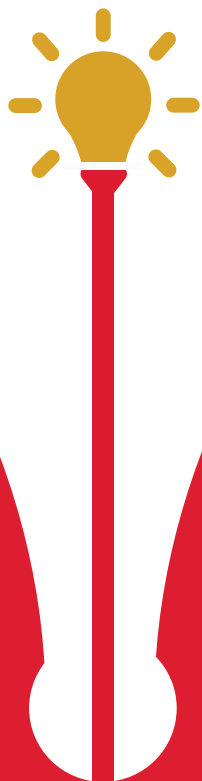




**იდეიებს
წინააღმდეგ
წინა შედეგს**



მანა ზონაძე





**ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
სოციალურ და კოლტიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის
ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულება**

იდეიდან წერიტილამდე წერა მედიისტივის

მანა ჭოჩიაძე

**2024
თბილისი**

სახელმძღვანელო - „იდეიდან წერტილამდე -
წერა მედიისთვის“ - განკუთვნილია უმაღლესი
სასწავლებლების ჟურნალისტიკის და
მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულების
სტუდენტებისთვის. მასში შემოთავაზებულია
სხვადასხვა ჟანრში წერის თანამედროვე
მოდელები, მოცემულია შესაბამისი
სავარჯიშოები და დავალებები.

ISBN 978-9941-36-280-4 (pdf)

რეცენზენტი

ხათუნა მაისაშვილი
აკადემიური დოქტორი მასობრივ
კომუნიკაციებში

გამომცემლობის რედაქტორი

რუსუდან მიქენაია

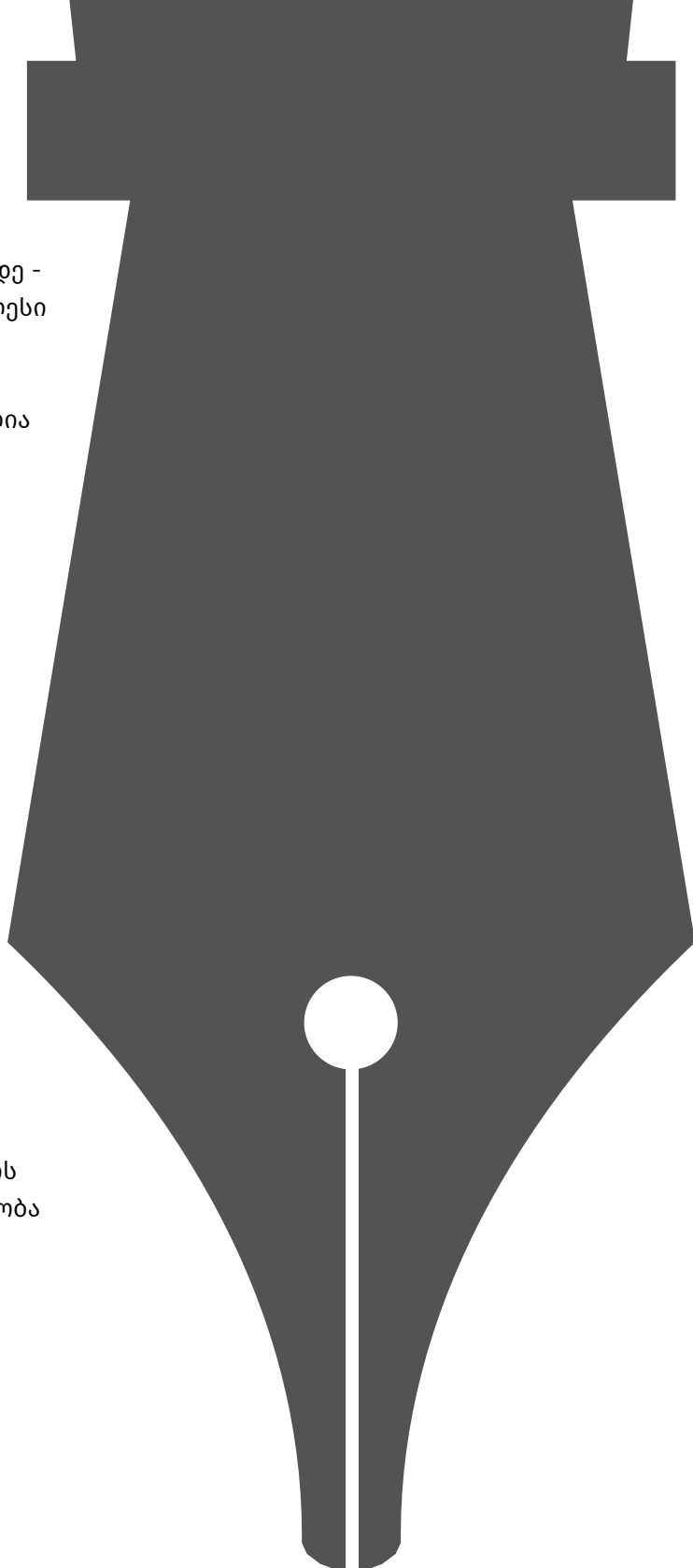
დიზაინერი

ლიანა მარქარიანი

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა
თბილისი, 2024 წელი

მისამართი

0179 თბილისი, ი. ჭავჭავაძის გამზირი 14
14, Ilia Tchavtchavadze Ave., Tbilisi 0179
Tel: +995 (32) 2250484, 6284; 6278
www.press.tsu.edu.ge



სათქმელი ბევრიც არაფერია - გვინდა, დავეხმაროთ სტუდენტებს, რომლებმაც გადაწყვიტეს, საკუთარი მოსაზრებები ან, უბრალოდ, ამბები, წერიითი ფორმით გააცნონ საზოგადოებას. ამ წიგნში ამოიკითხავთ - როგორ იმუშაოთ უშეცდომოდ და ეფექტიანად დროისა და სივრცის მკაცრი შეზღუდვის პირობებში, როგორ შეარჩიოთ კომუნიკაციის სწორი ფორმა, როგორ აღმოაჩინოთ საკუთარ თავში მთხრობელი, ანალიტიკოსი ან კარგი მკვლევარი.

შევეცადეთ, გვეჩვენებინა დეტალები, რომლებიც სტუდენტებს წერის პროცესში გამოადგებათ, თანდართული მაგალითები და საკითხავი მასალა კი განამტკიცებს რწმენას, რომ ასე წერა მათაც შეუძლიათ.

ავტორი განუული დახმარებისთვის მადლობას უხდის თსუ-ის სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ასოცირებულ პროფესორს ხათუნა მაისაშვილს, ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ასოცირებულ პროფესორს მაია ლომიას, სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ჟურნალისტიკის და მასობრივი კომუნიკაციების მიმართულების დოქტორანტს, მულტიმედია ცენტრის უფროს სპეციალისტ ლიანა მარქარიანს და თსუ-ს სტუდენტს სალომე ტორაძეს, ასევე - თითოეულ კოლეგას, ჟურნალისტსა და სტუდენტს, ვისთან კომუნიკაციის თითქმის ორმა ათეულმა წელმაც განაპირობა ამ სახელმძღვანელოს შექმნა.

მაია ტორაძე

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის
ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციების მიმართულების
ასოცირებული პროფესორი,
ჟურნალისტიკის დოქტორი



საჩვენებელი



თანამედროვე მედიატექსტი

- 11 წეხითი კომუნიკაციის განვითარება
- 13 ხას წეხდნენ ძველი ადამიანები?
- 18 ხოგოხ მოვიდა პიხვედ ინფოხმაციაძდე ქახთური მედია?



ნაწილი I იდეა

- 33 საიდან ჩნდება იდეა?
- 35 მახტივი ხიკვები იდეების თავმოყიხისთვის
- 38 დაინახე, ხაც აშკახაა
- 40 შეცვადე თემის კუთხე
- 44 იკვდიეთ თემის მოსაძიებდად
- 46 სასახვებდო ხესუხსები
- 50 ხას უნდა ვაკვიხედებოდეთ მუდმივად?
- 58 სამიზნე აუდიტოხიის იდენტიფიციხება
- 65 ფაქტები
- 72 მონახაზის (დხაფტის) შემუშავება

- 75 კახვი ამბის მახასიათებლები
- 80 ჟუხნადისტის ხოდი და პასუხისმგებდობა



ნაწილი II წერა

- 90 სანამ წეხას დავიწყებდეთ
- 91 სათაუხი და ქვესათაუხი
- 91 ხა ახის სათაუხი?
- 92 ხა ფუნქცია აქვს სათაუხს?
- 93 პიხდაპიხი სათაუხი

- 103 სიტყვათა თამაშზე აგებული სათაუხი
- 109 მკითხველის ეხუდიციაზე აგებული სათაუხი
- 110 *ხა ახის ქვესათაუხი და ხატომ ვიყენებთ მათ?*



აბზაცი

- 117 *ხა ფუნქცია აქვს დიდს?*
- 118 *ზოგადიდან კონკრეტულსკენ*
- 120 *კონკრეტულიდან ზოგადისკენ*
- 122 *შემაჯამებელი დიდი*
- 124 *ციტატით დაწყებული დიდი*
- 128 *აღწეხიდობითი, სცენუხი დიდი*
- 130 *თხიობითი, იგივე ნაიატიული დიდი*

- 146 *თემატუხი აბზაცი*
- 149 *დასკვნა*

ახალი ამბების ეურნაღისიქა

- 155 *ხა ახის ახალი ამბავი*
- 156 *ახალი ამბის მახასიათებლები*
- 159 *მთავახი და მეოხეხახისხოვანი ამბის გახივევა, ფოკუსიხება...*

- 162 *ახალი ამბის სტრუქტუხა*
- 164 *ბექლეუხი, სატეღევიზიო და ონღაინ ახალი ამბები - მსგავსება და განსხვავება*
- 167 *ხას ნიშნავს The Wall street journal-ის ამბის ფოხმუღა?*
- 168 *ამბის თხიობის განსხვავებუღი სტრუქტუხები*
- 171 *ციტატები და კომენტაიები*

იეპოოტაუი

- 177 *ხა ახის იეპოოტაუი?*
- 178 *ხა შეიღღება გახდეს იეპოოტაუის თემა?*



სარჩევი

- 180 *ხეპროტაჟის ადგილი*
- 180 *ხეპროტაჟის მთავარი მახასიათებლები*
- 186 *ფოტოს ადგილი ხეპროტაჟში*
- 187 *ცოტა ხამ სასამართლო ხეპროტაჟების შესახებ*



ინფერვიუ

- 191 *რა არის ინტერვიუ?*
- 194 *რა უნდა იცოდეს ინტერვიუებში?*

- 196 *კითხვის დასმის ხელოვნება (ჩრევები)*
- 198 *როგორ უნდა იყოს დიდი ინტერვიუსთვის*

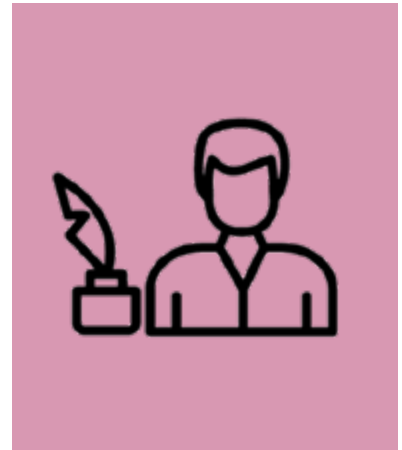
ანალიტიკური წერა

- 205 *რა არის ანალიტიკური წერა?*
- 206 *დახწმუნების ხეხებები*
- 208 *როგორ შევიმუშაოთ ანალიტიკური შეკითხვა*
- 209 *სადავო დებულების (თეზისის) ფორმულირება*
- 215 *ახგუმენტი და ახგუმენტაცია*
- 229 *ანალიზური წერის სხვა ფორმები*

ფორმირი

- 237 *რა არის ფორმირი?*

- 239 *ფორმირის ძირითადი მახასიათებლები*
- 243 *ფორმირის ტიპები*



პროფანირი

- 246 *რა არის პროფანირი/პროტეგირი?*
- 247 *როგორ იწერება პროფანირი?*
- 250 *ინტერვიუ პროფანირში*
- 257 *ჩრევები დამატებითი პროფანირების წერისთვის*

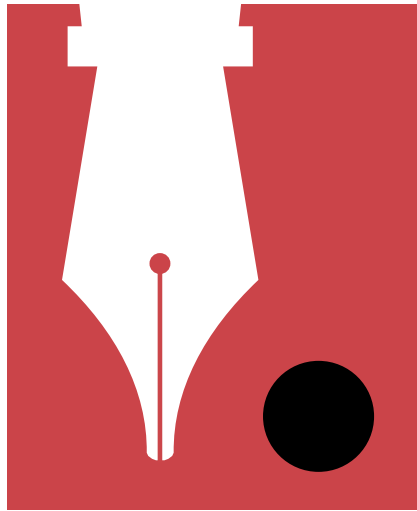
სამბონს თხრობა (Storytelling)

- 261 *हा აჩის storytelling - ამბის თხრობა?*
- 261 *თხრობის კომპონენტები*
- 265 *საკვანძო წეხტილი ამბის თხრობაში - ზვავი/Snow Fall*
- 267 *„ღონჭიღის“ ძიხითაღი მახასიათებლები*



ბლოგი

- 275 *हा აჩის ბლოგი?*
- 278 *ბლოგის ტიპები*
- 280 *ბლოგპოსტის წეხა*



ნაწილი III წერტილი

- 285 *ჲედაქტიჲება*
- 288 *სტილი - [5 C]*
- 318 *ჲომოჲ წავიკითხოთ სხვისი ნაშჲომი?*
- 319 *სადოლოო კოჲექტუჲა (Proofreading)*
- 320 *საკვანძო სიგყვების მნიშვნელობა*
- 326 *განმაჲგებანი*
- 330 *ღანაჲთები*
- 368 *ბიბლიოგრაფია*



თანაბედროვე ბედიაფექსი

ტრანსფორმაცია და
განვითარება

(გვარდაბი: 10-31)

- წეხითი კომუნიკაციის განვითარება
- *ჩას წეხდნენ ძველი ადამიანები?*
- *ჩოგოჩ მოვიდა პიჩვედ ინფოჩმაციაჩდე ქაჩთური მედია?*
- *ჩოგოჩი იყო საბჭოთა „ახარი ამბავი“?*

წერიტი კომუნიკაციის განვითარება

წერა არის მეტყველების ფიზიკური ფორმა. წერის პროცესში სიმბოლოების გამოყენებით ხდება მოსაზრებებისა და იდეების გამოხატვა, მყარდება კომუნიკაცია - წერილობითი (გრაფიკული) ელემენტებით სამეტყველო ინფორმაცია სხვადასხვა მანძილზე გადაეცემა და დროში არსებობის საშუალებას ინარჩუნებს.

ქართულში სიტყვა „წერა“ თავდაპირველად ჭრას, კვეთას ნიშნავდა. აქედანაა წარმოქმნილი წერაქვი, ე. ი. საჭრელი, საკვეთი. მოგვიანებით, რადგან ასოებიც უნდა ამოეჭრათ და ამოეკვეთათ სხვადასხვა სიბრტყეზე, ამ პროცესს წერა ეწოდა. შემთხვევითი არაა, რომ უძველესი ადამიანებიც ზოგჯერ ქდეების დადებითა და სხვადასხვა მასალაზე სიმბოლოების ამოკვეთით აძლევდნენ მინიშნებას სხვა ადამიანს ან ადამიანთა ჯგუფს.

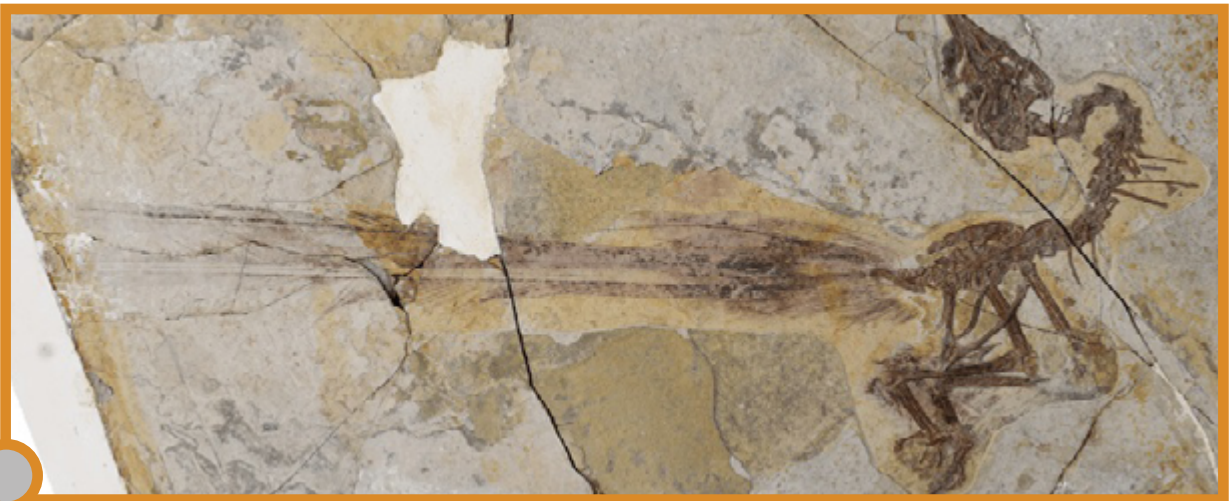
მიიჩნევა, რომ ადამიანმა საუბარი დაახლოებით ჩვენს წელთაღრიცხვამდე 35 ათასი წლის წინ დაიწყო, როცა საგნებს სახელი დაარქვა და მათი მეშვეობით დაამყარა კომუნიკაცია. მოგვიანებით ის საგნების გაგზავნით („საგნობრივი წერილები“) ატყობინებდა ინფორმაციას სხვა ადამიანს.

აკადემიკოსი შოთა ძიძიგური ასე აღწერს „საგნობრივი წერილების“ ენას: „საგნების საშუალებით ხდებოდა „აზრის გადაცემა“. საგნები ანიშნებდნენ ადამიანებს იმას, რაც შეიძლებოდა გადმოცემულიყო ზეპირი მეტყველების გზით. ასე, მაგალითად, მონადირე თავის მიმართულებას ასე აღნიშნავდა: გზაზე ხის ტოტს დადებდა და ტოტის წვერის მიხედვით შეიძლებოდა მიხვედრა, საით წავიდა იგი. ზოგიერთმა ხალხმა, მაგალითად, ასეთი სიმბოლიკა შემუშავა: ქვა ნიშნავდა მაგარს, გამძლეს, ნახშირი - შავს, მწუხარებას, პილპილი - მწვავეს, მოუთმენელს, ცნობისმოყვარეს, გამხმარი თავთავი - ტანჯვას, ტკივილებს, ჩვარი - ცუდმდგომარეობას და მისთანანი. ხუთივე საგანი (ქვა, ნახშირი, პილპილი, გამხმარი თავთავი, ჩვარი) ერთ ტყვეს გაუგზავნია თავისი მეუღლისათვის და ამით უცნობებია: ჩემი სხეული გამძლეა, როგორც ქვა; მომავლის იმედი ნახშირით შავია, ე. ი. უიმედოდ ვარ; ჩემი სხეული თავთავით გახმება მწუხარებისაგან; გარეგნულად ჩვარს დავემსგავსეო“ (ძიძიგური, 1958; გვ.5).

იგივე ავტორი მიუთითებს პირველ დაწერილ ნიშნებზეც: „ძალიან გავრცელებული იყო უხსოვარი დროიდანვე სხვადასხვა ხალში დაჭდევა, ჭდის გაკეთება ჯოხზე რისამე მისანიშნად, უმთავრესად რიცხვის, რაოდენობის აღსანიშნავად. ეს იყო პირობითი ნიშნები, დანით ამოთლილი, დაჭდეული. უნდა აღინიშნოს, რომ დაჭდევა ბევრ ხალხს ჩვენს დრომდისაც შემორჩა. თედო სახოკიას ცნობით, ჭდეს თბილისში XIX საუკუნის ოთხმოციან-ოთხმოდდაათიან წლებშიც ხმარობდნენ ვაჭრობაში. ჭდე ერთგვარი პირველყოფილი საბუღალტრო წიგნის

როლს ასრულებდა. დაჭდევის საშუალებით ანგარიშს აწარმოებდნენ უმთავრესად რაჭველი მეთორნეები. იმ დროს ისინი პურს ტაბაკებით ეზიდებოდნენ სახლებში ნისიად. საჭდე ჯოხი შუაზე იყო გაპობილი. როცა უნდოდათ მუშტართან დატოვებული პურის რაოდენობა აღენიშნათ, ჯოხის ნახევრებს ერთიმეორეს ზუსტად მიადებდნენ და დანით ჩამოთლიდნენ პურის რაოდენობის აღმნიშვნელ ჭდეს. ჯოხის ერთ ნახევარს მეპურე წაიღებდა, მეორე ნახევარი პურის მომხმარებელს დარჩებოდა, ანგარიშს თვის ბოლოს გაასწორებდნენ. ამისათვის ჯოხის ნახევრებს ერთიმეორეს მიადებდნენ და დაითვლიდნენ, რამდენი ჭდე იყო გაკეთებული. მომხმარებელი ამ ჭდეთა რიცხვის კვალობაზე გადაუხდიდა ფულს თავის კრედიტორს. ისიც ცნობილია, რომ მეგრელი მწყემსები ცხვრისა თუ თხების სათვალავად პატარა, ერთ ციდა ოთხკუთხა ჯოხებზე, რომელთაც მასრებივით ატარებდნენ სამასრეებში გულზე, ჭდეებს აკეთებდნენ. ჭდის დადების ჩვეულება მოხვევებშიც არსებობდა უკანასკნელ ხანებამდის“ (ძიდიგური, 1958, გვ. 6).

„საგნობრივ წერილებს“ მოჰყვა დაწერილი/დახაზული ფორმით მოყოლილი ამბები. ადამიანი მოხაზვით (ხატვით) ჰყვებოდა ამბავს, მიანიშნებდა გარკვეულ მოვლენაზე და გადასცემდა საკუთარ ემოციას. ამის დამადასტურებელია კრომანიონელი¹ ადამიანის მიერ მოხატულ გამოქვაბულში აღმოჩენილი ნახატები, რომლებიც დათარიღებულია დაახლოებით ძვ. წ. აღ.-ის 50-30 ათასი წლით და ასახავს ყოველდღიური ცხოვრების რეალობას.



ეს ნახატები არ არის უბრალოდ ცხოველის ან ფრინველის გამოსახულება, ისინი მიუთითებენ იმაზე, რომ ადრეული თანამედროვე ადამიანები ამ ენაზე საუბრობდნენ ან ასე გადმოსცემდნენ ამბებს (მაგალითად, ნადირობის ისტორიას ან სხვა მოვლენებს). ნახატ „ნაწერს“ პიქტოგრამა (ზოგჯერ იეროგლიფი) ეწოდა, რაც, პირობითად, მიჩნეულია წერის პირველ საფეხურად.



შემდგომი საფეხურია იდეოგრაფია – „ცნებებით წერა“, რომელიც პიქტოგრამის განვითარებული ფორმაა, რადგანაც ერთი ნახატი ერთ სიტყვას დაუკავშირდა და წინადადების აგების პირველადი ნიშნებიც გაჩნდა. წერილობითი ენა მესოპოტამიის სამხრეთით ჩვენს წელთაღრიცხვამდე 3,5-3 ათას წლებში შუმერებში ჩნდება. დამწერლობის ამ ადრეულ ფორმას ლურსმული ფორმა ეწოდება და შედგება ლერწმის საწერი კალმით სველ თიხაში დატოვებული სპეციალური ნიშნებისგან. საკუთარი დამწერლობის სისტემა ჰქონდა ასევე ეგვიპტესაც ჯერ კიდევ ადრეული სამეფო პერიოდის დაწყებამდე (ძვ. წ. 3150 წ.). იგი ცნობილია, როგორც იეროგლიფური დამწერლობა და ითვლება, რომ მომდინარეობს მესოპოტამიური ლურსმული ასოდან, თუმცა ეს თეორია სადავოა.

მოგვიანებით გაჩნდა ფონეტიკური დამწერლობის ბერძნული სისტემა (ბერძნულიდან φωνηεντικός - „ხმოვანი“; φωνή-დან - „ბგერა“), შემდეგ - რომაული და ფინიკიური. მიუხედავად იმისა, რომ ეს დამწერლობის სისტემები განსხვავდება მესოპოტამიურისგან, მიიჩნევა, რომ ის მაინც ეყრდნობა შუმერებს და მათ მიღწევებს მწერლობაში. ახლო აღმოსავლეთისა და ევროპისაგან დამოუკიდებლად გაჩნდა პირველი დამწერლობა ჩინეთში (ზოგიერთი მტკიცებულების მიხედვით, ჯერ კიდევ ჩვენს წელთაღრიცხვამდე 500 წელს) და ჩრდილოეთ ამერიკის სამხრეთით, მექსიკაში, კერძოდ, მაიას ტომებში (ჩვ. წ. აღ. 250 წ.). უძველესი ანბანებია ასევე მეროიტიული ანბანი^{II} და კრეტოს-მინოსური ანბანი^{III}, რომელიც ჯერ კიდევ გაუგებარია და გაშიფრული არ არის.

რას წერილენ ძველი აღამიანები?

პირველი ინფორმაციის გადაცემა წერილობითი სახით შუმერებმა მოიფიქრეს. მათ დაიწყეს დამწერლობის გამოყენება შორ მანძილზე შეტყობინებების გადასაცემად, რაც აუცილებელი იყო ვაჭრობისთვის. ისტორიული წყაროები ადასტურებენ, რომ მესოპოტამიაში, ქალაქების ზრდასთან ერთად, განვითარდა ვაჭრობა და მასთან ერთად გაჩნდა შორ მანძილზე მდებარე ქალაქებსა და რეგიონებს შორის შეტყობინებების გადაცემის საჭიროება.

წერის ყველაზე ადრეული ფორმა იყო პიქტოგრამები. მათ იყენებდნენ იმის დასამახსოვრებლად, თუ რამდენი ტომარა მარცვლეული იგზავნებოდა, რამდენი ცხვარი იყო საჭირო ტაძრებში შესანიშნავად და სხვ. პიქტოგრამები ამოტვიფრული იყო სველ თიხაზე, რომელიც შემდეგ შრებოდა და ინფორმაციას ინახავდა. ასე შეიქმნა ოფიციალური სავაჭრო დოკუმენტები.

მოგვიანებით სავაჭრო გაცვლასა და ნივთების ჩამონათვალზე გაცილებით რთული ცნებების გამოსატყა გახდა საჭირო, რისთვისაც თანდათან ჩამოყალიბდა უფრო განვითარებული დამწერლობის სისტემა, რომელიც შეიქმნა შუმერულ ქალაქ ურუქში ჩვ. წ.-მდე 3200 წელს⁴. ამ დროისთვის პიქტოგრამებს ჯერ კიდევ იყენებდნენ, მაგრამ, დამწერლობის ახალი სისტემის შემდეგ, ადგილი დაუთმეს ფონოგრამებს - ბგერების გამოსახულ სიმბოლოებს, რომლის დახმარებითაც შესაძლებელი გახდა წერილობითი ინფორმაციის (დოკუმენტის) მნიშვნელობის უფრო ზუსტად გადმოცემა. მეტიც, მაშინ, როცა ადრეული დამწერლობა (ცნობილი, როგორც პროტო-ლურსმული) ჩამონათვალის შემოიფარგლებოდა, ფონოგრამების მეშვეობით ავტორს უკვე თითოეული ნივთის მნიშვნელობის მითითება შეეძლო. როგორც პროფესორი ირა სპარი წერს:



„სიმბოლოს ინტეგრირების ამ ახალ ტიპს ხებუსის პინციპი ეწოდება. დუხსმული დამწერლობის ახსებობის ადრეულ ეტაპებზე – ძვ. წ. აღ. 3200 და 3000 წწ. - ხებუსის გამოყენების მხოლოდ გამდენიმე მაგალითია აღმოჩენილი. ამ ტიპის ფონეტიკური დამწერლობის თანმიმდევრული გამოყენება აშკარა ხდება ჩვენს წელთაღიხსვამდე 2600 წლის შემდეგ, ხაც ქუმმახიტი დამწერლობის დასაწყისს აღნიშნავს. მას ახასიათებდა ნიშნების ხორცი კომბინაციები მთლიანი სიტყვებისა და ფონოგრამებისთვის – ნიშნები ხმოვანთა და მახცვლებისთვის და საშუალებას აძლევდა მწიგნობაძს, გამოეხატა აბსტრაქტული ცნებები“ (World History Encyclopedia, 2011, Par. N12).

ინფორმაციის გადაცემის ეს ახალი ხერხი მნიშვნობრებს საშუალებას აძლევდა, ჩაენერათ თანამედროვე მოვლენები და დროთა განმავლობაში შეექმნათ ხელოვნების ნიმუშები, რაც შეუძლებელი იქნებოდა წერის გარეშე. ისტორიაში პირველი მწერალი იყო მესოპოტამიელი მღვდელმთავარი ენჰედუანა, სარგონის ასული აქადელი, რომელმაც შეასრულა საგალობლები ქალღმერთ ინანასთვის და ხელი მოაწერა მათ საკუთარი სახელითა და პირადი ბეჭდით⁵.

ე. წ. „ზღაპარი არატაზე“ არის ოთხი ლექსი, რომელიც მოგვითხრობს ურუქის მმართველის ენ-მერკარისა და მისი ვაჟის ლუგალბანდის ისტორიას, რომელიც, სავარაუდოდ, შედგენილია ჩვ. წ.-მდე 2112-2004 წლებში (თუმცა ისინი მხოლოდ ძვ. წ. 2017-1763 წლებში ჩაინერა). პირველი მათგანი, „ენ-მერკარი და არატას მბრძანებელი“, ამბობს, რომ მწერლობა წარმოიშვა მეფე ენ-მერკარის მაცნეს წყალობით, რომელსაც მუდმივად უწევდა შეტყობინებების გადაცემა მასა და ქალაქ არატას მმართველს შორის. გარკვეული დროის შემდეგ მაცნემ ვეღარ შეძლო ამდენი ინფორმაციის დამახსოვრება, რამაც ენ-მერკარს გაუჩინა აზრი, რომ ინფორმაციები ჩაენერა. ასე დაიბადა მწერლობა.



მსოფლიოში ერთ-ერთ ყველაზე ადრინდელ ლიტერატურულ ძეგლად მიიჩნევა გილგამეშის ეპოსი¹¹ (ეს არის თქმულებები შუმერული ქალაქის, ურუქის, მეფის - გილგამეშის შესახებ, რომელიც ქვეყანას მართავდა ძვ. წ. XXVII საუკუნის ბოლოსა და XXVI საუკუნის დასაწყისში. გილგამეში აქადური ეპოსის გმირია. მის შესახებ თქმულებების ჩანაწერები („ინანა, ალვის ხე და გილგამეში“, „გილგამეში და ზეციური ხარი“ (ფრაგმენტულია), „გილგამეშის სიკვდილი“ (ასევე ფრაგმენტულია) და „გილგამეში და აგა“) ერთმანეთისაგან 1500 წლითაა დაშორებული. პოემები ინტერპრეტირებულია მოგვიანებით სხვა ავტორის მიერ და გაერთიანებულია ერთ ეპოსში, რომელსაც „გილგამეშის ეპოსს“ ვუწოდებთ.

მესოპოტამიის ხალხების მითები, მათი ღმერთებისა და გმირების ზღაპრები, ისტორია, მშენებლობის წეს-ჩვეულებები, დაკრძალვა, დღესასწაულები - ყველაფერი შემოგვინახა დაწერილმა სიტყვამ. სწორედ წერამ გახადა შესაძლებელი, შექმნილიყო ისტორია, როგორც მეცნიერება, რადგან ამ მეთოდით უკვე შეიძლებოდა მოვლენების ჩანერა და წლების შემდეგ ამ ამბების გაცნობა.

ამდენად, ადრეულმა ლურსმულმა დამწერებმა შექმნეს სისტემა, რომელმაც ძირეულად შეცვალა სამყარო. მოგვიანებით ფინიკიელების მიერ ანბანის გამოგონებამ (ანბანი მოიცავდა 22 ნიშანს; ერთი ასო გამოხატავდა ერთ ბგერას) გაამარტივა დამწერლობა და მისაწვდომი გახადა სხვა კულტურებისთვის, მაგრამ მაინც სიმბოლოების დაწერის პრინციპი სიტყვებისა და ცნებების წარმოსაჩენად ბევრად უფრო ძველია, ვიდრე ფინიკიური ანბანი. ამ მოსაზრებას

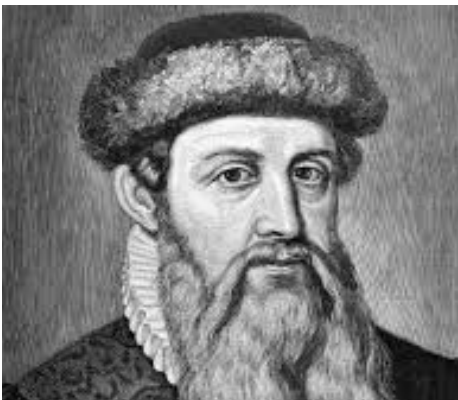
ამყარებს 1905 წელს სინას მთაზე აღმოჩენილი წარწერები. ამერიკელი ისტორიკოსი და ფილოსოფოსი უილ დიურანტი^{VII} აღნიშნავს:

„ფინიკიელებმა ანბანი კი ახ შექმნეს, ახამედ მხოლოდ გაავრცელეს. ხოგოხც ჩანს, ისესხეს ეგვიპტიდან და კხეცადან, თანდათან მიიგანეს ტვიხოსში, სიდონსა და გებადში და გაავრცელეს ხმელთაშუა ზღვის ყველა ქადაქში; ჰომეხოსის დიოსისთვის ბეძინებმა უკვე მიიღეს ანბანის ეს ფინიკიუხი და მათთვის მშობლიუხი ახამეუდი ვეხსიები და უწოდეს მას პიხვედი ოხი ასოს სახელები - ადფა და ბეცა. აქედან მოდის სიგყვა „ადფაბეგი“ (World History Encyclopedia, 2011, Par N21).

ადრეული დამწერლობის ეს სისტემები საუკუნეების განმავლობაში სხვა კულტურებმაც მიიღეს. ისინი ამ კულტურების წერილობით ენებად ჩამოყალიბდა.

წერილობით ენასთან ერთად, განვითარდა საწერი მასალებიც. ადრეული მესოპოტამიელი მნიგნობრების მიერ ლურსმული დამწერლობისთვის გამოყენებული უბრალო ლერწმებიდან და თიხის ფირფიტებიდან, საწერი მასალები იცვლებოდა, დაწყებული ეგვიპტეში ლერწმის ჯოხებითა და პაპირუსებიდან, საბერძნეთსა და რომში პერგამენტის გრაგნილებიდან, დასრულებული თანამედროვე გადამუშავებული ქალაღდითა და კომპიუტერის ეკრანებით.

ინფორმაციის გადაცემა/გავრცელება, ბუნებრივია, კომუნიკაციის ყველაზე მოქნილი და ადამიანის განვითარების ყველა ეტაპისთვის დამახასიათებელი ფორმა იყო, უფრო ძველი, ვიდრე ამ პროცესს სახელი დაერქმეოდა. რაც შეეხება პირველი წერილობითი დოკუმენტების შექმნას, რასაც ხშირად ჰქონდა ახალი ამბის ფორმა, ძირითადად სახელმწიფოებრიობის თანმხლება.



მიუხედავად ისტორიული წიაღსვლებისა და მეცნიერთა სხვადასხვა მტკიცებისა, თუ ვინ იყო პირველი ავტორი, ვინ გადასცა პირველი ინფორმაცია და რა შინაარსისა იყო პირველი ამბავი, ინფორმაციის გავრცელებამ ოფიციალური სახე მაინც შუასაუკუნეებში მიიღო, როცა 1445 წელს გუტენბერგის გამოგონებამ კაცობრიობა განვითარების ახალ ეტაპზე გადაიყვანა.

პირველ ხანებში ახალი ამბების გავრცელება ძალიან ძვირი ჯდებოდა (ამბის გადამტანების ე. წ. „მაცნეების“ ანაზღაურება, ტრანსპორტირება და ა. შ.) და ამიტომ ინფორმაციის „ყიდვა“ მხოლოდ შუა საუკუნეების ევროპის ელიტას შეეძლო. XVI საუკუნიდან დაიწყო ამ სისტემის კომერციალიზაცია. პირველი ადამიანები, რომლებმაც ახალი ამბების „გაყიდვით“ ფული იშოვეს, იტალიის ქალაქებში საქმიანობდნენ. ისინი ხელნაწერის სახით (ახალი ამბების ფურცლებს ეწოდებოდა „avvisi“) ავრცელებდნენ ინფორმაციას სხვადასხვა ქვეყანასა და ახლომდებარე ქალაქებში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების და სიახლეების შესახებ, ასევე წერდნენ კონფიდენციალურ ამბებს ელიტარული მკითხველისთვის.

XVII საუკუნიდან დაიწყო ნამდვილი გაზეთების ბეჭდვა. ცნობილია, რომ პირველი გაზეთი 1605 წელს სტრასბურგში (საფრანგეთი) გამოვიდა. შემდეგ ერთმანეთის მიყოლებით იბეჭდებოდა ყოველკვირეული გამოცემები, რომლებიც, უცხოურ ამბებთან ერთად, სხვადასხვა ინფორმაციას აწვდიდნენ გამომწერებს. 1610 წელს ბაზელში (შვეიცარია) გამოვიდა – ყოველკვირეული „Ordinari Nohenzeitung“, 1621 წელს – ინგლისში ყოველკვირეული გაზეთი „Weekly News“, 1631 წელს – საფრანგეთში „La Gazette“, 1690 წელს ბოსტონში (აშშ) – „Publick Occurrences Both Foreign and Domestic“ – ოთხგვერდიანი გაზეთის სულ ერთადერთი ნომერი, რომელიც მთავრობამ აკრძალა და რედაქტორი დააპატიმრა. 1721 წელს ისევ ბოსტონში დაიბეჭდა კერძო გაზეთი «New England», რომელიც საზოგადოების ინტერესების დამცველ პირველ გამოცემად მიიჩნევა.

პირველი გაზეთები საზოგადოებას სთავაზობდნენ როგორც საერთაშორისო პოლიტიკისა და ადგილობრივი მოვლენების შესახებ ინფორმაციას, ასევე – გასართობ ამბებს. ინფორმაციაზე კონტროლის მოპოვების საწყისი ნიშნებიც სწორედ ამ პერიოდიდან იწყება – გავლენიანი ადამიანები ცდილობდნენ, მათ შესახებ გაზეთებს პოზიტიური (ხშირად გაზვიადებული) ამბები გაევრცელებინათ, ხოლო მათ კონკურენტებზე, პირიქით – ნეგატიური.

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

ამ პროცესში წერა და წერითი კომუნიკაცია ინფორმაციის გადაცემის შეუცვლელი ხერხი გახდა, რამაც უდავოდ შეუწყო ხელი ადამიანის აზროვნების განვითარებას - იდეისა და აზრის წერილობითი ფორმით ჩამოყალიბებას და ამ გზით საკუთარი მოსაზრების სხვისთვის გაზიარებას. ეს პროცესი ტვინის უჯრედებს მუდმივად მოქმედების რეჟიმში ამყოფებს, რაც განაპირობებს ლოგიკურ აზროვნებასა და გამართულ მეტყველებასაც.

როგორ მოვიძიო პირველი ინფორმაციები ქართული მეფისა?

ინფორმაციის ზეპირი გადაცემის შესახებ ქართული წყაროებიც იმასვე მიუთითებენ, რასაც უცხოურ წყაროებში ვხვდებით. რაც შეეხება წერილობითი ფორმით ინფორმაციის გადაცემას, სანამ ამ თემასთან მივალთ, მოკლედ უნდა შევეხოთ ქართული დამწერლობის წარმოშობას.

მეცნიერები დღესაც დავობენ, თუ დამწერლობის რომელ სისტემას ეყრდნობა ქართული ანბანი, როდის და ვის შეიძლებოდა შეექმნა ეს უნიკალური მოხაზულობის ასო-ბგერები. სამეცნიერო სივრცეში ძირითადად ორი თეორიის მომხრეები გამოიკვეთნენ. ერთი პოზიციით, ანბანი წინარექრისტიანულ ეპოქაში წარმოიშვა, მეორით კი – ქრისტიანულ პერიოდში.

ჯერ კიდევ XI საუკუნეში ისტორიკოსი ლეონტი მროველი^{viii} ნაშრომში „ცხოვრება ქართველთა მეფეთა“ მიუთითებდა, რომ ქართული ანბანი მეფე ფარნავაზმა შექმნა. იგი წერდა: „და ესე ფარნავაზ იყო პირველი მეფე ქართლსა შინა ქართლოსისა ნათესავთაგანი. ამან განავრცო ენა ქართული, და არღა-რა იზრახებოდა სხუა ენა ქართლსა შინა, თვნიერ ქართულისა: და ამან შექმნა მწიგნობრობა ქართული“. ეს მოსაზრება – ფარნავაზის მიერ ანბანის შექმნისა, მოგვიანებით კითხვის ნიშნის ქვეშ დადგა, რადგან მეცნიერთა ნაწილის მტკიცებით, „ამან განავრცო ენა ქართული“ – გულისხმობს ქართულის სახელმწიფო ენად გამოცხადებას, ხოლო – „ამან შექმნა მწიგნობრობა ქართული“ – ქართული ლიტერატურის, მწიგნობრობის გავრცელებას.

სადავო გახდა ასევე V საუკუნის სომეხი ისტორიკოსის, მესროპ მაშტოცის ბიოგრაფის, კორიუნის^x გადმოცემა, რომ ქართული ანბანი, ისევე, როგორც სომხური და ალბანური, ჩვ. წ. აღ. -ით II საუკუნეშია შექმნილი; ეს მოსაზრება უარყო ივანე ჯავახიშვილმა, რომელმაც დაასაბუთა, რომ კორიუნის V საუკუნეში შექმნილ ნაშრომში ეს ინფორმაცია არ დევს, ის მოცემულია მხოლოდ გვიანდელ დანართში, რომელიც ჩვენამდე XIII საუკუნის ხელნაწერის სახითაა მოღწეული და ნაკლებ სანდოობას იწვევს. ანბანის შექმნის თაობაზე წერდნენ: ნიკო მარი^x, რომელსაც მიაჩნდა, რომ ასომთავრული და ხუცური ქრისტიანობის დამკვიდრების მონაპოვარია, ხოლო მხედრულის კვალი წარმართობის ხანაში უნდა ვეძებოთ; კორნელი კეკელიძე^{xi}, რომელიც გარკვეულ წყაროებზე დაყრდნობით ასაბუთებდა, რომ ქართული ანბანის შექმნის დროდ 412-429 წლები, ქრისტიანობის გავრცელების პერიოდი უნდა მივიჩნიოთ. ქრისტიანულ პერიოდს უკავშირებს ანბანის შექმნას აკადემიკოსი თამაზ გამყრელიძე^{xii}.

მკვლევართა ნაწილი ამტკიცებდა, რომ ქართული ანბანი სპარსულ-არამეული დამწერლობის სისტემას ეყრდნობა, ნაწილი მხარს უჭერდა ბერძნული დამწერლობის სისტემას, ნაწილი კი ფინიკურ საწყისზე მიუთითებდა. 1926 წელს გამოვიდა ივანე ჯავახიშვილის ნაშრომი „ქართული პალეოგრაფია“, რომელშიც იგი რამდენიმე საკითხზე ამახვილებდა ყურადღებას. მათ შორის, ასაბუთებდა, რომ: პირველი - VI საუკუნის დამწერლობის ძეგლები ისეთი კალიგრაფიული ნიმუშებია, რომ ქართული ანბანის დასაწყისად შვიდი-რვა საუკუნით ადრეული პერიოდი შეიძლება განისაზღვროს; და მეორე - ქართული ანბანი სემიტური წარმოშობის აღმოსავლური დამწერლობისგან - ფინიკურ-არამეულისგან წარმოიქმნა. ამავე თეორიის მართებულობაზე - ქართული ანბანის წინარექრისტიანულობაზე - მიუთითებდნენ სიმონ ჯანაშია^{xiii} და გიორგი წერეთელიც^{xiv}.

ამ საკითხებზე ნაშრომში - „ნარატიული წყაროები ქართული ანბანის შექმნის შესახებ“ (Narrative Sources on the Creation of Georgian Alphabet) - ძალზე საინტერესო მოსაზრებებს ავითარებს ისტორიკოსი და ეთნოლოგი მარიამ ჩხარტიშვილი. როგორც იგი წერს, ლეონტი მროველის მიერ „ქართლის ცხოვრებაში“ მოცემულ ცნობაში, რომ ანბანის წარმოშობის საძირკველი სწორედ წარმართულ ხანაში, ფარნავაზის ეპოქაში უნდა ვეძებოთ, ეჭვი არ უნდა შევიტანოთ. მისი თქმით, ეჭვის საფუძველი გააჩინა ივანე ჯავახიშვილმა, რომელმაც ზედმეტად კრიტიკულად შეაფასა ლეონტი მროველის შემოქმედება და ამიტომ ამ ისტორიკოსს, უმეტეს შემთხვევაში, თავის სამეცნიერო პრაქტიკაში არ ეყრდნობოდა.

მარიამ ჩხარტიშვილის აზრით, ი. ჯავახიშვილმა ანბანის წარმოშობის დროის გარკვევა თავად ანბანის ანალიზით გადაწყვიტა. მიუხედავად იმისა, რომ ის ქართული ანბანის შექმნას წარმართულ ეპოქაში ვარაუდობდა, ცნობას მეფე ფარნავაზის მიერ ქართული ანბანის შემოღების შესახებ ნდობას არ უცხადებდა:

„ი. ჯავახიშვილის ღვაწლი უდიდესია თავად ქართული ანბანის კვლევაში, მაგჩამ პირობებმა ისაა, რომ მხოლოდ ანბანის ანალიზზე დამყარებული ისტორიული ჰეპტენგაცია ჩრება დეგადების გახეშე: ვეხ ვუთითებთ მისი შექმნის ზუსტ დროს და კონტექსტს, ვეხ ვასახელებთ ისტორიულ პიხებს, რომლებიც მონაწილეობდნენ ანბანის შექმნაში. მსგავსი დამოკიდებულება ჰქონდა ჩამაზ პატარაძესაც, რომელმაც ასევე ძალიან დიდი წვდილი შეიგანა თავად ქართული ანბანის ანალიზში, წახმოაჩინა მისი გეგვიკური საფუძვლები და ის ფაქტი, რომ ქართული ასომთავრული ანბანი წახმახთური მსოფდებდვის ნაყოფს წახმოადგენს. ქართული ანბანის წახმოშობას ჩამაზ პატარაძეც წახმახთედ ეპოქას უკავშირებდა, თუმცა ფაჩნავაზზე ადრე პეჩიოდს მიაწეხდა“, - ამბობს მახიამ ჩხარტიშვილი^{xv} გაზეთ „თბილისის უნივერსიტეტთან“ ინტევიუში (31.10.2021).



