულ სისტემას (ან სისტემებს) – აქვს თავისი ენა, თავისი გამოსახვითი საშუალებანი (სემიოტიკური გაგებით). რადიომაუწყებლობას, თავისი აკუსტიკური ბუნებიდან გამომდინარე, სამი ასეთ გამოსახვითი საშუალება, ნიშანთა სამი სისტემა გააჩნია: ზეპირი სიტყვა, ხმაური და მუსიკა. გამოსახვით საშუალებათა ასეთი სიუხვე არ შეიძლება არ განახვავებდეს რადიოჟანრებს ანალოგიური საგაზეთო ჟანრებისაგან, რადგან ბეჭდვითი სიტყვა ემყარება სემიოტიკური თვალსაზრისით მხოლოდ ერთ გამოსახვით საშუალებას, ნიშანთა ერთ სის-

ტემას – პირობითი გრაფიკული ნიშნების სისტემას (ილუსტრაცია აქ პრინციპულად არაფერს ცვლის).

რადგან ბეჭდვით სიტყვას ნიშანთა მხოლოდ ერთი სისტემა გააჩნია, აქ იგი ჟანრის განმსაზღვრელ ნიშნად, ცხადია, არ გამოდგებოდა და ისტორიულად ჩამოყალიბდა ჟანრის სტრუქტურული ნიშნების სხვანაირი შეფასება, რაც შემდეგ რადიოსა და ტელევიზიაზეც გავრცელდა.

მკვლევართა დიდი ნაწილი გამოჰყოფს ჟანრის ოთხ ძირითად სტრუქტურულ ნიშანს: 1. კვლევისა და ასახვის საგანს (ობიექტს), 2. კონკრეტულ დანიშნულებას – ფუნქციას, 3. კვლევისა და ასახვის მეთოდს და 4. გამოსახვით საშუალებებს (იგულისხმება არა ნიშანთა სისტემა, არამედ ლიტერატურულ-სტილისტური საშუალებები).

სხვა შეხედულებით, ჟანრის სტრუქტურულ ნიშნებად სინამდვილის კვლევისა და ასახვის მეთოდები და კომუნიკაციის, აუდიტორიასთან კონტაქტის წესი ითვლება. ზოგიერთი მკვლევრის აზრით კი ჟანრის სტრუქტურული ნიშნებია: თემა, ფაქტების აღწერის ხასიათი, მსჯელობისა და განზოგადების მასშტაბი, ლიტერატურული ფორმა, დაკვირვებისა და მასალის შესწავლის ხერხი, თეორიული დონე, მასალის ზომა. არსებობს სხვა სისტემებიც, მაგრამ ისინი ძირითადად სხვადასხვა ვარიანტით იმეორებენ ზემოთ ჩამოთვლილ ნიშნებს.

რადგან ჟანრების ასეთი კლასიფიკაცია რადიოპუბლიცისტიკაზეც ვრცელდება, მოკლედ განვიხილოთ ძირითადი სტრუქტურული ნიშნები და გავარკვიოთ რამდენად განსაზღვრავენ ისინი ჟანრის კომპოზიციურ სტრუქტურას და რამდენად იძლევიან ზემოთ მოცემული კლასიფიკაციის საფუძველს.

ხელოვნების თეორიაში ცნობილია, რომ მხატვრული შემეცნების საგანი გარკვეულწილად განაპირობებს ამ შემეცნების საშუალებას, ანუ საგანი გავლენას ახდენს მისი ამსახველი მხატვრული სტრუქტურის არჩევაზე. ეს პრინციპი პუბლიცისტიკაშიც მოქმედებს (მარტივად რომ ვთქვათ, შეუძლებელია ნარკვევის ფორმა ჰქონდეს, მაგალითად, პუბლიცისტურ ნაწარმოებს მიტინგის შესახებ ანდა საერთაშორისო მიმოხილვას ერთი კვირის ამბებზე). მაგრამ საგანი თვითონ არ განსაზღვრავს ჟანრის კომპოზიციურ

სტრუქტურას. როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, შეიძლება ერთი და იგივე საგანი ჰქონდეს სულ სხვადასხვა ჟანრის ნაწარმოებებს, რომელთა სტრუქტურები მკვეთრად განსხვავებულია – მაგალითად, ერთი და იგივე მოვლენა ინფორმაციული ცნობის საგანიც შეიძლება იყოს, რეპორტაჟისაც და კომენტარისაც, მაგრამ მათი სტრუქტურები სხვადასხვაა.

ხელოვნებათმცოდნეობაში ასევე აღიარებენ ფუნქციის ფორმაზე გავლენას, განსაკუთრებით გამოყენებით ხელოვნებაში. მაგრამ იგივე ხელოვნების თეორიაში აშკარა გახდა, რომ ჟანრების კლასიფიკაციისას ფუნქციის განმსაზღვრელ კრიტერიუმად შემოტანა არ იძლევა ჟანრების სხვადასხვა მოდიფიკაციაში გარკვევის საშუალებას და ინვევს კლასიფიკაციის საფუძვლების აღრევას. მიუხედავად ამისა, საბჭოთა ჟურნალისტიკის თეორიის სპეციალისტთა უმრავლესობა თვლიდა, რომ პუბლიცისტური ფორმების ნათესაობა, უწინარეს ყოვლისა, განპირობებულია მათი ფუნქციური ერთიანობით, ჟანრების წარმოშობა ფუნქციების დაყოფამ გამოიწვია და მათ მრავალფეროვნებას ფუნქციური განსხვავება განსაზღვრავს. ამ თეორიის მიხედვით, ინფორმაციულ ჟანრებში, რომელთა ფუნქცია ფაქტებისა და მოვლენების აღნუსხვაა, კომპოზიციური სტრუქტურა განპირობებულია თვითონ ფაქტის არსებობით და მოვლენის (პროცესის) მიმდინარეობით; ანალიტიკურ ჟანრებში, რომელთა დანიშნულება რეალობის ინტერპრეტაციაა, კომპოზიციურ სტრუქტურას განსაზღვრავს ავტორის იდეა და ჩანაფიქრი, რის შესაბამისადაც ეს ფაქტები და მოვლენები ლაგდება; და ბოლოს, დოკუმენტურ-მხატვრულ ჟანრებში, სადაც დოკუმენტური სინამდვილის ლოგიკურთან ერთად მხატვრული გააზრება, პუბლიცისტური ამოცანების მხატვრული საშუალებებით გადანყვება ხდება, ინფორმაციულ-ანალიტიკური და ესთეტიკური ფუნქციების ერთობლიობასთან გვაქვს საქმე.

აქედან გამომდინარე, ჩამოყალიბდა და რამდენადმე განსხვავებული ვარიაციებით დღემდე აღიარებულია პუბლიცისტური ჟანრების (მათ შორის რადიოჟანრების) დაყოფა სამ ჯგუფად: 1. ინფორმაციულ ჟანრებად (რადიოცნობა, რადიოინტერვიუ, რადიორეპორტაჟი, რადიოანგარიში, პრესის მიმოხილვა), 2. ანალიტიკურ ჟანრებად (რადიოკორესპონდენცია, რადიოკომენტარი,

რადიოსაუბარი, რადიომიმოხილვა) და დოკუმენტურ-მხატვრულ (პუბლიცისტურ-მხატვრულ) ჟანრებად (რადიონარკვევი, რადიოჩანახატი, რადიოკომპოზიცია). მაგრამ ამავე დროს რამდენიმე ჟანრი მხოლოდ რომელიმე ერთ ჯგუფს არ მიეკუთვნება: ინფორმაციული რეპორტაჟის გვერდით აღიარებულია პრობლემური (ანუ ანალიტიკური) რეპორტაჟი, ინფორმაციული ინტერვიუს გვერდით – პრობლემური (ანუ ასევე ანალიტიკური) ინტერვიუ და ინტერვიუ-პორტრეტი (დოკუმენტურ-მხატვრული ჟანრი), ანალიტიკური კორესპონდენციის გვერდით – ინფორმაციული კორესპონდენცია, დოკუმენტური (ანალიტიკური) კომპოზიციის გვერდით – დოკუმენტურ-მხატვრული კომპოზიცია. ასე რომ, თავისთავად ჩნდება კითხვა: რა აზრი აქვს ჟანრების ამ პრინციპით დაჯგუფებას, თუ ძირითადი ჟანრები ერთდროულად ორ ან სამ ჯგუფს მიეკუთვნება?

რა თქმა უნდა ეს არ ნიშნავს ჟანრისა და ფუნქციის ურთიერთდამოკიდებულების უარყოფას. ყოველ პუბლიცისტურ ჟანრს თავისი გამოკვეთილი ფუნქცია აქვს და შეიძლება მათი დაჯგუფება ამ ნიშნის მიხედვით, მაგრამ იგივე დაჯგუფებას მივიღებთ, თუ ჟანრებს საგნობრივ-თემატური ნიშნით ანდა კვლევისა და ასახვის მეთოდების მიხედვით დავყოფთ; მაგალითად, ჟანრები, რომელთა საგანსაც შეადგენს: 1. ფაქტები და მოვლენები (ანუ იგივე ინფორმაციული ჟანრები), 2. პრობლემა (ანალიტიკური ჟანრები) და 3. ადამიანი, პიროვნება, დოკუმენტურ-მხატვრული ჟანრები); ანდა ჟანრები, რომლებიც იყენებს; 1. კონსტატაციის – დაკვირვების, აღნუსხვის მეთოდებს (ინფორმაციული ჟანრები), 2. ინტერპრეტაციის – ანალიტიკურ მეთოდებს (ანალიტიკური ჟანრები), და 3. ანალიტიკურ-მხატვრულ მეთოდებს (დოკუმენტურ-მხატვრული ჟანრები). საგანი, ფუნქცია და მეთოდი ისე მჭიდროდ უკავშირდება ერთმანეთს, რომ თანაბრად განსაზღვრავენ ჟანრების ამ ტრადიციული სამი ჯგუფის არსებობას.

ჩვენ არ ვაპირებთ ფუნქციის მნიშვნელობის დაკნინებას (იგი პუბლიცისტიკის სახეობათა დონეზე მართლაც განსაზღვრავს ინფორმაციული და ანალიტიკური პუბლიცისტიკის ხასიათს), მაგრამ გარკვევით უნდა ვთქვათ, რომ საგნის მსგავსად, ფუნქცია არ განსაზღვრავს უშუალოდ ჟანრის კომპოზიციურ სტრუქტურას.

ტურას. ამას თუნდაც ისიც ადასტურებს, რომ როგორც აღვნიშნეთ, ძირითადი ჟანრები ერთდროულად სხვადასხვა ფუნქციის მქონე ჯგუფებს არის მიკუთვნებული. ასევე, ანგარიშიც, ინტერვიუც და რეპორტაჟიც სამივე ინფორმაციულ ჟანრად ითვლება, მაგრამ მკვეთრად განსხვავებულ სტრუქტურებს წარმოადგენენ. ფუნქცია არ განსაზღვრავს აგრეთვე კორესპონდენციისა და კომენტარის ჟანრულ სტრუქტურებს – ორივე ანალიტიკურ ფუნქციას ასრულებს, მაგრამ მათ კომპოზიციურ წყობას ავტორის ჩანაფიქრი კი არ უდევს საფუძვლად, არამედ ფაქტებისა და მოვლენების აღწერა-ანალიზი (ალბათ ამითაა გამოწვეული, რომ ზოგიერთი მკვლევარი კორესპონდენციას ინფორმაციულ ჟანრად მიიჩნევს, კომენტარს კი – სახეობათაშორის ჟანრად). რა თქმა უნდა, ფუნქციების სინთეზი არ განსაზღვრავს აგრეთვე პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრების სტრუქტურას, სადაც, რაც მთავარია, შემოქმედების ორი სხვადასხვა ტიპის, სინამდვილის ასახვის ორი სხვადასხვა სისტემის ერთიანობასთან გვაქვს საქმე და არა მხოლოდ ფუნქციების ერთიანობასთან.

ჟანრის კომპოზიციურ სტრუქტურას არ განსაზღვრავს არც მეთოდი, რადგან ერთი და იგივე მეთოდი შეიძლება გამოყენებული იქნეს სულ სხვადასხვა სტრუქტურის ჟანრებში (მაგალითად, პირდაპირი დაკვირვების მეთოდი შეიძლება გამოყენებული იქნეს ინფორმაციულ ცნობაშიც, რეპორტაჟშიც და კორესპონდენციაშიც, მაგრამ მათი სტრუქტურები განსხვავებულია).

ასე რომ, ჟანრის კომპოზიციურ სტრუქტურას უშუალოდ არ განსაზღვრავს სამი ძირითადი სტრუქტურული ნიშანი – საგანი ფუნქცია და მეთოდი (თუმცა ეს სულაც არ ნიშნავს, რომ რომელიმე ჟანრს საგანი, ფუნქცია ანდა კვლევისა და ასახვის მეთოდი არ გააჩნდეს).

ჟანრის მეოთხე სტრუქტურული ნიშანი – გამოსახვითი საშუალება ბეჭდვით პუბლიცისტიკაში (და, საერთოდ, ლიტერატურაში) ისტორიულად ჩამოყალიბდა ლიტერატურულ-სტილისტური ხერხების სახით (თხრობა, აღწერა, მონოლოგი, დიალოგი და ა.შ.) და ამ ტერმინს დღესაც უმეტესწილად ასეთი შინაარსით იყენებენ. სემიოტიკური თვალსაზრისით კი აქ ყველა ჟანრის ერთა-

დერთი გამოსახვითი საშუალება დაბეჭდილი სიტყვაა – გრაფიკული ნიშნებია.

სწორედ ლიტერატურულ-სტილისტური გამოსახვითი საშუალებანია ის ერთადერთი ნიშანი, რომელიც უშუალოდ განსაზღვრავს ბეჭდვითი პუბლიცისტიკის ჟანრების კომპოზიციურ სტრუქტურას და ყველა ჟანრში განსხვავებული სახე აქვს. ისინი ღრმად ინდივიდუალურია, მჭიდროდ უკავშირდებიან ავტორის იდეურ-ესთეტიკურ კრედოს, პროფესიულ ოსტატობას და ვარირების უდიდესი შესაძლებლობანი გააჩნიათ. დავას არ უნდა ინვედეს, რომ არა სხვადასხვა ფუნქციების გაერთიანება, არამედ ავტორის ინდივიდუალური ლიტერატურულ-სტილისტური ხერხები და მის მიერ არჩეული სახეობრივი სისტემა განსაზღვრავს დოკუმენტურ-მხატვრული ჟანრების (ნარკვევი, ჩანახატი) კომპოზიციურ სტრუქტურას. ასევე, არავითარი საფუძველი არა გვაქვს, რომ ანალიზის პროცესისა და არგუმენტაციის სისტემის საჯაროდ ჩვენება (რაც ანალიტიკურ ჟანრებს ახასიათებს) ლიტერატურულ-სტილისტურ გამოსახვით საშუალებად არ მივიჩნიოთ.

სხვა საქმეა, რომ ყოველ კონკრეტულ ჟანრში ლიტერატურულ-სტილისტურ გამოსახვით საშუალებათა არჩევას გარკვეულწილად განსაზღვრავს საგანი, ფუნქცია თუ მეთოდი, ანდა მათი ერთობლიობა. საგანსა და ფუნქციაზე ჩვენ ზემოთ უკვე აღვნიშნეთ, რაც შეეხება მეთოდს, მას ამ მხრივ უფრო მეტი დატვირთვა აქვს.

შემოქმედების ნებისმიერ სფეროში და, ბუნებრივია, პუბლიცისტიკაშიც, მეთოდები ორნაირია: ობიექტის, საგნის შემეცნების, შესწავლის, კვლევის მეთოდები და მისი ასახვის, გადმოცემის, მასალის ორგანიზაციის მეთოდები (ისინი პუბლიცისტიკას „ნასესხები“ აქვს მეცნიერებიდან და ნაწილობრივ ხელოვნებიდან – საკუთარი სპეციფიკური მეთოდები არ გააჩნია, რადგან აზროვნების დამოუკიდებელ ფორმას არ წარმოადგენს). პუბლიცისტიკის სპეციფიკად შეიძლება ჩაითვალოს ის, რომ შემეცნებისა და ასახვის მეთოდები აქ ერთი და იგივეა, მხოლოდ ერთ შემთხვევაში ისინი კვლევის საშუალებად გამოიყენება, სხვა შემთხვევაში კი – ასახვისა. ასეთი მეთოდებია პუბლიცისტიკაში ფართოდ გავრცელებული გამოკითხვისა და დაკვირვების, ანუ ინტერვიუ-

სა და რეპორტაჟის მეთოდები, რომლებიც ამ ჟანრებში ერთდროულად ორივე როლს ასრულებს, ე.ი. კვლევასთან ერთად ასახვის საშუალებადაც გვევლინება. ასე რომ, პუბლიცისტიკა, რომელიც „ღია“ ბუნებისაა, აშკარად აჩვენებს თავის შემოქმედებით ლაბორატორიას, კვლევის პროცესს საჯაროდ წარმოაჩენს და მას ასახვის ფორმად, ლიტერატურულ-სტილისტურ გამოსახვით საშუალებად იყენებს. საფიქრებელია, რომ მეთოდის სწორედ ასეთი გაგება აქვთ მხედველობაში იმ მკვლევრებს, ვინც მას ჟანრის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ სტრუქტურულ ნიშნად მიიჩნევს.

ყოველივე ეს ნათლად გვიჩვენებს, რომ პუბლიცისტიკური ჟანრების ფუნქციური კლასიფიკაციის პრინციპი ნაკლებად გამოსადეგია რადიოპუბლიცისტიკაში, რადგან არ იძლევა ჟანრების სტრუქტურაში გარკვევის საშუალებას. აქ ერთკომპონენტიანი სასაუბრო ტიპის ჟანრები სტრუქტურული თვალსაზრისით მკვეთრად განსხვავდება მრავალკომპონენტიანი სინთეზური ჟანრებისაგან და მათი ფუნქციური ერთიანობის ნიშნით დაჯგუფება იმას ჰგავს, დაბეჭდილი პიესა და სპექტაკლი ერთი ტიპის ჟანრებად მივიჩნიოთ და კლასიფიკაციის ერთ სისტემაში მოვაქციოთ. როგორც მრავალჯერ აღვნიშნეთ, რადიოგადაცემა თავისი არსით სინამდვილის აკუსტიკური ასახვაა. მისი საფუძველია ზეპირი სიტყვა ყველა შესაძლებელი ვარიანტით (ტექსტის წაკითხვა, დეკლამაცია, იმპროვიზაციული საუბარი და ა.შ.) და სხვა აკუსტიკური კომპონენტები (სინამდვილის ბგერითი სურათები, ხმაური, მუსიკა), რომლებიც ან უშუალოდ გადმოიცემა მათი წარმოქმნის ადგილიდან ანდა აუდიოჩანანერის სახით შემდგომ მიეწოდება მსმენელს. ყველა ეს კომპონენტი ერთობლიობაში განსაზღვრავს რადიოჟანრის ცნებას, გამოხატავს რადიოშემოქმედების სპეციფიკას.

რადიოპუბლიცისტიკის ჟანრებს, ბეჭდვითი პუბლიცისტიკის ჟანრების მსგავსად, აქვს ყველა ის ნიშანი, რომლებიც ზემოთ განვიხილეთ, მაგრამ სტრუქტურული თვალსაზრისით, რადიოს მხოლოდ ბგერადობისა და კომუნიკაციური სპეციფიკის (მიწოდება-აღქმის ერთდროულობის) გამო მათთვის მთავარი და განმსაზღვრელია გამოსახვითი საშუალება სემიოტიკური გაგებით – ნიშანთა სისტემა. როგორც ადრე აღვნიშნეთ, თუ ბეჭდვით პუბ-

ლიცისტიკას მხოლოდ ერთადერთი ასეთი გამოსახვითი საშუალება აქვს (გრაფიკული ნიშნებით გამოსახული დაბეჭდილი სიტყვა), რომელიც ჟურნალისტიკის ოსტატობის შესაბამისად ლიტერატურულ-სტილისტური თავისებურებების სახეს ლეზულობს, რადიოპუბლიცისტიკას ერთდროულად რამდენიმე გამოსახვითი საშუალების (ზეპირი სიტყვა, ხმაური, მუსიკა, მონტაჟი) გამოყენება შეუძლია, რაც პრინციპულ გავლენას ახდენს მისი ჟანრების კომპოზიციური სტრუქტურების ჩამოყალიბებაზე. ამიტომ რადიოში პუბლიცისტური ჟანრები უმჯობესია დაჯგუფდეს იმისდა მიხედვით, თუ რა გამოსახვითი საშუალებანია (ნიშნებია) გამოყენებული მათი კომპოზიციური სტრუქტურების ფორმირებისათვის. რა თქმა უნდა, რადიოში არც ლიტერატურულ-სტილისტური გამოსახვითი საშუალებები კარგავს თავის მნიშვნელობას, რადგან სიტყვა პუბლიცისტიკის ძირითადი და შეუცვლელი გამოსახვითი საშუალებაა, ხოლო ჟანრი სტილისა და მხატვრული პირობითობის მეშვეობით ხორციელდება, მაგრამ აქ მათი როლი ჯგუფების შიგნითაა გამოხატული.

კლასიფიკაციის ასპექტის ასეთი შეცვლა შემთხვევითი არაა. პუბლიცისტური ნაწარმოები სულ სხვადასხვა ასპექტით შეიძლება იყოს განხილული, მაგრამ უპირველესად ის უნდა აირჩეს, რაც მის არსს, მის აგებულებას განსაზღვრავს. რადიომაუწყებლობა (ასევე ტელევიზია) პროცესუალური, დროში განფენილი სტრუქტურაა და, მიუხედავად იმისა, რომ დრო სივრცის გარეშე არ არსებობს, პრინციპულად განსხვავდება სტატიკური, წმინდა სივრცული სტრუქტურებისაგან. ხელოვნების თეორიაში რადიოს და, საერთოდ, მთელ სიტყვიერ და მუსიკალურ ხელოვნებას დროისმიერი ხელოვნების კლასს აკუთვნებენ. რადიოს საქმიანობა არის მაუწყებლობა. მაუწყებლობის დრო პრინციპულად დაუსრულებელი და უწყვეტია. მისი გამოსახვითი საშუალებანი – იგივე რადიოპუბლიცისტური ნაწარმოებების „სამშენებლო მასალა“ – სულ სხვაგვარად აღიქმება, ვიდრე დაბეჭდილი გრაფიკული ნიშნები (ზეპირი სიტყვა ინტელექტუალურ-ემოციური შინაარსის გამომხატველი „პირველადი ნიშანია“, დაწერილი კი – მეორადი, „ნიშნის ნიშანი“, გამოსახვის სხვა საშუალებებზე რომ არაფერი ვთქვათ). აქ ინფორმაცია და მისი მატერიალური გან-



ხორციელება ისე მჭიდროდაა ურთიერთდაკავშირებული, რომ ბევრ შემთხვევაში შეუძლებელია ბეჭდვითი ფორმით მისი ადეკვატური გადმოტანა.

მართალია, ხელოვნების თეორიაში ითვლება, რომ ნიშანთა სისტემა ჟანრების წარმოქმნაში არავითარ დამოუკიდებელ როლს არ ასრულებს, რადგან მთელი მისი „ენერგია“ სახეობათა წარმოქმნას ხმარდება, მაგრამ რადიოჟანრების ფორმირებას ეს არ ეხება – ხელოვნების აღნიშნული სახეობანი ნიშანთა თითო სისტემას ემყარება, რადიოპუბლიცისტიკა კი – რამდენიმეს და აქ ნიშანთა სისტემა იგივე როლს ასრულებს ჟანრების წარმოქმნაში, როგორც ხელოვნებაში სახეობათა ფორმირებისას.

რადიომაუწყებლობის სპეციფიკური ნიშანია აგრეთვე ჰომოგენური და ჰეტეროგენული (ერთგვაროვანი და მრავალგვაროვანი) სტრუქტურების არსებობა. სხვანაირად რომ ვთქვათ, ჟანრების ნაწილი მხოლოდ ერთ გამოსახვით საშუალებას (ზეპირ სიტყვას) იყენებს, ნაწილი კი – რამდენიმეს ერთდროულად. ეს პრინციპულად განასხვავებს მათ ბეჭდვითი პუბლიცისტიკის ჟანრებისაგან, სადაც ყველა – „მარტივ“ და „რთულ“ ჟანრს ერთი გამოსახვითი საშუალება გააჩნია. რადიოჟანრების ასეთი დაყოფა ემყარება იმას, რომ პუბლიცისტური ჟანრის შექმნა დამოუკიდებლად შეუძლია მხოლოდ სიტყვას (ბეჭდვითი ან ზეპირი ფორმით), რადგან იგი მასობრივი კომუნიკაციის ძირითადი საშუალებაა. ნიშანთა არც ერთ სისტემას არ ძალუძს მისი შეცვლა ამ მიმართებით.

ყოველივე ზემოთქმულის გათვალისწინებით უფრო ლოგიკური ჩანს, რომ რადიოპუბლიცისტიკაში ჟანრები დაჯგუფდეს მათი სტრუქტურების ერთგვაროვნებისა და მრავალგვაროვნების მიხედვით 1. სასაუბრო ჟანრებად, რომლებიც მხოლოდ ზეპირ სიტყვას ემყარება და 2. სინთეზურ ჟანრებად, სადაც ზეპირ სიტყვას „ეხმარება“ ნიშანთა სხვა სისტემები – ხმაური და მუსიკა (ეს გაერთიანება ხდება კიდევ ერთი გამოსახვითი საშუალების – მონტაჟის მეშვეობით).

სასაუბრო ჟანრები სტუდიური ხასიათისაა, შემოსაზღვრულია კონკრეტული დროითა და სივრცით, არ შეიცავს სხვა ჟანრის ელემენტებს და კომპოზიციურ სტრუქტურას აქ ძირითადად

ლიტერატურულ-სტილისტური გამოსახვითი საშუალებანი განსაზღვრავს. სინთეზური ჟანრები მრავალგვაროვანია, როგორც ნიშანთა სისტემების, ისე სხვა ჟანრული ელემენტების მიხედვით, უშუალოდ ასახავს დოკუმენტურ სინამდვილეს სხვადასხვა დროსა და სივრცეში და მათი კომპოზიციური სტრუქტურები შემადგენელი კომპონენტების მონტაჟს ემყარება.

რადგან ზეპირი სიტყვა მხოლოდ ორი სახით – მონოლოგისა და დიალოგის ფორმით არსებობს, სასაუბრო ჟანრები, თავის მხრივ, იყოფა ორ ჯგუფად: მონოლოგურ და დიალოგურ ჟანრებად. მონოლოგური ჟანრები – რადიოცნობა, გამოსვლა, რადიონაამბობი, კომენტარი, მიმოხილვა – მიკროფონთან ერთი კაცის საუბარს ემყარება და ეს არსებითად განსაზღვრავს მათ სტრუქტურებს. დიალოგური ჟანრების – საუბრისა და ინტერვიუს, აგრეთვე მათი მოდიფიკაციების (პრესკონფერენცია, დისკუსია, ტოქშოუ და სხვ.) კომპოზიციურ სტრუქტურებს განსაზღვრავს დიალოგი, როგორც უძველესი დროიდან ჩამოყალიბებული ლიტერატურულ-სტილისტური გამოსახვითი საშუალება.

სინთეზური ჟანრებიც, თავის მხრივ, შეიძლება დაიყოს ორ ჯგუფად – სინთეზურ პუბლიცისტურ ჟანრებად (რეპორტაჟი, ანგარიში, კორესპონდენცია) და სინთეზურ პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრებად (რადიონარკვევი, რადიოჩანახატი, რადიოკომპოზიცია). ეს ორი ჯგუფი თანაბრად იყენებს ნიშანთა სხვადასხვა სისტემასაც და სხვადასხვა ჟანრულ ელემენტსაც, მაგრამ მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისაგან ლიტერატურულ-სტილისტური გამოსახვითი საშუალებებით – პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრებში მნიშვნელოვან ადგილს იკავებს სახეობრივი სტრუქტურა.

რა თქმა უნდა, ჟანრების ასეთი დაჯგუფებაც, გარკვეული აზრით, პირობითია, მაგალითად, ზოგიერთი მონოლოგური ჟანრი აუდიოჩანახატის დამატებით შესაძლოა სინთეზური ჟანრების ჯგუფშიაც კი „გადაბარგდეს“. პუბლიცისტის განვითარებას ორმხრივი ხასიათი აქვს – ერთი მხრივ, ესაა ჟანრების წარმოშობა და კონკრეტიზაცია, ხოლო, მეორე მხრივ, მათი ურთიერთგავლენა, საზღვრების წაშლა, ინტეგრაცია. ჟანრების დიფუზიის შემჩნევა ძნელი არაა, მაგრამ გაცილებით ძნელია ჟანრული სტრუქტურა.

რების ერთმანეთში აღრევის თითქოსდა ქაოსურ პროცესში რაიმე კანონზომიერების დადგენა. ეს განსაკუთრებით რთულია რადიოში და უფრო რთულია ტელევიზიაში, რომელსაც მეტი გამოსახვითი საშუალებანი და, ამდენად, კომპოზიციური სტრუქტურების შექმნის მეტი შესაძლებლობანი გააჩნია (როგორც ლიტერატურულ-სტილისტური საშუალებების, ისე ნიშანთა სისტემების მეშვეობით).

დაბოლოს აღვნიშნავთ, რომ ჟანრების კომპოზიციურ სტრუქტურაში გარკვევა და მათი კლასიფიკაცია არ არის მხოლოდ თეორიული საკითხი. ეს აუცილებელია იმისთვის, რომ ჟურნალისტს შეეძლოს განასხვავოს კერძო და ზოგადი, შემთხვევითი და აუცილებელი, აირჩიოს სინამდვილის ასახვის, შემოქმედებითი ჩანაფიქრის განხორციელების სწორი ხერხები და საშუალებანი.

## **2. რადიოჟურნალისტიკის მონოლოგური ჟანრები**

რადიოჟურნალისტიკა ორი სახეობის ტექსტებს მოიცავს: ოპერატიულ-ინფორმაციულს, რომელსაც მიეკუთვნება საინფორმაციო პროგრამები (საინფორმაციო გამოშვება, ახალი ამბები, უკანასკნელი ცნობები და ა.შ.) და თემატურს – ყველა დანარჩენ მასალას. განსხვავება მათ შორის განპირობებულია როგორც ტექსტების სტრუქტურით, ისე აუდიტორიისადმი დამოკიდებულებით: თუ ოპერატიული ინფორმაცია ე.წ. მასობრივ მსმენელს გულისხმობს და მთელი რადიოაუდიტორიისადმი არის მიმართული, თემატური – დიფერენცირებული ხასიათისაა, ითვალისწინებს აუდიტორიის სხვადასხვა ჯგუფის განსხვავებულ ინტერესებსა და მოთხოვნებს. მონოლოგურ ჟანრებს ორივე სახეობა იყენებს, ოღონდ თუ გამოსვლა, კომენტარი და მიმოხილვა დამოუკიდებელი სახითაც შეიძლება არსებობდეს, რადიოცნობა ოპერატიულ-ინფორმაციული მაუნყებლობის ჟანრია და, როგორც წესი, ცალკე არ გადაიცემა. ასევე, იგი რადიოს „დანერჩილ ფორმებს“ მიეკუთვნება (ამიტომ ყველაზე მეტად იტანს „წერით სტილს“ და ყველაზე მეტად უახლოვდება თავის საგაზეთო ვარიანტს – ინფორმაციულ შენიშვნას), ხოლო გამოსვლა, კომენტარი

და მიმოხილვა შეიძლება „დანერვილი ფორმითაც“ არსებობდეს და „დაუნერვლი ფორმითაც“ (ამ შემთხვევაში ისინი წინასწარ მომზადებულ გეგმას ან თეზისებს ემყარება).

**ინფორმაციულ რადიოცნობას** უწოდებენ ოპერატიულ, სი-ახლის შემცველ შეტყობინებას გარკვეული საზოგადოებრივი მნიშვნელობის მქონე ფაქტის, შემთხვევის ან მოვლენის შესახებ. იგი ყველაზე უფრო მცირე მოცულობის ჟანრია პუბლიცისტურ ჟანრებს შორის, რაც არ შეიძლება გავლენას არ ახდენდეს მის კომპოზიციაზე. ხელოვნების თეორიაში ცნობილია ჟანრების დიფერენციაციის პრინციპი მათი შემეცნებითი ტევადობის მიხედვით და აღიარებულია, რომ ცხოვრებისეული მასალის სხვადასხვა მოცულობით ათვისება განაპირობებს მისი მხატვრული განხორციელების სტრუქტურის სხვადასხვა მოდიფიკაციას. რადიოცნობა უახლესი მოკლე ცნობაა და ძირითადი ნიშნები, რაც მას ახასიათებს, არის მოვლენურობა, ერთთემიანობა, ფაქტოგრაფიულობა, აქტუალურობა, ოპერატიულობა და ლაკონიურობა.

მოვლენურობა რადიოცნობის ერთ-ერთი მთავარი თავისებურებაა, მის შინაარსობრივ საფუძველს ყოველთვის კონკრეტული, ლოკალური მოვლენა – ფაქტი, შემთხვევა, ამბავი შეადგენს. ამასთან, თუ სხვა პუბლიცისტურ ჟანრებში შეიძლება რამდენიმე ამბავზე და შესაბამისად რამდენიმე თემაზე იყოს საუბარი, რადიოცნობა ერთი ფაქტის, ერთი თემის აღწერისთვის შემოიფარგლება.

ფაქტოგრაფიულობას უკავშირდება ინფორმაციის სარწმუნოობა. იგი შემოწმებულ ფაქტებს უნდა ემყარებოდეს. კორესპონდენტი უნდა იტყობინებოდეს იმას, რაც მან ნამდვილად იცის, ანდა თვითონ ნახა. თუ გადმოცემული ცნობა სხვა წყაროს ეყრდნობა, ისიც ზუსტად უნდა იყოს მითითებული. ამავე დროს, რადიოცნობა უნდა იძლეოდეს არსებით ინფორმაციას, რომელიც განსაზღვრავს ფაქტისა და მოვლენის მნიშვნელობას, და არა საერთო კონტექსტიდან ამოგლეჯილ ცალკეულ ფრაგმენტს, რამაც შეიძლება აუდიტორიას დამახინჯებული წარმოდგენა შეუქმნას. ეს მით უფრო გასათვალისწინებელია, რომ ბევრი მოვლენა შეიცავს სხვადასხვა, ზოგჯერ ურთიერთსაწინააღმდეგო ფაქტებს და ყურნალისთვის ვალია გამოარჩიოს მათ შორის ისინი, რომლებიც მოკლედ, ზუსტად და ნათლად წარმოაჩენს მოვლენის არსს.

უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება რადიოცნობის აქტუალობასა და ოპერატიულობას. ისინი იდენტური ცნებები არაა, მაგრამ მჭიდროდ უკავშირდება ერთმანეთს. აქტუალურია ის, რასაც მოცემულ მომენტში საზოგადოებრივი მნიშვნელობა აქვს, ხოლო ოპერატიულობა განისაზღვრება დროის იმ მონაკვეთით, რომელიც სჭირდება ფაქტისა თუ მოვლენის მოხდენის მომენტიდან მათ შესახებ აუდიტორიამდე ინფორმაციის მიტანას. ცხადია, რომ რაც უფრო აქტუალურია ფაქტი და მოვლენა, მით მეტი მნიშვნელობა აქვს აუდიტორიისათვის მის ოპერატიულ მიწოდებას. ეს განსაკუთრებით შეეხება რადიომაუწყებლობას, რომელიც თავისი ტრანსლაციური ბუნებისა და სხვა სპეციფიკური თვისებების გამო ოპერატიული ინფორმაციის გავრცელების უპირველეს საშუალებად ითვლება მასობრივი ინფორმაციის ყველა საშუალებასთან შედარებით. რადიოცნობაში გამორიცხული უნდა იყოს ისეთი ფრაზები, როგორცაა „გუშინ“ ან „ამასწინათ“, მისი ტიპური გამოთქმებია: „დღეს“, „ერთი საათის წინ“, „ახლა, ამ მომენტში“, აქ გასათვალისწინებელია აგრეთვე ახალი ამბის პირველად, სხვებზე ადრე გავრცელების მნიშვნელობაც. პროპაგანდის თეორიაში კარგადაა ცნობილი, რომ ნებისმიერი პირველი ცნობა ამა თუ იმ ფაქტისა და მოვლენის შესახებ უფრო ძლიერ გავლენას ახდენს აუდიტორიაზე (თუნდაც იგი მთლად ზუსტი არ იყოს), ვიდრე მისი მომდევნო მსგავსი ინფორმაცია. ამიტომ ცდილობს მსოფლიოს ნებისმიერი საინფორმაციო სააგენტო თუ ინფორმაციის ორგანო სხვებზე ადრე მიანოდოს აუდიტორიას ახალი ამბავი.

ოპერატიულობა და ჟანრის შეზღუდული მოცულობა განაპირობებს რადიოცნობის ლაკონიურ ფორმასა და სატელეგრაფო სტილს. ამერიკის ჟურნალიზმის სახელმძღვანელო ჯერ კიდევ ასი წლის წინ მიუთითებდა, რომ მთელი ცნობის არსი უნდა ჩაეტიოს პირველ აბზაცში. ეს წესი მოითხოვს, რომ პასუხის გაეცეს ხუთ კითხვას: რა? ვინ? სად? როდის? რატომ? თანამედროვე ჟურნალისტიკაში განასხვავებენ რადიოცნობის ორ სახეობას – მოკლე და გავრცობილ ცნობას. მოკლე ცნობაში ფაქტის აღწერაც და შეფასება უფრო ლაკონიურია – იგი პასუხობს სამ კითხვას: რა? სად? როდის? (რა მოხდა, სად მოხდა და როდის მოხდა); გავრცობილ ცნობაში ფაქტის სხვა მხარეებზეც არის გამახვილებული

ყურადღება (რა ვითარებაში და რატომ მოხდა ეს ფაქტი, ვინ მონაწილეობდა. როგორ წარიმართა მოვლენები) და იგი სხვა კითხვებსაც პასუხობს: ვინ? რატომ? როგორ?

ზოგიერთი მკვლევარი რადიოცნობის ცალკე სახეობად გამოყოფს ე.წ. გახმოვანებულ ცნობას, როცა სიტყვიერ შეტყობინებას თან ახლავს მუსიკა, ანდა მოვლენის ადგილზე ჩანერილი ხმაური. ეს ჟანრის სტრუქტურისა და ფუნქციის გაუგებრობითაა გამოწვეული. რადიოცნობა წმინდა ვერბალური ჟანრია, იგი სტუდიიდან გვამცნობს, რაც უკვე მოხდა, არ მოითხოვს ფაქტისა თუ მოვლენის ადგილზე ავტორის უთუოდ ყოფნას და არც ამ ადგილიდან ხმაურის ჩანანერს. ყველაფერი ეს სულ სხვა ჟანრისათვის, რადიორეპორტაჟისთვისაა დამახასიათებელი, რადიოცნობას კი არაფერს მატებს არც შემეცნებითი და არც ემოციური თვალსაზრისით. იგივე შეიძლება ითქვას რადიოცნობების „მუსიკალური გაფორმების“ შესახებ (რაც წლების მანძილზე იყო პრაქტიკაში საქართველოს რადიოსა და ტელევიზიაში). ასეთი ხელოვნური „ემოციონალიზაცია“ რადიოს სპეციფიკის გამოყენება კი არა, მისი კატეგორიული უარყოფაა (მხედველობაში გვაქვს ცნობების გადაცემა მუსიკის აკომპანიმენტით და არა მუსიკალური ნომრების ჩართვა საინფორმაციო პროგრამაში, რაც ფართოდ არის გავრცელებული როგორც ჩვენთან, ისე სხვა ქვეყნების რადიომაუწყებლობაშიც).

ზოგჯერ გახმოვანებულს უწოდებენ რადიოცნობას, რომელსაც კითხულობს (ან წარმოთქვამს) თვითონ ფაქტსა ან მოვლენასთან დაკავშირებული პიროვნება. მაგრამ ამით მისი სტრუქტურა არ იცვლება, უბრალოდ, უფრო დოკუმენტური და სარწმუნო ხდება (ასეთ „დოკუმენტურ ციტატებს“ ხშირად იყენებენ სხვა ჟანრების – რეპორტაჟის, კორესპონდენციის, ნარკვევის შემადგენელ ელემენტადაც).

რადიომაუწყებლობაში ინფორმაციული ცნობის სპეციფიკას განსაზღვრავს არა გამოსახვითი საშუალებების სიმრავლე, არამედ ზეპირი სიტყვის თავისებურებანი – მეყსეულობა, ერთმომენტულობა, წარმოთქმისა და აღქმის ერთდროულობა (კომუნიკაციის სინქრონულობა). გაზეთის მკითხველს, თუ რაიმე ვერ გაიაზრა, შეუძლია რამდენიმეჯერ წაიკითხოს ინფორმაციული ცნობა.

რადიოში კი ეს ცნობა ქრება უკანასკნელი ბგერის გაქრობასთან ერთად, რაც თავის მოთხოვნებს უყენებს რადიოცნობის ენასა და სტილს – იგი უნდა იყოს გასაგები, ადვილად აღსაქმელი და დასამახსოვრებელი, უნდა შეესაბამებოდეს მასობრივი მსმენელის ენას, მის ლექსიკურ შესაძლებლობებს, შეიცავდეს ყველასათვის ცნობილ სიტყვებსა და გამოთქმებს. უნდა გაიშიფროს უცხო სიტყვები და შემოკლებები, ნაკლებად უნდა იყოს გამოყენებული ციფრები. განსაკუთრებით ნილადები და ათნილადები, რომლებიც მოსმენით ძნელი აღსაქმელი და დასამახსოვრებელია. ამავე მიზეზით რადიოცნობაში უნდა მეორედბოდეს მოვლენის ადგილის სახელწოდება და მონაწილეთა სახელები და თანამდებობები, რომ მსმენელმა ისინი დაიმახსოვროს და სიტუაციაში გაერკვეს.

როგორც პრესაში, ისე რადიოში, ინფორმაციული ცნობისთვის მიუღებელია გაჭიანურებული დასაწყისი, ზოგადი ფრაზები და არაფრისმთქმელი დეტალები – ინფორმაცია მოკლედ, სხარტად და საზოგადოდ უნდა იყოს მიწოდებული. მეტ ეფექტს იძლევა ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გაჟღერება ცნობის დასაწყისში (ანტიკულმინაცია) ანდა ბოლოში (კულმინაცია) და არა შუა ნაწილში.

რადიოცნობის თემატიკა შეუზღუდავია, მან ყველა მნიშვნელოვან ფაქტსა და მოვლენაზე უნდა მიანოდოს მსმენელს ინფორმაცია. მაგრამ ტელევიზიის განვითარებამ აქაც შეიტანა თავისი კორექტივები – მან ინფორმაცია სანახაობად აქცია და, გარკვეული აზრით, „გადაიბირა“ კიდეც აუდიტორია. ეს, რა თქმა უნდა, არ ნიშნავს, რომ რადიოში ინფორმაცია საჭირო აღარ არის, მაგრამ, მის შინაარსობრივ მოდიფიკაციას კი ნამდვილად მოითხოვს. ჯერ ერთი, რადიომ მეტი ადგილი უნდა დაუთმოს იმ ფაქტებსა და მოვლენებს, რომლებიც სანახაობითი არაა და ტელეეკრანისათვის არაეფექტიანია; მეორეც, ნებისმიერ ფაქტსა და მოვლენაში უპირატესი ყურადღება მიაქციოს მათ ლოგიკურ, ფაქტოგრაფიულ მხარეს, რისი ასახვაც ყველაზე სრულად სწორედ სიტყვითაა შესაძლებელი.

დაბოლოს, უნდა აღინიშნოს, რომ რადიოცნობა რადიოში ერთ-ერთი (თუ ერთადერთი არა) ჟანრია, რომელიც არ მოითხოვს აუცილებელ ავტორისმიერ პერსონიფიკაციას და შეიძლება

გამოშვების წამყვანმა ან რედაქტორმა წაიკითხოს. ამ ჯგუფის ყველა სხვა ჟანრი – გამოსვლა, კომენტარი, მიმოხილვა – მიკროფონთან ავტორის მონოლოგს გულისხმობს.

რადიოჟანრების დიდ ნაწილს რომ მონოლოგის ფორმა აქვს, ამას მრავალი მკვლევარი აღიარებს. ეს ბუნებრივიცაა, რადგან რადიოჟურნალისტიკა „დანერვილი ფორმით“ იქნება იგი თუ „დაუნერვილი ფორმით“, სხვა არაფერია, თუ არა „მეტყველებითი ჟურნალისტიკა“ – „Le journalisme parle“, როგორც მას ფრანგები უწოდებენ.

ზეპირი სიტყვა პრინციპულად განსხვავდება მისი დაბეჭდილი ვარიანტისაგან (ეს დაწვრილებითაა განხილული I თავში). საქმე მარტო ის კი არაა, რომ ზეპირი სიტყვა სმენით აღიქმება, დაბეჭდილი კი – ხედვით, იგი კომუნიკაციის სხვა სისტემას გულისხმობს, რადგან არ არსებობს წარმომთქმელისა და იმავდროული თუნდაც სავარაუდო მსმენელის გარეშე. სიტყვის წარმომთქმელი, მთხრობელი, მიკროფონთან მოსაუბრე ადამიანი არის ის ფორმანარმომქმნელი ელემენტი, რომელიც აერთიანებს მონოლოგურ ჟანრებს, განსაზღვრავს მათ კომპოზიციურ სტრუქტურას. თხრობითი ფორმების სიჭარბე რადიოსა და ტელევიზიაში განპირობებულია იმ მისწრაფებით, რომ ფსიქოლოგიურად მიუახლოვოს აუდიტორია მოსაუბრე ადამიანთან პირდაპირი კონტაქტის სიტუაციას.

აქედან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას, რომ რადიოში მონოლოგთან კი არა, თავისებურ „მონოდიალოგთან“ გვაქვს საქმე. მონოლოგური ჟანრები – გამოსვლა, კომენტარი და მიმოხილვა – ფორმით მონოლოგია, კომუნიკაციური და ფსიქოლოგიური თვალსაზრისით კი – დიალოგი, რომელიც ურთიერთობის პრინციპზეა დაფუძნებული. ამიტომ ზოგჯერ რადიოში საუბარს არა მარტო ორი ან რამდენიმე კაცის ლაპარაკს, არამედ ერთი კაცის გამოსვლასაც უწოდებენ.

მონოდიალოგი ისეთ შთაბეჭდილებას უქმნის მსმენელს, თითქოს მიკროფონთან მოსაუბრე პირადად მასთან ამყარებდეს კონტაქტს – უპირველესად ამით განსხვავდება რადიოში და ტელევიზიაში წარმომთქმელი სიტყვა დაბეჭდილი „ანონიმური“ სიტყვისაგან.



როგორც ვხედავთ, ზეპირი სიტყვა მონოლოგური ჟანრების ერთადერთი გამოსახვითი საშუალებაა (ნიშანთა სისტემა) სემიოტიკური თვალსაზრისით. მაგრამ „სემიოტიკური მონიზმი“ ამ ჟანრების თავისებურებათა მხოლოდ ერთ მხარეს გამოხატავს. მეორე და არანაკლებ მნიშვნელოვანია ლიტერატურულ-სტილისტური გამოსახვითი საშუალებანი, რომელთა საფუძველს ასევე სიტყვა წარმოადგენს. სიტყვის მეშვეობით შესაძლებელია მატერიალური თუ სულიერი ყოფიერების ნებისმიერი გამოვლინების ასახვა და ნებისმიერი სტრუქტურის ორგანიზაცია. ამით აიხსნება კომპოზიციური ვარიანტების განსხვავება გამოსვლასა, კომენტარსა და მიმოხილვას შორის.

**რადიოგამოსვლა.** გამოსვლა, როგორც ჟანრი, რადიოსა და ტელევიზიაში („მიკროფონთან გამოსვლა“, „კადრში გამოსვლა“) დღემდე იწვევს სპეციალისტების დავას. მკვლევრების ერთი ნაწილი მას ჟანრად კი არა, მეთოდად მიიჩნევს იმ მოტივით, რომ მიკროფონთან და კადრში გამოსვლა შეიძლება ინფორმაციითაც, კომენტარითაც და მოთხრობითაც. სხვები ამ ჟანრს რადიოსიტყვას ან რადიოსაუბარს უწოდებენ.

გარკვეული აზრით, გამოსვლა, რა თქმა უნდა, მეთოდისა (რადიოში ყველაფერი გამოსვლაა – მიკროფონთან გამოდის დიქტორიც, ჟურნალისტიც, ლექტორიც, მწერალიც და ა.შ.), მაგრამ იგი მარტო მეთოდი არაა – აუდიტორიისათვის პუბლიცისტური ტექსტის მიწოდების ფორმაცაა და, ამდენად ჟანრული სტრუქტურაა, ისევე, როგორც ლექტორის „ტექსტი“ ლექციას, მწერლისა – მოთხრობა, მომღერლისა – მუსიკალური ნაწარმოები და ა.შ. ასე რომ, ინტერვიუს მსგავსად რადიოგამოსვლა მეთოდის არის და ჟანრიც.

გამოსვლა შეიძლება განისაზღვროს, როგორც ავტორის მონოლოგი საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი პრობლემის შესახებ. პრობლემურობა კომენტარისა და მიმოხილვის ანალიტიკურ ჟანრებსაც ახასიათებს, მაგრამ ორივე ეს ჟანრი საგნობრივად და ფუნქციურად მკვეთრად არის შემოსაზღვრული და უშუალოდ უკავშირდება ფაქტებისა და მოვლენების ანალიზს. გამოსვლა კი თემას ემყარება და არა ფაქტებსა და მოვლენებს (თუმცა ფაქტებსაც შეიცავს) და საგნობრივად შეუზღუდავია. იგი წმინდა

პუბლიცისტური ჟანრია (ანალიტიკურ ფუნქციას ასრულებს) და ხშირად პრაქტიკოსები „პუბლიცისტურ გამოსვლასაც“ უწოდებენ (თუმცა ტრადიციული ფუნქციური კლასიფიკაციის მიხედვით, ჟანრების სხვადასხვა სისტემაში იგი ხან ინფორმაციულ, ხან კი ანალიტიკურ ჟანრადაა განხილული).

გამოსვლა, როგორც სპეციფიკური რადიოჟანრი, ისტორიულად ყველაზე ადრე წარმოიშვა ჯერ კიდევ რადიოჟურნალისტიკის ჩამოყალიბების პერიოდში, როცა არ არსებობდა არც რადიოკომენტარი და არც რადიომიმოხილვა, მაგრამ მნიშვნელოვანი ადგილი ეჭირა „ორატორული პუბლიცისტიკის“ ჟანრებს – „მილიონთა ტრიბუნიდან“ წარმოთქმულ სიტყვებსა და მოხსენებებს. მისი აქტიური გამოყენება, უპირველეს ყოვლისა, განაპირობა რადიოგენურობამ და ემოციურმა ელფერმა. გამოსვლა აუდიტორიასთან ავტორის უშუალო და პირდაპირი კონტაქტის, 30-იანი წლების ენით რომ ვთქვათ, პიროვნების მასებთან დაკავშირების ერთ-ერთ შესანიშნავ საშუალებად იქცა. გარდა ამისა, იგი ორგანიზაციულადაც ადვილი მოსამზადებელი იყო და არც რთულ ტექნიკურ აპარატურას საჭიროებდა, სამაგიეროდ კი მოვლენების გაშუქებისა და განზოგადების საშუალებას იძლეოდა. ამასთან, ეს იყო ავტორისმიერი პერსონიფიკაციის პირველი ნაბიჯები რადიომაუწყებლობაში – რადიოინფორმაციას ემატებოდა და ამდიდრებდა ავტორის ემოციურობა, მისი ინდივიდუალობა და განუმეორებელი პიროვნული კოლორიტი.

გამორიცხული არაა, რომ თავის დროზე პუბლიცისტური გამოსვლა გარკვეულწილად ასრულებდა რადიოკომენტარის ან რადიომიმოხილვის ფუნქციებსაც. მაგრამ, როგორც რადიოპუბლიცისტიკის განვითარება გვიჩვენებს, ეს ჟანრები გამოსვლას კი არ გამოყოფია, არამედ მოხდა საგაზეთო კომენტარისა და მიმოხილვის ავტორისმიერი პერსონიფიკაცია რადიოში და ისინი მოგვიანებით, გამოსვლის პარალელურად ჩამოყალიბდა.

ზოგიერთი მკვლევარი გამოსვლას საუბარს უწოდებს და მას რადიოსაუბრის ჟანრის მონოლოგურ ფორმად მიიჩნევს: გულისხმობს მიკროფონთან ერთი კაცის ლაპარაკს, საუბრის მეორე, დიალოგური ფორმის – რამდენიმე კაცის ლაპარაკისგან განსხვავებით. საქართველოს რადიოში, მაგალითად, წლების მანძილზე

პუბლიცისტურ გამოსვლას საუბრად აცხადებდნენ და მას ხშირად ავტორის მაგივრად დიქტორი კითხულობდა. მაგრამ მონოლოგური და დიალოგური ფორმების ერთ ჟანრში გაერთიანება მიზანშეწონილად ვერ ჩაითვლება მათი კომპოზიციური სტრუქტურების მკვეთრი განსხვავების გამო (გამოსვლა მხოლოდ წარმოსახვით არის საუბარი რადიომსმენელთან და არა ნამდვილი საუბარი ანუ ნამდვილი დიალოგი ორ ან რამდენიმე პირს შორის).

ასე რომ, სპეციალისტების შეხედულებათა პრინციპული განსხვავების, ტერმინოლოგიური შეუთანხმებლობისა და ხშირად ფუნქციური გაუგებრობის მიუხედავად, გამოსვლა, როგორც ჟანრი, დიდი ხნის განმავლობაში რეალურად არსებობდა რადიოსა და ტელევიზიაში და ხშირად გვევლინებოდა ეთერში მუშის, მეცნიერის, მწერლისა თუ სახელმწიფო მოღვაწის საჯაროდ ფიქრისა და მსჯელობის ფორმით.

გამოსვლა სასაუბრო ჟანრია როგორც რადიოში, ისე ტელევიზიაში, იგი ემყარება ზეპირ სიტყვას, რომელიც წარმოთქმის თანადროულად აღიქმება მსმენელის მიერ. აქ აუდიოჩანერა პრინციპულად არაფერს ცვლის – აუდიტორიისათვის სულ ერთია, პირდაპირ საუბრობს გამომსვლელი, თუ წინდანინ არის ჩანერილი (გამონაკლისს შეადგენს მხოლოდ ის პირდაპირი გადაცემები, რომლებიც მომენტალურ უკუკავშირს, აუდიტორიის მიერ თვითონ გამოსვლის პროცესში რეაგირებას ითვალისწინებს). როგორც რადიოს პრაქტიკა გვიჩვენებს, გამომსვლელისა და მსმენელის სინქრონული აზროვნების პროცესი უფრო იოლად ხორციელდება, როცა ავტორი უტექსტოდ, იმპროვიზაციულად გამოდის მიკროფონთან. ეს აძლიერებს პიროვნებათაშორისი ურთიერთობის ილუზიას, რადგან სინამდვილეში გამომსვლელი და მისი მსმენელი ფიზიკურად ერთმანეთს დაშორებული არიან და ავტორი „მონოდიალოგი“ მიმართავს წარმოსახვით პიროვნებას, რომელიც ორმხრივი კონტაქტის თანაბარუფლებიან ნევრად იგულისხმება. აქ ფსიქოლოგიური მნიშვნელობა აქვს იმასაც, რომ რეპორტიორისაგან განსხვავებით, რომელსაც მოვლენის ადგილზე „მიჰყავს“ მსმენელი, გამოსვლის ავტორი შინ, ოჯახში „აკითხავს“ მას და, ცხადია, მისი საუბარიც უფრო უშუალო უნდა იყოს. მიუხედავად ამისა, რადიოში გამოსვლის ტექსტები არცთუ იშვია-

თად წინდანინ მზადდება და შემდეგ მას ავტორები მიკროფონთან კითხულობენ. ეს მეთოდი უარსაყოფი არ არის, თუ ტექსტები ზეპირი მეტყველების კანონების მიხედვით არის შექმნილი და შემდეგ მიკროფონთან სათანადო ინტონაციით იკითხება.

როგორც აღვნიშნეთ, პუბლიცისტური გამოსვლა ყოველთვის თემატური ხასიათისაა – საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი სოციალურ-პოლიტიკური, ეკონომიკური, სამეცნიერო, კულტურული, ზნეობრივი პრობლემების ანალიზს ითვალისწინებს. ამით განსხვავდება იგი თავისი „მეზობლებისაგან“ – რადიოკომენტარისა და რადიომიმოხილვისაგან (გარდა ამისა, რომ ისინი უფრო მეტადაა დაკავშირებული დროსთან, მიმდინარე მოვლენებთან). იგი ემყარება, ერთი მხრივ, საჯარო სიტყვის, ზეპირი პროპაგანდისტული ზემოქმედების, მეორე მხრივ, კი – საგაზეთო სტატიის გამოცდილებას, რადიოში სტატიის იდენტური ჟანრია და მის მსგავსად სხვადასხვა მოდიფიკაციით გვევლინება.

საბოლოოდ, ყველაფერი ეს მჭიდროდ უკავშირდება გამომსვლელის ერუდიციას, იმპროვიზაციისა და მიკროფონთან საჯაროდ აზროვნების ნიჭს, კომუნიკაბელობის უნარს. პუბლიცისტურ გამოსვლაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ავტორის კომპეტენტურობას, რაც მნიშვნელოვნად განაპირობებს გამოსვლისადმი მსმენელთა ინტერესს.

ყოველივე ზემოთქმულის მიუხედავად, დღევანდელ დინამიკურ რადიომაუწყებლობაში ეს ჟანრი აღარ გამოიყენება და მხოლოდ ისტორიული თვალსაზრისით ინვევს ინტერესს. გარკვეულწილად შესაძლოა მის ვარიაციებს წარმოადგენდეს დღეს პრაქტიკაში უკვე გავრცელებული რადიობლოგი და რადიოდღიური, ანდა განსაკუთრებულ შემთხვევებში სახელმწიფოს ხელმძღვანელი პირების მიმართვა ქვეყნის მოქალაქეებისადმი რადიოს ან ტელევიზიის საშუალებით.

თავისი სტრუქტურით „**რადიონამბობიც**“ გამოსვლას უახლოვდება, ოღონდ თუ რადიოგამოსვლა წმინდა ანალიტიკური ჟანრია და თემის ან პრობლემის ანალიზს წარმოადგენს, რადიონამბობი გამოკვეთილად ინფორმაციული ხასიათისაა, მიკროფონთან გამოსული ავტორი ყველა რაღაც ფაქტის, შემთხვევის, მოვლენის, ამბავის შესახებ, რომლის თვითმხილველიც თავად

იყო. იგი შეიძლება რეპორტაჟსაც ჰგავდეს, მაგრამ უკვე წარსულ მოვლენაზე მოგვითხრობს, შეიძლება ინფორმაციულ რადიოკორესპონდენციადაც მივიჩნიოთ, მაგრამ აუდიოჩანაწერებს არ შეიცავს და მიუხედავად დასახელებულ ჟანრებთან მსგავსებისა, რადიოპრაქტიკაში დიდხანს ინარჩუნებდა დამოუკიდებლობას. საქართველოს რადიოში, მაგალითად, თავის დროზე გავრცელებული ფორმა იყო „კორესპონდენტის ნაამბობი“, მაგრამ დღევანდელ რადიოეთერში ეს ჟანრი უკვე გამქრალია.

**რადიოკომენტარი.** კომენტარი არის კომპეტენტური პირის – ჟურნალისტის ან სპეციალისტის – შეხედულება, ოპერატიული გამოხმაურება საზოგადოებრივი მნიშვნელობის ფაქტზე ან მოვლენაზე, მისი შეფასება, განხილვა და ახსნა-განმარტება. კომენტარი უპირველესად იმით განსხვავდება პუბლიცისტური გამოსვლისაგან, რომ ლოკალური ხასიათისაა და მისი ამოცანაც უფრო შეზღუდულია – თუ გამოსვლის საფუძველია თემა, რაც განზოგადებისა და ფართო დასკვნების საშუალებას იძლევა, კომენტარისათვის საკმარისია აქტუალური ფაქტი თუ მოვლენა და მისი ანალიზით შემოფარგვლა. ამასვე უკავშირდება კომენტარის ისეთი ნიშნები, როგორიცაა სიმწვავე და ოპერატიულობა. ოპერატიულობას განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს რადიოკომენტარისათვის – ისევე, როგორც ინფორმაციის სხვებზე ადრე გავრცელება, მომხდარი ფაქტებისა და მოვლენების ოპერატიული კომენტირებაც ნებისმიერი რადიოსადგურის პროფესიონალიზმისა და პრესტიჟის საქმეა.

ზოგიერთი მკვლევარი კომენტარს ყოფს ორ სახეობად – ოპერატიულ (კონკრეტულ-მოვლენურ) და პრობლემურ კომენტარად და მიაჩნია, რომ პრობლემურ კომენტარს საფუძვლად უდევს არა ოპერატიული, ვთქვათ, დღის მოვლენები, არამედ ტიპური მოვლენები და ფაქტები, რომლებიც ცხოვრების გარკვეულ ტენდენციებს გამოხატავს და მისი დანიშნულება პრობლემის განხილვაა. ზოგი კიდევ პრობლემურს უწოდებს ისეთ კომენტარს, სადაც ფაქტი თუ მოვლენა მხოლოდ საბაბია თემის შემდგომი გაშლისა და განზოგადებისათვის. ორივე შემთხვევაში ეს კომენტარის საზღვრების ხელოვნური გაფართოებაა, რადგან კომენტარი, რომელიც ოპერატიულ, კონკრეტულ ფაქტებსა და მოვლენებს

სცილდება და საზოგადოებრივი განვითარების ტენდენციების ანალიზს, რაიმე პრობლემის განხილვას იწყებს, სხვა არაფერია, თუ არა ჩვეულებრივი პუბლიცისტური გამოსვლა (პრესაში კი – სტატია).

რადიომაუწყებლობაში კომენტარი პრაქტიკულად არსებობს ორნაირი ფორმით – ან დამოუკიდებლად (5-10 წუთის მოცულობით), ანდა რომელიმე რთული გადაცემის თუ პროგრამის შემადგენელი ნაწილის სახით. მოკლე, 2-3 წუთიანი კომენტარი განსაკუთრებით ფართოდ გამოიყენება საინფორმაციო პროგრამებში. ხშირად იგი მაშინვე მოსდევს ინფორმაციას ამა თუ იმ ფაქტის ან მოვლენის შესახებ. აშშ-ის რადიომაუწყებლობაში ასეთ კომენტარს „ნიუს ფიჩეს“ – ახალი ამბების კომენტარს უწოდებენ და მის დანიშნულებად აქტუალური მოვლენების ოპერატიული შეფასება მიაჩნიათ.

კომენტარს ანალიტიკური ფუნქცია ეკისრება, მაგრამ საინფორმაციო პროგრამაში იგი გარკვეულ ტრანსფორმაციას განიცდის: მისი უმნიშვნელოვანესი ელემენტი – არგუმენტაცია შემცირებულია, შეფასების დონეზე რჩება და წინა პლანზე ოპერატიული-ინფორმაციული ფუნქცია გამოდის. ალბათ მნიშვნელოვანწილად ამითაც აიხსნება, რომ ზოგი მკვლევარი გამოყოფს კომენტარის ინფორმაციულ და ანალიტიკურ ტიპებს, ზოგი კი მას ჟანრების სახეობათაშორის ფორმად თვლის (ინფორმაციულ და ანალიტიკურ ჟანრებს შორის).

კომენტარს შეიძლება საფუძვლად დაედოს ფაქტები და მოვლენები პოლიტიკის, ეკონომიკის, მეცნიერების, ხელოვნების, სპორტის სფეროებიდან, მაგრამ განსაკუთრებით ხშირადაა მისი ობიექტი საერთაშორისო ცხოვრება, რაც უთუოდ აუდიტორიის დიდი ინტერესითაა გამოწვეული. რადგან კომენტარის, როგორც ჟანრის, საფუძველს შეადგენს ავტორისეული ანალიზი, შეფასება, ამკარად გამოხატული პოზიცია, უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ავტორის პიროვნებას, მის კომპეტენტურობას, ერუდიციას, აზროვნების სტილს, საუბრის მანერას და ა.შ. კომენტარის ავტორმა კარგად უნდა გაიაზროს რის შესახებ ლაპარაკობს, რას ლაპარაკობს, რისთვის ლაპარაკობს და როგორ ლაპარაკობს. კომენტარის ეფექტს მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს ავტორის საზო-

გადოებრივი ავტორიტეტი, მისი მორალური უფლება მოცემულ საკითხზე მსჯელობისა და მისდამი აუდიტორიის ნდობა (აქედან გამომდინარე, ჟურნალისტი, რომელიც კომენტარის ავტორის როლში გვევლინება, ისე უნდა იყოს დასპეციალებული მოცემულ სფეროში, რომ პროფესიონალს არ ჩამოუვარდებოდეს).

**რადიომიმოხილვა.** მიმოხილვა არის აქტუალური ფაქტების და მოვლენების ზოგადი განხილვა, მათი წარმოშობისა და განვითარების მიზეზობრივ-შედეგობრივი კავშირების დადგენა, მთლიანობაში წარმოჩენა და ამით რეალური სინამდვილის გარკვეული კუთხითა და გარკვეული დროის ფარგლებში გააზრება, მისი პანორამული სურათის შექმნა. მიუხედავად იმისა, რომ მიმოხილვას ანალიტიკურ-კონცეპტუალური და განმაზოგადებელი დანიშნულება აქვს, ეს ფუნქცია ხშირად ფაქტების შერჩევასა და დაჯგუფებაზეა „ამოფარებული“, თუმცა თვითონ ეს დაჯგუფება ავტორის იდეასა და ჩანაფიქრს ექვემდებარება. ამასთან, კომენტარისაგან განსხვავებით, მიმოხილვის საგანი ერთი კი არა, არამედ მრავალი ფაქტი და მოვლენაა, რაც მათი ურთიერთანაფარდობაში განხილვის საშუალებას იძლევა და ამავდროს ეს ფაქტები და მოვლენები გარკვეული ქრონოლოგიური ჩარჩოებითაა შემოსაზღვრული (ამიტომ მიმოხილვა კომენტარზე ნაკლებ ოპერატიულია).

საერთოდ, კომენტარი და მიმოხილვა პუბლიცისტური გამოსვლისაგან დროსთან უფრო უშუალო კავშირითაც გამოირჩევა. მიმოხილვას გააჩნია ორი თავისებურება – დროის ზუსტი განსაზღვრა (დღიური, კვირეული, თვიური) და თემის ზუსტი განსაზღვრა (პოლიტიკური, ეკონომიკური, კულტურული და ა.შ.). სხვანაირად რომ ვთქვათ, მიმოხილვა ყოველთვის თემატური ხასიათისაა და საზოგადოებრივი ცხოვრების კონკრეტულ სფეროში გარკვეული დროის პერიოდში მომხდარი ფაქტებითა და მოვლენებით არის შემოფარგლული (პოლიტიკური მიმოხილვა, ეკონომიკური მიმოხილვა, საერთაშორისო მიმოხილვა, თეატრალური მიმოხილვა, სპორტული მიმოხილვა და ა.შ.).

მიმოხილვა, ისევე როგორც პუბლიცისტური გამოსვლა და კომენტარი, ავტორის მიერ პერსონიფიცირებული ჟანრია, მან მისცა სახელწოდება ერთ-ერთ ძირითად რადიო და ტელეპერსო-

ნაჟს – მიმომხილველს (თუმცა ისტორიულად ეს პროფესია პრესაში ჩამოყალიბდა პოლიტიკური მიმომხილველის, საერთაშორისო მიმომხილველის და ა.შ. სახით). ეს, რა თქმა უნდა, არ ნიშნავს, რომ, მიმომხილველის ფუნქცია მხოლოდ მიმომხილვის ავტორობით შემოიფარგლება, ოპერატიული კომენტარიც მისი ერთ-ერთი ძირითადი სამუშაო ჟანრია.

მიმომხილვის ცალკე სახეობაა „პრესის მიმომხილვა“ მაგრამ იგი წმინდა ინფორმაციული ჟანრია და ანალიტიკურ მიმომხილვასთან მხოლოდ სახელწოდება აკავშირებს.

### **3. რადიოჰებლიცისტიკის დიალოგური ჟანრები**

ადამიანების სიტყვიერი ურთიერთობა დიალოგური ხასიათისაა და მათი საქმიანობის ყველა კონკრეტული ფორმა გარკვეულწილად დიალოგთანაა დაკავშირებული. დიალოგური ურთიერთკავშირი მსჭვალავს მთელ ადამიანურ მეტყველებას, ცნობიერებასა და კულტურას. „სხვისი ცნობიერებანი არ შეიძლება განვჭვრიტოთ, გავანალიზოთ, განვსაზღვროთ როგორც ობიექტები, როგორც საგნები – მათთან მხოლოდ დიალოგური ურთიერთობაა შესაძლებელი“ – აღნიშნავდა ცნობილი მკვლევარი მ. ბახტინი.

თუ ზოგადფილოსოფიური თვალსაზრისით ყოველგვარი შემოქმედება და ინტელექტუალური ურთიერთობა დიალოგურია, მით უმეტეს შეეხება ეს რადიო და ტელეშემოქმედებას, სადაც დიალოგურობას კიდევ უფრო აძლიერებს თვითონ კომუნიკაციური არსების თავისებურებანი (ნანილობრივ ჩვენ ეს ადრეც განვიხილეთ „მონოდიალოგის“ მაგალითზე). პირველ ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს ის, რომ რადიო და ტელეჟურნალისტიკა „მეტყველებითი ჟურნალისტიკაა“, დიალოგი კი უპირველესად „მეტყველებითი ურთიერთობაა“. დიალოგს ჩვეულებრივად განსაზღვრავენ როგორც ორი ან რამდენიმე კაცის საუბარს. დიალოგისა და საუბრის ცნებების ასეთი სიახლოვე ნათლად გვიჩვენებს მეტყველების განსაკუთრებულ როლს დიალოგში (თუმცა ზოგადად დიალოგი, რა თქმა უნდა, მარტო მეტყველებითი ურთიერთობით არ ამოიწურება), მოსაუბრეთა რიცხვის გამოკვეთა კი ხაზს უსვამს



მის განსხვავებას მონოლოგისაგან – ერთი კაცის ლაპარაკისაგან. ასე რომ, ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, როცა რადიოდილოგზე ვლაპარაკობთ, ვგულისხმობთ არა წარმოსახვით დიალოგს მსმენელთან (მონოდილოგს), არამედ მიკროფონთან გამართულ რეალურ დიალოგს. იგი მიმართულია არა მსმენელთან ურთიერთობისაკენ (თუმცა აუცილებლად იგულისხმება), არამედ თვითონ მოსაუბრეთა ურთიერთობისაკენ. აქედან გამომდინარე, დიალოგურ ჟანრებს ვუნოდებთ იმ რადიოჟანრებს, რომელთა კომპოზიციასაც განსაზღვრავს დიალოგი, როგორც ლიტერატურულ-სტილისტური გამოსახვითი საშუალება. ეს ჟანრებია რადიოინტერვიუ და რადიოსაუბარი თავისი სხვადასხვა მოდიფიკაციით.

**რადიოინტერვიუ.** სოციოლოგიაში ინტერვიუს განსაზღვრავენ როგორც გამოკითხვის გზით ინტერვიუერის მიერ რესპონდენტისაგან ინფორმაციის მიღების მეთოდს. ეს მეთოდი ფართოდ გამოიყენება აგრეთვე ჟურნალისტურ პრაქტიკაშიც შემეცნების, კვლევის, მასალის მოპოვების მიზნით. ხოლო როცა ასეთი გამოკითხვა საჯარო აღქმის ობიექტი ხდება – პირდაპირ მიენოდება აუდიტორიას (რადიოსა და ტელევიზიაში) ანდა ფიქსირდება და ისე ქვეყნდება (პრესაში) – ე.ი. მასობრივ ინფორმაციად იქცევა ანუ შემეცნების მეთოდი ერთდროულად ასახვის მეთოდად და ლიტერატურულ-სტილისტურ გამოსახვით საშუალებად გვევლინება, ვლელობით პუბლიცისტურ ჟანრ ინტერვიუს.

ამგვარად, ინტერვიუ როგორც ჟანრი არის კითხვა-პასუხის ფორმით გადმოცემული საუბარი, რომელიც მიმდინარეობს ჟურნალისტსა და ინფორმაციის მფლობელ პირს შორის. დიალოგურობა, კითხვა-პასუხი მისი, როგორც ჟანრობრივი სტრუქტურის, ძირითადი მახასიათებელია. ჩვენ განსაკუთრებით ვუსვამთ ხაზს „კითხვა-პასუხის“ ფორმას, რადგანაც დიალოგი აგრეთვე სხვა ჟანრს – საუბარსაც ახასიათებს. მაგრამ თუ საუბარში – ორი ან რამდენიმე პირის ურთიერთობაში – თითოეული თანაბარი უფლებით სარგებლობს, ერთსა და იმავე ფუნქციას ასრულებს, ინტერვიუში უპირატესობა ეძლევა ერთი მხარის ინფორმაციას, მხოლოდ ერთი მხარე პასუხობს, მეორე მხარე კი შეკითხვებს იძლევა. ეს პრინციპულად განასხვავებს ინტერვიუს ჟანრს საუბრის ჟანრისაგან (ასეთი გამოყოფა მით უფრო საჭიროა, რომ ზოგიერ-

თი სპეციალისტიც კი „მრგვალ მაგიდასთან საუბარს“ ინტერვიუს სახეობად მიიჩნევს).

ითვლება, რომ ინტერვიუში ჟურნალისტი ინფორმაციას იღებს კომპეტენტური პირისაგან, რომ ესაა საუბარი საზოგადოებრივად საინტერესო პიროვნებასთან (თუ პირებთან) აქტუალური მოვლენებისა თუ პრობლემების შესახებ, რომ ან რომელიმე საკითხის გარკვევა უნდა მოითხოვდეს ამა თუ იმ სპეციალისტის აზრს „ან საინტერესო იყოს საზოგადოებისათვის“. ყველაფერი ეს, რა თქმა უნდა, სწორია – ინტერვიუსათვის უდიდესი მნიშვნელობა აქვს როგორც პიროვნების, ასევე თემის შერჩევასაც, მაგრამ პრაქტიკაში ჟურნალისტებს არცთუ იშვიათად უხდებათ საუბარი ჩვეულებრივ, რიგით ადამიანებთან, რომლებიც არავითარ კომპეტენტურ ინფორმაციას არ ფლობენ, მაგრამ ყურადღებას იქცევენ, როგორც გარკვეული სოციალური ჯგუფის წარმომადგენლები (ეს განსაკუთრებით ეხება „ქუჩის ინტერვიუებს“ რადიოსა და ტელევიზიაში).

ინტერვიუ როგორც ჟანრი პრესაში ჩამოყალიბდა, მაგრამ მისი ჭეშმარიტი შესაძლებლობანი პირველად რადიომ გამოავლინა (შემდეგ კი ტელევიზიამ მაქსიმალურად წარმოაჩინა). რადიომ და ტელევიზიამ აშკარად დაგვანახა, რომ პიროვნებათაშორისი ურთიერთობის ნიშნები ყველაზე სრულად სწორედ ინტერვიუს ჟანრში მჟღავნდება და ინტერვიუ პირველ რიგში კითხვის დასმა კი არაა, არამედ მოსაუბრესთან ურთიერთობის დამყარება (რადიო-ტელევიზიაში პირველად მოხვედრილთა უმრავლესობა მიკროფონთან ან კამერასთან მონოლოგურ გამოსვლას იმიტომ ამჯობინებს ჟურნალისტთან საუბარს, რომ იგი მას უგრძობელ ტექნიკასთან კონტაქტის ნაცვლად ცოცხალ ადამიანთან ურთიერთობის საშუალებას აძლევს). რადიოსა და ტელევიზიასთან შედარებით საგაზეთო ინტერვიუდ ეს არის ანგარიში ინტერვიუს შესახებ. რადიომ პირველად „დაასწრო“ აუდიტორია ინფორმაციის მოპოვების პროცესს და დაარწმუნა იგი მის ნამდვილობაში, მის დოკუმენტურობაში.

რადიოინტერვიუს სპეციფიკური თვისებაა იმპროვიზაციის მაღალი დონე – იგი იქმნება უშუალოდ მაუწყებლობის პროცესში (პირდაპირი გადაცემის დროს) ანდა ხმის ჩანერის მომენტში,

სადაც მისი ზეპირი, ექსპრომტული ხასიათი ასევე შენარჩუნებულია. ამგვარად, ჩანერილი ინტერვიუ უფრო დოკუმენტურია, ვიდრე ქალაქდზე აღბეჭდილი, რადგან უცვლელად ინახავს ხმის ტემბრს, მეტყველების სტილს, ინტონაციას. თუ საგაზეთო ინტერვიუ მხოლოდ იმას გვამცნობს, თუ რა თქვა საუბრის მონაწილემ, რადიოინტერვიუ იმასაც გვიჩვენებს, თუ როგორ თქვა. ამიტომ დაბეჭდილი ინტერვიუ რადიოინტერვიუსთან შედარებით ნაკლებ ინფორმაციას იძლევა. ეს ჯერ კიდევ ასი წლის წინ შეამჩნია მარკ ტვენმა, როცა ჟურნალისტმა ე. ბოკმა გაზეთში გამოქვეყნების წინ მასთან საუბრის ტექსტი გაუგზავნა, მწერალმა ასე უპასუხა: „რამდენიმე, სრულიად აშკარა მიზეზის გამო, ინტერვიუ, როგორც ასეთი, აუცილებლად უაზრობა უნდა იყოს. როგორც კი ზეპირი სიტყვა დაბეჭდილი აღმოჩნდება, იგი უკვე აღარ არის ის, რასაც თქვენ ისმენდით – მასში ქრება რაღაც ყველაზე უფრო მნიშვნელოვანი. ქრება მისი სული, თქვენ კი ხელთ გრჩებათ მხოლოდ მკვდარი გარსი. სახის გამომეტყველება, ტონი, სიცილი, ღიმილი, მრავლისამხსნელი ინტონაციები – ყველაფერი რაც ამ გარსს სითბოს, სინატიფეს, სინაზესა და მომხიბვლელობას ანიჭებდა... გაქრა და რჩება მხოლოდ მკრთალი, გაყინული, საზიზღარი გვამი... არა, შეიბრალებთ მკითხველი და შემობრალეთ მე: ნუ დაბეჭდავთ ამ ინტერვიუს. მასში არაფერია, გარდა სისულელისა... ხოლო თუ თქვენ მაინცდამაინც გინდათ რაიმეს დაბეჭდვა, ეს წერილი დაბეჭდეთ...“

ერთმანეთისაგან მკვეთრად განსხვავდება რადიოინტერვიუსა და საგაზეთო ინტერვიუს შექმნის პროცესიც. სამი ეტაპიდან (თემისა და მოსაუბრის შერჩევა, კითხვარის დამუშავება, ინტერვიუს წარმართვა) რადიოში (და ტელევიზიაში) განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება სწორედ მესამე ეტაპს, რადგან იგი აუდიტორიის „თანდასწრებით“ მიმდინარეობს. გაზეთის ჟურნალისტიც, რა თქმა უნდა, წინასწარ ემზადება დიალოგისთვის, მოიფიქრებს კითხვებსა და რეპლიკებს, მაგრამ, როგორც წესი, საუბრის ტექსტს საგულდაგულოდ ამუშავებს ინტერვიუს შემდეგ. მას შეუძლია გამოტოვოს ზოგიერთი საკითხი, სხვები კი უფრო ფართოდ წარმოაჩინოს, შეუძლია თავისი შეხედულებისამებრ დააღაგოს კითხვები და პასუხები, დააზუსტოს და სტილისტურად დახ-

ვენოს ისინი და ა.შ. (თუმცა ვალდებულია, საბოლოო ვარიანტი შეუთანხმოს თავის მოსაუბრეს). რადიონიტერვიუ კი, როგორც აღვნიშნეთ, იმპროვიზაციული, ექსპრომტული სტრუქტურაა და აქ განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ჟურნალისტის წინასწარ გულდასმით მომზადებას და ინტერვიუს სწორად წარმართვას. პირდაპირი მაუნყებლობის პირობებში მას არაფრის შეცვლა არ შეუძლია (იგი ხომ იმავნუთიერად მიენოდება მსმენელს), მაგრამ ბევრი რამის გაკეთება (რედაქტორული მონტაჟის გარდა) არც ჩანერის შემთხვევაში ძალუძს – ვერ შეცვლის ვერც თავის შეკითხვებს, ვერც მოპასუხის სიტყვებსა და წინადადებებს. მართალია, ცალკეულ შემთხვევაში რადიოჟურნალისტები მიმართავენ რადიკალურ მონტაჟს, თავისებურად ალაგებენ კითხვებსა და პასუხებს, ამდიდრებენ მას სტუდიური კომენტარით, სხვადასხვა დეტალით, შესავლითა და დასკვნით და ა.შ., მაგრამ ძნელია ასეთ გადაცემას რადიონიტერვიუ ვუნოდოთ – იგი უკვე სხვა, მრავალკომპონენტიანი ჟანრის, კომბინირებული გადაცემის ფორმას ღებულობს და აქ ინტერვიუ მხოლოდ შემადგენელი (თუნდაც ძირითადი) ელემენტის როლს ასრულებს. საერთოდ, რადიონიტერვიუ, როგორც შემადგენელი სტრუქტურული ელემენტი, ფართოდ გამოიყენება ყველა სინთეზურ ჟანრში – რადიოკორესპონდენციაში, რადიორეპორტაჟში, რადიონარკვევში და სხვ.

როგორც ჩვენში, ისე უცხოეთში ინტერვიუს (და კერძოდ, რადიონიტერვიუს) სახეობათა რამდენიმე კლასიფიკაცია არსებობს, იმისდა მიხედვით, თუ რა ასპექტი უდევს საფუძვლად (ზოგიერთი ცალკე სახეობად გამოჰყოფს ინტერვიუ-მონოლოგს, ინტერვიუ-ოქმს და ინტერვიუ-ციტატასაც კი), მაგრამ საბოლოოდ ყველა მათგანი თავსდება ფორმისეულ და ფუნქციურ კლასიფიკაციებში. თუ გავითვალისწინებთ ყველაზე მთავარს – რომ ინტერვიუ არის ინფორმაციის მოპოვება გამოკითხვის საშუალებით – ფორმის მიხედვით მას შეიძლება ჰქონდეს: 1. ინდივიდუალური გამოკითხვის ფორმა, როცა ერთი ინტერვიუერი ეკითხება ერთ რესპონდენტს, როგორც ეს უმრავლეს შემთხვევაში ხდება; 2. კოლექტიური გამოკითხვის ფორმა, როცა რამდენიმე ინტერვიუერი ეკითხება ერთ ან რამდენიმე რესპონდენტს (ასეთი ინტერვიუს გავრცელებული სახეობაა პრესკონფერენცია) და 3. გამოკითხვის

ფორმა, როცა ერთსა და იმავე კითხვას ერთი ინტერვიუერი უსვამს რამდენიმე რესპონდენტს. (ინტერვიუ-ანკეტა ან ვოქს-პოპი). იგი შეიძლება სულ სხვადასხვა ადგილას და სხვადასხვა დროს იყოს ჩანერილი, მაგრამ ერთადაა თავმოყრილი გარკვეული საზოგადოებრივი აზრის გამოსახატავად და ერთდროულად ინდივიდუალური ხასიათიც აქვს და კოლექტიურიც. სხვა ფორმები მხოლოდ ვარიანტებს წარმოადგენს და ხელოვნურად ზრდის სახეობათა რაოდენობას.

ფუნქციის მიხედვით, ნებისმიერი ინტერვიუ ან რაიმე ფაქტისა და მოვლენის შესახებ იძლევა ინფორმაციას, ან რესპონდენტის შეხედულებას გადმოგვცემს რაიმე პრობლემაზე და მის შეფასება-ანალიზს წარმოადგენს. შესაბამისად, შეიძლება გამოიყოს ინტერვიუს ორი სახეობა: ინფორმაციული ინტერვიუ და ანალიტიკური ანუ პრობლემური ინტერვიუ.

ინფორმაციული ინტერვიუ – ესაა ინფორმაციის მიღება რაიმე ფაქტისა და მოვლენაზე მასთან გარკვეულად დაკავშირებული პიროვნებისაგან. ეს ინფორმაცია მხოლოდ (ან უპირატესად) ფაქტებისა და მოვლენების აღნუსხვას, კონსტატაციას წარმოადგენს. დიალოგი აქ ფაქტისა თუ მოვლენის სრულად გახსნის საშუალებაა. მაგრამ თუ ინტერვიუ კონსტატაციის გარდა ფაქტებისა და მოვლენების ანალიზსაც, ინტერპრეტაციასაც შეიცავს, საქმე გვაქვს მის ანალიტიკურ სახეობასთან. ანალიტიკურ (პრობლემურ) ინტერვიუში დიალოგი ემსახურება კომპეტენტური პირის მიერ საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი პრობლემის ანალიზს (თუმცა შესაძლოა იგი რაიმე ფაქტისა ან მოვლენისგანაც გამომდინარეობდეს), გამოკვლევას, მსჯელობისა და არგუმენტაციის შესაბამისი სისტემის გამოყენებას. აქ უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება, როგორც რესპონდენტის, ისე ჟურნალისტის ერთდროულად, კომპეტენტურობასა და საზოგადოებრივ ავტორიტეტს. ხაზგასმით აღვნიშნავთ, რომ პრობლემას ანალიზებს და იკვლევს რესპონდენტი, ჟურნალისტი მხოლოდ წამოჭრის ძირითად საკითხებს და რეპლიკების მეშვეობით წარმართავს მას გარკვეული მიმართულებით. ზოგიერთი მკვლევრის შეხედულება, რომ „მოსაუბრები აქ თითქმის თანაბრად შეუზღუდავი არიან, ტოლს არ უდებენ ერთმანეთს და ჭეშმარიტებას მათი კამათის საფუძველზე იბადება“ სწორი არ არის. ამგვარი ლოგიკით შეიძლება პლატონის

დიალოგებიც ინტერვიუებად მივიჩნით; გადაცემა, რომელსაც პოლემიკის, კამათის ფორმა აქვს და მონაწილენი თანაბარი უფლებით სარგებლობენ, თანაბარ ფუნქციებს ასრულებენ, საუბარი – დისკუსიის ჟანრს მიეკუთვნება და არა ინტერვიუსას – ინტერვიუში ჟურნალისტის ფუნქცია კითხვების დასმისა და დიალოგის სათანადო მიმართულებით წარმართვაში გამოიხატება.

ზოგიერთი მკვლევარი ცალკე სახეობად გამოყოფს აგრეთვე ე.წ. პორტრეტულ ინტერვიუს, რომლის დანიშნულებად მიაჩნია თვითონ რესპონდენტის პიროვნების ჩვენება, მისი ინდივიდუალური თვისებების წარმოჩენა, ერთი სიტყვით, მისი სახის შექმნა თვითონ მისივე საუბრის მეშვეობით (აქ ინტერვიუს საგანი – ადამიანი, პიროვნება – წინა ორისაგან მკვეთრად განსხვავებულია და უმჯობესი იქნება იგი მხატვრული დოკუმენტალისტიკის სისტემაში განვიხილოთ).

რადიოინტერვიუს მომზადება და განსაკუთრებით კი მისი იმპროვიზაციული წარმართვა, რაც, ერთი შეხედვით, თითქოსდა სირთულეს არ წარმოადგენს, ჟურნალისტისაგან დიდ პასუხისმგებლობასა და პროფესიულ ოსტატობას მოითხოვს. მან უნდა აითვისოს ის ძირითადი ხერხები და საშუალებები, რაც ამ მიმართულებით ათეული წლების მანძილზე შექმნილა რადიომაუწყებლობის პრაქტიკაში:

პირველ ყოვლისა, აუცილებელია იმის გააზრება, რომ დიალოგი მიკროფონთან იწყება მხოლოდ რესპონდენტისათვის, ჟურნალისტისათვის კი იგი უკანასკნელი ფაზაა გადაცემის მომზადების პროცესში. ჯერ ჟურნალისტმა უნდა მოიფიქროს, „აღმოაჩინოს“ თემა, რომელიც აქტუალურ ფაქტსა და მოვლენას თუ საზოგადოებრივად მნიშვნელოვან პრობლემას ემყარება და შეარჩიოს მოსაუბრე, ვინც ყველაზე მეტად შეეფერება მას (კომპეტენტურობის, ავტორიტეტის ან თუნდაც იმის გამო, რომ ფაქტსა და მოვლენას ესწრებოდა);

მეორე საფეხურია რაც შეიძლება მეტი მასალის მოპოვება როგორც თემის, ისე მოსაუბრის შესახებ. აუცილებელია (იშვიათი გამონაკლისის გარდა) მოსაუბრესთან წინასწარ შეხვედრა, მისი მუშაობის სპეციფიკაში გარკვევა, მისი პიროვნული თვისებების გაცნობა. სასურველია, ინფორმაცია რესპონდენტის შესახებ მხო-

ლოდ მისგან არ იყოს მიღებული, რადგან ასეთი ცოდნა მისთვის მოულოდნელი კითხვის დასმისა და ხასიათის ჩვენების მეტ შესაძლებლობას იძლევა:

საფუძვლიანი ინტერვიუს მოსამზადებლად აუცილებელია მოსაუბრემ წინდანინ იცოდეს თუ კონკრეტული შეკითხვები არა, ინტერვიუს ძირითადი საკითხები მაინც, რომ დროულად მოიძიოს სათანადო ინფორმაცია, საჭირო დოკუმენტები და არ შემოიფარგლოს მხოლოდ ზოგადი პასუხებით. უფრო მეტიც, უმჯობესია რესპონდენტებთან წინასწარი საუბარი საკითხების უფრო ფართო წრეს მოიცავდეს, ვიდრე ეს გადაცემაშია გათვალისწინებული (თადარიგის მიზნით). ამასთან, შეკითხვები ზუსტად ისე არ უნდა იყოს ფორმულირებული, როგორც ეს ინტერვიუს დროს იქნება, რომ მოსაუბრემ წინასწარ გაზეპირებული ფრაზებით არ ილაპარაკოს გადაცემის პროცესში;

მიზანშეწონილია ჟურნალისტმა წინასწარ მოიფიქროს და ჩაიწეროს თუ მთელი ინტერვიუს კითხვები არა, ძირითადი შეკითხვები მაინც (რა თქმა უნდა, არა იმისთვის, რომ წაიკითხოს, არამედ იმიტომ, რომ დასაყრდენად ჰქონდეს ინტერვიუს დროს, თუმცა მათი ტექსტი და თანმიმდევრობა შეიძლება შეიცვალოს). განსაკუთრებით სასურველია პირველი შეკითხვის წინასწარ მოფიქრება, მან მთელ ინტერვიუს უნდა მისცეს ტონი და ამიტომ არ ღირს თავიდანვე მხოლოდ იმპროვიზაციის იმედად ყოფნა. თუ ინტერვიუში დასმულ კითხვებზე მოსალოდნელია ერთმანეთისაგან მკვეთრად განსხვავებული პასუხები, უკეთესია წინასწარ გეგმის შედგენა ინტერვიუს განვითარების სავარაუდო ვარიანტების გათვალისწინებით;

რადიო და ტელეინტერვიუში ჟურნალისტი, უნდა თუ არა ეს მას, თავისებურ ფსიქოლოგად იქცევა და პრესის ჟურნალისტისაგან განსხვავებით გარკვეულ დამატებით ფუნქციებს კისრულობს. მან მიკროფონთან (და კამერასთან), ე.ი. საჯაროობის პირობებში, უნდა შექმნას პიროვნული ურთიერთობის ატმოსფერო და თუ ამას ვერ მიაღწია, ბუნებრივი დიალოგი – იმპროვიზაცია მოცემულ თემაზე არ შედგება. ამ ატმოსფეროს შექმნის საწინდარი რესპონდენტის ნდობის მოპოვება, რასაც მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ჟურნალისტის კომპეტენტურობა, მოსაუბრისად-

მი კორექტული დამოკიდებულება, მისი პასუხებით გულწრფელად დაინტერესება (ყურადღებით მოსმენა). რადიოჟურნალისტმა უნდა მიაღწიოს იმას, რომ მოსაუბრეს გაუქრეს აუდიოჩანერის თუ ეთერში პირდაპირი გასვლის შიში. ნამდვილად ფარული მიკროფონი ის კი არაა, რომელიც არ ჩანს, არამედ ის, რომელიც რესპონდენტს არ ალელვებს და აზროვნებასა და საუბარს არ უშლის (თუმცა ცალკეულ შემთხვევაში ჩანერის დრო არაა გამოორიცხული ფარული მიკროფონის გამოყენებაც, იმ პირობით, რომ ჩანანერის ეთერში გაშვება აუცილებლად იქნება შეთანხმებული მოსაუბრესთან);

ინტერვიუს რეპეტიცია არ შეიძლება. შეიძლება ჩანერისას მოსაუბრის ხმის ტემბრის თუ ინტონაციის შემოწმება, ან პირდაპირ ეთერში გასვლის წინ მიკროფონიდან ოპტიმალური მანძილის შერჩევა, მაგრამ ყოვლად დაუშვებელია კითხვებისა და პასუხების რეპეტირება. ამ დროს რესპონდენტი „დახარჯავს“ მთელ თავის უშუალობას და შემდგომ, ინტერვიუს პროცესში აღარ იაზროვნებს, დაიწყებს რეპეტიციის დროს წარმოთქმული პასუხების მექანიკურ გამეორებას, რითაც ყოველგვარ ბუნებრიობას დაუკარგავს დიალოგს. რესპონდენტმა აუცილებლად უნდა იაზროვნოს ინტერვიუს პროცესში, რადგან ურთიერთობა უპირველესად თანააზროვნებას ნიშნავს. აქედან გამომდინარე, ცხადია, რომ ჟურნალისტს არ უნდა ეშინოდეს პაუზის, კითხვის შემდეგ მოსაუბრის დაფიქრების და არ უნდა ჩქარობდეს ახალი კითხვის დასმას;

ინტერვიუში ჟურნალისტი განსაზღვრავს დიალოგის კონსტრუქციას და თუმცა მას არა აქვს გამოკვეთილი სიუჟეტი, თემა უნდა იწყებოდეს, ვითარდებოდეს და მთავრდებოდეს. დიალოგის კომპოზიციური სტრუქტურა ჟურნალისტის შეკითხვებმა უნდა განსაზღვროს და იმპროვიზაცია გარკვეულ ჩანაფიქრს უნდა დაუმორჩილოს, გარკვეული მიზნისაკენ უნდა წაიყვანოს (ვთქვათ, კონკრეტული საკითხებიდან ზოგადი დასკვნისაკენ);

უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ჟურნალისტის კითხვების ხასიათს. რა თქმა უნდა, ნებისმიერი კითხვა უნდა იყოს საინტერესო, კონკრეტული, ლაკონიური და გასაგები, მაგრამ ეს საკითხის ერთი მხარეა. მთავარია, რომ ჟურნალისტის კითხვა არ შეიცავდეს პასუხს – იმ ინფორმაციას ან ინფორმაციის ნაწილს, რომლის გა-



გებაც მსმენელს რესპონდენტისაგან აინტერესებს. ჟურნალისტს მუდმივად უნდა ახსოვდეს, რომ მისი ფუნქცია საკუთარი თავის კი არა, მოსაუბრის წარმოჩენაა – მისი კითხვები უნდა შეიცავდეს ცოდნის ელემენტს (სხვანაირად ნდობის ატმოსფერო ვერ შეიქმნება), მაგრამ ეს ცოდნა ინტერვიუში შეზღუდულად უნდა გამოჩნდეს. დაუშვებელია სიტუაცია, როცა ჟურნალისტის კითხვებში თითქმის მთელი ინფორმაციაა მოცემული და მის მოსაუბრეს „დი-ახ“ და „არას“ თქმის მეტი არაფერი დარჩენია. ასევე დაუშვებელია მეორე უკიდურესობა – კითხვის ისე ზოგადად ფორმულირება (მაგალითად „რა სიახლე არის თქვენთან?“ ან „რა პრობლემები განუხებთ?“), რომ მასზე პასუხი დამოუკიდებელი გამოსვლის ჟანრს დაემსგავსოს და დაარღვიოს ინტერვიუს დიალოგური სტრუქტურა;

ზოგჯერ ჟურნალისტის შეკითხვა ერთდროულად რამდენიმე კითხვას მოიცავს რაც არასწორია თუნდაც იმიტომ, რომ რესპონდენტი უკეთეს შემთხვევაში მხოლოდ ნაწილს უპასუხებს და რომელიმეს აუცილებლად გამოტოვებს. დაბოლოს, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ რადიოინტერვიუში არც დამატებითი კითხვები არაა გამორიცხული (როცა საეთერო დრო ამის საშუალებას იძლევა), განსაკუთრებით მაშინ, თუ ისინი ინტერვიუს ემოციურ განწყობილებას აძლიერებს.

ყოველივე ზემოთქმული, რა თქმა უნდა, არ ამონურავს ინტერვიუს მომზადების წესებსა და საშუალებებს (მით უმეტეს, რომ ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში ინტერვიუერის წინაშე განსხვავებული ამოცანები დგას), მაგრამ მათი პრაქტიკული გამოყენების უნარი უთუოდ მიგვითითებს ჟურნალისტის პროფესიული ოსტატობის გარკვეულ დონეზე.

**რადიოსაუბარი.** საუბარი არის შეტყობინების დიალოგური ფორმა (ორი ან რამდენიმე პირის ზეპირმეტყველებითი ურთიერთობა), რომლის მეშვეობითაც ხდება სოციალურ-პოლიტიკური, ეკონომიკური, კულტურული და ა.შ. ცხოვრების მნიშვნელოვანი პრობლემების განხილვა (თუმცა, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, რადიოს ზოგადდიალოგური ბუნების გავლენით, მკვლევართა ნაწილი ამ ტერმინით აღნიშნავდა პუბლიცისტურ გამოსვლას ანდა მასში აერთიანებდა როგორც მონოლოგურ, ისე დიალოგურ ფორ-

მებს). ასევე, ხშირად საუბრად მიიჩნევენ სატელეფონო დიალოგს, როცა სტუდიაში მონვეული სპეციალისტები პრობლემის განხილვასთან ერთად დიალოგურ ურთიერთობას ამყარებენ მსმენელთა აუდიტორიასთან, პასუხობენ მათ შეკითხვებს, განმარტავენ სადაო საკითხებს და ა.შ.

შეიძლება ითქვას, ეს ჟანრი ტელევიზიაში კარგად ცნობილი ტოქშოუს რადიოვარიანტია. მისთვის აუცილებელია ორი წინაპირობა – გარკვეული საერთო საფუძველი და შეხედულებათა გარკვეული განსხვავება იმ პრობლემათა გადანყვევის შესახებ, რომელსაც საუბრის მონაწილენი განიხილავენ. საუბარი ვერ შედგება, თუ მონაწილეს არ აინტერესებთ საერთო პრობლემები და მათი პოზიციები რამდენადმე მაინც არ არის ერთმანეთისაგან განსხვავებული (ეს აუცილებელია თუნდაც საუბრის შინაგანი დინამიკის უზრუნველსაყოფად). ბევრი საუბრის დამახასიათებელი ნაკლია მრავალთემიანობა, როცა საუბრის მონაწილენი ცდილობენ ერთ გადაცემაში თქვან ყველაფერი, რაც იციან – უმჯობესია თემა ზუსტად განსაზღვრული და კონკრეტული იყოს. ასევე დიდი მნიშვნელობა აქვს მსჯელობის სიცხადესა და ლაკონიურობას, არგუმენტაციის თვალსაჩინოებას, რაციონალური და ემოციური ელემენტების სწორ შეხამებას და ა.შ.

საუბრის როგორც დიალოგური ჟანრის ერთ-ერთი თავისებურებაა აუცილებლად ზეპირი, იმპროვიზაციული ხასიათი. თუ მონოლოგური ჟანრის ნაწარმოები – გამოსვლა, კომენტარი ან მიმოხილვა – შეიძლება წინასწარ დაინეროს სამეტყველო სტილის გათვალისწინებით და შემდეგ მიკროფონთან იქნეს ნაკითხული (რაც პრაქტიკაში არც თუ იშვიათად ხდება), საუბრის შემთხვევაში ეს დაუშვებელია, რადგან პრინციპულად ეწინააღმდეგება დიალოგის ბუნებას. საქმე ისაა, რომ დიალოგი არაა მონაწილეთა რეპლიკების მექანიკური ჯამი, იგი ერთიანი, მთლიანი სტრუქტურაა. ზეპირმეტყველების ლინგვისტურ გამოკვლევებში დიალოგური ტექსტის იდენტურად იხმარება ცნება „დიალოგური ერთიანობა“, რაც მასში შემავალი ელემენტების ურთიერთკავშირის განსაკუთრებულ სახეობას გულისხმობს. აქედან გამომდინარე, ცხადია, თუ რა დიდი მნიშვნელობა აქვს საუბრის მონაწილეთა

შერჩევას, მათ კომპეტენციისა და ერუდიციასთან ერთად იმპროვიზაციის, საჯაროდ აზროვნების უნარის გათვალისწინებას.

ჩვეულებრივად საუბარში ორი პიროვნების დიალოგი იგულისხმება, მაგრამ თუ დიალოგის მონაწილეთა რიცხვი მეტია, ასეთ გადაცემას ტრადიციულად ეწოდება „საუბარი მრგვალი მაგიდის გარშემო“, „მრგვალი მაგიდა“ საუბრის ერთ-ერთი სახეობაა, რომელიც პრობლემის უფრო მრავალმხრივი და კომპლექსური განხილვის საშუალებას იძლევა. ეს ფორმა აუცილებლად მოითხოვს წამყვანს. მის როლში შეიძლება გამოვიდეს, როგორც სპეციალისტი, ისე ავტორი, ჟურნალისტიც. ავტორის ფუნქციები „მრგვალი მაგიდის“ მომზადებისას მრავალნაირია: მან უნდა განსაზღვროს გადაცემის თემა, მისი იდეური გადანწყვეტა, მისი კომპოზიციური სტრუქტურა, შეარჩიოს მონაწილენი (ყველაფერი ეს უნდა დამუშავდეს წინასწარმომზადებულ გეგმაში) და, ბოლოს, იმპროვიზაციულად წარმართოს საუბარი. როგორც აღვნიშნეთ, საუბრის მონაწილეთა ტექსტები წინასწარ არ უნდა იწერებოდეს, მაგრამ სრულიად ბუნებრივია ზეპირი საუბრის აუდიოჩანერა. ეს საშუალებას იძლევა ეთერში გადაცემამდე მაქსიმალურად „გასუფთავდეს“ ჩანაწერი (რა თქმა უნდა, მონაწილეთა თანხმობით) და მას უფრო კომპაქტური და დინამიკური ფორმა მიეცეს.

საუბრის პოპულარული სახეობაა **დისკუსია**, სადაც მონაწილეთა ურთიერთსაპირისპირო მოსაზრებანი დიალოგის აუცილებელი კომპონენტია. პოლემიკის ელემენტები არც თანამოაზრეთა საუბრისთვის არის უცხო, რადგან თითოეულს თავისი განსხვავებული სათქმელი უნდა ჰქონდეს და სხვის აზრებს არ უნდა იმეორებდეს (თორემ დიალოგის მაგივრად დუეტს მივიღებთ), მაგრამ აქ იგი იშვიათად გადაიზრდება კონფლიქტში. საუბარ-დისკუსიაში კი კონფლიქტი გადაცემის ღერძია: ურთიერთსაპირისპირო თვალსაზრისები, მათი შეჯახება, აზრის განვითარება, დაბოლოს, ყველაზე დამაჯერებელი არგუმენტებით კონფლიქტის მოხსნა – ასეთია მისი ძირითადი სქემა. აქედან გამომდინარე, ცხადია, რომ დისკუსიის თემასთან ერთად უდიდესი მნიშვნელობა აქვს დისკუსიის მონაწილეთა შერჩევას, მათ საზოგადოებრივ ავტორიტეტს.