2015 წელს არქეოლოგიურმა ექსპედიციამ, ვახტანგ ლიჩელის ხელმძღვანელობით, აღმოსავლეთ საქართველოში, კასპის ტერიტორიაზე არსებულ არქეოლოგიურ ძეგლზე – გრაკლიანის გორაზე^{xvi}, წარმართული ტაძრის საკურთხევლის პოსტამენტზე მიაკვლია ძვ. წ. აღ. XI-X საუკუნეების დამწერლობის ნიმუშს. დიდი ალბათობით, ეს წარწერა რელიგიური/საკულტო მნიშვნელობისაა და კავკასიაში ერთადერთი აღმოჩენილი მონუმენტია, რომელიც დამწერლობის ამ სისტემითაა შესრულებული. ვახტანგ ლიჩელის აზრით, ეს წარწერა პოსტამენტზე იმ ადამიანების მიერაა დატანილი, რომლებიც ამ ტერიტორიაზე 3000 წლის წინ ცხოვრობდნენ. იგი ნაშრომში „ადგილობრივი დამწერლობის განვითარების ეტაპები წარმართული პერიოდის საქართველოში“ წერს: „შესაძლოა, ვივარაუდოთ, რომ აღნიშნული ეპოქიდან მოყოლებული, **ამ დამწერლობის სისტემამ, რომელიც საქართველოს ტერიტორიაზე მუდმივად არსებობდა და გამოიყენებოდა, გაიარა ბუნებრივი განვითარებისა და დახვეწის გზა**“ (ლიჩელი, 2021).

ლიჩელის აზრით, დამწერლობის ეს ნიმუში იმდენად ოსტატურადაა შესრულებული, რომ აშკარაა, მისი ამომტვიფრავი პირველად არ აკეთებდა ამ საქმეს. ამიტომ, შეიძლება ჩაითვალოს, რომ შესაძლოა, არსებობდეს სხვა წარწერები, რომლებიც შედარებით ადრეული ან ამავე პერიოდით თარიღდება. ლიჩელი გამოთქვამს ვარაუდს, რომ საქართველოში დამწერლობა ქრისტიანობამდელ პერიოდში არსებობდა და ასომთავრული სწორედ იმ დამწერლობის ბუნებრივი განვითარებაა: „შესაძლოა ითქვას, რომ ადრეული ქრისტიანული ხანის დასაწყისში, უძველეს საქართველოში, უკვე ჩამოყალიბებული იყო ადგილობრივი დამწერლობის არსებობის საფუძველი. შესაბამისად, ეს რეალობა გამორიცხავს ნებისმიერ გარე ჩარევას ასომთავრული დამწერლობის სისტემის შექმნის პროცესში“ (ლიჩელი, 2021).

ვახტანგ ლიჩელის აღმოჩენამ, შესაძლოა, აქამდე არსებული ვერსიების გადახედვა გამოიწვიოს. ჯერჯერობით კი მეცნიერები შეჯერებულნი არიან, რომ ანბანის შემოქმედს პროტოტიპად შეეძლო აეღო ბერძნული დამწერლობა, რომელიც, თავის მხრივ, ფინიკიურისგან წარმოდგა, თუმცა ამ აზრსაც ჰყავს მოწინააღმდეგენი და მეცნიერული პოლემიკა, ახალი მტკიცებულებების აღმოჩენამდე, კვლავ გრძელდება. უდავოა მხოლოდ ის, რომ ქართულმა

ანბანმა განვითარების სამი საფეხური გაიარა: **ასომთავრული/მრგლოვანი** – უძველესი პერიოდიდან IX საუკუნემდე; **ნუსხური** – IX საუკუნიდან XI საუკუნემდე და **მხედრული** – XI საუკუნიდან დღემდე.

ბოლო დრომდე, არქეოლოგიური მონაცემებით, ქართული ანბანის შექმნას ახ. წ. IV-V საუკუნეებს უკავშირებდნენ (დავათის სტელას ასომთავრული წარწერა (ახ. წ. IV საუკუნე) და ბოლნისის სიონის ასომთავრული წარწერა (492-493 წწ)). აკადემიკოს ლევან ჭილაშვილის ხელმძღვანელობით ნეკრესში (კახეთი) 1990-იან და 2000-2003 წლებში ჩატარებული სამუშაოების შედეგად მოპოვებული მასალები იძლევა იმის ვარაუდის საშუალებას, რომ ქართული ანბანი უფრო ადრე უნდა ყოფილიყო შექმნილი. 1940 წელს წარმოებული არქეოლოგიური გათხრების შედეგად მცხეთა-არმაზში ნაპოვნია დამწერლობის რამდენიმე ანტიკური ძეგლი. წარწერები შესრულებულია ბერძნულ ენაზე. იქვეა უცნობ ანბანზე შესრულებული რამდენიმე ნიშანი, რომლებიც, პავლე ინგოროყვას მოსაზრებით, ქართული ასომთავრული დამწერლობის უძველესი ნიმუშები უნდა იყოს.

რაც შეეხება ლიტერატურას, მიიჩნეოდა, რომ პირველი ძეგლი ასევე V საუკუნის ჰაგიოგრაფიული ნაწარმოები „შუშანიკის წამება“, თუმცა ბოლო პერიოდში რევაზ სირაძემ^{xvii} და სხვებმა გაახშიანეს მოსაზრებები, რომ „ქართული ლიტერატურის ისტორია უნდა დავიწყოთ „წმინდა ნინოს ცხოვრებით“ (და არა „შუშანიკის წამებით“) (სირაძე, 1997, გვ. 3), რომელიც, მათი მტკიცებით, გაცილებით ადრეული პერიოდის ლიტერატურული ძეგლია, ვიდრე „შუშანიკის წამება“.

ლიტერატურისა და მწერლობის განვითარების პარალელურად, საქართველოშიც ეტაპობრივად იქმნებოდა და მუშავდებოდა ინფორმაციის გავრცელების სხვადასხვა ფორმა. პირველ შურნალისტად დღეს სულხან საბა ორბელიანს (1658 -1725) მიიჩნევენ, ხოლო შურნალისტურ ნაწარმოებად – მისივე თხზულებას „მოგზაურობა ევროპაში“. მკვლევართა აზრით, მასში რეპორტაჟის ბევრი თანამედროვე ხერხია გამოყენებული (ნაცვლიშვილი, 2009).

ცოტა უფრო მოგვიანებით საქართველოში გაზეთის გამოცემაც უცდიათ. როგორც ქართული შურნალისტიკის ისტორიის მკვლევარი თამაზ ჯოლოგუა აღნიშნავს, „პირველ ცნობას, რომ საქართველოში გაზეთის გამოცემაზე უფიქრიათ, ვხვდებით იოანე ბატონიშვილის (1768-1830) მიერ 1799 წელს შემუშავებულ და გიორგი XII-სთვის წარდგენილ ქართლ-კახეთის სამეფოს სახელმწიფოებრივი რეფორმის პროექტში („სკულდება“)“ (ჯოლოგუა, 2011, გვ. 8). როგორც მკვლევარი აღწერს, იოანე ბატონიშვილის ეს პროექტი არ განხორციელებულა, თუმცა XIX საუკუნის შუახანებამდე კიდევ რამდენჯერმე ყოფილა ამგვარი მცდელობა. მისი აზრით, ეს მცდელობები ნაკლებად იძლევა იმის შესაძლებლობას, დავასკვნათ, რომ ამ პერიოდში პრესის დაფუძნების სერიოზული ინტერესი არსებობდა.

პირველი ქართული გაზეთი – „საქართველოს გაზეთი“ – არა ქართული საზოგადოების სურვილით, არამედ რუსული ხელისუფლების საჭიროებისთვის, 1819 წლის 21 მარტს (ძველი სტილით 8 მარტს) გამოვიდა. ამით იწყება საქართველოში ჟურნალისტიკა და უკვე შეგვიძლია ვისაუბროთ პრესის გენეზისზე, წერიითი კომუნიკაციის განვითარებაზე და ჟურნალისტური ტექსტის სახეცვლილებებზე.

როგორ გამოიყურებოდა პირველი გაზეთი და რა სტრუქტურული თავისებურება გამოარჩევდა მას? ქართული ჟურნალისტიკის ისტორიის მკვლევარი თამაზ ჯოლოგუა წერს, რომ „საქართველოს გაზეთში“ მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობოდა რუსეთის საიმპერატორო კარის ცხოვრებასთან დაკავშირებულ ამბებს, ხელისუფლების განცხადებებს, საერთაშორისო ცხოვრებას და სხვადასხვა ინფორმაციას. შესაბამისად, გაზეთს ჰქონდა ხუთი რუბრიკა: სანკტ-პეტერბურღს; უმაღლესნი ბრძანებანი; გამოცხადებანი; უცხო ქვეყნის ამბავი; შერთული (შერეული) ამბავი.

გაზეთის პირველივე გვერდზე, მარცხენა სვეტში მოცემულია ყველაზე მნიშვნელოვანი ამბავი, რომელიც ზამთრის სასახლეში გამართულ მიღებას შეეხება: „ახალ წლის დღეს საზამთრო სასახლის ეკლესიაში საღმრთოს ჟამის წირვის შემდგომად სადაცა სხვათა შორის დაესწრნენ უცხო ქვეყნის მინისტრნიცა, მათ დიდებულებათ ხელმწიფე იმპერატორმა და იმპერატრიცამ მარიამ თეოდორეს ასულმა და მათ იმპერატორებით სიმაღლეთ დიდმა მთავარმა ნიკოლაოზ პავლეს ძემ და დიდმა მთავრინამ ალექსანდრა თეოდორეს ასულმა ინებეს მილოცვის მიღება ყოველთა სასახლეში მისრულთა ორისავე სქესის გვამთაგან, მწუხრად სრულიადი ქალაქი განათლებულ იყო ჩირაღოვანითა“, – ვკითხულობთ პირველი ქართული გაზეთის პირველივე ტექსტში, რომელიც თანამედროვე მოთხოვნისამებრ, პასუხს სცემს კითხვებზე: **(ვინ?** – „მათ დიდებულებათ ხელმწიფე იმპერატორმა და იმპერატრიცამ მარიამ თეოდორეს ასულმა და მათ იმპერატორებით სიმაღლეთ დიდმა მთავარმა ნიკოლაოზ პავლეს ძემ და დიდმა მთავრინამ ალექსანდრა თეოდორეს ასულმა“; **რა?** – „ინებეს მილოცვის მიღება“; **სად?** – „ზამთრის სასახლეში“; **როდის?** – „ახალ წლის დღეს“; **რატომ?** – „ინებეს მილოცვის მიღება ყოველთა სასახლეში მისრულთა ორისავე სქესის გვამთაგან, მწუხრად სრულიადი ქალაქი განათლებულ იყო ჩირაღოვანითა“.

ეს თვალსაჩინო მაგალითია იმისა, რომ ახალი ამბის, ყველაზე ძველი ჟურნალისტური ტექსტის, მიზანი – საზოგადოების ინფორმირება და სტრუქტურა – როგორ, რა ხერხით მიაწოდოს ინფორმაცია აუდიტორიას, – არ შეცვლილა. კითხვებზე - ვინ? რა? სად? როდის? რატომ? (და ზოგჯერ - როგორ?) პასუხი თანამედროვე ახალ ამბებშიც უნდა იკითხებოდეს.

„საქართველოს გაზეთს“ შემდეგ წლებში მოჰყვა სხვა გამოცემები, რომლებმაც საგანმანათლებლო და, მოგვიანებით, საქართველოს დამოუკიდებლობისა და

სახელმწიფოებრივი მშენებლობის საქმეშიც დიდი როლი შეასრულეს. მათ XX საუკუნის დასაწყისამდე საზოგადოების ინფორმირებისა და, ხშირ შემთხვევაში, განმანათლებლის ფუნქციაც კი იკისრეს. აქ არ მოყვებით „საქართველოს მოამბის“, „დროების“, „ივერიის“, „ცისკრისა“ და სხვა გამოცემათა როლზე ქართველი ერის ეროვნული და სახელმწიფოებრივი ინტერესების დაცვის თვალსაზრისით. ეს საკითხები არაერთი ქართველი მკვლევრის ნაშრომებშია გაანალიზებული. ვიტყვით მხოლოდ იმას, რომ ამ გამოცემებიდან ზოგიერთმა დიდი წვლილი შეიტანა ჟურნალისტიკის სხვადასხვა ჟანრის განვითარებაში. მაგალითად, მათში ხშირად შეხვდებოდით ახალ ამბებს, ქრონიკებს, უცხო ქვეყნის ამბებს, პუბლიცისტურ წერილებს, რომლებშიც გაანალიზებული იყო ერის წინაშე მდგარი პრობლემები, საგანმანათლებლო საკითხები, სახელმწიფოებრიობის შენარჩუნებისთვის განსახორციელებელი ღონისძიებები.

ძალზე ხშირი იყო ინფორმაციები კულტურულ ღონისძიებათა, როგორც ტრადიციების, ეროვნულობისა და თანამედროვე მსოფლიო ერთა შორის ქართველი ერის თანასწორობის უტყუარი ნიშნის შესახებ. დამადასტურებლად შეგვიძლია გამოვყოთ ილიას „ივერია“ (ქართული პოლიტიკური და ლიტერატურული პერიოდული გამოცემა; გამოდიოდა თბილისში 1877 წლის 3 მარტიდან ყოველკვირეულ გაზეთად, 1879-1885 წლებში - ჟურნალის სახით, 1886 წლიდან - ყოველდღიურ გაზეთად. დამაარსებელი და რედაქტორი - ილია ჭავჭავაძე, თანარედაქტორი - სერგეი მესხი (1881, „დროებისა“ და „ივერიის“ რედაქციების გაერთიანებისას), ივანე მაჩაბელი (1882-1884), ალექსანდრე სარაჯიშვილი (1901 წლის 4 დეკემბრიდან); გრიგოლ ყიფშიძე (1903-1905), შემდეგ გაზეთის დახურვამდე (1906 წლის 27 აგვისტო) ფილიპე გოგიჩაიშვილი).

ვნახოთ, როგორ გამოიყურება „ივერიასელი“ ახალი ამბავი. გაზეთის მეორე ნომერში (N2, 5 იანვარი, 1988 წ.) პირველივე გვერდზე დაბეჭდილია ინფორმაცია ქართული თეატრის შესახებ: „სამს იანვარს ქართულ თეატრში წარმოადგინეს „ხათაბალა“, ბ-ნ გაბრიელ სუნდუკიანცის პიესა. თამაშობდნენ ჩვენის დრამატულ დასის ყველა დამსახურებული და სახელოვანი არტისტები: ქ-ნნი საფაროვა-აბაშიძისა, გაბუნია-ცაგარლისა, ბბ-ნი კ. ყიფიანი, კ. აბაშიძე, კ. ალექსი-მესხიშვილი. ჩამოთვლილი სახელებიც საკმარისია მკითხველმა წარმოიდგინოს, როგორ შეასრულებდნენ თავიანთ როლებს ამ პიესაში. თუ იმასაც დაუმატებთ, რომ ყველანი სინიდისიერად მოჰქცეოდნენ თავიანთ საქმესა და თანაც თამაშობის გუნებაზედ იყვნენ, მაშინ ადვილად გაიგებთ, რა სიამოვნებით გაატარა საზოგადოებამ ეს საღამო ქართულს თეატრში. ნარნარა და ტკბილმა ხმამ ქ-ნ საფაროვა-აბაშიძისამ ისეთს აღტაცებაში მოიყვანა ხალხი, რომ მთელი სცენა სიმღერისა გაამეორებინეს. ამ არტისტებთან არ შეგვიძლიან არ დავასახელოთ ქ-ნი ლეონიძისა, რომელიც დიდის ნიჭითა თამაშობდა დედის როლსა“.

თუ დავაკვირდებით, ახალი ამბების სტრუქტურა აქაც შენარჩუნებულია: ენა მცირედ სცდება ოფიციალურს და მკითხველი, გარდა იმისა, რომ ინფორმირებულია, რა ჩატარდა, როდის

ჩატარდა, სად ჩატარდა და ვინ იყვნენ ამბის მთავარი აქტორები, ასევე იგებს, როგორ ჩატარდა ღონისძიება. ამბავი არ სცდება ფაქტს, გადმოცემულია აუდიტორიის რეაქციები. ეს იმის მანიშნებელია, რომ იმ დროის ქართულ მედიაში ფაქტისა და ამბის თხრობის რაციონალურობა, როცა ახალ ამბავს ეხებოდნენ, იცოდნენ, თუმცა ფაქტსა და კომენტარს შორის ზღვარი ჯერ კიდევ არ იყო გამოკვეთილი.

1920-იანი წლებიდან, მაშინ, როცა მსოფლიო საზოგადოება დემოკრატიული ღირებულებების დამკვიდრებისა და დანერგვისათვის იბრძოდა და მედია დამოუკიდებელი და მიუკერძოებელი გარემოს შექმნისთვის სტანდარტებს აყალიბებდა, ქართული ჟურნალისტიკა საბჭოთა დიქტატურის გავლენის ქვეშ მოექცა. შეიცვალა მედიატექსტის სტრუქტურა და სტანდარტებიც. მაგალითად, თუ პირველ ეტაპზე ინფორმაციას შეტყობინების ფორმა ჰქონდა, საბჭოთა მედიაში უკვე აშკარად გაჩნდა მიკერძოებული, საბჭოთა იდეოლოგიით გაჟღენთილი ტექსტები, შეთხზულ-გამოგონილი ამბები საბჭოთა ხელისუფლების, მუშებისა და გლეხების უძლევლობისა და შრომითი წარმატებების შესახებ. მაგალითად, საბჭოთა ახალი ამბავი აუცილებლად უნდა დაჰყრდნობოდა კომპარტიის ცენტრალური კომიტეტის დირექტივებს და იმ ტენდენციის მიხედვით უნდა ეწერათ, რასაც „ზემოდან“ უკარნახებდნენ.

როგორი იყო საბჭოთა „ახალი ამბავი“?

საბჭოთა პერიოდული პრესის და ტელევიზიის კონტენტის გაანალიზება დამოუკიდებელი კვლევის თემაა. ცხადია, ამ წიგნის შესავალ ნაწილში ვერ მოვახერხებთ, საფუძვლიანად ვიკვლიოთ მედიის „განვითარების“, ან უფრო სტაგნაციის 70-წლიანი ეტაპი, ვაჩვენებთ მხოლოდ იმას, რომ ამ პერიოდში ქართული საბჭოთა მედია, კონტენტის მიხედვით, რამდენიმე ეტაპად შეიძლება დაიყოს:

1921-1930 წლები, როცა პარტია ცდილობდა საკუთარი იდეოლოგიის დანერგვას ხალხში და პრესაც მუდმივად აპელირებდა მუშათა და გლეხთა კლასების მიმართ პარტიის „მზრუნველობის“ ამსახველი მასალებით; ამ პერიოდის პრესის შეფასება ჟანრობრივი კრიტიკიუმებით შეუძლებელია, იმდენად სძლევს მისი იდეოლოგიური ხასიათი გამოხატვის ფორმებს. პირველი ათწლეული (1920-იანი წლები) ძირითადად პრესის მეშვეობით მენშევიკების წინააღმდეგ ბრძოლის ეტაპია. საქართველოს, ისევე, როგორც საბჭოთა კავშირში შემავალი სხვა ქვეყნების, პრესა უკვე მკვეთრად პარტიული და კომუნისტური პარტიის პროპაგანდისტული მანქანის ნაწილი გახდა. 1921 წლის 2 მარტს (საქართველოს ანექსიიდან ზუსტად ათ დღეში) დაარსებული გაზეთი „კომუნისტი“ 4 დეკემბერს პუბლიკაციაში - „შავი რაინდების შავი განზრახვა“ - წერდა: „საბჭოთა საქართველოს ხერხემალი მაგრდება. ანტანტას და მის ლაქიების უღლიდან

განთავისუფლებული საყვავების გზაზე შემდგარი. მშრომელთა დიქტატურა მტკიცდება. მუშა და გლეხი გაორკეცებული ენერგიით შრომობს, მეურნეობის და მრეწველობის აღდგენას ხელს უწყობს. ეკონომიური მოლონიერება და წინსვლა მომასწავებელია საბჭოთა ხელისუფლების საბოლოო განმტკიცების, ეს კი გულზე ხეთქავს მშრომელთა ბატონობის მოწინააღმდეგეთ, ბურჟუა-მემამულეების ქომაგებს¹.

ეს „უავტორო“, ანუ ხელმოუწერელი ტექსტი პროპაგანდისტულია და მიზნად ისახავს, მკითხველს გაუჩინოს შეგრძნება, რომ „ქვეყანა აყვავების გზაზეა შემდგარი“. ამავე გაზეთში ჩანს, რას აპირებს ტოტალიტარული რეჟიმი და მოუწოდებს მოსახლეობას, არ აირჩიონ არასანდო ადამიანები მმართველ ორგანოებში, მაგალითად, თბილისის საბჭოში: „ყველანი, გარდა კომუნისტებისა და მშრომელთა ფართო მასებისა, მტრები არიან ასეთი კავშირის. მენშევიკებისა და ნაციონალური პარტიის წარმომადგენლებს ადგილი არ უნდა ჰქონდესთ მომავალ საბჭოში“².

გაზეთების შინაარსზე თვალის გადავლებაც კი აჩვენებს, რომ ამ პერიოდში ქართულ მედიაში ახალი ამბები მხოლოდ პარტიული სიახლეებია, გვხვდება ქრონიკა, სარედაქციო წერილები ან პარტიის გადაწყვეტილებები.

1931-1940 წლები. ამ პერიოდში იწყება რეპრესიები და პრესაც ისევ პარტიის დავალებით მოქმედებს – ქვეყნდება მასალები „ანტისაბჭოთა ადამიანებისა“ და პარტიის გადაწყვეტილებათა „არაჯეროვან შემსრულებელთა“ შესახებ. მაგალითად, 1935 წლის გაზეთში „ბოლშევიკური კადრებისათვის“, რომელიც თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში გამოდიოდა, მოწინავე წერილი „კრიტიკის ქარ-ცეცხლში“ ახვევს ახალგაზრდებს იმიტომ, რომ არ იციან, ვინ ვინაა საბჭოთა „ელიტაში“: „აქტივი მთლიანად არ არის ჩაბმული პროპაგანდისტულ მუშაობაში. სუსტია ცალკეული წრეების მიერ ამხ. ლ. ბერიას უდიდესი მნიშვნელობის მქონე მოხსენების ღრმად შესწავლის საქმე. სუსტია ცალკეულ ამხანაგების იდეურ-პოლიტიკური შეიარაღების დონე, კომკავშირელმა ქალმა ეკატერინე ორმოცაძემ არ იცის, სადაა აბისინია, კომკავშირელი თავყელიშვილი გიორგი ვერ პასუხობს მესამე დასის შესახებ და სხვ. ... უპარტიო სტ. ქ. კაჭახიძემ არ იცის, ვინაა დიმიტროვი, უპარტიო ტატანოვა აცხადებს – კალინინი საკავშირო კ.პ.(ბ) ცეკას მეორე მდივანიაო, ხახანაშვილი თინა შეკითხვაზე, თუ ვინ არის ს.ა.ლ.კ.კ ცეკას მდივანი, უპასუხებს, არ ვიციო...“³ – ნათქვამია პუბლიკაციაში.

1 „კომუნისტი“, 4.12.1921, N228.

2 „საბჭოს აჩქევნები დაიწყო“, „კომუნისტი“, 4.12.1921, N228.

3 „ბოლშევიკური კადრებისათვის“, 28 12.1935, N23(59).

იმას, რომ 30-იანი წლების პრესა, მართლაც, აქტიურად იყო ჩაბმული რეპრესიის მანქანის მუშაობაში, მოწმობს ისიც, რომ ახალი ამბები არ ქვეყნდება „ურჩი“ მოქალაქეების გვარების დასახელების გარეშე. ამას მოწმობს გაზეთის მხოლოდ ერთ გვერდზე გამოქვეყნებული მასალებიც: „4 მეცადინეობიდან 3 გააცდინეს“, „თავდამზღვევი“, „აგიტაციაა თუ კრება?“, „მთლიანად აღმოვფხვრათ გაცდენები“, „მეცადინეობა იშლება“ და ა.შ. ამ მასალებში ძირითადად საუბარია იმაზე, რომ სტუდენტები არ ესწრებიან აგიტაციურ მეცადინეობებსა და პარტისტორიის ლექციებს. ნიშანდობლივია, რომ ამ პერიოდის ყველა გაზეთში კონკრეტულადაა მითითებული, ვინ მიიჩნია კომუნისტურმა პარტიამ და ხელისუფლებამ ხალხის მტრად. ზოგიერთ მათგანში ვხვდებით პარადოქსულ მაგალითებს, როცა წინა ნომერში პარტიის სახელით მოსაუბრე პერსონა შემდეგ ნომერში უკვე რეპრესირებულთა სიაშია და მის „ძირგამომთხრელ საქმიანობაზე“ წერენ.

1940-1953 წლები. მეორე მსოფლიო ომის პერიოდის პრესა მთლიანად ორიენტირებულია საბჭოთა ჯარების უძღველობის, ფაშისტურ გერმანიაზე გამარჯვების და ფრონტის ზურგში გაშლილი სამუშაოების აღწერაზე, რასაც, ცხადია, კომუნისტური პარტიის ცენტრალური კომიტეტისა და სტალინის სწორი მმართველობის უნარებს უკავშირებდნენ; აქ საინტერესოა ის, რომ ომის დაწყების პირველ თვეებში გაზეთებში არ იგრძნობა, რომ საბჭოთა კავშირს ომი აქვს გერმანიასთან. გაზეთის პირველი გვერდები, ჩვეულებრივ, ეძღვნება საბჭოთა ადამიანების შრომითი წარმატებების აღწერას, მხოლოდ პატარა ინფორმაციები ქვეყნდება ომის მიმდინარეობის თაობაზე. მაგალითად, „კომუნისტის“ 1941 წლის 29 ივლისის ნომერში სულ 33 სტრიქონშია ჩატეული საბჭოთა საინფორმაციო ბიუროს 29 ივლისის საღამოს ცნობა, რომელშიც მხოლოდ ისაა ნათქვამი, რომ გამძაფრებულ ბრძოლებს აწარმოებენ მტერთან.

რაც უფრო წინ მიიწევდა საბჭოთა არმია, გაზეთებშიც იმატებდა ინფორმაციები და უკვე ვხვდებით მასალებს საბჭოთა ჯარების წინსვლის შესახებ. ტექსტი აქაც პროპაგანდისტულია, რასაც ისიც ადასტურებს, რომ ომის პერიოდისა და ომის შემდგომი პრესა გახდა საბჭოთა კავშირის კომუნისტური პარტიის ცენტრალური კომიტეტის რუპორი, ომის შემდგომი აღდგენითი სამუშაოების მემატიანე, ხოლო შემდეგ - „ბნელ ოთახში კატის ძებნის“, ანუ ანტისაბჭოთა ელემენტების დასჯის, მეორე ეტაპის აღმრიცხველი.

1953-1965 წლები. 1953 წელს გარდაიცვალა იოსებ სტალინი, რასაც მოჰყვა მისი პიროვნების კულტის დაგმობა. ეს ტერმინი გამოიყენა პარტიის ახალმა ლიდერმა ნიკიტა ხრუშჩოვმა კომპარტიის XX ყრილობაზე. გარდა ამისა, ხრუშჩოვი მიანიშნებდა

პარტიის ახალ პოლიტიკურ კურსზე, რომლისთვისაც განმსაზღვრელი უნდა ყოფილიყო კოლექტიური მმართველობა. ეს გახდა ნიშანი იმისა, რომ საბჭოთა პრესა ახლა უკვე ხრუშჩოვის მითითებებს უნდა დამორჩილებოდა.

1965-1986 წლები. ამ პერიოდის ინფორმაციებიც, ცხადია, პარტიის ცენტრალური კომიტეტის დირექტივების მიხედვით იქმნებოდა. გაგრძელდა „საბჭოთა ხალხის“ წარმატებებსა და მათ მიმართ პარტიის მზრუნველობაზე მინიშნებები, ისევ აღდგა ხუთწლედებსა და ვადამდე შესრულებულ სამუშაოებზე წერის პრაქტიკა. ეს განსაკუთრებით თვალშისაცემი იყო ე.წ. „უძრაობის ხანაში“, რომელსაც უწოდებენ 1964-დან 1982 წლამდე პერიოდს, როცა საბჭოთა კავშირის ცენტრალური კომიტეტის გენერალური მდივნის პოსტზე ნიკიტა ხრუშჩოვი ლეონიდ ბრეჟნევმა ჩაანაცვლა. ამ პერიოდის მედიაც, აქა-იქ გამოქვეყნებული კრიტიკული წერილების ფონზე, „უძრავად“ იდგა „საბჭოთა შრომით ვახტაზე“ (როგორც მაშინ წერდნენ).

„უძრაობის ხანის“ პრესას, ისევე, როგორც წინა ათწლეულებში (ლიტერატურისგან განსხვავებით, რომელმაც მოახერხა და დაეუფლა „სტრიქონებს შორის წერის ხელოვნებას“), არ ჰქონდა საზოგადოების ინფორმირების ფუნქცია და განუხრელად ასრულებდა ლენინის დირექტივას – ყოფილიყო „კოლექტიური აგიტატორი, პროპაგანდისტი და ორგანიზატორი!“. ასე გრძელდებოდა 1980-იანი წლების მეორე ნახევრამდე, სანამ არ დაიწყო ე. წ. „პერესტროიკა“, ეტაპი, რომელიც კომუნისტური პარტიის და საბჭოთა პოლიტიკური და ეკონომიკური სისტემის გარდაქმნას გულისხმობდა.

„პერესტროიკის“ პერიოდში საბჭოთა დემოკრატიამ „აღმოაჩინა“, რომ აზრთა სხვადასხვაობა – პლურალიზმი ხალხში დაგროვებული ემოციების განსამუხტად საჭირო იყო. ნაშრომში „საქართველოს გლასნოსტური ისტორიები“ (მაისაშვილი, ასანიძე და სხვები, 2017) ავტორები ამ ეტაპს ასე აღწერენ: „საბჭოთა სისტემისთვის პერესტროიკა და გლასნოსტი მოდერნიზაციის რიგით მეოთხე ტალღა იყო. წინა სამი ტალღისგან განსხვავებით (1930-იანი, 1950-იანი, 1980-იანი წლები), გლასნოსტის მოდერნულობა აღარ იყო ისეთი კონსერვატორული, როგორც მოდერნიზაციის წინა ტალღებზე, როცა საბჭოთა კავშირი დასავლეთისგან მხოლოდ ტექნოლოგიურ და ნაწილობრივ ეკონომიკურ კომპონენტებს იღებდა, პოლიტიკური და კულტურული მდგენელის გამორიცხვით. მოდერნიზაციის წინა ეტაპებზე საბჭოთა სისტემაში მიმდინარეობდა წმინდა წყლის ტექნოლოგიური და ტექნიკური მოდერნიზაცია და არა ღირებულებრივი. გლასნოსტი კი იყო ის ცვლილება, რომელიც მიმართული იყო ღირებულებრივ და კულტურულ მოდერნიზაციაზე, აქცენტით - სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლებაზე.“

რა შეიცვალა ამ პერიოდის მედიაში? საბჭოთა ტოტალიტარული სისტემის მარწუხებისგან

მცირედ „შეთავისუფლებულმა“ მედიამ ხელისუფლების დირექტივებით დაიწყო „გარდაქმნა“. ეს ცვლილებები გამოიხატებოდა ჟანრობრივ მრავალფეროვნებასა და გარკვეული ტიპის ისტორიების გამოქვეყნებაში, რეალურად კი მედია კვლავ რჩებოდა ზემოდან დაშვებული კვაზიდემოკრატიული ღირებულებების გამავრცელებლად.

მედიის განვითარება საქართველოში მხოლოდ 1990-იან წლებში განახლდა, მაშინ, როცა ქვეყანამ დამოუკიდებლობა აღადგინა, თუმცა პირველ ეტაპზე ინერციით აგრძელებდა მუშაობას და ჯერ პარტიული პრესიდან „პატრიოტულ“ პრესად გადაიქცა, 1994-95 წლიდან კი უკვე ნელ-ნელა დაიწყო საერთაშორისო სტანდარტების დანერგვა და 1998 წელს თავისუფლების ინდექსით პოსტსაბჭოთა სივრცეში ყველაზე მაღალი შეფასებაც დაიმსახურა.

დღეს უკვე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ, დამოუკიდებლობის აღდგენიდან სამი ათეული წლის შემდეგ, ქართული მედია, ასე თუ ისე, მოერგო ჟურნალისტთა საერთაშორისო სტანდარტებს და ტექნოლოგიურ სიახლეებს, თუმცა ახლა სხვა დილემის წინაშე დადგა – დღეს გვაქვს მკვეთრად პოლარიზებული მედიაგარემო, პარტიული ტელევიზიები და გრანტებზე დამოკიდებული ონლაინგამოცემები. თავისთავად, ეს მდგომარეობა საგანგაშო არ არის, რადგან პოლარიზება არაერთი დემოკრატიული ქვეყნის მედიისთვისაა დამახასიათებელი, თუმცა აქ გასათვალისწინებელია სხვადასხვა ცვლადი, რომელიც მოქმედებს მედიის დღის წესრიგზე, თავისუფლების ხარისხსა და მუშაობის თავისებურებებზე. ვაგნერის აზრით, ამ ცვლადების შეფასებისას შესაძლოა, მაჩვენებელი არ იყოს საგანგაშო, მაგრამ პოლიტიკურ კონტექსტსა და ურთიერთდამოკიდებულებაში ეფექტი იყოს ისეთივე, როგორც ავტორიტარულ ქვეყნებშია (გერსამია, ტორაძე და ბანძელაძე, გვ. 14).

პოლარიზებამ გარკვეული გავლენა, ცხადია, მოახდინა მედიის შინაარსზეც – პარტიულმა დაკვეთებმა ახალ ამბებშიც კი შეაღწია და დღეს უკვე მიკერძობას ვხვდებით ინტერვიუების მიერ დასმულ კითხვებში, ექსპერტების შეფასებებსა თუ სხვადასხვა წყაროს კომენტარში.

გარდა ამისა, თანამედროვე მსოფლიო მედია კიდევ ერთი პრობლემის წინაშე აღმოჩნდა: დადგა ვიზუალური ინფორმაციის ეპოქა, როცა ყველა მედიაპროდუქტი მორგებული უნდა იყოს ონლაინმომხმარებელზე, შემცირდა ბეჭდური გამოცემების რიცხვი, გაძლიერდა ვიზუალური დანართებისა და ეფექტების წილი, შეიკვცა ტექსტი და წერილი კომუნიკაცია თითქოს უგულვებლყოფილი აღმოჩნდა, რამაც გარკვეული დაღი დაასვა ყველა სახის მედიაპროდუქტს – გაქრა სიღრმისეული ანალიზი, გაღარიბდა ლექსიკა, დაიკარგა სიტყვით ჩვენებისა და წერილი აზროვნების კულტურა, არადა წერა არის საფუძველი იმისა, რომ ჟურნალისტმა შეძლოს გამართული მეტყველება და აზრის ნათლად და ცხადად ჩამოყალიბება.

ამდენად, მიუხედავად იმისა, ახალგაზრდა ჟურნალისტი ტრადიციული მედიითა დაინტერესებული თუ ახალი მედიით, ან იარსებებს თუ არა მომავალში ბეჭდური გამოცემები, წერიტი უნარების დახვეწა აუცილებელია. წერა აზროვნების ფიზიკური ფორმაა და თუ გვსურს სიღრმისეულად მოაზროვნე ჟურნალისტიკა, უნდა დავუბრუნდეთ კალამს – ადამიანის ყველაზე ძველ და ერთგულ მეგობარს.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

- Joshua J. Mark (28 April 2011). "Writing", World History Encyclopedia, <https://www.worldhistory.org/writing/> ბოლო ნახვა: 26.03.2024;
- გერსამია მ., ტორაძე მ., ბანძელაძე მ., მედიაგარემო 2023: გამონვევები პოლიტიკური პოლარიზაციისა და კრიზისების დროს, მედიის და კომუნიკაციის საგანმანათლებლო და კვლევითი ცენტრი „მედიასმა“;
- დანელია, კ. და სარჯველაძე, ზ. (1997), „ქართული პალეოგრაფია“, გამომცემლობა „ნეკერი“, თბილისი;
- ივ. ჯავახიშვილი (1949), „ქართული პალეოგრაფია“, თბილისი;
- ინგოროყვა, პ. (1941), „ქართული დამწერლობის ძეგლები ანტიკური ხანისა“, ენიშკის მოამბე, თბილისი; <http://dspace.gela.org.ge/handle/123456789/4971> ბოლო ნახვა: 26.03.2024;
- მაისაშვილი, მ., ასანიძე, მ., ბრეგვაძე, ნ., საჯაია, ქ., სვანიძე, ნ. (2017), „საქართველოს გლასნოსტური ისტორიები“; <https://tinyurl.com/yfhjbj3b> ; ბოლო ნახვა: 26.03.2024;
- მიტროპოლიტი ანანია ჯაფარიძე (2012), „საქართველოს წმინდა მეფეები“, 2012, თბილისი, http://meufeanania.ge/admin/upload/img/file_1ecb9b744c87888cb18bb03c2c38f667.pdf, ბოლო ნახვა: 26.03.2024;
- ნაცვლიშვილი, პ. (2009), „ქართული ჟურნალისტიკის გენეზისისათვის“, სადოქტორო დისერტაცია, ხელნაწერი (ინახება სტუ-ისა და გრუნ-ის ბიბლიოთეკებში);
- სირაძე, რ. (1958), „წმინდა ნინოს ცხოვრება“ და დასაწყისი ქართული აგიოგრაფიისა“, თბილისი;
- ძიძიგური შ., „დამწერლობის წარმოშობა და განვითარება“, (სერია VI), თბ. 1958; https://dspace.nplg.gov.ge/bitstream/1234/438207/1/Damwerlobis_Warmoshoba_Da_Ganvitareba.pdf, ბოლო ნახვა: 26.03.2024;
- ჯოლოგუა, თ. (2011), „ქართული ჟურნალისტიკის ისტორია“ (ნაკვეთი I), თბილისი;
- Licheli, V. (2021). The Stages of Development of the Local Script in Georgia of the Pagan Age. *Caucasica Antiqua et Christiana* [Edited by David Kolbaia], Vol. 1, (115–127). The Faculty of Oriental Studies University of Warsaw. ISBN 978-83-65135-07-0
- PETTEGREE, A. (2014). *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*. Yale University Press; ISBN 978-0-300-17908-8;

ჩიმაკაძე, ნ. (21.03.2019), „200 წელი პირველი ქართული გაზეთის გამოცემიდან“, მედიაჩეკერი
<https://www.mediachecker.ge/mediagaremo/article/68415-200-tseli-pirveli-qarthu-li-gazethis-gamocemidan>, ბოლო ნახვა: 26.03.2024;

ფხალაძე, თ. (18.11.2020), „დამწერლობის ისტორია“, <https://tinyurl.com/kzd5ycfw> ბოლო ნახვა:
26.03.2024;

„დამწერლობის ისტორია“ (18.11.2020), <https://tinyurl.com/kzd5ycfw>

გაზეთი „თბილისის უნივერსიტეტი“ (31/10/2021), „ქართული ანბანის წარმოშობის დროის შესახებ ახალი კვლევა ახალი მიდგომით“. <https://www.tsu.ge/ka/university-newspaper/news/ქართული-ანბანის-წარმოშობის-დროის-შესახებ-ახალი-კვლევა-ახალი-მიდგომით->, ბოლო ნახვა: 26.03.2024.



ნაწილი I

იდეა

(გვერდები: 32-87)

- საიდან ჩნდება იდეა
- მატერიალური ხიკვები იდეების თავმოყიხისთვის
- დაინახე, ხაც აშკაჩაა
- იკვდიეთ თემის მოსაძიებდად
- სამიზნე აუდიტორიის იდენტიფიციჩება
- ფაქტები
- მონახაზის შემუშავება
- ჟუხნადისტის ხოლი და პასუხისმგებლობა
- კახგი ამბის მახასიათებლები

საიდან ჩნდება იდეა?

იდეა წერისთვის აუცილებლად გაჩნდება, თუ ჟურნალისტი საკუთარ თავს დაუსვამს კითხვებს: რა მოხდა? რეალურად რა დგას ამ ამბის უკან? როგორ მოხდა? ან რატომ მოხდა?

ეს კითხვები შეიძლება გაჩნდეს ყველგან – მაღაზიაში, სადაც პროდუქტის ყიდვისას დისკომფორტი შეიქმნება; ტრანსპორტში, სადაც ადამიანებისგან ათას ამბავს გაიგებთ; სახლში, სადაც ოჯახის წევრები დღის განმავლობაში მომხდარ მოვლენებს განიხილავენ; სამსახურში, სადაც კითხვები უფრო ხშირად ჩნდება ამა თუ იმ გარემოების შესახებ.

მთავარია, ჟურნალისტი ცნობისმოყვარე იყოს, აინტერესებდეს ფაქტები და მოვლენები, მათი გამომწვევი მიზეზები, მიზეზების ახსნა და ადამიანებისთვის ამბის შესახებ დამატებითი ინფორმაციის მიწოდება.

უნდა გვახსოვდეს, რომ ცნობისმოყვარეობა მიგვიყვანს ხარისხიან მედიაპროდუქტამდე. ამიტომ, უყურებთ ფეისბუქზე ატვირთულ ფოტოს, ფინანსურ განცხადებას, ბილბორდსა თუ ვინმეს ტატუს ან იარაგს, მთავარია, იყოთ დაინტერესებული და, ამასთანავე, გქონდეთ გამბედაობა, შესაძლებლობა და სურვილი, ბოლომდე გაჰყვეთ ცნობისმოყვარეობას: რატომ მოხდა ეს? როგორ მოხდა? როდის მოხდა? რა არის საჭირო ამის გასაკეთებლად? და ა.შ.

იდეებისათვის შთაგონების წყარო შეიძლება ნებისმიერი რამ გახდეს. მაგალითად, თუ წერთ მედიცინაზე, ლოგიკურია, გადახედოთ რეცენზირებული ჟურნალების უკანასკნელი ნომრების გვერდებს. ზოგჯერ შესაძლოა, საინფორმაციო გადაცემებში, გაზეთებსა თუ ჟურნალებში იპოვოთ სტატია, რომელიც კარგი საფუძველი გახდეს ახალი ამბისთვის. ამიტომ, იდეა რომ გაჩნდეს, ყოველდღე ერთი საათი მაინც უნდა დაუთმოთ ინტერნეტში ძიებასა და ზოგადი, ფართო თემების მომცველი პუბლიკაციების კითხვას. ამ დროს თვალ-ყური უნდა ადევნოთ ისტორიებს, ვიდეოებს, ფოტოებს, პოსტებს, ტვიტებს და ჰეშტეგებს, ყურადღებით უნდა გაეცნოთ სოცმედიაში გამოქვეყნებულ მასალებს, რომელსაც განსაკუთრებით დიდი რაოდენობის გამოხმაურება აქვს.

ჟურნალისტი არის ადამიანი, რომელიც არასოდეს ისვენებს. მას მუდმივად თითი უნდა ედოს ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების პულსზე და აკვირდებოდეს – რა ცვლილებები ხდება მის სფეროში, რა კანონები მიიღეს, რა სიახლეებია, რა მოთხოვნები აქვს საზოგადოებას, სად არის სუსტი რგოლი, სად სჭირდებათ პრობლემის გაშუქება, სად უნდა ეძებოს სიახლე. ამისთვის საჭიროა, არ ჩამორჩეთ ხელისუფლების შტოების მუშაობის ტემპს, ჩაერთოთ სამოქალაქო ცხოვრებაში, იმოგზაუროთ დროში – შეამოწმოთ არქივები, ძველი სტატიები, მასალები, რომლებიც თქვენთვის საინტერესო თემებს ეხება. მთავარია, ყოველთვის იფიქროთ ჩარჩოებს

მიღმა – რას არ გეუბნებიან ოფიციალური პირები? რის შესახებ არ გიფიქრიათ? შეიძლება თუ არა მოამზადოთ მასალა განსხვავებული რაკურსით?

იდეების განხილვისას შეიძლება სასარგებლო იყოს სანიანაღმდეგო პერსპექტივებისა და აზრების დაშვებაც. უნდა გვახსოვდეს, რომ გამორჩეული იდეა ყოველთვის არის:

- ინოვაციური;
- ეფექტიანი;
- სწორი;
- დროული;
- საინტერესო;
- ახალი;
- ობიექტური;
- ინფორმატიული;
- კონკრეტული.

ერთხელ ცნობილ ქართველ მეცნიერს, ფიზიკოს გია დვალს ჰკითხეს: როგორ ჩნდება ახალი სამეცნიერო მიმართულებები თქვენში, როგორ გებადებათ ახალი იდეები კვლევისთვის? მეცნიერმა კითხვაზე მოსალოდნელი და ადამიანური პასუხი გასცა: იდეა ყველგან შეიძლება მოვიდეს – სამუშაო მაგიდასთან, ტრანსპორტში, საუზმის პროცესში ან წვერის პარსვის დროს აბაზანაში, მთავარია, ჩაინიშნო და შემდეგ ეს იდეა კარგად დაამუშაო.

ასეა ჟურნალისტის შემთხვევაშიც, რომელმაც უნდა იცოდეს, რომ კარგი იდეა ნახევრად შესრულებული სამუშაოა, ამიტომ აუცილებელია, მუდამ ფიქრობდეს, ეძებდეს იდეას და მზად იყოს მის განსახორციელებლად. ამისათვის საჭიროა:

- ყოველთვის იქონიოთ ფურცელი, კალამი, ტელეფონი/ფოტოაპარატი;
- დააკვირდეთ პოტენციურ ისტორიებს საკუთარ ცხოვრებაში, გზაში, სამსახურში;
- იყოთ მზად საუბრის დაკვირვებით მოსმენისთვის;
- გაერიოთ საზოგადოებაში და ჩაერთოთ საუბარში, ნაცვლად განცალკევებისა.

იდეების პოვნისას საკუთარი თავი უნდა დაარწმუნოთ, რომ ყველა და ყველაფერი ამბავია. მწერალი მალკოლმ გლედუელი მიიჩნევს, რომ ეს რთული გამოწვევაა, რადგან ადამიანები ინსტინქტურად ასკვნიან, რომ ბევრი რამ არ არის საინტერესო. ამიტომაც ყოველთვის ვეძებთ – ვეძებთ ახალ წიგნს, მიმართულებას, ნივთს, მივდივართ მაღაზიაში და ვათვალიერებთ თაროებს, სანამ ჩვენთვის სასურველ გამოცემას ავარჩევთ, ვფილტრავთ, ვაფასებთ და

ვმსჯელობთ, მაგრამ თუ გვინდა, ვიყოთ ჟურნალისტი, მოსაზრებას, რომ „ბევრი რამ არ არის საინტერესო“ ყოველდღე უნდა ვებრძოლოთ, რადგან უინტერესო არაფერია, მთავარია, ამბავს სწორი რაკურსით მივუდგეთ.

მანიფივი ხრიკები იდეების თავმოყრისთვის

საუკეთესო მწერლები მასალის წერას იწყებენ წინასწარ შერჩეული ფოკუსით, მაგრამ, ამავე დროს, მოსწონთ საპირისპირო დეტალის ან ელემენტის პოვნა, „მოლაღატე ფაქტის“ (ფაქტი, რომელიც არ ემთხვევა მათ წინასწარ შეხედულებას და განწყობას) აღმოჩენა და მოულოდნელობა, რაც მათ ნაწარმოებს უფრო მრავალფეროვანს და საინტერესოს ხდის. ჟურნალისტები და რედაქტორები კი, პირიქით, ხედავენ იმას, რისი დანახვაც სურთ მაშინაც კი, როდესაც გარემოება საპირისპიროა.

მოქმედი და აქტიური ჟურნალისტის მუდმივი ინფორმირებულობა საიდუმლო არ არის. გარდა იმისა, რომ მას თავისი წყაროები ჰყავს, იცის, რომ წერილისთვის საჭიროა, ყურადღება მიაქციოს გარემოს, დააკვირდეს მოვლენას, იფიქროს ამბავზე და ამბის გარშემო არსებულ დეტალებზე: რა არის? რა არ არის? რა უნდა იყოს? რა ხდება? რას ნიშნავს? გაშუქების რა კუთხე შეიძლება მოეძებნოს ამ ამბავს? ეს არის კითხვები, რომლებიც ახალი იდეების გაჩენასაც უწყობს ხელს და კვალიფიციური მასალის შექმნასაც.

გარემოზე დაკვირვება ან მისი აღქმა ადამიანს გრძნობათა ორგანოების მეშვეობით შეუძლია. როგორ გვეხმარება ისინი იდეების დაბადებაში? დავაკვირდეთ თითოეულ მათგანს:

• მხედველობა

სხვადასხვა კვლევა ადასტურებს, რომ ადამიანთა 75% ინფორმაციას მხედველობით აღიქვამს. ამიტომ, ჟურნალისტი მუდმივად უნდა აკვირდებოდეს გარემოს და გონებაში ინიშნავდეს, ერთი შეხედვით, ჩვეულებრივ, თუმცა რაღაცის მანიშნებელ სიტუაციას. მაგალითად, თუ ჩვენ დავდგებით უნივერსიტეტის ეზოს შესასვლელთან, შეგვიძლია აღვწეროთ გარემო, რომელსაც ვხედავთ:

1. ადამიანების რაოდენობა გაჩერებაზე;
2. საზოგადოებრივი ტრანსპორტის განრიგი;
3. მდგომარეობა საზოგადოებრივ ტრანსპორტში;
4. საცობი ქუჩაზე;
5. ტელეფონით მოსიარულე ადამიანები;

6. ახალგაზრდა ბიჭი, რომელიც ბოთლს ბუჩქთან აგდებს;
7. მწველი პირების რაოდენობა სკვერში;
8. მოტოციკლს დაჯახებული მანქანა
- და ა. შ.

გვეხმარება თუ არა მხედველობა ახალი იდეის გაჩენაში? ცხადია, გვეხმარება – ადამიანების დიდი რაოდენობა გაჩერებაზე ნიშნავს, რომ საქალაქო ტრანსპორტი გამართულად არ მუშაობს, ან - არასაკმარისია; სატრანსპორტო განრიგის დაფაზე გამოტანილი დრო, 23 წუთი, გვიჩვენებს, რომ სადღაც საცობია ან განრიგი არასწორად არის შედგენილი; გადაჭედილი ავტობუსი აჩვენებს, რომ ქალაქს ტრანსპორტი არ ჰყოფნის; მუდმივი საცობი ქუჩაზე გვეუბნება, რომ უნივერსიტეტის მიმდებარე ქუჩაზე სატრანსპორტო გადაადგილების მარშრუტი არასწორადაა დაგეგმილი და ა. შ. ყველა ეს მინიშნება, თუ სწორად მოვიკვლევთ, შეიძლება გახდეს საინტერესო ჟურნალისტური პროდუქტის საფუძველი.

• სმენა/მოსმენა

ორი ადამიანის საუბარი, შესაძლოა, ჩვენთვის ძალიან საინტერესო ამბის თემაც კი გახდეს. ჟურნალისტის პროფესიაში პოზიცია – „ეს რაში უნდა დამჭირდეს?“ – არ არსებობს. ისინი, პირიქით, ვარჯიშობენ მოსმენის კულტურის განვითარებაზე. ეს უკანასკნელი უნარი საჭიროა, მაგალითად, ინფორმაციის მოპოვების პროცესში, ინტერვიუსა და რესპონდენტთან საუბრის პროცესში, ანაც – ჩანაწერის გაშიფვრის დროს. თქვენ ახლა იფიქრებთ, რა საჭიროა ყველაფრის გართულება, როცა შესაძლებელია დიქტოფონის ან კამერის ჩანერის რეჟიმზე დაყენება, რის შედეგადაც ყველაფერი თავისით ჩაინერება, თქვენ კი მხოლოდ ჩანაწერის გაშიფვრა დაგჭირდებათ, მაგრამ პრაქტიკაში ყველაფერი სხვაგვარადაა – მოსმენა ინფორმაციის მიღების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წყაროა. ხშირად თქვენ ემზადებით ინტერვიუსთვის, სვამთ კითხვებს, რომლებიც წინასწარ მოამზადეთ, ფიქრობთ – რომელი კითხვა რის შემდეგ დასვათ, კითხულობთ წინასწარ ჩანიშნულ კითხვებს, რომ არაფერი გამოგრჩეთ და ამ რუტინაში გეპარებათ მნიშვნელოვანი აქცენტები, რომელსაც თავად რესპონდენტი გამოკვეთს საუბარში. ამიტომ, მოსმენა და, პარალელურად, ნათქვამის გააზრება დიდ როლს ასრულებს კარგი ინტერვიუს წერის ან ინფორმაციის შეგროვების პროცესში.

სრულფასოვან მოსმენას დიდი ენერჯია სჭირდება. თქვენ უნდა მოუსმინოთ, „რა ითქვა“ და „როგორ ითქვა“, მაგრამ, ამავე დროს, უნდა დააკვირდეთ პაუზებს, აზრის ჩამოყალიბებისას გამოყენებულ ცალკეულ სიტყვებს, ჟესტებს, ხმის ტემბრს, ექსტრაენობრივ კოდებს, რომელიც შეიძლება ნათქვამის სრულიად საპირისპირო მნიშვნელობაზე მიუთითებდეს. ამიტომ: მოუსმინეთ რესპონდენტს! მოუსმინეთ ყველა სიტყვას და იმასაც, რაც არ არის ნათქვამი! მოუსმინეთ კონტექსტს! და – მოუსმინეთ ყველაფერს თანაგრძნობით!

• **შეხება**

შეხება არის ის გრძნობა, რომელსაც რეპორტიორები იშვიათად იყენებენ, მაგრამ, თუ მე, როგორც მკითხველს, მსურს, ვიცოდე, როგორია ნამდვილი ბალახის საფეხბურთო მოედანი და ამას მიხსნის სპორტული კორესპონდენტი, მეტად დავუჭერებ, თუ მას ერთხელ მაინც გაუვლია ამ ბალახზე; ან, მაგალითად, მსურს, ვიცოდე იარაღის წონა ან მაინტერესებს კლავიშების სიხისტე როიალზე - სასურველია, ასეთ დროს ჟურნალისტს თავად ჰქონდეს ამ ნივთებთან შეხების გამოცდილება და ისე მიყვებოდეს მათზე.

• **გემო და ყნოსვა**

საინტერესოა (თუმცა ზოგისთვის გაუგებარი ან წარმოუდგენელი), რომ იდეის და შთაგონების წყარო, შესაძლოა, გემო და ყნოსვაც გახდეს. ეს ის გრძნობებია, რომლებზეც ჩვენ ყველაზე მეტად ვართ დამოკიდებულნი, ამავდროულად – ყველაზე ნაკლებად განვიხილავთ და იშვიათად ვახსენებთ. თუ შეგვიძლია, დავიჭიროთ „შიშის სუნი“, ვიგრძნოთ სუნამოს არომატი ან ახლადგაკრეჭილი ბალახის სურნელი, სეირნობისას შევისუნთქოთ ბენზინის სუნით გაჟღენთილი ჰაერი, შევიგრძნოთ ახალი პურის გემო, გავსინჯოთ ყველაზე გემრიელი დესერტი – ზუსტად ეს უნარი შეიძლება გახდეს კარგი ბლოგის, ფიჩერის, ანაც კრიტიკული სტატიის საფუძველი.



შეახჩიეთ ეხთ ნაცნობი ადგილი, დააკვირდით გახემოს, ხაც შეიძლება სწრაფად აღწეხეთ სივხცე – ჩამოწეხეთ შემჩნეუდი საგნები, მოვდენები, განწყობები, აღქმები და ხამდენიმე მათგანი გადააქციეთ ჟუხნადისგუხი პხოექცის იდეად.

**შეამოწმეთ
ცოდნა**

• **ღაინახე, რას აშკარას**

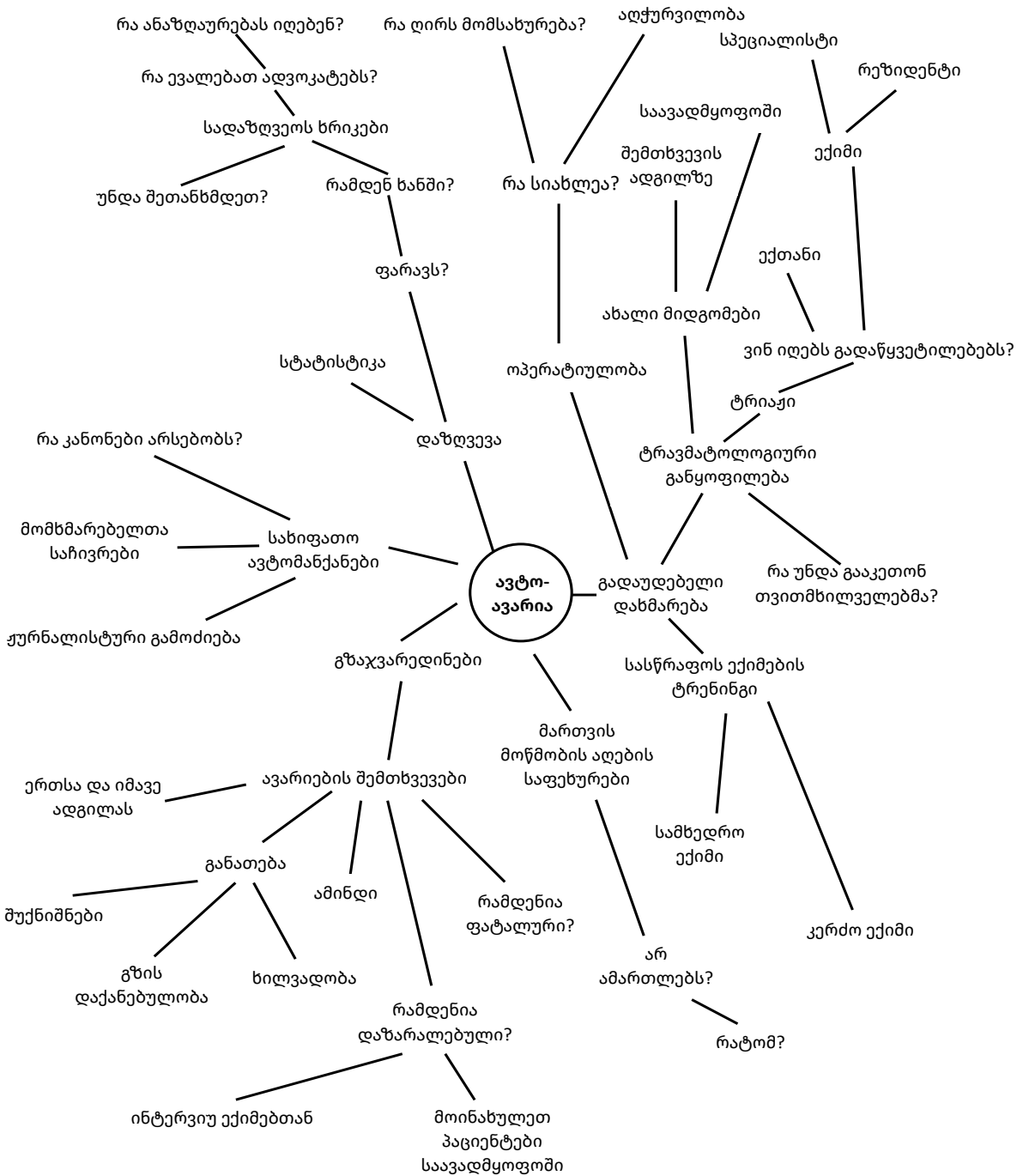
ახალი ამბებისა და საინტერესო ინფორმაციისადმი მკითხველის ინტერესი არასდროს ქრება. ქვემოთ მოცემულია ახალი იდეების თავმოყრის ხრიკები და რჩევები, თუ როგორ გამოვიყენოთ ისინი. კარგი ჟურნალისტი ყოველთვის აქცევს ყურადღებას იმას, რაც აშკარაა, ამიტომ სწორედ ეს ცხადი და რეალური ფაქტები შეიძლება გახდეს მისთვის შთაგონების წყარო. მაგალითად, დააკვირდით, რა ხდება თქვენს ცხოვრებაში: როგორია თქვენი გრძნობები? რით ხართ კმაყოფილი ან უკმაყოფილო? რა გაქვთ საბრუნავი, რა გაშფოთებთ? რა გიშლით ხელს, რომ მოთხოვნები დაიკმაყოფილოთ? რა შეიძლება გაკეთდეს, რომ თქვენი და თქვენი ახლობლების ირგვლივ გარემო შეიცვალოს? სად მიდის ფული? რაში გადის დრო? რაზე იცინის ან ბრაზობს ხალხი? რას ყიდულობენ ან არ ყიდულობენ ადამიანები? რა ცვლილებები ხდება ან არ ხდება თქვენს ოჯახსა და თქვენს ქუჩაზე? – თითოეული შეკითხვა და მასზე პასუხი ახალი იდეაა ჟურნალისტური მასალის მოსამზადებლად.

ამგვარი შეკითხვები აზროვნებას ააქტიურებს და საშუალებას იძლევა, მათზე არასტანდარტული პასუხები მოძებნო, ანუ ეს არის ერთგვარი **გონებრივი იერიში** (იგივე „Brainstorming“), რომლის საშუალებითაც თავს ვუყრით მაქსიმალური რაოდენობის იდეას. ამ ტექნიკის გამოყენების დროს „სულელური იდეა“ არ არსებობს, რადგან ზოგჯერ სწორედ ქვეცნობიერიდან წამებში გაცოცხლებული იდეა ხდება ახალი და მნიშვნელოვანი პროექტის დასაწყისი. ამიტომ, ხმამაღლა უნდა ვთქვათ და ჩამოვწეროთ ყველაფერი, რასაც კი კონკრეტულ საკითხთან მიმართებით გონებაში გავივლებთ. გონებრივი იერიში ახდენს მებსიერების და ქვეცნობიერის მობილიზებას.

• **იდეების რუკა**

იდეების რუკა არის ვიზუალური აზროვნების ინსტრუმენტი, რომელიც გვეხმარება ინფორმაციის, იდეებისა და აზრების ორგანიზებასა და სტრუქტურირებაში. „რუკის შექმნა“ (ე. წ. „მეფინგი“) არის ტექნიკა, რომელიც გამოიყენება ბრიტანულ სკოლებში და ადამიანს საშუალებას აძლევს, საგანი შეისწავლოს უფრო ეფექტურად, ვიდრე ეს ტრადიციული მონახაზებითაა შესაძლებელი. მკვლევრები, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ტვინის მარჯვენა ნახევარსფეროს კვლევით, მიიჩნევენ, რომ ეს მიდგომა არის გზა ტვინის იმ უბნების მუშაობის გასააქტიურებლად, რომლებიც შემოქმედებითობაზე „აგებენ პასუხს“. ტექნიკა კი ასეთია: განათავსეთ თემა გვერდის ცენტრში ოვალურად; შემდეგ კი, რაც შეიძლება სწრაფად გააკეთეთ ხაზები, რომლებიც მიჰყვება თქვენს იდეას/მოსაზრებას და იმ საკითხებს, რომელიც, შესაძლოა, თემასთან იყოს კავშირში.

სურათი N1: ხუთი წუთის განმავლობაში ნაფიქრი და ჩამოყალიბებული „იდეების რუკა“

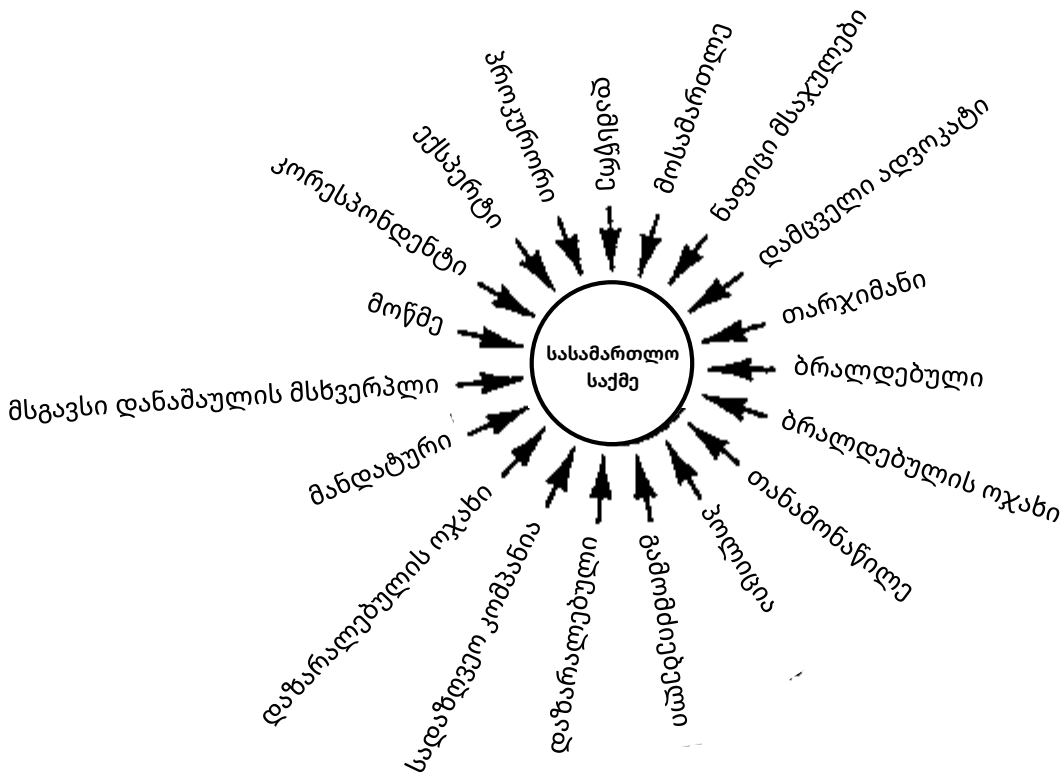


• **შეხვედრის ხედვის კუთხე**

სცადეთ და სამსახურში გაემგზავრეთ სხვა მარშრუტით; წადით ნაცნობ ადგილას დღის იმ მონაკვეთში, როცა, ჩვეულებრივ, იქ არ ხართ ხოლმე; იყიდეთ პროდუქტი სუპერმარკეტში, რომელსაც რეკლამას უწევს ცნობილი სახე; დადექით რიგში ვაკანსიების გამომცხადებელ სააგენტოსთან და მოუსმინეთ, რას ამბობს ხალხი; მოკალათდით საავადმყოფოს კლინიკის მოსაცდელ ოთახში ან, უბრალოდ, გააკეთეთ ის, რაც აქამდე არ გიცდიათ; შემდეგ შეეცადეთ, ერთი თემის გარშემო დასვათ კითხვები და ჩამოწეროთ, რამდენი ასპექტი გამოიკვეთება ამ თემის საფუძვლიანად გაანალიზების პროცესში. საბოლოოდ, ეს იღებს ერთგვარი დიაგრამის ფორმას.

მაგალითად, დააკვირდით დიაგრამას, რომელიც ქვემოთ არის მოცემული და რომლის ცენტრალური საკითხია ერთი სასამართლო პროცესი. მასზე ნაჩვენებია, ვინ ან რა შეიძლება გახდეს გაშუქების ობიექტი და რა მიმართულებით შეიძლება შევისწავლოთ ერთი საკითხი:

სურათი N2. იდეების რუკა



• ინტერესი

შეიძინეთ ახალი ჰობი, ანუ ინტერესი, რომელიც გაიძულებთ, დაინახოთ სამყარო ახალი კუთხით. დახაზეთ, დახატეთ, გადაიღეთ სურათები, წაიკითხეთ, უყურეთ ფილმებს, ისეირნეთ, დაათვალიერეთ ქალაქის ის ადგილები, სადაც ტურისტები თავს იყრიან, ეწვიეთ სხვადასხვა ეთნიკური ჯგუფებით მჭიდროდ დასახლებულ უბნებს და სოფლებს, ჩაინიშნეთ ყველაფერი. ასე შეიძლება ძალიან ბევრი საინტერესო იდეა გაჩნდეს.

• უბის წიგნაკი

ლოგიკურად მივედით იმ წერტილამდე, რომ აუცილებელია, ყოველთვის ჩაინიშნოთ წამიერად დაბადებული იდეა. უბის წიგნაკი ან ტელეფონის „Notes“ განყოფილება საუკეთესო საშუალებაა, რომ ჩამოწეროთ იდეები, ჩაინიშნოთ მოსმენილი საუბრები, შექმნათ მონახაზები.

მნიშვნელოვანია, რომ პერიოდულად ათვალიეროთ საკუთარი ჩანაწერები – დაწყებული სასკოლო ასაკის დღიურებით და დასრულებული ბოლო კომენტარებით. დათვალიერება ხშირად ახალ იმპულსებს აღვიძებს – თქვენ გაგახსენდებათ, რაზე ოცნებობდით ბავშვობაში; შემდეგ დაფიქრდებით, რამდენად ხელმისაწვდომია ეს ოცნება სხვა ბავშვებისთვის დღეს? და, საერთოდ, რატომ არის ეს ოცნება? რატომ არ არის ის რეალობა და რა უშლის ამას ხელს? ასე, შესაძლოა, გახვიდეთ, მაგალითად, სათამაშო ბიზნესის ხარვეზებზე, გაზრდილ ფასებზე, სათამაშოების ხარისხზე და სხვა.

• ინფორმაციული „კომპოსტი“

იდეების ძიების პროცესში ძალიან სასარგებლოა მოხსენებების, ბროშურების, სხვადასხვა მასალის, გამოსვლების/კონფერენციების კრებულების, ჟურნალის სტატიების, გაზეთებიდან ამონაჭრების, ფოტოების, წერილების, ნახაზების ერთ ყუთში ან უჯრაში შენახვა. სამ თვეში ერთხელ მიუბრუნდით თქვენს ინფორმაციულ „კომპოსტს“ და გაფილტრეთ. ცხადია, ნახევარზე მეტს გადაყრით, მაგრამ იქ ნამდვილად დარჩება რაიმე ერთი ღირებული, რაც ახალი მასალის საფუძველი გახდება. მაგალითად, საკონფერენციო აბსტრაქტების წიგნში, შესაძლოა, წააწყდეთ ახალგაზრდა მეცნიერს, რომელმაც უნიკალური ჰიპოთეზა დაამტკიცა, ან არსებული უარყო.

• როლური თამაში

წამიერად წარმოიდგინეთ, რომ თქვენ ხართ პატიმარი ან მოსამართლე, მიმტანი ან მზარეული, ქარხნის მუშა ან ფერმერი, ასაკოვანი ადამიანი ან ოცი წლის ახალგაზრდა. ეცადეთ, მცირე ფანტაზიის გამოყენებით, შეხვიდეთ სხვის როლში და მათი მხრიდან დაინახოთ ამბები. ის, რაც სამართლიანია თქვენთვის, უსამართლოა ოცი წლის ახალგაზრდისთვის, ან მიუღებელია ქარხნის მუშისთვის. როლური თამაში არის ერთ-ერთი გზა, რომლითაც შეგვიძლია გამოვიდეთ საკუთარი ჩარჩოებიდან და სხვა ცხოვრებით ვიცხოვროთ, რათა ვიცოდეთ, რა სჭირდება საზოგადოებას და რა შეკითხვები უნდა დავსვათ სრულყოფილი ინფორმაციის მისაღებად.

• იპოვე ფართული ავტორიზაფი

ციფრულ ეპოქაში, როდესაც ყველა ცნობილი პიროვნების ბიოგრაფია და ცხოვრება გადაშლილი წიგნით დევს სოციალურ ქსელსა და საძიებელ სისტემებში, რთულია, რაიმე ახალი თქვა მათზე. ამიტომ, მოძებნეთ ავტორიტეტები, რომლებსაც სხვა ადამიანები ეჩვენებათ ასეთად. მაგალითად, ექიმთან საუბრისას შეამჩნევთ, რომ იგი გამუდმებით საუბრობს ერთ ექთანზე; ხანძრის დროს ყველა მიმართავს ერთ მეხანძრე-მაშველს, რათა გადაწყვიტონ, არის თუ არა სახურავი უსაფრთხო; თეატრში გამოიძახებენ სანდო გამნათებელს და სხვ. ამ მეთოდით ბევრად უფრო საინტერესო პერსონაჟებს იპოვით, რადგან ფარულ ავტორიტეტებს აღმოაჩენთ და უცნობ ისტორიებს წამოსწევთ წინ.

• სხალე სხვა ჟანრი

სიახლისთვის და ახალი იდეების აღმოსაჩენად კარგი გზაა, გადაინაცვლოთ სხვა ჟანრის ჩარჩოში. თუ თქვენ ხშირად წერთ პროფაილებს, კარგია, რომ ახლა დაწეროთ ახალი ამბავი ან ანალიტიკური სტატია, თუ თქვენ წერდით სარედაქციო სვეტს, კარგი იდეაა პროფაილის გაკეთება. შეიძლება იფიქროთ, რომ ახალ ჟანრზე გადასვლა არ არის რეკომენდებული და ეს ექსპერიმენტი ყველაფერს გააფუჭებს, მაგრამ სიახლე ყოველთვის ბადებს ახალ იდეებს. ამიტომ – დაწერეთ რამდენიმე გვერდი ახალ ჟანრში, შესაბამისი მიდგომისა და ენის გამოყენებით, რათა თავიდან დაინახოთ უკვე ნაცნობი ამბავი, პიროვნება ან საგანი. ეს დაგეხმარებათ, მოიძიოთ უნარები, რომლებიც თქვენში იმალებოდა.

• **თავისუფალი წერა**

ნოდარ ტაბიძე, რომელმაც ჟურნალისტთა არაერთი თაობა აღზარდა, სტუდენტებთან საუბარს ამთავრებდა ფრაზით: „არასოდეს დაასრულოთ დღე ისე, რომ ათი წინადადება მაინც არ დანეროთ, დღე არ შეაჯამოთ. წერეთ იმიტომ, რომ გონება მუდამ აზროვნებდეს!“. ჩვენც, სწორედ ამიტომ, გირჩევთ: თავისუფალ დროს უბრალოდ დაინყეთ წერა. წერეთ ყველაფერზე, რაც გაინტერესებთ. დანერეთ, რაც შეიძლება სწრაფად და თავისუფლად. თუ ამგვარ ჩანაწერებს ხშირად გააკეთებთ, გაგიკვირდებათ, რამდენი იდეა დაგებადებათ ამ დაუგეგმავი ტექსტიდან.



საინტერესოა

საკუთარი გამოცემის შესამოწმებლად საუკეთესო გზაა იმის დათვდა, თუ ხამდენი კახგი ამბავი „გამოიჩა“ ხედაქციას, ხომედთა გაშუქებაც სხვა გამოცემებმა „დაასწეს“. საჭიხოა იმ მიზეზების გაანადიზება, თუ ხის გამო გამოეპაჰა ხედაქციის ყვედა წევხს აღნიშნუდი საკითხი ან პიხიქით - ხოგოხ მოიპოვა კონკუხენგმა ხედაქციამ ეს ამბავი? ხას აკვიხდებიან ან ხას აკეთებენ ისინი ისეთს, ხის გამოც ყვედას დაასწეს ამბის გაშუქება?



შეაჩიეთ ეხთი აქტუადუხი თემა და შექმენით იდეების ხუკა (სუხათი N1).

**პაპაიონაძე
ივანე**

იკვლიეთ თემის მოსახლეობა

კარგი ჟურნალისტები დროის დაახლოებით 80%-ს კვლევაში ატარებენ, 20%-ს კი რეალურად წერის პროცესში. ცხადია, კვლევა მნიშვნელოვანია და დიდი უპირატესობა აქვს, რადგან საბოლოო პროდუქტის ყველა ასპექტს ეხება. კარგი კვლევა გეხმარებათ, განსაზღვროთ, თუ ვის ჩამოართვათ ინტერვიუ, რა შეკითხვები დასვათ, რა არის მნიშვნელოვანი შესწავლილ საკითხთან დაკავშირებით და სხვ. საფუძვლიანი ძიებით ყველა დეტალს უღრმავდებით ისე, რომ თქვენი თემა ნამდვილად გესმით და სანდო წყაროც ხდებით. საკვლევი რესურსები შეიძლება დაიყოს **პირველად, მეორეულ და მესამეულ** წყაროებად (იხ. ცხრილი N1).

პირველადი წყაროები შეიძლება იყოს წერილობითი დოკუმენტები ან ადამიანები, რომელთაგანაც ინტერვიუს იღებთ. ეს მონაცემები გაუფილტრავია და არ არის ინტერპრეტირებული მესამე მხარის მიერ. პირველადი წყაროების მაგალითებია დაუმუშავებელი საწყისი მონაცემები, სტატისტიკა, სიტყვით გამოსვლები, შეხვედრების ჩანაწერები, სიები, კითხვარები, თვითმხილველთა და მონაწილეთა მონათხრობები, საგაზეთო პუბლიკაციები და სამეცნიერო ჟურნალებში მკვლევრების მიერ გამოქვეყნებული სტატიები.

მეორეული წყაროები ერთი ნაბიჯით ჩამორჩება თავდაპირველ მონაცემებს. ესენია: ანალიზი, კრიტიკა, შეჯამება, ინტერპრეტაციები და ა. შ. მაგალითები მოიცავს სატელევიზიო შოუებს, რადიო შოუებს, დოკუმენტურ ფილმებს, წიგნებს, ახალი ამბების ანალიზსა და ზოგიერთი ტიპის ჟურნალის სტატიას.

მესამეული წყაროებია კურსის სილაბუსები, ბიბლიოგრაფიები, ციტატები, ლიტერატურის სახელმძღვანელოები და ბიბლიოთეკის კატალოგები.

სტატიის წერისას კარგი იდეაა, დააბალანსოთ პირველადი და მეორეული წყაროების გამოყენება. პირველადი წყაროები უამრავ საინტერესო ინფორმაციას იძლევა, განსაკუთრებით მეცნიერებაზე წერისას. მეორეული წყაროები გეხმარებათ პრობლემის ინტერპრეტაციასა და ალტერნატიული გზების ძიებაში. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მეორეულ წყაროებს აქვს შეზღუდვები, რის გამოც ყოველთვის ფრთხილად უნდა მოეკიდოთ მსგავსი წყაროებიდან პირდაპირ ციტირებას. დაკვირვებით თუ შევხედავთ ამ წყაროების სანდოობის მახასიათებლებს, ერთგვარი „გაფუჭებული ტელეფონის“ მსგავს სისტემას „აღმოვაჩინო“, რადგან ინფორმაციის გადაცემის ყოველი ფაზის და წყაროს ცვლილების შედეგად, შეიძლება შეიცვალოს ინფორმაციის მნიშვნელობაც. ამიტომაც, გარკვეული გამოცემები საკუთარ ჟურნალისტებს მეორეული წყაროების ციტირების უფლებას არ აძლევენ, რადგან ინფორმაცია, ყოველი შემდგომი გამოყენებისას, შესაძლოა, არასწორად იყოს ინტერპრეტირებული.

თუმცა, ისიც უნდა ვიცოდეთ, რომ ზოგჯერ ერთადერთი გზა, რომლის საშუალებითაც შეძლებთ თქვენთვის საჭირო ინფორმაციის მიღებას, სწორედ მეორეული წყაროებია. მაგალითად, თუ თქვენ გაქვთ შეზღუდული კავშირი ცნობილ ან მნიშვნელოვან წყაროსთან და თქვენს სტატიაში ამ ადამიანის შესახებ ინფორმაციის განთავსება გჭირდებათ, მეორეული წყაროს გამოყენება, როგორც არის, მაგალითად, უკვე გამოქვეყნებული პროფაილი, შეიძლება გონივრული იყოს. მეორეულ წყაროზე დაყრდნობისას, აუცილებელია, მიუთითოთ გამოქვეყნების დრო, ადგილი, ავტორი და ინფორმაცია, პირდაპირი ციტირების ნაცვლად, პერიფრაზირებული სახით გამოიყენოთ. თუმცა, თუ არის ამის საშუალება, ყოველთვის უმჯობესია ინფორმაციის შეგროვება პირველადი წყაროებიდან.

ცხრილი N1. წყაროთა ტიპები

წყარო		
პირველადი	მეორეული	მესამეული
<p>თვითმხილველები, მონაწილეები, ექსპერტები ----- დაუმუშავებელი მონაცემები; სტატისტიკა; შეხვედრათა ჩანაწერები; ინფორმაცია სოციალური მედიიდან; სამეცნიერო ჟურნალების სტატიები; კითხვახები და გამოკითხვები; შემსწრეთა მონათხიობები; აბსტრაქტები; პრესხედიზები; გადაუღებელი ამბები.</p>	<p>წიგნები; ხადიოგადაცემები; სატელევიზიო შოუები; ფილმები (დოკუმენტური); ჟურნალის სტატიები; ახალი ამბების ანალიზი; ბლოგები.</p>	<p>ბიბლიოგრაფიები; ციტატები; დიჯიტალური სახელმძღვანელოები; ბიბლიოთეკის კატალოგები; კუხის სიდაბუსები.</p>

რესურსები

სტატიისთვის კვლევის პროცესში არსებობს რამდენიმე რესურსი, რომელსაც ინფორმაციის მისაღებად შეგიძლიათ მიმართოთ.

მონაცემთა ბაზები

მონაცემთა ბაზები შესანიშნავი დამხმარე იარაღებია, ვინაიდან მათში შეგიძლიათ მოძებნოთ ძირითადი ტერმინები, თემათა სათაურები და საძიებო პარამეტრები. უამრავი ინსტიტუტი, უნივერსიტეტი თუ საჯარო ბიბლიოთეკა იხდის დიდ თანხას იმ მონაცემთა ბაზებზე წვდომისთვის, რომლებიც პირველადი და მეორეული წყაროების ინფორმაციის აგრეგატორებს/გამაერთიანებლებს წარმოადგენენ. მაგალითად, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკას (www.tsu.ge/ka/library), რომელიც საქართველოში ერთ-ერთი უმდიდრესი ბიბლიოთეკაა, წიგნებთან და პრესის არქივთან ერთად, აქვს თავისუფალი წვდომის ბაზები, რომელშიც 50-მდე უფასო ელექტრონული ჟურნალისა და სამეცნიერო ბაზის გაცნობა შეგიძლიათ, მათ შორის:

- SAGE (www.journals.sagepub.com);
- Springer (www.springer.com);
- EBSCO (www.opendissertations.org);
- Internet Archive (www.archive.org) და სხვ.

თუ არ გაქვთ ფორმალური წვდომა უნივერსიტეტის მონაცემთა ბაზებზე, ჩვეულებრივ, შესაძლებელია, შეხვიდეთ მონაცემთა სხვადასხვა ბაზაში. მაგალითად, პოპულარულ მონაცემთა ბაზად მიიჩნევა LexisNexis, რომელიც გთავაზობთ სიახლეებზე, საკანონმდებლო მასალებსა და სხვ. წყაროებზე წვდომას; Google Scholar, რომელიც ფართო საძიებო მონაცემთა ბაზა მასზე განთავსებული უამრავი სამეცნიერო და სხვა ჟურნალების სტატიებით; Web of Science, რომელიც წარმოადგენს მულტიდისციპლინურ მონაცემთა ბაზას; PubMed, სამედიცინო მონაცემთა ბაზა და ინტერდისციპლინარული Academic Search Premier, უზრუნველყოფენ წვდომას 8500 ჟურნალზე, რომელთაგან ბევრი სრულადაა განთავსებული.

ბეჭდური მასალები

ზოგჯერ გვაკინწყდება, რომ ბიბლიოთეკები კვლევის პროცესში საუკეთესო დამხმარე საშუალებებია, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც საქმე ბეჭდურ გამოცემებს: წიგნებს,

ჟურნალებს, გაზეთებს ეხება. რაოდენ გასაკვირიც უნდა იყოს, ჯერ კიდევ ბევრი ინფორმაცია მხოლოდ დაბეჭდილი სახით არსებობს და ელექტრონულად მიუწვდომელია. ბიბლიოთეკებს აქვთ საძიებო ციფრული კატალოგები, რომლებშიც აღნუსხულია ყველა იქ არსებული რესურსი. ასევე ხელმისაწვდომია ძველი გაზეთების კოლექციები.

თუმცა, ბეჭდური მასალების გამოყენებას ერთი უარყოფითი მხარე აქვს – ეს პროცესი მეტ დროს მოითხოვს, ვიდრე ინტერნეტრესურსებში ძიება. იმის გამო, რომ ბეჭდური მასალების უმეტესობის გამოქვეყნებას ხშირად თვეები ან წლები სჭირდება, მათში შემავალი ინფორმაცია შეიძლება მარტივად მოძველდეს. ამის საპირისპიროდ, ვებსაიტზე არსებული ინფორმაციის განახლება ნუთებში, საათებში ან დღეებშია შესაძლებელი. ზოგიერთი სასარგებლო წერილობითი მასალა, რომელთა გამოყენებაც გასათვალისწინებელია სტატიის კვლევისას, მოიცავს არამხატვრულ ნაწარმოებებს, სახელმძღვანელოებს, დისერტაციებს და საბავშვო წიგნებსაც კი.

■ საცნობარო რესურსები

ენციკლოპედიები და სხვა მსგავსი მასალები შესანიშნავი გზაა კონკრეტულ საკითხზე ძირითადი ფაქტების შესაგროვებლად. მაგალითად, Encyclopaedia Britannica-ს აქვს ონლაინანალოგი, რომელშიც ფართო სპექტრის ინფორმაციას ვხვდებით. სხვა სასარგებლო რესურსები შეიძლება იყოს რაიმე კონკრეტული დარგის ლექსიკონები, ყოველთვიური ჟურნალები და ა. შ.

ვიკიპედიის გამოყენება შეიძლება კვლევის მხოლოდ საწყის ფაზაში გარკვეული იდეების, მოსაზრებების ჩამოსაყალიბებლად. თუმცა სრულყოფილი კვლევის პროცესში, თუ თქვენ გადაწყვეტთ რაიმე ინფორმაციის ვიკიპედიიდან აღებას, ვალდებული ხართ, სტატიაში დაფიქსირებამდე დამოუკიდებლად გადაამოწმოთ ფაქტების სისწორე. ვინაიდან ნებისმიერ ადამიანს აქვს ვებსაიტზე წვდომა და მისი რედაქტირების შესაძლებლობა, ვიკიპედიის ჩანაწერები ხშირად ცალმხრივი და არასწორია, თუმცა, საბედნიეროდ, ვიკიპედიის ბევრ სტატიას დართული აქვს დეტალური ბიბლიოგრაფია, მითითებულ წყაროებზე გადასვლა კი საკითხის უფრო კარგად შესწავლის საშუალებას იძლევა.

■ ვებსაიტები

ვებსაიტები გვანვდიან ინფორმაციას არაერთ თემაზე. როდესაც ფიქრობთ, გამოიყენოთ თუ არა ვებსაიტზე ნაპოვნი ინფორმაცია, მნიშვნელოვანია, სწორად განსაჯოთ და შეაფასოთ წყარო. **არასდროს იფიქროთ, რომ ვებსაიტზე ნაპოვნი მასალა აუცილებლად სწორია** – არსებული ინფორმაცია ყოველთვის სხვა წყაროებთან ერთად გამოიყენეთ.

ქვემოთ მოცემულია კითხვების სია, რომლებიც გასათვალისწინებელია ვებსაიტის ავთენტურობის შემოწმებისას:

- რა ტიპის (.edu, .gov, .org, .biz, .net ან .com) ვებსაიტია ეს? უმეტესად, სხვა ტიპის ვებსაიტებთან შედარებით, .gov და .edu წყაროებზე ნაპოვნი ინფორმაცია მეტად გამჭვირვალე/აშკარა, გადამოწმებადი და თანმიმდევრულია. მიუხედავად ამისა, ეს მტკიცებაც არ არის ზუსტი და არავითარ შემთხვევაში არ ნიშნავს, რომ ყველა .edu და .gov ვებსაიტზე მოძიებული ინფორმაცია სწორია. გახსოვდეთ, რომ საჭიროა, გონივრულად შეაფასოთ და გააანალიზოთ ყველა მასალა, რომელსაც აიღებთ ნებისმიერი ტიპის ვებსაიტიდან!
- საიტი ცალმხრივი ან მიკერძოებული ხომ არ არის?
- წარმოდგენილი ინფორმაცია ფაქტია, მოსაზრება თუ ორივე ერთად?
- არის თუ არა შესაძლებელი ინფორმაციის გადამოწმება სხვა წყაროების გამოყენებით?
- ინფორმაცია მოძველებული ხომ არ არის?
- ფუნქციონირებს თუ არა საიტზე განთავსებული ჰიპერლინკები/ჰიპერბმულები?
- ახლდება თუ არა რეგულარულად საიტზე განთავსებული ინფორმაცია?
- ვინ არის ვებსაიტის ავტორი, მფლობელი, ჰოსტი (host) და ვინ უზრუნველყოფს მას ტექნიკურად?
- შესაძლებელია თუ არა ავტორთან დაკავშირება ტელეფონის, ელექტრონული ფოსტის ან სოციალური მედიის საშუალებით?
- არის თუ არა საიტი ლოგიკურად დალაგებული, თანმიმდევრული და ორგანიზებული? გამოიყურება თუ არა ვებსაიტი პროფესიონალურად?
- გვხდება თუ არა ბეჭდვითი, გრამატიკული ან ორთოგრაფიული შეცდომები?
- აქვს თუ არა ვებსაიტს ძლიერი შიდა საძიებო ფუნქცია?

ამ კითხვებზე პასუხების გათვალისწინებით, თქვენ შეძლებთ, სწორად გამოიყენოთ რესურსები და მასალაც სანდო და კვალიფიციური გამოგივიდეთ.

ორგანიზაციები და დანახაბულებები

ბევრი უნივერსიტეტი, ინსტიტუტი, სამედიცინო ცენტრი, კორპორაცია, სავაჭრო პალატა, ასოციაცია, ინტერესთა ჯგუფი და ა. შ. აქვეყნებს და აწვდის საზოგადოებას სხვადასხვა სასარგებლო ინფორმაციას. ასეთ ორგანიზაციებს აქვთ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურები, რომლებიც სასურველი ფაქტების/ამბების პოპულარიზაციის მიზნით, მედიას ბროშურებს, სტატიებსა თუ წლიურ ანგარიშებს უგზავნიან. **გახსოვდეთ, რომ დახმარების თხოვნით თქვენ ამ ჯგუფებს კი არ აწუხებთ, პირიქით, მათი ორგანიზაციისთვის მნიშ-**

ვნელოვანი საკითხების გასაჯაროებაში ეხმარებით. ამიტომ, ფაქტის დასაბუხებლად, დაურეკეთ მათ და მოსთხოვეთ, მოგანოდონ კონკრეტული ინფორმაცია.

ზოგადად, პრესრელიზი შეიძლება შესანიშნავი რესურსი აღმოჩნდეს თქვენი სტატიისთვის, ამიტომაც ხელსაყრელი იქნება, თუ მისწერთ სასურველი ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურს და სთხოვთ, ჩაგვხვდეთ ახალი პრესრელიზების მიმღებთა სიაში – განსაკუთრებით თუ ეს ინფორმაციები თქვენი სამუშაო სფეროს ნაწილს წარმოადგენს. თუმცა გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ორგანიზაციების მიერ გადმოგზავნილ მასალებთან მაინც სიფრთხილე გმართებთ, ვინაიდან ისინი კონკრეტული ინტერესების მატარებელნი შეიძლება აღმოჩნდნენ. მაგალითად, პრესრელიზი ხშირად კომერციულ, სოციალურ ან პოლიტიკურ მიზანს ემსახურება, ამიტომ, გამოყენებამდე, ის ყურადღებით უნდა გააანალიზოთ.

მთავრობა

მთავრობა უზრუნველყოფს სხვადასხვა სახის ღირებულ საინფორმაციო სერვისს, მათ შორის, რესურსებს კვლევისთვის. თუ გაინტერესებთ პირველადი წყაროები, როგორებიც არის: საქართველოს საპარლამენტო სხდომების ჩანაწერები, ეწვიეთ www.parliament.ge-ს ან www.gov.ge-ს, ხოლო ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემების შესაგროვებლად გამოიყენეთ www.geostat.ge, www.nbg.gov.ge (საქართველოს ეროვნული ბანკი) ან www.matsne.gov.ge (საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე), ქვეყნის ეკონომიკური და ფინანსური სტატისტიკის შემთხვევაში კი www.mof.ge (საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო).

გარდა ამისა, სხვადასხვა უწყების საიტებიც გვანვდიან სასარგებლო ინფორმაციას, მაგალითად, სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტო (www.procurement.gov.ge); საქართველოს საარჩევნო ადმინისტრაცია (www.cesko.ge); სამინისტროების ვებგვერდები (მაგ.: საქართველოს განათლების, მეცნიერებისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო (www.mes.gov.ge); საქართველოს კულტურისა და სპორტის სამინისტრო (www.culture.gov.ge) და ა.შ); საქართველოს მეცნიერებათა აკადემია (www.science.org.ge); შოთა რუსთაველის საქართველოს ეროვნული სამეცნიერო ფონდი (www.rustaveli.org.ge) და სხვ.

რას უნდა ვაკვირდებოდეთ მუდმივად?

ხშირა დავკვირვებივართ საინფორმაციო გადაცემებს, წაგვიკითხავს გაზეთები, გავცნობივართ ონლაინგამოცემებს და, შესაძლოა, საკუთარი თავისთვის დავვისვამს კითხვა: როგორ ხდება, რომ განსხვავებული სარედაქციო პოლიტიკის მედიასაშუალებები დაახლოებით ერთნაირ დღის წესრიგს ქმნიან? საიდან იღებენ ისინი ინფორმაციას მიმდინარე მოვლენების შესახებ? როგორ ახერხებენ ჟურნალისტები, რომ მუდმივად საქმის კურსში იყვნენ, რა ხდება ქვეყანაში? ამისთვის, გარდა იმისა, რომ რედაქტორებს და აკრედიტებულ ჟურნალისტებს მუდმივად აქვთ წვდომა შესაბამისი სამსახურების პრესცენტრებთან ან საინფორმაციო სააგენტოების ანონსებთან, ჟურნალისტებიც მუდმივად იჩენენ ყურადღებას პოლიტიკის, ეკონომიკის თუ სამოქალაქო საზოგადოების სხვადასხვა სეგმენტში მიმდინარე პროცესების მიმართ.

როგელია ეს სავნებები? რას უნდა ვაკვირდებოდეთ მუდმივად?

✓ ხელისუფლება და მისი სამი შტო:

- **საკანონმდებლო** (კანონშემოქმედებითი საქმიანობა პარლამენტში);
- **აღმასრულებელი** (სამთავრობო ორგანოები, რომლებიც მონაწილეობენ სახელმწიფოს კურსის განხორციელებაში; ასევე: სახელმწიფოს მეთაურები; მთავრობის ლიდერები: პრეზიდენტი, პრემიერმინისტრი, კანცლერი, სხვა უმაღლესი აღმასრულებელი პირები; მეორეხარისხოვანი ფიგურები; მინისტრთა კაბინეტის წევრები, მრჩეველები, დეპარტამენტების ხელმძღვანელები, ადგილობრივი მმართველობის ორგანოების ხელმძღვანელები და ა. შ.);
- **სასამართლო** (სასამართლოსთან და კანონის აღსრულებასთან დაკავშირებული ნებისმიერი ორგანო).

ჟურნალისტი უნდა ინტერესდებოდეს სამივე სეგმენტში მიმდინარე ამბებით, ახალი კანონების მიღების პროცესით, საკანონმდებლო ინიციატივებით, ვიზიტებით, დადგენილებებით, საჯარო პირთა განცხადებებით, მიღებულ დადგენილებათა განზოგადებით, გადანყვეტილებებზე საზოგადოების რეაქციითა და სხვა სიახლეებით.