დისკუსია რადიოში ანალიზის ყველაზე მძლავრი იარაღი, პრობლემის სულ სხვადასხვა ასპექტით განხილვის საშუალებაა (კამათი ხომ ჭეშმარიტების დადგენის უძველესი ხერხია). მთელი რიგი მომენტების გათვალისწინებას მოითხოვს თვითონ დისკუსიის წარმართვაც:

უპირველეს ყოვლისა, კამათი, დისკუსია, პოლემიკა თვითმიზანი კი არა, ჭეშმარიტების დადგენის საშუალებაა. იგი მხოლოდ მაშინაა ღირებული, თუ სტიმულს აძლევს შემოქმედებით პროცესს, ხელს უწყობს განსახილველი პრობლემების პოზიტიურ გადანყვეტას;

ნამდვილი დისკუსია შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ გამოწვეულია მართლაც მნიშვნელოვანი პრობლემებით, რომლებიც ფართო საზოგადოებრივ ინტერესს იწვევს. უმნიშვნელო საკითხების ხელოვნურად გაბერვა, სერიოზული ანალიზისთვის თავის არიდება კი ფსევდოდისკუსია, დისკუსიის იმიტაციაა;

აქედან გამომდინარე, თუ პრობლემა თავისი სირთულითა და სიმწვავეთ ალემატება მონაწილეთა კომპეტენციას, მათ ინტელექტუალურ და მოქალაქეობრივ დონეს, ნაყოფიერი კამათი და დისკუსია არ შედეგება. პრობლემა და მისი განმხილველები ერთმანეთს უნდა შეესაბამებოდეს;

დისკუსიის მიზანი, კამათის საგანი ნათლად უნდა იყოს განსაზღვრული. კამათი ხშირად უსაგნო გამოდის, თუ მოკამათეებს ნათლად არა აქვთ წარმოდგენილი – რაზე და რისთვის კამათობენ;

კამათი და პოლემიკა უნდა ეხებოდეს ძირითად საკითხებს, დიალოგის ობიექტად პრობლემის არსი უნდა იქცეს. ნაკლებმნიშვნელოვან, განსაკუთრებით კი წვრილმან საკითხებზე გამოკიდება კამათის პროცესში გაუმართლებელია;

დისკუსიის, პოლემიკის კულტურა გულისხმობს, რომ ბრძოლა მიმდინარეობს არა პიროვნებების, არამედ იდეების წინააღმდეგ, რომელსაც ოპონენტი იცავს. დისკუსია იდეების შეჯიბრებაა;

გამოთქმის სიმკვეთრე და სიმწვავე არაა გამორიცხული დისკუსიის დროს, მით უმეტეს, თუ იგი დასაბუთებული და გამართლებულია, მაგრამ არავითარ შემთხვევაში არ უნდა შეურაცხ-

ყოფდეს მონინალმდეგის პიროვნულ ღირსებას, არ უნდა აღვივებდეს კონფლიქტსა და მტრობას მოკამათებს შორის;

დაბოლოს, თანამედროვე ჟურნალისტიკის პრინციპების მიხედვით, დისკუსიის ნამყვანი ჟურნალისტი მიუყვრძობელ, ობიექტურ პოზიციას უნდა ინარჩუნებდეს. ესაა ე.წ. მოდერატორი, რომელიც თვითონ დისკუსიაში არ მონაწილეობს, არ გამოთქვამს თავის მოსაზრებებს რომელიმე მხარის სასარგებლოდ. მისი ფუნქციაა დისკუსიის ყველა მონაწილეს თანაბრად მისცეს აზრის გამოთქმის საშუალება და წარმართოს მსჯელობა მოცემული თემის ფარგლებში.

#### **4. რადიოპუბლიცისტიკის სინთეზური ჟანრები**

რადიოპუბლიცისტიკის აქამდე განხილული მონოლოგური და დიალოგური, ანუ სასაუბრო ჟანრები (რადიოცნობა, გამოსვლა, კომენტარი, მიმოხილვა, ინტერვიუ, საუბარი) თავისი სტრუქტურით მარტივი, ჰომოგენური ხასიათის ჟანრებია. როგორც აღვნიშნეთ, ისინი ნიშანთა ერთ სისტემას – ბგერით გამოცემულ ზეპირ სიტყვას ემყარება, არც ერთი მათგანი არ შეიცავს სხვა ჟანრულ ელემენტებს, შემოსაზღვრულია ერთი კონკრეტული დროითა და სივრცით და კომპოზიციურ სტრუქტურას აქ ლიტერატურულ-სტილისტური საშუალებები განსაზღვრავს. მათგან განსხვავებით, სინთეზური ჟანრები (რადიორეპორტაჟი, რადიოანგარიში, რადიოკორესპონდენცია, რადიონარკვევი, რადიოჩანახატი, რადიოკომპოზიცია), რთული, ჰეტეროგენური სტრუქტურებია: ჯერ ერთი, ისინი ერთდროულად ორ ან სამ გამოსახვით საშუალებას (ნიშანთა სისტემას) ემყარება (სიტყვა და მუსიკა, სიტყვა და ხმაური, სიტყვა, მუსიკა და ხმაური); მეორე, ყოველი მათგანი (მონორეპორტაჟის გარდა, რომელიც მხოლოდ კომენტატორის ტექსტისა და ხმაურის სინთეზს წარმოადგენს), როგორც წესი, ფრაგმენტის სახით შეიცავს სხვა, ძირითადად მარტივი ჟანრების ელემენტებსაც; და მესამე, ერთდროულად სხვადასხვა დროსა და სივრცეშია განფენილი (გარდა პირდაპირი

რეპორტაჟისა, რომელიც ერთი კონკრეტული დროითა და სივრცითაა შემოსაზღვრული).

ასეთი მრავალმხრივი სინთეზი შესაძლებელია მხოლოდ მონტაჟის საშუალებით და თუ მონტაჟი მონოლოგურ და დიალოგურ ჟანრებში მხოლოდ წმინდა ტექნიკურ და რედაქტორულ ფუნქციას ასრულებს, სინთეზურ ჟანრებში იგი მხატვრულ გამოსახვით საშუალებად გვევლინება: აერთიანებს ნიშანთა სხვადასხვა სისტემას, სხვადასხვა ჟანრულ ელემენტებს და იძლევა დროსა და სივრცეში გადაადგილების საშუალებას – ყოველივე ამის საფუძველზე კი არსებითად განსაზღვრავს სინთეზური ჟანრების კომპოზიციურ სტრუქტურას. მონტაჟის როლი იმდენად მნიშვნელოვანია სინთეზური ჟანრების ჩამოყალიბებაში, რომ თანაბარი უფლებით შეიძლება მათ მონტაჟური ჟანრებიც ვუნოდოთ (პირდაპირი რეპორტაჟის გამოკლებით). სინთეზური ჟანრების განვითარება დაიწყო მაგნიტური ჩანერისა და სტუდიური მონტაჟის დანერგვის შემდეგ – ტექნიკურმა პროგრესმა განაპირობა რადიოშემოქმედების განვითარება.

სინთეზური ჟანრები იყოფა ორ განსხვავებულ ჯგუფად – სინთეზურ პუბლიცისტურ ჟანრებად (რადიორეპორტაჟი, რადიოანგარიში, რადიოკორესპონდენცია) და სინთეზურ პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრებად (რადიონარკვევი, რადიოჩანახატი, რადიოკომპოზიცია). როგორც ადრე აღვნიშნეთ, ეს ორი ჯგუფი თანაბრად იყენებს ნიშანთა სხვადასხვა სისტემასაც და სხვადასხვა ჟანრულ ელემენტებსაც, მაგრამ მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისაგან ლიტერატურულ-სტილისტური გამოსახვითი საშუალებებით – პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრებში ინფორმაციასა და განსჯასთან ერთად წამყვან ადგილს იკავებს გამოსახვის სახეობრივი სტრუქტურა.

**სინთეზური პუბლიცისტური ჟანრები: რადიორეპორტაჟი.** ისევე, როგორც რადიოინტერვიუს ჟანრულ სტრუქტურას განსაზღვრავს ინტერვიუს მეთოდის (გამოკითხვის მეთოდის) ლიტერატურულ-სტილისტურ გამოსახვით საშუალებად გამოყენება, რადიორეპორტაჟის ჟანრობრივი სახეც უპირველესად რეპორტაჟული მეთოდით (ანუ როგორც მას ძირითადად უწოდებენ, პირ-

დაპირი დაკვირვების მეთოდით) არის განპირობებული. პირდაპირი ანუ უშუალო დაკვირვება, როგორც კვლევის მეთოდი, ფართოდ არის გავრცელებული მეცნიერების სხვადასხვა სფეროში. პუბლიცისტიკაში იგი ნიშნავს ჟურნალისტიკის უშუალო კონტაქტს რეალურ სინამდვილესთან, როცა ის თვითონ ხედავს, თვითონ აღიქვამს მისთვის საინტერესო ფაქტსა და მოვლენას. ამ მეთოდს რეპორტაჟულს უწოდებენ იმიტომ, რომ რეპორტაჟი არსებითად სხვა არაფერია, თუ არა რეალური პროცესის უშუალო ასახვა, რადიომაუნწყებლობა (და ტელევიზია) იმიტომ არის რეპორტაჟული, რომ იგი დინამიკური სტრუქტურაა, მასობრივი ინფორმაციის ტრანსლაციური საშუალებაა, თვითონ წარმოადგენს პროცესს – ყველაფერი, რაც ეთერში გადმოიცემა, ხდება „ახლა“ და „აქ“.

რეპორტაჟულობის ასეთი უნივერსალობისა და რეპორტაჟის როგორც კონკრეტული ჟანრის ერთმანეთში აღრევამ თავის დროზე (1950-იან წლებში) გარკვეული გაუგებრობაც კი გამოიწვია – სპეციალისტების ნაწილმა რადიოჟანრების უმრავლესობა რეპორტაჟად გამოაცხადა და გამოყო მისი შემდეგი სახეობები: რეპორტაჟი მოვლენის ადგილიდან, რეპორტიორის მიკროფონთან გამოსვლა, რეპორტაჟი კოლექტიური საუბრის ფორმით, რეპორტაჟი-ნარკვევი, რეპორტაჟი-ლექცია, რეპორტაჟი-კომენტარი, რეპორტაჟი-კომპოზიცია და ა.შ.

ცხადია, რომ რეპორტაჟის საზღვრების ასეთი ხელოვნური გაფართოების პირობებში ფაქტობრივად შეუძლებელია მისი როგორც ჟანრის მახასიათებლების გამოყოფა. რეპორტაჟულობა მხოლოდ მაშინ იქცევა რეპორტაჟის კონკრეტულ ჟანრად, როცა რეპორტაჟული მეთოდი – მოვლენაზე პირდაპირი დაკვირვება – ერთდროულად შეასრულებს ასახვის მეთოდის ფუნქციასაც, წარმოგვიდგება ლიტერატურულ-სტილისტურ გამოსახვით საშუალებად, გადაცემის ფორმად და კომუნიკაციური არხებით მიეწოდება მასობრივ აუდიტორიას. აქ უკვე იკვეთება რეპორტაჟის ორი ძირითადი მახასიათებელი: 1. მასალის სპეციფიკურობა – მისი საგანია კონკრეტული მოვლენა და 2. ამ მოვლენაზე პირდაპირი (უშუალო) დაკვირვება და მისი პირდაპირი ასახვა მიმდინარეობის პროცესში. მოვლენაში იგულისხმება არა სოციალური

ცხოვრების ტიპური, მრავალჯერადი გამოვლინებანი, არამედ რეალური დროითა და სივრცით შემოსაზღვრული ერთჯერადი მოქმედება, ამბავი, შემთხვევა, რომელსაც არც წარსულში ჰქონია ზუსტი ანალოგი და არც მომავალში გამეორდება ზუსტად იმავე სახით, მაგრამ უთუოდ აქვს გარკვეული საზოგადოებრივი მნიშვნელობა.

მოვლენა ხელშეუხებელია – რა თქმა უნდა, გამორიცხული არაა მისი განსხვავებული ინტერპრეტაცია, მაგრამ შეუძლებელია შეცვლა და გადაკეთება. აქედან გამომდინარე, ოპერატიულობასთან ერთად, რადიორეპორტაჟის მთავარი თვისებაა ზედმინვენით დოკუმენტურობა (რაც უკვე იმით გამოიხატება, რომ სინამდვილის აკუსტიკურ სურათს იძლევა), რეპორტიორის თვალთ დასახული მოვლენის მაქსიმალური უტყუარობით ასახვა. რადგან რეპორტაჟი მოვლენაზე უშუალო დაკვირვება და მისი უშუალო ასახვაა, ცხადია, რომ იგი მოვლენის ადეკვატურია. რეპორტაჟის კომპოზიციურ სტრუქტურას, როგორც ამბობენ, „რეალური ფაბულა“, მოვლენის მიმდინარეობა განაპირობებს – რეპორტაჟი იწყება, ვითარდება და მთავრდება მოვლენასთან ერთად.

და მაინც, მიუხედავად იმისა, რომ რეპორტაჟის ყველა განსაზღვრებაში განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა მის მოვლენასთან კავშირს, სპეციალისტების დიდი ნაწილის აზრით, არსებობს ე.წ. არამოვლენითი რეპორტაჟიც (სხვადასხვა გამოკვლევაში იგი სხვადასხვა ტერმინით აღინიშნება: თემატური რეპორტაჟი, პრობლემური რეპორტაჟი, ანალიტიკური რეპორტაჟი, სპეციალური რეპორტაჟი), სადაც მოვლენის ასახვას თემის, პრობლემის გამოკვლევა ცვლის. ეს განსაკუთრებით ხშირად ხდება რადიოსა და ტელევიზიაში, რომლებიც მასობრივი ინფორმაციის ტრანსლაციური საშუალებებია და ნებისმიერ გადაცემას გარკვეული რეპორტაჟული ფორმისაკენ უბიძგებს. მაგრამ ამ შემთხვევაში პრინციპულად იცვლება ჟანრის კომპოზიციური სტრუქტურა – მას განსაზღვრავს არა პირდაპირი დაკვირვება, როგორც კვლევისა და ასახვის მეთოდი, არამედ ავტორის ჩანაფიქრი, კვლევისა და ასახვის სხვა მეთოდები. იგი ჟურნალისტიკისაგან მოითხოვს სინამდვილის უფრო ღრმა გამოკვლევას, დაკვირვების ობიექტის წინასწარ გულდასმით შესწავლას, მიმდინარე პროცესის მიზე-



ზობრივ-შედეგობრივი კავშირების გამოვლენას ანუ დამატებით ლოგიკური ანალიზის მეთოდების გამოყენებას. ფაქტობრივად, ეს აღარცაა რეპორტაჟი, არამედ რეპორტაჟული ხასიათის სხვა გადაცემა, უმეტესად კორესპონდენცია, რომელსაც რადიოსა და ტელევიზიაში მძლავრი რეპორტაჟული სანყისი გააჩნია (ტელევიზიაში, ასევე, ხშირად არქმევენ „რეპორტაჟს“ ჟურნალისტურ გამოძიებას, რომელმაც რადიოში ფეხი ვერ მოიკიდა).

ეს სრულიადაც არ ნიშნავს, რომ რეპორტაჟში ანალიზი საერთოდ გამორიცხულია (მით უმეტეს, რომ ნებისმიერ რეპორტაჟში ჟურნალისტი იძლევა მოვლენის გარკვეულ შეფასებას კომენტარის სახით), მაგრამ ეს ხდება ჟანრის სტრუქტურის ფარგლებში – ისევე და ისევე მოვლენის ხარჯზე, მისგან გამომდინარე (ჟურნალისტის მსჯელობის წინა პლანზე წამოწევით, მოვლენის მონაწილის ჩართვით ან მასთან ინტერვიუს ფრაგმენტით) და არა მოვლენის თემით ან პრობლემით შეცვლით, რეპორტაჟის სახელწოდების ქვეშ სხვა კომპოზიციური სტრუქტურის შემოტანით. კვლევისა და ასახვის პირდაპირი დაკვირვების მეთოდი, რომელსაც რეპორტაჟი ემყარება, თავისი ინფორმაციულობის გამო (დაკვირვება ინფორმაციის შეგროვება) არ იძლევა იმის საშუალებას, რომ რეპორტაჟს ანალიტიკური ფუნქცია დავაკისროთ ანდა იგი მოვლენას ჩამოვაშოროთ (რა სერიოზულ ანალიზზე შეიძლება საუბარი, როცა რეპორტაჟი მოვლენასთან ერთად მთავრდება და მისი ერთიანობაში გააზრების საშუალებაც კი არ რჩება?). ასევე გაუგებარია, როცა ზოგჯერ გაზეთები რეპორტაჟს აქვეყნებენ რუბრიკით: „რეპორტაჟი მოვლენის ადგილიდან“ – თითქოს სხვა ადგილიდანაც შეიძლებოდეს რეპორტაჟი მოვლენის შესახებ.

რეპორტაჟი, ისევე, როგორც ინტერვიუ, თავდაპირველად პრესაში ჩამოყალიბდა, მაგრამ რადიოში (და განსაკუთრებით ტელევიზიაში) მან ახალი გამოსახვითი საშუალებანი შეიძინა და გარკვეული თვისებრივი ტრანსფორმაცია განიცადა – მსმენელი და მაყურებელი მოვლენის ადგილზე „მიიყვანა“ უშუალოდ მისი მიმდინარეობის პროცესში, რაც გაზეთისათვის მიუწვდომელი იყო. თუ საგაზეთო რეპორტაჟი „ოპერატიული, დინამიკური, ემოციური ნაამბობია მოვლენის შესახებ“, რადიორეპორტაჟიც ასეთივე ნაამბობია მაგრამ არა დანერილი და არა მოვლენის შემდეგ,

არამედ მოვლენის ცოცხალი აღწერა და კომენტირება თვითონ მისი მიმდინარეობის დროს. აქ უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ რადიორეპორტაჟის წინამორბედი მხოლოდ საგაზეთო რეპორტაჟი არ ყოფილა, მის განვითარებაში არანაკლები როლი შეასრულა რადიოტრანსლაციების პრაქტიკამ. ტრანსლაცია, როგორც სინამდვილის ასახვის ყველაზე უშუალო ფორმა, მეტად ორგანული აღმოჩნდა რადიოსა და ტელევიზიისათვის (ჩვენ იგი განვიხილეთ რადიოს კომუნიკაციურ თავისებურებათა ანალიზის დროს). ტრანსლაცია დღესაც ფართოდ გამოიყენება ისეთი მოვლენების პირდაპირ გადმოსაცემად, რომლებიც აღწერასა და კომენტირებას არ საჭიროებს (ძირითადად ესაა ვერბალური და მუსიკალური ხასიათის ღონისძიებები: სხდომები, პოლიტიკური თავყრილობები, პარლამენტის სესიები, კონცერტები და ა.შ.).

რადიორეპორტაჟი იმითაც პრინციპულად განსხვავდება საგაზეთო რეპორტაჟისაგან, რომ იგი სინამდვილეს ასახავს არა პირობითი გრაფიკული ნიშნებით, არამედ თვითონ სინამდვილის ფორმებით (მოვლენისათვის დამახასიათებელი აკუსტიკური ფონი, ჟურნალისტისა და მონაწილეთა ხმები და ა.შ.). იგივე ტრანსლაციის დროს რადიომსმენელი, ყოველგვარი განმარტების გარეშე, სრულად თუ არა მნიშვნელოვანწილად მაინც აღიქვამს ასახულ სინამდვილეს, უსმენს ამ სინამდვილეს – მით უმეტეს მაშინ, როცა სინამდვილის ბგერითი გამოხატვა არ ჩამოუვარდება ვიზუალურს. სწორედ იმიტომ, რომ სინამდვილის ასახვა თვითონ სინამდვილის ფორმებით ტელევიზიაში უფრო შესაძლებელია (ბგერაზე გამოსახულების დამატების გამო), ვიდრე რადიოში, სიტყვის დანიშნულება საეთერო ჟურნალისტიკის ამ ორ სახეობაში განსხვავებული ხასიათისაა, რაც მკვეთრად მჟღავნდება რეპორტაჟის ჟანრში. იშვიათი გამონაკლისის გარდა (როცა ეს სპეციალურადაა გამიზნული), ტელევიზიაში სიტყვას აღწერითი ფუნქცია არ გააჩნია – მას ჩვენება ცვლის. მოვლენის პროცესში მიმდინარე მოქმედების აღწერა-განმარტება, რაც რადიორეპორტაჟში აუცილებელია (რადგან რადიომსმენელი „ბრმაა“, იგი თვითონ ვერ ხედავს), ტელერეპორტაჟში არაფრისმთქმელ მრავალსიტყვაობად იქცევა და პირიქით, ხელს უშლის მაყურებელს მოვლენის აღქმაში.

ამრიგად, რადიორეპორტაჟი შეიძლება განისაზღვროს როგორც მოვლენის უშუალო ასახვა მისი მიმდინარეობის პროცესში დამსწრე ჟურნალისტის მიერ ზეპირი სიტყვისა და ბგერითი დოკუმენტების მეშვეობით. ამას შეიძლება მხოლოდ ის დაეუმატოს, რომ მოვლენის ასეთი უშუალო ასახვა რადიომსმენელს მასზე დასწრების შთაბეჭდილებას უქმნის, რაც ოპერატიულობასა და დოკუმენტურობასთან ერთად რადიორეპორტაჟის ერთ-ერთი მთავარი თვისება და უპირატესობაა სხვა ჟანრებთან შედარებით. „დასწრების ეფექტს“ რადიორეპორტაჟის სიმულტანურობა და ამნუთიერობა განაპირობებს, რაც ნიშნავს იმას, რომ მოვლენა, მისი ასახვა და რადიომსმენელის მიერ აღქმა სწორედ ახლა, ამ, ნუთს, ერთდროულად ხდება და ამასთანავე მოვლენის რეალური, ფიზიკური დრო ემთხვევა მისი აღქმის დროს (მაგალითად, ფეხბურთის მატჩის რეპორტაჟი იწყება მაშინ, როცა იწყება მატჩი და გრძელდება მის დამთავრებამდე).

როგორც ადრე აღვნიშნეთ, სიმულტანურობა და ამნუთიერობა საეთერო ჟურნალისტიკის ერთ-ერთ უპირველეს სპეციფიკურ თვისებას – ტრანსლაციურობას ემყარება და ყველაზე მეტად პირდაპირ მაუნყებლობაში იგრძნობა (შემთხვევითი არ ყოფილა, რომ დიდი ხნის მანძილზე საქართველოს რადიოში ფეხბურთის მატჩის რეპორტაჟს „ფეხბურთის მატჩის ტრანსლაციას“ უწოდებდნენ). შეიძლება ითქვას, რომ „დასწრების ეფექტი“, როგორც კომუნიკაციური ხერხი, სწორედ რადიორეპორტაჟისთვისაა ყველაზე მეტად დამახასიათებელი – სხვა ჟანრებში ეს ფუნქცია სხვა საშუალებებს ეკისრება (მაგალითად, საუბარსა და კომენტარში რადიომსმენელთან კონტაქტი ძირითადად დარწმუნების ეფექტს – არგუმენტაციის სისტემას ემყარება).

საბოლოოდ, რადიორეპორტაჟის ძირითადი თვისებები შეიძლება შემდეგნაირად ჩამოყალიბდეს: მოვლენურობა, სიმულტანურობა, ამნუთიერობა. ყველა სხვა თვისება – დოკუმენტურობა, კომპოზიციური სტრუქტურის მოვლენასთან შესატყვისობა, დინამიკურობა, „დასწრების ეფექტი“ და ა.შ. მათგან გამომდინარეობს.

რადიორეპორტაჟის სახეობათა კლასიფიკაციის მრავალნაირი ვარიანტი არსებობს ზოგი არსებითი და ზოგი არაარსებითი

ნიშნების მიხედვით: მოვლენური, პრობლემური, შემეცნებითი, ფსიქოლოგიური, ლიტერატურული და ა.შ. ჩვენი აზრით, რადგან რეპორტაჟის ძირითადი განმსაზღვრელი მოვლენაა, მისი სახეობებად დაყოფა უნდა მოხდეს მოვლენის დროსა და ადგილთან დაკავშირებით. პასუხი უნდა გაეცეს ორ ძირითად კითხვას: 1. პირდაპირ მოვლენის ადგილიდან და მოვლენის პროცესში ენყობა რეპორტაჟი, თუ სტუდიიდან გადაიციემა მისი აუდიოჩანაწერი სხვა დროს, რეალური მოვლენისაგან დამოუკიდებლად? 2. სტუდიიდან გადაციემული ჩანერილი რეპორტაჟი მოვლენის ადეკვატურია (მისი ხანგრძლივობა ემთხვევა მოვლენის რეალურ დროს), თუ რეპორტაჟი დამონტაჟებულია და მოვლენის დრო არის შეცვლილი)? ამისდა მიხედვით შეიძლება გამოიყოს რადიორეპორტაჟის სამი სახეობა: 1. პირდაპირი რეპორტაჟი მოვლენის ადგილიდან მისი მიმდინარეობის პროცესში, რომელსაც ზოგჯერ წმინდა, კლასიკური ფორმის რეპორტაჟსაც უწოდებენ. ჩვენში ასეთი რეპორტაჟები ძირითადად ენყობა სპორტული შეჯიბრებებიდან; 2. სტუდიური რეპორტაჟი, როცა ჩანერილი პირდაპირი რეპორტაჟი მოგვიანებით უცვლელად გადაიციემა სტუდიიდან და 3. მონტაჟური რეპორტაჟი, როცა ჩანანერი დამონტაჟებულია (ანდა თავიდანვე ფრაგმენტულად, მონტაჟურად არის ჩანერილი), დრო და სივრცე შეკუმშულია და ასეთი კომპაქტური სახით გადაიციემა სტუდიიდან მოვლენის შემდეგ.

მეტი თვალსაჩინოებისათვის განვიხილოთ კონკრეტული მაგალითი: ვთქვათ, აშენდა ახალი ხიდი და მოეწყო მისი საზეიმო გახსნა, რომელიც ერთი საათს გაგრძელდა (მიტინგი, სიტყვები, მისალმებები, მილოცვები და ა.შ.). თუ რეპორტაჟი ეთერში წავიდა ამ საზეიმო გახსნის ერთდროულად, თუნდაც იგი მთლიანად კი არა, მის მხოლოდ ერთ მონაკვეთს ასახავდეს (მაგალითად, ბოლო 15 წუთს) – ეს იქნება პირდაპირი რეპორტაჟი. თუ რაღაც მიზეზის გამო მოვლენის ერთდროულად რეპორტაჟის გადაცემა ვერ მოხერხდა, ყველაფერი ეს ჩაინერა (თუნდაც ის 15 წუთი) და მოვლენის შემდეგ სტუდიიდან უცვლელად გადაიცა – ეს იქნება სტუდიური რეპორტაჟი. ხოლო თუ რეპორტაჟის ჩანანერი (იმ ერთი საათის, რამდენ ხანსაც საზეიმო გახსნა გრძელდებოდა, ანდა თუნდაც ბოლო 15 წუთისა) ჟურნალისტიმა დაამონტაჟა –

მოვლენის სხვადასხვა ფრაგმენტი (გამოსვლათა ნაწყვეტები, ტა-ში, შეძახილები და ა.შ.). ერთმანეთს დაუკავშირა და გაცილებით ნაკლები მოცულობით (ვიდრე მოვლენა, ან ასახული მონაკვეთი გრძელდებოდა) სტუდიიდან გადასცა ეთერში – საქმე გვექნება მონტაჟურ რეპორტაჟთან. ასეთ რეპორტაჟში მოვლენის რეალური დრო პირობითად იქცევა – ერთსაათიანი მოვლენა შეიძლება 3-5 წუთში მოთავსდეს.

პირდაპირი რადიორეპორტაჟი ე.ი. რეპორტაჟი მოვლენის ადგილიდან და მოვლენის ერთდროულად, ყველაზე მეტად შეესაბამება რადიოს ტრანსლაციურ ბუნებას და ყველაზე მეტად ქმნის „დასწრების ეფექტს“. აქ აშკარად მჟღავნდება რადიორეპორტაჟის ისეთი თვისებები, როგორიცაა ამწუთიერობა, იმპროვიზაციულობა, დოკუმენტურობა (რასაც მნიშვნელოვნად ზრდის მოვლენის რეალური დროის შეგრძნება), სინქრონულობა (რაც თანაგანცდის საფუძველს წარმოადგენს).

როგორც ადრე აღვნიშნეთ, პირდაპირი რადიორეპორტაჟი ერთადერთი სინთეზური ჟანრია, რომელიც რეალური დროითა და სივრცითაა შემოსაზღვრული, ეს სულაც არ ნიშნავს, რომ მის სინთეზურ ხასიათს (რეპორტიორის ტექსტი, მოვლენისათვის დამახასიათებელი ხმაური, ხშირად მოვლენის მონაწილეებთან ინტერვიუს ფრაგმენტები) მონტაჟი არ განაპირობებს მაგრამ ეს საეთერო, იმპროვიზაციული მონტაჟი, სტუდიური მონტაჟისაგან განსხვავებით, არ გულისხმობს დროსა და სივრცეში გადაადგილებას, აქ იგი ძირითადად კომპოზიციის საშუალებაა, მხოლოდ თავს უყრის, აერთიანებს რეპორტაჟის ზემოთ დასახელებულ კომპონენტებს და ქმნის მის ერთიან სახეს. პირდაპირი რეპორტაჟის ვარიაციად შეიძლება ჩაითვალოს დღეს რადიომაჟნყებლობის პრაქტიკაში გავრცელებული ე.წ. ვოისერი, სადაც ადგილიდან მოვლენის გადმოცემას სტუდიიდან წამყვანის ტექსტი ავსებს.

პირდაპირ რეპორტაჟს ხშირად ცოცხალ რეპორტაჟსაც უწოდებენ. დასავლეთის ბევრ ქვეყანაში იგი აღინიშნება ინგლისური ტერმინით - „live“, „living“ ან „live report“. საერთოდ, ამ ქვეყნებში დიდი ხანია აღარ დაობენ რეპორტაჟის ჟანრის თაობაზე და რეპორტაჟს უწოდებენ ნებისმიერ ნაწარმოებს, რომელიც მოვ-

ლენასთან არის დაკავშირებული და პირდაპირ ანდა ჩანანერის სახით გადმოიცემა რადიო და ტელეარხებით.

სანამ აუდიოჩანერა დაინერგებოდა, რადიორეპორტაჟები, როგორც წესი, პირდაპირი, „ცოცხალი“ ხასიათისა იყო. მაგრამ ხმის ჩანერი ტექნიკის განვითარებამ (რამაც მოვლენის აღბეჭდვის პრაქტიკული შესაძლებლობა შექმნა), განაპირობა მისი ჩანერილი მოდიფიკაციების წარმოშობა. აქ მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა იმანაც, რომ ჩანერილი რეპორტაჟები უფრო მეტად აკმაყოფილებს რადიოპროგრამირების ტექნოლოგიურ და ორგანიზაციულ მოთხოვნილებებს. ხშირად საზოგადოებისათვის საინტერესო მოვლენა ხდება ისეთ დროს, როცა აუდიტორიის უმეტეს ნაწილს არ შეუძლია მისი მოსმენა, ანდა ტექნიკურად შეუძლებელია მისი პირდაპირი მოწოდება, ჩანანერი კი საშუალებას იძლევა ჩაერთოს ამ მოვლენის სრული რეპორტაჟი პროგრამის ნებისმიერ სასურველ მონაკვეთში. ზოგჯერ მოვლენა არაა ისეთი მნიშვნელობის, რომ საჭირო იყოს მისი თავიდან ბოლომდე ასახვა, ანდა რადიოპროგრამა ისეა გადატვირთული, რომ მოვლენის მთლიანი ასახვისათვის ადგილი აღარ რჩება. აქაც გამოსავალი ჩანერილი რეპორტაჟია, ოღონდ უკვე სრულად კი არაა, შეკუმშული სახით. პირველ შემთხვევაში ჩვენს ხელთაა სტუდიური რეპორტაჟი, მეორე შემთხვევაში – მონტაჟური რეპორტაჟი.

სტუდიური რეპორტაჟი, როგორც აღვნიშნეთ, პირდაპირი რეპორტაჟის აუდიოჩანანერია და მისგან მხოლოდ იმით გამოირჩევა, რომ მოვლენის ადგილიდან და მის ერთდროულად კი არ გადაიცემა, არამედ სტუდიიდან და მოვლენის შემდეგ. მისი კომპოზიციური სტრუქტურა აბსოლუტურად იდენტურია პირდაპირი რეპორტაჟისა და ამიტომ, მიუხედავად იმისა, რომ მოვლენის ასახვისა და აუდიტორიის მიერ მისი აღქმის დრო ერთმანეთს არ ემთხვევა, რადიოპროგრამაში იგი მაინც სინქრონული კომუნიკაციის კანონებს ემორჩილება. ეს განპირობებულია იმით, რომ შენარჩუნებულია პირდაპირ მაუნყებლობისათვის დამახასიათებელი უწყვეტობა – მოვლენის ასახვის დრო მოვლენის რეალური, ფიზიკური დროის ტოლია – რაც ერთდროულობისა და „დასწრების“ პირობით ეფექტს ქმნის. რადიომსმენელებმა იციან, რომ რეპორტაჟში ასახული მოვლენა ახლა არ ხდება, მაგრამ ისე აღიქვა-

მენ მას, თითქოს ამ წუთში „ესწრებოდნენ“ რეპორტიორთან ერთად.

პრინციპულად განსხვავებულია მონტაჟური რეპორტაჟი – აქ რეალურ დროსა და სივრცეს პირობითი ცვლის, ჟანრის კომპოზიციური სტრუქტურა მხოლოდ ზოგადად შეესაბამება მოვლენის თანმიმდევრობას. მოვლენის განვითარების ეტაპები სრულად კი არა, ყველაზე მნიშვნელოვანი ფრაგმენტების სახითაა წარმოდგენილი, რეპორტიორის ნაამბობში ფაქტები შემჭიდროებულია და დროის მიხედვით ერთმანეთს აღარაა დაშორებული და ა.შ. ასეთი პირობითობა თავიდანვე ნათელია რადიომსმენელისათვის და იგი მას სათანადო განწყობით აღიქვამს, რადგან შემოკლებები გამართლებულია, მოვლენის დინამიკა და დოკუმენტური დამაჯერებლობა კი – შენარჩუნებულია.

მიუხედავად იმისა, პირდაპირ გადაცემა ეთერში, თუ წინასწარ იწერება, რადიორეპორტაჟი აუცილებლად იქმნება მოვლენის ადგილზე, მისი მიმდინარეობის დროს, სხვანაირად შეუძლებელია მოვლენის – ამ წარმავალი პროცესის – რადიოსახვა. სხვა საქმეა, როცა რომელიმე გადაცემაში ან საინფორმაციო პროგრამაში ჩართულია რეპორტაჟის კადრები სტუდიაში ჩანერილი კომენტარის ან განმარტების თანხლებით – მას დამოუკიდებელი ჟანრის პრეტენზია არა აქვს და სხვა ფუნქციას ასრულებს.

ექსპრომტი და იმპროვიზაცია დოკუმენტალიზმის ის თვისებებია, რომლებიც განსაკუთრებით წარმოჩნდა რადიოსა და ტელევიზიაში. იგი არწმუნებს რადიომსმენელს, რომ მოვლენა ახლა, ჟურნალისტის თხრობის დროს მიმდინარეობს და ტექსტის ნაკითხვის ინტონაცია, წერიტი სტილისათვის დამახასიათებელი ფრაზები თუ ხელოვნურობის სხვა გამოვლინებანი აქარწყლებს ამ ეფექტს, ამცირებს რეპორტაჟის დოკუმენტურ დამაჯერებლობას. ჭეშმარიტი რადიოჟურნალისტის კალამი და ქალაქი მიკროფონია (თუმცა ეს სულაც არ ნიშნავს, რომ იგი წინასწარ არ უნდა მოემზადოს რეპორტაჟისათვის და მხოლოდ იმპროვიზაციის იმედად იყოს).

რადიორეპორტაჟის კონსტრუქცია აუცილებლად გულისხმობს ავტორისმიერ პერსონიფიკაციას, მასში ჟურნალისტის უშუალო მონაწილეობას (ზოგიერთ დიდმნიშვნელოვან მოვლენას

ერთდროულად რამდენიმე რეპორტიორიც კი „ემსახურება“). მხოლოდ ჟურნალისტს როგორც დამოუკიდებლად მოაზროვნეს და არა დიქტორს ძალუძს ცხოვრებისეულ მოვლენაზე დაკვირვება და მისი მიმდინარეობის გადმოცემა. ამავე დროს, მსმენელისათვის საინტერესოა არა მარტო შიშველი ფაქტები, არამედ ისიც, თუ როგორ დაინახა ისინი ჟურნალისტმა, მისი პიროვნული შეფასება. მნიშვნელოვანია არა მარტო „მოვლენის ისტორიის“ დოკუმენტი, არამედ მისი მნახველის, მონმის, ე.ი. ავტორის ემოციების დოკუმენტიც. ფაქტების ობიექტურობისა და ავტორის აღქმის სუბიექტურობის დიალექტიკური ერთიანობა უდევს საფუძვლად რადიორეპორტაჟს (ამიტომ ამბობენ, რომ რეპორტაჟი პიროვნებაში ასახული მოვლენაა). აქ ჟურნალისტის ფუნქცია მარტო მოვლენის აღწერა კი არა, მისი კომენტირებაცაა – იგი იძლევა მოვლენის სოციალური, საზოგადოებრივი მნიშვნელობის შეფასებას, ფაქტების ურთიერთკავშირის ახსნას და ა.შ.

მიუხედავად იმისა, რომ რეპორტაჟის კომპოზიციურ სტრუქტურას მოვლენის თანმიმდევრობა განსაზღვრავს, ჟურნალისტმანინდანინ უნდა გაიაზროს ამ სტრუქტურის ძირითადი კომპონენტები: შესავალ ნაწილში მან მსმენელებს უნდა გააცნოს მოვლენის ადგილი, დრო და მონაწილეები, მისი საზოგადოებრივი მნიშვნელობა, აღწეროს მოქმედების გარემო; ძირითად ნაწილში მიჰყევს მოქმედების განვითარებას და შესაძლებლობის მიხედვით თავისი თხრობა გაამდიდროს მოვლენის მონაწილის კომენტარით ან ინტერვიუს ფრაგმენტით; დასკვნაში კი შეაჯამოს მთელი მოვლენა და შეძლოს მისი ოპერატიული ინტერპრეტაცია.

ამ ზოგადი სქემის ხორცშესხმა ჟურნალისტისაგან გარკვეულ პროფესიულ ოსტატობას მოითხოვს – იგი არ უნდა გაერთოს მეორეხარისხოვანი მომენტების აღწერით და არ უნდა დაკარგოს რეპორტაჟის რიტმი, მუდმივად უნდა გრძნობდეს მოვლენის „მაჯისცემას“. მეტად ეფექტურია რეპორტაჟის პროცესში ასოციაციის, ანალოგიის, კონტრასტის ელემენტების გამოყენება, მოვლენის ისეთი დეტალების შემჩნევა, რაც მის არაორდინარულ ხასიათს წარმოაჩენს. ასევე დიდი მნიშვნელობა აქვს რეპორტიორის მეტყველების ტემპისა და რიტმის მოვლენასთან შესაბამისობას. რე-



პორტაჟი წარმოუდგენელია მოვლენისათვის დამახასიათებელი დოკუმენტური ხმაურის, აკუსტიკური ფონის გარეშე, მაგრამ იგი ხელს არ უნდა უშლიდეს სიტყვის აღქმასა და ორგანულად უნდა ერწყმოდეს თხრობას. რაც შეეხება რეპორტაჟის მუსიკალურ გაფორმებას, იშვიათი გამონაკლისების გარდა (როცა იგი სპეციალურად და ამკარად არის შემოტანილი), იგი დაუშვებელია. ასეთი ხელოვნური „ემოციონალიზაცია“ პრინციპულად ეწინააღმდეგება ჟანრის ბუნებას – რეპორტაჟის ემოციურობას მოვლენის ამწუთიერობა, დოკუმენტურობა, მოულოდნელობა და თვითონ ჟურნალისტის პროფესიული ოსტატობა, ტემპერამენტი და ემოციები განაპირობებს და არა გარედან რაიმე დამატებითი საშუალების შემოტანა.

**რადიოანგარიში.** ანგარიში არის საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი ოფიციალური მოვლენის ოპერატიული და დოკუმენტური ასახვა გარკვეული ახსნა-განმარტების დართვით. ანგარიშსა და რეპორტაჟს საერთო დამახასიათებელი ნიშნებიც აქვთ და განმასხვავებელიც. საერთოა ის, რომ ორივე ერთ კონკრეტულ მოვლენას ასახავს და ორივე ოპერატიულ ინფორმაციას იძლევა. განსხვავება კი უფრო პრინციპულია: რეპორტაჟი საზოგადოებრივი მნიშვნელობის ნებისმიერ მოვლენას შეიძლება ასახავდეს, ანგარიშის საგანი კი, როგორც წესი, ვერბალური ფორმის ოფიციალური, შეკრების ხასიათის მოვლენაა (პარლამენტის სხდომა, პოლიტიკური პარტიის ყრილობა, სამეცნიერო კონფერენცია და ა.შ. ასახვის ეს ობიექტები ისეთივე სპეციფიკურია ანგარიშისათვის, როგორც, ვთქვათ, ჟურნალ-გაზეთები – პრესის მიმოხილვისათვის ანდა ლიტერატურისა თუ ხელოვნების ნაწარმოებები რეცენზიისათვის). რეპორტაჟი მოვლენას გადმოგვცემს მისი მიმდინარეობის პროცესში, მასში „დასწრების ეფექტი“ მძლავრობს, ანგარიში კი მოვლენის შესახებ გვატყობინებს მას შემდეგ, როცა იგი უკვე მოხდა. რადიოანგარიშსა და რეპორტაჟს შორის ეს განსხვავება განსაკუთრებით მკვეთრად იგრძნობა. პირდაპირ რეპორტაჟზე რომ არაფერი ვთქვათ, მონტაჟურ რეპორტაჟშიც კი ავტორის ტექსტი უშუალოდ მოვლენის ადგილზე იქმნება და იქვე განმარტავს და აფასებს მოვლენას (როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ), ხოლო ანგარიშში ჟურნალისტის ახსნა-განმარტება მოვლენის

დასრულების შემდეგ სტუდიაში მზადდება და აერთიანებს დოკუმენტურ ჩანაწერებს – ამიტომ ჟურნალისტი აქ უფრო ნეიტრალური და ნაკლებ ემოციურია.

შეიძლება ანგარიშის მომზადებისას რადიოჟურნალისტი თვითონ არც კი დაესწროს მოვლენას (მით უმეტეს, თუ ასახვის ობიექტი სხვა ქალაქში ან რეგიონშია) – ოპერატიულობის მიზნით სატრანსლაციო ხაზებით მიიღოს სათანადო მასალა, შეარჩიოს საჭირო ფრაგმენტები და მოვლენის დასრულების შემდეგ მოპოვებული მასალით და თავისი კომენტარით სასწრაფოდ გავიდეს ეთერში. ასეთი ანგარიში მაინც დამაჯერებელი იქნება, რადგან საგაზეთო ანგარიშისაგან განსხვავებით (სადაც ჟურნალისტი აუცილებლად უნდა დაესწროს მოვლენას, რომ შესძლოს გამომსვლელობა ციტირება ან მათი აზრების გადმოცემა), რადიოანგარიში უშუალოდ დოკუმენტურ აუდიოჩანაწერებს ემყარება.

სწორედ დოკუმენტური ჩანაწერებისა და ჟურნალისტის ტექსტის ერთობლიობა განსაზღვრავს რადიოანგარიშის სინთეზურ ხასიათს. იგივე განაპირობებს მის უპირატესობას საგაზეთო ანგარიშთან შედარებით, რომელიც არცთუ იშვიათად მეტისმეტად გავრცობილ ინფორმაციულ ცნობას ნააგავს.

რადიოანგარიშის კომპოზიცია მოვლენის მიმდინარეობას ემთხვევა, მაგრამ სავალდებულო არაა ყველაფერი იყოს აღნიშნული – მასში, როგორც წესი, ძირითადი მომენტებია გამოკვეთილი. ანგარიშის ხანგრძლივობას რადიოში განაპირობებს მოვლენის სოციალურ-პოლიტიკური მნიშვნელობა, მისდამი აუდიტორიის ინტერესი და მონაწილეთა საზოგადოებრივი ავტორიტეტი – იგი შეიძლება 3-5 წუთშიც მოთავსდეს და 15-20 წუთსაც გაგრძელდეს. შეიძლება რადიოანგარიში მოვლენის ცალკეულ მონაკვეთებსაც ასახავდეს, თუ ეს მოვლენა რამდენიმე დღეს გრძელდება (მაგალითად, რადიოსა და ტელევიზიაში ანგარიშის ტრადიციული ფორმაა „პარლამენტის დღიური“, რომელიც მოვლენის მხოლოდ ერთ მონაკვეთს – უპირატესად ერთ დღეს ასახავს). თანამედროვე რადიომაუწყებლობაში ეს ჟანრი, ისევე გამქრალია, როგორც ვრცელი პუბლიცისტური გამოსვლა და „ჟურნალისტის ნაამბობი“.

**რადიოკორესპონდენცია.** კორესპონდენცია არის ცალკეული, ან კონკრეტული თემით გაერთიანებული ფაქტების, მოვლენებისა და სიტუაციების ოპერატიული აღწერა და ანალიზი დამსწრე ჟურნალისტის მიერ. ამ განსაზღვრებაში მოცემულია კორესპონდენციის მთელი რიგი ტიპური თვისებები, რომლებიც ერთგვარ განმარტებასა და ანალიზს მოითხოვს.

პირველ ყოვლისა, უნდა ითქვას, რომ კორესპონდენცია ემყარება კონკრეტული დროითა და სივრცით შემოსაზღვრულ ფაქტს, მოვლენასა თუ სიტუაციას (ზოგჯერ კი მონათესავე ფაქტებისა და მოვლენების ერთობლიობასაც). ამასთან, თუ ფაქტი და მოვლენა რადიოცნობასაც უდევს საფუძვლად, მაგრამ იგი მათ ანალიზს არ იძლევა, კორესპონდენციაში ფაქტის შეტყობინებასთან ერთად მისი ანალიზიც ხდება. ანალიტიკურობა და აგრეთვე ის, რომ კომპოზიციურად არ ემთხვევა მოვლენის მიმდინარეობას, განასხვავებს მას ასევე ანგარიშისაგან.

კორესპონდენციის ასევე ძირითადი თვისებაა ოპერატიულობა – მოძველებულ ფაქტებსა და მოვლენებზე კორესპონდენცია არ იწერება, მაშინ, როცა პუბლიცისტურ გამოსვლასა და საუბარში შეიძლება ნებისმიერი ფაქტი იყოს აღნიშნული და გაანალიზებული. რაც უფრო დროულადაა ასახული საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი ფაქტი თუ მოვლენა, მით მეტია კორესპონდენციის ღირებულება – ამას განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს რადიომაუწყებლობაში მისი ოპერატიული ბუნების გამო. მაგრამ რადიოკორესპონდენცია თავისი ოპერატიულობით ჩამორჩება როგორც რადიოცნობას (იგი ზეპირად გადაიცემა ეთერში, რადიოკორესპონდენციას კი ჩანერა და მონტაჟი სჭირდება, ანალიზისათვის საჭირო დროზე რომ არაფერი ვთქვათ), ისე განსაკუთრებით – რეპორტაჟს.

მიუხედავად იმისა, რომ რეპორტაჟის მსგავსად, კორესპონდენციაც მნიშვნელოვანწილად პირდაპირი დაკვირვების მეთოდს ემყარება (მოითხოვს ჟურნალისტის ყოფნას ფაქტისა და მოვლენის ადგილზე), იგი იქმნება ფაქტისა და მოვლენის მოხდენის შემდეგ, რეპორტაჟი კი – უშუალოდ მოვლენის მიმდინარეობის პროცესში. დროის ასეთი განსხვავება პრინციპულ გავლენას ახდენს კორესპონდენციის კომპოზიციურ სტრუქტურაზე, მის

კონსტრუქციაზე. თვით მონტაჟური რეპორტაჟიც კი, რომელიც საბოლოოდ მოვლენის შემდეგ მზადდება, ძირითადად იქმნება მოვლენის პროცესში (როგორც დოკუმენტური კადრები, ისე ჟურნალისტიკის მიერ მოქმედების აღწერა-კომენტარიც), მისი საბოლოო ვარიანტი პირდაპირი დაკვირვების, პირდაპირი აღქმის მონტაჟს წარმოადგენს – აქ მოვლენა აუცილებლად ახდენს გავლენას ლიტერატურულ-სტილისტური საშუალებების არჩევაზე. კორესპონდენცია კი „რეტროსპექტიული ჟანრია“ (ისევე, როგორც ანგარიში), იგი პირდაპირი დაკვირვებისა და აღქმის კი არა, მოგონებათა მონტაჟია, როგორც უცხოეთში ამბობენ, არის არა ახალი ამბავი (**News**), არამედ „ახალი ამბის ისტორია“ (**News Story**). ჟურნალისტი პირდაპირ კი არ აღწერს, რასაც აკვირდება, არამედ სტუდიიდან მოგვითხრობს თავის შთაბეჭდილებებზე, უკვე ნანახი, მომხდარი ფაქტებისა და მოვლენების შესახებ, იმონებს დოკუმენტურ ჩანაწერებს და იქვე, სტუდიაში აკეთებს კომენტარსა და ანალიზს. აქ იგი შეიძლება მოვლენის პროცესში ჩანერილ კადრებსაც იყენებდეს, მაგრამ მათ შესახებ წარსულ დროში გვიამბობს და ილუსტრაციის სახით წარმოგვიდგენს თავისი დებულებების განსამტკიცებლად, თემის უკეთ გასახსნელად.

ასეთი ნაამბობის კომპოზიციური სტრუქტურა მთლიანად დამოკიდებულია ჟურნალისტიკის მიერ არჩეულ ლიტერატურულ-სტილისტურ გამოსახვით საშუალებებზე; ზოგი კორესპონდენციას შესავლით იწყებს, ზოგი – პირდაპირ ფაქტით, ზოგი თავის შთაბეჭდილებებს ანიჭებს უპირატესობას, ზოგი – დოკუმენტურ ჩანაწერებს, ზოგს ადამიანის პორტრეტის მოხაზვა ეხერხება, ზოგს – ბუნების აღწერა და ა.შ., საერთო რეცეპტი, რა თქმა უნდა, არ არსებობს. რაც მთავარია, კორესპონდენციაში ჟურნალისტი შეზღუდული არაა მოვლენის თანმიმდევრული განვითარებით და თავისი შეხედულებებისამებრ გადაადგილდება დროსა და სივრცეში. ეს პრინციპული განსხვავებაა, რადგანაც თუნდაც მონტაჟური რეპორტაჟში მოვლენის განვითარების თანმიმდევრობის დაცვა (მიუხედავად დროისა და სივრცის შეკუმშვისა) და მისი პირდაპირი, ანმყო დროში ასახვა აუცილებელი პირობებია.

კორესპონდენციის ერთ-ერთი უმთავრესი თვისებაა აგრეთვე ფაქტის ანალიზი, განზოგადება და შეფასება. მაგრამ ეს ანალი-

ზი კონკრეტული ანალიზია და კორესპონდენციას არ ახასიათებს განზოგადების ის მასშტაბი, რაც პუბლიცისტურ გამოხვლას ან საუბარს (გაზეთში კი – სტატიას), სადაც ფაქტები იმდენადაა ღირებული, რამდენადაც ძირითადი დებულების დასაბუთებას ემსახურება. ფაქტებისადმი ასეთი „შუალედური“ დამოკიდებულება სპეციალისტებს შორის აზრთა სხვადასხვაობასაც კი იწვევს და ტრადიციული ფუნქციური კლასიფიკაციის მიხედვით მკვლევართა ერთი ნაწილი კორესპონდენციას ინფორმაციულ ჟანრად თვლის, მეორე, უფრო დიდი ნაწილი კი ანალიტიკური ჟანრების ჯგუფს აკუთვნებს ანდა ორივე ფუნქციას უკანონებს. თუმცა ისიც უნდა ითქვას, რომ ზოგიერთ კორესპონდენციაში (განსაკუთრებით საინფორმაციო პროგრამებში, სადაც მისი ხანგრძლივობა მკვეთრად შეზღუდულია) ანალიტიკური ნაწილი იმდენად შემცირებულია, რომ თითქმის ველარც ასრულებს თავის დანიშნულებას და ფაქტობრივად მეტისმეტად გავრცობილი რადიოცნობის ფორმას ღებულობს.