ამდენად, დღის განმავლობაში გამართული პრესკონფერენციები და ბრიფინგები, მიმდინარე საკითხებზე კომენტარები და ინტერვიუები, პოლიტიკური განცხადებები და დადგენილებების განხილვები, მათ შორის სასამართლო დადგენილებებისა, მუდმივად იქცევა ჟურნალისტის ყურადღებას.

V ბიზნესი და ეკონომიკა (მიმდინარე სიახლეები ეკონომიკისა და ბიზნესის სფეროში, ფასები, საინვესტიციო გარემო, ბანკები, ფინანსები, ბიუჯეტი):

- მთლიანი შიდა პროდუქტი;
- სახელმწიფო ბიუჯეტი;
- გადახდების ბალანსი;
- ფულად-საკრედიტო პოლიტიკა;
- ინფლაციის დონე (ფასების ცვლილება);
- ეროვნული ვალუტა და გაცვლის კურსი;
- უმუშევრობის დონე;
- შრომითი ანაზღაურების დონე;
- სოფლის მეურნეობა.

ყველა ამ საკითხთან მიმართებით ნებისმიერი რედაქცია განსაკუთრებულ ყურადღებას იჩენს და მუდმივად აშუქებს: საბიუჯეტო ამბებს (დანყებული მისი განხილვითა და მიღებით, დასრულებული ბიუჯეტის ხარჯვის მონიტორინგით, ტენდერებით, სახელმწიფოს მიერ განხორციელებული პროექტებით, პროექტების განმახორციელებელი კომპანიებით და ა. შ.); ეროვნული ვალუტის კურსს, კურსის ცვალებადობის მიზეზებს, მის გავლენას იმპორტირებული პროდუქტის ფასებზე და ა. შ.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სეგმენტი გაშუქებისთვის არის მოქალაქეთა კეთილდღეობა, მათი შრომითი ანაზღაურების ანალიზი, სამომხმარებლო კალათა, სოციალური შემწეობა, სხვადასხვა პროექტი, რომელიც ამ კუთხით არის გათვალისწინებული ბიუჯეტში. ეს თემატიკა შეიძლება აქტუალური იყოს როგორც ცენტრალური, ასევე ადგილობრივი გაზეთებისა და მედიისთვის.

თუ მედია მსგავს თემატიკაზე ამახვილებს ყურადღებას, მისთვის ასევე მნიშვნელოვანია სოფლის მეურნეობის საკითხები და სახელმწიფოს მიერ ამ სეგმენტზე გამოყოფილი თანხები.

სასურველია, რომ ეკონომიკისა და ბიზნესის საკითხების გაშუქებაზე მუშაობდეს ჟურნალისტი, რომელიც კარგად ერკვევა ეკონომიკურ ტერმინოლოგიაში და სპეციალიზებულია სწორედ ამ თემებზე (არის მოსაზრება, რომ თავად ეკონომისტებსაც შეუძლიათ წერონ მსგავს საკითხებზე, მაგრამ ხშირად მათი ტერმინოლოგია იმდენად სპეციფიკურია, რომ მკითხველისთვის არ არის ადვილად აღსაქმელი, ამდენად, სჯობს: ა) ეკონომისტი დასპეციალდეს ჟურნალისტიკაში და წეროს აუდიტორიისთვის მისაღები ტერმინოლოგიით; ბ) ჟურნალისტი დასპეციალდეს ეკონომიკის საკითხების გაშუქებაში და ისე მიაწოდოს მკითხველს (მაყურებელს, მსმენელს) ინფორმაცია (ეს მიდგომა ჟურნალისტმა სასურველია, გამოიყენოს სხვა სფეროების

გაშუქებაშიც, როგორცაა მედიცინა, იურისპრუდენცია, ხელოვნება/კულტურა, სოფლის მეურნეობა და სხვ.).

შენიშვნა: ჟურნალისტი კერძო ბიზნესთან და კერძო საკუთრებასთან მიმართებით მაშინ სვამს კრიტიკულ კითხვებს, თუ ეს ბიზნესი ტენდერის ან სხვა პროექტის სახით ბიუჯეტთან არის რაიმეხის დაკავშირებული.

■ საზოგადოება

ეს არის ყველაზე მრავალფეროვანი და ფართო სეგმენტი გაშუქებისთვის, რომელშიც შედის:

- სოციალური საკითხები;
- ჯანდაცვა;
- განათლება;
- ბავშვთა საკითხები;
- იძულებით გადაადგილებული პირები;
- შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები;
- პროფკავშირები და ა.შ.

სპეციფიკური ცოდნა ამ სფეროშიც აუცილებელია. ჟურნალისტი, რომელიც სოციალურ საკითხებზე მუშაობს, კარგად უნდა იცნობდეს საკანონმდებლო ბაზას, ფლობდეს ბავშვთა, შშმ პირთა, სხვადასხვა მონყვლად ჯგუფთა საკითხების გაშუქების ეთიკურ ნორმებს და ესმოდეს ამ თემების სპეციფიკა.

■ არასამთავრობო ორგანიზაციები

რედაქციის ინტერესის სფეროა ასევე:

- სხვადასხვა ტიპის ფონდები;
- ასოციაციები;
- საზოგადოებები;
- ინსტიტუტები;
- გაერთიანებები და სხვა ჯგუფები.

ხშირად სწორედ ამ ორგანიზაციათა აქტივობები უკარნახებს ხელისუფლებას პოლიტიკურ დღის წესრიგს, ამიტომ აუცილებელია, რედაქცია და ჟურნალისტი მათ საქმიანობასაც

აკვირდებოდეს; განსაკუთრებით უნდა ინტერესდებოდეს ადამიანის უფლებების, მათ შორის, ბავშვთა, ქალთა და მონყვლადი ჯგუფების უფლებათა დაცვის საკითხებით.

მედიის ინტერესის არაალში ხვდება ასევე:

V ინდივიდები, რომელთა გამორჩეულობის მიზეზებია:

- პროფესიული კარიერა (საინტერესო ადამიანები, განსაკუთრებული შემთხვევები მათ ცხოვრებაში, ადამიანური ისტორიები, რომელიც საზოგადოებისთვის ინტერესის დაკმაყოფილების წყაროდ შეიძლება იქცეს);
- საოჯახო, სოციალურ ან რელიგიურ საკითხებთან დაკავშირებული თემები;
- სპორტი, გართობა, კულტურა და სხვ.

საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ცხოვრების ყველა ამ სეგმენტში მიმდინარე საინტერესო ამბები მუდმივად უნდა იყოს ჟურნალისტის (და, საბოლოოდ, რედაქციის) ინტერესის ობიექტი.

კონფერენციები

სხვადასხვა ტიპის სიმპოზიუმი და კონფერენცია შეიძლება იყოს შესანიშნავი ადგილი რელევანტური ამბებისა და უახლესი კვლევების შესახებ ინფორმაციის შესაგროვებლად. კონფერენცია საშუალებას აძლევს ჟურნალისტს, გაესაუბროს დარგის ექსპერტებს და დაუკავშირდეს სხვა ჟურნალისტებს.

კონფერენციაზე, ინფორმაციის შეგროვებისას, შეიძლება წააწყდეთ წინააღმდეგობას, რომელსაც პრესტიჟული აკადემიური ჟურნალები აწესებენ. კერძოდ, ისინი ითხოვენ, რომ მათ გვერდებზე მხოლოდ ახალი, აქამდე გამოუქვეყნებელი მასალები მოხვდეს, რასაც, ცხადია, ემორჩილებიან კვლევების ავტორები, რომლებსაც ნაშრომის მაღალრეიტინგულ ჟურნალში გამოქვეყნების სურვილი აქვთ.

სოციალური მედია

2009 წლის დეკემბერში The Seattle Times-მა ჩაატარა ერთგვარი ექსპერიმენტი სოციალური მედიის საშუალებით. მათ გამოიყენეს Twitter და Google Wave, რომლებიც მომხმარებლებს სწრაფი, სინქრონული კომუნიკაციისა და რეალურ დროში თანამშრომლობის საშუალებას აძლევდა (საიტი მოგვიანებით დაიხურა). ექსპერიმენტის ინიციატორებმა აუდიტორია ჩართეს ძიების პროცესში – ისინი ოთხი პოლიციელის მკვლელობაში ეჭვმიტანილი პირის პოვნას ცდილობდნენ.

The Seattle Times წერს: „Wave-ის ზოგიერთი ელემენტი მოიცავდა პოლიციის სკანერის აუდიოჩანაწერისა და ვიდეოს ბმულებს, ინფორმაციას გზების გადაკეტვის, სკოლების დროებითი ჩაკეტვის, ექვმიტანილების და სხვათა შესახებ. Wave-ის შიგნით შეიქმნა საძიებო რუკაც, რომელიც ახლდებოდა მონაწილეების მიერ. ეს რუკა შემდგომ seattletimes.com-ზე განვათავსეთ, რაც სასარგებლო იყო სწრაფი უკუკავშირის თვალსაზრისით. ჩართულ პირთა მიერ გამოგზავნილ ცნობებს ლოკალურ ამბებზე მომუშავე განყოფილებას გადავცემდით და ამ ციკლს მივყვებოდით. ეს მიდგომა, რეალურ დროში კითხვა-პასუხითა და მდიდარი ინფორმაციული არეალით, Twitter-ის გამოყენებას ჰგავდა.“

The Seattle Times-ის „ექსპერიმენტი“ ხაზს უსვამს სოციალური მედიის პოტენციალს ჟურნალისტის კვლევითი უნარების გაფართოებისა და ამბისთვის წყაროების მოძიების პროცესში. ზოგჯერ სასარგებლო ინფორმაციის მიღება, ადამიანური წყაროების პოვნა ან, თუნდაც, სტატიისთვის იდეების გენერირება მარტივად – დახმარების თხოვნითა და „ქრადსორსინგის“ გამოყენებით, ანუ ინფორმაციის მოპოვების პროცესში საზოგადოების ან ინტერნეტის ჩართვით არის შესაძლებელი. აქ მოცემულია რამდენიმე სოციალური მედიის საიტი, რომლებიც ზოგჯერ მნიშვნელოვანი წყაროა კვლევის პროცესში:



X (TWITTER): გამოიყენეთ ჰეშტეგები, გაფართოებული საძიებო ფუნქციები და ანარმოეთ პოპულარული თემების მონიტორინგი, რათა მოაგროვოთ რელევანტური, დროის კონკრეტულ მონაკვეთში დაწერილი შეხედულებები და მოსაზრებები;



FACEBOOK: შეგიძლიათ დაეკონტაქტოთ საიტის მომხმარებლებს, თვალი ადევნოთ მათ პოსტებს, დასვით შეკითხვები საჯარო ჯგუფებში, ჩაერთოთ დისკუსიებში და მოძებნოთ Facebook-ის არქივები;



INSTAGRAM: ამ ქსელში ძირითადად ნახავთ კონკრეტული ამბის შესახებ მოკლე განმარტებით ვიდეოებს (reels), ასევე ონლაინმედიის გვერდებზე ატვირთულ ფოტომასალებს; შეგიძლიათ იპოვოთ თქვენი მასალის შესაბამისი ჰეშტეგები და გვერდები, რათა მიიღოთ ინფორმაცია მიმდინარე ტენდენციებსა და აუდიტორიის ინტერესებზე; Instagram-იც გაძლევთ მომხმარებლებთან ინტერაქციის შესაძლებლობას კომენტარების, შეტყობინებების ან გამოკითხვების მეშვეობით;



REDDIT: Reddit დინამიკური ონლაინსივრცეა, რომელშიც მომხმარებლები ხმას აძლევენ (upvote/downvote) და კომენტარებს წერენ ატვირთული ამბებისა და კონტენტის მიმართ. პლატფორმას აქვს სპეციალიზებული ფორუმები, რომლებიც ცნობილია „საბრედიტების“ (subreddits) სახელით – თითოეული მათგანი ფოკუსირებულია კონკრეტულ თემაზე. აღსანიშნავია ფორუმი „მკითხვებისმიერი რამ“ (Ask Me Anything – AMA), რომელშიც ინდივიდები, დაწყებული პოპულარული ადამიანებიდან, დამთავრებული პოლიტიკოსებით, პასუხობენ მომხმარებლების მიერ გამოგზავნილ შეკითხვებს. მედიის კვლევისთვის Reddit-ის მრავალფეროვანი „საბრედიტები“ დაგეხმარებათ, დააკვირდეთ დისკუსიებს სხვადასხვა თემაზე, შეაფასოთ საზოგადოების განწყობები და მოსაზრებები. ამ სოციალური მედიის, როგორც „ყურადღების აგრეგატორის“, როლის გათვალისწინებით, იგი შეიძლება იყოს ღირებული რესურსი ახალი ამბებისთვის თვალ-ყურის დევნებისა და ტრენდული ნარატივების აღმოსაჩენად;



LINKEDIN: LinkedIn-ის გამოყენება შეგიძლიათ მნიშვნელოვანი ინდივიდების, ორგანიზაციების ან ჯგუფების იდენტიფიცირებისთვის. შესაძლებელია, ნახოთ მათი პროფილები, პოსტები და დისკუსიები, რათა შეაგროვოთ მონაცემები და ახალი კუთხით შეხედოთ საკითხს; დაუკავშირდეთ ინდივიდებს კომენტარების, შეტყობინებების ან შეკითხვების მეშვეობით და უშუალოდ გაიგოთ მათი შეხედულებები, გააანალიზოთ მიღებული ინფორმაცია, უკეთ გაიაზროთ თქვენი თემა და მოარგოთ იგი პროფესიონალ აუდიტორიას;



GOOGLE TRENDS: ამ საიტის საშუალებით შეგიძლიათ შეაგროვოთ მონაცემები ძიების ტენდენციების შესახებ, რაც გეხმარებათ გაიგოთ, რა თემებია ამჟამად პოპულარული.

GOOGLE SCHOLAR: სასარგებლოა აკადემიურ სტატიებსა და კვლევით ნაშრომებზე წვდომისთვის, სიღრმისეული ანალიზის წერის დროს.



BLOGS: ნუ შემოიფარგლებით მხოლოდ ცნობილი გამოცემების მიერ დაწერილი ბლოგებით – მოიძიეთ ისინი Google-ის, WordPress-ისა და Blogger-ის გამოყენებით;

MASHABLE: ეს ვებსაიტი სოციალურ მედიაში გამოქვეყნებული სიახლეების ერთგვარი გამაერთიანებელია. იგი ძირითადად მოიცავს ახალ ამბებს ტექნოლოგიებსა და ციფრულ სამყაროზე;

Reddit, ბოსტონის მარათონის აფეთქებები და სოციალური მედია

2013 წლის აპრილში, ბოსტონის მარათონის დროს მომხდარი აფეთქებების შემდეგ, Reddit-ი ყურადღების ცენტრში მოექცა. ამ საიტის მომხმარებლებმა, შესაძლო დამნაშავეების იდენტიფიცირების მიზნით, შემთხვევის ადგილის სურათების დეტალური შესწავლა დაიწყეს. მათი თეორიები გადაიზარდა ვირტუალურ „ინკვიზიციად“, რისთვისაც, საბოლოოდ, Reddit-მა ბოდიში მოიხადა. ხალხის მიერ ჩატარებული ანალიზი სავსე იყო სპეკულაციებით - მათ რამდენიმე ადამიანი უსამართლოდ დაადანაშაულეს, რასაც არაზუსტი ინფორმაციის გავრცელება მოჰყვა, მცდარი ნარატივი კი სხვა პლატფორმებსა და რამდენიმე მედიასაშუალების გვერდებზეც აღმოჩნდა.

ინციდენტმა ხაზი გაუსვა იმ გამოწვევებს, რომლებსაც აწყდება ტრადიციული მედია ციფრულ ეპოქაში. ონლაინსივრცეში ინფორმაცია სწრაფად ზიარდება, რაც სიზუსტისა და ამბის სისწორის გადამოწმების უგულებელყოფის ხარჯზე ხდება. ამიტომ, წამოიჭრა დისკუსია მედიასაშუალებების პასუხისმგებლობის, „ონლაინგამოძიებების“ ეთიკური შედეგებისა და ონლაინწყაროებიდან ამოღებული გადაუმოწმებელი ინფორმაციის გამოყენების საფრთხეების შესახებ. დღემდე გამოწვევად რჩება პრობლემების კოლექტიურად გადაჭრის სურვილის დაბალანსება ამბის ობიექტურად და პასუხისმგებლობით გაშუქებასთან.

ამიტომაც, გაითვალისწინეთ, რომ სოციალური მედიის შესაძლო პოტენციალის მიუხედავად, მუდმივად გაფრთხილდეთ ჟურნალისტური კვლევისა და სიახლეების შეგროვების პროცესში. **სოციალური ქსელი არ არის ახალი ამბების საიტი.** სოცმედიის უმრავლესობის მიზანი განსხვავდება ახალი ამბების არხების მიზნებისაგან. გარდა ამისა, სოციალური მედიის მომხმარებელთა დიდი ნაწილი არ არის არც პროფესიონალი და არც მოქალაქე ჟურნალისტი. შესაბამისად, თქვენ შეგიძლიათ, და ხშირად საჭიროც არის, რომ ჩაერთოთ ამ პლატფორმებზე არსებულ დისკუსიებში, თუმცა ყოველთვის უნდა ეცადოთ, რომ ჩამოაყალიბოთ ინფორმაციის პასუხისმგებლიანი გავრცელების კულტურა ყველა სოციალური მედიის მომხმარებელში.



კვლევისთვის სოციალური მედიის გამოყენებას თავისი შეზღუდვები აქვს.



თქვენ, როგორც წესი, არ იცით, ინფორმაცია გადამონმებადია თუ არა, შესაბამისად, უნდა იყოთ დაკვირვებული.



სოციალური მედიის მომხმარებლებს არ აქვთ მიზეზი, უპასუხონ თქვენს შეკითხვებს. არ არსებობს სოციალური მედიის ეტიკეტი.



სოციალური მედიის სამყარო მუდმივად იცვლება და არ გაქვთ იმის გარანტია, რომ თქვენ მიერ გამოყენებული საიტი მოქმედი იქნება მომავალ წელს, მომავალ კვირას ან თუნდაც, ხვალ. ასეთი, უფუნქციოდ დარჩენილი საიტების არაერთი მაგალითი არსებობს იქნება ეს Yahoo!, Buzz, Google Wave, Digg, Myspace და ა.შ.

საბოლოოდ კი, შეიძლება ითქვას, რომ კვლევის ჩატარებასა და კონკრეტული საგნის შესახებ უამრავი მასალის გაცნობას, როგორც პირდაპირი, ასევე სამომავლო სარგებელი მოაქვს. მაგალითად, ხანდახან იმდენ ინფორმაციას აგროვებთ სტატიისთვის, რომ დროებითი, იშვიათ შემთხვევებში კი, რეალური, ექსპერტიც კი ხდებით ამ სფეროში.

ზოგადად, მასალების შერჩევისას უნდა გვახსოვდეს, რომ: რაც უფრო მეტ შეგრძნებებს გამოიწვევს მასალა (სიხარული, თანაგრძნობა, მწუხარება, გაბრაზება, შიში), მით უფრო აღძრავს იგი მკითხველის ინტერესს; რაც უფრო კონკრეტული, ცხადი და მკაფიო იქნება მასალის შერჩეული ფორმატი (ახალი ამბები, ინტერვიუ, სტატია, ბლოგი, რეპორტაჟი, მიმოხილვა, სვეტი ან სხვა), მით უფრო ბევრი მკითხველი მიიღებს მას.

დაბოლოს, რაც უფრო მეტს იკვლევთ, მით მეტ ცოდნას დააგროვებთ, ცოდნა კი ჟურნალისტიკის საუკეთესო მეგობარია.



შეახჩიე თემა და მის იხვედრე სხვადასხვა ბაზაში (მათ შორის სამეცნიეროში) მოიძიეთ 20-მდე წყაჩო, რომედიც თემის ანალიზში დაგეხმარებათ.

**კოდანი
ცესარიც**

სამიწვე აუდიტორიის იდენტიფიცირება

ჟურნალისტის მთავარი პასუხისმგებლობა აუდიტორიისთვის წერაა – ბეჭდური, სამაუწყებლო თუ ონლაინ მედიაორგანიზაციების წარმომადგენლები აგროვებენ მასალებს და ამზადებენ გზავნილებს თავიანთი მკითხველებისა და მკითხველების ინფორმირებისთვის. ჟურნალისტმა აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს, ვისთვის წერს და სტილი და ტონიც სწორედ მას უნდა მოარგოს. მან აუდიტორიას სწორად უნდა გააცნოს საკითხის არსი და მხოლოდ წყაროს, რედაქტორის, გამომცემლის ან დამკვეთის სურვილი და შეხედულება არ უნდა გადმოსცეს ან გაიმეოროს.

ზოგადად, მედიის მომხმარებლები მეტად ინტერესდებიან იმ თემებით, რომლებსაც იცნობენ და იმ მედიასაშუალებებით, რომლებსაც ენდობიან, რაც წარმოშობს ცალკეულ ჩაკეტილ სივრცეებს, რომლებშიც ინდივიდები მხოლოდ თავიანთი შეხედულებების შესაბამის ინფორმაციას იღებენ. ისინი ზედმეტად იზოლირებულნი არიან განსხვავებული მოსაზრებებისაგან. ეს განსაკუთრებით შეიმჩნევა პოლარიზებულ მედიაგარემოში. მაგალითად, ამ ეტაპზე პროსახელისუფლებო ტელეკომპანია „იმედს“ ჰყავს საკუთარი აუდიტორია, რომელიც ხელისუფლებისადმი ლოიალურობით გამოირჩევა. ეს აუდიტორია ენდობა „იმედის“ სარედაქციო პოლიტიკას, უყურებს მის საინფორმაციო გადაცემებსა თუ პოლიტიკურ ტოქშოებს და არასოდეს ცდილობს, შეუპირისპიროს მას სხვა ტელევიზიით გადმოცემული ინფორმაცია. ასევეა, ვთქვათ, „მთავარი არხის“ შემთხვევაშიც – ამ ტელევიზიის სარედაქციო პოლიტიკა ხელისუფლების კრიტიკაზეა ორიენტირებული და მასაც ჰყავს საკუთარი მკითხველი, რომელსაც მყარად სწამს, რომ „მთავარი არხის“ ეკრანიდან „სიმართლეს“ ისმენს. ეს ორი განსხვავებული მოსაზრების მქონე ჯგუფი ქმნის ორ განსხვავებულ სივრცეს. ჟურნალისტისთვის ამ სივრცეების გარღვევა რთულია, მაგრამ შეუძლებელი არ არის.

ვინაიდან აუდიტორია უფრო და უფრო ფრაგმენტირდება და სპეციალიზდება, მედიის წარმომადგენლები ხვდებიან, რომ ზოგადი ინფორმაცია გავლენას ვერ ახდენს საზოგადოების ფართო ფენაზე. ამიტომ დღეს ჟურნალისტების მიზანია, რაც შეიძლება მეტი რამ შეისწავლონ იმ ადამიანების შესახებ, რომლებისთვისაც წერენ და გამოაქვეყნონ მასალა, რომელიც ამ ადამიანებზეა გათვლილი.

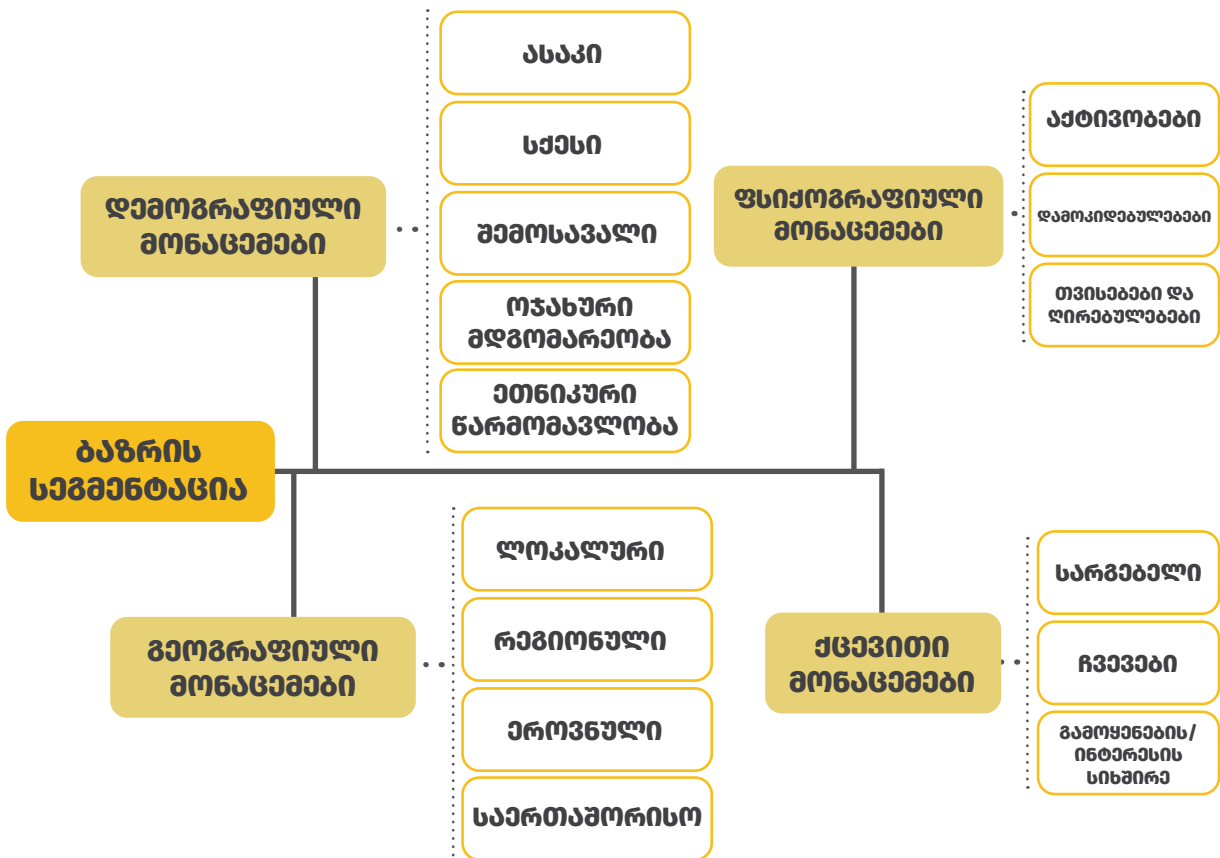
როგორ განვსაზღვროთ აუდიტორია

სანამ მასალის წერას დაიწყებთ, უნდა განსაზღვროთ, ვინ არის თქვენი მკითხველი. მედიის სხვადასხვა მიმართულებიდან სარეკლამო სააგენტოებს ყველაზე კარგად ესმით აუდიტორიის ანალიზისა და სეგმენტაციის მნიშვნელობა. იმისთვის, რომ გაყიდონ პროდუქტი, სარეკლამო

აგენტებმა უნდა იცოდნენ, ვინ და რატომ იყენებს მათ პროდუქტს და როგორ უნდა გავიდნენ აქტიურ და პოტენციურ მომხმარებლებამდე.

გასულ წლებში რეპორტიორები აუდიტორიის სეგმენტაციას (ცხრილი N2) საჭიროდ არ მიიჩნევდნენ, რადგან მათი ამოცანა ხალხისთვის წინასწარ განსაზღვრულ ინფორმაციულ ღირებულებებზე დაყრდნობილი ამბის მიწოდება იყო. გარდა ამისა, ბევრ საინფორმაციო გამოშვებას ფაქტობრივი მონოპოლია ჰქონდა კონკრეტულ გეოგრაფიულ ზონებზე, რაც მათ სრულ თავისუფლებას ანიჭებდა. ამჟამად, ახალი ამბების ციფრულ პლატფორმებზე გადასვლისა და ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის ზრდის გამო, ეს კონტროლი დაიკარგა. შესაბამისად, წამყვანი საინფორმაციო საშუალებები დიდ დროს უთმობენ თავიანთი აუდიტორიის მოთხოვნილებების განსაზღვრასა და გათვალისწინებას.

ცხრილი N2. ბაზრის სეგმენტაცია



დემოგრაფიული ინფორმაცია

აუდიტორიის იდენტიფიცირების ძირითადი ხერხი დემოგრაფიული სტატისტიკის შეგროვებაა. ამ მიდგომით გაიგებთ სამიზნე ჯგუფის გაზომვად მონაცემებს, როგორებიც არის: ასაკი, სქესი, რასა, განათლების დონე და ოჯახური მდგომარეობა. მარკეტოლოგები მოსახლეობის ამ მახასიათებლებს დიდი ჯგუფების უფრო ადვილად მართვად სეგმენტებად დასაყოფად იყენებენ.

მაგალითად, 54-65 წლის ქალების ვაჭრობის ჩვევები განსხვავდება 25-36 წლის კაცების ჩვევებისაგან. თუ თქვენ ორივე ჯგუფს ერთსა და იმავე ტიპის მასალის სამიზნე აუდიტორიაში მოიაზრებთ, დიდი შანსია, ვერ დააინტერესოთ ამ ჯგუფებიდან მინიმუმ ერთ-ერთი მაინც. ისეთი ვებსაიტები, როგორიც არის, მაგალითად, BuzzFeed⁵, აუდიტორიის უკეთ განსასაზღვრად „მიკროტარგეტინგსაც“ (Microtargeting) იყენებენ. ამ ტიპის მასალებში ჟურნალისტი ითვალისწინებს სამიზნე აუდიტორიის კონკრეტულ ინტერესებს, მაგალითად, გარკვეულ უნივერსიტეტში სწავლას ან რომელიმე რელიგიის მიხედვით აღზრდას. ეს მიდგომა საკმაოდ წარმატებულია, რადგან ადამიანები განსაკუთრებულ ინტერესს იჩენენ საკუთარი პიროვნული მახასიათებლების და სხვა იმავე მახასიათებლების მქონე ადამიანების მიმართ, რომლებთანაც საერთო ინტერესები და საქმიანობა აახლოებთ. ამგვარად, ისეთი სტატიები, როგორცაა, მაგალითად: „12 ნიშანი იმისა, რომ თქვენ გაიზარდეთ რუსთავში“ ან „13 ნიშანი იმისა, რომ კერძო სკოლაში სწავლობდით“, ითვალისწინებს ამ ვიწრო დემოგრაფიულ ფონს და ხაზს უსვამს აუდიტორიის წევრების საერთო გამოცდილებას.

გეოგრაფიული ინფორმაცია

ადამიანები კავშირს პოულობენ მათთან ახლოს მომხდარ მოვლენებთან და ნაკლებად ადარდებთ შორეული ამბები. როდესაც გაიაზრებთ, რომ ერთი ინდივიდის სიკვდილმა, შესაძლოა, უფრო მეტი ყურადღება მიიპყროს, ვიდრე მასობრივმა გენოციდმა, მხოლოდ იმ გარემოებიდან გამომდინარე, თუ სად ხდება ეს მოვლენა, მიხვდებით, რომ გეოგრაფიული ინფორმაცია დიდ როლს ასრულებს თქვენი აუდიტორიის ინდენტიფიცირებაში.

ხალხს სურს, იცოდეს, რა ხდება მათ გარშემო. როდესაც პატარა ქალაქში მდებარე რესტორანს ხანძარი უჩნდება, ახალი ამბების რეპორტიორებმა იციან, რომ მკითხველებს, სავარაუდოდ, უვახშმიათ ამ დაწესებულებაში ან იცნობენ მის მფლობელებს. როდესაც რომელიმე უბნის სკოლიდან მასწავლებელს ათავისუფლებენ ან პარკის ადგილას კორპუსის აშენებას აპირებენ,

5. BuzzFeed - ამეხიკუდი ინტეხნეგ მედიაკომპანია, რომელიც ცნობილია ციფრული მედიაკონტენტით; დაახსდა ნიუ-იორკში 2006 წელს ჯონა პეხეგისა და ჯონ ს. ჯონსონ III-ის მიერ; პოპულარობა მოიპოვა სტატიებით, ვიდეოებითა და გამოკითხვებით, რომლებიც აქტიუხად ვხცედებოდა სოციალური მედიის პლატფორმებზე.

ადგილთან გეოგრაფიული სიახლოვე დიდწილად განაპირობებს აუდიტორიის წევრების დაინტერესებას ამ საკითხებით.

■ ფსიქოგრაფიული ინფორმაცია

დემოგრაფიული ერთგვაროვნება, დიდი ალბათობით, არ ნიშნავს ინტერესებისა და გემოვნების დამთხვევას. ფსიქოგრაფიული მონაცემები ჟურნალისტებს საშუალებას აძლევს, აუდიტორია გამოიკვლიონ ისეთი ცნებების საფუძველზე, როგორებიც არის: პიროვნული ღირებულებები, ინტერესები ან დამოკიდებულებები/განწყობები. ეს კატეგორია ითვალისწინებს მკითხველის შეხედულებებს გარკვეულ საკითხებზე, ან აუდიტორიის ზოგად სიმპათიებსა და ანტიპათიებს, დაკავშირებულს კონკრეტულ თემებთან, აქტივობებთან თუ იდეოლოგიებთან.

მაგალითად, თუ თქვენ გააანალიზებთ საქართველოს A უნივერსიტეტის დემოგრაფიულ მონაცემებს, შეიძლება აღმოაჩინოთ, რომ სტუდენტების პროპორციული დაყოფა ქალებსა და კაცებს შორის 60-40%-ზეა და რომ უმეტესობა მათგანი 18-24 წლამდე ასაკობრივ დიაპაზონშია. ამ უნივერსიტეტში, შესაძლოა, სტუდენტების მაღალი პროცენტი ეკოლოგიისა და გარემოსდაცვითი კვლევების მიმართულებით სწავლობდეს. მეორე მხრივ, საქართველოს B უნივერსიტეტს, შესაძლოა, სტუდენტებს შორის მსგავსი დემოგრაფიული დაყოფა ჰქონდეს, მაგრამ გაცილებით დიდ ნაწილს ტექნოლოგიებისა და ინჟინერიის დარგები აინტერესებდეს. თუ თქვენ დაწერთ მასალას, რომელიც ეკოლოგიურად მდგრადი საზოგადოების ჩამოყალიბებას ეხება, A უნივერსიტეტის სტუდენტებისგან უფრო აქტიურ გამოხმაურებას მიიღებთ, ვინაიდან ეს ამ ჯგუფის ინტერესებსა და აკადემიურ მისწრაფებებს შეესაბამება. იმავე მასალისადმი ინტერესი ნაკლები იქნება B უნივერსიტეტის სტუდენტების მხრიდან, რომლებიც მეტად დაინტერესებულნი არიან ტექნოლოგიური ინოვაციებით.

■ კითხვები, რომლებიც უნდა დაუსვათ საკუთარ თავს

1. *ჩა სუხს მკითხველს ჩემგან?*

ჟურნალისტები, არცთუ იშვიათად, მხოლოდ საკუთარ პერსპექტივას ითვალისწინებენ. ბევრი მიიჩნევს, რომ, თუ საკითხი მათთვის მნიშვნელოვანია, ის მნიშვნელოვანი იქნება აუდიტორიისთვისაც. ზოგიერთ შემთხვევაში თქვენი და თქვენი მკითხველის ინტერესები დაემთხვევა ერთმანეთს, მაგრამ უნდა გახსოვდეთ, რომ აუდიტორია ამ შეხედულებებისაგან განსხვავებულ უამრავ სხვა საკითხსაც მიანიჭებს უპირატესობას. მაგალითად, რომელიმე ორგანიზაციისთვის სარეკლამო მასალის წერისას, შესაძლოა, ტექსტის მსგავსი წინადადებებით დაწყება მოგიწოდეთ:

„კაფე „მაგნოლია“, რომელიც ცნობილია სიახლეებისადმი დამოკიდებულებით, ადგილობრივი საქველმოქმედო ფონდის მხარდასაჭერად ღონისძიებას უმასპინძლებს. შაბათს წარმოდგენილი იქნება ბენდ X-ის მუსიკალური პროგრამა. ღონისძიებიდან მიღებული თანხა სრულად გადაირიცხება ფონდში“.

ვთქვათ, თქვენი თვალთახედვით, მასალის ამგვარად დაწყება ლოგიკურია, ვინაიდან თავიდანვე ამბობთ თქვენთვის ყველაზე მნიშვნელოვანს: დამსაქმებელი ორგანიზაცია, რომელიც ფებს უწყობს სიახლეებს, ღონისძიებას აწყობს, მაგრამ ჟურნალისტმა არა საკუთარი თავისთვის, არამედ მკითხველისთვის უნდა წეროს. ჰკითხეთ საკუთარ თავს: „რა იქნება ყველაზე საინტერესო აუდიტორიისთვის?“. ამ კითხვაზე პასუხის გაცემისას დაეყრდენით ისეთ საინფორმაციო ელემენტებს, როგორებიცაა **ცნობადობა, უჩვეულობა და დროულობა**, რათა აუდიტორიის თვალში გაიზარდოს მასალის მნიშვნელობა. ზემოთ მოყვანილი მაგალითის დაწერა ისე, რომ აუდიტორიისთვის საინტერესო გახდეს, შეიძლება იმ საქველმოქმედო მიზნის წინ წამოწევი, რომელიც ამ ცნობილ კაფეს აქვს. მაგალითად, ასე:

„დიაბეტის მქონე ბავშვთა დახმარების ფონდს კაფე „მაგნოლია“ საქველმოქმედო ღონისძიების გამართვით დაეხმარება. შაბათს წარმოდგენილი იქნება ბენდ X-ის მუსიკალური პროგრამა. ღონისძიებიდან მიღებული თანხა სრულად გადაირიცხება ფონდში“.

2. *ხა ფოხმით სუხს მკითხველს ინფოხმაციის მიღება?*

წერისას აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოთ, თუ რა გზით, რა საშუალებით სურს აუდიტორიას ინფორმაციის მიღება. მედიის მოხმარება ძალიან ჰგავს სხვადასხვა ფაქტორზე, მაგალითად, ღირებულებასა და ხელსაყრელობაზე დაყრდნობით საკვების არჩევას. ამიტომ ჟურნალისტებმა უნდა შეძლონ მედიაპროდუქტის მორგება აუდიტორიის ცვალებად მოთხოვნებთან ისევე, როგორც ერთ დროს „ბურგერ კინგმა“ შეცვალა საქმლის კონტეინერები, რათა ისინი უკეთ ჩატეულიყო მანქანის ყიქების ჩასადგამებში.

მკითხველთა ნაწილს ურჩევნია, სტატიები ერთად იყოს თავმოყრილი, რათა საკუთარი ტემპისა და ხელსაყრელი დროის გათვალისწინებით გაეცნოს მათ; ზოგს უფრო ლაკონური და პატარა მოცულობის უახლესი ინფორმაციის წაკითხვა სურს, ზოგს კი, შესაძლოა, მეტი ვიზუალური ელემენტები – სურათები, ვიდეოები, ინფოგრაფიკები – აინტერესებდეს.

გასათვალისწინებელია ისიც, რომ, სმარტფონების გამოყენების ზრდასთან ერთად, ახალი ამბების გასაცნობად საჭიროა, ჟურნალისტებმა მასალა ვინრო ეკრანებს მოარგონ და მობილურში ადვილად წასაკითხი გახადონ. ამისათვის ტექსტი მოკლე აბზაცებად უნდა

დაიყოს, მასში უნდა გვხვდებოდეს მკაფიო, პატარა სათაურები, ინტერაქციული ელემენტები და ა. შ. ამ თავისებურებების გათვალისწინებით, თქვენ შეგეძლება, მეტად მოიზიდოთ მკითხველი და მეტად ეფექტიანად გააცნოთ მათ საჭირო მასალა.

3. იცვლება თუ ახა აუდიტორია?

დროთა განმავლობაში შეიძლება მუდმივი დარჩეს აუდიტორიის მახასიათებლები, მაგრამ შეიცვალოს და განვითარდნენ ამ აუდიტორიის წევრები. ეს ჟურნალისტიკის მხრიდან მასალასთან მიდგომის გარდაქმნას საჭიროებს. მაგალითად, ტექნოლოგიური სიახლეების ჟურნალი, რომლის გამოცემაც 2000-იან წლებში დაიწყო, ფოკუსირებული იქნებოდა ადრეული ოპერატიული სისტემების განხილვაზე, ახლა კი დაწერს კიბერუსაფრთხოებასა და უახლეს გაჭეტებზე. მიუხედავად იმისა, რომ ფოკუსის არეალი იგივეა და ძირითად თემად ტექნოლოგია რჩება, ინტერესის სფეროები, სამყაროში მომხდარ ზოგად პროგრესთან ერთად, შეიცვალა, ამიტომაც გამოქვეყნებული მასალები უნდა მოერგოს ამ ცვლებად ინტერესებსა და ღირებულებებს.

შეჯამებისთვის

- იყავით ცნობისმოყვარე;
- გუმანით უნდა გრძნობდეთ, არის თუ არა ამბავი გამოქვეყნებისთვის რელევანტური;
- არასდროს ნახვიდეთ მასალაზე წინასწარი განწყობით;
- არ შეგეშინდეთ შეკითხვის (თუნდაც სულელურის) დასმის;
- ეჭვით შეხედეთ ყველა წყაროს;
- უგულებელყავით საკუთარი პოზიცია;
- შეეცადეთ, თავი იგრძნოთ პროცესის მონაწილედ;
- ყოველთვის გახსოვდეთ მკითხველი;
- იცოდეთ, რა მნიშვნელობა აქვს ოპერატიულობას;
- გქონდეთ ინდივიდუალური ხელწერა/სტილი, რასაც პრაქტიკით გამოიმუშავებთ;
- და მთავარი - არასდროს უღალატოთ საკუთარ პრინციპებს!



1. მოიძიეთ ამბავი, რომელიც ჰამდენიმე მედიასაშუალებით გაშუქდა და აახრით ამ თემაზე ორი პუბლიკაცია, რომლებიც ორიენტირებულია განსხვავებულ აუდიტორიებზე (მაგალითად, პოლიტიკური ამბავი, რომელიც მკვლელად პოდახიზებული აუდიტორიებისთვის ახის მომზადებული);

ან

მოძებნეთ ფილმის განხილვა, რომელიც დაიწერა თინეიტეჟიური ან ზოგადი აუდიტორიისთვის.

წაკითხეთ მოძიებული მასალები და ჩაინიშნეთ – როგორ ეხმიანება სამიზნე აუდიტორიის საჭიროებებს, ჰამდენად მსგავსი და განსხვავებულია მათი შინააზრობა, თავად ხას ფიქრობთ, როგორ გაშუქდა პუბლიკაციებში ეს თემა.

2. წახმოიდგინეთ, რომ ქმნით სტუდენტური გაზეთს, ხისთვისაც საჭიროა, შეისწავლოთ თქვენი აუდიტორია. მოიძიეთ ფაკულტეტის სტუდენტების დემოგრაფიული დეტალები, როგორებიც არის: ასაკი, სქესი, ეთნიკური კუთვნილება, ქადაქში ან ხევიონში მცხოვრებთა შორის ბადანსი; დაწეხეთ ანგაზიში, რომელშიც აღნიშნავთ ამ დეტალებს. ამ ინფორმაციის მოსაძიებდად, შეგიძლიათ, შექმნათ ონლაინგამოკითხვა და გაავრცელოთ ფაკულტეტის სტუდენტური ჯგუფებში. გააანადრზეთ პასუხები და აღწეხეთ თქვენი სამიზნე აუდიტორია.

დამატებით, შეგიძლიათ შეახჩიოთ სხვა უნივერსიტეტი/ფაკულტეტი, რომელსაც მსგავსი დემოგრაფიული მახასიათებლები აქვს და გააკეთოთ იგივე. საბოლოოდ შეადახეთ ეს მონაცემები ეხთმანეთს და, ახსებობის შემთხვევაში, ჩამოწეხეთ მსგავსი და განსხვავებული მონაცემები.

ფაქტები

ყოველი სტატია ფაქტებს უნდა ემყარებოდეს - ეს სანდოობისა და საიმედოობის საფუძველია, თუმცა ეფექტიანი წერის ხელოვნება ამ ფაქტების გონივრულ შერჩევაში მდგომარეობს.

თუ ახალი ამბის ფორმატი სტანდარტულად ერთი ფაქტის გაშუქებას ითვალისწინებს, სხვა ჟანრის მასალებში ფაქტი საყრდენი, განსჯის საბაბი და მსჯელობის გასაღებია. ამიტომაც გვმართებს მათი გულდასმით არჩევა და ბევრი ფაქტის გამოყენებისგან თავის შეკავება.

რაზე ვლაპარაკობთ?

ბევრი ჟურნალისტიკისთვის მოძიებული მასალისა და წყაროს უფუნქციოდ დატოვება მტკივნეულია და ცდილობს, რაც შეიძლება მეტი ფაქტი და არგუმენტი „ჩატენოს“ მასალაში. არადა, პირიქითაა – კარგი მასალის წერის პროცესში აუცილებელია, დაიცვათ ბალანსი და თავიდან აიცილოთ მკითხველის ზედმეტი ინფორმაციით გადატვირთვა. თქვენს სტატიაში ბევრი ფაქტის არსებობა დალღის, დააბნევს ან შეაშინებს აუდიტორიას. დაიმახსოვრეთ, რომ მკითხველი არ არის ვალდებული, წაიკითხოს თქვენი სტატია, ამიტომ, ყოველთვის უნდა ეცადოთ, თქვენი ნაწერი იყოს საინტერესო, სასიამოვნო, მოკლე, ლაკონური და ნათელი. ცხოვრების თანამედროვე ტემპის გათვალისწინებით, როცა ადამიანები დიდ დროს ვეღარ უთმობენ კითხვას და ხშირად ინფორმაციის გაცნობით კმაყოფილდებიან, მხოლოდ რაციონალური პუბლიკაციით შეძლებთ მათ დაინტერესებას.

თხრობის ხაზში შესაბამისი ფაქტების ოსტატურად ჩასმით, გასაგებად და მარტივად წერით და ინტრიგის შენარჩუნებით შეგიძლიათ, რომ თქვენი აუდიტორია დარჩეს თქვენთან და მიიღოს გზავნილი, რომელიც გადაეცით.

როგორ შევარჩიოთ ფაქტი სწორად?

თუ წერთ პიროვნების პროფაილს და მის მრავალ ჰობს შორის ხვდებით მარათონებსა და ლაშქრობებს, ალბათ, სისულელე იქნება ძალიან ბევრი ფაქტის ხსენება რომელიმე ამ გატაცების შესახებ. მაგალითად, თუ მან გითხრათ, რომ თინეიჯერობისას ილაშქრა გომისმთა-ბახმაროს სალაშქრო ბილიკზე, საკმარისი იქნება იმის აღნიშვნა, რომ ბილიკი დაახლოებით 40 კმ სიგრძისაა და მისი ყველაზე მაღალი წერტილი ზღვის დონიდან 2614 მეტრზე მდებარეობს. ცოტაა ისეთი მკითხველი, ვისაც სურს, მეტი იცოდეს (რომ ბილიკის სანყისი 7 კილომეტრი არის მცირე აღმართი, რომ მომდევნო 3 კილომეტრი შედარებით რთული აღმართია, რომ საზაფხულო სოფლების შემდგომ გზა 2000 მეტრამდე ეშვება, რომ 22-ე კილომეტრზე იწყება

ულელტეხილი და ა. შ.) და თუ ვინმეს მეტის გაგება სურს გომისმთა-ბახმაროს სალაშქრო ბილიკის შესახებ, თქვენი პასუხისმგებლობა და მოვალეობა არ არის მათთვის ამის სწავლება – მკითხველს შეუძლია დამოუკიდებლად მოიძიოს ეს ინფორმაცია.