რადიორეპორტაჟის მსგავსად, რადიოკორესპონდენცია მნიშვნელოვანწილად ბგერით დოკუმენტურობას ემყარება, რაც მას დამაჯერებლობასა და ემოციურობას მატებს. უმრავლეს შემთხვევაში იგი ჟურნალისტის ტექსტთან ერთად შეიცავს გამოსვლის, ინტერვიუს, ან რეპორტაჟის ფრაგმენტს. მასში შეიძლება გამოყენებული იყოს რადიოს ყველა გამოსახვითი საშუალება, მათ შორის მუსიკაც. თუმცა პრაქტიკაში არის შემთხვევები, როცა კორესპონდენცია მხოლოდ ჟურნალისტის ნაამბობის ფორმას ღებულობს, რაც უკვე სხვა ჟანრია.

რადიოკორესპონდენციის კიდევ ერთი აუცილებელი თვისებაა ის, რომ ჟურნალისტის ტექსტს ყოველთვის თვითონ ავტორი კითხულობს ან ზეპირად წარმოთქვამს. ეს, ერთი მხრივ, კიდევ უფრო გამოკვეთს ფაქტებისა და მოვლენებისადმი მის პიროვნულ დამოკიდებულებას, ხოლო, მეორე მხრივ, აძლიერებს რადიომსმენელის ნდობას – მას უფრო სჯერა ჟურნალისტისა, ვინც თვითონ ესწრებოდა აღნიშნულ ფაქტებსა და მოვლენებს, ვიდრე დიქტორის ან რედაქტორისა, რომლებიც სტუდიას არ გასცილებიან. ამას განსაკუთრებით უნდა გაესვას ხაზი, რადგან პრაქტიკაში არცთუ იშვიათად ხდება, რომ ავტორის ტექსტს დიქტორი კითხ-

ულობს, ეს კი კატეგორიულად ეწინააღმდეგება ჟანრის ბუნებას, ასუსტებს მის ეფექტიანობას.

**დოკუმენტური რადიოკომპოზიცია.** თვითონ სახელწოდება („compositio“ ლათინური სიტყვაა და „შედგენას“ ნიშნავს) გვიჩვენებს, რომ რადიოკომპოზიცია რთული წარმონაქმნია და შედგენის პრინციპს ემყარება. იგი წარმოადგენს ისეთ სტრუქტურას, რომელიც შეიძლება მოიცავდეს სხვადასხვა ფაქტურის კომპონენტს – ლიტერატურულ მასალას, მუსიკას, დოკუმენტურ ჩანაწერებს და ა.შ. და ერთი თემით ან ავტორით არის გაერთიანებული. ამისდა მიხედვით გამოყოფენ დოკუმენტურ და დოკუმენტურ-მხატვრულ კომპოზიციებს. თავდაპირველად ამ ტერმინით აღინიშნებოდა ლიტერატურული და ლიტერატურულ-მუსიკალური მონტაჟები, ანდა თეატრალური სპექტაკლის მონტაჟი და მასში იგულისხმებოდა თემით თუ სიუჟეტით გაერთიანებული ლიტერატურული და მუსიკალური ფრაგმენტების შესამება-შეკავშირება. მაგალითად, ადრე გავრცელებული ლიტერატურული, მუსიკალური და თეატრალური მიმოხილვები ფაქტობრივად რადიოკომპოზიციის ვარიაციებია. თანდათანობით ასეთ კომპოზიციებში ცალკეული ფრაგმენტების გაერთიანების ფუნქცია წამყვანის ტექსტს დაეკისრა და იგი მთელი სტრუქტურის აუცილებელ ელემენტად იქცა. მოგვიანებით იმავე პრინციპით დაიწყო დოკუმენტური და დოკუმენტურ-მხატვრული კომპოზიციების შექმნაც.

დოკუმენტური რადიოკომპოზიცია თავისი ფრაგმენტულ-მოზაიკური აგებულებით და სინამდვილის ასახვის პანორამული პრინციპით რადიომიმოხილვის ჟანრს უახლოვდება. მაგრამ, ჯერ ერთი, მას არ გააჩნია მიმოხილვისათვის დამახასიათებელი საკუთარი მყარი სტრუქტურა – ყოველ ცალკეულ შემთხვევაში მხოლოდ სხვადასხვა სტრუქტურული ელემენტის დროებითი გაერთიანებაა და, მეორე, მისი ასახვის საგანიც სპეციფიკურია – ძირითადად მასშტაბური თემებით შემოიფარგლება.

**სინთეზური დოკუმენტურ-მხატვრული (პუბლიცისტურ-მხატვრული) ჟანრები. რადიონარკვევი.** პუბლიცისტურ-მხატვრული ჟანრების ცალკე ჯგუფად გამოყოფა (თუმცა ზოგიერთი მკვლევარი ამას არ იზიარებს), ემყარება იმის აღიარებას, რომ

„წმინდა“ პუბლიცისტური ჟანრებისაგან განსხვავებით მათ კომპოზიციურ სტრუქტურას დოკუმენტური და მხატვრულ-ლიტერატურული ელემენტების ერთიანობა განსაზღვრავს. როგორც ცნობილია, არსებობს აზროვნების ორი ფორმა – ცნებებით აზროვნება და სახეებით აზროვნება. პირველს მეცნიერებასთან ერთად პუბლიცისტიკაც ემყარება, მეორე კი ხელოვნებისა და მხატვრული ლიტერატურის საფუძველია. ამიტომ პუბლიცისტურ-მხატვრული ჟანრები (ნარკვევი, ჩანახატი, კომპოზიცია და სხვ.), რომლებიც პუბლიცისტიკისაგან განსხვავებით ერთდროულად იყენებს აზროვნებისა (და შესაბამისად, ასახვის) ორივე ფორმას, ცალკე ჯგუფად უნდა გამოიყოს.

ამავე დროს, პუბლიცისტიკის მკვლევრები დღემდე ვერ შეთანხმებულან თუ რას ეფუძნება ამ ჟანრებში „მხატვრულ-ლიტერატურული ელემენტის“ არსებობა. ერთი ნაწილი მხატვრულ სახეობრივ აზროვნებას პუბლიცისტიკის ჩარჩოებში ათავსებს (უფრო მეტიც, მიაჩნია, რომ სინამდვილის ასახვის მხატვრული საშუალებანი მეტ-ნაკლებად „წმინდა“ პუბლიცისტურ ჟანრებშიაც გამოიყენება). მეორე ნაწილის აზრით, პუბლიცისტიკა მხოლოდ ინფორმაცია და ანალიტიკაა და მხატვრული სახეობრიობა (სინამდვილის მოდელირების დონეზე) მის თვისებას არ წარმოადგენს, რადგან ინფორმაციული და ანალიტიკური ჟანრები ყოველთვის მხოლოდ ერთეულს, ცალკეულს ასახავს – სწორედ ეს განასხვავებს ერთმანეთისაგან პუბლიცისტიკასა და მხატვრულ ლიტერატურას, ხელოვნებას, რომლებიც ტიპიზაციას ემყარება. ამდენად, პუბლიცისტურ-მხატვრული ჟანრები სცილდება პუბლიცისტიკის ჩარჩოებს და გარდამავალ სახეობას ქმნის პუბლიცისტიკასა და ხელოვნებას შორის (ალარ შევჩერდებით იმ ლიტერატურისმცოდნეთა შეხედულებებზე, რომლებიც ნარკვევს საერთოდ არ უკავშირებენ პუბლიცისტიკას და მას მხოლოდ მხატვრულ ლიტერატურას მიაკუთვნებენ).

რომელ შეხედულებასაც არ უნდა მივანიჭოთ უპირატესობა, ერთი რამ უდავოა – სინთეზური პუბლიცისტურ-მხატვრული ჟანრები სინთეზური პუბლიცისტური რადიოჟანრების თანაბრად იყენებს როგორც ნიშანთა სხვადასხვა სისტემას, ისე სხვადასხვა ჟანრულ ელემენტებსაც, მაგრამ პრინციპულად განსხვავდება

მათგან იმით, რომ იმავდროულად კვლევისა და გამოსახვის მხატვრულ საშუალებებსაც მიმართავს (განურჩევლად იმისა, თუ რას ემყარება ეს საშუალებანი) – ისინი შეიძლება ითქვას, რომაგად სინთეზურია. ამ ჟანრებში ფართოდ გამოიყენება პირდაპირი და ხანგრძლივი დაკვირვების მეთოდები, ინტერვიუს (გამოკითხვის) მეთოდი, დოკუმენტების ანალიზის მეთოდი, აუდიტორიისადმი პირდაპირი მიმართვის მეთოდი და სხვ., რომლებიც ასევე დამახასიათებელია პუბლიცისტური ჟანრებისათვის. ზოგიერთ მათგანს ამა თუ იმ კონკრეტულ შემთხვევაში დომინირებული ადგილიც კი უჭირავს (მაგალითად, ე.წ. სამოგზაურო ნარკვევის ლიტერატურულ-სტილისტურ საშუალებებს და საბოლოოდ, სტრუქტურასაც მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს რეპორტაჟული, პირდაპირი დაკვირვების მეთოდი). მაგრამ ამავე დროს აქ გამოიყენება ისეთი მხატვრული მეთოდები, რომლებიც სრულიად უცხოა „წმინდა“ პუბლიცისტური ჟანრებისათვის და გვხვდება მხოლოდ პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრებში: ადამიანის ხასიათისა და ქცევის ფსიქოლოგიური ანალიზის მეთოდები, ასოციაციის მეთოდი, ტიპიზაციის მეთოდი, გამონაგონის მეთოდი (როცა ავტორი, გმირის ხასიათიდან გამომდინარე, ამდიდრებს მის სახეს) და ა.შ. ზოგადად რომ ვთქვათ, პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრებში ერთდროულად გამოიყენება როგორც პუბლიცისტიკისათვის დამახასიათებელი მეცნიერული (ლოგიკური) მეთოდები, ისე მხატვრული ლიტერატურის, ხელოვნების მეთოდებიც – ამიტომ აქვთ მათ შერეული, ცნებით-სახეობრივი სტრუქტურა: იდეური შინაარსი გადმოიცემა როგორც მხატვრული საშუალებებით (სიუჟეტი, სახე, დეტალი, პორტრეტი, პეიზაჟი და ა.შ.), ისე „წმინდა“ პუბლიცისტიკისათვის დამახასიათებელ განზოგადებათა გზით, არგუმენტებით, ანალიზისა და მსჯელობის მეშვეობით (ანალოგიები, ისტორიული პარალელები, ეკონომიკური მონაცემები, ციფრები და დოკუმენტები და ა.შ.), შერჩევა კი ხდება იმისდა მიხედვით, თუ ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში რომელი ხერხი და საშუალება გადმოსცემს უფრო ზუსტად ავტორის ჩანაფიქრს. უდიდესი მნიშვნელობა აქვს, ცხადია, თვითონ ავტორის აზროვნებისა და ლიტერატურული სტილის თავისებურებებს, მის შემოქმედებით ინდივიდუალობას.



ნარკვევის დოკუმენტურობა ნიშნავს, რომ მასში შესაძლებელია ერთეულის, ინდივიდუალურის, კონკრეტულის მეშვეობით ზოგადის გამოხატვა – დოკუმენტურ საფუძველზე მხატვრული სახის შექმნა, რაც ტიპიზაციის მეთოდის გამოყენებას მოითხოვს (ტიპიზაცია შეცნობის, კერძოში ზოგადის დადგენისა და, ამდენად, მისი შინაგანი არსის გამოვლენის საშუალებაა).

ნარკვევა რადიოში განვითარების სამი ისტორიული ეტაპი განვლო: მაუწყებლობის ჩამოყალიბების პერიოდში რადიოთი გადაიცემოდა მხოლოდ საგაზეთო და საჟურნალო ნარკვევები (ცალკეულ შემთხვევაში ეს ახლაც ხდება, თუ ნარკვევი თავისი მხატვრული ან პოლიტიკური მნიშვნელობით განსაკუთრებული ხასიათისაა); მოგვიანებით პუბლიცისტებმა და მწერლებმა დაიწყეს ნარკვევის წერა სპეციალურად რადიოსთვის, რაც ჩვეულებრივად თხრობის სამეტყველო სტილის გათვალისწინებით გამოიხატებოდა (ნარკვევები გადაიცემოდა როგორც ავტორების, ისე დიქტორების კითხვით). ამ პერიოდში უკვე მუსიკასაც იყენებდნენ ნარკვევის ემოციური ზემოქმედების გასაძლიერებლად; დაბოლოს, 1950-იანი წლებიდან განვითარებას იწყებს რადიონარკვევი. იგი აღარ შემოიფარგლება მხოლოდ თხრობის სამეტყველო სტილით და მაქსიმალურად ითვალისწინებს რადიოს გამოსახვითი საშუალებების სპეციფიკას – როგორც წესი, შეიცავს სინამდვილის ბგერით სურათებს და საუბრის აუდიოჩანაწერებს.

ასე რომ, რადიონარკვევის უპირველესი თვისება მისი რადიოგენურობაა, რადიოს გამოსახვითი საშუალებების პრიორიტეტის დაცვაა. რადიოში წაკითხული საგაზეთო ნარკვევი თითქმის არაფერს კარგავს (პირიქით, კარგი წამკითხველი კიდეც უფრო ამდიდრებს მას). გაზეთში დაბეჭდილ რადიონარკვევში კი აღარ იქნება ადამიანების საუბარი, ინტონაციური ნიუანსები, განწყობილება, სიცილი, სიმღერა, ხმაური – იგი სანახევროდ გაღარიბდება.

გამოსახვითი საშუალებების მიხედვით რადიონარკვევი ერთ-ერთი უნივერსალური ჟანრია. იგი იყენებს რადიოს ყველა გამოსახვით საშუალებას – როგორც ბუნებრივ, ისე ტექნიკურ შესაძლებლობებს (ზეპირ სიტყვას, ხმაურს, მუსიკას, მონტაჟს). მაგრამ მათი ფუნქციები ერთნაირი არ არის. თუ ხმაური და მუსიკა, ასე

ვთქვათ, დამატებითი საშუალებებია, ზეპირი სიტყვა რადიონარკვევის ძირითადი გამოსახვითი საშუალებაა (იგი დანვრილებითაა განხილული პირველ თავში). ასევე შეუძლებელია რადიონარკვევი ისეთი გამოსახვითი საშუალების გარეშე, როგორცაა მონტაჟი. რადიონარკვევის დრამატურგიული სტრუქტურა ძირითადად მონტაჟს ემყარება. ეს უპირველესად იმით არის განპირობებული, რომ რადიონარკვევში, როგორც წესი, დარღვეულია დროისა და ადგილის ერთიანობა. დროს აქ პირობითი ხასიათი აქვს – აუდიოჩანწერის მეშვეობით რადიონარკვევის გმირი ერთდროულად არსებობს სხვადასხვა დროში (წარსულიც და აწმყოც მსმენელს ერთნაირად მიეწოდება აწმყოში), რაც მისი პიროვნების ფსიქოლოგიური, სოციალური თუ ისტორიულ-ფილოსოფიური გამოკვლევის საშუალებას იძლევა. პირობითი დროის შექმნა (შეკუმშვა და გადაადგილება) კი მხოლოდ მონტაჟის გზითაა შესაძლებელი. რა თქმა უნდა, დროის ასეთი „დაშლა“ ტელევიზიისა და კინოსთვისაც არის დამახასიათებელი, მაგრამ რადიოსთვის იგი განსაკუთრებით ორგანულია, რადგან სიტყვა და მასთან დაკავშირებული ადამიანის აზროვნება უფრო მონტაჟურია, ვიდრე თვალით დანახული ნებისმიერი მოქმედება.

მონტაჟის როლი და მნიშვნელობა რადიოში ფაქტობრივად აშკარა გახდა ხმის ჩანწერის დანერგვის შემდეგ. ხმის ჩანწერამ განაპირობა თვითონ რადიონარკვევის, როგორც ჟანრის წარმოშობაც. დღეს წარმოუდგენელია ისეთი რადიონარკვევი, რომელიც პერსონაჟის ხმის ან რაიმე მოვლენის დოკუმენტურ ჩანაწერს არ შეიცავდეს და წარმოების ცალკეული ელემენტები გარკვეული პრინციპით არ იყოს გაერთიანებული. რადიონარკვევი თავისი დოკუმენტურობით და სარწმუნოობით ბევრად სჭარბობს საგაზეთო ნარკვევს სწორედ იმით, რომ ავტორი კი არ მოგვითხრობს, თუ რა თქვა რომელიმე კონკრეტულმა პიროვნებამ, არამედ უშუალოდ გვასმენინებს მისი საუბრის აუდიოჩანაწერს და საშუალებას გვაძლევს თავად შევაფასოთ მოსაუბრის ხასიათი, მისი პრინციპები და შეხედულებანი. ამავე დროს, დოკუმენტური ჩანაწერებით ზედმეტმა გატაცებამ შეიძლება უარყოფითი გავლენაც იქონიოს რადიონარკვევის კომპოზიციაზე (მაგალითად, დააკნინოს ავტორის როლი), ამიტომ ავტორის ტექსტისა და დოკუმენტური

ჩანაწერების სწორი შეფარდება ერთ-ერთი ძირითადი მოთხოვნაა ამ ჟანრზე მუშაობის დროს.

რა თქმა უნდა, შეუძლებელია რადიონარკვევში დოკუმენტურისა და მხატვრულის, ცნებებისა და სახეების ზუსტი შეფარდების დადგენა (და არც არის საჭირო), სხვადასხვა შემთხვევაში ეს ჟანრი ან გამოკვლევისკენ იხრება ან მოთხრობისაკენ. ამასთან, როგორც აღვნიშნეთ, მოთხრობისაგან განსხვავებით, ნარკვევში აისახება ფაქტები და მოვლენები, რომლებიც მართლა მოხდა სინამდვილეში, კონკრეტულ ადგილზე და კონკრეტულ დროში და დაკავშირებულია კონკრეტულ პიროვნებებთან – ერთი სიტყვით, ნარკვევის ერთ-ერთი ძირითადი თვისებაა მისი ფაქტოგრაფიულობა. მაგრამ ყველა „წმინდა“ პუბლიცისტური ჟანრისაგან განსხვავებით, „ნარკვევი მხატვრის მიერ დანახული ფაქტია“. ნიჭიერი ავტორის ხელში თვით უმნიშვნელო ფაქტიც კი შეიძლება მნიშვნელოვანი დასკვნის საფუძველი გახდეს. ამასთან, ფაქტს განსხვავებული ღირებულება აქვს ნარკვევისა და მოთხრობის ავტორისათვის – პირველი გულდასმით არჩევს რეალურ ფაქტებს და ალაგებს მას თავისი იდეისა და გმირის ხასიათის წარმოსაჩენად, მეორეს კი შეუძლია ნებისმიერი ფაქტი აიღოს ცხოვრებიდან ან გამოიგონოს თუ ამას სიუჟეტი ანდა პერსონაჟის განვითარება მოითხოვს.

აქედან გამომდინარე, გაუმართლებელია ნარკვევში ინსცენირებული კადრების გამოყენება, რომელსაც ზოგიერთი მკვლევარი დასაშვებად მიიჩნევს ისტორიულ-ბიოგრაფიულ თემაზე შექმნილ რადიონარკვევში. შესაძლებელია რომელიმე კონკრეტულ შემთხვევაში ეს ხერხი მართლაც გამოიყენეს, მაგრამ იგი პრინციპულად ეწინააღმდეგება ჟანრის ბუნებას, პირველ რიგში, ნარკვევის გმირის ტიპიზაციის, ხასიათის შექმნის სპეციფიკური მეთოდის გამო. როცა რადიონარკვევში დადგმითი ელემენტები შემოდის (თუნდაც ეს ინტერვიუს ანდა რეპორტაჟული კადრების იმიტაცია იყოს), საქმე გვაქვს არა ნარკვევის ჟანრთან, არამედ რადიოთეატრთან. რადიოთეატრში არის ისეთი ფორმებიც, რომლებიც დოკუმენტურ მასალას ემყარება, მაგრამ დადგმის სახე აქვს და მსახიობების მეშვეობით ხორციელდება. ასევე გაუმართლებელია „დოკუმენტური დრამის“ დოკუმენტურ-მხატვრული ჟანრების

ჯგუფში მოთავსება, თუნდაც მასში წამყვანის ფუნქციას ჟურნალისტი ასრულებდეს. იგი რადიოდრამატურგიას განეკუთვნება და არა პუბლიცისტურ-მხატვრულ მაუნყებლობას.

რადიონარკვევის „მხატვრულობა“ იქმნება არა დადგმული და გათამაშებული სცენებით, არამედ, ერთი მხრივ, ავტორის მიერ დოკუმენტური მასალის განზოგადებით, მისი ფიქრებითა და ასოციაციებით, დეტალების ჩვენებით, ხოლო, მეორე მხრივ, თვითონ ნარკვევის პერსონაჟების „ცოცხალი“ ჩანაწერებით, რაც მათი ხასიათის ამა თუ იმ მხარეს წარმოაჩენს. გავრცელებული შეხედულება, რომ რადიონარკვევში მხატვრული ფუნქცია ავტორის ტექსტს ეკისრება, ხოლო დოკუმენტური – აუდიოჩანაწერებს, სინამდვილეს არ შეესაბამება. ავტორის ტექსტიც და დოკუმენტური ჩანაწერებიც თანაბრად ასრულებს ინფორმაციულ-ანალიტიკურ და მხატვრულ ფუნქციებს, მათი შეფარდება კი დამოკიდებულია ავტორზე, მის მიერ არჩეულ ლიტერატურულ-სტილისტურ გამოსახვით საშუალებებზე. ზოგჯერ შეიძლება რადიონარკვევის ძირითად მხატვრულ სახეს ერთი პატარა დოკუმენტური ჩანაწერი დაედოს საფუძვლად, თუ იგი აშკარად წარმოაჩენს გმირის ხასიათს, მის ტიპურ თვისებებს. ნუ დაგვაზინყდება, რომ სახის პრობლემა რადიოში მჭიდროდ უკავშირდება წარმოსახვის პროცესს და მსმენელის ცნობიერებაში სახე წარმოიქმნება როგორც სიტყვიერი აღწერის, ისე აკუსტიკური ეფექტების მიხედვით.

რადიონარკვევისათვის უცხო არ არის სიუჟეტის აგება პერსონაჟთა ხასიათების შეჯახებასა და განვითარებაზე, მაგრამ უმეტეს შემთხვევაში სიუჟეტის საფუძველს პუბლიცისტური თემა, პრობლემა წარმოადგენს, კონკრეტულ ფაქტებს ეყრდნობა და ხშირად ავტორის დაკვირვებასა და მსჯელობას მიჰყვება. რადიონარკვევში არცთუ იშვიათად ხდება სიუჟეტიდან გადახვევა – რაიმე დებულების დასაბუთება ანდა ახალი ეპიზოდის შემოტანა, რომელიც დამატებით ინფორმაციას იძლევა. ამავე დანიშნულებისაა ავტორის პირდაპირი მიმართვა აუდიტორიისადმი, ფიქრები და კომენტარები, რაც მოთხრობაში არც თუ ისე სასურველია, მაგრამ ნარკვევში ძირითადი იდეის ანდა გმირის ხასიათის გაღრმავებას ემსახურება. ნარკვევის საფუძველია რეალური და კონკრეტული, მაგრამ ტიპური ნიშნების შემცველი ცხოვრებისეული ფაქ-

ტები და სიტუაციები, რომლებიც აშკარად გამოკვეთს როგორც ნარკვევის იდეას, ისე პერსონაჟების დამახასიათებელ თვისებებს. ფაქტების მხატვრული დანახვა უპირველესად იმ ადამიანების დანახვას ნიშნავს, რომლებიც ამ ფაქტების უკან დგანან. ადამიანი არის ნარკვევის ძირითადი საგანი, მისი კვლევისა და ასახვის ობიექტი. ნარკვევის იდეა ადამიანთა სახეებში ისხამს ხორცს – მათი განცდების, მოქმედების, ურთიერთდამოკიდებულების ჩვენებითა და ავტორისეული ანალიზით გამოიხატება. თუ ნარკვევიდან ადამიანთა სახეებს ამოვიღებთ, უკეთეს შემთხვევაში ხელთ ჩვეულებრივი პუბლიცისტური სტატია შეგვრჩება. ამიტომ უყენებენ ნარკვევს ერთ-ერთ ძირითად მოთხოვნად სახის შექმნას, თუმცა იგი ყოველთვის არ არის ისეთი სრული, რელიეფური და სიცოცხლით სავსე, როგორც მხატვრულ ნაწარმოებში (ეს გამოწვეულია როგორც მისი დოკუმენტურობით, ისე პუბლიცისტისათვის დამახასიათებელი სოციოლოგიზმით, რაც ხელოვნების მეთოდებთან ერთად გამოიყენება პიროვნების ხასიათის კვლევისას).

ნარკვევის განსაკუთრებული მრავალმხრივობა სხვა ჟანრებთან შედარებით აშკარად მჟღავნდება მის სახეობათა კლასიფიკაციის პროცესში. არსებობს მრავალი კლასიფიკაცია და შესაბამისად გამოყოფილია ნარკვევის მრავალი სხვადასხვა სახეობაც: პრობლემური, პორტრეტული, სამოგზაურო, დოკუმენტური, პუბლიცისტური, სიუჟეტური, მოვლენური, ისტორიულ-ბიოგრაფიული, ესე, ჩანახატი და ა.შ. გარდა ამისა, ხშირად იხმარება სახელწოდებანი: მხატვრული ნარკვევი, ლიტერატურული ნარკვევი, სამეცნიერო-პოპულარული ნარკვევი, სამხედრო ნარკვევი და სხვ. ერთი სიტყვით, ყოველ მკვლევარს ნარკვევის სახეობებზე საკუთარი შეხედულება და კლასიფიკაციის საკუთარი სისტემა აქვს. ჩვენ არ შევუდგებით ამ სისტემათა ანალიზს, აღვნიშნავთ მხოლოდ, რომ მიუხედავად ასეთი სიმრავლისა, ნარკვევის ყველა ზემოხსენებული სახეობა შეიძლება დაჯგუფდეს ერთი ძირითადი პრინციპის მიხედვით – პუბლიცისტური იდეა არის წინა პლანზე წამოწეული თუ ადამიანის ხასიათები? მსჯელობა და არგუმენტაცია განსაზღვრავს ნარკვევის სტრუქტურას, თუ მხატვრული სახეები და სიტუაციები? ამის შესაბამისად შეიძლება გამოიყოს ნარკვევის სამი სახეობა (ისინი, სხვათა შორის, კლასიფიკაციის

თითქმის ყველა სისტემაშია მოცემული), რომლებიც ისტორიულად ჩამოყალიბდა და ყველაზე ხშირად გვხვდება პრაქტიკაში: პრობლემური (პუბლიცისტური) ნარკვევი, პორტრეტული ნარკვევი და სამოგზაურო ნარკვევი (ორივე უფრო მხატვრული ხასიათისა). რა თქმა უნდა, ასეთი დაყოფაც ძალიან პირობითია, ისევე, როგორც ლიტერატურაში ზოგჯერ პირობითად გამოყოფენ ხოლმე სახასიათო, სათავგადასავლო, ფსიქოლოგიურ და ა.შ. რომანებს (თუმცა ყოველ მათგანში ხასიათიც არის, ფსიქოლოგიაც და თავგადასავალიც), მაგრამ იგი გვეხმარება ნარკვევის ძირითადი სპეციფიკური თვისებების გამოკვეთაში.

**პრობლემური ნარკვევის** საგანია აქტუალური საზოგადოებრივი პრობლემა და მისი მიზანია არა იმდენად ადამიანის ხასიათის გამოხატვა, რამდენადაც პრობლემის გამოკვლევა მასთან დაკავშირებული ადამიანების მეშვეობით. ზოგიერთი მკვლევარი არ სცნობს პრობლემური ნარკვევის ცალკე სახეობად გამოყოფას იმ მოტივით, რომ თითქოს ეს პორტრეტულ და სამოგზაურო ნარკვევებში პრობლემის უარყოფას ნიშნავს, რაც საეჭვოს ხდის თავად ჟანრის არსებობას. მაგრამ პრობლემური ნარკვევის აღიარება სულაც არ ნიშნავს პორტრეტულ ან სამოგზაურო ნარკვევში პრობლემაზე უარის თქმას, უბრალოდ, იგი უფრო ანალიტიკური ხასიათისაა და ამიტომ კომპოზიციური სტრუქტურაც რამდენადმე განსხვავებული აქვს. ასეთ ნარკვევში კერძო შემთხვევებსა და მოვლენებს ავტორის აზრი აერთიანებს და მთავარ იდეას უკავშირებს, სახეობრივ სისტემას კი დაკვირვება, ფიქრი, მსჯელობა და არგუმენტაცია სჭარბობს. რა თქმა უნდა, ამ შემთხვევაშიც არა მარტო პრობლემის ანალიზი ხდება (ამისთვის სტატია იკმარება), არამედ პრობლემის სახეც იქმნება და ადამიანთა ხასიათებიც იკვეთება, მაგრამ ეს ხასიათები უშუალოდ პრობლემას უკავშირდება ხასიათების განვითარება და დაპირისპირება კი არ გამოხატავს პრობლემას, როგორც ეს „მხატვრულ“, თუნდაც იგივე პორტრეტულ ნარკვევებშია, არამედ პირიქით, პრობლემა განსაზღვრავს ხასიათების წარმოჩენას. პრობლემური ნარკვევის კომპოზიციური სტრუქტურა უფრო სტატიის სტრუქტურას უახლოვდება საერთო სიუჟეტი არ არსებობს, ნარკვევის ღერძი არის ავტორი, რომელიც არ „ეფარება“ პერსონაჟების დიალოგს, ცხოვ-

რებისეული სურათებისა თუ პეიზაჟების აღწერას და ყველაფერ ამას თავისი იდეისა და ჩანაფიქრის განხორციელებას, პრობლემების გადაწყვეტას უმორჩილებს. მსგავსი სტრუქტურები მაღალხარისხოვან მხატვრულ-დოკუმენტურ ლიტერატურაშიც გვხვდება – გავიხსენოთ თუნდაც ეგზიპერის „ადამიანთა მინა“ და „ლამის ფრენა“, სადაც სხვადასხვა დოკუმენტური ეპიზოდი და მწერლის ფიქრები თუ ასოციაციები ადამიანთა ერთიანობისა და ადამიანური პასუხისმგებლობის იდეებით არის გაერთიანებული.

ზოგიერთი მკვლევარი პრობლემური (პუბლიცისტური) ნარკვევის საპირისპირო ფორმად მიიჩნევს ე.წ. სიუჟეტურ (ბელეტრისტულ) ნარკვევს. მისი კლასიკური მაგალითებია ი. ჭავჭავაძის „მგზავრის წერილები“, ი. ტურგენევის „მონადირის ჩანაწერები“ და სხვ., სადაც დოკუმენტური, რეალური ადამიანები ლიტერატურულ პერსონაჟებად არიან ქცეული, ზოგად, კრებით სახეებს წარმოადგენენ. მაგრამ ასეთი ნაწარმოებები „წმინდა“ მხატვრული ლიტერატურის კუთვნილებაა და მხატვრულ პუბლიცისტიკაში მეტად იშვიათია, რადგან აქ დოკუმენტურობა, გმირების რეალურობა ჟანრის აუცილებელი პირობაა. მიუხედავად ამისა, მათი შესწავლა დიდ ინტერესს იწვევს, რადგან მსგავსი სტრუქტურები უდევს საფუძვლად პორტრეტულ და სამოგზაურო ნარკვევებს, რომლებსაც უცხოეთში „ლიტერატურული ჟურნალისტიკის“ ჟანრებად მიიჩნევენ. „ლიტერატურული ჟურნალისტიკა“ (თუმცა ალბათ უფრო სწორი იქნებოდა „ლიტერატურული პუბლიცისტიკა“) აშშ-ში წარმოიშვა წინა საუკუნის 50-იან წლებში „ახალი ჟურნალიზმის“ სახელწოდებით. მის წარმომადგენლებს მშრალად და უსახურად მიაჩნდათ ჟურნალისტური ნაწარმოებების არსებული სტილი და ცდილობდნენ ეწერათ უფრო „მხატვრულად“, გამოეყენებინათ ბელეტრისტიკის მხატვრული მეთოდები. ეს მიმართულება საბოლოოდ ვერ შემორჩა, რადგან პრინციპულად ეწინააღმდეგებოდა პუბლიცისტიკაში დამკვიდრებულ დისკურსს, მაგრამ უთუოდ შეუნყო ხელი დოკუმენტურ-მხატვრული ჟანრების – პორტრეტული ნარკვევისა (Profile Writing) და სამოგზაურო ნარკვევის (Travel Writing) განვითარებას.

**პორტრეტული ნარკვევის** დანიშნულებაა რეალური ადამიანის სახით გვიჩვენოს სოციალური ტიპი, მისი ხასიათის ესა თუ

ის მხარე, რაც მოცემული საზოგადოების ბევრი პიროვნებისათვის არის საერთო. გავრცელებული შეხედულება, რომ რეპორტაჟი „მოვლენის ისტორია“, ხოლო ნარკვევი – „ხასიათის ისტორია“, პირველ რიგში სწორედ პორტრეტულ ნარკვევს შეეხება (არც ის უნდა იყოს შემთხვევითი, რომ ნარკვევების უდიდესი ნაწილი პორტრეტული ხასიათისაა). პორტრეტული ნარკვევის კომპოზიციური სტრუქტურა უპირველესად პერსონაჟის იდეური და ფსიქოლოგიური დახასიათების ამოცანებითაა განპირობებული. ავტორი კონკრეტულ ფაქტებზე, ცხოვრებისეულ სიტუაციებზე თუ საკუთარ დაკვირვებებზე დაყრდნობით გვიჩვენებს გმირის ცხოვრებისა და მოღვაწეობის მომენტებს, რითაც ქმნის მის სახეს, გამოკვეთს ხასიათს. მაგრამ ეს თვითმიზანი როდია – მთავარია, ავტორმა სწორად გაიაზროს, საზოგადოებრივი ცხოვრების რა ტენდენციებს გამოხატავს მისი გმირი, რომელ პროფესიულ თუ სოციალურ პრობლემას წარმოაჩენს იგი, რა ადგილი უჭირავს ადამიანთა ურთიერთმოქმედების სისტემაში.

საზღვარგარეთ ხშირად პორტრეტულ ნარკვევს „ბიოგრაფიულ ნარკვევს“ ანდა „საოჯახო ნარკვევსაც“ უწოდებენ. ბიოგრაფიული ცნობები, რა თქმა უნდა, აუცილებელია გმირის ხასიათის გამოსაკვეთად (მით უმეტეს, როცა ზოგიერთი ფაქტი თავისთავად ხსნის ბევრ რამეს), მაგრამ მას განსაზღვრავს არა ანკეტური მონაცემები, არამედ გმირის დამოკიდებულება გარემო სინამდვილისა და ნარკვევში დასმული პრობლემისადმი. სხვანაირად რომ ვთქვათ, პორტრეტული ნარკვევი გმირის ცხოვრების ბიოგრაფია კი არ არის, არამედ ხასიათის ბიოგრაფია. თავისთავად ცხადია, რომ ასეთ ნარკვევში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება დეტალების გამოყენებას, როგორც გმირის ხასიათის, ისე ცხოვრებისეული სურათების გამოსახატავად.

ამასთან ერთად, დოკუმენტური სახის შექმნას გარკვეული საერთო კანონზომიერებანიც უდევს საფუძვლად – პირველ ყოვლისა, ესაა ტიპიზაციის სპეციფიკური მეთოდი. ტიპიზაციის ტრადიციული ხერხი, რომელიც მხატვრული ლიტერატურისთვისაა დამახასიათებელი, შეიძლება ითქვას, კრებითი, სინთეზური ხასიათისაა და გამონაგონს ემყარება – ავტორი თავს უყრის საკუთარ ცხოვრებისეულ დაკვირვებებსა და შთაბეჭდილებებს და წარმო-



სახვის ძალით ქმნის გარკვეულ განზოგადებულ ტიპს, რომელიც მხატვრული ნაწარმოებში ინდივიდის სახით არის წარმოდგენილი, მაგრამ მრავალი სხვა ადამიანისათვის დამახასიათებელი თვისებების მატარებელია. ნარკვევის ავტორს ამგვარი სინთეზის – მრავალი ადამიანის სხვადასხვა თვისების ერთი პირისათვის მიკუთვნების უფლება არა აქვს (მისი გმირი რეალური პიროვნებაა და იმ თვისებას ვერ მიაწერს, რაც მას არ ახასიათებს). ამიტომ იგი რეალურ სინამდვილეში ეძებს კონკრეტულ პიროვნებას, რომელსაც ნარკვევის იდეის შესაბამისი ტიპური თვისებები აქვს, თვითონ შეიცავს თავის თავში ზოგადსა და საერთოს, თვითონ წარმოადგენს „ტიპს“.

ტიპიზაციის ეს მეთოდი პუბლიცისტიკის (საერთოდ, დოკუმენტალიზმის) საკუთრებად იქცა და სპეციალისტების ერთი ნაწილი მას, კრებითისაგან განსხვავებით, შერჩევითს უწოდებს. ტიპიზაციის, მხატვრული სახის შექმნის შერჩევითი მეთოდი ნარკვევში გამოყენებული ერთ-ერთი ძირითადი მეთოდია – იგი მკვეთრად ზრდის პროტოტიპის როლსა და მნიშვნელობას პუბლიცისტურ-მხატვრულ ნაწარმოებში (პროტოტიპი ის რეალური, სინამდვილეში არსებული პიროვნებაა, რომელსაც ავტორი ემყარება მხატვრული სახის შექმნისას). აქედან გამომდინარე, ნარკვევში და სხვა პუბლიცისტურ-მხატვრულ ჟანრებში მხატვრული სახის გარკვეულ მოდიფიკაციასთან გვაქვს საქმე – იგი პუბლიცისტიკის, დოკუმენტალიზმის არსებით გავლენას განიცდის. ეს ალბათ ბუნებრივიცაა, თუ გავითვალისწინებთ, რომ ჭეშმარიტი ხელოვნება ახალი სინამდვილის შექმნას ნიშნავს და საეჭვოა მისი „წმინდა“ ფორმების ძიება დოკუმენტალიზმში, რომელიც თვითონ არის რეალური სინამდვილე. ამავე დროს, ტექნოგენურ ხელოვნებათა განვითარებამ (რადიო, ფოტოგრაფია, კინო, ტელევიზია, ვიდეო) უფრო თვალსაჩინო გახადა დოკუმენტალიზმისა და ხელოვნების ურთიერთკავშირი და დაადასტურა, რომ ცხოვრების „წმინდა“ მხატვრულ ასახვასთან ერთად ყალიბდება დოკუმენტური ხელოვნება, სადაც მხატვრული სახე შეიძლება შეიქმნას რეალური სინამდვილის ფიქსაციის მეშვეობით. „სინამდვილეში ზოგჯერ არსებობს მოვლენები, რომლებიც საკმარისია სწორად გადმოვიტანოთ ქალაქდზე, რომ მხატვრული გამონაგონის ყვე-

ლა თვისება შეიძინონ“ – ამას ჯერ კიდევ ბელინსკი აღნიშნავდა ტურგენევის „მონადირის ჩანაწერების“ განხილვისას.

დოკუმენტური პორტრეტი იქმნება ობიექტური რეალობისა და ავტორის შინაგანი სამყაროს ურთიერთმოქმედების შედეგად, ამიტომ მასში გმირთან ერთად თვითონ ავტორიც აისახება. ავტორი გვიზიარებს თავის შთაბეჭდილებებს, გვამცნობს თავის შეხედულებებს გმირის შესახებ, გაიაზრებს მის პიროვნებას თავისი ინდივიდუალური თვალთახედვით, თავისი ესთეტიკური თუ ზნეობრივი პრინციპების შესაბამისად. ერთი და იგივე კონკრეტული პიროვნება სხვადასხვა ავტორის შემოქმედებაში შეიძლება სულ სხვადასხვა პორტრეტის მოდელად წარმოგვიდგეს.

პიროვნების დოკუმენტურობა გავლენას ახდენს აგრეთვე მისი ხასიათის გამოხატვის ხერხებზეც. თუ მხატვრულ ლიტერატურაში ხასიათი გამოხატულია როგორც გარეგნული, ისე შინაგანი მოქმედებით – გმირის განცდებით, ფიქრებით, ასოციაციებით და ა.შ. მხატვრულ პუბლიცისტიკას მხოლოდ გარეგნული მოქმედების ასახვა შეუძლია. ამ მხრივ იგი უფრო დრამატურგიას უახლოვდება, რადგან „სულიერი ცხოვრების სფეროდან დრამატული და სცენური სახეები იღებენ მხოლოდ იმას, რაც აშკარად გამოვლინდება ადამიანის ქცევაში“. ეს არ ნიშნავს, რომ ნარკვევისათვის მიუღებელია გამონაგონის მეთოდი, მას ისევე აქვს მისი გამოყენების უფლება, როგორც წმინდა მხატვრულ ჟანრებს. მაგრამ გამონაგონი ნარკვევში უშუალოდ რეალური ფაქტებიდან და მოვლენებიდან უნდა გამომდინარეობდეს – ავტორი ვერ მოიგონებს გმირის სახეს (მან ეს გმირი უნდა იპოვნოს), თვითნებურად ვერ მიაწერს მას რაიმე თვისებას და ვერ გაშლის თავის ფანტაზიას მისი სულიერი სამყაროს გადმოსაცემად. მას შეუძლია მხოლოდ შეავსოს და გაამდიდროს ეს სახე გმირის ხასიათზე საკუთარი დაკვირვებებითა და წარმოდგენებით, საინტერესო ანალოგიებითა და ასოციაციებით. სხვანაირად რომ ვთქვათ, ნარკვევის ავტორი გვიჩვენებს გმირის ქცევას, მოქმედებას, მაგრამ მის განცდებს კი არ აღწერს, არამედ თავის განცდებს, დასკვნებსა და შთაბეჭდილებებს გვიზიარებს მისი მოქმედების გამო.

რაც შეეხება გმირის შინაგანი მდგომარეობის ასახვას, ამის ნაწილობრივი კომპენსაცია შესაძლებელია საკმაოდ გავრცელებულ

ბული ე.წ. თვითგამოხატვის მეთოდით, როცა ნარკვევის პერსონაჟი თითქოსდა „ხმამალა ფიქრობს“, მსჯელობს, გულწრფელად გვამცნობს თავის პრინციპებსა და შეხედულებებს. ასეთი თვითგამოხატვა გმირის ინტელექტის, მსოფლმხედველობის, საერთოდ, პიროვნების „შიგნიდან დანახვის“ საშუალებას იძლევა და აძლიერებს მხატვრულ სახეს. შეიძლება ნარკვევი მთლიანად გმირის თხრობაზეც კი იყოს დამყარებული – ამ შემთხვევაში ავტორი გმირის პიროვნებასაა „ამოფარებული“, მისი სახელით გვიამბობს ფაქტებსა და მოვლენებზე, ცხოვრებისეულ პრობლემებზე, კონკრეტულ ადამიანებზე. თვითგამოხატვის მეთოდი განსაკუთრებით ეფექტურია სწორედ რადიოსა და ტელევიზიაში, სადაც პრესისაგან განსხვავებით, გმირის აზრებს ავტორი კი არ გადმოსცემს, არამედ თვითონ გმირი – რეალური პიროვნება მონოლოგის ანდა ავტორთან დიალოგის მეშვეობით. ამის შესანიშნავი მაგალითი იყო ჟურნალისტ ლ. კიკილაშვილის შემოქმედებითი პორტრეტების ციკლი რადიოსა და ტელევიზიაში – „სახსოვარი“, რომელშიც მან სახელმწიფო პრემია დაიმსახურა.

რა თქმა უნდა, მხოლოდ გმირის მონოლოგის თუ ავტორთან დიალოგის საფუძველზე შეუძლებელია პორტრეტის, ე.ი. ნარკვევის შექმნა, მაგრამ იგი უთუოდ მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ხასიათის წარმოჩენასა და საბოლოოდ მხატვრული სახის გამოკვეთაში. მონოლოგი და დიალოგი რადიონარკვევში საშუალებას იძლევა გავიცნოთ გმირი არა მარტო მისი გაკეთებული საქმეებით, ავტორის აღწერით, ნაცნობ-მეგობრების ნაამბობით, არამედ „საკუთარი პერსონით“ – გავიგოთ მისი შინაგანი სამყარო, პრინციპები, წარმოდგენები და შეხედულებები, მოვისმინოთ მისი ხმა, რომელიც ინტონაციურად გადმოსცემს პიროვნების სულიერ მდგომარეობას, ტემპერამენტს, ხასიათის თავისებურებებს. მსმენელი ნარკვევის პერსონაჟს მნიშვნელოვანწილად მისი საუბრის, მეტყველების მანერის, ხმის ტემბრის მიხედვით აღიქვამს – მათი მეშვეობით წარმოიდგენს ადამიანის ასაკს, ხასიათს და გარეგნობასაც კი (საკმარისია გავისხენოთ ქართული ფილმების – „არაჩვეულებრივი გამოფენისა“ და „შერეკილების“ პერსონაჟები პიპინია და „ბიძია ბაბუა“ ქრისტეფორე, რომელთა სახეების შექმნას მსახიობ ვ. ჩხაიძის თამაშთან ერთად ეროსი მანჯგალაძის გახმოვა-

ნებასაც უნდა ვუმაღლოდეთ). პიროვნების მეტყველება ყოველთვის ინდივიდუალურია, იგი განუყოფელია მისი ფსიქიკური წყობისა და სოციალური მდგომარეობისაგან. ამ ინდივიდუალობის გამომჟღავნება ყველაზე უფრო რადიონარკვევშია შესაძლებელი და ჟურნალისტიკა აუცილებლად უნდა გამოიყენოს იგი გმირის წარმოდგენისათვის. აქედან გამომდინარე, უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ისეთი გმირის პოვნას, რომელსაც თვითგამოხატვის უნარი აქვს – გულწრფელად, სახიერად და ემოციურად შეუძლია საუბარი. ერთი სიტყვით, თუ არსებობენ ფოტოგენური და ტელეგენური პიროვნებები, არსებობენ ფონოგენური პიროვნებებიც და რადიოჟურნალისტს უნდა შეეძლოს მათი მოძებნა. ასეთი „ინტერვიუ-პორტრეტი“ ფაქტობრივად ინტერვიუ კი აღარაა, არამედ პორტრეტული ნარკვევის სახეობად გვევლინება.

ყოველივე ზემოთქმული ნათლად გვიჩვენებს აგრეთვე იმ შემოქმედებით თავისებურებებს, რომელიც რადიონარკვევის შექმნის პროცესს განასხვავებს საგაზეთო ნარკვევისაგან. გაზეთის ჟურნალისტი ნარკვევის სახეებს „ხატავს“ წინასწარ შეგროვებული ცნობებისა და საკუთარი შთაბეჭდილებების გულდასმით ანალიზის შემდეგ, რადიოჟურნალისტი კი პერსონაჟის ხასიათს ძირითადად აღბეჭდავს გმირისა თუ მისი კოლეგების და ახლობლების უშუალოდ აუდიოჩანერის პროცესში, შემდგომ, მონტაჟის დროს იგი მხოლოდ აზუსტებს და გამოყოფს დამახასიათებელ დეტალებს. აქედან გამომდინარე, ცხადია, რომ რადიოჟურნალისტიკა ყველაზე მთავარი და მნიშვნელოვანი უნდა შეარჩიოს სწორედ დოკუმენტური მასალის შეგროვების დროს, თორემ შემდეგ ველარაფერს უშველის ჩანანერების სიმწირეს ანდა მასში ზოგადი აზრებისა და ფრაზების სიუხვეს.

თხრობის ლაკონიურობა, გმირის განცდებისა და მოქმედების, ყოფითი სურათების თუ პეიზაჟების კონკრეტული ჩვენება აუცილებლად მოითხოვს ნარკვევში ზუსტი დეტალების გამოყენებას. დეტალი ტიპიზაციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საშუალებაა. იგი მთელის ის ნაწილია, რომელიც მის არსს ან უმნიშვნელოვანეს ნიშან-თვისებას გამოხატავს. კონკრეტული, დამახასიათებელი დეტალების მეშვეობით იქმნება ადამიანთა პორტრეტები და სხვა მხატვრული სახეები, თვალსაჩინო ხდება ფაქტები და

მოვლენები (მხატვრული დეტალების გამოყენების კლასიკურ ნიმუშად შეიძლება ჩაითვალოს, მაგალითად, რ. ინანიშვილის მოკლე ჩანახატების ციკლი – „სამაგიდო რვეულებიდან“). ნარკვევის ავტორის ოსტატობა პრობლემისა და ხასიათების დანახვასთან ერთად, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, დეტალების ზუსტად შემჩნევასა და გამოსახვაშიც მყლანდებ. თავისთავად ცხადია, რომ რადიონარკვევში ყველა სხვა დეტალთან ერთად განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება აკუსტიკური დეტალების გამოყენებას, რომელიც საგნის, მოვლენისა თუ სიტუაციის ბგერით სახეს წარმოქმნის. ასეთი დეტალებით მეტად ეფექტურია ყოფითი სურათის ჩვენება, იმ გარემოს წარმოჩენა, რომელშიაც ცხოვრობენ, შრომობენ და მოქმედებენ ნარკვევის პერსონაჟები. ეს აძლიერებს გმირის რეალურობას, რადგან იგი რაღაც აბსტრაქტულ სივრცეში კი არაა წარმოდგენილი, არამედ კონკრეტულ დროში და კონკრეტულ ადგილზე.

**სამოგზაურო ნარკვევი** თავისი კომპოზიციური სტრუქტურით მკვეთრად განსხვავდება პორტრეტული ნარკვევისაგან. საერთოდ, მოგზაურობამ როგორც კომუნიკაციის ისტორიულმა ფორმამ განაპირობა ლიტერატურაში განსაკუთრებული მხატვრული, მხატვრულ-დოკუმენტური და დოკუმენტური ფორმების წარმოშობა (საკმარისია გავიხსენოთ ჰომეროსის „ოდისეა“, სერვანტესის „დონ კიხოტი“, ჰაინეს „მოგზაურობის სურათები“, ი. ჭავჭავაძის „მგზავრის წერილები“, გ. წერეთლის „კიკოლიკი, ჩიკოლიკი და კუდაბზიკა“ და სხვ.), ჟურნალისტიკაში კი მთელი მიმართულება შექმნა – ე.წ. თრეველჟურნალისტიკა. თემატურად სამოგზაურო ნარკვევს შეუძლია მოიცვას გაცილებით მეტი მასალა და თანამედროვეობასთან თუ წარსულთან დაკავშირებული სხვადასხვა საკითხი (თუმცა არც ის არის გამორიცხული, რომ მთელი მოგზაურობა ერთი ძირითადი თემის მიხედვით იყოს გააზრებული). კომპოზიციურად კი მის ღერძს წარმოადგენს ავტორის მოგზაურობა – ფაქტებისა და მოვლენების მუდმივი ცვლა, პრობლემებისა და ხასიათების სიმრავლე. აქ არაა აუცილებელი დროისა და ადგილის ერთიანობა, შეკრული სიუჟეტი, პერსონაჟების ურთიერთდაკავშირება და ა.შ., პუბლიცისტიკისა და ხელოვნების (ბელეტრისტიკის) ელემენტები თანაბრად შეიძლე-

ბა იყოს გამოყენებული. უფრო მეტიც, ზოგიერთ სამოგზაურო ნარკვევში (განსაკუთრებით საგანმანათლებლო ხასიათისა) ისე აშკარად არის გამოკვეთილი შემეცნებითი ფუნქცია, რომ იგი პუბლიცისტურ-მხატვრული კი არა, პუბლიცისტურ-მხატვრულ-სამეცნიერო ჟანრის სახეს იღებს. სამოგზაურო რადიონარკვევის გარკვეულ სპეციფიკად შეიძლება ჩაითვალოს ისიც, რომ მასში შეიძლება გამოყენებულ იყოს როგორც სხვადასხვა ადგილას, ისე სხვადასხვა დროს შექმნილი დოკუმენტური ჩანაწერებიც. მათი ერთ გადაცემაში გაერთიანება არა მარტო სივრცეში, არამედ დროში მოგზაურობის საშუალებასაც იძლევა. დროისა და სივრცის კოორდინატების ასეთი შეერთება, წარსულისა და თანამედროვეობის დაკავშირება, მათი პარალელური აღქმა კი მეტად ეფექტურია – ახლებურად წარმოაჩენს საგნებს, სიტუაციებს, ადამიანთა ხასიათებს.