■ ფაქტების შედარებითი აღწერა

მკითხველთა უმეტესობას მოსწონს ფაქტის შედარებით პერსპექტივაში აღქმა, ამიტომაც, როდესაც ეს შესაძლებელია, კარგი იდეაა მონაცემის ისე გამოყენება, რომ აუდიტორიამ ის სხვა მონაცემს შეადაროს და უკეთ შეაფასოს. მაგალითად, განსაზღვრული რაოდენობის, მოცულობის ან სტატისტიკური მონაცემის სხვა მაგალითთან შედარება დაეხმარება მკითხველს, სწორად გაიაზროს ამ გზავნილის სიღრმე.

მაგალითად, კიდევ ერთხელ ვახსენოთ დიაბეტი. 2017 წელს 240 000-მდე ქართველს დაუსვეს ეს დიაგნოზი, მაგრამ რამდენია 240 000 ადამიანი? ხალხის ეს რაოდენობა თითქმის 2-ჯერ აღემატება ქუთაისის საერთო მოსახლეობას. თუ გსურთ, თქვენს მკითხველზე შთაბეჭდილება მოახდინოთ დიაბეტით დაავადებულ ინდივიდთა დიდი რაოდენობით, შესაძლოა, გონივრული იყოს ამ ფაქტის შედარება ქუთაისის მოსახლეობასთან.

2017 წლის დიაბეტის საეხთაშოხისო ფედერაციის აგდასის მონაცემებით, საქართველოში შაქრიანი დიაბეტით დაავადებულია 240.000-მდე ადამიანი. ეს ხიცხვი თითქმის 2-ჯერ აღემატება ქუთაისის მოსახლეობის საერთო რაოდენობას.

ფულთან დაკავშირებული ფაქტები ასევე ყოველთვის აღვივებს მკითხველის ინტერესს. ფულზე მსჯელობისას ასევე კარგი იქნება ამ მონაცემის სხვასთან შედარება. განვიხილოთ შემდეგი მაგალითი:

დაავადებათა კონტროლის ცენტრის მონაცემების თანახმად, 2022 წელს დიაბეტით დაავადებული ადამიანების მკუხნარობის საერთო ღირებულება მსოფლიოში 413 მილიარდი დოლარი იყო. ეს თანხა ოჩჯეხ აღემატება ჯეფ ბეზოსის 2024 წლის კაპიტალის ღირებულებას.

ყველამ იცის, რომ Amazon-ის დამფუძნებელი ჯეფ ბეზოსი ერთ-ერთი ყველაზე მდიდარი ადამიანია მსოფლიოში. დიაბეტის მკურნალობის ღირებულების შედარება მის სიმდიდრესთან უფრო დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს ამ მონაცემს.

■ ფაქტების არჩევა

სტატისტიკის არჩეული ფაქტები განსაზღვრულ მიზანს უნდა ემსახურობდეს. ხშირად ხელთ გექნებათ რამდენიმე ფაქტი და მათგან უნდა შეარჩიოთ ის, რომელიც ყველაზე მეტად გასაგები და უკეთ აღსაქმელი იქნება მკითხველისთვის. ეს ფაქტები არაერთხელ შეგზვდებათ სტატისტიკური მონაცემების სახით და ისინი დაგეხმარებათ არგუმენტირებასა და მტკიცებაში. მიუხედავად იმისა, რომ სტატისტიკით მანიპულირება არაერთი გზით არის შესაძლებელი, ეს მონაცემები მაინც კარგ ფაქტობრივ მხარდაჭერას გაგიწევთ.

ვთქვათ, წერთ მასალას საქართველოში სიღარიბის შესახებ და გჭირდებათ ფაქტების მოშველიება. შეგიძლიათ გადახვიდეთ geostat.ge-ზე და საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულ ბაზაში მოძებნოთ მეტამონაცემები ცხოვრების დონის, სიღარიბის მაჩვენებლისა და საარსებო მინიმუმის შესახებ.

სიღარიბეზე წერისას, უმჯობესია, ყურადღება მიაქციოთ იმ სტატისტიკას, რომელიც განამტკიცებს სტატისტიკის მიზანს. მაგალითად, საქართველოში 2022 წელს სიღარიბის აბსოლუტურ ზღვარს ქვევით მყოფი მოსახლეობის წილი (საქსტატის მიხედვით, ეს განიმარტება, როგორც ღარიბი მოსახლეობის პროცენტული წილი მთლიან მოსახლეობაში) 15.6 იყო, რაც ნიშნავს, რომ დაახლოებით 580 000 ადამიანი სიღარიბეში ცხოვრობს. ამ ფაქტის უკეთ აღსაქმელად შეიძლება ითქვას, რომ ეს რიცხვი თბილისის მოსახლეობის ნახევარს შეადგენს.

ისეთი სტატისტიკა, როგორც არის საშუალო თვიური ნომინალური ხელფასი – 1855.4 ლარი, ნაკლებად სასარგებლო იქნება თქვენი მკითხველისთვის და შეიძლება დააბნოს კიდევ ისინი, თუ ჩათვლიან, რომ წარმოდგენილი რიცხვი არ ჟღერს „ღარიბულად“.

■ ფაქტების გადამოწმება

ჟურნალისტიკის პასუხისმგებლობაა, დარწმუნდეს ფაქტების სისწორეში და აუდიტორიას რეალურ მონაცემებზე დაყრდნობილი მასალა წარუდგინოს. ამ მიზნით ყოველთვის კარგია, თითოეულ სტატიას ბოლოში დაურთოთ გამოყენებული წყაროების სია, რომელიც მოიცავს პირველად/მეორეულ წყაროებს, ვებგვერდების მისამართებს, ინტერვიუების დროებსა და თარიღებს, და საკონტაქტო ინფორმაციებს. მიუხედავად იმისა, რომ არ არის აუცილებელი წყაროების სია ისეთივე დეტალური იყოს, როგორც ბიბლიოგრაფიაა, საჭიროების შემთხვევაში ეს სია უნდა მოიცავდეს საკმარის ინფორმაციას, რომ დაინტერესებულ პირებს ადვილად შეეძლოთ წყაროებზე წვდომა. აღსანიშნავია, რომ რამდენიმე გამორჩეული გამოცემის – The New Yorker-ის, Smithsonian-ისა და National Geographic-ის – პერსონალის ჩამონათვალში ვხვდებით ცალკეულ პირებს, რომელთა მოვალეობაც ფაქტების გადამოწმებაა.

ფაქტების გადამოწმების ერთ-ერთი მთავარი ხერხი მრავალი სანდო წყაროს მიერ ინფორმაციის დადასტურებაა. სხვადასხვა მასალაში დეტალებისა და განცხადებების შედარებით შესაძლებელია ნებისმიერი შეუსაბამობის მიგნება. გარდა ამისა, შეგიძლიათ, მოიძიოთ პირველადი წყაროები, როგორებიც არის: ოფიციალური დოკუმენტები, ექსპერტთა ინტერვიუები ან თვითმხილველთა ჩვენებები.

ფაქტების შემოწმების კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია წყაროების სანდოობის გულდასმით შესწავლა. საჭიროა, შეაფასოთ ინფორმაციის მომწოდებელი პირების ან ორგანიზაციების რეპუტაცია და საიმედოობა, კომპეტენციის დონე, პოტენციური მიკერძოებულობა და სიზუსტე. წყაროების სანდოობის კრიტიკული შეფასებით ამცირებთ ყალბი ან შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის გავრცელების რისკს. გარდა ამისა, შეგიძლიათ დაიხმაროთ ფაქტების შემოწმების ინსტრუმენტები და რესურსები: ონლაინმონაცემთა ბაზები, ფაქტების გადამოწმების ვებგვერდები (www.factcheck.ge) და სპეციალიზებული პროგრამები, რომლებიც შექმნილია მონაცემთა ანალიზისა და შეუსაბამობების გამოვლენისათვის.



ღაბორღოს, ეჰთი პატაჰა ხრევა: ვაჰაუღი ფაქტების გუღმოდგინე გაღამმოწმებღის მღეჰია. მხოღოდ ის, ჰომ ჰაღაც იცით, აჰ ნიშნავს, ჰომ ეს „ჰაღაც“ ჭეშმაჰიღებაა. ყვეღა კაჰვი ჭუჰნაღისღი ღჰმაღ უკიჰვიღებს ფაქტებს.

გაღამოწმეთ ყვეღაფეჰი!

უცნობი ტერმინები

ზოგჯერ მკითხველისთვის მნიშვნელოვანი ფაქტების გაცნობა ახალი ტერმინებით ან უარგონებით ხდება, ეს სიტყვები კი სპეციფიკურია გარკვეული სფეროსთვის. ყოველთვის, როდესაც იყენებთ ახალ ტერმინს, განმარტეთ იგი.

მაგალითად, ვთქვათ, მუშაობთ სტატიაზე დიაბეტის შესახებ და გადანყვიტეთ შემდეგი წინადადების დანერა:

„დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრის მონაცემების მიხედვით, საქართველოში 2017 წელს, 15 წლამდე ასაკის ბავშვებში, პიხველი ტიპის შაქრიანი დიაბეტის პრევალენტობა 100 000 მოსახლეზე 55.5 იყო“.

შესაძლოა, რომ ჩვეულებრივი მკითხველი ზუსტად ვერ გაერკვეს, რას აღნიშნავს ეს სტატისტიკა. გარდა ამისა, აუდიტორია, შეიძლება, არ იცნობდეს სიტყვას „პრევალენტობა“ – ეპიდემიოლოგიურ ტერმინს, რომელიც მიუთითებს მოცემულ პერიოდში დიაგნოსტირებული დაავადების შემთხვევების საერთო რაოდენობაზე. არ არის გამორიცხული, რომ მოხდეს უარესიც – რიგით მკითხველს უცნობი სიტყვა სხვა ტერმინში აერიოს – ამ შემთხვევაში პრევალენტობა „ინციდენტობაში“ (ტერმინი „ინციდენტობა“ აღნიშნავს გარკვეული პერიოდის განმავლობაში დიაგნოსტირებული ახალი შემთხვევების რაოდენობას. მაგალითად, „2017 წელს საქართველოში 15 წლამდე ასაკის ბავშვებში პირველი ტიპის შაქრიანი დიაბეტის ინციდენტობა 100 000 მოსახლეზე 23.1 იყო“). ამიტომ უკეთესი იქნებოდა მოცემული წინადადების შემდეგნაირად დანერა:

„დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრის მონაცემების მიხედვით, საქართველოში 2017 წელს, 15 წლამდე ასაკის ბავშვებში, პიხველი ტიპის შაქრიანი დიაბეტის პრევალენტობა, ანუ გავრცელების სიხშირე, ყოველ 100 000 მოსახლეზე 55.5 შემთხვევა იყო“.

თუ რაიმე მიზეზით კიდევ ერთხელ აპირებთ, ახსენოთ სიტყვა „პრევალენტობა“ სტატიის სხვა ნაწილში, კარგი იქნება მისი თავიდან განმარტება იმ შემთხვევაში, თუ თქვენს მკითხველს დაავიწყდება ტერმინის მნიშვნელობა. აღსანიშნავია, რომ თუ მასალაში პრევალენტობას ახსენებთ რამდენჯერმე და ერთმანეთთან ახლოს, მაშინ არ არის საჭირო მისი ყოველ ჯერზე ხელახალი განმარტება.

გარდა უცხო ტერმინებისა, ხშირად შეიძლება შეგვხვდეს აბრევიატურა ან აკრონიმი (აკრონიმი - სიტყვათა ჯგუფის აბრევიაცია, რომელიც შედგება ამ სიტყვათა პირველი ასოებისგან და

რომლის შედეგად მიღებული აკრონიმი წარმოითქმის, როგორც ერთი ჩვეულებრივი სიტყვა), რომელიც განმარტების გარეშე ასო-ბგერების ძნელად წარმოსათქმელ ჯგუფს ჰგავს და მკითხველს აბნევს. ამიტომ, აუცილებელია, აბრევიატურის პირველივე გამოყენებაზე ახსნათ, რა ორგანიზაციაა ეს. მაგალითად, ტექსტში იყენებ ინფორმაციას გაეროს შესახებ, მისი სახელწოდება - გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია (ინგლ. The United Nations) ან სრულად უნდა დაიწეროს, ან ფრჩხილებში უნდა მიენეროს. ან კიდევ, არასამთავრობო ორგანიზაცია MCERC-ის პირველი ხსენებისას ფრჩხილებში უნდა განიმარტოს (მედიისა და კომუნიკაციის საგანმანათლებლო და კვლევითი ცენტრი).

ხშირად გამოყენებადი აბრევიატურები და აკრონიმები:

- UNICEF (United Nations Children’s Fund) – გაეროს ბავშვთა ფონდი;
- UNIFEM (The United Nations Children’s Fund)– გაეროს ქალთა ორგანიზაცია;
- EU (The European Union) – ევროკავშირი;
- NATO (The North Atlantic Treaty Organization) – ჩრდილოატლანტიკური ხელშეკრულების ორგანიზაცია;
- IUCN (International Union for Conservation of Nature) – ბუნების დაცვის საერთაშორისო კავშირი;
- DAAD (The German Academic Exchange Service) – გერმანიის ბუნდესტაგის საერთაშორისო საპარლამენტო სტიპენდია;
- TI (Transparency International) – საერთაშორისო გამჭვირვალობა;
- საია – საქართველოს ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაცია;



გადაიკითხე სტატიის („გვიხსნის თუ აჩა შიმშილით სიკვდილისაგან გენმოდიფიცირებული პხოლუქტი“) შესავალი; შემოხაზე ფაქტები და სხუდყოფიდი მასადის დასაწეხად დაამატე ახადი მონაცემები/ფაქტები (სხუდი სტატიის წასაკითხად იხიდეთ დანახთი N1):

საპარლამენტო ოპოზიციამ ბოლო პერიოდში კიდევ ერთხელ დააყენა საკითხი საქართველოში გენმოდინფიცირებული პროდუქციის აკრძალვის თაობაზე. ამ წინადადებას მხარი დაუჭირა საქართველოს მწვანეთა მოძრაობამ, რომელმაც პრესკონფერენცია გამართა და საზოგადოებას გააცნო მოთხოვნა – დარეგულირდეს გენმოდინფიცირებული პროდუქციის ქვეყანაში შემოტანისა და გამოყენების წესი, შევიდეს ცვლილება მომხმარებელთა შესახებ კანონში და გენმოდინფიცირებული საკვები პროდუქტების ეტიკეტზე გაჩნდეს შესაბამისი ნიშანდება.

თანამედროვე მსოფლიო გლობალური პრობლემის წინაშე დგას – როგორ უზრუნველყოს დედამიწის მზარდი მოსახლეობა საკვებით ისე, რომ არ დაირღვეს ბუნებაში არსებული პროპორციები და ბიოლოგიური სისტემები. მას შემდეგ, რაც მეცნიერებამ ორგანიზმის გენის გაშიფვრა შეძლო, შესაძლებელი გახდა ბიოტექნოლოგიურად, გენური მოდიფიკაციის გზით, ხელოვნურად გაეზარდათ ზოგიერთი საკვები პროდუქტის მოსავლიანობა და გარემო პირობებისადმი მდგრადობის უნარი.

გენური მოდიფიკაცია, რომელიც ეყრდნობა გენურ ინჟინერიას, გასული საუკუნის 70-იანი წლებიდან განვითარდა. იგი ითვალისწინებს მცენარეული და ცხოველური ორგანიზმის გენეტიკური ნიშან-თვისების შეცვლას ბიოტექნოლოგიური მეთოდების გამოყენებით (ერთი სახეობის ინდივიდის გენომში უცხო, სხვა სახეობის გენეტიკური ინფორმაციის გადატანა (ტრანსგენი). ეს მეთოდი განსხვავდება ტრადიციული სელექციის მეთოდისაგან, რომელიც გულისხმობს გენების გადატანას მხოლოდ ერთი სახეობის ფარგლებში.

რა უპირატესობა აქვს გენმოდინფიცირებულ პროდუქტს? სპეციალისტები აცხადებენ, რომ ასეთ პროდუქტს ახასიათებს ბიოლოგიური ფაქტორებისადმი მდგრადობა, მაღალი პროდუქტიულობა, რაც საბოლოოდ მის უხვმოსავლიანობას იწვევს.

პირველი კომერციული ტრანსგენი იყო ჰომიდორი, რომელიც 1994 წელს გაჩნდა ამერიკის შეერთებული შტატების სავაჭრო ქსელში, მაგრამ, ტრანსპორტირებისა და წარმოებასთან დაკავშირებული სირთულეების გამო, მისი რეალიზაცია მალევე შეწყდა. გენური მოდიფიკაციით მიღებული პროდუქციის მასშტაბები სანყის ეტაპზე დიდი არ იყო, ნათესებს დაახლოებით 20-30 მილიონი ჰექტარი უჭირა, მაგრამ 1996 წლიდან მდგომარეობა შეიცვალა. ოფიციალური მონაცემებით, დღეისათვის მსოფლიოს 45 ქვეყანაში გენმოდინფიცირებულ კულტურულ ნათესებს 90 მილიონი ჰექტარი უჭირავს. ნათესების ფართობის სიდიდით ლიდრობენ ამერიკის შეერთებული შტატები, არგენტინა, კანადა და ჩინეთი. გენური ინჟინერიით მიღებული მცენარეებიდან ყველაზე მეტად გავრცელებულია სოია (მისი რეალიზაცია დაიწყო 1995 წლიდან, უჭირავს ნათესების ნახევარზე მეტი). მისგან ამზადებენ იაფფასიან საკვებ დანამატს, რომელიც შედის ისეთ პროდუქტებში, როგორცაა პური, ძეხვი, შოკოლადი...

მონახაზის (რეაქციის) შემუშავება

მონახაზი/დრაფტი მასალის ადრეული ვარიანტია. უმეტესობა ჩვენგანი ვერ ახერხებს მასალის კარგი ვერსიის შექმნას პირველივე ცდაზე. ამიტომაც უნდა წეროთ და ასწოროთ. ეს თავდაპირველი მცდელობები მონახაზებია და განსხვავდება საბოლოო ვარიანტისაგან. როგორც წესი, რაც უფრო მეტ მონახაზს აკეთებ, მით უკეთეს შედეგს იღებ.

დრაფტის წერისთვის საუკეთესო რჩევაა – იმუშაოთ თავისუფლად და არ ინერვიულოთ მცირე შეცდომებზე. მონახაზი არ არის საბოლოო პროდუქტი, ის საცდელი ვერსიაა და, შესაბამისად, არასრულყოფილია. წერა შეუძლებელი გახდება, თუ ეცდებით, შეადგინოთ ერთი სრულყოფილი წინადადება და გადახვიდეთ შემდეგზე. ამიტომ:

- დაწერეთ ჯერ შავი ვარიანტი და შემდეგ განავითარეთ და დახვეწეთ ის;
- გაიაზრეთ, რომ დრაფტს ბევრი ხარვეზი ექნება;
- ნუ დაგაბრკოლებთ მცირე პრობლემები. თუ ვერ კრავთ სრულ წინადადებას, დასვით წერტილი და შეასწორეთ ის მოგვიანებით;
- თუ არ გახსოვთ სასურველი ტერმინი, დაწერეთ ის სიტყვა, რომელიც მოგაფიქრდებათ და დატოვეთ მინიშნება, რათა შეახსენოთ საკუთარ თავს, რომ მოძებნოთ უფრო ზუსტი შესატყვისი;
- თქვენი მთავარი მიზანია იდეების განვითარება და მასალის სტრუქტურის შემუშავება;
- არ დაგავიწყდეთ ეს ძირითადი ამოცანა დეტალებზე – სწორ მართლწერაზე, პუნქტუაციაზე, ზუსტ ტერმინებზე – კონცენტრირებისას. მათი ჩასწორება მოგვიანებითაც შეიძლება.

თუმცა მონახაზის წერის თავისუფლებასაც აქვს საზღვრები. დრაფტი, მეტ-ნაკლებად, უნდა ამართლებდეს საბოლოო მიზანს და ორგანიზებული კომპოზიციის ადრეული ვერსია უნდა იყოს. ამიტომაც თქვენ მეტად შეზღუდული ხართ, ვიდრე საძიებო ფაზის დროს იყავით. **თუ გზიდან ძალიან გადაუხვიეთ, უნდა გაჩერდეთ და ახალი მიმართულება იპოვოთ.** ეს შეცდომაც პროდუქტიული იქნება, ვინაიდან მიგანიშნებთ, თუ რა კუთხით არ გსურთ საკითხის განხილვა.

ნებისმიერი სიდიდის მონახაზზე მუშაობისას, ხშირად გაჩერდით მოსახერხებელ ადგილას და გადაიკითხეთ, რა დაწერეთ – შეიტანეთ შესწორებები.

თუმცა ეს მხოლოდ რჩევაა და არა დოგმა. ადამიანები ძალიან განსხვავდებიან წერითი ჩვევებით – ის, რაც ამართლებს ერთთან, მოუხერხებელია მეორესათვის. წერისთვის საუკეთესო წესია ისეთი დროისა და ადგილის გამონახვა, რომელიც საშუალებას მოგცემთ,

იმუშაოთ პროდუქტიულად და მიჰყვეთ თქვენთვის ხელსაყრელ პროცედურას. შეიძლება მოგწონდეთ კალმითა და ფურცლით მუშაობა, წერისას მუსიკის მოსმენა, ძალიან დიდი მონახაზის შედგენა და მისი შემდეგ შემოკლება – ამიტომ, გააკეთეთ ის, რაც თქვენთვის მოსახერხებელია!

შესწორება

როგორც მონახაზის წერის, ასევე მისი შესწორების პროცესი შეიძლება იყოს შემოქმედებითი, თუმცა დრაფტის შემუშავება უფრო სპონტანური და აქტიური სამუშაოა, მისი გადახედვა კი – მეტად დასაფიქრებელი და კრიტიკული პროცესი. მონახაზის წერისას უნდა გააგრძელოთ წინსვლა და არ დაიკარგოთ დეტალებში. შესწორებისას საპირისპიროს აკეთებთ – ხდებით მომთხონი მკითხველი, რომელიც სრულყოფილებას ელის. წერის დროს თქვენს სიტყვებს შინაგანი თვალთ უყურებთ; იცით, რისი თქმაც გსურთ და ნაკლებად აქცევთ ყურადღებას მკითხველისთვის დამაბნეველ, უკონტექსტო მსჯელობას. გადაკითხვისას კი თავს მკითხველის ადგილას აყენებთ. რასაკვირველია, ვერ შეძლებთ სრულად გამოხვიდეთ საკუთარი თავიდან, მაგრამ შეგიძლიათ, დაფიქრდეთ იმაზე, თუ რა იცის მკითხველმა და რა – არა, რისი სჯერა მას და რას მიიჩნევს მნიშვნელოვნად. ჰკითხეთ საკუთარ თავს – რაც გასაგებია თქვენთვის, იქნება თუ არა მსგავსად ცხადი აუდიტორიისთვისაც.

შედეგიანი შესწორებისთვის აიძულეთ თავი, წაიკითხოთ მონახაზი ნელა. ზოგიერთი ადამიანი ხმამაღლაც კი კითხულობს საკუთარ ნამუშევარს. ეს მეტად ეფექტიანია (თუმცა ყველა გარემოებაში ვერ შეძლებთ ამის გაკეთებას). ხმამაღლა კითხვის დროს არა მხოლოდ ნელა კითხულობთ, არამედ ეს პროცესი ტექსტსაც „გაშორებთ“, რაც ხელს გინწყობთ მასალის ობიექტურად შეფასებაში. უფრო მეტიც, ყური ხშირად უფრო სანდოა, ვიდრე თვალი. სმენით აღმოაჩენთ უხერხული სტრუქტურის მქონე წინადადებებს ან აშკარა ტავტოლოგიას, რომელიც კითხვისას გამოგრჩათ. მაშინაც კი, როდესაც ზუსტად ვერ ხვდებით, რა არის არასწორი, მაინც გესმით, რომ რაღაც ხარვეზია და შეგიძლიათ წინადადების გადაკეთება ისე, რომ ის უკეთ ჟღერდეს.



გააცანით დანოზრდილ აბზაცებს და დაალაგეთ ისინი თქვენი აზრით ლოგიკური თანმიმდევრობით.

1. მეცნიერმა დამსწრეებს გაუზიარა მსგავსებები და განსხვავებები შუასაუკუნეების სომეხი და ქართველი კაცის ცხოვრებაში. ამ მოსაზრებებმა კიდევ ერთხელ დაამტკიცა ამ ორი ერის საუკუნოვანი მიჯაჭვულობა და სიახლოვე. ახალგაზრდა მსმენელებისთვის საინტერესო აღმოჩნდა სომხეთსა და საქართველოში შუასაუკუნეებში მოგზაური მეცნიერების კომენტარები და ჩანაწერები, რომლის მიხედვითაც საქართველოში, კონკრეტულ პერიოდში, სომხეთთან შედარებით, ქალები უფრო თავისუფლები იყვნენ.
2. ლექციას ესწრებოდნენ სომეხი მეცნიერები ერევნის უნივერსიტეტიდან, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორები და სხვადასხვა ფაკულტეტის სტუდენტები.
3. მხარეებმა აღნიშნეს, რომ მსგავსი ღონისძიებები მნიშვნელოვანი და აუცილებელია ქართულ-სომხური სამეცნიერო დიალოგისთვის, შრომების გაზიარებისა და საუკუნოვანი კავშირების გაგრძელებისთვის. მეცნიერებმა დასახეს სამომავლო გეგმები მეტი კოლაბორაციისთვის.
4. ივანე ჭავჭავიძელის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში 28 ნოემბერს სომხეთის მეცნიერების აკადემიის აღმოსავლეთმცოდნეობის ინსტიტუტის დირექტორის მოვალეობის შემსრულებელმა (NAS RA) და ერევნის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ლექტორმა გორ მარქარიანმა წაიკითხა სიმბოლური ლექცია სათაურით: „საქართველოსა და სომხეთში მცხოვრები შუასაუკუნეების ადამიანის ყოველდღიურობა“.
5. „ჩემთვის ეს ლექცია ძალიან მნიშვნელოვანი იყო როგორც მეცნიერისთვის. თუმცა, მეტად ნიშანდობლივია ის, რომ ამით სომხეთის მოძმე ერთან, ანუ საქართველოსთან, ჩვენი საუკუნოვანი კავშირები კიდევ უფრო გაღრმავდება. მნიშვნელოვანი გეგმები ჯერ წინაა, რადგან ჩვენი სამეცნიერო თანამშრომლობა უნდა გაგრძელდეს. მაძღობას ვუხდი ყველა იმ ქართველ კოლეგას, ვინც ესწრებოდა ჩემთვის ამ მნიშვნელოვან შეხვედრას, განსაკუთრებით ისტორიის ინსტიტუტის ხელმძღვანელს გიორგი ქეიშივილს, პროფესორ მარიამ ჩხარტიშვილს, გიორგი სანიკიძეს, ნიკო ჭავჭავიძელსა და სხვებს. მინდა აღვნიშნო, რომ შეხვედრა უმაღლეს დონეზე იყო ორგანიზებული და ჩვენ უკვე ვგეგმავთ მომავალ შეხვედრებს და სხვა ფორმატის კოლაბორაციას“, – ამბობს გორ მარქარიანი.

ქარგი აზრის მახასიათებლები

კარგი ჟურნალისტი მწერალიცაა. ის დაუმუშავებელ ფაქტებს დამაჯერებელ ისტორიებად აქცევს. მისი სიტყვა არა მხოლოდ კომუნიკაციის საშუალებაა, არამედ ინსტრუმენტი ინფორმირების, განათლებისა და ჩვენ გარშემო არსებულ სამყაროსთან დაკავშირებისათვის. ჟურნალისტი თავისი მასალით ამარტივებს და ნათელს ჰფენს კომპლექსურ საკითხს. მას აქვს უნიკალური უნარი – აღბეჭდოს თანამედროვეობა, დააფიქროს საზოგადოება და წამოიწყოს დიალოგი არსებითად მნიშვნელოვან საკითხებზე. ჟურნალისტის სიტყვებს აქვს ძალა, შეცვალოს გაბატონებული აზრები და მოუწოდოს სოციუმს ქმედებისაკენ.

კარგი მწერალი/ჟურნალისტი სამუდამოდ მოსწავლედ რჩება – იგი მუდმივად სწავლობს წერას, ამდიდრებს ლექსიკას, ხვეწს წერის ტექნიკას და ეძიებს ამბის დეტალურად გადმოცემის ახალ და ინოვაციურ გზებს. წერა განმარტოებით საკეთებელი საქმეა, მაგრამ, მწერლებისაგან განსხვავებით, ჟურნალისტები განცალკევებულნი სულაც არ არიან. მათ სჭირდებათ კოლეგები, რედაქტორები, მკითხველები...

ცხელი ახალი ამბის (მასალა, რომელიც უნდა დაიბეჭდოს დღეს) და ფიჩერის (მასალა, რომელმაც შეიძლება მოიცადოს ხვალამდე) ძველი განმარტებები ვერ გადმოსცემს ყოველდღიურად დაწერილი მასალების მრავალფეროვნებას, მაგრამ, როგორც არ უნდა იყოს მისი ფორმა და რაც არ უნდა იყოს მისი თემა, ნებისმიერ კარგ ამბავს გააჩნია მინიმუმ შვიდი ელემენტი.

ინფორმაცია

ინფორმაცია, და არა ენა, არის საწყისი მასალა, რომლითაც იქმნება ეფექტიანი ნაწერი. აქამდეც გვითქვამს და კიდევ ხშირად ვიტყვით, რომ ჟურნალისტმა უნდა მოაგროვოს კონკრეტული, ზუსტი ინფორმაცია, რათა კარგად წეროს. ძალიან ბევრი ამბავი, მათ შორის, სვეტიც, სწორედ რომ იწერება. ის არ აშუქებს, ის იქმნება რიტორიკის ხერხებით და იგება კონკრეტულ ფაქტებზე; იწერება წინასწარ ჩამოყალიბებული აზრებითა და პირადი ინტერპრეტაციებით, ნაცვლად საფუძვლიანი კვლევით მოძიებული ობიექტური ინფორმაციისა. ხოლო იმ გამომავალკარავებელ დეტალებს, რომლებსაც გამორჩეულ ამბებში ვხვდებით, იშვიათად მოიპოვებთ კონკურენტების მასალების კითხვით, სატელეფონო ზარებით, მიმოწერებით ან ოთახიდან დაფიქრებული მზერით. ეს მამხილებელი ინფორმაცია მუდმივი ჩხრეკით და ძებნით გროვდება.

მნიშვნელობა

მკითხველზე ნებისმიერი ამბავი ახდენს გავლენას – ის მკითხველს აწვდის ინფორმაციას, რომელიც უნდა იცოდეს, აღწერს, რა მოხდა, რა ხდება და რა შეიძლება მოხდეს. მთავარია, მნიშვნელობა არ ავურიოთ ცნობადობაში – მხოლოდ მდიდარ, სახელგანთქმულ და გავლენიან პირებზე წერაში. ჩვენი მოვალეობაა, მკითხველს ვუჩვენოთ ისეთი მასალის მნიშვნელობა, რომელიც თავიდან უმნიშვნელო ჩანს. მაგალითად, შესაძლოა, მკითხველი საერთოდ არ აქცევდეს ყურადღებას (ან ნორმად მიაჩნდეს), რომ სავაჭრო მარკეტში ყოველი გადახდისას მისი ანგარიშიდან 1 თეთრი ზედმეტად იჭრება. თქვენ შეგიძლიათ ამ, ერთი შეხედვით, უმნიშვნელო ფაქტიდან დიდი სქემა გაშიფროთ და ინფორმაცია მნიშვნელოვნად აქციოთ; ან – სოფლის შიდა გზების მობეტონების პროცესში არავინ გაზომოს გზის სიფართო, რომელიც პროექტით განსაზღვრულზე, სულ რაღაც, 5-6 სმ-ით ნაკლებია. თქვენ შეგიძლიათ ეს უმნიშვნელო ფაქტი საყურადღებო ამბად აქციოთ და ა. შ.

ფოკუსი

ამბები, რომლებზეც ჟურნალისტები, როგორც წესი, ყველაზე მეტ დროს ხარჯავენ, ვრცელია და ხშირად გაგრძელებებით იბეჭდება, მაგრამ ამ ვრცელ მასალებს აქვთ ერთი მახასიათებელი - თხრობის ხაზი, რომელიც ერთ თემას არ სცილდება. ესეც კარგი წერის ინდიკატორია. ზოგადად, ჟურნალისტებს აქვთ ინსტინქტი – მოიძიონ რაც შეიძლება მეტი ინფორმაცია, თუმცა საბოლოოდ შემორჩენილი/დამუშავებული ამბები, ძირითადად, ლაკონიურია და ერთ კონკრეტულ საკითხზეა ფოკუსირებული. მაგალითად, პუბლიკაციაში „ეს არაა სახელფასო პოლიტიკა, ეს უბრალოდ ფორმულაა“/რას აპროტესტებენ მასწავლებლები“ (სალომე გორგოძე, „პუბლიკა“, 5.08.2024) თხრობის მთავარი ხაზია საქართველოში მასწავლებლების ანაზღაურების პოლიტიკა.

ავტორი შესავალში წერს, რომ პედაგოგები ახალი სახელფასო პოლიტიკით „იმედგაცრუებულები არიან“, მათი მოლოდინი არ გამართლდა და „თავს მოტყუებულად მიიჩნევენ“. მოლოდინი ჩნდება, რომ ეს საკმაოდ ვრცელი სტატია თემის შესახებ ამომწურავ

ინფორმაციას მიანვდის მკითხველს და საკითხი ყველა ასპექტით იქნება განხილული. მასალა რამდენიმე ქვეთავადაა დაყოფილი: „ეს არ არის სახელფასო პოლიტიკა – ეს არის უბრალოდ დაანგარიშების ფორმულა“; „როგორ დაანგარიშდება მასწავლებლის ხელფასი ახალი სახელფასო ფორმულით?“, „რა პრინციპებს უნდა ეფუძნებოდეს მასწავლებლის სახელფასო პოლიტიკა“; „რას მოითხოვენ პედაგოგები – საჯარო წერილი პრემიერს“. ყველა ქვეთავი კავშირშია მთავარ თხრობით ხაზთან და პედაგოგთა სახელფასო პოლიტიკა განხილულია სხვადასხვა რაკურსით.

უნდა გვახსოვდეს, რომ ერთ მასალაში რამდენიმე ფოკუსი ნიშნავს – წეროთ ყველაფერზე და არაფერზე. ამიტომ აუცილებელია, წერის დაწყებამდე კარგად განისაზღვროს თხრობის (ამბის) ხაზი და ყველა არგუმენტმა მის გარშემო იტრიალოს. ამით თავიდან ავიცილებთ მსჯელობის არათანმიმდევრულობას.

კონტექსტი

კარგი ამბავი სხვადასხვა ასპექტით არის გადმოცემული, რათა მკითხველმა იცოდეს, საიდან მოვიდა ეს ისტორია, საით მიდის და რამდენად გავრცელებული ან ჩვეულია. ზოგჯერ ჟურნალისტი, რომელიც არცთუ ისე გამოცდილია, კონტექსტს დიდი, ძნელად გასააზრებელი ფორმით ხსნის დაახლოებით მესამე აბზაცში, რაც არღვევს ამბის თანმიმდევრულობას და ართულებს მკითხველის დაინტერესებას. უფრო გამოცდილი მწერალი კონტექსტს ამბავში თანდათანობით აქსოვს – სტრატეგიულად, ნაწილ-ნაწილ დებს ფონურ ინფორმაციას მთელ ტექსტში, რითიც კონტექსტი ერწყმის ძირითადი ამბის თხრობას. ეს მეთოდი ჟურნალისტურ პროდუქციაშიც ხელსაყრელია და მკითხველის დაინტერესებას უწყობს ხელს.

სახეები

არასოდეს უნდა დაგვაზინყდეს, რომ ადამიანებს ადამიანების შესახებ კითხვა მოსწონთ. ჟურნალისტიკა მკითხველს იდეებს აწვდის და ის ამას იმ ადამიანების გაცნობით ახერხებს, რომლებიც ამ იდეებს ქმნიან ან რომლებზეც ეს იდეები ახდენს გავლენას. ახალი ამბები საუკეთესოდ იკითხება მაშინ, როდესაც მწერალს აქვს უნარი, გვერდზე გადგეს და მკითხველს საშუალება მისცეს, თავად შეხვდეს და მოუსმინოს ამბავში წარმოჩენილ ხალხს.

ფორმა

კარგ ამბავს აქვს ფორმა, რომელიც არა მხოლოდ სრულად მოიცავს, არამედ სრულყოფილად გადმოსცემს კიდევ ამბავს. თხრობა ეფექტურია, როდესაც მასში მკითხველისათვის საჭირო ყველა ინფორმაციაა ჩადებული. ეს ეხმარება აუდიტორიას, სწორად გაჰყვეს ამბავს და გაიგოს მისი შინაარსი (ვგულისხმობთ დეტალებს პერსონაჟების, გარემოს, მოვლენებისა და მათი მნიშვნელობის შესახებ). გარდა ამისა, ამბავი ხშირად ვითარდება ქმედებებისა და რეაქციების ქრონოლოგიური თანმიმდევრობით – მოვლენები იწვევს შედეგებს, რაც, თავის მხრივ, იწვევს ამბის შემდგომ განვითარებას. ჟურნალისტმა უნდა იპოვოს ფორმა, რომელიც მკითხველს დაუტოვებს კმაყოფილების სასიამოვნო გრძნობას და განცდას, რომ ამბავი გარდაუვალი დასკვნისაკენ მიემართება.

ხმა/სტილი

დასამახსოვრებელი ამბები ქმნის ილუზიას, რომ ჟურნალისტი ხმამაღლა ესაუბრება ცალკეულ მსმენელს. მაგალითად, კარგი გაზეთი სავსეა საინტერესო საუბრებით, რომლებშიც მწერალი/ ჟურნალისტი წინასწარ საზღვრავს, როგორი საუბარი იქნება მასალის შესაბამისი. კარგი ჟურნალისტი ეძებს ხმას/სტილს, რომელიც თანმიმდევრულია მთელი ამბის განმავლობაში, მაგრამ ცვლის მის სიძლიერეს და რიტმს მნიშვნელობის შესაბამისად. არასდროს უნდა დაგვავინწყდეს, რომ მასობრივი კომუნიკაციის ეპოქაშიც კი კითხვის აქტი არა-საზოგადოებრივია, ცალკეულია – ერთი მწერალი/ ჟურნალისტი ესაუბრება ერთ მკითხველს.

პირობები, რომლებიც ხელს უწყობს წერას

გვასწავლიან, რომ წერას შეცდომების აღმოჩენის და აღმოფხვრის გზით ვეუფლებით, თუმცა ეს პროცესის მეორე ნახევარია. პირველი ნახევარი კი გულისხმობს კარგი ტექსტის ამოცნობას და იმ პირობების ცოდნას, რომელიც შესაძლებელს ხდის ეფექტიან წერას. რა შეიძლება გახდეს ასეთი პირობა?

- **საჭიროება** – ბევრი ჟურნალისტიკისთვის წერის პროცესი მარტივდება, როდესაც მას თემის შესწავლისას პირადი საჭიროება, ინტერესი ან ცნობისმოყვარეობა ამოძრავებს. ეს მათებს მოტივაციას, უფრო ღრმად გაიაზროს საკითხი;
- **ჩვევა** – (Nulla dies sine linea. „არცერთი დღე სტრიქონის გარეშე“). პულიცერის პრემიის ლაურეატი ჟურნალისტი დონალდ მიურეი ამბობს, რომ ის სულაც არ იღვიძებს დიდი ენთუზიაზმით – დაიწყოს წერა, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, ფეხის თრევით მიიწვეს სამუშაო მაგიდისაკენ, ჯდება და იწყებს იდეების ფურცელზე გადატანას. ამიტომაც, ყველა ჟურნალისტიკათვის მნიშვნელოვანია, გამოიმუშავოს ერთგულება წერის მიმართ და ჩვევად ექცეს ყოველდღე „ერთი სტრიქონის დაწერა“;
- **ინსტრუმენტები** – ძალიან მნიშვნელოვანია, უშუალოდ წერამდე გაიარო მოსამზადებელი ეტაპები, რაშიც იგულისხმება იდეების ჩამოწერა, თემზე ფიქრი, საკითხის სხვადასხვა კუთხით განხილვა. ამისთვის ჟურნალისტები არაერთ იარაღს იყენებენ – იქნება ეს ფურცელი, კალამი თუ ლეპტოპი – მთავარია, თავად განსაზღვროს, რომელი იარაღია მისთვის ხელსაყრელი და რა გაუმარტივებს წერისთვის მოსამზადებელ სამუშაოებს;
- **დამოკიდებულება** – „თუ სახალისო არ არის, არ გავაკეთებ“. საბედნიეროდ, ჟურნალისტი დიდწილად თავისუფალია წერის პროცესში. ზოგიერთი მათგანი ამ საკმაროდ სერიოზულ პროცესს ახალისებს სხვადასხვა მიდგომის მოსინჯვით, ორიგინალური სტილის გამოყენებით, სიახლეების შემოტანით. კარგი წერა ახალი ფორმების ძიების და ერთგვარი თამაშის შედეგია;
- **შეზღუდვები** – ზოგიერთ ჟურნალისტს დედლაინის (ბოლო ვადის) დაწესება ბიძგს აძლევს წერის პროცესში, ამიტომაც შეგიძლიათ თავადაც დაუწესოთ საკუთარ თავს ვადები. ყოველდღიურად თქვით, მაგალითად, „სტატიის ამ ნაწილს სადილამდე დავასრულებ.“ შესაძლოა, ასევე დაგეხმაროთ მოცულობითი ლიმიტების დაწესება (შვიდასსიტყვიანი სვეტი, სამგვერდიანი სტატია, თორმეტსტრიქონიანი ლექსი...) როგორც დაგეგმვის, ასევე მონახაზის წერის დასაჩქარებლად;
- **ექსპერიმენტი** – შეგიძლიათ ყოველ ახალ პროექტს, სტატიას, სვეტს ექსპერიმენტულად მიუდგეთ – იქნება ეს სხვა დროში წერა, ვიზუალური მასალის მეტად გამოკვეთა, დიალოგზე მეტად დაყრდნობა. ეს ყველაფერი წერას უფრო საინტერესოს ხდის, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც უკვე მრავალჯერ დაწერილი ტიპის მასალაზე მუშაობთ. ამით დაიხვეწება თქვენი გადმოცემის, ახსნის და, ზოგადად, წერის უნარებიც.

ჟურნალისტიკის როლი და პასუხისმგებლობა

გერქვას ჟურნალისტი, ნიშნავს – იყო ისტორიების ოსტატური მთხრობელი. ეს მოწოდებაა, რომელიც სამართლიანობის გამორჩეულ შეგრძნებას მოითხოვს. ჟურნალისტობა დღეს ნებისმიერ მოქალაქეს შეუძლია. მაგალითად, თუ თქვენ კითხულობთ ამ წიგნს და აპირებთ, წეროთ საზოგადოებისთვის, მაშინ თქვენც ჟურნალისტი ხართ.

ამდენად, მოსაზრება, რომ ჟურნალისტი რაღაც ექსკლუზიური ჯგუფის წარმომადგენელია, ხელოვნურად შექმნილი ილუზიაა, რომელიც პროფესიულმა დეფიციტმა წარმოშვა. ციფრულ რევოლუციამდე პუბლიკაციებზე წვდომა პრივილეგია იყო და მას, პრესაში გასაშუქებელი სიახლეების შერჩევასა და ჟურნალისტური პრაქტიკის ნორმების დადგენასთან ერთად, რამდენიმე პირი აკონტროლებდა. ინტერნეტის წყალობით, გაიზარდა ხელმისაწვდომობა ამ და არაერთ სხვა პროფესიაზე და პირველადი განსხვავება „ჟურნალისტსა“ და „მოყვარულს“ ან „მოქალაქეს“ შორის გაქრა – ის, რაც ოდესღაც უფსკრული იყო, ახლა უბრალო ჩაღრმავებად იქცა. რაღა თქმა უნდა, ეს არ ნიშნავს იმას, რომ პროფესიონალი ჟურნალისტები არ არსებობენ – ვერავის აერევა ბობ ვუდვორდი ან ქრისტიან ამანპური მოყვარულ ჟურნალისტში, მაგრამ მოქალაქე ჟურნალისტების როლი, ჟურნალისტის დემოკრატიზაციის კუთხით, ახალი ამბების ლანდშაფტში განსხვავებული პერსპექტივების შემოტანა – ისინი ხშირად აშუქებენ ისტორიებს, რომლებსაც, შესაძლოა, ტრადიციულმა მედიასაშუალებებმა ყურადღება არ მიაქციონ.

პროფესიონალი ჟურნალისტები, ძირითადად, განსხვავებულ ნორმებს იცავენ. იმის გამო, რომ ჟურნალისტიკა დიდწილად არ არის ლიცენზირებული, ნებისმიერს, ვისაც ხელი მიუწვდება ბეჭდურ, ტელე- თუ ციფრულ მედიაზე, შეუძლია თქვას, რომ ჟურნალისტია. ამიტომ ძნელია ყველა მათგანისთვის რაიმე პროფესიული და ეთიკური სტანდარტის შექმნა. მიუხედავად ამისა, ის ორგანიზაციები, რომლებიც ქმნიან, წერგავენ და აკონტროლებენ ეთიკის სტანდარტებს, ყველა ჟურნალისტს მოუწოდებენ, იყვნენ სიმართლის მთქმელნი, პასუხისმგებლობიანი, მიუკერძოებელნი, სამართლიანი და დამოუკიდებელნი (ოფიციალური ეთიკის კოდექსების ნახვა შესაძლებელია ჟურნალისტთა საერთაშორისო ფედერაციის (International Federation of Journalists, IFJ), იუნესკოს და – საქართველოს შემთხვევაში – საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის ვებგვერდებზე).

■ გადამოწევა

რიგით დამკვირვებელს შეიძლება გაუჩნდეს მოსაზრება, რომ ჟურნალისტიკა სიმართლის დაბალანსებული, ობიექტური გაშუქებაა.

მიუხედავად იმისა, რომ ეს განმარტება კარგად ჟღერს, ის არაბუსტია. **პირველ რიგში**, ჟურნალისტი სიმართლეს ემსახურება, თუმცა „სიმართლე“ დელიკატური საკითხია. მკვლევრებსა და მეცნიერებში ამ საკითხის მიმართ „სრული ერთსულოვნება და, ამავე დროს, სრული გაურკვევლობაა“. მაგალითად, კოვჩი და როზენსტილი სიმართლეს ჟურნალისტიკაში რთულ და ხანდახან წინააღმდეგობრივ ფენომენად მიიჩნევენ, რადგან „სიმართლე არის მიზანი – საუკეთესო შემთხვევაში ძნელად მისაღწევი“ (კოვჩი, როზენსტილი, 2006, გვ. 42-52;) და მასზე გავლენას ახდენს ინდივიდუალური პერსპექტივები, ინტერპრეტაციები და გამოსატყვის თავისებურებები.

ქეშმარიტება სხვადასხვა ადამიანისთვის სხვადასხვა რამეს ნიშნავს, მეცნიერებს კი შეუძლიათ მთელი დღე გაატარონ აბსოლუტურ სიმართლეს, ფუნქციურ სიმართლეს და სხვ. შორის განსხვავებებზე კამათში. ეს არც არის გასაკვირი, ვინაიდან, საბოლოოდ, ერთი ადამიანისთვის ქეშმარიტება, შესაძლოა, მეორე ადამიანისთვის შეთქმულების თეორია აღმოჩნდეს. მაგალითად, ბევრი ადამიანი ამტკიცებს, რომ ბუშის ადმინისტრაცია მედიით მანიპულირებდა ტერორიზმის წინააღმდეგ ომის (War on Terror) დასაწყებად, სხვებს ამის არ სჯერათ და მათთვის სიმართლე სულ სხვა რამაა. იგივე შეიძლება ვთქვათ ბილ კლინტონისა და დონალდ ტრამპის შემთხვევაშიც – მათი მომხრეებისთვის მედიით გავრცელებული ინფორმაციები შეთქმულების თეორიის ნაწილია, მოწინააღმდეგეებისთვის კი - უტყუარი ფაქტები.