სამოგზაურო ნარკვევის უპირველესი თავისებურება ისაა, რომ აქ განსაკუთრებით დიდია ავტორის – ნარკვევის მთავარი გმირის როლი. იგია სიუჟეტის წარმმართველი და როგორც იდეურად, ისე კომპოზიციურად აერთიანებს მთელ ნაწარმოებს. ფაქტობრივად, სამოგზაურო ნარკვევი ავტორის მოგზაურობის პუბლიცისტურ-მხატვრული გააზრებაა, მისი დაკვირვებები, ფიქრები და შთაბეჭდილებებია. მასში ფაქტები და მოვლენები უბრალოდ კი არაა აღნიშნული, არამედ გარკვეული იდეურ-მხატვრული პოზიციებიდან არის დანახული, განხილული და შეფასებული. ამასთან, ავტორს შეუძლია გამოიყენოს ისტორიულ-გეოგრაფიული ცნობები, სტატისტიკური მონაცემები, პირადი დაკვირვებები, აღწეროს ბუნების სურათები და შექმნას ადამიანთა პორტრეტები – ერთი სიტყვით, მას აქ შემოქმედებითი ხერხების გამოყენების მრავალი შესაძლებლობა აქვს, რაც თავის მხრივ, განაპირობებს სამოგზაურო ნარკვევის უნივერსალურ ხასიათს, მასში პრობლემური და პორტრეტული ნარკვევების ელემენტების არსებობას (რომ არაფერი ვთქვათ რეპორტაჟის, ინტერვიუს, ჩანახატისა და ა.შ. ელემენტებზე).

საერთოდ, ავტორს მნიშვნელოვანი როლი აკისრია ნებისმიერი სახეობის ნარკვევში. რა თქმა უნდა, ავტორის პიროვნება მხატვრულ ნაწარმოებშიც მჟღავნდება, მაგრამ ნარკვევში, მისი

დოკუმენტურობის გამო, იგი განსხვავებული სახითაა წარმოდგენილი. ბელეტრისტულ ნაწარმოებში ავტორის სახე მხატვრული ტიპიზაციის კანონების მიხედვითაა შექმნილი და უმრავლეს შემთხვევაში არაფერი აქვს საერთო რეალურ ავტორ-მწერალთან (გავიხსენოთ, რომ ბევრი მწერალი ქალი ნაწარმოებში მთხრობელი მამაკაცის როლში გამოდის, ბევრი მწერალი მამაკაცი კი ქალის ან ბავშვის პირით გადმოსცემს ამბავს). ნარკვევში გამოსახული ავტორი კი იდენტურია პუბლიცისტის პიროვნებისა (გამონაკლისს წარმოადგენს მხოლოდ ნარკვევისა და ფელეტონის ზოგიერთი სახეობა, რომლებიც მხატვრული ლიტერატურის ტრადიციებს ემყარება). იგი „ლეგალიზებულია“, საზოგადოებისათვის ცნობილია როგორც რეალური, კონკრეტული პიროვნება და ამიტომ აშკარად გამოხატავს თავის დამოკიდებულებას ფაქტებისა და მოვლენებისადმი, ცხოვრების საჭირობოროტო საკითხებისადმი, ნარკვევის პერსონაჟებისადმი.

ნარკვევი, შეიძლება ითქვას, ყველაზე სუბიექტური და ინდივიდუალიზებული ჟანრია, რომელშიც ნათლად ჩანს პუბლიცისტისტიკაში პიროვნული ფაქტორის განვითარების ტენდენციები, აშკარად მჟღავნდება ჟურნალისტის შინაგანი სამყარო და მასზე დაყრდნობით ხდება სინამდვილის შეცნობა. ზოგიერთ შემთხვევაში გვხვდება ისეთი ნარკვევებიც, სადაც ავტორი საკუთარ აზრებს პერსონაჟებს მიანერს ხოლმე, მაგრამ ეს არაა ტიპური ამ ჟანრისათვის. პუბლიცისტი საზოგადოებრივი აზრის წარმომადგენელია, გარკვეული პოზიციის დამცველია და უმჯობესია აშკარად გამოდიოდეს ასპარეზზე. აქედან გამომდინარე, „ავტორი – მკითხველის“, „ავტორი – მსმენელისა“ და „ავტორი – მაცურებლის“ კავშირი ნარკვევში პირდაპირია, განსხვავებით მხატვრული ლიტერატურისა, რომელიც ამ კავშირს მთელი რიგი შუალედური რგოლების – მხატვრული სახეების, გმირთა ხასიათების, კომპოზიციური ხერხების მეშვეობით ახორციელებს.

ავტორისეულ სანყისებს ნარკვევში განსაკუთრებული სოციალურ-შემოქმედებითი დატვირთვა აქვს – მისი მეშვეობით გამოიხატება ნაწარმოების იდეურ-ესთეტიკური კონცეფცია, მოქალაქეობრივი პათოსი. ავტორის თვითგამოხატვის ხერხებია: პოლემიზმი, დიალოგიზმი, შინაგანი მონოლოგი, ლირიკული გადახვე-

ვები, ავტორისეული ფიქრები, განმარტებები და რემარკები, საზოგადოებისადმი პირდაპირი მიმართვები და ა.შ. ავტორისეული სტილი გამოიხატება აგრეთვე ცალკეული დეტალების ჩვენებით, ასოციაციების ინდივიდუალობით, ენის თავისებურებებით. ეს უკანასკნელი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს რადიონარკვევში. რადიონარკვევის ენობრივი სტრუქტურა მეტად რთული და მრავალფეროვანია როგორც სიტყვიერი, ისე ინტონაციური თვალსაზრისით. მასში აღწერაც არის, თხრობაც, მსჯელობაც, მონოლოგიც (გმირისა თუ ავტორისა), დიალოგიც და ა.შ. ყოველ მათგანს თავისი აზრობრივი და ემოციური დატვირთვა აქვს, ლექსიკურად და ფონიკურად ერთმანეთისაგან განსხვავებულია. მაგრამ აქ ძირითადად საქმე გვაქვს ორ ძირითად ფორმასთან – ავტორის მიერ დაწერილ ლიტერატურულ ტექსტთან და პერსონაჟების ზეპირ საუბართან. თუ რამდენადაა ერთმანეთს შეხამებული და შეგუებული ეს ორი, პრინციპულად განსხვავებული ფორმა, განსაზღვრავს რადიონარკვევის ხარისხსა და ავტორის პროფესიულ ოსტატობას. როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, აქ ალბათ ყველაზე სწორია ავტორის ტექსტის ზეპირ საუბართან მიახლოების ტენდენცია (და არა პირიქით, როცა ნარკვევის პერსონაჟებს წინასწარ დაწერილ ტექსტს აკითხებენ). ეს შეესაბამება რადიოს სპეციფიკას, რომელიც „ცოცხალი საუბრის“ პრინციპებს ემყარება და მოითხოვს რადიონარკვევის მთელ სისტემაში სასაუბრო ინტონაციის შენარჩუნებას.

ამიტომ, რომ პროფესიული რადიოჟურნალისტების უმრავლესობა ერიდება საავტორო ტექსტის მესამე პირში დაწერას (რომელსაც მსახიობი ან დიქტორი კითხულობს) და ჟურნალისტის ნაამბობის ფორმას ანიჭებს უპირატესობას – თვითონ გამოდის მიკროფონთან. ზოგჯერ კი ისიც ხდება, რომ ავტორს თავისი დიქცია ან მეტყველების ხარისხი არ აკმაყოფილებს, მაგრამ მაინც პირველ პირში, ნაამბობის ფორმით წერს საავტორო ტექსტს და თავისი სახელით მსახიობი-მთხრობელი შემოჰყავს რადიონარკვევში. ჟურნალისტის ნაამბობი მნიშვნელოვანწილად იმპროვიზებული ხასიათისაა და განსხვავდება „წმინდა“ ლიტერატურული ტექსტისაგან. იგი ყოველთვის არსებულ მომენტს გამოხატავს, მაგრამ



ადვილად ეხამება და აერთიანებს აუდიოჩანაწერებს, რომლებიც სხვადასხვა დროს და სხვადასხვა ადგილას არის აღბეჭდილი.

რა თქმა უნდა, ავტორის პიროვნება ყველა რადიონარკვევში ერთნაირად როდია წარმოდგენილი (ეს უპირველესად დამოკიდებულია ნაწარმოების ხასიათზე და ავტორის იდეურ-მხატვრულ ჩანაფიქრზე), მაგრამ მის მიკროფონთან საუბარს იმდენად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება, რომ ზოგიერთი მკვლევარი ფორმის მიხედვით გამოჰყოფს რადიონარკვევის ორ სახეობას – ავტორის მონაწილეობით (როცა იგი თავად გამოდის მიკროფონთან და პირადად მოგვითხრობს თავისი გმირების შესახებ – ცხადია, დოკუმენტური ჩანაწერების მოშველიებით) და ავტორის მონაწილეობის გარეშე – დიქტორის ან მსახიობის კითხვით. ასეთ კლასიფიკაციასაც აქვს არსებობის უფლება, მაგრამ სადავოა, როცა რადიონარკვევის „საავტორო“ ფორმას რადიონაამბობს ან რადიომოთხრობას უწოდებენ, რამაც შეიძლება არამარტო ტერმინოლოგიური გაუგებრობანი გამოიწვიოს – რადიონაამბობი ჟანრული თვალსაზრისით ან გამოსვლაა ანდა კორესპონდენცია, მოთხრობა კი წმინდა მხატვრული ჟანრია და მისი რადიონარკვევის სახეობად გამოცხადება გაუმართლებელია. საერთოდ, გაუმართლებელია ბელეტრისტიკის ტერმინების რადიოუბლიცისტიკაში გადმოტანა, რასაც არცთუ იშვიათად მიმართავენ რადიოს თეორეტიკოსებიც და პრაქტიკოსებიც.

დაბოლოს, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ რადიონარკვევების დიდი ნაწილი ჩართულია ჟურნალის ტიპის პროგრამებში, რაც უთუოდ ახდენს ზეგავლენას მის ხასიათზე – კომპოზიციური სტრუქტურა უფრო კომპაქტურია, ავტორის თხრობა – ლაკონიური და დინამიკური, დოკუმენტური ჩანაწერები მაქსიმალურად დამონტაჟებულია და ა.შ. არცთუ იშვიათად კი რადიონარკვევის სახელით რადიოჩანახატი გადაიცემა.

**რადიოჩანახატი.** ზოგიერთი მკვლევარი ჩანახატს ნარკვევის სახეობად მიიჩნევს პრობლემური, პორტრეტული და სამოგზაურო ნარკვევების მსგავსად. მაგრამ ეს გაუმართლებელია თუნდაც იმიტომ, რომ სამივე ტიპის ნარკვევებში ჩანახატი შეიძლება ჟანრული ელემენტის სახით იყოს წარმოდგენილი. როგორც თვითონ სახელწოდება გვიჩვენებს, მისი დანიშნულებაა სინამდვილის რა-

ლაც მონაკვეთის მოხაზვა, კონტურებში გამოხატვა. მხატვრულ ლიტერატურაში (საერთოდ, ხელოვნებაში) მისი პარალელური ცნებებია ესკიზი („დიდი მხატვრული ტილოს ჩანაფიქრის ცალკეული მონახაზი“) და ეტიუდი („მხოლოდ ერთი მომენტის მხატვრული განსახიერება“). რადიოჩანახატს არა აქვს რადიონარკვევისათვის დამახასიათებელი კომპოზიციური სისრულე, სიღრმე, პრობლემურობა. მისთვის უცხოა სიტუაციის ან ხასიათის კვლევის პროცესი. ესაა შედარებით მცირე ფორმის ნაწარმოები, რომელიც ცხოვრების ერთ კონკრეტულ მომენტს ან ადამიანის ხასიათის ერთ დასამახსოვრებელ მხარეს წარმოაჩენს. თუ რადიონარკვევი პუბლიცისტურ-მხატვრული, ე.ი. ინფორმაციულ-ანალიტიკურ-მხატვრული ჟანრია, რადიოჩანახატი, შეიძლება ითქვას, ინფორმაციულ-მხატვრულია – მას არა აქვს განზოგადებისა და ტიპიზაციის პრეტენზია, თუმცა ინფორმაციასთან ერთად აუცილებლად შეიცავს მხატვრულ ელემენტს. რადიოჩანახატი შეიძლება წარმოადგენდეს პორტრეტის მონახაზს, სიტუაციის ჩვენებას, ბუნების აღწერას და ა.შ., იყენებდეს რადიოს ნებისმიერ გამოსახვით საშუალებას – ზეპირ სიტყვას, ხმაურს, მუსიკას, და სხვადასხვა ჟანრულ ელემენტს, ინტერვიუს თუ რეპორტაჟის კადრებს. მის მთავარ სპეციფიკურ ნიშნებად შეიძლება მივიჩნიოთ აღწერილობისა და მხატვრული დეტალების ერთობლიობა.

**დოკუმენტურ-მხატვრული რადიოკომპოზიცია.** ეს არის რადიოკომპოზიციის მეორე სახეობა, რომელიც ანალიტიკური ხასიათის დოკუმენტური რადიოკომპოზიციისაგან განსხვავებით დოკუმენტურ-მხატვრული ჟანრების ჯგუფს მიეკუთვნება. მას სინამდვილის ასახვის უდიდესი შესაძლებლობანი გააჩნია, რადგან იყენებს რადიოს ყველა გამოსახვით საშუალებას და შეიძლება აერთიანებდეს ნებისმიერი დოკუმენტური თუ მხატვრული ჟანრის ელემენტებს. აქ წამყვანის (ავტორის) ტექსტს შეიძლება ენაცვლებოდეს გამოსვლები, რეპორტაჟისა და ინტერვიუს კადრები, ლექსები, სიმღერები, თეატრალური თუ მუსიკალური ნაწარმოებების ფრაგმენტები და ა.შ.

ათეული წლების მანძილზე საბჭოთა რადიომაუწყებლობაში სწორედ დოკუმენტურ-მხატვრული რადიოკომპოზიციის ფორ-

მით „შუქდებოდა“ საზეიმო თარიღები და იუბილეები, პოლიტიკური ღონისძიებები და კამპანიები, საერთო-საკავშირო მიღწევები (ვთქვათ, კოსმოსის სფეროში). ტიპური რადიოკომპოზიციები იყო, მაგალითად, საქართველოს გასაბჭოების 50 წლისთავისადმი მიძღვნილი გადაცემების ციკლი „იდიდე მარად, ჩემო სამშობლოვ!“, რომელიც საბჭოთა ხელისუფლების წლებში ცალკეული რაიონების წარმატებებზე მოგვითხრობდა.

რადიოკომპოზიციის მონათესავე ჟანრია ე.წ. პაკეტი. ეს ტერმინი ძირითადად უცხოეთის რადიოსადგურებშია გავრცელებული (მაგალითად, რადიოსადგური „თავისუფლება“) და ჩვენთან ვერ დამკვიდრდა, თუმცა გამოიყენებოდა ბოლო ათწლეულში. პაკეტი – ესაა მცირე მოცულობის დოკუმენტური სიუჟეტი თუ ეპიზოდი, სადაც წამყვანის მეშვეობით გაერთიანებულია მოკლე ინტერვიუ (ან ინტერვიუები), ვინმეს გამოსვლის ფრაგმენტი, საარქივო ჩანაწერი, მუსიკა, ნაწყვეტი წიგნიდან და ა.შ. რადიოკომპოზიციისაგან განსხვავებით, რომელიც 20-30 წუთს აღწევს, პაკეტის საშუალო ხანგრძლივობა 5-6 წუთია (იშვიათად 7-8 წუთი), ხოლო თითოეული შემადგენელი კომპონენტისა – საშუალოდ 1 წუთამდე. პაკეტის წარმოშობა განაპირობა ისეთი თემების არსებობამ, რომლებიც არც ისე მნიშვნელოვანია, რომ ცალკე მრავალსიუჟეტოანი გადაცემა დაეთმოს, მაგრამ მაინც რამდენიმე კუთხით გაშუქებას მოითხოვს და ჩვეულებრივი მონოლოგური გამოსვლით ან ერთ პიროვნებასთან ინტერვიუთი ვერ ამოიწურება. გარდა ამისა, ასეთი ფორმა მეტად დინამიკურია და ინტერესსა და ხალისს მატებს დღის მთელ პროგრამას.

**რადიოფილმი.** როგორც ადრე აღვნიშნეთ, რადიოკომპოზიციისაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება დოკუმენტურ ჩანაწერებს, რომლებიც სხვადასხვა ჟანრული სტრუქტურების ფრაგმენტებს წარმოადგენენ. ამ ჩანაწერების მონტაჟურ ერთიანობას უკავშირდება რადიოფილმის ცნება, რომელსაც ზოგიერთი მკვლევარი რადიონარკვევის პირველსახედ მიიჩნევს, ზოგი კი – დამოუკიდებელ რადიოჟანრად, ანდა რადიოკომპოზიციის სახეობად.

რადიოფილმი წარმოიშვა რადიოდრამასთან ერთად როგორც რადიოხელოვნების თავისებური დრამატული ფორმა და მისი

პირველი ავტორების მიერ განისაზღვრებოდა, როგორც „მხოლოდ ბგერებისაგან შედგენილი ფილმი... მწყობრი სასცენარო გეგმის მიხედვით ორგანიზებული ბგერითი რიგი“. რადიოფილმში თითქოსდა ხორცს ისხამდა მუნჯი კინოს შემოქმედთა ოცნება ხმოვან ფილმზე და, ბუნებრივია, განიცდიდა კინოს პოეტიკის ძლიერ გავლენას (კინოდან აიღო მან კადრი, ტიტრი და მონტაჟი). მაგრამ ეს მხატვრული ფორმა – რადიოდადგმა ანდა „სპექტაკლი რადიოთი“ (როგორც რადიოფილმს უწოდებდნენ 1930-1931 წლებში) ემყარებოდა მხოლოდ რეალურ ფაქტებს, რეალური ადამიანების ცხოვრებას და მაქსიმალურად იყენებდა დოკუმენტურ მასალას – პირველ რიგში ფონოდოკუმენტებს. საზღვარგარეთ რადიოდადგმისა და დოკუმენტალისტიკის ასეთი სინთეზის აღსანიშნავად იხმარებოდა ტერმინი „ფიჩე“ (feature). „ფიჩეს“ უწოდებდნენ სინამდვილეში მომხდარი ამბავის დრამატიზებულ ფორმას, რომელშიც გამოყენებული იყო ფონოდოკუმენტები ანდა მათი დადგმითი იმიტაციები, იგი ჩამოყალიბდა 30-იან წლებში და მაქსიმალურ განვითარებას მიაღწია მეორე მსოფლიო ომის დროს ინგლისისა და აშშ-ის რადიოთეატრებში (ამჟამად საზღვარგარეთულ რადიოჟურნალისტიკაში „ფიჩეს“ უწოდებენ ყოველგვარ მრავალკომპონენტურ დოკუმენტურ გადაცემას).

ქვეყანაში მომხდარ ყველა მნიშვნელოვან მოვლენას საბჭოთა რადიო ეხმაურებოდა რადიოფილმების სერიით. იგი თანდათან იქცა საზეიმო პატაკის ფორმად, რომელიც ხალხსა და ხელისუფლებას მოახსენებდა საბჭოთა ქვეყნის განუხრელი აღმავლობის შესახებ (ლოკალურ, კამერულ თემებს, როგორც წესი, იგი არ ეხებოდა). მაგრამ დადგმით-დოკუმენტურ რადიოფილმებს დიდი ხნის ისტორია არა ჰქონია – ომისშემდგომ წლებში ამ ფორმით მხოლოდ რამდენიმე გადაცემა მომზადდა (ლენინგრადის ბლოკადაზე, კოსმოსურ გაფრენებზე, გამარჯვების წლისთავებზე და ა.შ.), ისიც უმეტესად არა დადგმის, არამედ პუბლიცისტურ-მხატვრული კომპოზიციების სახით.

უფრო სიცოცხლისუნარიანი გამოდგა და დღემდე აზრთა გარკვეულ სხვადასხვაობას იწვევს დოკუმენტური რადიოფილმი, რომელიც ასევე 30-იანი წლებიდან იღებს სათავეს. ზოგიერთი

მკვლევრის აზრით, ერთადერთი ნიშანი, რომელიც ე.წ. დოკუმენტურ რადიოფილმს თითქოს განასხვავებს რადიოკომპოზიციისაგან, ისაა, რომ მასში რაც შეიძლება ნაკლები უნდა იყოს წამყვანის ტექსტი („აღწერილი მომენტები“). მაგრამ რადიოს სპეციფიკის გამო (რომელსაც გამოსახულება არ გააჩნია და სიტყვის აღწერილი ფუნქცია განსაკუთრებით ძლიერია) ავტორის ტექსტს იმდენად დიდი მნიშვნელობა აქვს, რომ მას თვითონ რადიოთეატრმაც ვერ აუარა გვერდი და რადიოსპექტაკლების უმრავლესობაში მაორგანიზებელ როლს მთხრობელი ასრულებს. ვერცერთი რადიოკომპოზიცია, თუნდაც რადიოფილმი დავარქვათ, ვერ შეიქმნება წამყვანის ტექსტის გარეშე, რადგან უმისოდ შეუძლებელია სხვადასხვა ფრაგმენტის ერთ სტრუქტურაში გაერთიანება. ხოლო ამ ტექსტის მოცულობის ცვლა (რაც თემითა და ავტორის ჩანაფიქრითაა განპირობებული) სტრუქტურის ცვლილებებს ვერ გამოიწვევს, რადგან მისი აგების პრინციპი უცვლელი რჩება. ასე რომ, დღევანდელი გაგებით ე.წ. დოკუმენტური რადიოფილმი იგივეა, რაც პუბლიცისტური (დოკუმენტური) რადიოკომპოზიცია, იგი მისი ისტორიული პირველსახეა.

ფაქტობრივად, დოკუმენტური რადიოფილმი იმდენად ახალი ფორმის (მით უმეტეს, ჟანრის) აღმოჩენა არ ყოფილა, რამდენადაც მეთოდისა. უფრო ზუსტად, ეს იყო კინოს მეთოდის (ფიქსაცია და მონტაჟი) გადმოტანა რადიოთეატრსა და რადიოკუმენტალისტიკაში. სულაც არაა შემთხვევითი, რომ მისი პირველი ფორმები ფართოდ გავრცელდა რადიოპუბლიცისტის ჩამოყალიბების პერიოდში, ხოლო ხმოვანი კინოს განვითარების, ტელევიზიის წარმოშობისა და, რაც მთავარია, სპეციფიკური რადიოჟანრების ფორმირების შემდეგ ისტორიას ჩაჰბარდა. მან თავის როლი შეასრულა – საფუძველი ჩაუყარა რადიოპუბლიცისტისტიკაში სინამდვილის უშუალო აღბეჭდვისა და დოკუმენტური კადრების მონტაჟური გამოყენების მეთოდებს, ბიძგი მისცა ისეთი ჟანრებისა და ფორმების ჩამოყალიბებას, როგორცაა მონტაჟური რეპორტაჟი, რადიოკორესპონდენცია, რადიონარკვევი და რადიოკომპოზიცია.

დღევანდელ დინამიკურ რადიომაუნყებლობაში არცერთი ზემოთ განხილული სინთეზური ჟანრი აღარ გამოიყენება რეპორ-

ტაჟის გარდა (ისიც საკმაოდ იშვიათად), რაც ძალიან აღარიბებს რადიოჰუმბლიცისტიკის გამოსახვით მხარეს (ძველი თაობის ბევრ წარმომადგენელს ახსოვს ალბათ, თუნდაც „ბი-ბი-სისა“ ან „გერმანული ტალღის“ დოკუმენტური ჩანაწერებით, ხმებითა და მუსიკით გაჯერებული ვრცელი რადიონარკვევები, რადიოკომპოზიციები თუ რადიოფილმები გამოჩენილ მწერლებზე, მხატვრებზე, მსახიობებზე, კომპოზიტორებსა და მუსიკოს-შემსრულებლებზე). როგორც ჩანს, უფრო იოლი და მოსახერხებელია სტუდიაში საუბარი ანდა წამყვანების თუ დიჯეების სატელეფონო კავშირი რადიომსმენელებთან, რომელიც, არცთუ იშვიათად, სატელეფონო ფლირტს უფრო წააგავს. არადა, როგორც ბევრჯერ აღვნიშნეთ, აუდიტორიასთან პირდაპირი დიალოგის შესაძლებლობა რადიო-ტელევიზიის ერთ-ერთი დიდი უპირატესობაა ბექდურ მედიასთან შედარებით. ამან განაპირობა საეთერო ჟურნალისტიკაში ისეთი ჟანრის წარმოშობა, როგორიცაა ტოქშოუ.

მიუხედავად ვარიაციების სიმრავლისა, **ტოქშოუ** ისეთ სავალდებულო და სპეციფიკურ ნიშან-თვისებებს შეიცავს, რომ ძნელია სხვა ჟანრში აერიოს მსმენელსა და მაყურებელს. ესაა – მასობრივი აუდიტორიის უშუალო ჩართვა გადაცემაში (თვითონ სტუდიაში სატელევიზიო ტოქშოუს დროს და ტელეფონით – რადიოტოქშოუს პირობებში), სტუდიაში კომპეტენტური პირების – ექსპერტების მონვევა, სპეციალური წამყვანის – შოუმენის აუცილებლობა და ა.შ.

ტოქშოუ, როგორც ცნობილია, თავდაპირველად რადიოში წარმოიშვა. ჯერ კიდევ 30-იან წლებში აშშ-ის რადიოეთერში გადაიცემოდა ე.წ. „ბრეკფესტშოუ“ („დილის შოუ“), რომელიც წარმოადგენდა რადიოპროგრამის წამყვანთა სატელეფონო დიალოგს მსმენელებთან. სწორედ მაშინ გაირკვა ტოქშოუს მთავარი პრინციპი: აუდიტორიის აქტიური მონაწილეობა რადიოსაუბარში, მსმენელების რაც შეიძლება დიდი რაოდენობისათვის სტუდიაში დარეკვისა და შეკითხვის თუ საკუთარი აზრის გამოთქმის შესაძლებლობის უზრუნველყოფა. ფაქტობრივად, ამ დროიდან იწყება ე.წ. ინტერაქტიური რადიომაუწყებლობა და სწორედ ამ პრინციპის გამო ტოქშოუს რადიოში დღეს სატელეფონო შოუს

სახე აქვს – სტუდიაში მასობრივი აუდიტორიის თავმოყრა და თავისებური თეატრალიზებული სანახაობის ორგანიზება (მაყურებლებისათვის განკუთვნილი იარუსებით, ექსპერტებისთვის გამოყოფილი ადგილით, წამყვანის სამოძრაო სივრცით და ა.შ.). ტელევიზიის პრეროგატივად იქცა. ტოქმოუ შეიძლება ნებისმიერ თემაზე მოენყოს: მწვავე პოლიტიკურ პრობლემებზე, ეკონომიკის, მეცნიერების, კულტურის, სპორტის და სხვ. საკითხებზე, ჰქონდეს საგანმანათლებლო თუ გასართობი ხასიათი (მუსიკალური თუ ლიტერატურული ილუსტრაციების თანხლებით).

ტოქმოუს თავისებურ გლობალურ ვარიანტს წარმოადგენდა ე.წ. რადიოხიდეები, რომლებიც ტელეხიდეების პარალელურად რამდენიმე ხნით დამკვიდრდა საბჭოთა რადიომაუწყებლობაში, მაგრამ უცხოეთთან იდეოლოგიური დაპირისპირების მოხსნის შემდეგ ეთერიდან გაქრა და განვითარება ველარ პოვა (პირველი რადიოხიდი „სსრკ-აშშ“ შედგა 1986 წელს – ორი საათის განმავლობაში დედამიწის ორი სხვადასხვა ნახევარსფეროდან ერთმანეთს ესაუბრებოდნენ მოსკოვისა და სამხრეთ ილიონისის უნივერსიტეტის სტუდენტები; ოღონდ იგი პირდაპირ ეთერში გადაიცემოდა აშშ-ის 35 შტატში, საბჭოთა მსმენელებს კი მხოლოდ 45-წუთიანი ჩანაწერი მიაწოდეს). დღევანდელ რადიოში ტოქმოუ, რა თქმა უნდა, მხოლოდ პირდაპირ ეთერში ეწყობა და რაკი მას დამოუკიდებელ ჟანრად ვაღიარებთ, უნდა ვივარაუდოთ, რომ იგი საუბრის ჟანრის ერთ-ერთი სახეობაა („მრგვალი მაგიდის“ მსგავსად).

რამდენადმე განსხვავებული ხასიათისაა რადიოთამაშები და ვიქტორინები მეცნიერების, ხელოვნების, ლიტერატურისა თუ სპორტის თემებზე – ისინი შეჯიბრების, მოგების აზარტს ემყარება და სხვაგვარ დრამატურგიას მოითხოვს, თუმცა ორივე შემთხვევაში (ტოქმოუ და თამაში) საქმე გვაქვს მასალის ორგანიზაციის კოლაჟურ პრინციპთან. კოლაჟური ფორმების ფართოდ გავრცელება კი, როგორც ჩანს, განპირობებულია რადიოს გამოსახვითი საშუალებების სიმრავლითა და თვითონ რადიოპროგრამის კოლაჟური, მრავალგვაროვანი ხასიათით.

## 5. რადიომაუნყებლობის ფორმები

„ჟანრი“ და „ფორმა“ რადიომაუნყებლობაში განსხვავებული ცნებებია. როგორც ადრე აღვნიშნეთ, ჟანრი თავად არის მყარი ფორმა, მაგრამ „მაუნყებლობის ფორმაში“ სხვა შინაარსია ჩადებული: ჟანრისაგან იგი პრინციპულად იმით განსხვავდება, რომ „ჟანრი“ ნაწარმოების ტიპია და შემოქმედების რომელიმე სახეობას (ჩვენს შემთხვევაში რადიოპუბლიცისტიკას) მიეკუთვნება, „ფორმა“ კი სამაუნყებლო პროგრამაში ცალკეული ნაწარმოების ან ნაწარმოებთა ერთობლიობის განთავსების წესია და პროგრამირების სფეროს უკავშირდება. იგი მაუნყებლობის „სამშენებლო ელემენტია“. მთელი რადიოპროგრამა მაუნყებლობის ფორმებისგან არის აგებული.

რადიო (და ტელე) მაუნყებლობის ყველაზე ზოგადი და გავრცელებული ფორმაა **რუბრიკა**. რომელიც გადაცემების ტიპიზაციის საშუალებას იძლევა და ერთი სახელწოდებით აერთიანებს გარკვეული თემატური მიმართულების მრავალ სხვადასხვა გადაცემას (მაგალითად, რუბრიკით „ვიმოგზაუროთ მსოფლიოს გარშემო“ შეიძლება ეთერში გავიდეს მრავალი ცალკეული გადაცემა სხვადასხვა ქვეყნის ბუნებაზე, ქალაქებზე, ისტორიულ ძეგლებზე და ა.შ.). თემის გარდა, რუბრიკაში გადაცემები შეიძლება გაერთიანებული იყოს აგრეთვე პუბლიცისტური იდეით, ნამყვანის პიროვნებით, მისამართის მიხედვით (გადაცემა ბავშვებისათვის) და ა.შ.

რუბრიკის ცნება მოიცავს, როგორც ერთსიუჟეტიან გადაცემებს, ისე მრავალკომპონენტიან სამაუნყებლო ფორმებსაც, რომლებშიც რამდენიმე სხვადასხვა ჟანრის სიუჟეტი გაერთიანებული (ხშირად ნამყვანის პიროვნებით). მაგალითად, მაუნყებლობის ფორმა „საინფორმაციო გამოშვება“ მრავალ დამოუკიდებელ მასალას აერთიანებს ერთი საერთო იდეით – დღის პანორამის ჩვენებით (ადვილი მისახვედრია, რამდენად გაუმართლებელი იქნებოდა ამ მასალების გაფანტვა მთელი დღის პროგრამაში და მათი ცალ-ცალკე გადაცემა – როგორ შემცირდებოდა რადიომსმენელების აუდიტორია). ამ მაგალითის მიხედვით შეიძლება აღვნიშნოთ მაუნყებლობის მრავალკომპონენტიანი ფორმის კიდევ ერთი



პრინციპული განსხვავება თუნდაც სინთეზური ჟანრისაგან – იგი შეიძლება დაიშალოს დამოუკიდებელ ნაწარმოებებად, მაშინ, როცა ჟანრის შემთხვევაში ეს გამორიცხულია.

ისტორიულად რადიომაუნწყებლობის პირველი მრავალკომპონენტური ფორმა **რადიოგაზეთი** იყო (საქართველოს რადიოში ცალკეული სახით მან 80-იანი წლების ბოლომდე მოაღწია). რადიოგაზეთის პრიორიტეტად შეიძლება ჩაითვალოს განცალკევებული და დაქსაქსული მასალების ერთ სტრუქტურაში მოქცევა და მათი წამყვანის (გარკვეულ ეტაპზე – დიქტორის) პიროვნებით გაერთიანება. შემდგომში ეს ორი პრინციპი კიდევ უფრო ნათლად წარმოჩნდა ჟურნალის ტიპის პროგრამებში. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ გაზეთის აშკარა თვისებები რადიოგაზეთს ჰქონდა მხოლოდ პირველ პერიოდში, როცა ფართოდ შეიცავდა საგაზეთო მასალებს. მოგვიანებით საკუთარი ფუნქციების გამოკვეთისა და, რაც მთავარია, ოპერატიული ინფორმაციის ცალკე გამოყოფის შემდეგ, რადიოგაზეთის ფორმა თითქმის რადიოჟურნალის იდენტური გახდა – განსხვავება მხოლოდ პერიოდულობაში გამოიხატებოდა. რაც შეეხება თვითონ ამ ფორმების „ბექედვით სახელწოდებებს“, თანამედროვე რადიოჟურნალისტიკა, მიუხედავად თავისი აკუსტიკური ბუნებისა, დღემდე იყენებს ბექედვითი სიტყვის ტრადიციულ ტერმინებს (რადიოჟურნალი, რადიონარკვევი, რადიორეპორტაჟი და ა.შ.), თუმცა თვითონ ჟანრებსა და ფორმებს თავის სპეციფიკას უმორჩილებს და ტრანსფორმირებულ სახეს აძლევს.

რადგან რადიოგაზეთი ისტორიული ფორმაა, თანაც პრინციპულად არ განსხვავდება რადიოჟურნალისაგან, ჩვენ მხოლოდ ამ უკანასკნელს განვიხილავთ როგორც რადიოჰუმბლიცისტიკის ძირითად კრებით ფორმას:

1. **რადიოჟურნალი** არის გარკვეული მიმართულების ნაწარმოებთა კრებული, რომელსაც ეთერში თავისი მუდმივი ადგილი და დრო აქვს გამოყოფილი. ჟურნალის შემადგენელ მასალებს სიუჟეტებს უწოდებენ. როგორც ფიქრობენ, ეს ტერმინი რადიოში კინოქრონიკის პრაქტიკიდან მოვიდა, სადაც იგი დიდი ხანია არსებობს. თუმცა ლიტერატურისმცოდნეობის თვალსაზრისით, სიუჟეტი ამბავთა და მოვლენათა თანმიმდევრულ განვითარებას

ნიშნავს და შესაძლოა ჟურნალის ცალკეული მასალებისადმი ამ სახელის მიკუთვნებაც მათ სიუჟეტურობას ანუ ამბისა და მოვლენის დასრულებულ, გააზრებულ გადმოცემას გულისხმობდეს;

2. რადიოჟურნალი გარკვეული პერიოდულობით გადაიცემა. თავის მხრივ, პერიოდულობა განაპირობებს რადიოჟურნალის სერიულობას, აქედან გამომდინარე კი – აუდიტორიასთან კომუნიკაციური კავშირის სტაბილურობასა და ინფორმაციული ზემოქმედების ეფექტიანობას. გარდა ამისა, სერიულობა ნებისმიერი თემის ყოველმხრივი გაშუქების საშუალებას იძლევა, მიუხედავად ჟურნალის ცალკეული მასალების ლოკალურობისა.

3. რადიოჟურნალის ხასიათს ან თემა განსაზღვრავს ან მისამართი. პირველ შემთხვევაში ამბობენ, რომ იგი თემატური პრინციპითაა აგებული – ეძღვნება პოლიტიკას, ეკონომიკას, მეცნიერებას, ხელოვნებას, სპორტს და ა.შ. საქართველოს რადიოს თემატური („დარგობრივი“) გადაცემების დიდი ნაწილი სწორედ ჟურნალის ტიპისა იყო. რადიოჟურნალების მეორე ჯგუფი, რომელიც მისამართის მიხედვითაა აგებული, საზოგადოების სხვადასხვა ნაწილზეა ორიენტირებული, რაც მსმენელთა აუდიტორიის დიფერენციაციის საშუალებას იძლევა ასაკის, სქესის, განათლების, პროფესიის და ა.შ. მიხედვით და კონკრეტულად ითვალისწინებს მათი ინტერესებსა და მოთხოვნილებებს. წინა საუკუნის ბოლო წლებში პრაქტიკაში დაინერგა აგრეთვე სხვადასხვათემიანი შერეული ტიპის რადიოჟურნალები (რადიოპროგრამები), სადაც ცალკეულ ნაწარმოებებს აქტუალური პუბლიცისტური იდეა ან პოპულარული წამყვანი აერთიანებდა.

ყველა ეს ნიშანი დღემდე შემორჩა ჟურნალის ტიპის გადაცემებს, მაგრამ ისტორიული განვითარების პროცესში რადიოჟურნალმა სახეცვლილება განიცადა, ახალი ნიშან-თვისებები შეიძინა და 80-90-იან წლებში მას სულ უფრო ხშირად უწოდებდნენ **რადიოპროგრამას**. რა თქმა უნდა, რადიოჟურნალის რადიოპროგრამით შეცვლა მხოლოდ სახელწოდების მექანიკური შეცვლა არ ყოფილა (მკვლევრები ჯერ კიდევ 60-იან წლებში აღნიშნავდნენ, რომ ჟურნალი – ესაა „პროგრამა პროგრამაში“) – ესაა სვლა რადიოს სპეციფიკის უფრო სრულად ათვისებისაკენ. ძველი რადიოჟურნალები ჯერ კიდევ განიცდიდა ბეჭდვითი სიტყვის გავლენას

– სიუჟეტები ერთმანეთისაგან მკვეთრად იყო გამიჯნული („ლიტერატურული გვერდი“, „მუსიკალური გვერდი“, „იუმორისტული გვერდი“ და ა.შ.), „ნეიტრალური“, ჩაკეტილი ხასიათი ჰქონდა და უმრავლეს შემთხვევაში მათ დიქტორები აერთიანებდნენ, რაც ანონიმურ ხასიათს აძლევდა მთელ გადაცემას. მსგავსი სტრუქტურისა იყო აგრეთვე 60-იან წლებში გავრცელებული ჟურნალის ტიპის „რადიოალმანახი“ (მაგალითად, რადიოალმანახი „ლიტერატურა და ხელოვნება“), რომელიც უფრო ნაკლები პერიოდულობით გამოდიოდა და ამდენად, ნაკლებად აქტუალური იყო, მაგრამ მეტი მოცულობის გამო უფრო ფართო თემატიკით გამოირჩეოდა და პრობლემების უფრო ღრმად გაშუქების საშუალებასაც იძლეოდა.

რადიოპროგრამის სტრუქტურა კი უფრო დინამიკურია, სიუჟეტები „ღია“ და მათი ურთიერთკავშირი უფრო ორგანული. აუდიტორიასთან კონტაქტი, ურთიერთობა პროგრამაში მეტია, ვიდრე ტრადიციულ ჟურნალში. რადგან უფრო მეტია პირდაპირი მიმართვა და იმპროვიზაცია. ყველაფერი ეს განპირობებულია იმით, რომ რადიოპროგრამა აუცილებლად გულისხმობს წამყვანის პიროვნებას. წამყვანის დამოკიდებულება ადამიანებისა და მოვლენების მიმართ სუბიექტურია, პიროვნულია, რადიოჟურნალში კი დიქტორის ან წამყვანის (ფორმალური გაგებით) ინდივიდუალობა საერთოდ არ იყო წარმოჩენილი – მათი საკუთარი პოზიცია არ გააჩნდათ და საკუთარ აზრის არ გამოთქვამდნენ. ეს არის მთავარი ნიშანი, რაც რადიოპროგრამას განასხვავებს რადიოჟურნალისაგან.

წამყვანი არის პროგრამის აზრობრივი ერთიანობის განმსაზღვრელი, იგი დგას კომპოზიციური სტრუქტურის ცენტრში (რა თქმა უნდა, მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ წამყვანი დიქტორის ფუნქციით არ კმაყოფილდება, რისი მაგალითებიც პრაქტიკაში არცთუ იშვიათია). შეიძლება ითქვას, რომ წამყვანი პროგრამაში იგივე ფუნქციას ასრულებს, რასაც ავტორი-ჟურნალისტი სამოგზაურო ნარკვევში. იგი გაიაზრებს პროგრამის საერთო სახეს, ამზადებს მის შესავალს, დასკვნას, სიუჟეტების დამაკავშირებელ „ხიდებს“ (ხშირად კი ცალკეულ მასალებსაც), განსაზღვრავს თხრობის ტონს, აუდიტორიასთან კონტაქტის ფორმებს და

საბოლოოდ ასხამს ხორცს თავისი კოლეგების ნამუშევარს (რომელთა დიდი ნაწილი ეთერის გარეთ რჩება). თუ ნამყვანი მუდმივად მუშაობს პროგრამაზე და თავისი ინდივიდუალობით განსაზღვრავს კიდეც მის ხასიათს, ასეთ პროგრამას **საავტორო ან პერსონალურ პროგრამას** უწოდებენ. ამ დროს ნამყვანი თვითონ არის ავტორიც, შემსრულებელიც, რეჟისორიც, ლიტერატურული და მუსიკალური რედაქტორიც და ზოგჯერ პროდიუსერიც კი.

დღეს საქართველოს რადიოში აღარ მზადდება გადაცემები, არც რადიოჟურნალის არც მისი სხვა ვარიანტების სახელწოდებით. დიდი ხანია გაუქმდა რადიოსადგური „სიჭაბუკე“ (იგი თავის დროზე შეიქმნა საკავშირო რადიოს „რადიოსადგურ „იუნოსტის“ მიბაძვით), რომელიც, რა თქმა უნდა, არავითარი სადგური არ ყოფილა და ჩვეულებრივ 45-წუთიან რადიოჟურნალს თუ რადიოპროგრამას წარმოადგენდა (ხან დიქტორები გვევლინებოდნენ ნამყვანების როლში, ხან ჟურნალისტები). ასევე რადიოსადგურის სახელით გამოდიოდა ადრე ეთერში პატარებისთვის განკუთვნილი პროგრამა „ციცინათელა“.

რადიოპროგრამა საშუალებას იძლევა ერთ გადაცემაში გაერთიანდეს არა მარტო სხვადასხვა ჟანრის, არამედ შემოქმედების სხვადასხვა ტიპის – პუბლიცისტური, მხატვრული და სამეცნიერო-პოპულარული ხასიათის ნაწარმოებებიც. ასეთი შერეული ხასიათისაა პუბლიცისტურ-მხატვრული და პუბლიცისტურ-საგანმანათლებლო პროგრამები.

რადიოპროგრამის ერთ-ერთი აუცილებელი ელემენტია მუსიკა, რომელიც ნამყვანის ტექსტთან ერთად ხშირად სიუჟეტების დამაკავშირებელ საშუალებადაც გვევლინება. ხოლო როდესაც მუსიკა ტექსტის თანაბარ ადგილს იკავებს როგორც ფუნქციის, ისე მოცულობის მხრივ, ვლებულობთ პუბლიცისტურ-მუსიკალურ პროგრამას (რა თქმა უნდა, ესეც პუბლიცისტურ-მხატვრულია, მაგრამ რადგან მისი მხატვრულობა მხოლოდ მუსიკას ემყარება, ამიტომ ცალკე გამოყოფენ).

სპეციალისტების ნაწილი მაუნყებლობის ფორმებს მიაკუთვნებს აგრეთვე **რადიოარხს**. არხი ტექნიკური ტერმინია და აღნიშნავს სიხშირების დიაპაზონს, რომელზეც რადიოპროგრამა გადაიცემა. ზოგჯერ იგი ამ დიაპაზონზე მომუშავე რადიოსადგუ-

რის მთელ პროგრამასაც აღნიშნავს (მაგალითად, საქართველოს რადიოს პირველი არხი ანუ იგივე პირველი პროგრამა). მაგრამ 80-იან წლების ბოლო ხანებიდან ეს სახელი უწოდეს კრებითი ხასიათის გადაცემას, სადაც სხვადასხვაგვარი სიუჟეტები (ნაწარმოებები) გაერთიანებულია ფუნქციის, თემის, მისამართის ან წამყვანის მიხედვით. როგორც ზემოთ ვნახეთ, იგივე პრინციპს ემყარება ჩვეულებრივი ტიპური რადიოჟურნალიც თუ რადიოპროგრამაც. მაგრამ მისი ხანგრძლივობა საშუალოდ 30-45 წუთია და იშვიათად აღემატება ერთ საათს. რადიოარხი კი რამდენიმე საათიც კი შეიძლება იყოს ეთერში და ერთი კი არა, შესაძლოა რამდენიმე წამყვანიც ჰყავდეს. ეს იმას ნიშნავს, რომ სიუჟეტები აქ ისე მჭიდროდ არ უკავშირდება ერთმანეთს, როგორც რადიოპროგრამაში.

ფაქტობრივად, რადიოარხი გარდამავალი ფორმა იყო რადიოჟურნალსა (რადიოპროგრამასა) და ბლოკს შორის – მისი სიუჟეტები ერთი თემის სფეროთი ან ერთი ტიპის აუდიტორიით იყო განსაზღვრული (მაგალითად, ლიტერატურული არხი, სპორტული არხი, ახალგაზრდული არხი, საბავშვო არხი და ა.შ.). პირველი რადიოარხები საკავშირო რადიოში გამოჩნდა ე.წ. გარდაქმნის წლებში. შეიქმნა „მოლოდიოჟინი კანალ“, „ლიკ“ („ლიტერატურა ი კულტურა“) „სობესედნიკ“ და სხვ. საქართველოს რადიოში რადიოარხი ერქვა ერთადერთ გადაცემას „თანაგრძნობას“, რომელიც 80-იანი წლების ბოლოს რადიოპროგრამის სახით ჩამოყალიბდა, მაგრამ მისი ქრონომეტრაჟი 1 საათს არ აღემატებოდა და, რა თქმა უნდა, არ აკმაყოფილებდა არხის მოთხოვნებს, შემდგომ კი საერთოდ ერთთემიან გადაცემად იქცა. ყველაზე უფრო შეესაბამებოდა არხის ცნებას ინფორმაციულ-მუსიკალური ბლოკი, რომელიც 80-იანი წლების პირველ ნახევარში საქართველოს რადიოს ეთერში გადაიცემოდა სამშაბათობით და ხუთშაბათობით 17-დან 20 საათამდე; ოღონდ მას არც არხი ერქვა და არც ბლოკი, არამედ „რადიოსადგური“ მაცნე“.

**ბლოკს** ზოგიერთი მკვლევარი რადიოარხის პარალელურ ცნებად მიიჩნევს და მსგავსება მართლაც ადვილი შესამჩნევია (საზღვარგარეთის რადიო-ტელევიზიაში მას ზოგჯერ „კონტინენტის“ სახელითაც მოიხსენიებენ). ბლოკი არის რადიოარხზე უფრო დასრულებული და დამოუკიდებელი პროგრამული ერთეული,

რომელიც მიმართულია ან მთელი აუდიტორისადმი (ვთქვათ, დილის ინფორმაციული და მუსიკალური გადაცემების ბლოკი) ან რომელიმე ჯგუფისადმი (მაგალითად, დიასახლისებისა და პენსიონერებისადმი, ვინც შინ არის სამუშაო საათებში, ბავშვებისადმი სკოლიდან დაბრუნების შემდეგ და სხვ.). როგორც მაუნყებლობის ფორმა, ისიც რადიოარხივით მრავალთემიანი და მრავალჟანრიანია, ფაქტობრივად 2-3 საათის მოცულობის „ქვეპროგრამა“ და ზოგიერთ შემთხვევაში შეიძლება ცალკე ნამყვანიც კი ჰყავდეს. 2000-იანი წლების პირველ ნახევარში საქართველოს რადიოში ასეთი იყო, მაგალითად, ინფორმაციულ-მუსიკალური გადაცემების ბლოკი, რომელიც მოიცავდა პროგრამა „დილაადრიანს“ და „პიკის საათს“ და სამუშაო დღეებში გადაიცემოდა 6-დან 9 საათსა და 30 წუთამდე. ბლოკების სისტემის მთავარი უპირატესობაა რადიოდღის უნიფიკაცია, რაც საშუალებას იძლევა ყოველდღიურად ვიმუშაოთ ერთსა და იმავე აუდიტორიასთან, პროგრამაში ყოველ ჯგუფს თავისი ადგილი მივუჩინოთ (ბლოკები მასობრივი მსმენელებისათვის და ბლოკები ცალკეული ჯგუფებისათვის), გავზარდოთ თვითონ პროგრამის თემატური და ჟანრული მრავალფეროვნება. ამ უპირატესობებს ემყარება ე.წ. **ბლოკური, ანუ ვერტიკალური, პროგრამირება**, რომელიც შერეული პროგრამირებისას (მრავალპროფილური რადიოარხების პირობებში) პროგრამული განრიგის შედგენის ერთ-ერთ გავრცელებულ სტრატეგიას წარმოადგენს. ამჟამად ქართულ რადიომაუნყებლობაში შენარჩუნებულია ერთთემიანი რუბრიკები და ნაწილობრივ ბლოკები, მრავალკომპონენტიანი რუბრიკები კი (რადიოჟურნალები თუ რადიოპროგრამები, რომლებიც კი შემორჩა) ტოქმოუებად არის გადაქცეული.

## **თავი III. რადიომაუწყებლობის ძირითადი მიმართულებანი**

### **1. ოპერატიულ-ინფორმაციული მაუწყებლობა (ახალი ამბები)**

რადიომაუწყებლობის (და, საერთოდ, მედიის) დანიშნულება შეიძლება ზოგადად განისაზღვროს ბი-ბი-სის ცნობილი დევიზით – „ინფორმირება, განათლება, გართობა“ (იმ დამატებით, რომ ინფორმირება ინტერპრეტაციასაც გულისხმობს, ხოლო გართობა – მთელ მხატვრულ მაუწყებლობას). აქედან გამომდინარე, ფუნქციური თვალსაზრისით, რადიომაუწყებლობის ძირითად მიმართულებებად იკვეთება: ოპერატიულ-ინფორმაციული და თემატურ-ანალიტიკური მაუწყებლობა (რადიოჟურნალისტიკა), სასწავლო-საგანმანათლებლო მაუწყებლობა და მხატვრული მაუწყებლობა. ამას ემატება კიდევ ორი სპეციფიკური მიმართულება მისამართის მიხედვით, რომლებიც ჩამოყალიბდა რადიომაუწყებლობის ისტორიული განვითარების პროცესში – მაუწყებლობა ბავშვებისა და ახალგაზრდობისათვის და საგარეო რადიომაუწყებლობა.

ზოგადად, მთელი რადიომაუწყებლობა, ცხადია, ინფორმაციის, მაგრამ „ოპერატიულ-ინფორმაციულ მაუწყებლობაში“ გულისხმობენ ახალი ამბების ოპერატიულ გამოშვებებს და სხვა საინფორმაციო პროგრამებს, რომლებსაც აქტუალური საზოგადოებრივი მნიშვნელობის მქონე ფაქტებისა და მოვლენების ობიექტური აღწერა და დროულად გავრცელება ევალება. ჟურნალისტიკის წარმოშობა ფაქტობრივად ახალ ამბებზე საზოგადოების მოთხოვნილებამ განაპირობა. ახალი ამბები პირველ ადგილს იკავებს ყველა ინფორმაციას შორის. ახალი ამბების შერჩევა, დაჯგუფება და საზოგადოებისათვის ოპერატიულად მიწოდება ქმნის რადიო-არხის საინფორმაციო პოლიტიკას. საინფორმაციო გამოშვებები

მაუნყებლობის ყოველდღიური ბადის განმსაზღვრელი კომპონენტია – ყველა სხვა გადაცემა მათ შორის არსებულ ინტერვალებშია განლაგებული. თავად იგი კი თავის ტრადიციულ ადგილსა და ეთერში გასვლის დროს მხოლოდ განსაკუთრებულ შემთხვევაში იცვლის. ყველაფერი ეს განპირობებულია იმით, რომ თანამედროვე ცხოვრებაში სრულყოფილი მონაწილეობისათვის აუცილებელია სოციალური ინფორმაციის რეგულარული და, რაც მთავარია, თავის დროზე მიღება. სწორედ ამიტომ მსოფლიოს ბევრი რადიოსადგური (მათ შორის საქართველოს დამოუკიდებელი მუსიკალურ-ინფორმაციული რადიოსადგურებიც) მხოლოდ მუსიკას და საინფორმაციო გამოშვებებს გადასცემს. თავად საქართველოს საზოგადოებრივი მაუნყებელიც, რომელიც ოფიციალურად არ წარმოადგენს ინფორმაციული ფორმატის რადიოსადგურს, ყოველ ნახევარ საათში იძლევა ეთერში ახალი ამბების გამოშვებას.