მეორე – ბალანსი არ უნდა გადაიზარდოს ცრუ წონასწორობაში. ჟურნალისტს რომ ყოველთვის მოეთხოვებოდეს ბალანსის დაცვა, მაშინ რედაქტორები აუცილებლად დაუთმობდნენ ძვირფას სანტიმეტრებსა და პიქსელებს ისეთი მასობრივი მკვლევლების შეხედულებების, გრძნობებისა და თვალსაზრისების განხილვას, როგორებიც იყვნენ ჰიტლერი, იდი ამინი, სადამ ჰუსეინი, პოლ პოტი და იოსებ სტალინი. უფრო მარტივად რომ ვთქვათ, ბევრ ამბავს არ სჭირდება დაბალანსება, რადგან ერთი მხარის შეხედულება საკმაოდ კარგად არის მიღებული, ხოლო მოწინააღმდეგეები უმცირესობას ან უადგილო, ალოგიკურ ინტერესებს წარმოადგენენ.

ცრუ წონასწორობის/ბალანსის მაგალითია მედიის მხრიდან ვაქცინაციის მოწინააღმდეგეთათვის პლატფორმის მიცემა, რამაც წლების განმავლობაში არაერთ ტრაგიკულ შედეგამდე მიგვიყვანა, მაგალითად, 2008 წელს აშშ-ში იმუნიზაციის სიხშირის შემცირებით გამოწვეულ წითელას აფეთქებამდე. მსგავსი მაგალითია კოვიდ-19-ის პანდემიის დროს ანტივაქსერთათვის სატელევიზიო ეთერის დათმობა, რამაც აუდიტორიაში საკმაოდ დიდი დაბნეულობა გამოიწვია.

აქვე უნდა ვთქვათ ქართულ მედიაში დამკვიდრებულ კიდევ ერთ ტენდენციაზე, რომელსაც კრიმინალური საკითხების ან ფემიციდის გაშუქების დროს ვხვდებით. ბალანსის დაცვის აკვიატებული იდეა ხშირად შეცდომას აშვებინებს ჟურნალისტს და აფიქრებინებს, რომ მკვლელის ოჯახის წევრების, ახლობლების ან მეზობლების ჩაწერით ბალანსს დაიცავს. არადა, ასეთი შემთხვევები არ საჭიროებენ მხარეთა შორის წონასწორობის მიღწევას.

ბევრი ჟურნალისტი და საინფორმაციო არხი ცდილობს, ერთმანეთთან გააიგივოს საკითხის ორი მხარე და გააშუქოს არარეალური „შუა“ პოზიცია. დაბალანსების ეს სურვილი განსაკუთრებით ჩანს პოლიტიკური ამბების გაშუქების დროს. მედიაორგანიზაციები ხშირად ფიქრობენ, რომ მხოლოდ ერთ თვალსაზრისზე კონცენტრირება მათ მიკერძოებულებად წარმოაჩენს. შედეგად, გაშუქება ხდება ცენტრისტული, რაზეც არაერთ პოლიტიკოსს გამოუხატავს უკმაყოფილება. ჟურნალისტმა თავიდან უნდა აიცილოს „ცრუ ეკვივალენტობის“ ხაფანგში მოხვედრის საფრთხე.

მესამე – სიმართლის მსგავსად, ობიექტურობაც ბუნდოვანი ცნებაა და სხვადასხვა ადამიანისთვის ისიც სხვადასხვა რამეს ნიშნავს. ბილ კოვაჩი და ტომ როზენსტილი წიგნში „ჟურნალისტიკის ელემენტები“ წერენ, რომ: „ადამიანთა უმეტესობისთვის ჟურნალისტური ობიექტურობა მიზანია და არა მეთოდი“. მიუხედავად იმისა, რომ ეს მტკიცება, შესაძლოა, „ადამიანების უმეტესობისთვის“ ჭეშმარიტი იყოს, ის ნამდვილად არ გამოხატავს ყველა ადამიანის, მათ შორის ჟურნალისტ მარკ კუპერის^{xviii} შეხედულებას: „ობიექტურობა არ ნიშნავს ნეიტრალურობას. იყო ნეიტრალური – გულისხმობს, რომ რეალურად არაფერს ამბობ. ობიექტურობა პროცესია და არა შედეგი... ობიექტურობა ნიშნავს, რომ წერ ან აშუქებ კეთილსინდისიერად – ისე, რომ, როდესაც ხვდები შენი წინასწარშექმნილი წარმოდგენის საწინააღმდეგო ცნებას, ამას არ მალავ“ (კოვაჩი & როზენსტილი, 2006).

სიმართლის, ობიექტურობისა და ბალანსისგან განსხვავებით, ტერმინები „გადამოწმება“ და „გამჭვირვალობა“ ბევრად მეტ მნიშვნელობას ატარებს პრაქტიკოსი ჟურნალისტისთვის. სტატიების წერისას და, ზოგადად, ყველანაირი ჟურნალისტური საქმიანობისას, დარწმუნებული უნდა იყოთ, რომ, რასაც წერთ/აკეთებთ – გადამოწმებულია. ყოველთვის უნდა აწარმოოთ კვლევა, ესაუბროთ სწორ წყაროებს და არასდროს მოატყუოთ და შეიყვანოთ შეცდომაში თქვენი აუდიტორია. ამავე დროს, უნდა მოერიდოთ უსაფუძვლო დასკვნების გამოტანას. კოვაჩი და როზენსტილი წერენ: „საბოლოოდ, გადამოწმების დისციპლინა არის ის, რაც განასხვავებს ჟურნალისტიკას გართობის, პროპაგანდის, მხატვრული ლიტერატურისა თუ ხელოვნებისაგან“ (კოვაჩი & როზენსტილი, 2006).

ამიტომაც, ფაქტების გადამოწმება ჟურნალისტური საქმიანობის ქვაკუთხედიანია. ეს შეიძლება საკმაოდ დამქანცველი პროცესი იყოს, მაგრამ დაუდევრად გაშუქებული ამბის შედეგები

ბევრად უარესია, ვიდრე თქვენი მასალის ფაქტობრივი სიზუსტის შემოწმებაში გატარებული საათებით გამოწვეული დაღლილობა.

ინტერნეტის ერთ-ერთი დიდი უპირატესობაა, რომ ცუდად გაშუქებული მასალების აღმოჩენა ძალიან სწრაფად ხდება. თუ თქვენ იყენებთ არასწორ ფაქტებს, იგონებთ ისტორიებს ან ითვისებთ სხვის მასალებს, უნდა მოელოდეთ, რომ ადვილად დაგიჭერენ ტყუილში, ვინაიდან გარდა გამჭრიახი რედაქტორებისა და მკითხველებისა, არსებობს ბევრი პროგრამა - iThenticate-ი ან Turnitin-ი, რომლებიც სწორედ პლაგიატის აღმოჩენისთვის არის შექმნილი. მიუხედავად ამისა, პლაგიატი და ყალბი ინფორმაციების გავრცელება მაინც რჩება თანამედროვე სამყაროს ერთ-ერთ ყველაზე მასშტაბურ პრობლემად.

უნდა გვახსოვდეს, რომ დღევანდელ ციფრულ სივრცეში არასწორი ამბების გავრცელებით გამოწვეული ზიანის გამოსწორება ძალიან რთულია. მაშინაც კი, თუ მედიაორგანიზაცია აღიარებს შეცდომას და უარყოფს ნათქვამს – რაც იშვიათად ხდება – არ იქნება ეს საკმარისი, განსაკუთრებით თუ ახალი ამბავი უკვე ფართოდ გავრცელდა. ფაქტობრივად, ამ ზიანის გამოსწორების გზა შეიძლება არც არსებობდეს. ამიტომაც არის საჭირო, რომ ჟურნალისტმა სენსაციურობა გადამოწმებით დააბალანსოს.

გამჭვირვალობა

გამჭვირვალობა მრავალი განსხვავებული საშუალებით და ხერხით მიიღწევა. მაგალითად, თუ თქვენ ყველაფერი სცადეთ სწორი წყაროებისა და ექსპერტების მოსაძებნად, მაგრამ მაინც ეჭვქვეშ აყენებთ მათ ცოდნას ან არ გაკმაყოფილებთ მასალის სიცხადე, მაშინ აღნიშნეთ ეს თქვენს სტატიაში. თუ ფიქრობთ, რომ ერთ-ერთმა წყარომ მოგანოდათ კარგი ინფორმაცია, მაგრამ შეიძლება იგი მიკერძოებული იყოს, მაშინ ესეც აცნობეთ თქვენს აუდიტორიას. გამჭვირვალობის კიდევ ერთი მაგალითია ინტერესთა კონფლიქტი. მაგალითად, თუ თქვენ წერთ მიმოხილვას იმ დანესებულების შესახებ, რომელშიც ოდესღაც მუშაობდით, კარგი იდეაა, რომ ესეც აღნიშნოთ თქვენს მასალაში.

ჟურნალისტის მიზანია არა აბსოლუტური ობიექტურობა, არამედ მკითხველისთვის საკმარისი ინფორმაციის მიწოდება, რათა მან თავად შეძლოს საკუთარი დასკვნების გამოტანა. ამისათვის კი მან მასალა ლოგიკურად და თანმიმდევრულად უნდა ააგოს, აღნიშნულ ფაქტებს კონტექსტი დაურთოს და საკითხი სხვადასხვა პერსპექტივიდან განიხილოს, რათა მკითხველმა სრული სურათის დანახვა შეძლოს.

მაგალითად, 2023 წლის მარტში საქართველოში დიდი საპროტესტო ტალღა გამოიწვია კანონპროექტმა „უცხოური გავლენის გამჭვირვალობის შესახებ“, რომლის ინიციატორიც

სახელისუფლებო ძალიდან გამოყოფილი ახალი პარტია „ხალხის ძალა“ იყო. პროექტის ინიციატორები ამტკიცებდნენ, რომ კანონი მხოლოდ დაარეგულირებდა უცხოეთიდან დაფინანსებული ორგანიზაციების ფინანსურ გამჭვირვალობას და ორგანიზაცია, რომელიც უცხო ქვეყნიდან იღებდა შემოსავალს, უნდა დარეგისტრირებულიყო როგორც „უცხოური გავლენის აგენტი“, თუმცა კანონი არ კრძალავდა ასეთი „აგენტების“ საქმიანობას. ამ კანონპროექტს მალევე დაერქვა „რუსული კანონი“, რადგან საზოგადოების ნაწილმა მასში ამოიცნო „რუსული გავლენა“ და დაინახა ის საფრთხე, რაც მსგავსი კანონის რუსეთში მიღების შემდეგ დაემუქრა იქ მომუშავე არა მხოლოდ არასამთავრობო ორგანიზაციებს, არამედ მედიასაც. ამან გამოიწვია საპროტესტო მოძრაობა „არა რუსულ კანონს!“. ცოტა ხანში „ხალხის ძალამ“ შეცვალა რიტორიკა და საუბარი დაიწყო მეორე პროექტზე, რომელიც, თითქოს, ამერიკული კანონის ზუსტი ანალოგი იქნებოდა. ამას მოჰყვა სახელისუფლებო მედიაკამპანია, რომელიც მიმართული იყო იმისკენ, რომ საზოგადოების ნაწილი, რომელიც ისედაც ნეგატიურად იყო განწყობილი არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და მედიის მიმართ, დაერწმუნებინა კანონის ამერიკულობასა და მართებულობაში.

ჩაგომ მოგვყავს ეს მაგალითი?

საქმე ისაა, რომ თავდაპირველად მედიას, განსაკუთრებით ტელევიზიებს, გამორჩათ ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი: სატელევიზიო შოუებსა და დისკუსიებში მოწვეული სახელისუფლო ექსპერტები ძირითადად საუბრობდნენ დაფინანსების წყაროებზე და ამტკიცებდნენ, რომ მსგავსი კანონები მუშაობს ევროპისა და ამერიკის ქვეყნებში. დისკუსიის ამავე მიმართულებას პასუხობდნენ მათ მიმართ ოპოზიციურად განწყობილი რესპონდენტებიც. ამ ფონზე მედიამ ვერ შეძლო, კვალიფიციურად განემარტა, რატომ იყო პირველი კანონპროექტი რუსული და რატომ არ იყო მეორე პროექტი ამერიკული. ამიტომ საზოგადოების დიდი ნაწილი ვერ მიხვდა, რას აპროტესტებდნენ სამოქალაქო საზოგადოების წევრები და რატომ უნდა ყოფილიყო ცუდი, თუ მათი ფინანსები გამჭვირვალე იქნებოდა. სოციალურ ქსელებში გამოქვეყნებული მასალების ქვეშ კომენტარებიც სწორედ ამაზე მიუთითებდა – აპელირებდნენ ფინანსების გამჭვირვალობის აუცილებლობაზე. მხოლოდ ონლაინგამოცემებმა გამოაქვეყნეს ორივე კანონპროექტის დეტალური ანალიზი, რითიც ცხადი გახდა, რეალურად რა საფრთხეს შეიცავდა ე. წ. „აგენტების შესახებ“ კანონი⁶.

ამდენად, მედიის გამჭვირვალობა და მიზანი, რომ მაყურებლისთვის საკმარისი ინფორმაცია მიეწოდებინათ და მათ შესძლებოდათ საკუთარი დასკვნების გამოტანა, მხოლოდ ნაწილობრივ შესრულდა.

6 „ჩა ახის ხუსუდი კანონი და ჩა საფრთხეს უქმნის საქართველოს“, „აი, ფაქტი“, 21.03.2023, <https://tinyurl.com/37tcswj6>

საზოგადოებრივი სიკეთე

არაერთი ჟურნალისტი ფიქრობს, რომ მათი მოვალეობის ნაწილია საზოგადოებრივი და სოციალური სიკეთის ქომაგობა, თუმცა ჟურნალისტთა ნაწილი ერიდება ამ ტერმინების მათ სამუშაოსთან ასოცირებას და მედიასაშუალებებიც ფრთხილობენ სოციალური პასუხისმგებლობის იდეის სრულად გათავისებას. ზოგიერთისთვის ამის მიზეზი აქტივისტის იარაღის მინებების შიშია. მიუხედავად იმისა, რომ ჟურნალისტისა და აქტივისტის ფუნქციები ურთიერთგამომრიცხავი არ არის (რაც ჩანს „ვიკილიქსის“^{xix} შემქმნელის - ჯულიან ასანჟის მაგალითზე, რომელიც თავს ჯერ აქტივისტად მიიჩნევს და შემდეგ - ჟურნალისტად), ცვლილებებისკენ მოწოდებამ, შეიძლება, საფრთხე შეუქმნას ჟურნალისტის რეპუტაციას და მის საარსებო წყაროს. გარდა ამისა, ბევრი ჟურნალისტი არ მიიჩნევს თავს აქტივისტად. ზოგიერთი ფიქრობს, რომ, უბრალოდ, საზოგადოების ინფორმირებას ცდილობს, აუდიტორიას სასარგებლო ფაქტებს აწვდის ან რაიმე საინტერესოს უზიარებს.

იმ ჟურნალისტებისთვის, რომლებიც თავიანთ საქმიანობას აღიქვამენ, როგორც საზოგადოებრივი სიკეთის ქომაგობას, ჩნდება კითხვა: კონკრეტულად რას გულისხმობს „საზოგადოებრივი სიკეთე“? ნიშნავს თუ არა ეს ლოკალური დასასვენებელი პარკის გაუმჯობესებისთვის ბრძოლას ან წიგნიერების ამაღლების პროგრამების მხარდაჭერას? არსებითად, განაპირობებს თუ არა ჟურნალისტის საზოგადოებრივი სიკეთის განცდა მათი სიუჟეტების ფოკუსირებას სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან საკითხებზე?

ზოგადად, საზოგადოებრივი სიკეთის კონცეფციას, როგორც ჩანს, მეტად მნიშვნელოვანი როლი აქვს სამოქალაქო ჟურნალისტიკაში, რომელშიც მედიის წარმომადგენლებს უფრო ახლო და აქტიური კავშირი აქვთ თემთან. მიუხედავად ამისა, კვლევები ცხადყოფს, რომ, სამოქალაქო ჟურნალისტიკაშიც კი, გაზეთების რედაქტორები ხშირად მეტად დაინტერესებულნი არიან საკითხის შესახებ დიალოგის ნახალისებით, ვიდრე საზოგადოების პრობლემების უშუალო გადაჭრით (ბოლო პერიოდში ეს ფუნქცია შეითავსა კონსტრუქციულმა ჟურნალისტიკამ, რომელსაც „გადაწყვეტილებების ძიების ჟურნალისტიკასაც უწოდებენ“).

რა თქმა უნდა, მრავალია ისეთი ჟურნალისტი, რომელიც მიიჩნევს, რომ მისი მოვალეობაა, ისაუბროს იმ უსამართლობებზე, რომლებიც ფიზიკურად და ემოციურად აზარალებს სხვებს, თუმცა, ნებისმიერი საკითხის გაშუქებისას საჭიროა, გახსოვდეთ, რომ თქვენმა მასალამ შეიძლება არა მხოლოდ ინფორმაცია მიანიჭოს მკითხველს, არამედ გამოიწვიოს მათი მოტივირება – უფრო აქტიურად ჩაერთონ სამოქალაქო ცხოვრებაში არჩევნებში ხმის მიცემის გზით ან შეცვალონ საკუთარი ყოველდღიურობა მეტი ჯანსაღი ჩვევით. შესაბამისად, თქვენ შეგიძლიათ პოზიტიური ცვლილებები გამოიწვიოთ ადამიანების ცხოვრებაში.

■ გართობა

ჟურნალისტის მოვალეობაა საზოგადოების გართობაც. რეალურად, გარდა ინფორმატორისა, ჟურნალისტის, როგორც გამართობის, როლი იმდენად მნიშვნელოვანია, რომ The New York Times-ის ძირითადი პრინციპია „საზოგადოების გაძლიერება მაღალი ხარისხის ახალი ამბების, ინფორმაციისა და გასართობი მასალის შექმნით, შეგროვებითა და გავრცელებით“.

■ ქცევა

დღევანდელ ციფრულ რეალობაში ნებისმიერი ეთიკური ნორმის დარღვევამ, შესაძლოა, სწრაფად შელახოს ჟურნალისტის რეპუტაცია და დაასრულოს მისი კარიერა. ჟურნალისტმა უნდა გამოიყენოს საფუძვლიანი განსჯის უნარი და მოიქცეს ყოველთვის პროფესიონალურად⁷.

ჟურნალისტისათვის პროფესიონალური საზღვრების გადაკვეთის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული საფრთხეა ზედმეტი სიახლოვე წყაროებთან. ზოგიერთ ჟურნალისტს მიაჩნია, რომ დასაშვებია წყაროს მხრიდან მიპატიჟება ან მასთან ერთად ყავის დალევა, მაგრამ, გახსოვდეთ, რომ ზოგიერთ გამოცემაში, როგორცაა The New York Times, ასეთი აქტივობა დაუშვებელია, თუ ეს აბსოლუტურ აუცილებლობას არ წარმოადგენს. უფასო საკვებზე უარესი დარღვევაა წყაროსგან ფულის ან საჩუქრის მიღება.



დაბოლოს: მითითებები ჟურნალისტებს

- გადაამოწმეთ თქვენი მასაღა;
- იყავით გამჭვიხვადე;
- წეხეთ გასაგებად;
- მოეხიდეთ ცხუ ბადანსს;
- წეხეთ თქვენი აუდიტოიისათვის;
- დააინტეხესეთ და გაამხიახუდეთ თქვენი მკითხველი;
- მოიქეცით პიოფესიონალუხად.

⁷ ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის ნორმების გაცნობის კარგი საშუალებაა „The New York Times-ის კომპანიის პოლიტიკა ჟურნალისტულაში ეთიკის შესახებ“.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Murray, M. D. (2000). *Writing to Deadline: The Journalist at Work*. Heineman, Hanover, ISBN: 978-0-325-00225-5;
- Raimes, A. & Jerskey, M. (2010). *Keys for Writers* (5th ed.), Cengage Learning, Canada, Wadsworth, ISBN-10: 0-495-79982-3;
- Reimold, D. (2013). *Journalism of Ideas: Brainstorming, Developing, and Selling Stories in the Digital Age*. (1st ed.). Routledge. Taylor and Francis. ISBN: 978-0-415-63466-3;
- Saleh, N., (2014). *The Complete Guide to Article Writing: How to Write Successful Articles for Online and Print Markets*. Penguin Publishing Group. ISBN:10:1599637340;
- Whitaker, W. R., Smith, D. D, Ramsey, J. E., (2019). *MediaWriting: Print, Broadcast, and Public Relations* (5th edition). ISBN 0-8058-4688-3;
- გერსამია მ., ტორაძე მ., ბანძელაძე მ., მედიაგარემო 2023: გამოწვევები პოლიტიკური პოლარიზაციისა და კრიზისების დროს, მედიის და კომუნიკაციის საგანმანათლებლო და კვლევითი ცენტრი „მედიახმა“;
- შამილიშვილი, მ. და წერეთელი, მ. (2020). „ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის შესავალი“, თბილისი;
- რეპკოვა, ტ. (2001); „ახალი დროება. პროფესიული გაზეთის შექმნა განვითარებადი დემოკრატიის პირობებში“, თბილისი;
- მაქსველ ჰამილტონი, ჯ. და კრიმსკი, ჯ. (2004) „ჩაეჭიდეთ პრესას“, 2004, თბილისი.



ნაწილი II

წერა

(გვარდები: 88-283)

- სანამ წერას დავიწყებდეთ
- სათაუხი და ქვესათაუხი
- დიდი
- აბზაცი
- დასკვნა
- ახალი ამბების ჟუჰნაღისტიკა
- ანაღიტიკუხი წერა
- ინტეხვიუ
- ფიჩეხი
- ხეპოხტაჟი

წერის სტილის ოთხ ძირითად ტიპს გამოყოფენ: განმარტებითს, აღწერითს, დამარწმუნებელსა და თხრობითს⁸. წერის თითოეული ეს სტილი გამოიყენება კონკრეტული მიზნისთვის. ამასთანავე, ერთი ტექსტი შეიძლება შეიცავდეს ერთზე მეტ წერის სტილს.

განმარტებითი წერა (Expository writing) არის მცდელობა, ახსნა გარკვეული მოვლენა ან თემა ავტორის აზრის გარეშე, ობიექტური ფაქტებისა და განცხადებების მოშველიებით. განმარტებითი წერის სტილი ძირითადად გვხვდება ახალ ამბებში, დარგობრივ მედიაპროდუქტებში (კულინარია, კოსმეტიკა, მედიცინა და სხვ.), სახელმძღვანელოებში, სამეცნიერო ნაშრომებში და სხვ.

აღწერითი წერა (Descriptive writing) მკითხველს აცნობს ამბავს, მოვლენას, პიროვნებას. ის უფრო თავისუფალი და შემოქმედებითი სტილია, რადგან აღწერის დროს მეტ თავისუფლებას გაძლევს – აჩვენო, ანუ დაეხმარო მკითხველს, წარმოიდგინოს ის, რასაც აღწერთ. მაგალითად, „გოგონამ ვაშლი ჩადო თავის კალათაში“ შეგიძლიათ ასე აღწეროთ: „სუსტი, ფერმკრთალი გოგონა დაიხარა და პრიალა, წითელი ვაშლი მოწნულ კალათაში ჩადო“. აღწერითი წერა გვხვდება წერით რეპორტაჟებში, პროფაილებში, მხატვრულ ტექსტებში, პოეზიაში, ესეებში, მითებსა თუ ზღაპრებში.

დამარწმუნებელი წერა (Persuasive writing) მიზნად ისახავს, დაარწმუნოს მკითხველი, შეუერთდეს ავტორის თვალსაზრისს. დამარწმუნებელი წერის სტილი სუბიექტური და ობიექტური ინფორმაციის ნაზავია და მოიცავს მოსაზრებებს, რომელიც გამყარებულია ფაქტებით და მტკიცებულებებით. დამარწმუნებელ ტექსტში მკითხველს ვაცნობთ თეზისს, აზრს და ვუხსნით, რატომ უნდა იფიქრონ ამ საკითხთან დაკავშირებით. ამ სტილის წერის მაგალითები შეიძლება შეგხვდეს რეკლამებში, საგაზეთო ან საჟურნალე სტატიებში, კამპანიურ გამოცემებში (ბროშურებში, „ფლაერებში“...)

თხრობითი წერა (Narrative writing), ჩვეულებრივ, მოიცავს დასაწყისს და დასასრულს და შეიძლება ჰქონდეს ნარატიული ელემენტები, როგორცაა პერსონაჟები, გარემო, კონფლიქტი, გადაწყვეტა და დიალოგი. ნარატიულმა წერამ შეიძლება შემოგვთავაზოს ერთ-ერთი პერსონაჟის თვალსაზრისი ან გამოიყენოს ყოვლისმცოდნე მთხრობელი. წერის ეს სტილი შეიძლება შეგვხვდეს რეპორტაჟში, პროფაილში, მხატვრულ ტექსტებში, რომანებში, მოთხრობებში, ბიოგრაფიულ ნაშრომებში. ცხადია, როცა კალამს ვკიდებთ ხელს, არ ვფიქრობთ, განმარტებით ტექსტს ვთხზავთ თუ აღწერითს, მაგრამ ის კი განსაზღვრული გვაქვს – რამე უნდა დავასაბუთოთ თუ უბრალოდ უნდა მოვყვით ან აღწეროთ.

8. Types of Writing Styles: Definitions and Example; 22.07.2022; <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-writing-styles>.

■ სანამ წერას დავიწყებლეთ

არსებობს მოსაზრება, რომ ჟურნალისტური განათლება საჭირო არ არის და ვისაც წერა შეუძლია, ყველა შეძლებს, აუდიტორიას მიაწოდოს ინფორმაცია პოლიტიკის, სამართლის, ეკონომიკის, ბიზნესის, ხელოვნების, მეცნიერების შესახებ. ცხადია, ამ მოსაზრების საწინააღმდეგო არაფერი გვაქვს – მედიაში ბევრი ისეთი რეპორტიორი წარმოჩენილა, რომელსაც ჟურნალისტური განათლება არ მიუღია, თუმცა უდიდესი წვლილი შეუტანია მის განვითარებაში, მაგრამ ისიც უნდა გავითვალისწინოთ, რომ პროფესიულ ენაზე დაწერილი მასალებიდან ბევრი არ არის მკითხველისთვის გასაგები და ასეთი მასალები ადრესატამდე თითქმის არ აღწევს. ჟურნალისტური წერის ტექნიკა კი სწორედ იმას ითვალისწინებს, რომ საბოლოო პროდუქტი მკითხველისთვის გასაგები და ადვილად გასააზრებელი იყოს. ამიტომ:

მასალის წერა იწყება იქამდე, ვიდრე ხელში კალამს ავიღებთ ან კომპიუტერს მივუსხდებით. წერის დაწყებამდე წინასწარ უნდა გავიაზროთ რამდენიმე ფაქტორი და დავსვათ კითხვები:

- ღირს თუ არა ამ მასალაზე მუშაობა?
- რას ვიტყვით ახალს?
- რა მიზანს უნდა მიაღწიოს ჩვენმა პროდუქტმა?
- რამდენად არის ეს თემა ორიგინალური, აქტუალური?
- იმსახურებს თუ არა პრობლემა/თემა განზოგადებას?
- ვინ არის მკითხველი, ვისთვის ვწერთ?
- რომელ ჟანრში სჯობს, დავწეროთ, რომელი უფრო კარგად წარმოაჩენს ჩვენს სათქმელს?
- გვაქვს თუ არა საკმარისი ცოდნა ამ მასალის დასაწერად?
- მიგვინვდება თუ არა ხელი საკმარის და საჭირო წყაროებზე?

ოპერატიულობა და მასალების სიმწირე ხშირად ამ საკითხებზე დაფიქრების საშუალებას არ იძლევა, მაგრამ, თუ ამ კუთხით მივუდგებით ნებისმიერი მასალის მომზადების პროცესს, სულ მალე გამოგვიმუშავდება სწრაფად გააზრების უნარი – ერთიანობაში დავინახოთ, რამდენად ღირებული პროდუქტის შექმნას ვაპირებთ. მას შემდეგ, რაც დავრწმუნდებით, რომ სწორად განვსაზღვრეთ სამიზნე აუდიტორია და გვაქვს საკმარისი მონაცემები იმისთვის, რომ ვწეროთ, შეგვიძლია, მოვემზადოთ მასალის საწყისი ნაწილისთვის.

საწყის ეტაპზე (თუ ეს არ არის ახალი ამბავი, ე. წ. news), უკვე უნდა გვქონდეს მოკლედ ჩამოყალიბებული თეზისი – რისი თქმა გვინდა მკითხველისთვის, უნდა გვესმოდეს მთავარი არსი იმ ტექსტისა, რომლის დაწერასაც ვაპირებთ. ეს საშუალებას მოგვცემს, სისტემაში მოვიყვანოთ ჩვენ მიერ მოპოვებული ინფორმაციები და დავალაგოთ არგუმენტები.

სათაური და ქვესათაური

მას შემდეგ, რაც გაჩნდება იდეა და კარგად გავაანალიზებთ, ღირს თუ არა ამ მასალის მიწოდება აუდიტორიისთვის, განვსაზღვრავთ, რატომ ვწერთ სტატიას, გამოვკვეთთ კონტურებს, რამდენად საინტერესოა ეს კონკრეტული მასალა მკითხველისთვის, მოვიძიებთ შესაბამის წყაროებსა და რესპონდენტებს, ჩავწერთ ინტერვიუს და შევავროვებთ დოკუმენტებს, გადავამოწმებთ ინფორმაციასა და წყაროებს, ჩამოვყალიბებთ თეზისს და დავადგენთ, რა ფორმით იქნება უმჯობესი ინფორმაციის მიწოდება, იწყება ყველაზე რთული პროცესი – წერა.

ჟურნალისტთა ერთი ნაწილი წერას იწყებს პირდაპირ სათაურით, მეორე ნაწილისთვის კი ჯერ საჭიროა, წინ ედოს დაწერილ-დამუშავებული ტექსტი და სათაური მხოლოდ ამის შემდეგ შექმნას. ორივე მეთოდი გამართლებულია და საკმაოდ დაფიქრებას მოითხოვს – როგორ მოაქციო რამდენიმე სიტყვაში ტექსტის მთავარი სათქმელი, მოკლედ და ლაკონურად გადმოსცე მთავარი იდეა.

რა არის სათაური?

„დედამინაზე ყველაფერს აქვს თავისი სახელი, რითიც ამა თუ იმ საგანს, მოვლენას, პროცესს აღვწერთ. სათაურიც იგივე სახელია – იმ ტექსტის სახელი, რომლის შექმნა რუტინაცაა და შემოქმედებაც. სათაური არის ავტორის საკუთრება და ტექსტის სახელდებაც მისი პრეროგატივაა, რადგან „მან კარგად იცის, რისთვის, რატომ, რა მოტივებით შეიქმნა ტექსტი. გაცნობიერებული აქვს მისი არსი, ფუნქცია, დანიშნულება, აზრი (ყოველ შემთხვევაში, რამდენადაც ეს შესაძლებელია...). ენის ქაოსიდან ავტორი ქმნის ტექსტს, ანიჭებს მას სიცოცხლეს და დამოუკიდებლობას და აუცილებლად აძლევს სახელს (სათაურს)“ (ბარბაქაძე, 2012).

ნ. ცეცხლაძე და მ. ხახუტაიშვილი ასახელებენ სათაურთა შემდეგ ფუნქციებსა და თვისებებს: სათაურს ეკისრება მკითხველის:

1. პირდაპირი და უშუალო ინფორმირება („სილამაზიდან შიდსამდე“...);
2. დაინტერესება („ჩვენ ვავროვებთ, დაავროვებთ თქვენც“...);
3. აზროვნების გააქტიურება („თუ გწამს, რომ იესომ თავისი სიკვდილით სიკვდილი დათრგუნა, მაშ, რა გატირებს, ადამიანო?“...).

ავტორები აქვე საუბრობენ სათაურის შემდეგ მახასიათებლებზე: „ა) **ტექსტთან ბმა** – სათაური უნდა უკავშირდებოდეს ძირითად სათქმელს პირდაპირი ან ირიბი გზით; ბ) **ლაკონიურობა** – სათაური უნდა იყოს მოკლე, ტევადი, სხარტი, მოქნილი; გ) **ინფორმაციულობა** – სათაური ამომწურავად უნდა გადმოგვცემდეს ნაშრომის იდეას; დ) **ინტერესის აღძვრა** – უნდა აღძვრას ინტერესი, მაგრამ არ უნდა იყოს სკანდალური“ (ცეცხლაძე, ხახუთაიშვილი, 2014, გვ. 74)⁹.

ცხადია, მედიატექსტების სათაურებს კიდევ სხვა განმასხვავებელი ნიშნებიც აქვს, რაც, მაგალითად, სკანდალურობას, ინტრიგის დატოვებას და სიყვითლეს არ გამორიცხავს.

ქვემოთ ჩვენ ვისაუბრებთ მედიისთვის დამახასიათებელ სათაურებზე. უნდა გვახსოვდეს, რომ, **თუ სათაური მხატვრულ ლიტერატურას არ ეხება, სჯობს, იგი ეყრდნობოდეს ფაქტობრივ ინფორმაციას, რეალურ მოვლენებს ან რეალურ ადამიანებს.** საუკეთესო სათაური ჟურნალისტური პროდუქციისთვის უნდა იყოს პირდაპირი და უპასუხოს შეკითხვას, რას მიიღებს მკითხველი თქვენი პროდუქციიდან. დღეისათვის მედია, გარდა ტრადიციული ჟანრებისა, თანამედროვე ტექსტებსაც იყენებს, რომელთა სათაურებიც, შესაძლოა, სხვადასხვა კლასიფიკატორის მიხედვით დავაჯგუფოთ.

რა ფუნქცია აქვს სათაურს?

სათაურის მიზანია, ზღვა ინფორმაციიდან გამოარჩიოს მთავარი და მიიტანოს მკითხველამდე. ის არის ერთგვარი რეკლამა, შეჯამება, ტექსტის გზამკვლევი, რასაც უდიდესი გავლენა აქვს საზოგადოებაზე. წლების წინ ერთი ჩვეულებრივი გაზეთის ფურცლებზე გამოქვეყნებული მასალა, რომელიც სოხუმის დაცემის შემდეგ რუსეთის ე. წ. „სამშვიდობო“ ჯარების ენგურის ხიდზე ჩადგომას ეხმიანებოდა, ავტორმა ასე დაასათაურა: „მშვიდობით, იარაღო“ თუ მშვიდობა იარაღით?“. ეს ხუთსიტყვიანი სათაური, რომელიც სიტყვათა თამაშზეა აგებული, ასე გადადის წლიდან წლამდე და თავს გვახსენებს, ერთი მხრივ, როგორც რაციონალური გამოსატყულება იმ ტრაგიკული მოვლენებისა, რაც მაშინ საქართველოს თავზე ტრიალებდა, და, მეორე მხრივ, როგორც მახვილგონივრულად მიგნებული ძაფის წვერი, რომელზეც დღემდე იხვევა მეხსიერებაში მყარად ჩარჩენილი მაგალითები ადამიანური ტრაგედიის პოლიტიკური თამაშის იარაღად ქცევისა.

კარგი სათაურისთვის ავტორები განსხვავებულ ხერხებს მიმართავენ. როგორი შეიძლება იყოს კარგი სათაური? ორიგინალური, სხარტი, კრეატიული... მან რაღაც უნდა თქვას ტექსტზე და, ამავე დროს, არ უნდა თქვას ყველაფერი. უნდა შეაჯამოს ტექსტის არსი და, ამავე დროს, სააზროვნოც დაუტოვოს მკითხველს. სწორედ სათაური განსაზღვრავს, წაიკითხება თუ

9. ნ. მახაჩაძე; „სათაურის სინტაქსური მოდიფიკაცია პუბლიცისტურ ტექსტებში“; დისერტაცია ფილოლოგიის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად, 2020, https://www.bsu.edu.ge/text_files/ge_file_13530_1.pdf

არა ტექსტი. მედიის მკვლევარი მ. ნადარეიშვილი ნაშრომში „სათაურის მრავალსახეობა ამერიკულ პრესაში“ (1999) გამოკვეთს ამერიკელი მეცნიერების მიერ დაჯგუფებულ სამი ტიპის სათაურს:

- პირდაპირი;
- სიტყვათა თამაშზე აგებული;
- მკითხველის ერუდიციაზე აგებული.

მედიაში სამივე ტიპის სათაური გვხვდება, თუმცა მათ შორის პირველს მეტი წილი აქვს, რადგან მას ძირითადად ახალ ამბებში ვხვდებით და იგი არ მოითხოვს დიდ დროს დაფიქრებისთვის.

რაც შეეხება ფუნქციას, კარგი სათაური ერთგვარი გზამკვლევაა ინფორმაციის მორევში და ეხმარება მკითხველს – აარჩიოს ის მასალა, რომელიც აინტერესებს. თუმცა მას სხვა დატვირთვებიც აქვს:

- მკითხველის პირდაპირ და უშუალოდ ინფორმირება;
- მკითხველის დაინტრიგება-დაინტერესება;
- მკითხველის აზროვნების აქტუალიზაცია.

მკითხველის პირდაპირ და უშუალოდ ინფორმირებაში გამოყოფენ თხრობითი და კითხვითი წინადადებებით გადმოცემულ სათაურებს. თხრობით სათაურს აქვს ინფორმირების ფუნქცია, ხოლო კითხვითი – ინფორმაციულობასთან ერთად, ემოციურ და აპელირების ფუნქციასაც ითავსებს. პირდაპირ და უშუალოდ ინფორმირება შეიძლება სხვადასხვა კრიტერიუმით გაიმიჯნოს (ნადარეიშვილი, 1999, გვ. 8):

- პირდაპირი სათაური;
- სათაური ციტატა;
- სათაური-მიმართვა;

V პიხდაპიხი სათაუხი

პირდაპირი სათაურის ფორმა, უმეტესწილად, ახალ ამბებში გვხვდება, მას აქვს ინფორმაციული დატვირთვა, და მთავარი ამბავი, ხშირად, ერთი მოკლე წინადადებით არის გამოხატული; ასეთი სათაურის შემდეგ მკითხველმა, შესაძლოა, ტექსტის დანარჩენი ნაწილი არც წაიკითხოს, მაგრამ მთავარი ამბის შესახებ წარმოდგენა მაინც შეექმნება. მაგალითად: „800-ზე მეტმა ჩინოვნიკმა აშშ-სა და ევროპაში ხელი მოაწერეს წერილს, რომელიც აპროტესტებს

მათი მთავრობების მიერ ისრაელის მხარდაჭერას“ (New York Times)¹⁰, „კინემატოგრაფისტები კულტურის სამინისტროსთან აქცია-პერფორმანსს გამართავენ“ („პუბლიკა“)¹¹, „ოჯახი სოცდაუცველია – აღსრულების ბიურომ დღეს ჩანიშნული გამოსახლება გადადო“ („პუბლიკა“)¹² და სხვ. დაინტერესებული მკითხველი სათაურის ნაკითხვის შემდეგ გაეცნობა დანარჩენ ინფორმაციას, მაგალითად, რა არგუმენტები აქვთ ამერიკელ და ევროპელ ჩინოვნიკებს მიღებული გადაწყვეტილების გასამყარებლად, რას ამბობენ ისინი ისრაელ-პალესტინის დაპირისპირებაზე, რა აქცია-პერფორმანსს მართავენ კინემატოგრაფისტები, როდის გამართება აქცია, რას ისახავს მიზნად და ა. შ.

პირდაპირი სათაური ხშირად ზმნის გარეშეც შეიძლება შეგვხვდეს. მაგალითად: „ოთარ იოსელიანის ფილმების რეტროსპექტივა ეროვნული არქივის კინოთეატრში“ („netgazeti.ge“)¹³, „პეტიცია გიორგი ხასაიასა და კაკო ჩიქობავას მხარდასაჭერად“ („პუბლიკა“)¹⁴ და სხვ. ასეთ შემთხვევაში ზმნა იგულისხმება და აზრი გასაგებია. პირველ მაგალითში გამოტოვებულია სიტყვა „გამართება“, ხოლო მეორეში – „შედგა“. თუმცა ინფორმაციის არსი სრულიად ცხადია და მკითხველის ყურადღება აბსოლუტურად სწორად მიემართება იმ ამბისკენ, რომელზეც მედიასაშუალება საუბრობს.

ახალი ამბების სათაურში უმჯობესია, მოქმედება ჩანდეს და დინამიკური იყოს.

გარდა ახალი ამბებისა, პირდაპირი სათაური შეიძლება ანალიზშიც შეგვხვდეს – ავტორმა მიიჩნოს, რომ სწორედ სათაურია ის კომპონენტი, რომლითაც პირდაპირ უნდა უთხრას მკითხველს, რას გამოიწვევს პრობლემა, რომელზეც მასალაშია საუბარი. მაგალითად, პუბლიკაციაში „არა კამარა ჰესს“ – ყაზბეგში მოსახლეობა ჰესის მშენებლობას ეწინააღმდეგება“ („პუბლიკა“)¹⁵ ავტორი, მიუხედავად იმისა, რომ მსჯელობს პრობლემაზე და დაცული აქვს ბალანსი ჰესის მშენებლობის მომხრეთა და მოწინააღმდეგეთა მოსაზრებების გამოყენებით, უპრიანად მიიჩნევს, სათაურში გამოიტანოს სწორედ ის პოზიცია, რომელიც

10. Over 800 officials in the U.S. and Europe signed a letter protesting their governments' support of Israel. 2.02.2024

<https://www.nytimes.com/>

11. „კინემატოგრაფისტები კულტურის სამინისტროსთან აქცია-პერფორმანსს გამართავენ“, „პუბლიკა“, 31.01.2024

<https://publika.ge/kinematografistebi-kulturis-saministrostan-aqcia-performanss-gamartaven/>

12. „ოჯახი სოცდაუცველია - აღსრულების ბიურომ დღეს ჩანიშნული გამოსახლება გადადო“, „პუბლიკა“, 24.01.2024, <https://publika.ge/post/page/13/>

13. ბ. ოჩონიკიძე; „ოთარ იოსელიანის ფილმების რეტროსპექტივა ეროვნული არქივის კინოთეატრში“, 2.02.2024, <https://netgazeti.ge/news/707672/>

14. პეტიცია გიორგი ხასაიასა და კაკო ჩიქობავას მხარდასაჭერად, „პუბლიკა“, 30.01.2024, <https://publika.ge/peticia-giorgi-khasaiasa-da-kako-chiqobavas-mkhardasacherad/>

15. „არა კამარა ჰესს“ - ყაზბეგში მოსახლეობა ჰესის მშენებლობას ეწინააღმდეგება“, „პუბლიკა“, 30.11.2023, <https://publika.ge/article/ara-kamara-hess-yazbegshi-mosakhleoba-hesis-msheneblobas-ewinaaghmdgeba/>

ჰესის მონინააღმდეგეებს აქვთ. აქ შეიძლება გაჩნდეს კითხვა – არის თუ არა ამგვარი სათაური ჟურნალისტის პოზიციის გამოხატველი? რადგანაც პუბლიკაციაში მსჯელობა არგუმენტირებულია და მასალა ეყრდნობა ახალ ამბავს (მოსახლეობის პროტესტს), სათაური ავტორის პოზიციის გამოხატულებად ვერ მიიჩნევა.

განვიხილოთ კიდევ ერთი მაგალითი: ონლაინგამოცემა „პუბლიკა“ აქვეყნებს სტატიას სათაურით: „აქციაზე მოქალაქეების დაკავებისა და დაჯარიმების პრაქტიკა – საფრთხე გამომხატვის თავისუფლებისთვის“¹⁶; სათაური მიუთითებს, რომ მასში საუბარი იქნება ბოლო დროს გავრცელებულ პრაქტიკაზე – აქციების დროს მოქალაქეების დაკავებასა და დაჯარიმებაზე. პუბლიკაციის პირველი ნაწილი გვაჩვენებს მოქალაქეთა დაკავებისა და დაჯარიმების ქრონოლოგიას, შემდეგ კი, ექსპერტებისა და სხვადასხვა ქართული და უცხოური ორგანიზაციების მასალებსა და მოსაზრებებზე დაყრდნობით, მიდის დასკვნამდე, რომ აქციის მონაწილეთა დასჯის ეს მეთოდი საფრთხეს უქმნის გამომხატვის თავისუფლებას.

ამდენად, პირდაპირი სათაურის გამოყენება არის ყველაზე გავრცელებული ხერხი, რომლითაც აუდიტორიის მიზიდვა მარტივია და რომელიც მკითხველის დიდი ნაწილის ყურადღებას იპყრობს.

✓ სათაუხი ციტატა

შეიძლება ითქვას, რომ პირდაპირი სათაურის ეს ფორმა ქართულ მედიაში ყველაზე გავრცელებულია. ამგვარი სათაურის მოფიქრებას თითქოს დიდი ძალისხმევა არ სჭირდება. ტექსტზე მუშაობის დასრულების შემდეგ, ავტორი:

- **მოარგებს ტექსტს გამოჩენილი ადამიანის, მწერლის, ფილოსოფოსის, საზოგადო მოღვაწის გამონათქვამს და მკითხველისთვის გასაგებია, რაზე შეიძლება იყოს საუბარი ტექსტში;**
- **რესპონდენტის კომენტარიდან ამოიღებს ციტატას, რომელიც მასალის არსს ნათლად გამოხატავს და გამოაქვს სათაურში;**

მაგრამ საქმე ასე მარტივადაც არ არის. ჟურნალისტმა ზუსტად უნდა გაიაზროს რესპონდენტის მოსაზრების მთავარი ასპექტები და უნდა შეარჩიოს ერთი, ყველაზე ნათელი, ლაკონური და

16. „აქციაზე მოქალაქეების დაკავებისა და დაჯარიმების პრაქტიკა - საფრთხე გამომხატვის თავისუფლებისთვის“, „პუბლიკა“, 21.11. 2023, <https://publika.ge/article/aqciaze-moqalaqeebis-dakavebisa-da-dajarimebis-praqtika-saftrkhe-gamokhat-vis-tavisuflebitvis/>

ცოტა დამაინტრიგებელი ფრაზა. არ უნდა დაგვაზინყდეს, რომ მთავარი ის კი არაა, რამენაირი სათაური შევუსაბამოთ ტექსტს, მთავარია ტექსტის არსი და ის, რომ მკითხველი დავაინტერესოთ მომზადებული მასალით. ამ ტიპის სათაურები ხშირად მყვირალა და სკანდალურია, მაგრამ აქვე უნდა გავითვალისწინოთ, **რომ მყვირალა სათაური ჟურნალისტიკისთვის ცოდვა არაა**, მით უფრო მაშინ, თუ ფრაზა ზუსტად გადმოსცემს რესპონდენტის ან წყაროს კომენტარს.

მიუხედავად იმისა, რომ ციტატის სათაურში გამოტანა ნაკლებ პასუხისმგებლობას აკისრებს ჟურნალისტს, რადგან სიტყვები რესპონდენტს ეკუთვნის, სიფრთხილე აქაც საჭიროა – **პასუხისმგებლობიანი და ზნეობრივი ადამიანი (ჟურნალისტიც ისეთი ხარ, როგორც – ადამიანი) აუცილებლად გაითვალისწინებს კონტექსტს და სენტენციას: „არ ავნო!“** და ამის შემდეგ გადაწყვეტს, გაიტანოს თუ არა სათაურში ფრაზა, რომელმაც, შესაძლოა, პირდაპირ ან ირიბად ზიანი მიაყენოს ადამიანს ან გარემოს. ცხადია, აქ ჟურნალისტს სხვის ნაცვლად აზროვნებას არავინ ავალებს, მით უფრო, რომ ცნობილია – ის იღებს ყველაფერს, რაც ცუდად დევს, მაგრამ პასუხისმგებლობა, ჩვენი აზრით, სწორედ ამას ნიშნავს – არ მალავ, სააშკარაოზე გამოგაქვს ყველაფერი, ოღონდ ზოგიერთ შემთხვევაში (მაგალითად, როცა საქმე ეხება ეთიკური ნორმების დარღვევას სხვადასხვა მონყვლადი ჯგუფის მიმართ), არჩევ სიტყვას, ტონს და უფრთხილდები ადამიანებს. **ამ დროს ჟურნალისტი იცავს არა ფრაზის ავტორს, არამედ იმ ადამიანს, ვისი უფლებებიც დაირღვა ან, შესაძლოა, დაირღვეს.**

ეს რეკომენდაცია

სარედაქციო დავალების შესრულებისას ერთ ძალზე ცნობილ პოეტთან მომიწია ინტერვიუს ჩაწერა. ეს პოეტი მაშინ პოლიტიკურ ორგანიზაციას ედგა სათავეში და ღიად გამოხატავდა მაშინდელი ხელისუფლებისადმი მხარდაჭერას.

ინტერვიუს დროს რესპონდენტი უხეშად არღვევდა ყველა ოპონენტის უფლებებს, მაგრამ განსაკუთრებით ბილწსიტყვაობდა ერთი ოპოზიციონერი ქალის მიმართ. მიუხედავად იმისა, რომ რამდენჯერმე ვთხოვე – თავი შეეკავებინა, მისი აგრესია არ აღმოჩნდა ადვილად დასამორჩილებელი (ის პრინციპულად არ მიიჩნევდა ქალს მოაზროვნე არსებად).

ინტერვიუს გაშიფვრის დროს ის ეპიზოდები, სადაც ჩემი რესპონდენტი ქალი პოლიტიკოსის პირად სივრცეს არღვევდა და მის მიმართ შეურაცხმყოფელ გამონათქვამებს იყენებდა, შეგნებულად ამოვიღე – მაშინაც ვფიქრობდი და ახლაც დარწმუნებული ვარ, რომ ამ გამონათქვამებს საქმესთან კავშირი არ ჰქონდა და არც საჭარო ინტერესი არსებობდა, გაეგოთ, რას ფიქრობდა პოეტი კონკრეტულ ქალზე. ამიტომაც გამოვტოვე საუბრის ეს ნაწილი.

ჩემი აზრით, ამით პატივი ვეცი იმ ადამიანს, ვისი უფლებაც ჩემმა რესპონდენტმა დაარღვია.

სათაური ციტატა გვხვდება როგორც ახალ ამბებში, ისე სტატიებში, ინტერვიუებსა და პროფაილებში.

ვნახოთ, როგორ იყენებს ამგვარ სათაურებს მედია ახალ ამბებში: „კობალაძე: საავტორო უფლებათა ასოციაციაში არანაირი ფინანსური დარღვევა არ არსებობს“ („პუბლიკა“)¹⁷, „ზურაბიშვილი: ჩვენმა საერთო მომავალმა და უსაფრთხოებამ დღეს დიდი ნაბიჯი გადადგა წინ“ („რეზონანსი“)¹⁸, „აშშ-ის სახელმწიფო მდივნის მოადგილე: რუსეთს სიურპრიზები ელოდება, უკრაინას – წარმატება“ (პუბლიკა)¹⁹, „ქართულის სწავლას ხელს უშლის ისიც, რომ მას ვერ ვიყენებთ“ – ერნა შკოიანი ნინოწმინდიდან“ (netgazeti.ge)²⁰.

თუ დავაკვირდებით, ციტატიანი სათაურის შემთხვევაში, უმეტესწილად, ნახსენებია ის პირი, ვის ფრაზასაც ვიყენებთ, თუმცა არის კიდევ ერთი ფორმა, როცა ციტატას მოჰყვება მცირე განმარტება, თუ რას ეხება მასალა. მაგალითად: „ეს ფილმი ქართულ საზოგადოებაში აფხაზად ყოფნაზეა“ – ანა ძიაპშიპას „ავტოპორტრეტი ზღვარზე“²¹ (netgazeti.ge) – ამ სათაურში ნახსენებია როგორც ციტატის ავტორი, ასევე თემა, რომელზეც ის მასალაში საუბრობს. „ფსიქიატრიულში იწვა. მაშინაც კაცი დაჭრა... ახლა გამოვიდა, უწყინარ მეზობელს იარაღი ესროლა და იქვე მოკლა“ – რას ამბობენ მეზობლები გუშინ მომხდარ ტრაგედიაზე?“ („რეზონანსი“)²² – მასალა არის ჩადენილი დანაშაულის შესახებ დამატებითი ინფორმაციის მოპოვების მცდელობა და ეყრდნობა ანონიმი „მეზობლების“ ინფორმაციას, რაც ბოლო დროს მედიაში ერთგვარ „ტრენდად“ იქცა.

ციტატიან სათაურებზე საუბრის დროს გვერდს ვერ ავუვლით სოციალურ ქსელებში გამოქვეყნებული სტატუსების ინფორმაციად ქცევის ტენდენციას. ამგვარი ტენდენცია უცხოეთშიც შეინიშნება და ხშირად პრეზიდენტების ან მნიშვნელოვანი პოლიტიკური ფიგურების მიერ twitter-ზე, Instagram-ზე, facebook-ზე ან სხვა სოციალურ ქსელში დადებულ

17. „კობალაძე: საავტორო უფლებათა ასოციაციაში არანაირი ფინანსური დარღვევა არ არსებობს“, „პუბლიკა“, 02.02.2024. <https://publika.ge/kobaladze-saavtoro-uflebata-asociaciashi-aranairi-finansuri-darghveva-ar-arsebobs/>;

18. „ზურაბიშვილი: ჩვენმა საერთო მომავალმა და უსაფრთხოებამ დღეს დიდი ნაბიჯი გადადგა წინ“, „რეზონანსი“, 01.02.2024, http://www.resonancedaily.com/index.php?id_rub=4&id_artc=198091;

19. „აშშ-ის სახელმწიფო მდივნის მოადგილე: რუსეთს სიურპრიზები ელოდება, უკრაინას – წარმატება“, „პუბლიკა“, 01.02.2024, <https://publika.ge/ashsh-is-sakhelmwifo-mdivnis-moadgile-rusets-siurprizebi-elodeba-ukrainas-warmateba/>;

20. ნ. კახნიაშვილი, „ქართულის სწავლას ხელს უშლის ისიც, რომ მას ვერ ვიყენებთ“ – ერნა შკოიანი ნინოწმინდიდან“, 22.01.2024, <https://netgazeti.ge/opinion/705812/>;

21. ნ. კახნიაშვილი, „ეს ფილმი ქართულ საზოგადოებაში აფხაზად ყოფნაზეა“ – ანა ძიაპშიპას „ავტოპორტრეტი ზღვარზე“, ნეტგაზეთი, <https://netgazeti.ge/news/704740/>;

22. ე. პაპოშვილი, „ფსიქიატრიულში იწვა. მაშინაც კაცი დაჭრა... ახლა გამოვიდა, უწყინარ მეზობელს იარაღი ესროლა და იქვე მოკლა“ - რას ამბობენ მეზობლები გუშინ მომხდარ ტრაგედიაზე?, „რეზონანსი“, 01.02.2024, http://www.resonancedaily.com/index.php?id_rub=5&id_artc=198122.

სტატუსს ახალი ამბის სახით აწვდიან აუდიტორიას. უცხოურ მედიაში ამ ტიპის ინფორმაცია გარკვეულ სტანდარტებში ექცევა: სათაურში მოცემულია სტატუსის ავტორი და ციტატა სტატუსიდან, ხოლო ტექსტში – დამატებითი ინფორმაცია ან ანალიზი, რასაც ახლავს სტატუსის ლინკი, ან ე. წ. „სქრინი“. მაგალითად, „გარდიანის“ მასალაში – „აზერბაიჯანის პრეზიდენტი ტვიტერის საშუალებით სომხეთს ომით ემუქრება“ (The Azerbaijan’s president threatens war with Armenia via Twitter)²³ – გაანალიზებულია ილჰამ ალიევის მიერ 2014 წელს twitter-ზე გამოქვეყნებული სტატუსების სერია მთიანი ყარაბაღის კონფლიქტის შესახებ. სტატიაში საუბარია ამ ორი ქვეყნის საერთო ისტორიულ წარსულზე, კონფლიქტის წარმოშობის მიზეზებზე, შეტაკებების დროს დაღუპულ ადამიანთა სტატისტიკაზე და უახლოეს წარსულში (წინა კვირაში) განვითარებულ მოვლენებზე. ამავე მასალაში გამოყენებულია ციტატა სომხეთის თავდაცვის მინისტრის განცხადებიდან და ციტატები კონფლიქტის რეგიონში მცხოვრები სომეხი მოქალაქის ინტერვიუდან, ასევე საუბარია ამერიკისა და რუსეთის რეაქციაზე ამ მოვლენებთან დაკავშირებით. სტატუსს ახლავს ყველა გამოყენებული წყაროს ლინკი და სტატუსების „სქრინები“.

განვიხილოთ კიდევ ერთი მაგალითი, რომელსაც ჟურნალი „ნიუ იორკერი“ აქვეყნებს. პუბლიკაციაში „ტრამპის რასისტული ტვიტები და შეკითხვა, თუ ვისი ადგილია ამერიკაში“ (Trump’s Racist Tweets, and the Question of Who Belongs in America)²⁴, ავტორი თხრობას იწყებს მის, როგორც აზიური წარმოშობის ამერიკელის, შესახებ და ამ გამოცდილებას უკავშირებს ტრამპის „ტვიტებს“, რომელიც შეეხებოდა ამერიკის კონგრესის წევრ ოთხ ქალს, რომლებზეც მაშინდელი პრეზიდენტი წერდა: „დაბრუნდნენ იმ ქვეყანაში, საიდანაც მოვიდნენ“. სტატიაში დამონშებულია ტრამპის სტატუსები, ამასთანავე იდეური ხაზია გავლებული ამ რიტორიკასა და იმ მოვლენებს შორის, რომლებიც მაშინ ამერიკაში ხდებოდა. ანუ ავტორს ბრმად კი არ გადმოაქვს სტატუსი პოზიტიური ან ნეგატიური განწყობის შესაქმნელად, არამედ აჩვენებს პრობლემას და ასაბუთებს მოსაზრებას, რომ მსგავსი საუბრით ტრამპი საკუთარ ქვეყანაში აღვივებს რასისტულ ტენდენციებს და ამიტომაც იქ მცხოვრებ ემიგრანტებს უჩნდებათ კითხვა – ოდესმე თუ დადგება დრო, როცა სხვადასხვა წარმოშობის ადამიანები ამ ქვეყნის სრულფასოვანი მოქალაქეები იქნებიან და ვინ უნდა მიიღოს ეს გადაწყვეტილება?

რაც შეეხება ქართულ მედიას, აქაც ხშირია სტატუსის გადმოტანა ინფორმაციის ველში. ეს მეთოდი თითქმის ყველა ონლაინ მედიასაშუალებას (ზოგჯერ ტრადიციულ მედიასაც) კარგად აქვს ათვისებული, თუმცა არის სხვაობა პასუხისმგებლობიან მედიასა და ე. წ. „კლიკებზე“

23. John Crace; Azerbaijan’s president threatens war with Armenia via Twitter; The Guardian; 7.08;2014; https://www.theguardian.com/world/2014/aug/07/azerbaijan-president-threatens-war-armenia-twitter?fbclid=IwAR2K5NUXXWsNrrEvyGRXgWZgDYsw77kojgDvzv_v_k5UtxjarV8M4EDsqTbw;

24. Michael Luo; Trump’s Racist Tweets, and the Question of Who Belongs in America; The New Yorker 15.07.2019.

ორიენტირებულ გვერდებს შორის (რომელსაც მკვლევრები ბოლო პერიოდში მედიას აღარც უწოდებენ, თუმცა აუდიტორიის ნაწილისთვის ჯერ კიდევ ძნელი გასარჩევია სანდო და ნაკლებსანდოობით გამორჩეული გვერდები). მაგალითად, „ნეტგაზეთი“ პუბლიკაციაში „მარკ ცუკერბერგი ხელოვნური ინტელექტის შესაქმნელად მუშაობას იწყებს“²⁵ მოყვანილია ცუკერბერგის ფბ-სტატუსი და იქვე გაანალიზებულია შინაარსი. მასალას ახლავს სტატუსის „სქრინი“.

სხვა მაგალითში – „დანესებულებებში ტემპერატურის გაზომვის მოთხოვნა გადასახედია“ – ინფექციონისტი მაია ბუნაშვილი“ (bm.ge) – მთლიანადაა გადმოტანილი ინფექციონისტის მოსაზრება, რომელსაც წინ მხოლოდ მოკლე პერიფრაზი უძღვის: „ვფიქრობ, დანესებულებებში შესვლისას ტემპერატურის გაზომვის მოთხოვნა გადასახედია. ამ მეთოდმა, ინფექციის კონტროლის კუთხით, ისედაც დიდად არ გაამართლა, მაგრამ ამ პირობებში მნიშვნელობა საერთოდ დაკარგა, რადგან ომიკრონით ინფიცირებულებს ტემპერატურა ხშირად საერთოდ არ აქვთ. დანესებულებებს კი ერთი დამატებითი და, ფაქტობრივად, უსარგებლო კადრის საჭიროება მოეხსნებათ“, – წერს მაია ბუნაშვილი ფეისბუქ გვერდზე²⁶. მასალას არ ახლავს არც დამადასტურებელი ლინკი და არც ე. წ. „სქრინი“.

ზემოთ მოყვანილი მაგალითებით იმის თქმა გვინდა, რომ სოციალურ ქსელებში გამოქვეყნებული სტატუსები (თუ ისინი პირის ოფიციალურ გვერდზე ქვეყნდება და მათი ნამდვილობა ეჭვს არ იწვევს) შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ციტატად სათაურში (ავტორის მითითებით) და წყაროდ – მასალაში, თუმცა უმჯობესი იქნება, თუ მას მოჰყვება სათანადო მსჯელობა და ანალიზი, რა პრობლემას უსვამს ხაზს სტატუსი.

✓ სათაური მიმაჩთვა

სათაური მიმართვა მედიატექსტებში – განსაკუთრებით ახალ ამბებსა და ტრადიციულ ანალიზში – ნაკლებად გამოიყენება, თუმცა ეს ფორმა შეიძლება შეგვხვდეს პუბლიცისტურ სვეტებში, მოსაზრებებში, ბლოგებში, ესეებსა თუ პროფაილებში, იქ, სადაც ჟურნალისტის მოსაზრების ხვედრითი წილი მეტია.

მაგალითად, New York Times-ის მესვეტე ტიმ ჰერერა, რომელიც Washington Post-ის ჟურნალისტი

25. გ. გიუნაშვილი, „მარკ ცუკერბერგი ხელოვნური ინტელექტის შესაქმნელად მუშაობას იწყებს“, „ნეტგაზეთი“, 28.01.2016. <https://netgazeti.ge/technology/92268/>;

26. მ. იზოხია, „დაწესებულებებში ტემპერატურის გაზომვის მოთხოვნა გადასახედია“ - ინფექციონისტი მაია ბუნაშვილი“, bm.ge, 15.01.2022. <https://bm.ge/news/quotdawesebulebebshi-temperaturis-gazomvis-motxovna-gadasaxediaquot---infeqionis-ti/99750>.

იყო, ყოველ ორშაბათს საავტორო სვეტში მკითხველს აძლევს რჩევებს, როგორ იცხოვრონ უკეთ. ჰერერას სვეტებს სწორედ ასეთი მიმართვის ფორმის სათაურები აქვს, მაგალითად: „ანუ, შენ დაზოგე ცოტა ფული წინა წელს. რა უნდა ქნა ახლა...“, „დაიმახსოვრე: რასაც აკეთებ, ის არ ხარ“ და სხვ.

განვიხილოთ ერთი საავტორო სვეტი, რომლის სათაურია: „ყურადღებით არ ხართ, მაგრამ უნდა იყოთ“ (You're Not Paying Attention, but You Really Should Be)²⁷. ჰერერა ამ მასალაში წერს, რომ გავრცელებულია კლიშე, რომ ადამიანები დიდ დროს კარგავენ თანამედროვე ტექნოლოგიებთან, რაც ხელს უშლით გარშემო არსებული სამყაროს აღქმაში. ამ პრობლემის გადასაჭრელად ის გვთავაზობს, გამოვყოთ დრო სამყაროსთან და ბუნებასთან ინტერაქციისთვის. მისი პრაქტიკულად განხორციელებისთვის ჰერერა იშველიებს რობ უოკერის წიგნს „შემჩნევის ხელოვნება“ და მკითხველს სთავაზობს რჩევებს ამ წიგნიდან.

ამ ტიპის სათაურების მაგალითები გაცილებით მეტია ნიშურ ჟურნალისტიკაში, მაგალითად, მებაღეობის, ჭანდაცვის, სამხედრო ან კულინარიის თემებზე მომუშავე ჟურნალებსა თუ ონლაინგამოცემებში.

მაგალითად, „იფიქრე „ლობსტერზე“ („Consider The Lobster“)²⁸ არის ცნობილი მწერალი ჟურნალისტის დევიდ ფოსტერ უოლესის ესე, რომელიც გამოქვეყნდა ჟურნალ Gourmet-ში. სათაური მკითხველს მიანიშნებს „ლობსტერის“ (ზღვის კიბო - ომარი) ცოცხლად მოხარშვის ეთიკურ კონტექსტზე. ტექსტში ნაჩვენებია მეინის (შტატი აშშ-ში) ფესტივალზე „ლობსტერის“ მომზადების პროცესი. ავტორი კითხვებს სვამს ამ არსების მიმართ კულინარიაში დამკვიდრებული პრაქტიკის მორალურობის შესახებ. ასევე განიხილავს მეცნიერულ დასკვნებს იმის შესახებ, გრძნობენ თუ არა „ლობსტერები“ ტკივილს.

ჩვენი აზრით, მიმართვა-სათაურის ფორმად უნდა განვიხილოთ **კითხვითი სათაურიც**. ეს ფორმა შედარებით გავრცელებულია, თუმცა ის ნაკლებად გამოიყენება ახალ ამბებში, რადგან დაეჭვებას და ავტორის ტექსტისადმი დამოკიდებულებას გამოხატავს. სამაგიეროდ, კითხვითი სათაური ხშირად გვხვდება ანალიტიკურ მასალებში.

რატომ მიმართავს ჟურნალისტი სათაურში შეკითხვას? ეს მას საშუალებას აძლევს, შინაარსის მთავარი ხაზი გამოკვეთოს, დასვას კითხვა და არგუმენტების მოშველიებით მას ტექსტში გასცეს პასუხი. ეს ფორმა ხშირად აუდიტორიისთვის ყველაზე საინტერესო შეკითხვებს უპასუხებს და ამიტომ მეტად იქცევს ყურადღებას.

27. Tim Herera. You're Not Paying Attention, but You Really Should Be. New York Times. 14.07.2019 <https://rb.gy/dpv4hj>;

28. David Foster Waller "Consider The Lobster". Gourmet. 08.2004. <https://rb.gy/d5eodo>.

ამ მოსაზრების დასადასტურებლად მოვიყვანთ ამერიკელი გამომძიებელი ჟურნალისტის ედვარდ ჯეი ეპსტაინის (Edward Jay Epstein) ცნობილ სტატიას: „გიცდიათ ოდესმე ბრილიანტის გაყიდვა?“ (Have You Ever Tried to Sell a Diamond?)²⁹, რომელიც 1982 წლის თებერვალში გამოქვეყნდა. სტატია იკვლევს ალმასის ინდუსტრიის მარკეტინგულ სტრატეგიებს და იმ კულტურულ და ეკონომიკურ ფაქტორებს, რომლებიც ამ ძვირფასი ქვის ღირებულებას განსაზღვრავს. სათაური ერთგვარად პროვოკაციულია. ავტორი ირონიულად ეკითხება მკითხველს, უცდია თუ არა მას ბრილიანტის გაყიდვა, რითაც მიანიშნებს, დაფიქრდეს ძვირფასი ქვით ვაჭრობასთან დაკავშირებულ სირთულეებზე, რაც ეწინააღმდეგება იმ აღქმას, რომ ბრილიანტი თავისთავად ღირებული და ადვილად გაყიდვადია. სტატია განიხილავს ალმასის მომპოვებელი უდიდესი კომპანიის, დე ბირსის, ისტორიას, თუ როგორ დაამყარა კომპანიამ კონტროლი ალმასის წარმოებაზე, როგორ მოახერხა, შეექმნა ხელოვნური დეფიციტი მასზე და ამით შეენარჩუნებინა ბრილიანტის მაღალი ღირებულება. გარდა ამისა, ავტორი საუბრობს ერთი კონკრეტული სარეკლამო სააგენტოს როლზე, რომლის საშუალებითაც მოხდა ბრილიანტის, როგორც „სიყვარულის სიმბოლოს“ პოპულარიზაცია. ამ მარკეტინგული ხრიკების გამოყენებით ბრილიანტმა ამერიკაში კულტურული დატვირთვა შეიძინა და ამის შემდეგ გახდა ნიშნობისა და ქორწინების განუყრელი ნაწილი. როგორ უკავშირდება ეს ტექსტი სათაურს? სტატია საუბრობს იმ სიძნელეებზე, რომელსაც ინდივიდები აწყდებიან ბრილიანტის მეორეული გაყიდვის დროს. შესაბამისად, ავტორი ასაბუთებს, რომ ამ ქვის გარშემო ატეხილი ბუმი მხოლოდ ხელოვნურად შექმნილი სარეკლამო ხერხია, ის სხვა ძვირფას საქონელთან (ოქროსთან, ვერცხლთან და ა. შ.) შედარებით, ნაკლებღირებულია და მეორეული გაყიდვისას ფასს კარგავს.

კითხვითი სათაური აქტიურად გამოიყენება ქართულ მედიაშიც. მას ჟურნალისტები იყენებენ იმ შემთხვევაში, თუ წერენ ისეთ საკითხზე, რომელიც ნაკლებად ცნობილია აუდიტორიისთვის და განმარტებას, დაზუსტებას, ახსნას ან გარკვეული პოზიციის ჩამოყალიბებას საჭიროებს.

მაგალითად, „პუბლიკის“ სტატიაში „აქონდროპლაზიის წამალი ბავშვებს – რა ვიცით აქამდე?“³⁰ ავტორი სვამს პრობლემას, მიმოიხილავს აქონდროპლაზიის რაობასა და ისტორიას, მოაქვს სტატისტიკური ცნობები საქართველოში ამ დაავადების მატარებელი ბავშვების რაოდენობის შესახებ, ახსენებს მსოფლიოში ერთადერთ დაშვებულ წამალს – „ვოქსოგოს“ [ვოზოორითიდი], აანალიზებს მისი გამოყენების მსოფლიო პრაქტიკას, სამეცნიერო კვლევებსა და დასკვნებს, მკითხველს უყვება იმ პერიოდში აქონდროპლაზიის წამლის მოთხოვნით გამართული აქციის

29. Edward Jay Epstein. „Have You Ever Tried to Sell a Diamond?“. 02, 1982. <https://rb.gy/tqm2a1>;

30. ცირა გვასალია, „აქონდროპლაზიის წამალი ბავშვებს - რა ვიცით აქამდე?“, „პუბლიკა, 5.05.2023. <https://publika.ge/article/aqondroplaziis-wamali-bavshvebs-ra-vcit-aqamde/>.

შესახებ და ამის შემდეგ ასაჯაროებს ჯანდაცვის სამინისტროს პოზიციას. მასალა სრულად და ამომწურავად სცემს პასუხს, რა ვიცოდით აქამდე ამ დაავადების და მისი განვითარების სანინაალმდეგო წამლის შესახებ, რა მოთხოვნა აქვთ მშობლებსა და აქონდროპლაზიით დაავადებულ ბავშვებს და რა პოზიცია აქვს სამინისტროს. ამ შემთხვევაში, ჟურნალისტის მიზანია, გარკვეული წარმოდგენა შექმნას დაავადების სირთულეზე და საზოგადოებაში ჩამოაყალიბოს მხარდამჭერი პოზიცია – მიეცეთ ბავშვებს ძვირად ღირებული წამლის მიღების შესაძლებლობა.

კითხვითი სათაური ასევე გამოიყენება მაშინ, როცა ჟურნალისტი ჯერ კიდევ დაუსრულებელ ან დაუდგენელ საკითხზე წერს და კითხვის დასმით გარკვეული უზუსტობისგან იცავს თავს. მაგალითად, „ნეტგაზეთის“ პუბლიკაციაში „NYT – მოსკოვი ფხენიანს სამხრეთ ოსეთში საბანკო ანგარიშს უხსნის?“³¹ გადმოტანილია New York Times-ის სტატია სათაურით „რუსული საბანკო ანგარიში შესაძლოა, ჩრდილოეთ კორეის შეიარაღების გარიგების გასაღები იყოს“. სტატიაში ნათქვამია, რომ „მოსკოვი, შესაძლოა, ცდილობდეს ფხენიანის დახმარებას საერთაშორისო ფინანსურ სისტემასთან წვდომაში, რაკეტებისა და საბრძოლო მასალის სანაცვლოდ. ამასთან დაკავშირებით, გამოცემა აშშ-ის მოკავშირე დაზვერვის წარმომადგენლებზე დაყრდნობით წერს. New York Times-ის წყაროს ცნობით, ახალი საბანკო ანგარიში გახსნილია სამხრეთ ოსეთში“. ქართულ ვერსიაში, რომლითაც ავტორი ინფორმაციას აწვდის მკითხველს, გამოყენებულია კითხვითი სათაური, რასაც აქვს თავისი ახსნა: „ნეტგაზეთის“ ჟურნალისტი ეყრდნობა მეორეულ წყაროებს და იმის გამო, რომ მას არ აქვს ამ ინფორმაციის გადამოწმების ბერკეტი, იყენებს კითხვით სათაურს, რომელშიც გარკვეული ეჭვი ჩანს: „მოსკოვი ფხენიანს სამხრეთ ოსეთში საბანკო ანგარიშს უხსნის?“. ამით ის სიზუსტის ვალდებულებას, გარკვეულწილად, New York Times-ს აკისრებს, თუმცა ინფორმაციას საკუთარ მკითხველს მაინც აწვდის.

გვხვდება კითხვითი სათაურის ისეთი ფორმებიც, რომლებშიც ჟურნალისტი ხალხის სახელით სვამს კითხვას. „ასეთი სათაური უაღრესად ზრდის მედიისადმი ნდობას. ბუნებრივია, ვინც ჩვენს მხარესაა და ცდილობს, დაგვიცვას, ის ჩვენიანია, ე ი. ნდობის ღირსი“ (ნადარეიშვილი, 1999, გვ. 17).

ამდენად, მკითხველის პირდაპირ და უშუალოდ ინფორმირებაზე ორიენტირებული სათაურის სხვადასხვა ფორმის ახსნით, შევეცადეთ, გვეჩვენებინა, რა შემთხვევაში რა ტიპის სათაური შეიძლება გამოვიყენოთ, თუმცა შესაძლოა, შეგვხვდეს სათაური, რომელიც ზუსტად არ თავსდება ამ კლასიფიკაციაში. ჟურნალისტიკა ხომ მარტო ხელობა არაა, ის ხელოვნებაცაა, მათ შორის, სათაურის დარქმევის ხელოვნებაც.

31. ნ. კახნიაშვილი „NYT – მოსკოვი ფხენიანს სამხრეთ ოსეთში საბანკო ანგარიშს უხსნის?“, „ნეტგაზეთი“, 6.02.2024. <https://netgazeti.ge/news/708256/>

■ აკითხვლის დაინტრიგება-დაინტერესება

დაინტერესება და დაინტრიგება მედიაში თითქმის ყველა სათაურის ფუნქციაა, თუმცა მკვლევრები ამ ჯგუფს ცალკე გამოყოფენ (ნადარეიშვილი, 1999, გვ. 8) და მასში ორი ტიპის სათაურს აერთიანებენ:

- სიტყვათა თამაშზე აგებული სათაური;
- სენსაციური სათაური.

სიტყვათა თამაშზე აგებული სათაური

სათაურის ეს ჯგუფი შედარებით რთულია და, დაფიქრებასთან ერთად, მდიდარ ლექსიკას და ღრმა ერუდიციასაც მოითხოვს. კარგად უნდა გესმოდეს სიტყვის ეტიმოლოგია, უნდა იცნობდე მწერლობას, უნდა გქონდეს მდიდარი განათლება.

სიტყვათა თამაში ზოგჯერ მართლა სიტყვათა თამაშია და სათაურში, შესაძლოა, სხვადასხვა დანიშნულებით იყოს გამოყენებული ომონიმები, პარონიმები, სინონიმები, მეტონიმები და სხვ. მაგალითად, ბრიტანეთის პრესტიჟულ ჟურნალში - London Review of Books - 2014 წლის 6 აპრილს გამოქვეყნდა საგამოძიებო მასალა: The Red Line and the Rat Line; Seymour M. Hersh on Obama, Erdoğan and the Syrian rebels³², რომელიც შეეხებოდა იარაღის ფარულ მიწოდებას სირიელი მებრძოლებისთვის. სტატია ნათელს ჰფენს აშშ-ის საგარეო პოლიტიკის სირთულეებს და წინააღმდეგობას ახლო აღმოსავლეთში. სათაური ქართულად, სიტყვასიტყვით, ასე ითარგმნება: „წითელი ხაზი და ვირთხის ხაზი“. „წითელი ხაზი“ – არის მეტაფორული საზღვარი, რომელიც ექსპრეზივდენტმა ბარაკ ობამამ დაადგინა ქიმიური იარაღის გამოყენებასთან დაკავშირებით. ეს არის სიმბოლური ხაზი, რომლის მიღმა ჩადენილი გარკვეული ქმედებები მნიშვნელოვან რეაქციას გამოიწვევს საერთაშორისო საზოგადოების მხრიდან; თავის მხრივ, „ვირთხის ხაზი“ – Rat Line – მიუთითებს იარაღით ვაჭრობის ფარულ ქსელზე, რომელსაც ლეგალური და დიპლომატიური არხების გვერდის ავლით იყენებდნენ ფარული აქტორები. „ვირთხის ხაზი“ გულისხმობს ისეთ უკანონო ქმედებებს, როგორცაა იარაღის მარაგის გადაცემა კონფლიქტის კონკრეტული მხარისთვის. „წითელი ხაზის“ და „ვირთხის ხაზის“ შეპირისპირება ქმნის კონტრასტს ამ ორ სხვადასხვა ტიპის ხაზს შორის. ერთი არის სიმბოლური და ოფიციალური (Red Line) და მეორე არის ფარული და უკანონო (Rat Line). სიტყვების თამაში სიღრმეს მატებს სათაურს და მიაწვდის დიპლომატიასა და ფარულ

32. „The Red Line and the Rat Line. Seymour M. Hersh on Obama. Erdoğan and the Syrian rebels“. London Review of Books. 6.04.2014; <https://rb.gy/sr1j31>.

ოპერაციებს შორის რთულ ურთიერთკავშირზე. გარდა ამისა, ავტორი იყენებს პარონიმებს red-rat, რაც სათაურს ადვილად დასამახსოვრებელს ხდის.

იგივე ხერხს იყენებს დავით მაზიაშვილი კრიტიკულ ესეში „ფრანკენშტაინიდან ფრანქისშტაინამდე“³³. პუბლიკაციაში ნაჩვენებია ერთგვარი გზა მერი შელის „ფრანკენშტაინიდან“ თანამედროვე ინგლისელი მწერლის ჟანეტ უინტერსონის რომან „ფრანქისშტაინამდე“, რომელიც 2019 წელს გამოვიდა. ნაწარმოებში „ჟანეტ უინტერსონი, პოსტჰუმანიზმის და ტექნოლოგიის ეპოქაში, მე-19 საუკუნის სამეცნიერო იდეების მნიშვნელობებსა და მსგავსებებს მერი შელის „ფრანკენშტაინის“ ფიქციური რეკონსტრუქციით და პოსტმოდერნისტული ირონიით გვთავაზობს. თუმცა, ორ ეპოქას და მხატვრულ ნაწარმოებს შორის, მსგავსებასთან ერთად, განსხვავებებიცაა. თუ მერი შელის „ფრანკენშტაინში“ ადამიანის მიერ შექმნილი ხელოვნური ადამიანი ზმანებად, ფიქციად, ფანტასტიკად ან/და „საშინელებათა ისტორიად“ ითვლებოდა, დღეს ის ხელოვნური ინტელექტის, ტრანსჰუმანიზმის თუ ჰუმანოიდების სახით თანამედროვე მსოფლიოს ანწყობს და მომავალია“ (დ. მაზიაშვილი). ესეც სათაური „ფრანკენშტაინიდან ფრანქისშტაინამდე“ პარონიმის დახმარებით სიტყვათა თამაშია.

სენსაციური სათაური

სენსაციური სათაური ყველა ტიპის მედიისთვის არის დამახასიათებელი. ის წარმატებით იპყრობს აუდიტორიის ყურადღებას და ერთგვარი „ლოკომოტივის“ ფუნქციასაც ასრულებს. სენსაციურ სათაურს შეუძლია მთელ ტექსტი „ჩაიბას“ და ავტორის სათქმელი მკითხველამდე მიიტანოს. მას შეუძლია ადამიანების ყურადღება მიაპყროს მნიშვნელოვან კრიზისულ თემებს, მაგალითად, როგორებიც არის: ეკოლოგიური საკითხები, ჯანდაცვის საკითხები, პანდემიები, კრიმინალური თემები, სპეციალური აქციები და ა. შ.

1983 წლის 15 აპრილს „ნიუ იორკ პოსტში“ გამოქვეყნდა ჟურნალისტ ვინსენტ მუზეტოს დღეისთვის ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი სტატია სენსაციური სათაურით: „უთავო სხეული მკერდშიშველთა ბარში“³⁴ („Headless Body in Topless Bar“). ეს სათაური შემზარავიც იყო და მახვილგონივრულიც – ის ზუსტად გამოხატავდა ქალაქში არსებულ ქაოსსა და სასტიკი დანაშაულების გავრცელების მასშტაბს.

ბარში მომხდარი საზარელი მკვლელობის შესახებ ინფორმაცია წინა დღეს, „ნიუ იორკ პოსტის“ რედაქტორის მოთხოვნით, სხვა სათაურით დაიბეჭდა. ეს იყო პირდაპირი, ინფორმაციული

33. დავით მაზიაშვილი, „ფრანკენშტაინიდან ფრანქისშტაინამდე“, არილი, 13.09.2022. <https://shorturl.at/DLOPW>

34. Topless Bar – „მკერდშიშველთა ბარი“ არის, გასართობი დაწესებულება, რომელშიც მიმტანები და ბარმენები წელს ზემოთ შიშვლები ემსახურებიან კლიენტურას.

სათაური, რომელიც ხშირად ახლავს ახალ ამბებს. ასეთივე სათაური გამოიყენა The New York Times - მაც: „ბარის მფლობელი სასიკვდილოდ დაჭრეს. ეჭვმიტანილი დაკავებულია“. არცერთ ამ სათაურს აჟიოტაჟი არ მოჰყოლია, თუმცა შემთხვევა ნამდვილად იყო საგანგაშო. მეორე დღეს, ვინსენტ მუზეტოს დაწინებული მოთხოვნით, New York Post-ში პირველ გვერდზე გავიდა უკვე შევსებული მასალა სათაურით: „უთავო სხეული მკერდშიშველთა ბარში“, რომელიც აღწერდა მკვლელობის განსაკუთრებულ სისასტიკეს. პუბლიკაციას დიდი გამოხმაურება მოჰყვა, გაიყიდა გაზეთის მთლიანი ტირაჟი, დაიწყო პროცესები, რომლებმაც გავლენა მოახდინა როგორც კრიმინალთან ბრძოლის, ასევე მედიის მიერ სენსაციური და ტაბლოიდური გაშუქების სტილზე. ამერიკელი მკვლევრები ამ პუბლიკაციას დღესაც გარდამტეხს უწოდებენ.

ეს შემთხვევა არის ნათელი მაგალითი იმისა, თუ რა ძალა აქვს სათაურს მკითხველის ყურადღების მიქცევის თვალსაზრისით. „უთავო სხეული მკერდშიშველთა ბარში“ დასამახსოვრებელი და პროვოკაციული სათაური აღმოჩნდა. მან აღძრა ცნობისმოყვარეობა და ხალხს სტატიის წაკითხვის სურვილი გაუჩინა. გარდა ამისა, სათაურმა დაიპყრო პოპკულტურის სივრცე – დევიდ ლეტერმანმა („ღამის შოუს“ ყველაზე ცნობილმა წამყვანმა) გადაცემაში სტატიის ავტორი ვინსენტ მუზეტოც მიიწვია. გასული საუკუნის 70-იან წლებში ამ შემთხვევის შესახებ იმავე დასახელებით ფილმიც გამოვიდა.

ეს ამ შედეგია

ხშირად ავტორი სულაც არ ფიქრობს, რომ მის მიერ სათაურში გამოტანილი ფაქტი სენსაციის ელფერს შეიძენს, მაგრამ მთავარი ამბავი, რომელიც ყურადღების მიპყრობას საჭიროებს, თავად თამაშობს სენსაციის როლს.

მაგალითად გაგიზიარებთ ჩემს გამოცდილებას:

1995 წელს ჩავატარე ჟურნალისტური მოკვლევა ფალსიფიცირებული სასმელების წარმოების შედეგებზე, რამაც მართლა სენსაციურ „აღმოჩენამდე“ მიმიყვანა. იმის გამო, რომ თვეების განმავლობაში ზედიზედ ვრცელდებოდა ინფორმაცია ახალგაზრდა ადამიანების გარდაცვალების შესახებ და, ხალხში მოარული ხმებით, ყველა დაკავშირებული იყო ერთი სახეობის ალკოჰოლური სასმელის (არყის) მიღებასთან, საკუთარი ინიციატივით შევავროვე რამდენიმე დახლიდან სასმელის (ძირითადად, არყისა და შამპანურის) ნიმუშები და გადავაგზავნე ლაბორატორიაში.

მიღებული პასუხებით დადგინდა: გარდა იმისა, რომ ყველა სასმელი ფალსიფიცირებული იყო (ბოთლში ჩასხმული სითხე არ შეესაბამებოდა ეტიკეტზე დატანილ სახეობას და მწარმოებელს), სასმელი შეიცავდა ადამიანის სიცოცხლისთვის საშიშ ნედლეულს (მეთილის (ხის) სპირტს) და ყველა მათგანი დაავადებული და დაბინძურებული იყო სხვადასხვა ბაქტერიით. მათ შორის იყო ერთი ასეთი: „თაგვის გემონაკრავი“, „თაგვის არომატით დაავადებული“ სასმელი (ქიმიის ენაზე თაგვის გემონაკრავი შემდეგნაირად ჟღერს: 2-აცეტილ ტეტრაჰიდროპირიდინი, რომელსაც ახასიათებენ, როგორც თაგვის ექსკრემენტის სუნს. ძირითადი გამომწვევი მიკროორგანიზმია, რძემჟავა ბაქტერია (L. Hilgardii, L. Brevis, L. Cellobiosus).

ცხადია, ლაბორატორიის დასკვნა პირდაპირ გავიტანე სათაურში და მასალასაც ასე დავარქვი: „თაგვის არომატით შეზავებული შამპანური დახლებზე“, რომელიც გაზეთ „კავკასიონში“ დაიბეჭდა.

საგამოძიებო მასალაში მივანიშნეთ, რომ სასმელი დაბინძურებული და ფალსიფიცირებული იყო, მაგრამ ვერ დავადგინეთ ახალგაზრდების გარდაცვალების კონკრეტული მიზეზი, რადგანაც, გარდა იმისა, რომ ამის დადგენას მაშინდელი ექპერტიზა ვერ ახერხებდა (ბევრი ბარიერი არსებობდა ამის დადგენისთვის, მათ შორის ის, რომ ამ მომწამლავი და იაფფასიანი სასმელების ბაზარზე გატანით არაერთი საეჭვო ფირმა ცდილობდა ხელის მოთბობას, მეთილის სპირტის შემომტანებს კი, მფარველების ხელშეწყობით, ბაჟის გადახდაც არ უწევდათ), უშუალოდ სასმელით მოწამვლის დადგენაც გაძნელდა, რადგან არსებობს სხვადასხვა წინაპირობა, რომლის გარეშეც სამედიცინო დასკვნა სასმელით მოწამვლის თაობაზე არ გაიცემა.

მიუხედავად ამისა, მასალამ დიდი აჟიოტაჟი გამოიწვია. გაზეთმა მიაღწია მაშინდელ პრეზიდენტამდე და, მისივე რეზოლუციით, დაევალა სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ფალსიფიცირებულ სასმელების მწარმოებლებთან ბრძოლა. ცხადია, ესეც გრძელვადიანი პროცესი გახლდათ, მაგრამ ერთმა პუბლიკაციამ მაშინ საქმის დაძვრა გამოიწვია.

სათაურის სენსაციურობა მოიაზრებს ინფორმაციის, ისტორიების, მოვლენების ისე წარდგენას, რომ აუდიტორიაში შოკი გამოიწვიოს. სენსაციურობა ხშირად ფოკუსირებულია ამბის დრამატულ და ეპატაურ ასპექტებზე, რათა მიიპყროს აუდიტორიის ყურადღება, გაზარდოს მკითხველთა რაოდენობა და გამოიწვიოს პოლემიკა. მაგალითად, სათაურში: „ეს რა დღე დამიდგა, შვილის მკვლელი ვარ“ /რა მოხდა რუსთავის ბაზრობაზე“³⁵ – მოცემულია მძლავრი ემოციის გამომწვევი ფრაზა, რომელსაც აუცილებლად მოჰყვება რეაქცია მკითხველისგან – ზოგი ქვეყანაში კრიმინალის ზრდაზე მიუთითებს, ზოგიც კონკრეტული შემთხვევის განხილვას მოჰყვება.

რატომ გამოიყენა ასეთი სათაური მედიაგამოცემამ? უნდა ვიფიქროთ, რომ მასალა ქვეყნდება იმ პერიოდში, როცა ყველა საინფორმაციო საშუალება რუსთავში მომხდარი მკვლელობის ამბავზე წერს. გამოქვეყნებულ მასალათა შორის გამოარჩიო შენი მასალა, ადვილი არაა, მით უფრო, რომ მკვლელობა ახალი მომხდარია და დამატებითი ინფორმაცია არ ვრცელდება. როგორც ჩანს, ამან უბიძგა რედაქციას, სათაურში გამოეტანა სიტყვები გარდაცვლილის დედის დატირებიდან, რასაც არც საინფორმაციო დატვირთვა აქვს, არც არაფერს მათებს ამ ამბავს, უბრალოდ სენსაციურობამ მკითხველის (მათ შორის, ჩვენი) ყურადღება მიიპყრო და მისიაც შესრულდა.

სენსაციურ სათაურებში ხშირად ვხვდებით ამბის ჰიპერბოლიზებას და პროვოკაციულ განცხადებებს მკითხველის დასაინტრიგებლად. ეს სათაურები აზვიადებენ ამბის მნიშვნელობას, ხაზს უსვამენ სენსაციურ დეტალებს ან ისეთ ჩარჩოში სვამენ მოვლენებს, რომ სათაურმა გამოიწვიოს ძლიერი ემოციები – შიში, აღშფოთება ან აღელვება.

აქვე უნდა განვიხილოთ სათაურები, რომლებშიც სენსაციურობის მიღმა ერთგვარი „იდუმალების“ ჩანერგვასაც ახერხებენ, რაც კარგად „მუშაობს“ ცნობისმოყვარე მკითხველზე. მაგალითად: „ნინო გიორგობიანი გაათავისუფლეს, ვინ ხდება მთავრობის სტრატეგიის უფროსი“ (newposts.ge); „მაქვს ინფორმაცია, რომ სალომემ სააკაშვილს უთხრა...“ – ბექა ოდიშარია“ (newposts.ge); „ეს არ იქნება ჩვეულებრივი მოვლენა“ – რა გავლენას მოახდენს 10 თებერვლის სუპერახალმთვარეობა?“ (newposts.ge) და სხვ.

მიუხედავად იმისა, რომ სენსაციურობა იპყრობს აუდიტორიის ყურადღებას და ზრდის მედიის მოხმარებას, ის ზოგჯერ ამახინჯებს სიმართლეს, შეცდომაში შეჰყავს საზოგადოება, ხელს უწყობს სტერეოტიპების დამკვიდრებას, ზოგიერთი ჯგუფის სტიგმატიზებას და დეზინფორმაციის გავრცელებას. ამ ტიპის სათაურები (თუ ყვითელ გამოცემებს არ ჩავთვლით), გვხვდება ყოველ დროს, თუმცა, ძირითადად მაინც საგანგებო მდგომარეობისა

35. *ha* მობდა *h*უსთავის ბაზრობაზე: <https://tia.ge/254053-es-ra-dghe-damidga-shvilis-mkvleli-var-ra-xdeba-rustavis-bazrobastan.html>

და კრიზისული სიტუაციების თანმდევი. მაგალითად, კოვიდ-19-ის, ე. წ. „ღორის გრიპის“ და სხვა კრიზისულ სიტუაციებში ყურადღებას იპყრობს სენსაციური სათაურები და კონკრეტული სიტყვა-სიმბოლოები სათაურებში. „მედიჩეკერის“ სტატიაში, რომელიც ერთგვარი კვლევის შედეგებს ეყრდნობოდა, პირდაპირ არის დასახელებული ის მედიასაშუალებები, რომლებიც ამგვარი სათაურებით ცდილობდნენ აუდიტორიის მოპოვებას: „სრული კატასტროფაა, ხალხი პანტაპუნტით კვდება“, „ღორის გრიპით კიდევ ერთი ადამიანი გარდაიცვალა“, „ქვეყანაში ეპიდემია მძვინვარებს“, „საავადმყოფოებში ადგილები აღარ არის“ და ა. შ.³⁶.

სენსაციურ სათაურებში უნდა განვიხილოთ შეცდომაში შემყვანი ან ე. წ. კლიკბეიტ (Clickbait) სათაურები. ცხადია, პასუხისმგებლობიანი მედიის ინტერესებში არ შედის ამგვარი სათაურებით მკითხველის ყურადღების მიპყრობა, თუმცა სოციალურ ქსელებში ნაწილობრივად სათაურებს, რომლებიც სწორედ ამ „დანაკაპუნებაზე“ გათვლილი. მ. თადუმაძეს ნაშრომში „Clickbait სათაური, როგორც მანიპულაციური სტრატეგია“, მოჰყავს ს. კაკარლას მოსაზრება: „თანამედროვე რეალობამ არსებითად შეცვალა სათაურებზე მუშაობის მეთოდიკა და განსხვავებული ხერხები შემოგვთავაზა. ციფრული მარკეტინგის ეპოქა ვებსაიტის პოპულარიზაციისთვის აქტიურად იყენებს ე. წ. „Clickbait“ სათაურს და „დანაკაპუნების კონცეფციას“, როგორც მკითხველთან მისვლისა და საიმედო, ჰარმონიული კავშირის შენარჩუნების ინოვაციურ გზას. ეს გზა მკითხველის ნახალისებაზე გადის, რათა მან წაიკითხოს მთელი სტატია და ხშირად მოინახულოს ვებპლატფორმა. ეს არის ბოლოდროინდელი მიგნება, მკითხველის „მაცდუნებელი“ საშუალება, მფლობელისთვის კი – მეტი ნახვის მიღების შესაძლებლობა.