ყველაზე ზოგადი განსაზღვრებით, ახალი ამბავი – ესაა ცვლილების ფიქსაცია, ინფორმაცია ცვლილების შესახებ. იგი აუდიტორიის ყურადღებას მიაქცევს საზოგადოებრივი ცხოვრების ამა თუ იმ ასპექტს, რომელიც მოცემულ მომენტში აქტუალობას იძენს, წინა პლანზე გამოდის. აქედან გამომდინარე, ცხადია რომ, მისი არსებობა დროში საკმაოდ შეზღუდულია – უკეთეს შემთხვევაში ერთდღიან ფუნქციას ასრულებს, შემდეგ მას სხვა ახალი ამბავი ან სხვა ფორმის ინფორმაცია ჩაენაცვლება. აუცილებელია იმის აღნიშვნაც, რომ ახალი ამბავი ჟანრი არ არის, ისევე, როგორც საზღვარგარეთის ჟურნალისტიკაში ფართოდ გავრცელებული მისი შესატყვისი „ნიუსი“ (news), ისიც შესაძლებელია სულ სხვადასხვა ჟანრით იყოს წარმოდგენილი.

უფრო მნიშვნელოვანია მეორე საკითხი – რა კრიტერიუმებით უნდა შეირჩეს ახალი ამბავი, რა განსაზღვრავს მოვლენის გასაჯაროების საჭიროებას? ამის შესახებ მრავალი სხვადასხვა შეხედულება არსებობს, როგორც ჩვენში, ისე უცხოეთშიც. ტრადიციული გაგებით, ძირითად კრიტერიუმად შეიძლება ჩაითვალოს ახალი ამბის სოციალური ღირებულება, საზოგადოებრივი მნიშვნელობა, მოცემული სოციალური სფეროს პრიორიტეტულ პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, კულტურულ და ა.შ. ნორმატივებთან მისი შესაბამისობა. ბოლო ათწლეულებში ეს კრიტერიუმები სულ უფრო ხშირად იც-



ვლება და უპირატესობა ენიჭება ახალი ამბების შერჩევას აუდიტორიის ინტერესების შესაბამისად. ბევრი მკვლევარი ყურადღებას ამახვილებს ახალი ამბის შერჩევის ისეთ კრიტერიუმებზე, როგორცაა: მოულოდნელობა (სენსაცია), მოვლენების ნორმასთან შეუსაბამობა, კონფლიქტი, სკანდალი, მკვლელობა, განსაკუთრებული შემთხვევები (კატასტროფა, სტიქიური უბედურება). საერთოდ, მეტი ყურადღება ექცევა ნეგატიურ ინფორმაციას, რადგან ის მედიაუდიტორიის მეტ ინტერესს იწვევს (თუმცა მედია ამ დროს ნაკლებად ფიქრობს, რა დამთრგუნველ ზეგავლენას ახდენს იგი საზოგადოებაზე).

ახალი ამბების ერთი ნაწილი საინფორმაციო გამოშვებებში ხვდება თავად მედიაკომუნიკატორის „დღის წესრიგის“ შესაბამისად, ზოგიერთი მათგანი თავიდანვე არის ცნობილი (წინასწარ დაგეგმილი პოლიტიკური, მხატვრული თუ სპორტული ღონისძიებები). არსებობს სათადარიგო ახალი ამბებიც, რომლებიც რომელიმე კონკრეტულ დღესთან არაა დაკავშირებული (მაგალითად, მრავალშვილიან ოჯახზე, რომელმაც ახალი ბინა მიიღო, სპორტსმენზე, რომელმაც რეკორდი დაამყარა და ა.შ.).

საერთოდ ითვლება, რომ ახალი ამბების ჟურნალისტიკა ნაკლებად სუბიექტურია, რადგან ფაქტებისა და მოვლენების აღწერას ეწევა და არა მათ ინტერპრეტაციას, მაგრამ ბევრი სპეციალისტის აზრით, არც ამ სფეროში არსებობს ობიექტურობის კრიტერიუმები. ჟურნალისტების მიერ მოვლენების ასახვა განსაზღვრულია მრავალი სხვადასხვა ფაქტორით, მათზე განხორციელებული სოციალური და იდეოლოგიური კონტროლით, არხის სამაუწყებლო პოლიტიკით, მისი „დღის წესრიგით“. ეს განსაკუთრებით თვალსაჩინო ხდება ახალი ამბების, ერთიან საინფორმაციო პროგრამაში განლაგების დროს.

როგორც ცნობილია, ახალი ამბავი რადიოში (და ტელევიზიაში) დამოუკიდებელი სახით არ გადაიცემა (თუ განსაკუთრებული ღირებულება არ არის, რომ დღის პროგრამა განწყვიტოს და პირდაპირი ეთერით მიეწოდოს საზოგადოებას). სხვა ახალ ამბებთან ერთად იგი ჩართულია საინფორმაციო გამოშვებაში (საქართველოს რადიოში მას ადრე „ახალი ამბების ბიულეტენსაც“ უწოდებდნენ), რომელიც რადიომაუწყებლობის ერთ-ერთ ფორმას წარმო-

ადგენს. ეს განპირობებულია, ჯერ ერთი, იმით რომ რამდენიმე-ნუთიანი ინფორმაცია (თუ უფრო ნაკლები არა) მრავალსაათიან დღის პროგრამაში მსმენელისთვის ძნელი შესამჩნევი იქნებოდა, მაშინ, როდესაც საინფორმაციო გამოშვებას თავისი მუდმივი ადგილი და დრო გააჩნია, რაც კარგად არის ცნობილი რადიოაუდიტორიისათვის და ნებისმიერი ახალი ამბავი მისთვის ადვილად მისაწვდომია. მეორე, ოპერატიული ინფორმაციების თავმოყრა ერთ გადაცემაში ბევრად ზრდის თითოეული მათგანის ღირებულებას და ამასთან იძლევა დღის სიახლეების საერთო სურათს, დროის მოცემული მონაკვეთის ინფორმაციულ პანორამას.

განსაკუთრებული ოპერატიულობის გამო ახალი ამბების გამოშვებისათვის დამახასიათებელია დღის მანძილზე მრავალჯერადი, განრიგის მიხედვით რეგულარული გასვლა ეთერში, მოვლენური განსაზღვრულობა და დინამიკური ხასიათი. კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია თავად გამოშვების აგების სწორი კრიტერიუმების შერჩევა. ტრადიციულად რადიოპრაქტიკაში ყველაზე ხშირად გამოიყენებოდა სამი ძირითადი პრინციპი: 1. ახალი ამბების განლაგება მათი საზოგადოებრივი მნიშვნელობის გათვალისწინებით (ყველაზე მნიშვნელოვანიდან ნაკლებ მნიშვნელოვნისაკენ ან პირიქით), რომლის საპირისპიროა ინფორმაციების თავისუფალი განლაგება თემისა და მნიშვნელობის მიუხედავად; 2. ინფორმაციების დაჯგუფება თემატიკის მიხედვით: პოლიტიკის, ეკონომიკის, კულტურის, სპორტის სფეროებზე, რაც გამოშვების ბლოკებად დაყოფისა და რუბრიკაციის საშუალებას იძლევა; და 3. ინფორმაციების გეოგრაფიული ნიშნით გაერთიანება, მათი თანმიმდევრულად განლაგება რეგიონული, საერთო ნაციონალური თუ საერთაშორისო ხასიათის მიხედვით. არსებობდა სხვა პრინციპებიც, მაგალითად, კონტრასტული დაპირისპირების პრინციპი, როცა ერთადაა განთავსებული მეტად განსხვავებული, ხშირად ურთიერთგამომრიცხავი ინფორმაცია, მაგრამ იგი უფრო იშვიათად გამოიყენებოდა.

ახალი ამბების გამოშვებისათვის მეტ-ნაკლებად (ფუნქციის, გადაცემის დროისა და ხანგრძლივობის შესაბამისად) დამახასიათებელია თემატური და ჟანრობრივი მრავალფეროვნება: შუქდება პოლიტიკის, ეკონომიკის, მეცნიერების, კულტურისა და

ხელოვნების აქტუალური საკითხები, საშინაო და საერთაშორისო ცხოვრების მნიშვნელოვანი მოვლენები; გადაიცემა როგორც ინფორმაციული ცნობები, ისე რამდენადმე სახეცვლილი და მაუნყებლობის ამ სახეობისათვის მისადაგებული სხვა ჟანრის ნაწარმოებებიც – რეპორტაჟები, ინტერვიუები, კორესპონდენციები, კომენტარები და ა.შ. მათი მთავარი თავისებურებაა ლაკონიურობა, ინფორმაციის მაქსიმალური შემცველობა, აქტუალობა და ოპერატიულობა. თუმცა აქვე ისიც უნდა ითქვას, რომ დღევანდელ პირობებში, როცა განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა საზოგადოებისათვის ახალი ამბის რაც შეიძლება ოპერატიულად (სხვებზე ადრე) მიწოდებას, საინფორმაციო გამოშვების ჟანრობრივ მხარეზე სულ უფრო ნაკლებად ზრუნავენ, რაც რადიოს გამოსახვითი საშუალებების გაღარიბებას იწვევს.

ასევე, ბოლო დროს როგორც აღვნიშნეთ, სულ უფრო დიდი მნიშვნელობა ენიჭება რადიოაუდიტორიის ინტერესს გარკვეული სახის ახალი ამბებისადმი და იგი იქცევა ამოსავალ პრინციპად, როგორც მოვლენების შერჩევის, ისე საინფორმაციო გამოშვების სტრუქტურის ჩამოყალიბებაში. ადრე მრავალპროფილურ რადიოთარხებზე ამ სტრუქტურას მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავდა საინფორმაციო გამოშვების ბაღე, მისი ტრადიციული რუბრიკები (მაგალითად, „დღის თემა“, „აქტუალური რეპორტაჟი“, „საერთაშორისო ამბები“, „სპორტის სიახლენი“ და ა.შ.), მაგრამ დღევანდელ დინამიკურ რადიოპროგრამებში ახალი ამბების გამოშვების ხანგრძლივობა იმდენად შემცირებულია, რომ მისი საჭიროება აღარ არსებობს. ასევე დაკარგა მნიშვნელობა ანონსირების მეთოდმა (ლიდებმა), რომელიც ადრე ხშირად გამოიყენებოდა 15-20-30 წუთიანი საინფორმაციო გამოშვებების დასაწყისში (ზოგჯერ კი ბოლოშიც).

რამდენადმე შემცირდა ახალი ამბების წამყვანის ფუნქციაც. საქართველოს სახელმწიფო რადიომაუნყებლობაში ახალი ამბების გამოშვებას ტრადიციულად ორი დიქტორი – ქალი და მამაკაცი უძღვებოდა, განსხვავებით საზღვარგარეთის პრაქტიკისა, სადაც საინფორმაციო გამოშვებას კითხულობდა ჟურნალისტი, ვინც იგი მოამზადა. დღეს ამ ფუნქციას საინფორმაციო სამსახურის თანამშრომელი ან დღის პროგრამის წამყვანი ასრულებს, მუ-

სიკალურ-ინფორმაციულ არხებზე კი მათ ხშირად დიჯეები ენაც-ვლებიან. ტელევიზიისგან განსხვავებით, რადიოში დიქტორსაც და ჟურნალისტსაც ამ შემთხვევაში ძირითადად ინფორმირების ფუნქცია ეკისრება, მათი გავლენა ინფორმაციის ხასიათზე მინიმალურია და პერსონიფიკაცია მხოლოდ არხის სპეციფიკითაა განპირობებული.

საზოგადოებრივი ცხოვრების მრავალფეროვნება განაპირობებს რადიომაუწყებლობაში სხვადასხვა ტიპის საინფორმაციო პროგრამების დამკვიდრებას. საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი, მაგალითად, ახალი ამბების ოპერატიული გამოშვებების („მოამბის“) გარდა ყოველდღიურად სამუშაო დღეებში სამჯერ გადასცემს სპორტის ახალ ამბებს (შაბათ-კვირას კი – თითო გამოშვებას) და ყოველკვირეულად „მსოფლიოს ახალ ამბებს“ და „არტნიუსს“ – კულტურისა და ხელოვნების სიახლეებზე. ისტორიულად რადიოში ახალი ამბების გამოშვების ოთხი ძირითადი სახეობა ჩამოყალიბდა: 1. საერთო (მრავალთემიანი, კომპლექსური საინფორმაციო პროგრამები), 2. თემატური, ერთთემიანი, რომელიმე ერთი ძირითადი სფეროს შესახებ (მაგალითად, თავის დროზე საქართველოს რადიოს მეორე არხის – „რადიო 2“-ის პროგრამით ცალკე გამოშვებები ეთმობოდა ეკონომიკის, კულტურის, უცხოეთისა და სპორტის ახალ ამბებს), 3. სპეციალური, რომელიც უკავშირდება მნიშვნელოვან სოციალურ-პოლიტიკურ ღონისძიებებს, კულტურულ თუ სპორტულ მოვლენებს (მაგალითად, საპარლამენტო არჩევნებს, ხელოვნების ფესტივალს, სპორტულ ტურნირს და ა.შ.). ამ სახეობას შეიძლება მივაკუთვნოთ აგრეთვე მნიშვნელოვანი მოვლენებისა და ღონისძიებების პირდაპირი ტრანსლაციები (თუნდაც იგივე სპორტული შეჯიბრებების), როგორც ოპერატიულ-ინფორმაციული მაუწყებლობის ფორმა, 4. საგანგებო გამოშვება – ისეთი ინფორმაციები, რომლებიც ექსტრემალური სიტუაციის გამო მაშინვე მოითხოვს ეთერში გადაცემას.

განსხვავებული სახისა იყო აგრეთვე ინფორმაციულ-მუსიკალური პროგრამები, რომლებშიც ინფორმაციები „გაზავებული“ იყო მუსიკალური ნომრებით, ძირითადად, საესტრადო სიმღერებით, რაც ახალისებდა მთელ გამოშვებას და აადვილებდა მის მოსმენას. წინა საუკუნის 70-იანი წლების ბოლოს საქართველოს რა-

დიოში ამ ტიპისა იყო „ნაშუადღევს“, „დილის ტალღა“ და „პიკის საათი“, რომელსაც ამჟამად დილის შოუს სახე აქვს. პოპულარული მუსიკისა და ოპერატიული ინფორმაციის ურთიერთმონაცვლეობა დაედო საფუძვლად მოგვიანებით ინფორმაციულ-მუსიკალური ფორმატის რადიოსადგურების პროგრამულ სტრუქტურას. ამ სტრუქტურად გადაქცევის მიდრეკილებას იჩენს დღეს „საზოგადოებრივი მაუწყებელიც“, რომლის პროგრამაც ძირითადად „პროგრამული ბორბლის“ პრინციპზეა დამყარებული. ეს ტენდენცია მეტად უარყოფითად გამოიყურება, რადგან საქართველოში კომერციული რადიომაუწყებლობა არსებითად ფორმატული ხასიათისაა და აქამდე ერთადერთი მრავალპროფილური არხის „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ კიდევ ერთ ფორმატულ არხად გადაკეთება, საეჭვოა, მართებული გადანაცვეტილება იყოს. საზოგადოებრივი ფორმატული რადიოსადგურები მხოლოდ ამერიკის შეერთებულ შტატებშია (ფაქტობრივად ისინი, არც ასრულებენ ამ დანიშნულებას), ევროპაში საზოგადოებრივი მაუწყებლობა მრავალპროფილურია. იგივე ბი-ბი-სი, რომელიც ჩვენი რადიოტელევიზიის მისაბაძ მაგალითად ითვლება, თუმცა სამ ფორმატულ არხსაც მოიცავს, მაგრამ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ ფუნქციებს ასრულებს ორი ძირითადი არხის – „რადიო-3“-სა და „რადიო-4“-ის ხარჯზე, რომლებიც მრავალპროფილური, უნივერსალური ხასიათისაა. ინფორმაციულ-მუსიკალური არხი „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ ფუნქციებს ვერ შეასრულებს. ეს ფუნქციები ზუსტად არის განსაზღვრული კანონში საზოგადოებრივი ტელემაუწყებლობის შესახებ და იგი სავალდებულოა საზოგადოებრივი რადიომაუწყებლობისთვისაც.

კიდევ ერთი საკითხი, რომელიც მჭიდროდ უკავშირდება ახალი ამბების მაუწყებლობას, ეხება ინფორმაციის წყაროებს. ძირითად წყაროებად ითვლება: 1. საკუთარ კორესპონდენტთა ქსელი, რომლის ფუფუნებაც ჩვენთან დღეს მხოლოდ „საზოგადოებრივ მაუწყებელს“ თუ აქვს (თუმცა ნებისმიერ რადიოსადგურს შეუძლია ჩამოაყალიბოს შტატგარეშე კორესპონდენტთა გარკვეული კოლექტივი); 2. ქვეყანაში და უცხოეთში არსებული საინფორმაციო სააგენტოები, სხვადასხვა უწყებისა და ორგანიზაციის პიარცენტრები თუ საინფორმაციო სამსახურები, რომლებიც სპე-

ციალურად ამზადებენ პრესრელიზებსა და სხვა ინფორმაციას მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებისათვის; 3. ჩვენი ქვეყნისა და უცხოეთის მასობრივი ინფორმაციის ორგანოები – გაზეთები, ტელე და რადიოპროგრამები (ზოგიერთი რადიოსადგურის ახალი ამბების გამოშვებებს თავისებურად „ავსებს“ აგრეთვე დილის პროგრამა და ყოველდღიური „პრესის მიმოხილვა“, რომელიც დამატებით ოპერატიულ ინფორმაციას იძლევა); 4. ინტერნეტი, სადაც თავს იყრის უამრავი ინფორმაცია მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხიდან, აგრეთვე სოციალურ ქსელებში გასაჯაროებული ინფორმაციები და სადაც ყოველთვისაა შესაძლებელი რომელიმე ფაქტსა ან მოვლენასთან დაკავშირებით დამატებითი ინფორმაციის მოძებნა. თუმცა, როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, ზოგიერთი გამონაკლისის გარდა („არხი“, რადიო „თავისუფლება“, რადიო „იმედი“) ქართული რადიოსადგურები ძირითადად მაინც „გარედან“ მონოდებული ინფორმაციებით კმაყოფილდებიან.

ოპერატიულ-ინფორმაციულ მაუწყებლობას შეიძლება გარკვეულწილად დავუკავშიროთ აგრეთვე **რეკლამა**, როგორც მუდმივად განახლებადი ინფორმაცია საქონელსა და მომსახურებაზე, რომელიც სულ უფრო მეტ ადგილს იკავებს თანამედროვე რადიომაუწყებლობაში და სულ უფრო იზრდება რადიოს ორიენტაცია რეკლამის დამკვეთებზე. რეკლამა ქმნის გემოვნებისა და პრესტიჟულობის სტანდარტს მასობრივ ცნობიერებაში და მანიპულირებისა და ადამიანების მართვის უდიდესი შესაძლებლობანი გააჩნია. სარეკლამო მომსახურებას დღეს თითქმის ყველა რადიოსადგური ეწევა. ესაა – სოციალური და კომერციული რეკლამა, საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა განცხადებები, სხვადასხვა მოვლენის ანონსები. ჩვენ აქ შევჩერდებით მხოლოდ სარეკლამო რგოლებზე, რომლებიც რამდენიმე სახისაა: მარტივი საინფორმაციო რეკლამები (ტექსტი იკითხება მუსიკის ფონზე), დადგმითი რეკლამები (სადაც მთავარი საქონელია და არა სიტუაცია ან მოქმედი პირები), მუსიკალური რეკლამა ან ჯინგლი (სიმღერა სარეკლამო საქონელზე), განცხადება (როცა წამყვანი ეთერში კითხულობს კლიენტის რეკლამას). სარეკლამო რგოლების ყველაზე გავრცელებული ქრონომეტრაჟი რადიოში 30-45-60 წამია. შეიძლება 3-4 რგოლის ერთ ბლოკში გაერთიანებაც. მათი ტიპები და ქრონომეტრაჟი ბევ-

რადაა დამოკიდებული სადგურის ფორმატზე და აუდიტორიაზე, რომელიც მას ჰყავს. რეკლამა გარკვეული დოზით უნდა გადაიცეს, რომ მისმა სიჭარბემ მსმენელის გალიზიანება არ გამოიწვიოს და, საერთოდ, არ ჩამოაცილოს მოცემულ სადგურს!<sup>1</sup>

## 2. თემატურ-ანალიტიკური მაუწყებლობა

**ანალიტიკური მაუწყებლობა** მოიცავს მთელ დოკუმენტურ მაუწყებლობას ინფორმაციული და სასწავლო-საგანმანათლებლო პროგრამების გამოკლებით. ამ სახეობას მიეკუთვნება ბევრი ისეთი გადაცემაც, რომელსაც არანაკლები ინფორმაციული ღირებულება აქვს, ვიდრე ანალიტიკური (ინფორმაცია მხოლოდ საინფორმაციო პროგრამების მონოპოლია როდია – თემატურ გადაცემებშიც ხშირად გამოიყენება წმინდა ინფორმაციული ჟანრები), მაგრამ უპირატესობა ამ მეორე ფუნქციას ენიჭება, რადგან ფაქტისა და მოვლენის ასახვას თემა და მისი ანალიზი ცვლის (საზღვარგარეთის პრაქტიკაში ასეთ გადაცემებს, როგორც ალენიშნეთ, „ფიჩეს“ უწოდებენ). შეიძლება ამითაც იყო გამოწვეული, რომ რადიომაუწყებლობის ამ სახეობას ტრადიციულად პროპაგანდისტული ერქვა. მაგრამ „პროპაგანდისტული“ ძალიან ფართო ცნებაა და პრაქტიკულად ყველა დოკუმენტურ გადაცემას შეიძლება მიესადაგოს, ამიტომ უფრო ზუსტი იქნება თუ მაუწყებლობის ამ სახეობას მისი კონკრეტული დანიშნულების შესაბამისად ანალიტიკურს ვუწოდებთ. ასევე, თუ ინფორმაციულ მაუწყებლობას მეორენაირად ოპერატიულ-ინფორმაციულს ვუწოდებთ, ანალიტიკურ მაუწყებლობას შეიძლება თემატურ-ანალიტიკური ვუწოდოთ – მთელი პუბლიცისტური მაუწყებლობა საბოლოოდ ამ ორ დიდ ჯგუფად იყოფა.

ანალიტიკური მაუწყებლობის ძირითადი დანიშნულებაა საზოგადოებრივი განვითარების ტენდენციათა გააზრება, ქვეყანა-

---

<sup>1</sup> ამ ქვეთავში შეტანილი საკითხები უფრო ვრცლად აღარ განიხილება, რადგან „ახალი ამბების ჟურნალისტიკა“ და „რეკლამა მედიაში“ ჟურნალისტიკის სპეციალობაზე ამჟამად ცალკე დისციპლინებად ისწავლება.

სა და მსოფლიოში მიმდინარე პოლიტიკური, ეკონომიკური და ა.შ. პროცესების ანალიზი, ეროვნული და ზოგადსაკაცობრიო ღირებულებების, საზოგადოებრივი ნორმატივების სისტემატური გავრცელება ადამიანების სწორი სოციალური ორიენტაციის მიზნით და ა.შ. ზოგჯერ ეს პუბლიცისტური ფუნქციები ისე მძლავრადაა შეჭრილი შემეცნებითი დანიშნულების ანდა ლიტერატურულ და მუსიკალურ (ტექსტიან) პროგრამებშიც კი, რომ ბევრი გადაცემა ვეღარ თავსდება მხატვრულ ან საგანმანათლებლო სახეობაში და მაუწყებლობის ცალკე სახეობას – შერეულ ტიპს ქმნის (მხატვრულ-პუბლიცისტური და საგანმანათლებლო-პუბლიცისტური პროგრამები).

ანალიტიკური მაუწყებლობის თემატიკა ძალიან ფართოა: საშინაო და საგარეო პოლიტიკა, ეკონომიკა, მეცნიერება, ეკოლოგია, სოციალური და საყოფაცხოვრებო პრობლემები, კულტურისა და ხელოვნების საკითხები და ა.შ. – არ არის არც ერთი სფერო, რომელსაც იგი ამა თუ იმ კუთხით არ განიხილავდეს (წინა საუკუნის 90-იან წლებში ცალკე მიმართულებას წარმოადგენდა, მაგალითად, რელიგიური გადაცემები, რომლებიც შეწყდა 1999 წელს საქართველოს საპატრიარქოს რადიოს „ივერიის“ დაარსების შემდეგ). აქედან გამომდინარე, რადიოს შემოქმედებითი სტრუქტურის ყველა რგოლი, მიუხედავად თავისი სპეციფიკისა, მონაწილეობს ანალიტიკური გადაცემების მომზადებაში – ეს მაუწყებლობის ამ სახეობის ერთ-ერთი განმასხვავებელი ნიშანიცაა ინფორმაციულ და მხატვრულ მაუწყებლობასთან შედარებით, რომლებიც გარკვეულ შემოქმედებით ჯგუფებს უკავშირდება.

თანამედროვე რადიომაუწყებლობაში ნაკლებ ყურადღებას აქცევენ გადაცემის თემატურ-დარგობრივი პრინციპით მომზადებას და მრავალთემიან პროგრამებს ამჯობნიებენ. მიუხედავად ამისა, ეს პრინციპი ყველაზე მეტად სწორედ ანალიტიკურ მაუწყებლობაშია შემორჩენილი – ცალკეული გადაცემები და პროგრამები მზადდება ზემოთ ჩამოთვლილი კონკრეტული სფეროების მიხედვით. ზოგადად კი მთელი ანალიტიკური (იგივე „წმინდა“ პუბლიცისტური) მაუწყებლობა შეიძლება ორ ძირითად მიმართულებად დაიყოს: 1. გადაცემები სოციალურ-ეკონომიკურ თემებზე. 2. გადაცემები, რომლებიც ეძღვნება საგარეო და საშინაო პოლი-



ტიკის, სამართლის, მორალის, რელიგიის, აღზრდის, სპორტის და ა.შ. საკითხებს. ზოგიერთ პუბლიცისტურ გადაცემაში ორივე ეს მიმართულებაა წარმოდგენილი (აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ამ გადაცემებს დღეს ძირითადად ინტერვიუს, ტოქშოუს ან უბრალოდ მაცურებელთან დიალოგის სახე აქვს). ანალიტიკური მაუწყებლობის ეფექტიანობის საწინდარია თემის სწორად შერჩევა, აქტუალობა, აუდიტორიის ინტერესებისა და სოციალური მოთხოვნილებების გათვალისწინება, რთული პრობლემის გასაგებად ახსნა, გადაცემის საინტერესო ფორმის გამოძებნა. აქვე შევნიშნავთ, რომ ანალიტიკური გადაცემები, როგორც წესი, უფრო დიდი მოცულობისაა, ვიდრე ინფორმაციული, ამიტომ, როცა გადაცემაში დასმული პრობლემა უმნიშვნელოა, სათანადო დონეზე მისი ანალიზი კი არ ხდება, ვლებულობთ ინფორმაციული ტიპის გაჭიანურებულ გადაცემას, რომელიც აუდიტორიაში დასახულის საწინააღმდეგო ეფექტს იწვევს.

ინფორმაციული მაუწყებლობის კიდევ ერთ ჯგუფს შეადგენს ე.წ. გასართობი გადაცემები. ჩვენ მას ცალკე არ განვიხილავთ, რადგან მაუწყებლობის დამოუკიდებელ სახეობად არ მიგვაჩნია (ჯერ კიდევ არისტოტელე აღნიშნავდა, რომ შეცდომა იქნებოდა ნაწარმოების საბოლოო დანიშნულებად გართობის გამოცხადება). იგი მჭიდროდ უკავშირდება პუბლიცისტიკას, ხელოვნებას ან მეცნიერებას, ანუ ინფორმაციულ, მხატვრულ და საგანმანათლებლო მაუწყებლობას. ასე რომ, გასართობი მაუწყებლობა – ესაა პროგრამების ჯგუფი, რომელშიც წინა პლანზეა წამოწეული მსმენელის გართობის, დასვენების ამოცანა და ყველა სხვა კომპონენტი (ინფორმაციული, ესთეტიკური თუ საგანმანათლებლო) ამ მიზანს ემსახურება. ამავე დროს, გართობის ფუნქცია როდი ნიშნავს, რომ გასართობი პროგრამა საერთოდ მოკლებულია სოციალურ ქვეტექსტს, არაფერს მატებს მსმენელის პიროვნებას – იგი სულაც არ გამოირიცხავს ზნეობრივ მუხტს, ზნეობრივ პოტენციალს, საუბარი ეხება მხოლოდ გამობატვის ფორმას.

რადგან გასართობი პროგრამები უკავშირდება შემოქმედების სამივე ტიპს და, აქედან გამომდინარე, მაუწყებლობის სამ სხვადასხვა სახეობას, სრულიად ბუნებრივია მათი დაყოფა სამ ჯგუფად: პირველ ჯგუფს მიეკუთვნება ინფორმაციულ-გასართობი

პროგრამები, რომლებიც უშუალოდ უკავშირდება ინფორმაციულ პუბლიცისტიკას. პრესაში დიდი ხნის ისტორია აქვს ინფორმაციულ-გასართობ ტექსტებს, რომლებიც მოიცავს როგორც კურიოზულ და სენსაციურ ფაქტებს, ისე ინფორმაციებს სხვადასხვა გასართობ ღონისძიებათა შესახებ.

გართობა, რა თქმა უნდა, ჟურნალისტიკის ძირითადი ფუნქცია არაა, მაგრამ არც ის უნდა დაგვავიწყდეს რომ ჟურნალისტიკაში არსებობს მთელი მიმართულება – ე.წ. ყვითელი ჟურნალისტიკა, რომელიც აუდიტორიის გასართობადაა განკუთვნილი და მას უამრავი მომხმარებელი ჰყავს (წინა საუკუნის 90-იან წლებში საქართველოს რადიოში ასეთი ყოველკვირეული რუბრიკაც კი იყო – „ყვითელი რადიო“). რადიოსთვის (და კიდევ უფრო ტელევიზიისთვის) განსაკუთრებით ორგანული აღმოჩნდა ინფორმაციულ-გასართობი მაუწყებლობის ისეთი მიმართულება, როგორცაა სპორტული მატჩებისა და სხვა ღონისძიებების პირდაპირი ტრანსლაციები. მან არსებითად გააუმჯობესა ამ ინფორმაციის აუდიტორიისადმი მიწოდების პროცესი, გახადა იგი მოვლენის თანადროული და ტრანსლაციისა და რეპორტაჟის საშუალებით „დასწრების ეფექტი“ შექმნა, სწორედ ასეთი ტრანსლაციები და რეპორტაჟები (მაგალითად, ფეხბურთის მატჩის რეპორტაჟი), სხვა გასართობი სახის ინფორმაციასთან ერთად, შეადგენს ინფორმაციულ-გასართობი პროგრამების ჯგუფს (თუმცა პუბლიცისტური ელემენტები, მაგალითად, ინტერვიუს ფრაგმენტები, რეპორტაჟული კადრები და სხვ. შესაძლებელია ნებისმიერ გასართობ პროგრამაში იყოს გამოყენებული).

### **3. მხატვრული მაუწყებლობა**

**მხატვრული მაუწყებლობა** – ესაა ხელოვნება რადიოში, უწინარესად მხატვრული ინფორმაციის გავრცელება რადიოს მეშვეობით. ეს ძირითადად განპირობებულია იმით, რომ როგორც მასობრივი ინფორმაციის საშუალება, რადიო შემოქმედების სამივე ტიპს, მათ შორის ხელოვნებასაც, მოიცავს. თვითონ ხელოვნება კი ყველა სხვა ახსნასთან ერთად შეიძლება აიხსნას როგორც სო-

ციალური კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმაც, რაც მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს მის ფართოდ ჩართვას მასობრივი კომუნიკაციის სისტემაში – სოციალური კომუნიკაციის ყველაზე უნივერსალურ არხში.

ამრიგად, მისი განსაკუთრებული კომუნიკაციურობის გამო, რადიო (და ტელევიზია) თავის მხატვრულ შესაძლებლობებს უპირატესად ამჟღავნებს რეპროდუქციული ფუნქციით – სხვადასხვა ხელოვნების ნაწარმოებთა ტრანსლაციის უნარით. რადიოს წყალობით პირველად გახდა შესაძლებელი მხატვრული ინფორმაციის გლობალური და მეყსეული გავრცელება და ისეთ რეგიონებში მიწოდება, სადაც ადრე მასზე ოცნებაც კი არ შეეძლოთ. ამასთან ერთად, მხატვრული სტრუქტურისა და კომუნიკაციური სტრუქტურის ურთიერთკავშირმა განაპირობა ახალი ესთეტიკური ფორმების წარმოშობაც (ძირითადად მასობრივი ხასიათისა).

მაგრამ, გარდა ამისა, მხატვრული რადიომაუწყებლობა აგრეთვე არის სამყაროს მხატვრული შემეცნებაც რადიოს აკუსტიკური საშუალებებით, რაც რადიოში ხელოვნების სხვა სახეობათა ნიმუშების პროპაგანდასთან ერთად ორიგინალური ხელოვნების არსებობასაც გულისხმობს. ამდენად, მხატვრული რადიომაუწყებლობა შეიძლება დაიყოს ორ ჯგუფად – რეპროდუქციულ და ორიგინალურ მაუწყებლობად. პირველი მათგანი მოიცავს, როგორც ხელოვნების სხვადასხვა ფორმის უშუალო გავრცელებას (მუსიკალური კონცერტების, საესტრადო, საოპერო და დრამატული წარმოდგენების ეთერში ტრანსლირებას და სხვ.), ისე მათ გარკვეულ ტრანსფორმაციას რადიოს სპეციფიკის შესაბამისად (მხატვრულ კითხვას, რომელსაც შეიძლება მუსიკა და ხმაურიც ახლდეს, სხვადასხვა კომპოზიციურ სტრუქტურას და ა.შ.). მეორე ჯგუფში კი გულისხმობენ რადიოთეატრს – როგორც ორიგინალური რადიოპიესების, ისე ლიტერატურული ნაწარმოებების ინსცენირებათა საფუძველზე შექმნილ რადიოდადგმებს (ზოგიერთი მკვლევარი ამავე ჯგუფს მიაკუთვნებს აგრეთვე სპეციალურად რადიოსთვის შექმნილ ე.წ. ზეპირ ლიტერატურას).

რადიო როგორც ხელოვნების პოპულარიზატორი და ორიგინალური შემოქმედი აქტიურად მონაწილეობს საზოგადოების კულტურული განვითარების პროცესში, რაც გულისხმობს:

1. არსებულ კულტურულ ღირებულებათა ათვისებას, 2. ახალ ღირებულებათა შექმნას, 3. ამ ღირებულებათა ფართო აუდიტორიაში გავრცელებას. ეს ფუნქციები შეეხება სწორედ მხატვრულ მაუწყებლობას და მის ძირითად ამოცანად იკვეთება ეროვნული და მსოფლიო კულტურის მიღწევათა ყოველდღიური პროპაგანდა – უპირველესად პოეტების, პროზაიკოსების, დრამატურგების, კომპოზიტორების ნაწარმოებთა სისტემატური გადაცემა; მხატვრული კოლექტივების შემოქმედების ჩვენება. აქედან გამომდინარე, მხატვრული რადიომაუწყებლობა იყოფა ორ დიდ ჯგუფად – ლიტერატურულ-დრამატულ (რომელიც მოიცავს როგორც რეპროდუქციულ, ისე ორიგინალურ ფორმებს) და მუსიკალურ მაუწყებლობად.

ლიტერატურის (იგულისხმება მხატვრული ლიტერატურა) და მუსიკის გამოყოფა მხატვრულ მაუწყებლობაში განპირობებულია იმით, რომ ხელოვნების სახეობათა შორის ისინი ყველაზე მეტად შეესაბამება რადიოს გამოსახვითი საშუალებების სპეციფიკას. ძნელი შესამჩნევი არაა, რომ თეატრისა და კინოს ხედვით ხელოვნებასთან შედარებით, რადიო უფრო მეტად ამჟღავნებს ლიტერატურასთან „შეთავსების“ უნარს. რადიოს აკუსტიკურ სივრცეში გადაჰყავს ლიტერატურა – ბეჭდვით სიტყვას ზეპირ სიტყვად აქცევს და ახალ ესთეტიკურ თვისებებს ანიჭებს მას. ფაქტობრივად, რადიოეთერში ლიტერატურის რეპროდუქცია კი არა, ტრანსფორმაცია – ერთი ფორმიდან მეორე ფორმაში გადასვლა ხდება. რადიო ახალ ტექნიკურ დონეზე უბრუნდება და ავითარებს ისტორიულად ადრე არსებული ზეპირი ლიტერატურის ესთეტიკას, როცა ლიტერატურის თანამედროვე წერილობით ენას ზეპირ ენაზე „თარგმნის“. ასე ჩამოყალიბდა რადიოში მხატვრული კითხვის – „ლიტერატურული კითხვის“ – ტრადიცია, როცა ლიტერატურულ ტექსტს აუცილებელ კომპონენტად თან ახლავს წამკითხველის ოსტატობა და ერთიანდება ორი სხვადასხვა ხელოვნება – მწერლისა და მსახიობისა (ცალკე უნდა ითქვას თვითონ ავტორისეულ კითხვაზე, რომელიც არა მარტო თავისებურებით გამოირჩევა, არამედ გამოსახვის ძალით ზოგჯერ აღემატება კიდევ მსახიობის კითხვას). ამ დროს პოეზია და პროზა ღებულობს ლიტერატურის თავისებურ, ზეპირსიტყვიერ ფორმას, რომელიც თავისი ესთე-

ტიკით ლიტერატურული ესტრადის პრინციპებს უახლოვდება, საშუალებას აძლევს მსახიობს, მაქსიმალურად გამოხატოს ლიტერატურული ტექსტის ყველა ნიუანსი, ავტორისეული დეტალი და განწყობილება (ამის მაგალითებია, თუნდაც, უ. ჩხეიძისა და თ. ხაინდრავას მიერ წაკითხული ი. ჭავჭავაძის მოთხრობები: „ნიკოლოზ გოსტაშაბიშვილი“ და „ოთარაანთ ქვრივი“). ყველაფერს რომ თავი დავანებოთ, ლექსის ევფონია მხოლოდ ზეპირი მეტყველების პროცესში შეიძლება გამოვლინდეს, ამიტომ ლექსის წერილობითი ფორმა მხოლოდ ფიქსაციის საშუალებაა – იგი ხმამაღლა კითხვისთვისაა განკუთვნილი.

რადიოში ლიტერატურის არსებობის უფრო რთული ფორმაა რადიომონოდრამა, რომელიც ჯერ კიდევ არაა თეატრი, მაგრამ არც მხატვრული კითხვაა. აქ ზღვარი „კითხვასა“ და „თამაშს“, „მოთხრობასა“ და „სპექტაკლს“ შორის რამდენადმე წაშლილია. ამას ყველა დაეთანხმება, ვისაც მოუსმენია სერგო ზაქარიაძის მიერ შესრულებული ნიკო ლორთქიფანიძის „ტრაგედია უგმიროთ“ ან კრიშან ჩანდარის „მთვარის ავსების ღამე“. წამკითხველთან ერთად რადიომონოდრამის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტია მუსიკა, რომელიც აძლიერებს ნაწარმოების აზრს, გმირის განცდებს, გადმოსცემს სიტუაციის შინაგან იდეას. ლიტერატურულ ესტრადაზე დიდი ხანია არსებობს ერთი მსახიობის თეატრი, სადაც სიტყვასთან ერთად მნიშვნელოვანი როლი აკისრია მარტივ მიზანსცენას თუ სპეციალურად შერჩეულ საგნებს, შემსრულებლის ყესტებსა და გამოხედვასაც კი. რადიოში ყოველივე ეს შეუძლებელია და მონოდრამა უშუალოდ მსმენელის ფანტაზიაზე გათვალისწინებული. სწორედ ამიტომ არის აქ მუსიკა – იგი აღვივებს და მიმართულებას აძლევს მსმენელის ფანტაზიას, არ გააჩნია ის თვალსაჩინო საგნობრიობა, რაც ხედვითი ხელოვნების სახეობებს ახასიათებს.

ლიტერატურასთან შედარებით რადიოში თეატრალური ხელოვნების რეპროდუქცია რამდენადმე განსხვავებული სახისაა, რასაც თეატრის იმპროვიზაციული ბუნება და გამოსახვით საშუალებათა სინთეზური ხასიათი განაპირობებს. თუმცა ნებისმიერი სპექტაკლი ლიტერატურულ პირველწყაროს ემყარება (პიესა, ინსცენირება, ლიბრეტო), მაგრამ იგი სამსახიობო-სარეჟისორო

ხელოვნებაა და კიდევ სახვითი ხელოვნების, არქიტექტურის, მუსიკის, ქორეოგრაფიის ელემენტებსაც შეიცავს. სხვანაირად რომ ვთქვათ, თეატრი ერთდროულად ვერბალური ხელოვნებაც არის და ვიზუალურიც – სიტყვასთან ერთად ისეთ „წმინდა“ სივრცულ ვიზუალურ ელემენტებსაც მოიცავს, როგორცაა დეკორაცია, მსახიობთა ფიზიკური ქმედება, მიზანსცენები და ა.შ. აქედან გამომდინარე, თეატრი რამდენიმე გამოსახვით საშუალებას იყენებს, როგორცაა ზეპირი სიტყვა, ხმაური, მუსიკა, უძრავი გამოსახულება, პლასტიკური მოძრაობა და ა.შ. რადიოს მხოლოდ მათი ერთი ნაწილის (ზეპირი სიტყვა, ხმაური, მუსიკა) დუბლირება შეუძლია, სხვების „გადმოღების“ საშუალებას კი საერთოდ მოკლებულია და იძულებულია ისინი სიტყვის მეშვეობით გამოხატოს. ამითაა განპირობებული თეატრალური სპექტაკლების ტრანსლაციის პროცესში წამყვანის აუცილებლობა, რომელიც მსმენელებს აღუწერს სცენას, დეკორაციებს, გმირების გარეგნობასა და ჩაცმულობას, განმარტავს მიზანსცენებს და ა.შ. ე.ი. გადმოსცემს ყველაფერს, რაც მოქმედ პირთა მეტყველებით, ხმაურითა და მუსიკით არ გამოიხატება. ასე ხდება რადიოში აუდიოვიზუალური თეატრალური ხელოვნების აუდიოხელოვნებად ტრანსფორმაცია. წამყვანის მნიშვნელობა კიდევ უფრო იზრდება, როცა თეატრალური სპექტაკლი პირდაპირ სცენიდან კი არ გადაიცემა, არამედ რადიოსტუდიის პავილიონში „თამაშდება“ და რადიოალქმის სპეციფიკის შესაბამისად სერიოზულ ცვლილებებს განიცდის.

რადიომაუწყებლობის განვითარების ისტორია გვიჩვენებს, რომ თანამედროვე რადიოხელოვნების ყველა ფორმა, მათ შორის ორიგინალურიც, წარმოიშვა ხელოვნების სხვა სახეობათა ადრე არსებული ფორმებიდან. რეპროდუქციულიდან საკუთრივ რადიოფორმებზე გადასვლა ხდებოდა რადიოტექნიკის განვითარების შედეგად. ჩვეულებრივი თეატრალური სპექტაკლის ტრანსლაციასაც კი რადიო ამდიდრებდა თავისი გამოსახვითი საშუალებების შესაბამისად (კომენტარით, მუსიკით, მაყურებელთა დარბაზის რეაქციით და ა.შ.). თვითონ რადიოთეატრი ჩამოყალიბდა როგორც აკუსტიკური დრამა, რომელიც გამოსახვის მხოლოდ ბგერით საშუალებებს იყენებს და წმინდა ასოციაციური გზით წარ-

მოქმნის მსმენელის ცნობიერებაში მხატვრულ სახეებს, ამყარებს ყველა სხვა ხელოვნებისათვის მანამდე უცნობ კავშირს სმენით და ხედვით შეგრძნებებს შორის. ეს განსაზღვრავს მისი მხატვრულ-შემეცნებითი შესაძლებლობებისა და ესთეტიკური ზემოქმედების თავისებურებას.

აქედან გამომდინარეობს რადიოდრამატურგიის განსხვავებული გაგებაც: თუ თეატრში მთავარია ის, რომ გმირების აზრები და განცდები მოქმედებით გადმოიცემა, რადიოსპექტაკლში პირიქით – გმირების ქმედება მათ აზრებსა და განცდებშია გამოხატული. ამან განაპირობა ლიტერატურული (ძირითადად პროზაული) ნაწარმოებების ინსცენირებათა ფართოდ გავრცელება, რაც რადიოდრამატურგიის ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებად იქცა. შეიძლება ითქვას, რომ რადიოში პროზიდან ამოიზარდა დრამატურგიის ახალი, თავისებური სახეობა – „თხრობითი დრამატურგია“, რომელშიც შესაძლებელი გახდა თხრობითი და დრამატული ელემენტების ორგანული შერწყმა (პირველ რიგში წამყვანის, ხშირად იგივე ავტორის სახის გამოყენებით). თხრობითი ელემენტი, რომელიც ცუდად ეგუება კინოსა და თეატრალურ სანახაობას, რადიოსპექტაკლის ორგანული ნაწილია. იგი არ ეწინააღმდეგება დრამატულ ელემენტებს, რადგან ერთიცა და მეორეც ზეპირი სიტყვით – ბგერითი მასალით ხორციელდება და მსმენელის ცნობიერებაში ერთიან, თავისუფალ პიროვნულ ასოციაციებზე დაფუძნებულ სახეებს წარმოშობს. როგორც ჩანს, რადიომამუწყებლობაში სიტყვის პრიმატს უკავშირდება ის გარემოებაც, რომ რადიოდადგმას რადიოსპექტაკლს უწოდებენ და არა რადიოფილმს, ხოლო რადიოდრამის ხელოვნებას – რადიოთეატრს და არა რადიოკინოს. თეატრს ხომ გაცილებით მეტი სიახლოვე აქვს სიტყვასთან, ვიდრე კინემატოგრაფს.

გარკვეული ეტაპებით ხასიათდება ორიგინალური რადიოპიესის სპეციფიკის ძიებაც. თავიდან მის სიუჟეტად ისეთ სიტუაციებს იყენებდნენ, რისი დანახვა და ხედვითი საშუალებებით გამოსახვა შეუძლებელი იყო. ამ პრინციპს ემყარებოდა 1924 წლის, 15 იანვარს ბი-ბი-სის მიერ გადაცემული პირველი რადიოსპექტაკლი „განსაცდელი“, რომელიც ქვანახშირის შახტში სიბნელესა და საფრთხეში მოხვედრილი ადამიანების თავგადასავალს შეეხებოდა.

მაგრამ სულ მალე აშკარა გახდა, რომ რადიოსპექტაკლს სჭირდება არა სიბნელეში მიმდინარე ანდა საერთოდ დაუნახავი მოვლენები, არამედ ის ადამიანური ამბები და სიტუაციები, რომელთა „დანახვა“ უფრო „შინაგანი მზერითაა“ შესაძლებელი.

შემდგომში რადიოპიესებისათვის არჩევდნენ განსაკუთრებით ბგერად მასალას, რაც ბუნებრივი თუ ხელოვნური ხმაურის მაქსიმალური გამოყენების საშუალებას იძლეოდა და ზოგჯერ სპექტაკლი ისეთ კაკოფონიად იქცეოდა ხოლმე, რომ შეუძლებელი იყო რაიმე აზრის გამოტანა. ბგერით სახეებს კონკრეტული სურათების შექმნაც შეუძლიათ და აბსტრაქტული, ნახევრად ცნობიერი შეგრძნებების წარმოშობაც, მაგრამ ორივე შემთხვევაში ისინი წარმოსახვის ემოციურობას ემყარება და ამ წარმოსახვის საზღვრები უთუოდ უნდა იყოს გათვალისწინებული.

რადიოდრამის აღმავლობა მაშინ დაიწყო, როცა იგი აღიქვეს არა როგორც სანახაობის უბრალო ფონოგრამა, არამედ როგორც აზრის დრამა, როგორც წარსულისა და აწმყოს, მოგონებისა და არსებულის შეჯახება, ობიექტურის სუბიექტური გააზრება პიროვნების ცნობიერებაში (აქ ნათლად წარმოჩნდა რადიომონტაჟის სპეციფიკა, იმის უნარი, რომ ორგანულად შეუნაცვლოს ერთმანეთს სხვადასხვა დრო და ადგილი „ცნობიერების ნაკადის“ პრინციპით). ბევრ რადიოსპექტაკლში მოქმედება ძირითადად პერსონაჟების ცნობიერებაში მიმდინარეობს და ამიტომ ხშირად გამოიხატება შინაგანი მონოლოგის ფორმით. მონოლოგი, რომელიც თეატრში ყველაზე ნაკლებად სცენურია, ყველაზე მეტად რადიოგენური აღმოჩნდა და წამყვანი ადგილი დაიკავა რადიოსპექტაკლის სტრუქტურაში. დაბოლოს ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ უპირველესად რადიოდრამის ღრმა ფსიქოლოგიურობამ, ცნობიერისა და ქვეცნობიერის ერთიანობაში გამოსახვის შესაძლებლობამ მიიზიდა რადიოთეატრში ცნობილი მწერლები და რეჟისორები: ბრეხტი, პრისტლი, დიურენმატი, მილერი, უილიამსი, ბიოლი, ფრიში, ფელინი, მეიერხოლდი, ტარკოვსკი და სხვ.

რადიოთეატრის მეორე სპეციფიკური თავისებურება – მიდრეკილება დოკუმენტური, რეპორტაჟული ელემენტების გამოყენებისაკენ – განპირობებულია მისი არსებობით მასობრივი კომუ-



ნიკაციის სისტემაში. მან მთელი მიმართულებაც კი შექმნა რადიოდრამატურგიაში. კარგადაა ცნობილი დოკუმენტური რადიოპიესები, პიესა-რეპორტაჟები, პუბლიცისტური დრამები, საოჯახო სერიאלები და სხვა, რაც ნათლად მიგვანიშნებს რადიოდრამატურგიისა და რადიოჟურნალისტიკის ურთიერთკავშირზე (თავის მხრივ, რადიოდრამატურგია გავლენას ახდენს დოკუმენტური და განსაკუთრებით დოკუმენტურ-მხატვრული ჟანრების განვითარებაზე).

არანაკლებ მნიშვნელოვანია „წმინდა“ მხატვრულ რადიოსპექტაკლებში რეპორტაჟული სტილისტიკის შემოტანა, რეპორტაჟის იმიტაცია. რეპორტაჟი ყოველთვის სარგებლობდა მსმენელების განსაკუთრებული ნდობით და რადიოთეატრი თავიდანვე ცდილობდა რეპორტაჟული სტილისა და დრამატული მოქმედების შეთავსებას. ამ მეთოდის გამოყენების ქრესტომათიული მაგალითია ჰ. უელსის ფანტასტიკური რომანის „სამყაროთა ომის“ მიხედვით შექმნილი რადიოსპექტაკლი მარსელების დედამიწაზე თავდასხმის შესახებ. ამ რომანის დადგმისას 1938 წელს ცნობილმა ამერიკელმა რეჟისორმა ორსონ უელსმა სპექტაკლში ჩართო „პრეზიდენტის მიმართვა ხალხისადმი“, „პირდაპირი ცნობები“ შეტაკებათა ადგილებიდან და სხვა „დოკუმენტური“ მასალები. მხატვრულმა ნაწარმოებმა რეალური მოვლენის სახე მიიღო და ისეთი პანიკა გამოიწვია მთელ ნიუ-ჯერსის შტატში (სადაც იგი გადაიცემოდა), რომ მოსახლეობამ ქალაქებიდან გახიზვნა დაიწყო. მასობრივი ფსიქოზის შესაჩერებლად საჭირო გახდა სპეციალური განმარტებების რამდენიმეჯერ გადაცემა. რადიოსპექტაკლის ასეთი ეფექტით ფსიქოლოგებიც დაინტერესდნენ და წიგნიც კი დაიწერა – „თავდასხმა მარსიდან. პანიკის ფსიქოლოგიის გამოკვლევა“, სადაც გაანალიზებული იყო პროპაგანდისტული შთავგონების მნიშვნელობა კრიტიკულ სიტუაციებში. ეს, რა თქმა უნდა, უპირველესად რადიოდოკუმენტის სარწმუნოების ეფექტზე მიუთითებს, მაგრამ იმასაც გვიჩვენებს, თუ რა დიდ ემოციურ ზემოქმედებას ახდენს რადიოთეატრი ადამიანების წარმოსახვაზე და რა ადვილად შეუძლია მსმენელს მხატვრული სინამდვილის რეალობად აღქმა. „ბგერითი თეატრი“ აღვიძებს ადამიანთა აზრებს, გრძნობებსა და შთაბეჭდილებებს, ამახვილებს ემოციურ რეაქციებს.

საქართველოს რადიოში ლიტერატურულ და დრამატულ მანუშეებლობას უდიდესი ტრადიციები აქვს – აუდიოჩანაწერების ფონდში ინახება მრავალი უნიკალური ლირებულების თეატრალური სპექტაკლის (რომელთა უდიდესი ნაწილი მხოლოდ რადიოს წყალობით მოვიდა დღემდე), რადიოსპექტაკლისა თუ ლიტერატურული ნაწარმოების ჩანაწერი გამოჩენილი მსახიობებისა და ავტორების შესრულებით. ეს ფონდი, რომელიც ნახევარი საუკუნე იქმნებოდა, სამართლიანად ითვლება „ოქროს ფონდად“, რაც გადაჭარბებდა არ მოგვეჩვენება, თუ გავითვალისწინებთ, რომ მან ქართველ ერს შემოუნახა აკაკი წერეთლის, ვანო სარაჯიშვილის, უშანგი ჩხეიძის, გალაკტიონ ტაბიძის, გიორგი ლეონიძის, ივანე ჯავახიშვილისა და ბევრი სხვა მამულიშვილის ხმა, მრავალი განუმეორებელი მხატვრული თუ პოლიტიკური მოვლენის ბგერითი დოკუმენტი.

ამას განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს რადიოს ერთ-ერთი ძირითადი ფუნქციის შესასრულებლად, რაც ერის სოციალური გამოცდილებისა და კულტურის შენახვასა და მომავალი თაობებისათვის გადაცემას გულისხმობს. ამგვარი „დროში კომუნიკაციის“ წყალობით რადიო თითქოსდა თანამედროვე აღქმის ენაზე „თარგმნის“ წარსულის კულტურას და მას ყოველდღიურ აქტუალურ ინფორმაციასთან ერთად აწვდის საზოგადოებას, რითაც თანამედროვეობაში მისი არსებობის ეფექტს ქმნის (იგულისხმება ისტორიული ლირებულების მქონე დოკუმენტური ჩანაწერების, აგრეთვე ლიტერატურული, დრამატული და მუსიკალური ნაწარმოებების სისტემატური გადმოცემა). ძველი ხმის ჩანაწერი (ისევე, როგორც ძველი კინოქრონიკა), რისი ტრანსლაციაც დღევანდელ პროგრამაში ხდება, უშუალოდ აღიქმება მიმდინარე დროის კონტექსტში, გამოიყენება ახალი კონტაქტისათვის. ეთერში ერთდროულად ორი დრო არსებობს და მსმენელი ისტორიას თითქოსდა „სტერეოქრონულად“ აღიქვამს – წარმოიქმნება თავისებური დროთა კავშირი, დროში თავისუფლად გადაადგილების ფანტასტიკური, მაგრამ ფსიქოლოგიურად დამაჯერებელი შთაბეჭდილება. ამავე დროს, არქივიდან ამოღებული ხმებით რადიოჟურნალისტი არამარტო ამდიდრებს თავისი გადაცემის ინფორ-

მაციულ შინაარსს. იგი მას ანიჭებს მხატვრულ დამაჯერებლობას და ქმნის დროის სახეს.

ამრიგად, რადიო არა მარტო გეოგრაფიულად მოიცავს მთელ სამყაროს და შეუძლია პლანეტის ნებისმიერ ადგილს მიაწვდინოს ხმა (ასევე მოასმენინოს მისი ხმა მთელ მსოფლიოს), არამედ შეუძლია დროთა საზღვარიც გადალახოს და პირვანდელი სახით აღადგინოს ის, რაც დიდი ხნის წინათ იყო და თითქოს აღარ უნდა დაბრუნებულიყო, საუკუნოდ უნდა გამქრალიყო.

ასე რომ, რადიო საშუალებას აძლევს საზოგადოების სხვადასხვა ნაწილს (განსაკუთრებით ეს ეხება დიდი ცენტრებიდან დაშორებულ რაიონებს) თავისი ინტერესებისა და მოთხოვნილებების შესაბამისად ეზიაროს ეროვნულ და მსოფლიო კულტურას – გაეცნოს ქართული და უცხოური ლიტერატურის საუკეთესო ნიმუშებს, ძველ და თანამედროვე თეატრალურ ხელოვნებას, მოუსმინოს ლიტერატურისა და ხელოვნების ცნობილ ოსტატებს და ა.შ. ეს მხოლოდ ჭეშმარიტ ხელოვნებასთან ზიარებას როდი ნიშნავს. მხატვრული ნაწარმოებები უდიდეს როლს ასრულებენ საზოგადოებრივ ცხოვრებაში აუდიტორიის ემოციურ-სახეობრივი ორიენტაციის თვალსაზრისით.

ათეული წლების მანძილზე იყო საქართველოს სახელმწიფო რადიოს ეთერში რუბრიკები: „ლიტერატურული კითხვა“, „პოეზიის ხუთი წუთი“, „ლექსო, არ დაიკარგები“, „თეატრი მიკროფონთან“, „საყვარელი თეატრალური და კინოგმირები“, „ეროსი მანჯგალაძის სახელობის რადიოთეატრი“ და ა.შ. ლიტერატურულ-დრამატული გადაცემები ჩართული იყო აგრეთვე საბავშვო პროგრამებში. სამწუხაროდ, საზოგადოებრივ მაუწყებლად გადაქმნის შემდეგ მაუწყებლობის ეს მიმართულება თანდათან შემცირდა და დღეს | არსზე მხოლოდ ერთადერთი ლიტერატურული გადაცემა „წიგნის დრო“ არსებობს – ისიც ძირითადად შემეცნებითი ხასიათისაა. რაც შეეხება კომერციულ რადიოსადგურებს, მათთვის ლიტერატურისა და თეატრის პოპულარიზაცია არავითარ ინტერესს არ წარმოადგენს.

მხატვრული და საერთოდ, მთელი რადიომაუწყებლობის უმნიშვნელოვანეს ნაწილს შეადგენს **მუსიკალური მაუწყებლობა**. მისი უმთავრესი დანიშნულებაა მსმენელების მხატვრული აღ-

ზრდა, მათი ესთეტიკური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, გართობისა და დასვენებისათვის ხელის შეწყობა. მუსიკალური რადიოპროგრამები უდიდესი პოპულარობით სარგებლობს მსოფლიოს ყველა ქვეყანაში. საქართველოს რადიოს პირველი პროგრამის მეტი წილი მუსიკას ჰქონდა დათმობილი, ხოლო მეორე – მუსიკალურ-ინფორმაციული ხასიათისა იყო. ასევე, საფრანგეთის რადიომაუწყებლობის – „რადიო-ფრანსის“ სამი პროგრამიდან (უცხოეთზე მაუწყებლობის გარდა) ერთი – „ფრანს მუზიკი“ თითქმის მთლიანად მუსიკას ეთმობა. იგივე სურათია სხვა ქვეყნებშიც (უამრავ დამოუკიდებელ ინფორმაციულ-მუსიკალურ ან წმინდა მუსიკალურ სადგურებზე რომ არაფერი ვთქვათ).

თეატრისაგან განსხვავებით რადიოში მუსიკის რეპროდუქციას არ მოჰყოლია საკუთარი ორიგინალური ფორმების წარმოშობა – ეს შეუძლებელიც იყო მათი გამოსახვითი საშუალებისა და აღქმის ხასიათის სრული იდენტურობის გამო (თუმცა წინა საუკუნის 30-იან წლებში იყო რამდენიმე წარუმატებელი ცდა „რადიომუსიკალური“ ნაწარმოებების შექმნისა და „რადიოგენურ“ მუსიკალურ ინსტრუმენტებსაც კი გამოყოფდნენ). აქ რეპროდუქციაც კი პირობითი ცნებაა, რადგან რადიო მუსიკალური ნაწარმოების ასლს კი არ ქმნის, არამედ უცვლელად ავრცელებს ორიგინალს (გინდ ჩანერის და გინდ ცოცხალი შესრულების ტრანსლაციის მეშვეობით) – მხოლოდ ტექნიკური არხის როლში გვევლინება და ნაწარმოების კი არა, აუდიტორიის „ჭირაჟს“ ზრდის (თვითონ გრამფირფიტაც და აუდიოჩანაწერიც კი მუსიკალური ნაწარმოების ფიქსირებული ფორმებია და სინამდვილეში ისევე არ წარმოადგენს რეპროდუქციას, როგორც რეპროდუქცია არაა წიგნი ან ჟურნალი, სადაც ლიტერატურული ნაწარმოებებია დაბეჭდილი).

მუსიკის პროგრამირება რადიომაუწყებლობაში დღეს ორი პრინციპით ხდება – თავისუფალი არჩევის პრინციპით ან სადგურის ფორმატის მიხედვით. პირველი მათგანი დამახასიათებელია სწორედ მრავალპროფილური მაუწყებლობისათვის და იმ სადგურებისათვის, რომელთა მიზანი არაა მუსიკის საშუალებით მოგების მიღება. ასეთ პირობებში აუდიტორიის სხვადასხვა ნაწილის გემოვნებისა და მხატვრული ინტერესების მკვეთრი განსხვავება, აგრეთვე თვითონ მუსიკალური ჟანრებისა და ფორმების მრავ-

ვალფეროვნება განსაზღვრავს მუსიკალური რადიოგადაცემების დიფერენციულ ხასიათს. საქართველოს რადიოს მუსიკალური პროგრამების მთავარი რედაქციის მუშაობაც ამ პრინციპზე იყო დამყარებული: ეთერში სისტემატურად გადაიცემოდა ოპერაც და ხალხური სიმღერაც, სიმფონიური მუსიკის კონცერტიც და საესტრადოც. ზოგი გადაცემა მასობრივი აუდიტორიისთვის იყო განკუთვნილი, ზოგი კიდეც უფრო მომზადებული მსმენელისათვის (ვისაც აინტერესებს მუსიკის ისტორიისა და თეორიის ესა თუ ის საკითხი, საშემსრულებლო ხელოვნების თანამედროვე მიღწევები და ა.შ.). ძირითადად კი შეიძლება გამოიყოს მუსიკალური მაუნყებლობის სამი მიმართულება – კლასიკური და სერიოზული მუსიკა, საესტრადო და მსუბუქი მუსიკა და ხალხური მუსიკა. პირველ არხზე, მაგალითად მათი შესაბამისი ციკლები და რუბრიკები იყო: „მხოლოდ ოპერა“, „ბრწყინვალე მუსიკა“, „გამოჩენილი მუსიკოს-შემსრულებლები“, „პოპულარული მუსიკა“, „ჰიტ-ალბომი“, „ახალგაზრდული დისკოთეკა“, „ჯაზური მუსიკის კონცერტი“, „ქართული ხალხური სიმღერები“ და ა.შ. უაღრესად ფართო იყო გადაცემების თემატიკაც: კონცერტები სულ სხვადასხვა ჟანრისა და ფორმის ნაწარმოებების მიხედვით, ოპერების, ოპერეტებისა და მუსიკალური საღამოების ტრანსლაციები.

აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ბევრი პროგრამის მომზადებაში აქტიურად მონაწილეობდნენ რადიო-ტელევიზიის მუსიკალური კოლექტივებიც: რევაზ ლალიძის სახელობის სიმფონიური ორკესტრი, საესტრადო ორკესტრი „ფორტე“, ხალხურ საკრავთა ორკესტრი „კელაპტარი“.

დღევანდელი საზოგადოებრივი მაუნყებლის ეთერშიც მუსიკა ფართოდ არის წარმოდგენილი. რაც სრულად ბუნებრივია, რადგან, როგორც აღვნიშნეთ, იგი ფაქტობრივად ინფორმაციულ-მუსიკალური ფორმატის არხად არის გარდაქმნილი. ერთადერთი, რაც მას კომერციული მუსიკალურ-ინფორმაციული სადგურებისაგან განასხვავებს, ისაა, რომ გაცილებით მრავალფეროვანია – თანამედროვე პოპულარული მუსიკის გარდა ეთერს უთმობს კლასიკურ და ხალხურ მუსიკას (რუბრიკები: „კლასიკა ყველასთვის“, „სი ბე მოლი“, „აკუსტიკა“, „ჯაზოფრენია“, „ისტორიის პოპ-გაკვეთილები“, „ჩაკრულო“ და ა.შ.).

მხატვრული მაუწყებლობის მნიშვნელოვან მიმართულებას წარმოადგენს ე.წ. მხატვრულ-გასართობი გადაცემები, რომლებიც ხელოვნებასა და ლიტერატურას უკავშირდება. ეს საკმაოდ პირობითი ცნებაა, თუ გავითვალისწინებთ, რომ საზღვარგარეთის პრაქტიკაში გასართობს უწოდებენ ყველა მხატვრულ რადიო და ტელეპროგრამას. „მხატვრულ“ და „მხატვრულ-გასართობ“ ნაწარმოებებს შორის აშკარად გამოკვეთილი ზღვარი არც არსებობს (მაგალითად, ჩარლი ჩაპლინის კომედიები მხატვრულ-გასართობია და არა მხატვრული? მაგრამ ამავე დროს „ოტელო“ ან „ჰამლეტი“ მხატვრულ-გასართობი სპექტაკლები ნამდვილად არ არის). ასე რომ, ხელოვნებაში (კინო, თეატრი, მუსიკა) და ლიტერატურაში ალბათ მაინც არსებობს უფრო „მსუბუქი“ ჟანრები, რომლებიც მეტად შეესაბამება „მხატვრულ-გასართობის“ ცნებას: არის ოპერა და არის ოპერეტა და მუზიკლი, არის სერიოზული რომანები და არის სათავგადასავლო და დეტექტიური ლიტერატურა. ასე რომ, არცთუ უსაფუძვლოდ სპეციალისტები რადიოში „გასართობ“ ჟანრებად მიიჩნევენ მსუბუქ და საესტრადო მუსიკას, ვოდვეილებსა და კომედიებს, იუმორისტულ ლიტერატურულ ნაწარმოებებს. განსაკუთრებით უნდა გამოვყოთ იუმორისტული პროგრამები, რომლებიც ადვილი აღსაქმელია, გასაგებია მასობრივი მსმენელისათვის, ქმნის ხალისიან განწყობილებას და ფსიქიკური განმუხტვის ყველაზე საუკეთესო საშუალებაა. ამასთან ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ აქაც, ისევე, როგორც მხატვრულ მაუწყებლობაში რადიო უპირატესად რეპროდუქციულ ფუნქციას ასრულებს – ყველა ეს ნაწარმოები მისგან დამოუკიდებლად არსებობს და რადიომაუწყებლობის როლი უკეთეს შემთხვევაში მათი ნაწილობრივი ტრანსფორმაციით თუ შემოიფარგლება.

#### **4. სასწავლო-საგანმანათლებლო მაუწყებლობა**

რადიომაუწყებლობის ეს მიმართულება პრაქტიკული განხორციელებაა თავიდანვე გამოთქმული იმ მოსაზრებისა, რომ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს ჟურნალისტიკასთან ერთად აქტიურად იყენებს ხელოვნება და მეცნიერება. ხელოვნება

(და მხატვრული ლიტერატურა) ამ კუთხით ჩვენ განვიხილეთ წინა ქვეთავში, რაც შეეხება მეცნიერებას, უნდა აღვნიშნოთ, რომ რადიო, როგორც მასობრივი კომუნიკაციის არხი, დაარსებისთანავე ჩაერთო მეცნიერებისა და ცოდნის გავრცელების საერთო სისტემაში და განათლების ფუნქცია მის ერთ-ერთ ძირითად ფუნქციად იქცა. ათეული წლების მანძილზე რადიომაუწყებლობა, პრესასთან ერთად, თანმიმდევრულად ახორციელებდა განათლების ფართო პროგრამას – სისტემატურად აწვდიდა აუდიტორიას პოლიტიკურ, ჰუმანიტარულ, საბუნებისმეტყველო თუ ტექნიკურ ცოდნას (ისტორიულად ცნობილია სხვადასხვა სახის საგანმანათლებლო ციკლები, ლექციები, რადიოუნിവერსიტეტები და ა.შ.). მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყნის რადიომაუწყებლობაში შექმნილი იყო სასწავლო და საგანმანათლებლო პროგრამების მრავალნაირი სისტემები. შემდეგ ტელევიზიის სწრაფმა განვითარებამ თანდათან შეამცირა რადიოს როლი და მოგვიანებით იგი თითქმის მონოპოლისტიც კი გახდა საეთერო საგანმანათლებლო საქმიანობის სფეროში (თუმცა 60-70-იანი წლების ბუმის შემდეგ დღეს მას ძირითადად მეცნიერების პოპულარიზატორის ფუნქცია შემორჩა).

სპეციალისტები გამოყოფენ სასწავლო-საგანმანათლებლო გადაცემების სამ ჯგუფს: 1. სასწავლო გადაცემებს, რომელთა ფუნქციაა ამა თუ იმ დისციპლინის სწავლება, მაგრამ კი არ ჩაენაცვლება საშუალო ან უმაღლესი განათლების სისტემას, არამედ მის ერთგვარ დამატებას წარმოადგენს (რადიოში, მისი სპეციფიკის გამო, ჩვენშიც და საზღვარგარეთაც ბოლო დროს მხოლოდ ენის გაკვეთილები გადაიცემოდა); 2. გადაცემებს, რომლებიც საზოგადოების გარკვეული ჯგუფების სპეციალური ინტერესები დასაკმაყოფილებლადაა გათვალისწინებული (ავტომოყვარულებისთვის, მებაღეებისთვის, ფერმერებისთვის, აგრეთვე სამედიცინო თუ იურიდიული კონსულტაციები და ა.შ.); 3. ზოგადსაგანმანათლებლო ხასიათის გადაცემებს, რომლებიც ეძღვნება მეცნიერების, კულტურისა და ხელოვნების სხვადასხვა საკითხს. სამივე შემთხვევაში რადიო უპირატესად გამტარის როლს ასრულებს – საზოგადოებისათვის ცოდნის მიწოდების ტექნიკურ საშუალებად გვევლინება. ზოგჯერ ცალკე ჯგუფად გამოყოფენ აგრეთვე გადაცემებს სამეცნიერო ორგანიზაციების მუშაობაზე, მეცნიე-

რული მიღწევების წარმოებაში დანერგვაზე და ა.შ., რომლებიც უკვე რადიოს ჟანრებზე და ფორმებზეა დამყარებული და რადიოჟურნალისტიკას განეკუთვნება, თუმცა მნიშვნელოვანი საგანმანათლებლო და პოპულარიზატორული დატვირთვაც აქვს. ასე რომ, საგანმანათლებლო მაუწყებლობა ასრულებს არა მხოლოდ განათლებისა და მსოფლმხედველობის ჩამოყალიბების ფუნქციას, არამედ ინფორმაციულ და პრაქტიკულ ფუნქციებსაც.

სასწავლო მაუწყებლობა დღეს საქართველოს რადიოში აღარ არსებობს, რაც, უნინარეს ყოვლისა, თანამედროვე პირობებში მისი დაბალი ეფექტიანობით არის გამოწვეული. ასევე ვერ ჩამოყალიბდა პრაქტიკული ხასიათის სასწავლო გადაცემების სისტემა მოსახლეობის სპეციალური ჯგუფებისათვის. სამაგიეროდ დიდი ტრადიციები გააჩნია ზოგადსაგანმანათლებლო მაუწყებლობას მეცნიერების, კულტურისა და ხელოვნების საკითხებზე, რაც ყველაზე მეტად შეესაბამება რადიოს სპეციფიკას – სოციალური თვალსაზრისით რადიოსთვის პოპულარიზატორის როლი უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე სასწავლო პროცესში მისი უშუალო მონაწილეობა.

ზოგადსაგანმანათლებლო რადიომაუწყებლობა გადაცემების ორ ჯგუფს მოიცავს: 1. სამეცნიერო-პოპულარულ გადაცემებს ტექნიკურ, საბუნებისმეტყველო და ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა შესახებ და 2. გადაცემებს მხატვრულ კულტურასა და ხელოვნების სხვადასხვა საკითხზე, რაც აგრეთვე მეცნიერებას – ხელოვნებათმცოდნეობას უკავშირდება (დღევანდელი საზოგადოებრივი მაუწყებლობის ინფორმაციულ-მუსიკალრ არხზე ორი ამ სახის გადაცემა – „ნიგნის დრო“ და „რადიო-კალენდარი“). გარკვეული აზრით, მეორე ჯგუფს უკავშირდება აგრეთვე მუსიკალური პროგრამები, რომლებსაც პოპულარული საგანმანათლებლო ტექსტებიც ახლავს, მაგრამ მათი ესთეტიკური მუხტი იმდენად ძლიერია, რომ სპეციალისტების უმრავლესობა მაინც მხატვრულ მაუწყებლობას მიაკუთვნებს ( მსგავსი „სასაზღვრო“ ტიპების არსებობა ძირითადად განპირობებულია იმით, რომ საგანმანათლებლო მაუწყებლობა ცდილობს უპირატესად პროპაგანდა გაუწიოს მეცნიერებისა და ხელოვნების იმ დარგებს, რომლებიც ყველაზე



მეტად შეესაბამება რადიოს გამოსახვითი საშუალებების სპეციფიკას – არ საჭიროებს გამოსახულებით თვალსაჩინოებას).

საგანმანათლებლო მაუნყებლობას უშუალოდ ესაზღვრება გასართობი პროგრამების მესამე ჯგუფი – საგანმანათლებლო-გასართობი პროგრამები. აქაც შეიძლება ორი, ერთმანეთისგან განსხვავებული ჯგუფი გამოვყოთ: პირველია სხვადასხვა სახის ვიქტორინები და კონკურსები, რომლებიც ამ სპეციფიკური ფორმით ეწევა ცოდნის პროპაგანდას და განსაკუთრებული პოპულარობა პოვა კომერციულ რადიოარხებზე (გამარჯვებულისათვის ჯილდოს დანესების გამო); მეორე ჯგუფს შეადგენს ის საგანმანათლებლო ხასიათის გადაცემები, სადაც ცოდნის პროპაგანდა ხდება უაღრესად საინტერესო სახალისო ფორმით, პარადოქსებისა და კურიოზების მოშველიებით და ა.შ. სადაც გართობას, ადამიანების ემოციურ განმუხტვას მეტი მნიშვნელობა ენიჭება, ვიდრე განათლებას. ეს როდი ნიშნავს, რომ ასეთი პროგრამები არ ისახავს კულტურულ-საგანმანათლებლო მიზნებს, არ იძლევა ესთეტიკურ, მეცნიერულ და პუბლიცისტურ ინფორმაციას, მაგრამ, როგორც აღვნიშნეთ, წინა პლანზე გართობის ფუნქციაა წამოწეულია. საზოგადოებრივ მაუნყებელზე მსგავსი ტიპის პროგრამებია: „სახლისკენ“, „ჩაი ორისთვის“, „რადიოექსპრესი“).

გასართობი პროგრამის პოპულარობა ბევრად არის დამოკიდებული მისი წამყვანის პროფესიონალიზმზე, ამიტომ გასართობი გადაცემების პერსონიფიკაცია, მათთვის შესაფერისი წამყვანების მოძებნა ერთ-ერთი ყველაზე აქტუალური საკითხია.

როგორც ვხედავთ, გასართობი პროგრამები, მოუხედავად ერთფუნქციურობისა, შინაარსის მიხედვით შერეული ტიპისაა. მსგავსი სინთეზი შესაძლებელია სხვადასხვა ფუნქციის მქონე მაუნყებლობის სახეობათა დონეზეც და მაშინ ვღებულობთ შერეული ტიპის მაუნყებლობას. ჟურნალისტიკაში კარგადაა ცნობილი პუბლიცისტიკისა და ხელოვნების, პუბლიცისტიკისა და მეცნიერების, მეცნიერებისა და ხელოვნების ურთიერთკავშირის საფუძველზე შექმნილი ნაწარმოებები (გავიხსენოთ თუნდაც, რომ ასეთი სინთეზის შედეგია პუბლიცისტურ-მხატვრული ჟანრები და მხატვრულ-მეცნიერული გადაცემები ხელოვნებაზე). რადიომაუნყებლობის პრაქტიკაში განსაკუთრებით ნაყოფიერია

ერთ პროგრამაში პუბლიცისტიკისა და ხელოვნების ან პუბლიცისტიკისა და მეცნიერების გაერთიანება, რაც ორ შერეულ ტიპს – პუბლიცისტურ-მხატვრულ და პუბლიცისტურ-საგანმანათლებლო მაუნყებლობას იძლევა.

მაგალითად, საქართველოს რადიოში პუბლიცისტურ-მხატვრული პროგრამები იყო: „დროება“, (როგორც მას უწოდებდნენ, „საზოგადოებრივ-ლიტერატურული პროგრამა“), „ლიტერატურა და სხვა“, „სახსოვარი“, „სახიობა“. ამ ჯგუფს შეიძლება მიეკუთვნოს აგრეთვე რადიოპროგრამა „პიკის საათი“. სადაც ინფორმაცია მუსიკასთან იყო გაერთიანებული. შესაძლებელია სახეობათა გაერთიანების სხვა ვარიანტების წარმოშობაც. შოუ-პროგრამები, რომლებიც დღეს ასე პოპულარულია ტელევიზიაში და რადიოშიც მომრავლდა, ბევრ შემთხვევაში წამყვანის პიროვნებით გაერთიანებულ სხვადასხვა სახეობის ნაწარმოებთა სინთეზს წარმოადგენს. ეს სახეობით ლოგიკური პროცესია, რადგან ბუნებაში იშვიათად თუ არსებობს რაიმე წმინდა, სტერილიზებული სახით და იშვიათად თუ აქვს რადიოპროგრამას მხოლოდ ერთი ფუნქცია, რომ აუცილებლად ერთ სახეობას მივაკუთვნოთ. თვითონ ფუნქციური კლასიფიკაციით სახეობათა დაყოფაც, გარკვეული აზრით, პირობითია და მისი ძირითადი დანიშნულება რადიოგადაცემების მრავალფუნქციურობაში გარკვევაა.

## **5. საბავშვო და ახალგაზრდული მაუნყებლობა**

რადიომაუნყებლობის წინა ოთხი მიმართულებისაგან განსხვავებით, საბავშვო და ახალგაზრდულ მაუნყებლობას საფუძვლად უდევს არა ფუნქცია, არამედ მისამართი – განკუთვნილია არა მთელი რადიოაუდიტორიისათვის, არამედ მისი გარკვეული ნაწილისათვის, ისეთი დემოგრაფიული ნიშნის მიხედვით, როგორიცაა ასაკი. საქართველოს რადიო დაარსების დღიდან ითვისებისწინებდა თავისი აუდიტორიის მრავალფეროვნებას და სპეციალიზებული გადაცემების მომზადების საკმაო გამოცდილება დაუგროვდა: მზადდებოდა გადაცემები ქალებისათვის, მშობლებისათვის, სამხედრო მოსამსახურეებისათვის, სხვადასხვა ეროვნ-

ნების (სხვადასხვაენოვანი) მოსახლეობისათვის და ა.შ. განსაკუთრებული ყურადღება ექცეოდა მაუწყებლობას ბავშვებისა და ახალგაზრდებისათვის. ეს განპირობებული იყო იმით, რომ საბჭოთა სახელმწიფოში რადიომაუწყებლობა (ისევე როგორც მთელი მედია) კომუნისტური აღზრდის საერთო სისტემის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს კომპონენტად ითვლებოდა და აღზრდის ობიექტი უნინარესად, ცხადია, მოზარდი თაობა იყო. თვითონ საბავშვო მაუწყებლობის სტრუქტურაც კი მოზარდი თაობის პოლიტიკური აღზრდის ორგანიზაციულ სტრუქტურას იმეორებდა: გადაცემები უმცროსი ასაკის ბავშვებისათვის – ოქტომბრელებისათვის (I-III კლასელები), საშუალო ასაკისათვის – პიონერებისათვის (IV-VII კლასელები) და უფროსი ასაკისათვის – კომკავშირელებისათვის (VIII-XI კლასელები). აქედან გამომდინარეობდა საბავშვო მაუწყებლობის ძირითადი პრინციპები: 1. გადაცემების აუცილებელი დიდაქტიკური მიმართულება, გამოკვეთილი აღმზრდელობითი ხასიათი, 2. საბავშვო აუდიტორიის სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფის სპეციფიკის გათვალისწინება, 3. რადიოპროგრამებში საზოგადოებრივ-პოლიტიკური, საგანმანათლებლო და მხატვრული (ლიტერატურულ-დრამატული და მუსიკალური) გადაცემების ჰარმონიული შეხამება, ინფორმაციულ-ანალიტიკური და მხატვრულ-შემეცნებითი ზემოქმედების ერთიანობა.

საქართველოს საბავშვო რადიომაუწყებლობას ამ მხრივ უდიდესი გამოცდილება ჰქონდა დაგროვილი. საბავშვო პროგრამების მთავარი რედაქცია, შეიძლება ითქვას, იყო „სტუდია სტუდიაში“, რომელიც მრავალპროფილური არხის ყველა ფუნქციას ასრულებდა. სკოლამდელი და უმცროსი ასაკის ბავშვებს რადიო მარტივი და გასაგები ფორმით აცნობდა გარე სამყაროს, აწვდიდა ელემენტარულ ცოდნას სხვადასხვა საგნების, მცენარეებისა და ცხოველების შესახებ. აქ განსაკუთრებული მნიშვნელობა ჰქონდა საინტერესო, გასართობი ფორმის მოძებნას. ამ მიზნით ფართოდ გამოიყენებოდა ზღაპრები, ლექსები, სასაცილო ისტორიები, პატარა დადგმები. სპეციალური გადაცემები, რომლებსაც თამაშის ფორმა ჰქონდა (გამოცანები, ვიქტორინები), გამიზნული იყო ბავშვების აზროვნების, ფანტაზიის, შემოქმედებითი აქტივობის განსავითარებლად – ბავშვებისათვის თამაში ხომ სამყაროს შეცნობის ერთ-ერთი ძირითადი ფორმაა. რადგან საბავშვო მაუწყებ-

ლობა არა მარტო ბავშვებისთვის მაუწყებლობაა, არამედ თვითონ ბავშვების მაუწყებლობაც, ხშირად ეწყობოდა კონცერტები პატარების მონაწილეობით, რეპორტაჟები საბავშვო ღონისძიებებიდან და ა.შ.

საგანმანათლებლო და გასართობი ფუნქციების ერთიანობა ახასიათებდა აგრეთვე საშუალო ასაკის ბავშვებისათვის (IV-VII კლასები) განკუთვნილ რადიოგადაცემებსაც. ამავე დროს ისინი გარკვეულწილად უკავშირდებოდა სასკოლო სწავლების თემატიკას, ეხმარებოდა მათ ცოდნის გაღრმავებასა და გაფართოებაში. ამ ასაკში ბუნებრივია აგრეთვე მოსწავლეების აქტიური სოციალიზაცია – დაინტერესება საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მოვლენებით, სხვადასხვა მსოფლმხედველობრივი საკითხებით, რაც განაპირობებდა მათთვის პუბლიცისტური პროგრამების მომზადების აუცილებლობასაც.

უფროსი ასაკის მოსწავლეებისათვის – საყმაწვილო აუდიტორიისათვის – განკუთვნილი მაუწყებლობა უშუალოდ ესაზღვრება ახალგაზრდულ მაუწყებლობას. ამ აუდიტორიის ინტერესების სფერო მეტად ფართოა და მოიცავს ზნეობის, მსოფლმხედველობის, იდეალებისა და სოციალური ღირებულებების, ცხოვრებისეულ კრედოს მრავალ საკითხს, რაც მასთან სერიოზული და საფუძვლიანი საუბრის საშუალებას იძლევა. ამავე დროს, მხედველობაშია მისაღები ამ ასაკისათვის დამახასიათებელი გულწრფელობა, მაქსიმალიზმი, აზარტი და მათი გათვალისწინება გადაცემების ფორმის შერჩევასაც.

საერთოდ, რადიოში პატარებისათვის მეტი გადაცემა ეწყობოდა, ვიდრე საშუალო და უფროსი ასაკის მოსწავლეებისათვის, რადგან ისინი „დიდებისათვის“ განკუთვნილ პროგრამებსაც უსმენდნენ. მიუხედავად ამისა, მათთვის მაინც სპეციალურად მზადდებოდა საგანმანათლებლო და მხატვრული პროგრამები. პირველ რიგში ეს იყო გადაცემები გამოჩენილ პიროვნებებზე – მწერლებზე, ხელოვნების ოსტატებზე, მოგზაურებსა და გამომგონებლებზე (მაგალითით აღზრდა ხომ ცნობილი მეთოდია), ისტორიულ მოვლენებზე, ხელოვნებისა და არქიტექტურის ძეგლებზე, მეცნიერების სხვადასხვა პრობლემაზე და ა.შ. განსაკუთრებული მნიშ-

ვნელობა ენიჭებოდა მოზარდების პროფესიული ორიენტაციის მიზნით მათ დაინტერესებას საქმიანობის ამა თუ იმ სფეროთი.

საბავშვო მაუნყებლობის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მიმართულება იყო მოზარდი თაობის ესთეტიკური აღზრდა, რაც ამავე დროს ზნეობრივი აღზრდის საფუძველიცაა და ყველა ასაკობრივ ჯგუფს მოიცავს. საბავშვო რედაქციის ფონდშია მრავალი ლიტერატურული გადაცემა, რადიოსპექტაკლები საბავშვო ნაწარმოებებისა და ეროვნული თუ მსოფლიო კლასიკის ნიმუშების მიხედვით, მუსიკალური დადგმები. ესთეტიკური აღზრდის გავრცელებული ფორმა იყო სხვადასხვა სახის კონცერტები, აგრეთვე ბავშვთა თვითმოქმედების სისტემატური წარმოდგენა საბავშვო რადიოპროგრამებში (ნორჩი ლიტერატორები, დეკლამატორები, მუსიკოს-შემსრულებლები, ბავშვების კონცერტები და თეატრალური დადგმები და ა.შ.).

სამწუხაროდ, საზოგადოებრივ მაუნყებლად გარდაქმნის შემდეგ, საბავშვო გადაცემები თანდათან შემცირდა საქართველოს რადიოში, ინფორმაციულ-მუსიკალურ არხად გადაკეთების შემდეგ კი საერთოდ გაქრა ეთერიდან (თუმცა კანონი საზოგადოებრივი მაუნყებლის შესახებ მას ერთ-ერთ სავალდებულო მიმართულებად მიიჩნევს).

ახალგაზრდული მაუნყებლობა საქართველოს სახელმწიფო რადიოში ისე გამოკვეთილი არ ყოფილა, როგორც საბავშვო (ალბათ იმიტომაც, რომ ახალგაზრდობისათვის ყველა გადაცემა ხელმისაწვდომი იყო), თუმცა მის საქმიანობასაც, ცხადია, კომუნისტური აღზრდის პრინციპები განსაზღვრავდა, რაც გულისხმობდა: ადამიანის ცნობიერებაში კომუნისტური მსოფლმხედველობისა და კომუნისტური შეგნებულობის ჩანერგვას, კომუნისტური რწმენის გამომუშავებას, შრომისადმი კომუნისტური დამოკიდებულების აღზრდას, კომუნისტური პრინციპებისა და ნორმების, იდეალებისა და ღირებულებების, კომუნისტური ზნეობის პროპაგანდას. მაგრამ ახალგაზრდული აუდიტორიის ინტერესები ნაკლებად ემთხვეოდა ამ პროპაგანდისტულ სტერეოტიპებს და დემოკრატიზაციის პირველივე წლებიდან მთელმა ახალგაზრდულმა მაუნყებლობამ შემეცნებით-გასართობი ხასიათი შეიძინა. თუმცა დღემდე არ დაუკარგავს მნიშვნელობა ახალგაზრდობის ჰუმანიზმის, ზოგადსაკაცობრიო ღირებულებების, სამშობლოს სიყვარულ-

ლის, მოქალაქეობრივი პასუხისმგებლობისა და პიროვნული ზნეობრიობის პრინციპებით აღზრდას.

ჩვენი დღევანდელი იმდენადაა გაჯერებული სხვადასხვა საშუალებით მიღებული ინფორმაციით, რომ თანამედროვე ახალგაზრდობა ნაკლებად უსმენს რადიოს (თუმცა საზღვარგარეთის განვითარებულ ქვეყნებში ეს პრობლემა არ დგას). ამას ვერც ის შევლის, რომ FM რადიოსადგურების უმრავლესობა ახალგაზრდა მსმენელებზეა გათვლილი (პირველ რიგში თავისი მუსიკალური პოლიტიკით) და თავად მრავალპროფილური საზოგადოებრივი მაუწყებელიც კი ინფორმაციულ-მუსიკალურ არხად გარდაიქმნა. როგორც ჩანს, რადიო ჩვენში საბოლოოდ ჩამოყალიბდა ინფორმაციის ფონურ საშუალებად და ყველა მონაცემის მიხედვით არცთუ შორეულ მომავალში ტელემაუწყებლობასაც იგივე მოეწივს.

## 6. საგარეო რადიომაუწყებლობა<sup>1</sup>

ყოველ ქვეყანას რადიომაუწყებლობის თავისი სისტემა და ორგანიზაციული სტრუქტურა გააჩნია, რაც მისი ისტორიული, სოციალურ-პოლიტიკური, ეკონომიკური თუ სხვა თავისებურებებით არის განპირობებული. ბევრ ქვეყანაში ეს სისტემა ორ ძირითად ქვესისტემას მოიცავს – შიდა და საგარეო ანუ საერთაშორისო მაუწყებლობას. შიდა მაუწყებლობა გულისხმობს რადიოგადაცემების გავრცელებას ამა თუ იმ სახელმწიფოს იურისდიქციას დაქვემდებარებულ ტერიტორიაზე. კავშირგაბმულობის თანამედროვე განვითარების პირობებში ამ გადაცემების მოსმენა მეზობელ და ხშირად შორეულ ქვეყნებშიაც არის შესაძლებელი, მაგრამ მიუხედავად ამისა, ისინი შიდა მაუწყებლობას განეკუთვნება, რადგან საკუთარი ქვეყნის მოსახლეობისადმი არის მიმართული. საგარეო მაუწყებლობა კი არის ამა თუ იმ სახელმწიფოს მიერ სპეციალურად ორგანიზებული მაუწყებლობა უცხოეთის ერთ ან რამდენიმე ქვეყანაზე (ზოგჯერ მთელი მსოფლიოს მასშტაბითაც), რაც განპირობებულია გეოპოლიტიკური მიზნებით,

<sup>1</sup> ეს ქვეთავი ემყარება სპეციალურ ლიტერატურაში, აგრეთვე ჟურნალ-გაზეთებში გამოქვეყნებულ მასალებს.

იდეოლოგიური ამოცანებით, თანამედროვე მსოფლიოში მიმდინარე მძლავრი ინტეგრაციული პროცესებით, ინფორმაციის გაცვლის საერთაშორისო სისტემის ჩამოყალიბებით და ა.შ.

მიუხედავად იმისა, რომ უცხოეთის ქვეყნებზე მაუწყებლობას ეწევიან როგორც სახელმწიფო, ისე საზოგადოებრივი და კერძო, კომერციული რადიოსადგურები, მათ პოლიტიკას მაინც სახელმწიფო განსაზღვრავს. სპეციალისტების აზრით, სახელმწიფო პოლიტიკის გამომხატველი სოციალური ინსტრუმენტის როლს რადიო ყველაზე უფრო გამოკვეთილად უცხოეთის ქვეყნებზე მაუწყებლობისას ახორციელებს. იგი შიდა მაუწყებლობისაგან უპირველესად განსხვავდება მკვეთრად გამონატული პოლიტიკური მიზანდასახულობით და უმთავრესად გამოიყენება პროპაგანდისტული თვალსაზრისით, უცხოეთის მოქალაქეებზე იდეოლოგიური ზემოქმედებისთვის. ამიტომ ხშირად საგარეო რადიო-მაუწყებლობას „საგარეო-პოლიტიკურ რადიოპროპაგანდასაც“ უწოდებენ.

გასული საუკუნის 80-იანი წლების დასაწყისისთვის საბჭოთა კავშირზე მაუწყებლობას ეწეოდა სამ ათეულზე მეტი უცხოური რადიოსადგური 23 ენაზე, დღე-ღამეში 200 საათის მოცულობით. მათ უდიდესი როლი შეასრულეს დემოკრატიული იდეების პროპაგანდაში, სოციალისტური სახელმწიფოების ავტორიტარული რეჟიმების დამხობაში, სოციალისტური ღირებულებებისა და მარქსისტულ-ლენინური მოძღვრების გაუფასურებაში. ათეული წლების განმავლობაში უცხოეთის რადიოსადგურები იყო ალტერნატიული ინფორმაციის ერთადერთი მასობრივი გამავრცელებელი საბჭოთა კავშირსა და მის სატელიტ ქვეყნებში. ამიტომ იყო, რომ ე.წ. გარდაქმნის დანებამდე, 80-იანი წლების მეორე ნახევრამდე, საბჭოთა კავშირში ტოტალურად ახშობდნენ „ამერიკის ხმის“, „თავისუფლების“, „გერმანული ტალღისა“ და ბევრი სხვა რადიოსადგურის გადაცემებს, რაც არანაკლებ სახსრებს მოითხოვდა, ვიდრე თვითონ მისი მომზადება,

თუმცა საგარეო მაუწყებლობას დღეს 160-ზე მეტი ქვეყანა ეწევა, მაგრამ მის ჩამოყალიბებასა და განვითარებაში განსაკუთრებული როლი შეასრულეს დიდი ბრიტანეთის, გერმანიის, საბჭოთა კავშირის, აშშ-ისა და იაპონიის რადიოსამსახურებმა. მათი მოკლე მიმოხილვა საშუალებას მოგვცემს ერთობლივად გავიზ-

როთ საერთაშორისო მაუწყებლობის ძირითადი ეტაპები, ფორმები, მეთოდები და მიმართულებები.

პირველ ყოვლისა, ეს შეეხება საგარეო მაუწყებლობის **ბრიტანულ სისტემას**, რომელმაც არსებითი გავლენა იქონია სხვა ქვეყნებში საერთაშორისო მაუწყებლობის განვითარებაზე. დიდ ბრიტანეთში შიდა მაუწყებლობის მონოპოლია ეკუთვნოდა ბი-ბი-სის – ბრიტანეთის რადიოსამაუწყებლო კორპორაციას, რომელიც 1922 წელს ჩამოყალიბდა, მაგრამ თავიდანვე იჩენდა მიდრეკილებას საერთაშორისო ეთერისადმი, რაც უპირველესად ინგლისის, როგორც კოლონიური სახელმწიფოს, ინტერესებით იყო გამოწვეული. 1925 წელს ბი-ბი-სიმ დაიწყო პირველი ექსპერიმენტული გადაცემები ევროპის ქვეყნებისათვის ინგლისურ ენაზე, 1927 წლიდან კი – მოკლელტალღოვანი მაუწყებლობა მსოფლიოში გაფანტული თავისი კოლონიებისათვის, რასაც მხოლოდ ხუთი წლის შემდეგ მიეცა რეგულარული ხასიათი: 1932 წლის 19 დეკემბერს მოეწყო ბრიტანეთის იმპერიისათვის განკუთვნილი რადიოპროგრამების საზეიმო გახსნა, შეიქმნა ბი-ბი-სის საგარეო მაუწყებლობის ე.წ. საიმპერიო სამსახური, რომელმაც მოიცვა მაუწყებლობის ხუთი ზონა – ავსტრალია, ინდოეთი, სამხრეთ აფრიკა, დასავლეთ აფრიკა და კანადა. რადიოპროგრამების პრინციპი იყო „იმპერიის საქმეთა გაშუქება და მისი ერთიანობის უცვლელად ხაზგასმა“. მისი დაფინანსება თავიდანვე იკისრა დიდი ბრიტანეთის საგარეო საქმეთა სამინისტრომ და დღესაც სახელმწიფო ბიუჯეტზეა (თუმცა რადიო ბი-ბი-სის შიდა მაუწყებლობა საზოგადოებრივი სტრუქტურაა და სააბონენტო გადასახადის ხარჯზე ფინანსდება).

გადაცემები თავდაპირველად მხოლოდ ინგლისურ ენაზე ენოობოდა, რასაც განაპირობებდა ამ ენის ფართოდ გავრცელება მსოფლიოს სხვადასხვა რეგიონში, მაგრამ 30-იანი წლების მეორე ნახევრიდან საჭირო გახდა უცხო ენებზე მაუწყებლობის ორგანიზაცია. ჩრდილოეთ აფრიკისა და ახლო აღმოსავლეთის რაიონებზე იტალიის ანტიბრიტანული გადაცემების საპასუხოდ შეიქმნა ბი-ბი-სი-ს არაბული სამსახური – 1938 წლის 3 იანვარს ეთერში გავიდა პირველი გადაცემა არაბულ ენაზე.



მალე, ამის შემდეგ, ანტიინგლისური პროპაგანდა ამ რეგიონში იტალიის ნაცვლად განაგრძო ფაშისტურმა გერმანიამ, იტალია კი საფრანგეთზე გადაერთო. დაპირისპირება კიდევ უფრო გაძლიერდა. 1938 წლის მარტში ბი-ბი-სიმ დაიწყო გადაცემები ესპანურ და პორტუგალიურ ენებზე ლათინური ამერიკის ქვეყნებისათვის, სადაც უკვე აქტიურად მოქმედებდნენ მისი კონკურენტები – გერმანია და იტალია, ხოლო სექტემბრის ბოლოს (მიუნხენის კრიზისის დღეებში) – ინგლისურ, გერმანულ და ფრანგულ ენებზე ევროპის ქვეყნებისათვის. ეს უკანასკნელი დაედო საფუძვლად ბი-ბი-სის ევროპულ სამსახურს. უკვე 1941 წელს ბი-ბი-სი ყოველდღიურად 30 ენაზე გადასცემდა 70-ზე მეტ საინფორმაციო გამოშვებას და თავისი პროპაგანდით თითქმის მთელ მსოფლიოს მოიცავდა (ამასთან რადიოინფორმაციით ამარაგებდა კანადას, ავსტრალიას, ახალ ზელანდიას, ჩინეთს, სამხრეთ აფრიკას, მაღაიზიას, ჰონკონგს, კენიას, რამდენიმე დასავლეთაფრიკულ სადგურსა და აშშ-ის 72 რადიოსადგურს).

მეორე მსოფლიო ომის წლებში „ამერიკის ხმის“ მსგავსად, ბი-ბი-სის რადიოპროპაგანდა ფაშისტური ბლოკის წინააღმდეგ იყო მიმართული და საბჭოთა კავშირს როგორც ანტიჰიტლერული კოალიციის წევრს თანაგრძნობით ეკიდებოდა. ამ პერიოდში იგი აღიქმებოდა, როგორც ობიექტური, სარწმუნო ინფორმაციის საიმედო წყარო, მხარს უჭერდა ნაცისტების მიერ ოკუპირებულ ქვეყნებში წინააღმდეგობის მოძრაობას, იძლეოდა ინფორმაციებს საომარ ფრონტებზე მდგომარეობის შესახებ და ა.შ. ბი-ბი-სი „ცივ ომში“ ჩაერთო ინგლისის პოლიტიკური კურსის შეცვლასთან ერთად. 1946 წლის 24 მარტს (აშშ-ის ქალაქ ფულტონში ჩერჩილის ცნობილი ანტისაბჭოთა სიტყვის წარმოთქმიდან სამი კვირის შემდეგ) ბი-ბი-სიმ დაიწყო რეგულარული გადაცემები რუსულ ენაზე. არ შეიძლება ითქვას, რომ ამ გადაცემებს მკვეთრად გამოხატული ანტისაბჭოთა ხასიათი ჰქონდა (ეს, საერთოდ, არაა დამახასიათებელი უცხოეთის მაღალპროფესიული რადიოსადგურებისათვის). სპეციალური დებულებით საგარეო სამსახურს ევალება „მიუკერძოებლად გააშუქოს ახალი ამბები, გამოხატოს მოვლენებზე ბრიტანული თვალსაზრისი, ასახოს გადაცემებში ინგლისის ცხოვრება, მისი კულტურა, მისი მიღწევები მეცნიერებასა და მრეწვე-

ლობაში. პროგრამები უნდა შეიცავდეს ოპერატიულ და ზუსტ ინფორმაციას მთელ მსოფლიოში მომხდარ მოვლენებზე, აგრეთვე ამ მოვლენების ღრმა და ობიექტურ ანალიზს“ (სხვა საქმეა, რომ მოვლენების „მიუკერძოებლად გაშუქებას“ და „ღრმა და ობიექტურ ანალიზს“ სწორედ „თვალსაზრისი“ განსაზღვრავს).

უცხოეთზე მაუწყებლობის სამსახური ფუნქციონირებს როგორც ბი-ბი-სის სტრუქტურული ერთეული. მისი დამახასიათებელი თვისებაა ის, რომ პროგრამებში ყველაზე მეტი დრო ეთმობა ახალ ამბებსა და კომენტარებს აქტუალურ თემებზე. ბი-ბი-სის „ახალი ამბების სამსახური“ მე-20 საუკუნის ბოლოს ყველაზე პოპულარული იყო მთელ მსოფლიოში. მის გადაცემებს 100 სხვადასხვა ქვეყანაში 140 მილიონი ადამიანი უსმენდა, ხოლო მაუწყებლობის მოცულობა დღე-ღამეში 140 საათს შეადგენდა. გარდა ამისა, ბი-ბი-სი ეთერში გადასცემს გასართობ პროგრამებს, ვიქტორინებს, რეპორტაჟებს, მაგრამ მთავარი მისთვის მაღალი ოპერატიულობა და ობიექტურობაა, რისი წყალობითაც სტაბილური აუდიტორია ჰყავს მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში.

ამჟამად ბი-ბი-სის უცხოეთზე მაუწყებლობის სამსახური, რომელსაც კორპორაციის გენერალური დირექტორის მოადგილე ხელმძღვანელობს, აერთიანებს 11 ქვედანაყოფს, როგორც ფუნქციების, ისე რეგიონების მიხედვით („ევროპის ქვეყნებზე მაუწყებლობის სამსახური“, „ზღვისიქითა ტერიტორიებზე მაუწყებლობის სამსახური“, „ახალი ამბების სამსახური“ და ა.შ.) და ტექნიკურ სამმართველოს. ინგლისურის გარდა გადაცემები ეწყობა 40 ენაზე 1400 საათის მოცულობით (ეს მსოფლიოში ყველაზე მაღალი მაჩვენებელია). აქედან მნიშვნელოვანი წილი უკავია „ახალი ამბების მსოფლიო სამსახურის“ გადაცემებს ინგლისურ ენაზე და ინგლისური ენის გაკვეთილებს.

ბი-ბი-სის საგარეო მაუწყებლობის შტაბ-ბინა ლონდონშია. მას ემსახურება 52 სტუდია და 76 გადამცემი, რომელთაგანაც 46 ინგლისის ტერიტორიაზეა განლაგებული, 30 კი – საზღვარგარეთის სარეგრანსლაციო ბაზებზე. საეთერო გადაცემების მომზადებასთან ერთად ბი-ბი-სის უცხოეთზე მაუწყებლობა მრავალ სხვადასხვა ქვეყანას უზღავნის ასევე ჩანერილ პროგრამებს წლიურად 500 საათის მოცულობით. გარდა ინფორმაციის იმ წყაროებისა,

რითაც ბი-ბი-სის შიდა მაუწყებლობის სამსახური სარგებლობს (ინგლისის, უცხოეთის ქვეყნებისა და საერთაშორისო საინფორმაციო სააგენტოების ცნობები, აგრეთვე კორესპონდენტთა შეტყობინებანი ქვეყნის შიდა რაიონებიდან), საგარეო მაუწყებლობის სამსახურის განკარგულებაშია 12 კორპუნქტი მსოფლიოს სხვადასხვა რეგიონში.

**გერმანიის** საგარეო-პოლიტიკური პროპაგანდა რეგულარულ ხასიათს იღებს 1929 წლიდან, როცა ვუსტერჰაუზენში, ბერლინის ახლოს, მუშაობა დაიწყო „გერმანულმა ტალღამ“ („**Deutsche Welle**“). ოფიციალურად მას ევალებოდა მშობლიურ ენაზე მიენოდებინა ინფორმაცია საზღვარგარეთ მცხოვრები გერმანელებისათვის, სინამდვილეში კი პანგერმანიზმისა და შოვინიზმის იდეების პროპაგანდას ეწეოდა. ფაშისტების ხელისუფლების სათავეში მოსვლის შემდეგ ამ პროპაგანდამ გლობალური ხასიათი მიიღო – შეიქმნა ერთიანი სახელმწიფო ორგანიზაცია „გერმანიის რადიოსამაუწყებლო საზოგადოება“ და მის სტრუქტურაში ჩამოყალიბდა უცხოეთზე მაუწყებლობის განყოფილება.

1933 წლის 1 აპრილს გერმანიის რადიომ დაიწყო გადაცემები ჩრდილოეთ ამერიკაზე, სადაც ყველაზე მეტი „საზღვარგარეთელი გერმანელი“ ცხოვრობდა, 1934 წლის თებერვალში – აფრიკაზე, ლათინურ ამერიკასა და აღმოსავლეთ აზიაზე, 1935 წლის იანვარში – სამხრეთ აზიაზე, მაისში – ცენტრალურ ამერიკაზე, 1939 წლის მარტ-აპრილში კი – ბრაზილიასა და არაბულ ქვეყნებზე. 1939 წლის ბოლოსათვის ფაშისტური გერმანიის საგარეო მაუწყებლობა მოიცავდა 8 გეოპოლიტიკურ ზონას და ეწყობოდა 7 ენაზე დღე-ღამეში 75 საათის მოცულობით. მასში აშკარად გამოჩნდა ფაშისტური პროპაგანდის განსაკუთრებით რეაქციული ხასიათი – სოციალური დემაგოგიის, სიცრუის, დეზინფორმაციისა და ცილისწამების სისტემატური გამოყენება. ფაშისტურ პროპაგანდაში თეორიულად ჩამოყალიბდა და პრაქტიკულად განხორციელდა ხალხის ფართო მასების ემოციური დამუშავების, ადამიანის ქვენა გრძნობებზე ზემოქმედების, მათი ცნობიერებით მანიპულაციის პრინციპები და მეთოდები. გერმანული რადიოპროპაგანდა უმზადებდა იდეოლოგიურ ნიადაგს ფრანკოს ამბოხებას ესპანეთში 1936 წელს, ავსტრიის ანექსიას – 1938 წელს, ჩეხოსლოვაკიისა და

პოლონეთის დაპყრობას 1939 წელს, ამართლებდა გერმანიის ექსპანსიურ პოლიტიკას ევროპის ბოლშევიზმისაგან დაცვის მოტივით და ა.შ.

საბჭოთა კავშირზე თავდასხმაც გერმანიის რადიომ წარმოადგინა როგორც „იძულებითი ღონისძიება“ და დიქტატორული რეჟიმისაგან ხალხის განთავისუფლებისათვის ბრძოლა. ამას მოჰყვა ორი დივერსიული რადიოსადგურის ამუშავება, რომლებიც რუსულ ენაზე ენეოდნენ მაუწყებლობას. პირველს ერქვა „ლენინის ძველი გვარდია“, რომელიც თავს სკკპ ცენტრალური კომიტეტის ორგანოდ ასალებდა და ყოველნაირად ცდილობდა არეულობა შეეტანა ზურგის მოქმედებაში. მეორე რადიოსადგური – სახელწოდებით „რუსეთისათვის“ – პროპაგანდას უწევდა ანტიკომუნიზმსა და ველიკორუსულ შოვინიზმს. ორივე „შავი“ (დივერსიული) რადიოსადგური შედიოდა ე.წ. „კონკორდ ბიუროში“.

1942 წლის ოქტომბერ-ნოემბერში, კიდევ ერთი რეორგანიზაციის შემდეგ, ოფიციალურმა ფაშისტურმა საგარეო მაუწყებლობამ, შეიძლება ითქვას, უმაღლეს დონეს მიაღწია – გადაცემები ეწყობოდა 53 ენაზე ყოველდღიურად 425 საათის მოცულობით. შემდგომში კი, სამხედრო მდგომარეობის გაუარესებასთან ერთად, ფაშისტური პროპაგანდა სულ უფრო ინტენსიურად იძენდა დივერსიულ ხასიათს. 1944 წლისათვის ანტიფაშისტური კოალიციის წინააღმდეგ მოქმედებდა 110 საიდუმლო დივერსიული რადიოსადგური. მათი მიზანი იყო განხეთქილება შეეტანათ ფაშიზმის წინააღმდეგ გაერთიანებულ სახელმწიფოებს შორის. მაგრამ მთავარი მტრული ძალა – გერმანული სამხედრო მანქანა – უკვე თითქმის განადგურებული იყო და არავითარ პროპაგანდას აღარ შეეძლო მისი გადარჩენა.

ომის შემდეგ, როცა ევროპის ცენტრში სხვადასხვა სოციალურ-პოლიტიკური სისტემის ორი გერმანული სახელმწიფო ჩამოყალიბდა, გფრ-ის რადიო დასავლეთის რადიოპროპაგანდის საერთო ნაკადში მოექცა, გდრ-ის რადიო კი საბჭოთა, კომუნისტური პროპაგანდის პრინციპებსა და მეთოდებს დაეფუძნა.

საოკუპაციო ხელისუფლება გერმანიის ფედერაციულ რესპუბლიკას კარგა ხნის მანძილზე არ აძლევდა საგარეო მაუწყებლობის უფლებას. მხოლოდ ფაშისტური გერმანიის კაპიტულა-

ციიდან რვა წლის შემდეგ დაიწყო დასავლეთ გერმანიამ თავისი გადაცემები უცხოეთზე. თვითონ რადიოსადგურს იგივე სახელი ეწოდა. რაც მას დაარსების დღიდან და ფაშიზმის ბატონობის წლებში ერქვა – „გერმანული ტალღა“. ოფიციალური სტატუსის მიხედვით რადიოსადგური „გერმანული ტალღა“ დამოუკიდებელი რადიოსამაუწყებლო ორგანიზაციაა და „არცერთი სამთავრობო დანესებულების მიერ არ კონტროლდება“. მაგრამ მას ხელმძღვანელობს მეთვალყურეთა საბჭო, რომლის 11 წევრიდან 8 – მთავრობის, ბუნდესტაგისა (პარლამენტის) და ბუნდესრატის (მხარეთა ხელისუფლების) წარმომადგენელია და აფინანსებს გფრ-ის შინაგან საქმეთა სამინისტრო.

დღეს „გერმანული ტალღა“ ისევე, როგორც „ამერიკის ხმა“ და ბი-ბი-სი, თავის ძირითად ამოცანას ხალხთა ურთიერთობისათვის ხელის შეწყობას მიიჩნევს და ჰუმანიზმის, დემოკრატიზმისა და მიუკერძოებლობის პრინციპებს ეყრდნობა. უფრო მეტიც, ობიექტურობის ლოზუნგით „გერმანული ტალღის“ პროგრამებიდან თანდათან ქრება კომენტარის უანრი, რადგან მიაჩნიათ, რომ იგი ნებისმიერ ინფორმაციას გარკვეულ სუბიექტურ ახსნას აძლევს. მისი შტაბბინა განლაგებულია კიოლნში, მაუწყებლობას ეწევა 30 ენაზე დღე-ღამეში 100 საათის მოცულობით, მსოფლიოს თითქმის ყველა რეგიონზე – ძირითადად ესაა პროგრამები აღმოსავლეთ და სამხრეთ აღმოსავლეთ ევროპისათვის, ახლო და შუა აღმოსავლეთისათვის, აზიის, აფრიკისა და ლათინური ამერიკისათვის, ჩრდილოეთ ამერიკისათვის.

1996 წლის შუა ხანებიდან, თანამგზავრ „აზიასატ-2“-ის მუდმივად გამოყენების დაწყებიდან, „გერმანული ტალღის“ გადაცემების მიღება დედამიწის ყველა კუთხეში გახდა შესაძლებელი. ასევე, „გერმანული ტალღა“ მსოფლიოში უმსხვილესი ტელემაუწყებელია თანამგზავრების საშუალებით. რამდენიმე ასეული საეთერო და საკაბელო სადგური მთელ დედამიწაზე მთლიანად ანდა ნაწილობრივ ახდენს მისი ტელეპროგრამების რეტრანსლირებას, 420 რადიოსადგურს აქვს დადებული ხელშეკრულება რადიოგადაცემების რეტრანსლაციაზე.

**რუსეთის საგარეო მაუწყებლობა** ისევე, როგორც რუსეთის მთელი რადიო შედარებით მცირე პერიოდს მოიცავს, მაგრამ მას

ვერ განვიხილავთ საბჭოთა საგარეო რადიომაუწყებლობისაგან მონყვევით, რადგან ფაქტობრივად მის გაგრძელებას წარმოადგენს ახალ პოლიტიკურ და იდეოლოგიურ პირობებში. საბჭოთა საგარეო რადიომაუწყებლობას კი საერთაშორისო ეთერში საქმიანობის ხანგრძლივი ისტორია აქვს.

საბჭოთა კავშირში უცხოეთზე მაუწყებლობამ, საგარეო-პოლიტიკურმა რადიოპროპაგანდამ რეგულარული ხასიათი მიიღო 1929 წლის ოქტომბრიდან, როცა ფოსტა-ტელეგრაფის სახალხო კომისარიატის მოსკოვის რადიოსამაუწყებლო ცენტრთან შეიქმნა უცხო ენებზე გადაცემების სექტორი. იგი თავიდან გერმანულ, ფრანგულ და ინგლისურ ენებზე ენეოდა მაუწყებლობას, მაგრამ უკვე 1933 წლიდან მათ დამატება გადაცემები ესპანურ, იტალიურ, უნგრულ, შვედურ და ჩეხურ ენებზე (გარდა ამისა, კიევიდან ენეობოდა გადაცემები პოლონურ ენაზე) და საბჭოთა რადიოპროპაგანდამ თერთმეტი ქვეყანა მოიცვა. 1939 წელს, როცა საერთაშორისო მდგომარეობა უკიდურესად დაიძაბა, რადიოფიკაციისა და რადიომაუწყებლობის საკავშირო კომიტეტის სტრუქტურაში არსებული უცხო ენებზე გადაცემის სექტორი გადაკეთდა უცხოეთის განყოფილებად, აგრეთვე დამატება მაუწყებლობა ფინურ ენაზე (1940 წელს მას მოჰყვა მაუწყებლობა სერბულ-ხორვატულ, ხოლო 1941 წელს ბულგარულ ენაზე).

მეორე მსოფლო ომის წლებში საგარეო-პოლიტიკურმა პროპაგანდამ განსაკუთრებული მნიშვნელობა შეიძინა და საბჭოთა მაუწყებლობა უცხოეთის ქვეყნებზე მკვეთრად გაიზარდა. უკვე 1941 წლის დეკემბრისათვის იგი ენეობოდა 21 ენაზე, დღე-ღამეში 51 საათის, ხოლო 1945 წლისათვის – 29 ენაზე, 60 საათის ხანგრძლივობით. მოსკოვის პარალელურად გადაცემები ენეობოდა ქ. სამარიდან – მაშინდელი კუიბიშევიდან (ევროპაზე), ამურის კომსომოლსკიდან (ჩინეთზე, იაპონიასა და აშშ-ზე) და თბილისიდან (იტალიასა და ბალკანეთის ქვეყნებზე).

ფართო გავრცელება პოვა პროგრამების გაცვლამ და რეტრანსლაციამ. ამერიკული რადიოკომპანია „ბლიუ ნეთუორკის“ თხოვნით ამ მიზნით სპეციალურად შეიქმნა ყოველკვირეული პროგრამა, რომელსაც აშშ-ის 96 რადიოსადგური გადასცემდა. 1943-1944 წლებში ინგლისელი მსმენელებისათვის ასევე მრავალი

გადაცემის რეტრანსლაციას ეწეოდა რადიოკორპორაცია ბი-ბი-სი.

ომისშემდგომ წლებში იდეოლოგიური დაპირისპირების გაღრმავებასთან ერთად სისტემატურად ფართოვდებოდა საბჭოთა მაუწყებლობა უცხოეთის ქვეყნებზე, უმჯობესდებოდა ორგანიზაციული სტრუქტურა, მუშავდებოდა პროპაგანდის ახალი მიმართულებანი, მაუწყებლობის ფორმები და მეთოდები. ლოზუნგების მიხედვით იგი თითქოს საბჭოთა ცხოვრების ობიექტურ ასახვას, ხალხთა ურთიერთდაახლოებასა და მთელ მსოფლიოში მშვიდობის განმტკიცებას ემსახურებოდა; სინამდვილეში კი შეურიგებელ იდეოლოგიურ ომს ეწეოდა უცხოეთის წამყვანი სახელმწიფოების წინააღმდეგ, მხარს უჭერდა ანტისამთავრობო და სეპარატისტულ ამბოხებას მრავალ ქვეყანაში, ხალხთა რევოლუციურ მოძრაობად ასაღებდა ტერორისტული ჯგუფების საქმიანობას, ინტენსიურად ახვევდა თავს განვითარებადი ქვეყნების გაუნათლებელ მოსახლეობას მოჩვენებით სოციალისტურ ღირებულებებს და ა.შ.

საბჭოთა საგარეო რადიომაუწყებლობის სამსახური ყველაზე დიდი რადიორგანიზაცია გახდა მთელ მსოფლიოში – 90-იანი წლების დასაწყისში იგი მაუწყებლობას ეწეოდა 70 ენაზე, დღელამეში 248 საათის მოცულობით. ორგანიზაციულად საგარეო მაუწყებლობას შეადგენდა: 1. ცენტრალური მაუწყებლობა უცხოეთის ქვეყნებზე (ე.წ. „მოსკოვსკოე რადიო“), რომელიც სსრკ ტელევიზიისა და რადიომაუწყებლობის სახელმწიფო კომიტეტის (სახტელერადიო) სტრუქტურაში შედიოდა; 2. ვითომდა არაოფიციალური, არასამთავრობო რადიოსადგური „მირ ი პროგრეს“, რომელიც 1964 წელს „დააარსეს“ საბჭოთა საზოგადოებრივმა ორგანიზაციებმა და მაუწყებლობას ეწეოდა 75 ენაზე; 3. სსრკ-ში შემავალი მოკავშირე რესპუბლიკების რადიომაუწყებლობა უცხოეთის ქვეყნებზე, რომელიც „მოსკოვსკოე რადიოს“ მსგავსად, სახტელერადიოს სახელმწიფო სტრუქტურას განეკუთვნებოდა, მაგრამ მისი გადაცემები ეწყობოდა არა მოსკოვიდან, არამედ ცხრა მოკავშირე რესპუბლიკის დედაქალაქებიდან.

ამ დროისათვის სსრკ სახტელერადიოს 40-ზე მეტი საკორესპონდენტო პუნქტი ჰქონდა ევროპასა, აზიასა, ამერიკასა და აფრიკაში.

საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ „მოსკოვსკოე რადიო“ ერთხანს კიდევ რჩებოდა დამოუკიდებელ რუსეთის ფედერაციის სახელმწიფო მაუწყებლობის სტრუქტურაში, მაგრამ მალე, 1993 წლის დეკემბერში, იგი შეცვალა რუსეთის სახელმწიფო რადიო-სამაუწყებლო კომპანია „გოლოს როსიი“. თავის წინამორბედთან შედარებით მისი მაუწყებლობა სამჯერ ნაკლებია და დაფინანსებაც მკვეთრად შეუმცირდა, მაგრამ ბი-ბი-სის, „ამერიკის ხმის“, „გერმანული ტალღისა“ და ჩინეთის საერთაშორისო რადიოსთან ერთად „გოლოს როსიი“ მაინც ყველაზე გავლენიანი რადიოსადგურების რიცხვს მიეკუთვნება. ახალ პირობებში საგრძნობლად შეიცვალა რუსეთის საგარეო მაუწყებლობის კონცეფცია. წარსულს ჩაჰბარდა „ცივი ომის“ დროინდელი იდეოლოგიური, პოლიტიკური და პროპაგანდისტული სტერეოტიპები, ფსიქოლოგიური ზემოქმედების მეთოდები, მაგრამ „გოლოს როსიი“ ძველებურად სახელმწიფო სტრუქტურაა და გამოხატავს რუსეთის დესტრუქციულ პოზიციას საერთაშორისო პოლიტიკაში. მისი ერთ-ერთი გადაუდებელი ამოცანა გახდა მაუწყებლობა ე.წ. „ახლო საზღვარგარეთის“ ქვეყნებზე – ყოფილ საბჭოთა რესპუბლიკებზე, რომლებზეც გავლენის შენარჩუნება რუსეთის საგარეო პოლიტიკის ერთ-ერთი ძირითადი მიმართულებაა.

1978 წლის ოქტომბერში შეიქმნა ბი-ბი-სის „ახალი ამბების მსოფლიო სამსახურის“ ანალოგიური „მოსკოვსკოე რადიოს“ მსოფლიო სამსახური ინგლისურ ენაზე, რომელიც ამზადებდა საინფორმაციო-მუსიკალურ პროგრამას – თავისებურ „მაიაკს“. 1983 წელს ასეთივე სამსახური შეიქმნა ფრანგულ ენაზეც.

დღეს „გოლოს როსიის“ ინფორმაციის (ახალი ამბების) ცენტრალიზებული დირექცია და მსოფლიო რეგიონული სამსახურები ერთად ამზადებენ შემდეგ პროგრამებს:

მსოფლიო რუსული პროგრამა – მისი მსმენელები არიან რუსულენოვანი დიასპორა მსოფლიოს სხვადასხვა რეგიონსა და ქვეყანაში, აგრეთვე რუსულენოვანი მოსახლეობა ყოფილ საბჭოთა რესპუბლიკებში (დღე-ღამეში – 8 საათი);

მსოფლიო ინგლისური პროგრამა – მაუწყებლობას ეწევა ყველა კონტინენტზე, მიზანმიმართული გადაცემები აქვს ევროპა-



ზე, აზიაზე, აფრიკასა და ჩრდილოეთ ამერიკაზე (დღე-ღამეში – 15 საათი);

ფრანგული პროგრამა – მოიცავს ევროპის, აფრიკის, ახლო აღმოსავლეთის რეგიონებსა და ჩრდილოეთ ამერიკას (დღე-ღამეში – 4 საათი);

ესპანური პროგრამა – გადაიცემა ევროპასა და ლათინურ ამერიკაზე (დღე-ღამეში – 2 საათი);

პორტუგალიური პროგრამა – ყოველდღიურად 1 საათის ხანგრძლივობით გადაიცემა ევროპასა, აფრიკასა და ამერიკაზე;

ევროპული პროგრამა – მოიცავს გადაცემებს გერმანულ (დღე-ღამეში – 7 საათი), აგრეთვე კიდევ 13 ენაზე.

რუსეთის საერთაშორისო მაუწყებლობის სამსახურები ამზადებენ სხვადასხვა თემატიკისა და ჟანრის გადაცემებს. ყოველდღიურად მთელი მსოფლიოსთვის ეთერშია „უკანასკნელი ცნობების“ 150 გამოშვება, ათეულობით ანალიტიკური მასალა: „პრობლემები, მოვლენები, ადამიანები“, „საქმიანი კლუბი“, „მეცნიერება და ტექნიკა“ და სხვ. დილით და საღამოთი პროგრამა „დღეს მსოფლიოში“ იძლევა კომენტარს დღის მთავარ თემაზე. ყველა ქვეყანასა და კონტინენტზე გადაიცემა „რუსული ენის გაკვეთილები“, რომელიც განკუთვნილია მოსწავლეებისათვის, სტუდენტებისათვის, მასწავლებლებისათვის, ბიზნესმენებისათვის – ყველასათვის, ვისაც რუსული ენის შესწავლა სურს.

**ამერიკის შეერთებული შტატების საგარეო მაუწყებლობის** პირველი ობიექტი პოლიტიკურ-გეოგრაფიული მიზეზების გამო ცენტრალური და ლათინური ამერიკის ქვეყნები აღმოჩნდა. 1924 წელს სწორედ ამ რეგიონზე დაიწყო გადაცემები პანამერიკული კავშირის ეგიდით. 1929 წლიდან მას დაემატა ეროვნული რადიოსამაუწყებლო კომპანიის (ენ-ბი-სის) და კოლუმბიის რადიოსამაუწყებლო სისტემის (სი-ბი-ესის), ხოლო 1935 წლიდან მილიარდერ როკფელერის ხარჯზე შექმნილი „მსოფლიო რადიოსამაუწყებლო ფონდის“ მოკლეტალოვანი გადაცემები. უკვე 1938 წლისათვის აშშ-ის რადიოსადგურები ექვს ენაზე ენეოდნენ მაუწყებლობას ლათინური ამერიკისა და ევროპის მოსახლეობისათვის.

30-იანი წლების მეორე ნახევრიდან, როცა განსაკუთრებით გაძლიერდა გერმანიის, იტალიისა და იაპონიის იდეოლოგიური

„რადიოდივერსიები“, აშშ-მა დაიწყო საგარეოპოლიტიკური პროპაგანდის ორგანიზაციული სტრუქტურების ჩამოყალიბება. შეიქმნა სპეციალური ცენტრალიზებული ჯგუფი უცხო ენებზე გადაცემების მოსამზადებლად.

1941-1942 წლებში აშშ-ის საგარეო-პოლიტიკური რადიოპროპაგანდის ტექნიკური ბაზა უკვე მოიცავდა რამდენიმე სამთავრობო და 11 კერძო მოკლეტალღოვან რადიოსადგურს. 1942 წლის 24 თებერვალს ნიუ-იორკის რადიოსტუდიიდან მთავრობის სახელით მოეწყო პირველი გადაცემები გერმანულ და ინგლისურ ენებზე, ხოლო რადიოსადგურს, რომელმაც ისინი მოამზადა, ეწოდა „ამერიკის ხმა“ („Voice of Amerika“). ამით დასრულდა აშშ-ის საგარეო პოლიტიკური რადიოპროპაგანდის პირველი, ჩამოყალიბების პერიოდი.

მეორე მსოფლიო ომის განმავლობაში „ამერიკის ხმა“, როგორც სამთავრობო დაწესებულება, სტრუქტურულად სამხედრო ინფორმაციის ბიუროში შედიოდა, სხვადასხვა რეორგანიზაციის შემდეგ კი 1953 წელს აშშ-ის საინფორმაციო სააგენტოს („იუსი-ას“) ქვედანაყოფად იქცა. იგი გამოდიოდა ამერიკის მთავრობის სახელით და ექვემდებარებოდა სახელმწიფო დეპარტამენტს. ამავე დროს, „ცივი ომის“ პერიოდში შეიქმნა რამდენიმე სპეციალური სადგური, რომლებიც მსოფლიოს სხვადასხვა რეგიონზე ეწოდნენ რადიოპროპაგანდას და არაკომერციულ ორგანიზაციებად იწოდებოდნენ: რადიო „თავისუფალი ევროპა“ (ევროპის სოციალისტურ ქვეყნებზე), რადიო „თავისუფლება“ (საბჭოთა კავშირის რესპუბლიკებზე – კვირაში 500 საათის მოცულობით) და „თავისუფალი აზია“.

„ამერიკის ხმის“ ოფიციალურ ფუნქციად გამოცხადებულია „ხალხთა ურთიერთგაგებისათვის ხელის შეწყობა“. 80-იანი წლების დასასრულისათვის იგი მაუწყებლობას ეწეოდა 40 ენაზე, აქედან საბჭოთა კავშირის ხალხთა 9 ენაზე: რუსულად (1947 წლიდან), ქართულად (1951 წლიდან), სომხურად, აზერბაიჯანულად, უკრაინულად, ლატვიურად, ლიტვიურად, ესტონურად და უზბეკურად, კვირაში 115 საათის მოცულობით. აქვე აღვნიშნავთ, რომ სხვა ენებთან ერთად 1957 წლიდან ქართულად მაუწყებლობას ეწევა აგრეთვე არასახელმწიფოებრივი რადიოსადგური „თავი-

სუფლება“, რომელმაც 1995 წელს მიუნხენიდან პრალაში გადმოინაცვლა. მის ამოცანად ითვლება „ხელი შეუწყოს ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპისა და ყოფილ საბჭოთა სივრცეში წარმოშობილ ახალ სახელმწიფოებს დემოკრატიული საზოგადოების მშენებლობაში, იყოს მათთვის ინფორმაციის წყარო, გააანალიზოს მიმდინარე მოვლენები“.

„ამერიკის ხმის“ ბევრი გადაცემა ჩანაწერებისა და სცენარების სახით ვრცელდება უცხოეთის სხვა რადიოსადგურებშიც. ზოგი რადიოსადგური მისი პროგრამების რეტრანსლაცისაც აწყობს. ასე მაგალითად, 1969 წელს, ამერიკელი კოსმონავტების მთვარეზე დაშვებისას, „ამერიკის ხმის“ გადაცემების რეტრანსლაციას ეწეოდა 3600 უცხოური რადიოსადგური. 1995-2004 წლებში საქართველოს რადიოც ყოველდღიურად ეწეოდა 19 საათსა და 30 წუთიდან 20 საათამდე „ამერიკის ხმის“ ქართული პროგრამის რეტრანსლაციას პირველი და მეორე არხებით და „თავისუფლების“ რეტრანსლაციას პირველი არხით 24 საათიდან და მეორე არხით 20 საათიდან. რადიო „თავისუფლებას“ თბილისში თავისი ბიუროც აქვს გახსნილი.

დღეისათვის „ამერიკის ხმა“ დღეში 120 საათს გადასცემს 52 ენაზე. რადიოსადგური „თავისუფალი ევროპა“ (დღეში 23 საათი 8 ენაზე) და „თავისუფლება“ (61 საათი 13 ენაზე) ფორმალურად დამოუკიდებელი არიან (თუმცა კონგრესის მხარდაჭერით), მაგრამ „ამერიკის ხმასთან“ ერთად კოორდინირებულად მოქმედებენ. „თავისუფალი აზიის“ პროგრამებს 1996 წლიდან დაემატა გადაცემები ჩინურ და ტიბეტურ ენებზე. გარდა ამისა, საგარეო მაუწყებლობა ინტენსიურად ვითარდება აშშ-ის რეგიონულ რადიოსადგურებში (მაგალითად, „კალიფორნიის რადიო“ დღეში 26 საათს გადასცემს 11 ენაზე). საზღვარგარეთის აუდიტორიაზე მაუწყებლობას ეწევიან „ბოსტონის რადიო“, ფლორიდისა და ალაბამის რადიოსადგურები და ა.შ.

**იაპონიაში** საგარეო მაუწყებლობის მონოპოლია ეკუთვნის ენ-ეიჩ-კეის – იაპონიის რადიოსამაუწყებლო კორპორაციას, ნახევრად საზოგადოებრივ ორგანიზაციას, რომელიც 1926 წელს ჩამოყალიბდა რიგი კომერციული კომპანიების ბაზაზე. თვითონ ენ-ეიჩ-კეის საგარეო მაუწყებლობის ორგანიზაცია, ბი-ბი-სის მსგავსად,

განაპირობა იაპონიის მზარდი იმპერიული პოლიტიკის მოთხოვნილებებმა. 1928 წლის ნოემბრიდან ენ-ეიჩ-კეიმ საშუალოტალღოვან დიაპაზონზე პირველად დაიწყო მაუწყებლობა იაპონიის მიერ ოკუპირებული ზღვისგალმა ტერიტორიებისათვის (მანჯურია, კორეა, ტაივანი), იქაური რადიოსადგურები კი ენეოდნენ მის რეტრანსლაციას, როგორც იაპონურ, ისე ადგილობრივ ენებზე (იაპონური ენა ამ ქვეყნებში საკმაოდ გავრცელებული იყო, სკოლებშიაც კი მისი სწავლება სავალდებულოდ ითვლებოდა).

1935 წლის ივლისიდან „ტოკიოს რადიომ“ იაპონურ და ინგლისურ ენებზე დაიწყო გადაცემები ჰავაის კუნძულებისა და ამერიკის კონტინენტის მსმენელებისათვის, 1935 წლის სექტემბრიდან კი – ევროპის აუდიტორიისათვის. წყნარ ოკეანეში ომის დაწყების წინ უცხოეთზე მაუწყებლობა 16 ენამდე გაიზარდა. „ტოკიოს რადიოს“ უკანასკნელ ცნობათა გამოშვება ყოველდღიურად გადაიცემოდა ინგლისურ ენაზე 11-ჯერ და ჩინურ ენაზე 9-ჯერ. ამ ცნობებს კონტროლს უწევდა იაპონიის საგარეო საქმეთა სამინისტრო.

ომის დაწყების დღიდან საგარეო მაუწყებლობა იაპონიის მთავრობის უშუალო ყურადღების საგანი გახდა. 1942 წლის ბოლოს იაპონიის კოლონიებისა და წყნარ ოკეანეში ახლადოკუპირებული ტერიტორიების რადიოქსელები გაერთიანდა და შეიქმნა „აღმოსავლეთ აზიის რადიომაუწყებლობა“, რომელმაც მოიცვა სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიისა და ინდოჩინეთის სხვადასხვა რეგიონი.

სხვა ქვეყნებზე გადაცემები ენ-ეიჩ-კეიმ 24 ენამდე გაზარდა (დღე-ღამეში 66 საათის მოცულობით). მისი ტაქტიკა მრავალმხრივი იყო: იაპონიის მოწინააღმდეგეებზე გამიზნულ პროპაგანდას ანტიმილიტარისტული ხასიათი ჰქონდა, რომ შეესუსტებინა მათი ბრძოლისუნარიანობა (მათ ბრალი ედებოდათ უსამართლო ომის გაჩაღებასა და უაზრო სისხლისღვრაში); ოკუპირებულ ტერიტორიებზე ენ-ეიჩ-კეის გადაცემები ხელს უწყობდა იაპონიის საოკუპაციო ჯარებისა და ხელისუფლებისადმი ადგილობრივი მოსახლეობის ლოიალური დამოკიდებულების გამოიმუშავებას; განსაკუთრებით აქტიურად იყენებდა იაპონური რადიოპროპაგანდა „დასავლეთის იმპერიალიზმის“ კოლონიური პოლიტიკის

კრიტიკას, რადგან ეყრდნობოდა სინამდვილეში მომხდარ და აუდიტორიისათვის კარგად ცნობილ ფაქტებს. ევროპისა და ამერიკის იმპერიალიზმისადმი სიძულვილით განმსჭვალულ ხალხებს იაპონელი მილიტარისტები საბრძოლველად მოუწოდებდნენ მეტად ეფექტური და ეშმაკური ლოზუნგით – „აზია – აზიელებს“, რასაც დასაწყისში არცთუ მცირე წარმატება ჰქონდა.

იაპონიის სამხედრო მდგომარეობის გაუარესებას არ შეუცვლია ენ-ეიჩ-კეის საგარეოპოლიტიკური პროპაგანდის ხასიათი, შემცირდა მხოლოდ უცხოეთზე გადაცემების მოცულობა – 1944 წელს მუშაობა შეწყვიტეს ოკუპირებულ ტერიტორიებზე მოქმედმა რადიოსადგურებმა. იაპონიის კაპიტულაციის შემდეგ კი ამერიკის საოკუპაციო ხელისუფლების ბრძანებით საერთოდ შეწყდა ენ-ეიჩ-კეის უცხოეთზე მაუწყებლობა.

1951 წლის ბოლო ეს აკრძალვა მოიხსნა და 1952 წლის 10 თებერვალს ექვსწლიანი „შესვენების“ შემდეგ „ტოკიოს რადიოს“ გადაცემები ისევ გაისმა ეთერში. 1957 წელს ენ-ეიჩ-კეიმ გაითვალისწინა იაპონური ენის მცოდნეთა რაოდენობა და დაიწყო ყოველდღიური თითოსათიანი გადაცემები იაპონურ ენაზე ტაივანელი და კორეელი მსმენელებისათვის. მის ბაზაზე 1960 წელს შეიქმნა „საყოველთაო მაუწყებლობის სამსახური“, რომელიც განკუთვნილი იყო მსოფლიოს ყველა ქვეყნის აუდიტორიისათვის და მუშაობდა ინგლისურ და იაპონურ ენებზე. 1970 წლისათვის ეს „საყოველთაო მაუწყებლობა“, რომელიც ბი-ბი-სის „ახალი ამბების მსოფლიო სამსახურის“ ანალოგიით შეიქმნა, უკვე 21 ენაზე გადასცემდა დღე-ღამეში 37 საათის მოცულობით.

იაპონიის საგარეო მაუწყებლობა ძირითადად (წლიური მოცულობის 77,6 პროცენტი) აზიის კონტინენტის მოსახლეობისადმი არის მიმართული. აქედან მეტი წილი განკუთვნილია სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიის, ავსტრალიისა და ახალი ზელანდიის მსმენელებისათვის (ეს რეგონების ტრადიციულად იაპონიის იდეოლოგიური ექსპანსიის უმთავრესი ობიექტებია). დღე-ღამეში ორჯერ მიმართავს ენ-ეიჩ-კეი რუსეთის აუდიტორიასაც რუსულ ენაზე, 30-წუთიანი გადაცემებით. პირველი განკუთვნილია შორეული აღმოსავლეთის მოსახლეობისათვის. მეორე – ევროპული ნაწილის მსმენელებისათვის (თუმცა მათი მოსმენა შორეულ აღმოსავლეთ-

შიც შეიძლება). კორპორაცია 20 ენაზე გადასცემს იაპონური ენის სპეციალურ რადიოკურსს (ესეც ბი-ბი-სის „ინგლისური ენის გაკვეთილების“ ანალოგიით) და ამასთან შვიდ ენაზე გამოსცემს მის ტექსტებს. ენ-ეჩ-კეი ინტენსიურად ეწევა აგრეთვე ტელერადიოპროგრამების გაცვლას სხვადასხვა ქვეყანასთან. ამჟამად იგი 22 ენაზე იუწყება, დღე-ღამეში 65 საათის მოცულობით და მსოფლიო წამყვანი რადიოსადგურების ათეულში შედის.

ასეთია მოკლედ საგარეო მაუწყებლობის ძირითადი სუბიექტების განვითარების ისტორია და თანამედროვე მდგომარეობა. საერთაშორისო ეთერში დღეს 160-ზე მეტი ქვეყნის 1600 რადიოსადგური მუშაობს და მათი რიცხვი მომავალში ალბათ კიდევ უფრო გაიზრდება. ეს განპირობებულია მრავალი ეკონომიკური, სოციალურ-პოლიტიკური და ტექნიკური ფაქტორით როგორც თვითონ მაუწყებელ სახელმწიფოში, ისე მთელ მსოფლიოში, დემოკრატიზაციის შეუქცევადი პროცესით მრავალ ქვეყანაში და საერთაშორისო თანამშრომლობის სულ უფრო მეტი გაღრმავებით.

საქართველოს, რა თქმა უნდა, ზემოთ განხილული ქვეყნებისგან განსხვავებით, რაიმე ექსპანსიური მიზნები არასდროს ჰქონია, მაგრამ შეძლებისდაგვარად ცდილობდა თავისი ხმა მიეწვდინა საერთაშორისო საზოგადოებისათვის.

**საქართველოს საგარეო რადიომაუწყებლობა** დასაბამს იღებს წინა საუკუნის 60-იანი წლებიდან, როცა დაიწყო გადაცემა ყოველკვირეული ერთსაათიანი პროგრამისა „უცხოეთში მცხოვრები თანამემამულეებისათვის“ (1956 წელს შეიქმნა გაცვლითი რედაქცია, რომელიც საზღვარგარეთის ქვეყნებისთვისაც ამზადებდა გადაცემებს); 1963 წელს უცხოეთზე მაუწყებლობა ცალკე რედაქციად ჩამოყალიბდა, 70-იანი წლებიდან კი საქართველოს ტელე-რადიომაუწყებლობის საერთაშორისო პროგრამების ერთიანი მთავარი რედაქციის სტრუქტურაში ჩაერთო. თავიდან ეს პროგრამები, რომლებიც მხოლოდ ქართულ ენაზე მზადდებოდა, განკუთვნილი იყო ევროპასა და ახლო აღმოსავლეთში ემიგრირებული ქართველებისათვის, ირანში კომპაქტური ქართული დასახლებებისათვის, აგრეთვე იმ ქართული პროვინციებისათვის, რომლებიც ისტორიული ბედუკუღმართობის გამო თურქეთის სახელმწიფოს შემადგენლობაში მოექცა. იგი მსმენელებს

აცნობდა საქართველოს ეკონომიკის, მეცნიერების, კულტურისა და ხელოვნების მდგომარეობას, მის წარმატებებს მსოფლიო არენაზე, ახვედრებდა გამოჩენილ ქართველ მწერლებს, მსახიობებს, კომპოზიტორებს და ა.შ., ფართო პროპაგანდას უწევდა ქართულ ლიტერატურას, თეატრსა და მუსიკას (თუმცა ეროვნული ეკონომიკის, მეცნიერებისა და კულტურის ყველა წარმატება, როგორც წესი, საბჭოთა ხელისუფლების დამსახურებად და კომუნისტური პარტიის მზრუნველობის შედეგად ცხადდებოდა). პროგრამის პერიოდულობა თანდათან იზრდებოდა – 1968 წლიდან იგი კვირაში ორჯერ გადაიცემოდა, 1975 წლიდან კი – სამჯერ.

საქართველოს დამოუკიდებლობის გამოცხადებისა და რესპუბლიკის ტელე-რადიოკომიტეტის საკავშირო სტრუქტურიდან გამოსვლის შემდეგ საგარეო მაუწყებლობის ამოცანები, რა თქმა უნდა, გაფართოვდა და მისი მოცულობაც გაიზარდა. 1991 წლიდან ზაფხულიდან, გარდა იმისა რომ ტრადიციულად მზადდებოდა ქართული გადაცემები (პროგრამა „საქართველო“) უცხოეთში მცხოვრები თანამემამულეებისათვის, ოღონდ ყოველდღიურად, ნახევარი საათის მოცულობით (თანაც ძველ აუდიტორიას დაემატა ისრაელში ემიგრირებული ქართველი ებრაელობაც), გადაიცემოდა აგრეთვე ნახევარსაათიანი პროგრამები ინგლისურ და გერმანულ ენებზე – „ჯორჯია“ და „გეორგია“. პირველი მიმართული იყო მთელ ევროპაზე, მეორე – გერმანულენოვან ქვეყნებსა და ჩრდილოეთ ევროპაზე.

1993 წელს დაიწყო რადიომაუწყებლობა რუსეთზე. 1994 წლიდან მას დაემატა თურქულენოვანი, 1995 წელს ფრანგულენოვანი, 1996 წლიდან კი – ბერძნულენოვანი მაუწყებლობა. დუშეთის რადიოსადგურიდან მოკლეტალღებით პროგრამა ვრცელდებოდა ისრაელზე, გერმანიასა და ნორვეგიაზე, „გეორგიენ“ – გერმანიასა და ნორვეგიაზე „გრუზია“ კი – დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის (ყოფილი სსრკ-ის) ქვეყნებზე.

1996 წელს უცხოეთის ქვეყნებზე მაუწყებლობის მთავარი რედაქცია კვლავ დაიყო ტელევიზიის საერთაშორისო პროგრამების მთავარ რედაქციად და რადიოს უცხოეთის ქვეყნებზე მაუწყებლობის მთავარ რედაქციად, ხოლო 1999 წელს მას დაემატა სომ-

ხური, აზერბაიჯანული და ქურთული გადაცემების რედაქციებიც და ენოდა დეპარტამენტი.

ზემოთ აღნიშნული გადაცემებიდან თურქულენოვანი გადაცემები მზადდებოდა კვირაში ორჯერ, ბერძნული და ქურთულენოვანი – კვირაში ერთხელ, დანარჩენები კი – ყოველდღიურად ნახევარი საათის მოცულობით. ყოველდღიური 10-ნუთიანი საინფორმაციო გამოშვება მზადდებოდა ქართულად და შემდეგ ითარგმნებოდა დანარჩენ ენებზე, ბერძნული და ქურთული გადაცემების განყოფილებები ამ გამოშვებათა მიხედვით ამზადებდნენ კვირის დაიჯესტს. საინფორმაციო გამოშვებას მოსდევდა თემატური სიუჟეტები საქართველოს ცხოვრებისა და ადრესატ ქვეყნებთან მეგობრობისა და თანამშრომლობის შესახებ.

საქართველოს რადიოს საზღვარგარეთ საკმაოდ ბევრი მსმენელი ჰყავდა. ამის დასტური იყო უამრავი წერილი, რომლებსაც სისტემატურად პასუხობდნენ შესაბამის განყოფილებათა თანამშრომლები – დაინტერესებულ პირებს უგზავნიდნენ ქვეყნის ისტორიისა და კულტურის ამსახველ ფოტოსურათებს, სხვა საჭირო მასალებს. სამწუხაროდ, მიუხედავად საქართველოს პარლამენტის საგარეო საქმეთა კომიტეტის მონდომებისა და უცხოური ორგანიზაციების რეკომენდაციებისა მისი შენარჩუნების აუცილებლობაზე, 2005 წლის დეკემბერში საქართველოს რადიოს უცხოეთის ქვეყნებზე მაუწყებლობა თითქმის ნახევარსაუკუნოვანი არსებობის შემდეგ დაიხურა. თუმცა ალბათ არ იქნებოდა ურიგო დარჩენილიყო თუნდაც ქართულენოვანი გადაცემები თურქეთსა და ირანზე (სადაც მრავალრიცხოვანი ქართული მოსახლეობაა) და გადაცემები რუსულ ენაზე რუსეთისათვის, სადაც ტოტალური ანტიქართული პროპაგანდა მიმდინარეობდა.

დღეს უცხოეთის აუდიტორიისთვის ინფორმაციის მიწოდება პრობლემას აღარ წარმოადგენს არც საქართველოს რადიოსთვის და არც საქართველოს ტელეარხებისთვის – სათანამგზავრო კავშირგაბმულობა და ინტერნეტი დედამიწის ყველა კუთხეში იძლევა მათი მიღების შესაძლებლობას. საჭიროა მხოლოდ მეტი ისეთი პროგრამები, რომლებიც სწორ ინფორმაციას მიაწვდის უცხოურ მსმენელებს ჩვენი ქვეყნის ისტორიისა და კულტურაზე, საქართველოში მიმდინარე პროცესებზე.



## ბოლოთქმა

ისტორიული აუცილებლობა, რამაც რადიოს წარმოშობა გამოიწვია და იგი კავშირგაბმულობის საშუალებებიდან მასობრივი კომუნიკაციის არხად აქცია, იყო საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის სოციალურ ურთიერთობათა ინტენსიფიკაცია და, აქედან გამომდინარე, სულ უფრო მზარდი მოთხოვნილება ინფორმაციაზე. თუმცა ამ მოთხოვნილების დაკმაყოფილება მასობრივი ინფორმაციის პირველი საშუალებით – პერიოდული ბეჭდვითი სიტყვით – ოთხასი წლით ადრე დაიწყო, მეოცე საუკუნისთვის იგი უკვე აღარ აღმოჩნდა საკმარისი, უწინარესად, ინფორმაციის ნაკლებობერატიულობისა და აუდიტორიის შეზღუდულობის გამო. რადიოტექნიკისა და ელექტრონიკის მიღწევათა საფუძველზე ჩამოყალიბდა სამაუწყებლო მედია – ჯერ რადიომაუწყებლობა, შემდეგ კი – ტელევიზია, რომელმაც ზეპირ სიტყვას დაუბრუნა მისთვის ისტორიის ადრინდელ ეტაპზე დამახასიათებელი მასობრივ-კომუნიკაციური ფუნქცია (მხედველობაში გვაქვს ორატორული ხელოვნება), მთავარ პრინციპად გაიხადა ადამიანების უფართოეს მასებთან მეყსეული და სინქრონული ურთიერთკავშირის დამყარება და მთელი კაცობრიობა თავის ერთიან მეგააუდიტორიად აქცია.

ასი წელია, რაც რადიომაუწყებლობა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა სისტემაში ჩაერთო და გაიარა სამივე ძირითადი ეტაპი, რომელიც საერთოდ დამახასიათებელია ამ სისტემის ყველა საშუალებისათვის: 1. წარმოშობა და ჩამოყალიბება; 2. ტექნიკური და შემოქმედებითი სიმნიფი; 3. შემდგომი სპეციალიზაცია, საკუთარი სპეციფიკის მაქსიმალური გამოყენება ინფორმაციის სხვა საშუალებებთან კონკურენციის პირობებში. ამასთან, თუ პირველი ორი ეტაპი რადიომაუწყებლობის განვითარების შინაგანი კანონზომიერებებით იყო განპირობებული და ბეჭდური ჟურნალისტიკის ფორმების ჯერ ათვისების, ხოლო შემდგომ გადალახვის გზით მიმდინარეობდა, მესამე ეტაპი ძირითადად განა-

პირობა ტელევიზიის წარმოშობამ და საეთერო ჟურნალისტიკაში რადიომაუწყებლობის მონოპოლიის დასრულებამ.

გარდა ამისა, რადიომაუწყებლობის განვითარებაზე უდიდეს გავლენას ახდენდა არსებული სოციალურ-პოლიტიკური კონტექსტი, ის კონკრეტული ისტორიული პირობები, რომელშიც იგი ვითარდებოდა ამა თუ იმ ქვეყანაში. საქართველოს რადიო ევროპის განვითარებული ქვეყნების რადიომაუწყებლობათა თანადროულად ჩამოყალიბდა და მისი ამოცანები ყოველ ცალკეულ პერიოდში განისაზღვრებოდა კონკრეტული საზოგადოებრივ-პოლიტიკური სიტუაციის შესაბამისად, იმ სოციალური ფუნქციებით, იმ როლითა და ადგილით, რომელიც მას განეკუთვნებოდა არსებულ პოლიტიკურ სტრუქტურაში. საბჭოთა პერიოდში, იგი როგორც მასობრივი ინფორმაციისა და პროპაგანდის საშუალება, თავის მხრივ, უფრო დიდი სისტემების – კომუნისტური იდეოლოგიის, კომუნისტური აღზრდის სისტემის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნაწილი იყო, ემყარებოდა მკაცრად განსაზღვრულ პრინციპებსა და მეთოდებს და ხელისუფლების ინსტრუმენტს წარმოადგენდა საზოგადოების მართვის სფეროში. ამავე დროს, მრავალი ათეული წლის მანძილზე იგი არამარტო სახელმწიფო იდეოლოგიას ემსახურებოდა, არამედ მხარში ედგა ქართულ კულტურასა და ხელოვნებას, იღვნოდა ქართული საზოგადოებრივი აზრის განვითარებისათვის, ეროვნული ცნობიერებისა და საყოველთაო საკაცობრიო ღირებულებათა დამკვიდრებისათვის, ცოდნისა და კულტურის გავრცელების, აკუმულაციისა და მომავალი თაობებისათვის გადაცემისათვის.

დამოუკიდებელ საქართველოში რადიომაუწყებლობამ უდიდესი ცვლილებები განიცადა, გაიარა ყველა ის ეტაპი, რაც დამახასიათებელია ახალგაზრდა დემოკრატიის ქვეყნების მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებისათვის. ამასთან მან შეინარჩუნა და განავითარა თავისი დიდი კულტურტრეგერული ტრადიციები. არ დარჩენილა სულიერი ცხოვრების არცერთი სფერო, თავისი ადგილი რომ არ ჰქონოდა მიჩენილი საქართველოს რადიოს პროგრამაში, არ ყოფილა არცერთი ქართველი მწერალი, პოეტი, მუსიკოსი, მსახიობი, მეცნიერი, საზოგადო მოღვაწე, რომელიც საქართველოს რადიოს ყურადღების მიღმა დარჩენილიყო. რადიოს იშვიათი

ჩანაწერების უმდიდრესი ფონდი ერის ცხოვრების ხმოვან მატია-  
ნეს წარმოადგენს და ათასობით უნიკალურ დოკუმენტს მოიცავს.  
ქართული ლიტერატურის, ხელოვნების, პოლიტიკისა თუ საზო-  
გადოებრივი აზროვნების ვერცერთი მკვლევარი ვერ აუვლის  
გვერდს ამ მასალას – მის გარეშე გაცილებით ღარიბი აღმოჩნდე-  
ბოდა XX საუკუნის მეორე ნახევრის ქართული კულტურა.

რა თქმა უნდა, დღევანდელი გადასახედიდან ბევრი რამ სულ  
სხვანაირად ჩანს – გლობალური ტელევიზიის, ინტერნეტისა და  
მულტიმედიის განვითარების ეპოქაში რადიო ველარასოდეს დაი-  
კავებს იმ ადგილს, რომელიც მას ეკავა თუნდაც რამდენიმე ათეუ-  
ლი წლის წინ (მის „ოქროს ხანაზე“ რომ არაფერი ვთქვათ). მაგრამ  
საზოგადოების მასობრივ-ინფორმაციული ურთიერთობის სისტე-  
მაში მას თავისი კანონიერი ადგილი უჭირავს და ჩვენი ცხოვრების  
განუყრელი თანამგზავრია – მიუხედავად ტელევიზიის მძლავრი  
კონკურენციისა, დღემდე ინარჩუნებს თავის მნიშვნელობას, რო-  
გორც ინფორმაციის ყველაზე ოპერატიული და მასობრივი საშუა-  
ლება (ამის დასტურია თუნდაც სხვადასხვა სტატუსისა და მიმარ-  
თულების რადიოსადგურების ფართოდ გავრცელება მსოფლიოს  
ყველა ქვეყანაში, ინტერნეტის მომხმარებელთა მზარდი დაინტე-  
რესება რადიოპოდკასტებით).

ეს ძირითადად განპირობებულია იმით, რომ მრავალარხი-  
ანობისა და მრავალპროგრამიანობის მთავარი შედეგია რადიომა-  
უნწყებლობის გაღრმავებული პროფილიზაცია, რაც გამოიხატება  
მაუნწყებლობის სულ უფრო მზარდი დიფერენციაციით – სხვადა-  
სხვა მოთხოვნილების მქონე და სხვადასხვა პირობებში მყოფი სა-  
ზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფისათვის განკუთვნილი გადაცემე-  
ბისა და პროგრამების ორგანიზაციით, ჟანრებისა და ფორმების  
სხვადასხვა მოდიფიკაციის დანერგვით. უპირველესად სწორედ  
ეს განსაზღვრავს მისი სისტემური შესწავლის აუცილებლობას,  
მისი ეფექტიანობის გაზრდის სხვადასხვა გზის ძიებას.

## ლიტერატურა

1. ე. იბერი. ელექტრონული მედიის პროგრამირება. თბ., 2018.
2. ე. იბერი, თ. მჭავანაძე, ნ. ტალახაძე. საქართველოს რადიოს ისტორია. თბ., 2009.
3. რ. სურგულაძე, ე. იბერი. მასობრივი კომუნიკაცია. თეორიის საკითხები. თბ., 2003.
4. Пособие для программного директора национального общественного радио. Пер. сангл. М., 2000.
5. Радиожурналистика. М., 2000.
6. Руководство для создателей передач Би-би-си. Пер. с англ. М., 1995
7. Инструкция по радиожурналистике. Радио „Свобода“ – Радио „Свободная Европа“.
8. Mchuhan M. Radio. The Tribal Drum. „Understanding Media. The Extensions of Man“. Gambridze, Massachusetts London, England, 1997.



გამოცემაზე მუშაობდნენ  
ქეთევან ქურდოვანიძე, ნათია დვალი და მარიაკა ერქომაიშვილი

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის  
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა

---

0179 თბილისი, ი. ჭავჭავაძის გამზირი 14  
14, Ilia Tchavtchavadze Ave., Tbilisi 0179  
Tel 995(32) 225 04 84, 6284/6279  
<https://www.tsu.ge/ka/publishing-house>



უნივერსიტეტის  
გამომცემლობა