„ყალბი გვერდი, როგორც ყალბი ინფორმაციის გავრცელების საშუალება“ – ამ სტატიის მიხედვით გვერდზე მეტი დანაკაპუნება ნიშნავს მეტ რეკლამას და მეტ შემოსავალს საიტის მფლობელებისთვის. იგი დაწერილია სწორედ მეტი მოწონების მისაღებად. მომხმარებელთან მისვლის განსხვავებული ხერხი მეტი შემოსავლის მიღებას უკავშირდება, რომელთა გარეშეც წარმოუდგენელია შემოქმედებითი პროცესის განხორციელება, თუნდაც მარტივ ჟურნალისტურ ტექსტებზე მუშაობა“ (მარქარიანი, 2021).

მიუხედავად იმისა, რომ მნიშვნელოვანია მკითხველთა ინტერესის გაღვივება, მედიის მკვლევრები მაინც გვირჩევენ, **მოვერიდოთ შეცდომაში შემყვანი ან გადაჭარბებული სათაურების გამოყენებას, რომლებიც იმაზე მეტს გვპირდება, ვიდრე მედიატექსტის შინაარსს შეუძლია.**

36. მ. გუგულაშვიდი, „სენსაციური სათაურები, მითები, ზედაპირული ინფორმაცია - მედიის ნაწილი H1N1-ზე“, „მედიჩეკერი“, 14.01.2019.
<https://www.mediachecker.ge/mediagaremo/article/64776-sensaciuri-sathaurebi-mithebi-zedapiruli-informacia-mediis-natsili-h1n1-ze>

მკითხველის ერუდიციან აგებული სათაური

სათაურის ეს სახე, ოსტატობის თვალსაზრისით, ყველაზე რთული მისაგნებია.

ამ ჯგუფში შედის:

- ასოციაციური სათაური;
- მკითხველის ერუდიციანზე ორიენტირებული სათაური.

ამ ტიპის სათაურებში შეიძლება შეგვხვდეს ასევე აფორიზმების, ანდაზების, ბრძნული გამოთქმების, კლასიკური ნაწარმოებების სათაურების აზრობრივი გადათამაშება, მაგალითად: „გავითიშოთ და ვაბატონოთ?!“ (მ. ტორაძე, „დაყავი და იბატონეს“ შთაგონებით); „გაგონდება თუ არა „ბედნიერი დღეები“ (დ. ბუხრიკიძე, „კარალეთის დღეების“ შთაგონებით); „მეფე მოკვდა, გაუმარჯოს მეფეს“ (დ. ბუხრიკიძე); ამ ტიპის სათაური მოკლე, სხარტი და ლაკონიურია, ადვილად აგნებს მკითხველის გულს და ხშირად გამოიყენება სხვადასხვა ჟანრის მედიატექსტებში.

მკითხველის ერუდიციანზე აგებული სათაური ნაკლებად (ან საერთოდ არ) გვხვდება ახალ ამბებში, ის უფრო ანალიზის, პროფაილისთვის დამახასიათებელია და იმ ადამიანებზეა გათვლილი, ვისაც უყვარს კითხვა და წაკითხული ტექსტის ანალიზი. მაგალითად, ჩვენ მიერ ზემოთ ნახსენები სათაური „მშვიდობით, იარაღო“ თუ მშვიდობა იარაღით?“ – ერნესტ ჰემინგუეის ცნობილი ნაწარმოების („მშვიდობით, იარაღოს“) სათაურის „გადათამაშება“ სტატიაში, რომელიც გვიბიძგებს გავიზროთ, ნამდვილად დასრულდა რუსეთის მიერ საქართველოში პროვოცირებული ომი თუ ამავე რუსეთის შეიარაღებული ძალების ჩადგომა ენგურის ხიდზე „სამშვიდობო ძალების“ ნიღბის ქვეშ ომის გაგრძელებას მიანიშნებს.

არის ჟურნალისტიკაში სახელები, რომელთა მიერ შემოთავაზებული პუბლიკაციების სათაურები პირდაპირ გვეუბნება, ვინ არის ავტორი. ქართულ მედიაში ასეთია, მაგალითად, ამ ეტაპზე ონლაინგამოცემა „პუბლიკას“ ავტორი დავით ბუხრიკიძე, რომელიც ძირითადად მიმოხილვებსა და რეცენზიებს აქვეყნებს. მისი სათაურები გამოირჩევა ორიგინალურობით და ნამდვილად არის მკითხველის ერუდიციასა და ინტელექტზე ორიენტირებული. მაგალითად: „მოჰქონდათ წინათ პასტორალები“; „გიყვართ ბრამსი?! თუ რახმანინოვის მარათონი გირჩევნიათ...“; სინათლესა და სიბნელეში მოცეკვავენი“, „ახალი ნიურნბერგის“ დრო და თავისებურებანი“; „მიმინოს“ ფრენა სიზმარსა და ცხადში“ და სხვ.

რა არის ქვესათაური და რატომ ვიყენებთ მათ?

განმარტების მიხედვით, ქვესათაური არის მთავარი სათაურის შემდეგ მოყვანილი მეორე, დამატებითი სათაური³⁷.

ქვესათაურის გამოყენებას რამდენიმე მიზანი აქვს:

- 1) დააზუსტოს ან დააკონკრეტოს ძირითად სათაურში მოცემული აზრი;
- 2) თემატურად დაყოს მედიატექსტი და გამოკვეთოს ძირითადი ასპექტები;
- 3) დააჯგუფოს არგუმენტები ძირითადი ხაზის გარშემო.

მაგალითად, როცა ძირითადი სათაური მოკლე და ლაკონურია და ითხოვს დაზუსტებასა და დაკონკრეტებას, ჟურნალისტები ქვესათაურს მიმართავენ: „პანკროკის დიდი კელტი ლირიკოსი/დამშვიდობება შეინ მაკგაუენტან“ („რადიო თავისუფლება“), „უხილავი ცხოვრება/სად გაქრა ჯორჯ ორუელის ცოლი“ („არილი“), „აფხაზეთის სუნი/გოგონა დროებითი დევილის სტატუსით“ („ინდიგო“); „შიშის პეიზაჟები/ინტერვიუ არქიტექტორთან და ქალაქის მკვლევართან ნანო ზაზანაშვილთან“ („ინდიგო“), „დუმილი და კაკაფონია/როგორ ვიხსენებთ 9 აპრილს“ („ინდიგო“), „სანაგვისთვის განწირული/როგორ იყრება საქმელი საქართველოში“ („ჩაი ხანა“), „გაუშვით გოგონები სკოლაში: ადრეული ქორწინება საქართველოში“ („ჩაი ხანა“) და სხვ.

მედიატექსტის ძირითადი ნაწილი ხშირად ითხოვს თემატურად დაყოფას. ეს არა მხოლოდ ვიზუალურად არის მომგებიანი, არამედ თემიდან თემაზე გადასვლას უადვილებს ჟურნალისტს და იძლევა საშუალებას, გამოკვეთოს საკითხის სხვადასხვა ნახნაგი.

მაგალითად, ჟურნალისტი ია ანთაძე, ონლაინჟურნალში „საინტერესო ადამიანები“, რომელშიც ის ძირითადად პორტრეტულ ინტერვიუებს აქვეყნებს, სწორედ ქვესათაურებით გამოყოფს სასაუბრო სეგმენტებს. მისთვის ასევე დამახასიათებელია სათაური ციტატის გამოყენება. ციტატას იყენებს იგი ქვესათაურადაც. მაგალითად, პროფესორ ლაურა კუტუბიძესთან ინტერვიუს სათაურია: „ბედნიერებისთვის ადამიანი ძალიან მძიმე საბლავრს იხდის“, ხოლო ქვესათაურებად გამოყენებულია მისივე გამონათქვამები საკუთარი ცხოვრებისა და საქმიანობის სხვადასხვა ეტაპის შესახებ: „ჩემს პროფესიაში რაღაც თამასაზე ქვემოთ არასდროს ჩამოვსულვარ, „სადემარკაციო ხაზი“ არ დამირღვევია“; „რა მოხდა

37. უნივერსიტეტის ენციკლოპედიური დექსიკონი, შემდგ. ად. ედუარდშივილი, 2006, <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=14&t=199908>.

რეფორმატორების ხელისუფლებაში მოსვლის შემდეგ?"; „ხშირად მედიის მიერ შექმნილ რეალობასთან შეწინააღმდეგება შეუძლებელია“; „ადამიანი მუდმივ ბედნიერებაში ვერ იქნება და ვერც მოინყენს ბედნიერებისგან.“

ჟურნალისტი, რომელიც ბუნებრივად ბევრს უნდა კითხულობდეს, ინტელექტუალების გულისკენ გზას ადვილად აგნებს. კარგი სათაური და სწორად შერჩეული ქვესათაური კი პირველი ნაბიჯია, რომელიც კითხვით დაინტერესებულ ადამიანებს (რომლებიც სხვაგვარად შედეგება, უპირველესად, სამიზნე აუდიტორია) ბოლომდე წააკითხვებს თქვენს ნაშრომს.

ფრთხილად სათაურებთან!

აქვე უნდა ვახსენოთ ისიც, რომ თანამედროვე საზოგადოებაში ყველაზე კარგად ასრულებს ფუნქციას მყვირალა, ნეგატიური ინფორმაციის შემცველი, პროვოკაციული და ეპატაჟური სათაურები. გვინდა თუ არა და მოგვწონს თუ არა, რაც უნდა აკადემიური საზომით ვზომოთ მედიაპროდუქტის სტრუქტურა, მაინც სწორედ ამ ტიპის სათაურები იქცევა ყველაზე მეტად ყურადღებას. ფილოლოგიის დოქტორი, პოეტი და ენათმეცნიერი ცირა ბარბაქაძე წერს: „თუ თქვენ შექმნით ამგვარად სათაურებს, ყურადღებას ნამდვილად მიიქცევს და შეიძლება წაგიკითხონ კიდევ, მაგრამ გახსოვდეთ: ამის შემდეგ როგორი აზრი დარჩებათ, თქვენ იღებთ პასუხისმგებლობას... რადგან ეს ფაქტორი აუცილებლად იმოქმედებს თქვენს იმიჯზე. აგრეთვე თქვენ გადაწყვიტეთ, გინდათ თუ არა შექმნათ ისეთი სათაური, რომელიც ამგვარ შედეგს გამოიწვევს: ფეისბუქზე გამოქვეყნდა ასეთი სტატუსი: „ერეკლე დეისაძეს თავი მოუკლავს! ხომ არ იცით, რა მოუვიდა საწყალს?“ როგორც აღმოჩნდა, ჟურნალისტს სტატია დაუნერია სათაურით: „ერეკლე დეისაძემ თავი მოიკლა!“ საქმე იმაშია, რომ სათაური მეტაფორული იყო... ჩვეულებრივმა მკითხველმა კი პირდაპირ გაიგო... ერთი პოეტი ამ ფაქტის შესახებ წერდა: „ხომ გითხარით, საქართველოში მხოლოდ სათაურებს კითხულობენო...“ მხოლოდ საქართველოში არ კითხულობენ მხოლოდ სათაურებს, ამიტომ... ფრთხილად, სათაურებთან“³⁸ ...

38. ციხა ბახბაქაძე, „ჩოგოხ დავახქვათ სათაური: ეხთი საუკეთესო ჩრევა“, 12.04.2012.



რჩევები

- ✓ შექმენით ინტრიგა ან აღძვართ ცნობისმოყვარეობა: სათაური, რომელიც აღძრავს ცნობისმოყვარეობას, შეიძლება ძალიან ეფექტური იყოს, თუმცა, თავიდან აიცილეთ კლიკბეიტი;
- ✓ არ გაიმეოროთ სათაური სიტყვასიტყვით თქვენს ლიდში;
- ✓ მოერიდეთ ჟარგონებს;
- ✓ შეეცადეთ, მოიფიქროთ უპირატესობებზე ორიენტირებული სათაური: თუ ეს შესაძლებელია, გადმოეცით სარგებელი, რომელსაც მკითხველი მიიღებს სტატიიდან. მაგალითად, სათაური „როგორ დაზოგოთ ფული სასურსათო პროდუქტებზე“ პირდაპირ მიუთითებს სარგებელს.
- ✓ შეაფასეთ, რამდენად მოუტანს მკითხველს სარგებელს ისეთი კითხვითი სიტყვების გამოყენება, როგორიცაა „რატომ?“, „როგორ?“, ან სიტყვებისა – „ახალი“, „ექსკლუზიური“, „საიდუმლო“, „შენი“, „საუკეთესო“, „უარესი“ და ა. შ.
- ✓ დაფიქრდით, საჭიროა თუ არა სათაურისთვის ციფრების გამოყენება.

სათაუხები ბეჭდუხი და ონდინმედიისთვის განსხვავებუღია. ონდინსათაუხები ხშირად თანმხდები კონტექსტის გახეშე გვხვდება, როდესაც მათ ვხვდებით საძიებო სისტემის შედეგებში, ახადი ამბების გამაეხთიანებედ საიცებსა და მონაცემთა ბაზებში. ამიგომ ისინი უნდა იყოს შემუშავებული მეგი სიზუსტით და უნდა იყენებდეს შესაბამის ახსებით სახედებს და მაჩვივ საკვანძო გეხმინებს, რათა გაიზახდოს ციფრუდ სივრცეში მისი პოვნის შესაძლებლობა.

გვასოსოვდას

დაბოლოს: მთავარია, თავად მიაგნოთ კარგ სათაურს და იფიქროთ – ბევრი იფიქროთ მასალაზე, ტექსტსა და სათაურზე!



რჩევები: როგორ დავწეროთ კარგი სათაური

- ✓ სათაური უნდა იყოს ლაკონიური, ზუსტი, მკაფიო და რელევანტური;
- ✓ სათაურში გამოყენებული ენა უნდა იყოს მარტივი;
- ✓ სათაური აქცენტს უნდა აკეთებდეს მასალის ძირითად იდეაზე;
- ✓ სათაური ინფორმაციას უნდა აძლევდეს მკითხველს, რას შეეხება მასალა;
- ✓ სათაურმა უნდა ახსნას ძირითადი საკითხი და ასახოს მისი ძირითადი მნიშვნელობა;
- ✓ სათაური აუცილებლად უნდა უკავშირდებოდეს ტექსტს და არ უნდა სცდებოდეს მასში გადმოცემულ მოსაზრებას;
- ✓ სათაური არ უნდა დაიტვირთოს სპეციალური ტერმინოლოგიით, რაც ფართო აუდიტორიისთვის გასაგები არ არის;
- ✓ კარგ სათაურში შეძლებისდაგვარად გამოყენებული უნდა იყოს ზმნების აქტიური ფორმა და შესაბამისი არსებითი სახელები;
- ✓ უმჯობესია, სათაურში გამოყენებული ზმნა ახლანდელ დროში იყოს;
- ✓ სათაური უნდა იყენებდეს სტატიაში არსებულ საკვანძო სიტყვებს და ცნებებს;
- ✓ სათაურში საკვანძო სიტყვების შერჩევა მნიშვნელოვანია, რადგან ამის მიხედვით ხდება მასალის ინდექსაცია ინტერნეტსივრცეში;
- ✓ სათაური უნდა იყენებდეს სიტყვების განსხვავებულ ფორმულირებას, ვიდრე ეს სტატიაშია მოცემული;
- ✓ სათაურის შემდეგ წერტილი არ იწერება;
- ✓ თუ სათაური ორი წინადადებისგან შედგება, პირველი წინადადების შემდეგ წერტილს ვწერთ, მეორეს შემდეგ – არა;
- ✓ ახალ ამბებში სათაურის შემდეგ სასვენი ნიშნები არ იწერება, სხვა ჟანრის მასალებში – შეხედულებისამებრ. მასალებში – შეხედულებისამებრ.



ჩამოწეხე ფიქრების, წიგნების და სტატიების სათაუხები, ხომელიც სპონტანუხად ეხთ წუთში გაგახსენდება. დააკვირდი და გააანადიზე, ხის გამო დაგამახსოვხდა თითოეუდი და ხა სტახტეგია აქვს ავგოხს გამოყენებუდი?

■ მიღწევა

მიღწევა არის ის ძირითადი ხაზი, ჩარჩო, რომელიც კრავს ამბავს. მაგალითად, თუ მასალას ვწერთ წონის კორექციასთან დაკავშირებით, მიღწევა შეიძლება ფოკუსირებული იყოს ოპერაციაზე და ჟურნალისტმა შეიძლება ერთმანეთს შეადაროს მალაბსორბციული (როგორც არის კუჭის შუნტირება) და რესტრიქციული ტიპის (როგორც არის კუჭის ლაპარასკოპიული ბანდაჟირება რეგულირებადი რგოლით) ოპერაციების სარგებელი. ამ მიღწემის მხარდასაჭერად უნდა გამოიყენო კვლევები, ექსპერტების ციტატები, მონაცემთა ანალიზი, შემთხვევათა განხილვა და ა. შ.

მაგრამ წონის კორექცია მრავალნაზნაგოვანი საკითხია და მას მხოლოდ ერთი პერსპექტივიდან ვერ შეხედავ. წერის დაწყებამდე უნდა გაიზრო, თემის რომელი კუთხით განხილვა იქნება საზოგადოებისთვის ყველაზე საინტერესო. ქვემოთ (ცხრილი N3) მოცემულია წონის კორექციის შესახებ სავარაუდო მიდგომები, როგორებიც არის: დიეტა, ფარმაკოლოგიური ჩარევა, ბარიატრიული ქირურგია, ფსიქოლოგიური ასპექტები, ფიზიკური აქტივობა და სოციალური გარემო ფაქტორები. ყველა ჩამოთვლილი საკითხი, წონის კორექციასთან მიმართებით, აქტუალურია, თუმცა ერთ სტატიაში მათზე მსჯელობა ან საკითხის სრულყოფილი გამოკვლევა წარმოუდგენელია. ამიტომ, უნდა დააკვირდე, რომელი კუთხით გაშუქება უფრო დაინტერესებს მკითხველს.

ცხრილი N3. გაშუქების მიღწევა



ისიც შესაძლებელია, რომ წერის საწყის ეტაპზე შეარჩიოთ კონკრეტული კუთხე, მაგრამ ინფორმაციის მოძიების შემდგომ მიხვდეთ, რომ სხვა მიდგომას უფრო მეტი მხარდაჭერა აქვს ექსპერტებისგან. მაგალითად, წონის კლებაზე სტატიის წერისას თავდაპირველად აირჩიეთ ახალი წონის დასარეგულირებელი ნამლების პერსპექტიული სარგებელი, მაგრამ, ძიების შემდგომ აღმოაჩინეთ, რომ ამ ნამლებს უამრავი გვერდითი ეფექტი აქვს. შესაბამისად, თქვენ შეიძლება გადაწყვიტოთ, რომ ამ პრობლემაზე სასაუბროდ სჯობს, სხვა კუთხით წარმართოთ მსჯელობა, რომელშიც ისაუბრებთ წონის კლების ნამლებით გამოწვეულ დისკომფორტზე. ამით იმის თქმა გვინდა, რომ, როდესაც მასალისათვის წყაროებს ინტერვიუს ართმევთ, ექსპერტების ბევრ მინიშნებას გაძლევენ, თუ რა კუთხით იქნება საუბარი ამა თუ იმ თემაზე სწორი და რელევანტური.

მას შემდეგ, რაც სწორად შეირჩევა სათაური და ლიდი და ჩამოყალიბდება თემატური/ ამხსნელი აბზაცი, ჟურნალისტი იწყებს მედიატექსტის ძირითად ნაწილზე მუშაობას – ანუ იმ ინფორმაციისა და წყაროების დამუშავებას, რომლებიც საბოლოო პროდუქტის შექმნას სჭირდება. აქ ჩვენ ძირითად ნაწილზე აღარ ვისაუბრებთ, რადგან ისინი განსხვავდება ერთმანეთისგან და შემდეგ თავში ამ განსხვავებებს თვალნათლივ დავინახავთ.

წონის კორექცია

ლიბა

თემა: ინდივიდზე მოხვედრილი დიეტის სტრატეგიები, ჯანსაღი წონის შენახუნება. კადოხიური ბადანსის კონცეფცია. ჯანსაღი კვება.
წყარო: კვლევები; სტატისტიკა; დიეტოლოგი; ინდივიდუალური შემთხვევა.

პარჯიში

თემა: ფიზიკური აქტივობის ხოლი და სახეები, ჯანსაღი ცხოვრების მნიშვნელობა, წონის კონტროლისადმი კომბინირებული მიდგომის ახსი (ვაჩიში და დიეტა).
წყარო: კვლევები; სტატისტიკა; ფიტნესინსტრუქტორი; დიეტოლოგი; ინდივიდუალური შემთხვევა.

სოციალური და გარემო ფაქტორები

თემა: კულტურული ნორმების, გზადიციების, საზოგადოების აზრის გავლენა, ეკონომიკური ფაქტორები.
წყარო: კვლევები; სტატისტიკა; ფსიქოლოგი; ინდივიდუალური შემთხვევა.

ღიღი

- *ჩა ფუნქცია აქვს ღიღს?*
- *ზოგადიდან კონკრეტულსკენ*
- *კონკრეტულიდან ზოგადისკენ*
- *შემაჯამებელი ღიღი*
- *ციტატით დაწყებული ღიღი*
- *აღწეხილობითი, სცენუხი ღიღი*
- *თხილობითი, იგივე ნახატუღი ღიღი*

თუ მკითხველის/მაყურებლის ყურადღებას ვერ მიიპყრობთ პირველ რამდენიმე სტრიქონში/წუთში, სავარაუდოდ, სამუდამოდ დაკარგავთ მას. საზოგადოებასთან ურთიერთობის სასწავლო კურსებში სპეციალური საათები ეთმობა იმის სწავლებას, თუ როგორ უნდა მოახერხო სარეკლამო ფურცლის („ფლაერის“) ისე შედგენა, რომ ქუჩაში დარიგებისას პოტენციურმა მომხმარებელმა პირდაპირ სანაგვე ურნაში არ გადაუძახოს. სამიზნე პირმა მას ჯერ უნდა დახედოს, მერე დაინტერესდეს და თუ ჩანთაშიც ჩაიდო, ე. ი. პირველ ეტაპზე მიზანი შესრულებულია: დავამახსოვრებინეთ ბრენდის სახელი და პროექტის არსი.

ასევეა მედიატექსტის შემთხვევაშიც. მკითხველის ყურადღებას ჯერ სათაური იქცევს და ამის შემდეგ, თუ პირველივე წინადადებაში არ ამოიკითხა, რას ეხება მასალა და რა შეიძლება მასში საინტერესო და სასარგებლო იყოს, რაც უნდა არგუმენტირებული ტექსტი შესთავაზო, მნიშვნელობა აღარ აქვს - თქვენი შრომა წყალშია გადაყრილი.

რა ფუნქცია აქვს ლიდს?

სათაურის შემდეგ, ლიდი არის მედიატექსტის ის უმნიშვნელოვანესი ნაწილი, რომელშიც მკაფიოდ უნდა იკითხებოდეს თემის აქტუალობა, თეზისი და შეკითხვები, რომელზეც მედიატექსტი პასუხობს, მაგრამ ეს უნდა იყოს სწორად შერჩეული ამბით, წინადადებებით, სიტყვით, კითხვით მიწოდებული შესავალი ნაწილი.

კარგი ლიდი მარტივი, მიმზიდველი და თემაზე ორიენტირებულია. კაუჭი, რომელზეც ხშირად მიუთითებენ, როგორც ტექსტის მთავარ და საკვანძო ელემენტზე, ლიდს საინტერესოს ხდის. ლიდი მკითხველს ჰპირდება, რომ ამბავი, რომელზეც ქვემოთ ისაუბრებთ, მას საინტერესო და სასარგებლო ინფორმაციას მიაწვდის.

ლიდი შეიძლება იყოს ერთწინადადებიანი, თუ მოახერხებთ და მასში ოსტატურად ჩატევთ თემის მიზანს. თუმცა, ძირითადად, ის ოთხ ან ხუთწინადადებიანი აბზაცია, რომელშიც მახვილგონივრულად არის მოცემული „ჩამთრევი“ ინფორმაცია/კაუჭი, რომელზეც მკითხველი „ნამოეგება“.

გამოყოფენ ლიდის ორსახეს: პირდაპირს და გადავადებულს. **პირდაპირი ლიდი** „დაუყოვნებლივ მოუთხრობს მკითხველს ან მსმენელს ამბის უმნიშვნელოვანესი ასპექტის შესახებ. იგი, ჩვეულებრივ, ცხელ-ცხელი ამბების შემთხვევაში გამოიყენება“; ხოლო **გადავადებული ლიდი** კი ითრევს მკითხველს ან მსმენელს ამბავში, მის შინაარსზე მინიშნებით“ (მენჩერი, 2013, გვ. 103). ორივე ტიპის ლიდის შემთხვევაში, აუცილებელი და საჭიროა მთავარი ხაზის მონახვა.

როგორ შეიძლება აიგოს კარგი ლიდი? არსებობს ლიდის აგების ორი მიმართულება: **ზოგადიდან კონკრეტულისკენ** და პირიქით, **კონკრეტულიდან ზოგადისკენ**.

ზოგადიდან კონკრეტულისკენ

მასალის დაწყების ეს სტილი ძალიან ჰგავს „ამობრუნებულ პირამიდას“ – პირველივე სტრიქონებში აღწერთ ზოგად სიტუაციასა და გარემოს, ვსვამთ პრობლემას, მოგვყავს მაგალითები, ვაყალიბებთ თეზისს და შემდეგ დავიხმართ არგუმენტებს. მაგალითად ასე: „საქართველო, ბოლო პერიოდია, ახალი კოვიდ 19-ის წინააღმდეგ იბრძვის. პანდემიად ქცეული დაავადების წინააღმდეგ მიზანშეწონილად ჩაითვალა საგანგებო მდგომარეობის გამოცხადება და კომენდანტის საათის დაწესება, რამაც საზოგადოების ერთ ნაწილში უკმაყოფილება გამოიწვია“.

ამ წინადადებაში აღწერილია სიტუაცია და დასმულია პრობლემა („საზოგადოების ერთ ნაწილში უკმაყოფილება გამოიწვია“). ამ ნაწილს ლოგიკურად უნდა მოჰყვეს „უკმაყოფილების“ მაგალითები: ვთქვათ, „ერთ მანქანაში მსხდომი ოჯახის 4 წევრი 3000-3000 ათასი ლარით დააჯარიმეს“, „მაღაზია „სპარი“ მუშაობას ამთავრებს საღამოს 20 საათზე და იმის გამო, რომ მისი თანამშრომლები 21 საათამდე სახლში მისვლას ვერ ასწრებენ, იძულებულნი არიან, ღამე მაღაზიაში გაათენონ“ და ა. შ.

ამის შემდეგ უნდა დაისვას გასაანალიზებელი თეზისი, მაგალითად, ასე: „მთავრობის მიერ კომენდანტის საათის გამოცხადება მოუშზადებელი იყო“, რაც უნდა დადასტურდეს სათანადო არგუმენტებით: დოკუმენტებით, სხვა ქვეყნის მაგალითებით, სტატისტიკით, კომენტარებით და ა. შ.

მაგამ ამ ფოხმას აქვს თავისი ნაკი.

ზოგადი შესავალი ხშირად უინტერესოა. მაგალითად, ის ნაწილი, რომელიც ზემოთ მოვიყვანეთ („საქართველო, ბოლო პერიოდია, ახალი კოვიდ 19-ის წინააღმდეგ იბრძვის. პანდემიად ქცეული დაავადების წინააღმდეგ მიზანშეწონილად ჩაითვალა საგანგებო მდგომარეობის გამოცხადება და კომენდანტის საათის დანესება, რამაც საზოგადოების ერთ ნაწილში უკმაყოფილება გამოიწვია“), არაფერს ახალს და დამაინტრიგებელს არ ამბობს. ამ ტიპის შესავლის ნაკითხვის შემდეგ მკითხველთა უმეტესობამ, შესაძლოა, აღარ გააგრძელოს კითხვა თეზისის გასაცნობად და ჟურნალისტის შრომაც წყალშია ჩაყრილი.

ზოგადი შესავალი ხშირად ქმნის შთაბეჭდილებას, რომ:

- ა) ავტორი შტამპებით აზროვნებს;
- ბ) ავტორს არაფერი აქვს სათქმელი;
- გ) ავტორი ვერ ხედავს პრობლემას;
- დ) პრობლემა ძალიან ფართოა იმისთვის, რომ ორი წინადადებით აღწერო;
- ე) პრობლემა რეალურად არ არსებობს და ის ხელოვნურადაა შექმნილი.

მოვიყვანოთ გაუმართლებელი შესავლის რამდენიმე მაგალითი:

1. „დღეს, როცა ქვეყნის ეკონომიკა დიდი გაჭირვებით ამოძვრა ეკონომიკური კოლაფსიდან, მნიშვნელოვანია, ყველაფერი გაკეთდეს იმისთვის, რომ გამოიკვეთოს განვითარების გზები“.

ასე შეიძლება დაიწყო ნებისმიერი სტატია, რომელიც ეკონომიკური კრიზისიდან გამოსავლის ძიებას ეძღვნება. მასში არაფერი კონკრეტული არ არის ნათქვამი და მკითხველი ვერ მიხვდება, რას ეძღვნება პუბლიკაცია. სანამ ის საკვანძო ადგილამდე მივა, კითხვა მობეზრდება და ან სხვა მასალაზე გადაინაცვლებს, ან ჟურნალს/გაზეთს გადადებს გვერდზე, როგორც უინტერესო პროდუქტს.

2. „ცენტრალური აზია, საერთაშორისო ექსპერტთა შეფასებით, მსოფლიოში ერთ-ერთ ფეთქებადსაშიშ ზონად მიიჩნევა“.

მსგავსი წინადადება მკითხველს არაფერს ახალს არ ეუბნება. მასში არ ჩანს, რაზეა მასალა. ამგვარი დასაწყისი ერთნაირი წარმატებით შეიძლება წაუმძღვარო წერილს, რომელიც ეხება, ვთქვათ, კრიმინალს, ნარკომანიას, ნაციონალურ პოლიტიკას, შეიარაღებულ შეტაკებებს ან კონფლიქტს და ა. შ.

გარდა ამისა, უნდა აღინიშნოს წყარო – „საერთაშორისო ექსპერტთა შეფასებით“ (ასეთივე გამომხატველობა აქვს სიტყვათშეხამებას „ადგილობრივ ექსპერტთა“, „დამოუკიდებელ ექსპერტთა“, „სპეციალისტთა“, „ანალიტიკოსთა“ და ა. შ.) – ასეთ წყაროს ხშირად იყენებენ ჟურნალისტები, რომლებსაც რეალური რესპონდენტი არ ჰყავთ და უნდათ დაფარონ, რომ ვერ მოიპოვეს ექსპერტთა კომენტარები.

ზოგადი ლიღების მაგალითები:

◆ „თანამედროვე დასავლურ პოლიტიკაში, მოულოდნელ, მენისტრიმულ პოზიციებთან დაპირისპირებული მოსაზრებების დემოკრატიულმა ტრიუმფმა ბებერი კონტინენტის სტაბილურობა საგრძნობლად შეარყია. პოლიტიკური კრიზისის ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითია ნისლიან ალბიონზე უკანასკნელი წლების განმავლობაში განვითარებული მოვლენები. ამ ქაოსში ერთი მნიშვნელოვანი მითიც დაინგრა – მაჟორიტარული საპარლამენტო სისტემა, პოლიტიკაში ხალხის აქტიური ჩართულობის ფონზე, სტაბილურობის გარანტია ვერ აღმოჩნდა“³⁹.

◆ „კორონავირუსის გამო გაჩერებული მსოფლიო, ეკონომიკური კრიზისის მოლოდინშია. კიდევ უფრო რთულადაა ვითარება საქართველოში, სადაც უკვე უამრავმა მოქალაქემ დაკარგა სამუშაო ან ხელფასი მკვეთრად შეუმცირდა. დაკლებულია ფულადი გზავნილების მოცულობა, ხოლო ბიზნესის არაერთი მიმართულება სრულადაა გაჩერებული“⁴⁰.

39. <http://liberali.ge/articles/view/46740/mazhoritaruli-sistemis-krizisi-gaertianebul-samefoshi>;

40. იქვე.

ასეთი დასაწყისი იქამდე, ვიდრე ავტორი მთავარ სათქმელზე გადავიდოდეს, სიტუაციის და მდგომარეობის აღწერას ისახავს მიზნად, მაგრამ საჭიროა სიფრთხილე, რათა არ გავვითაცოს ზოგადმა ფრაზოლოგიამ, როგორცაა: „ყველამ იცის“, „ყველასთვის ცნობილია“, „დღესდღეობით ცნობილია“, „საზოგადოებისთვის კარგად ნაცნობია სიტუაცია, როცა“ და ა. შ.

ზოგადი ლიდი გამართლებულია სტატიის, სვეტების წერის დროს. სხვა ტიპის მასალებში სჯობს, არჩევანი სხვაგვარ დასაწყისზე შევაჩეროთ.

კონკრეტულიდან ზოგადისკენ

კონკრეტული ამბით დაწყება გაცილებით უფრო საინტერესოს ხდის მასალას. ამგვარი შესავალი უფრო ცოცხალი და მიმზიდველია და მკითხველი მყისიერად მიჰყავს მთავარ ამბამდე. მაგალითად, სტატიის ავტორი ლიდში საუბრობს ერთი ადამიანის ისტორიაზე და აღწერს, რომ 32 წლის მ. გ., რომელმაც ბანკის სესხი ვერ დაფარა, ბინის გაყიდვის საშუალებების წინაშე დგას, თუმცა სახელმწიფო უწყება მას კონკრეტულ გამოსავალს სთავაზობს და ამ გამოსავალზე სტატიაში იქნება საუბარი. ცხადია, მკითხველი, რომლისთვისაც საბანკო კრედიტების პრობლემა ნაცნობია, დაინტერესდება, რა გამოსავალი არსებობს პრობლემის გადასაჭრელად;

ან

ლიდი იწყება კონკრეტული ადამიანის ისტორიით, რომელსაც აქვს ჯანმრთელობის პრობლემა და სადაზღვევოდან სათანადო მომსახურებას ვერ იღებს; ნაჩვენებია, რა გზა გაიარა მან, რომელ ინსტანციას მიმართა, რა დახმარება მიიღო, რა ღირს მისი მკურნალობა და რამდენს ფარავს სადაზღვევო. ლიდი მიანიშნებს, რომ ტექსტში, რომელიც მას მოსდევს, სწორედ ამ პრობლემებზე იქნება საუბარი და, ფაქტობრივად, ჰპირდება მკითხველს, რომ აჩვენებს, რა გზა არსებობს დარჩენილი თანხის სხვა პროგრამებით მოპოვებისა.

ადამიანური ისტორიების ნაცვლად, ასევე შეიძლება კონკრეტული შემთხვევიდან, მოვლენიდან, პროცესიდან გადახვიდე მთავარ სათქმელზე, რაც საზოგადოებისთვის საინტერესო და პრობლემურია და მკითხველს უჩენს განცდას: „ეს ხომ მეც შემემთხვა?“, ან „ხომ შეიძლება ამ პრობლემის წინაშე მეც დავდგე?“

ლიდის მაგალითი: „გიორგი ქარსამაული, 31 წლის, ვესტომთა - თუშეთში ფერმერულ მეურნეობაში გამორჩეულ გუდის ყველს ამზადებდა მის მიერვე შექმნილი დაძველების ტექნოლოგიით. სოფლამდე სამანქანო გზა არ ჰქონდა და არც ახლა აქვთ, სამშენებლო მასალა ცხენებით აზიდა და სახლი საოჯახო სასტუმროდ გადააკეთა. თუშეთის

და მეცხვარეების პრობლემებზე ბევრს ხმაურობდა. სოფელში, სადაც რამდენიმე ათეული წელია, მუდმივად აღარავის უცხოვრია, აგროტურისტული ცენტრის მოწყობას გეგმავდა, მაგრამ მე-9 თვეა, ემიგრაციაშია. წავიდა და უმცროსი ძმაც წაიყვანა. გიორგი საქართველოდან წასვლის რამდენიმე მიზეზს ასახელებს – მეცხვარეობის დარგში არსებულ პრობლემებს, ბიუროკრაციას, იმედგაცრუებას და უპერსპექტივობის განცდას“ (მთის ამბები)⁴¹.

მოყვანილ ლიდში კონკრეტული ადამიანის, გიორგი ქარსამაულის, მაგალითზე ნაჩვენებია, რომ ტექსტში, რომელიც ამ ლიდს მოჰყვება, საქართველოსთვის მნიშვნელოვან პრობლემებზე – მიგრაციაზე და მის გამომწვევ მიზეზებზე იქნება საუბარი, კერძოდ, მკითხველი მიიღებს ინფორმაციას, თუ რა პრობლემებს აწყდება ახალგაზრდა მშობლიურ მხარეში, რატომ არის ძნელი აქ ფერმერობა, რაწინააღმდეგობები აქვს მეცხვარეობის განვითარებას და რა აიძულებს ახალგაზრდა კაცს, ცხოვრება თავიდან დაიწყოს უცხოეთში. მიგრაციის პრობლემა ახალი არაა, მაგრამ ახალგაზრდა ფერმერის, აქტიური მოქალაქისა და პერსპექტიული ბიზნესმენის ქვეყნიდან წასვლის სევდიანი ისტორია („ჩემი სული და გული მანდ არის, მაგრამ საერთო მიზეზი, რაც წამოსულებს გვაერთიანებს, იმედგაცრუებაა. საქართველოში ახალგაზრდისთვის არ არის განვითარების პერსპექტივა, თუ ვინმე არ გყავს ისეთი, ვინც წინ წაგწევს“, - გ. ქარსამაულის კომენტარი) კიდევ ერთხელ დააფიქრებს ადამიანებს, რომ ახალგაზრდებს, ვინც წასვლამდე ასე ფიქრობდა: „ყველა ტოვებს ამ ქვეყანას და რამდენიმე ადამიანი მაინც უნდა დავრჩეთ, ვინც ძველ, ტრადიციულ საქმეს გავაგრძელებთ. ახალგაზრდები, თორემ არის ასაკოვანი ხალხი, რომლებიც რაღაც პერიოდის შემდეგ აუცილებლად გაყიდვიან ცხვარს და დარჩება თუშეთი ცხვრისა და თუში მეცხვარის გარეშე“, – რაღაც ძალიან გაუსაძლისმა აიძულა, უცხო ცის ქვეშ დაეხარჯა ენერგია და ცხოვრების საუკეთესო წლები საკუთარი კი არა, სხვისი ქვეყნის მშენებლობისთვის შეეწირა.

ლიდის საინტერესოდ დასაწყებად ზოგჯერ პრობლემა სულაც არაა საჭირო. კონკრეტული ადამიანების თავგადასავლით დაწყება ძალიან უხდება პროფაილის, რეპორტაჟის სტილს და, რაც უფრო ორიგინალურად დავინწყებთ მას, მით მეტია შანსი, მკითხველი ბოლომდე გამოგვყვეს.

ლიდის მაგალითი: „1949 წელს დორის ლესინგი საცხოვრებლად როდებიიდან ლონდონში გადავიდა და მიატოვა ორი შვილი, რომლებიც პირველი ქმრისგან ჰყავდა. თან წაიყვანა მესამე შვილი, პიტერი, და წაიღო ჩანთა, რომელშიც ჰქონდა ხელნაწერი რომანისა „ბალახი მღერის“. როცა ლონდონში ჩავიდა, რომანი გამოქვეყნდა და

41. „ჩამ აიძულა წახმაგებული ახალგაზრდა თუში ფეხმეხი ემიგრაციაში წასულიყო“, „მთის ამბები“, 07.12. 2022. <https://mtisambebi.ge/news/item/1580-ram-aiwula-xarmatebuli-tushi-permeri-emigraziashi-xasuliybo>

დიდი აღიარებაც მოუტანა. ლესინგი მსოფლიოს ერთ-ერთ ყველაზე დიდ მწერლად იქცა, საბოლოოდ კი, ლიტერატურის დარგში ნობელის პრემიაც მიიღო⁴² – ასე იწყება პორტრეტი დორის ლესინგის შესახებ, რომელიც არის ავტორი ცნობილი რომანისა „ოქროს რვეული“. ნაწარმოები გვიყვება, როგორ უნდა იცხოვრო, როგორც თავისუფალმა ადამიანმა. ის იკვლევს და გადმოგვცემს ქალ შემოქმედად ყოფნის სირთულეს. იმ ქალის მდგომარეობას, რომელსაც უწევს ცხოვრება საზოგადოებაში, რომელსაც მისი არსებობა საერთოდ არ სურს. პორტრეტის ავტორი გვიყვება დორის ლესინგზე და ამ კონკრეტული ამბით (ლესინგის მიერ შვილების მიტოვებით და საცხოვრებლად ლონდონში გადასვლით) იწყებს პასუხის ძიებას ძალიან რთულ კითხვებზე – რატომ შემოჰყავს დორის ლესინგს ნაწარმოებში საკუთარი ალტერ-ეგო – ანა ვულფი. კლერ დედერერი იკვლევს, რა საერთო აქვს მას, როგორც მწერალს, დედას, მასწავლებელსა და უბრალოდ, ქალს, ანა ვულფთან და თავად დორის ლესინგთან.

ცხადია, წერა შემოქმედებითი პროცესია და ზუსტად ვერავინ გვიკარნახებს, რა შემთხვევაში როგორი ლიდით დაწყება სჯობს, რა საკვანძო სიტყვები შევარჩიოთ და რომელ თემაზე რა ფორმა გამოვიყენოთ – ეს ყველაფერი ავტორზეა დამოკიდებული და ყველაზე კარგად მან იცის, როგორ მიიზიდოს მკითხველი, თუმცა მაინც გვინდა გამოვყოთ ლიდებს შორის განსხვავებები, რომ გაადვილდეს ლიდის სტრუქტურულად სწორად აგება.

ლიდის სახეობები, რომელზეც ქვემოთ გვექნება საუბარი, ეყრდნობა სხვადასხვა ტექსტში გამოყენებულ შესავალ ნაწილებს და საერთო მახასიათებლის მიხედვით არის კატეგორიზებული.

შემაჯამებელი ლიდი

ამ ტიპის ლიდს ხშირად იყენებენ ახალ ამბებში. ის ამობრუნებული (ინვერსიული) პირამიდის ფორმისაა და მოიცავს 6 კითხვას ვინ? რა? სად? როდის? რატომ და როგორ?... შემაჯამებელი ლიდი პირდაპირ უპასუხებს კითხვებს და მხოლოდ ამის შემდეგ იწყებს დამატებითი/ ფონური ინფორმაციის მიწოდებას.

მაგალითად: „22 სექტემბერს აეროპორტის გზატკეცილის 43-ე კილომეტრზე ავტომობილი ხეს შეეჯახა. შეჯახებას ადამიანთა მსხვერპლი მოჰყვა. შინაგან საქმეთა სამინისტროს პრესსამსახურის ცნობით, ავტომობილი გადაჭარბებული სიჩქარით მოძრაობდა.“

42. „კლერ დედერერი – დორის ლესინგი და საშიში ფიქრები“, „არილი“, 08.05.2023. <https://rb.gy/07enuc>;

პირდაპირი ლიდის ეს ფორმა შეიცავს ინფორმაციას მომხდარი ამბის შესახებ – შემთხვევის ადგილმდებარეობას, დროს, ინფორმაციის წყაროს. მთავარი ამბის შემდეგ ავტორი უკვე დამატებით ინფორმაციას და კომენტარებს გვთავაზობს, რაც საკითხის ამომწურავად გაშუქებისთვის არის საჭირო.

შემაჯამებელი ლიდები გამოსადეგია კომპლექსურ საკითხებზე საუბრისასაც. მაგალითად, თუ ვწერთ სტატიას რომელიმე სიახლის შესახებ, რაც გაანალიზებას საჭიროებს, შეგვიძლია, გამოვიყენოთ სწორედ შემაჯამებელი ლიდი, რომელიც ამ ექვსი კითხვიდან რამდენიმეს მაინც გასცემს პასუხს.

მაგალითად: „ჯანდაცვის სამინისტროს მიერ 2023 წლის დეკემბერში გასაჯაროებულ ინფორმაციასთან დაკავშირებით, რომლის მიხედვითაც, ფარმაცევტული კომპანიები მედიკამენტების რეალიზაციას, იმპორტის ფასთან შედარებით, 1000%, 2000% და 3000%-იანი ფასნამატით ახდენდნენ, კონკურენციის სააგენტომ მოკვლევა დაიწყო“.

ამ ლიდი ვინაობით პასუხებს კითხვებს:

- ვისზეა ამბავი? – კონკურენციის სააგენტოზე, რომელმაც მოკვლევა დაიწყო;
- რაზეა ამბავი? – მედიკამენტების ფასნამატით გაყიდვაზე;
- სად მოხდა ამბავი? – (ამაზე პასუხი არ გვაქვს, თუმცა იგულისხმება რომ საქართველოში);
- როდის მოხდა ამბავი? – 2023 წლის დეკემბერში;
- როგორ მოხდა ამბავი? – ფარმაცევტული კომპანიები, მედიკამენტების რეალიზაციას, იმპორტის ფასთან შედარებით, ფასნამატით ახდენდნენ.

კიდევ ერთი მაგალითი: „ჰოლანდიის ექსპრემიერი დრის ვან აგტი მეუღლესთან, ეუგენიასთან, ერთად გარდაიცვალა. ეს მოხდა 5 თებერვალს, თუმცა ინფორმაცია საჯაროდ რამდენიმე დღის შემდეგ გავრცელდა. მეუღლეებმა, რომლებიც ბოლო ხანებში მძიმედ იყვნენ ავად, გამოიყენეს ჰოლანდიაში კანონიერად მოქმედი ევთანაზია. ორივე მათგანი 93 წლის იყო“⁴³.

43. 93 წლის ასაკში სიცოცხლე ევთანაზიით დასსხედეს ჰოლანდიის ექსპრემიერმა და მისმა ცოლმა, „ხადიო თავისუფლება“, 11.02.2024; <https://www.radiotavisupleba.ge/a/32814322.html?fbclid=IwAR2jFX1l4ox2GWOVmi-Y0Z5Ge3AOyyyi-87P96xsEBkk9oWIUQcBD1R1Qj44>

ლიდი პასუხს სცემს კითხვებს:

- ვისზეა ამბავი? – ჰოლანდიის ექსპრემიერ დრის ვან აგტსა და მის მეუღლე ეუგენიაზე;
- რაზეა ამბავი? – მეუღლეებმა გამოიყენეს ჰოლანდიაში კანონიერად მოქმედი ევთანაზია;
- სად მოხდა ამბავი? – ჰოლანდიაში;
- როდის მოხდა ამბავი? – 5 თებერვალს;
- როგორ მოხდა ამბავი? – მეუღლეებმა გადაწყვიტეს, გამოეყენებინათ გარდაცვალების კანონიერი უფლება;
- რატომ მოხდა ამბავი? – ისინი ბოლო წლებში მძიმედ ავადობდნენ.

ცხადია, ამგვარი ლიდის შემდეგ შესაძლებელია, ჟურნალისტმა დაწვრილებით ისაუბროს ევთანაზიაზე, იმ ქვეყნებზე, სადაც ადამიანის უფლება – მძიმე ავადმყოფობის გამო, თავად აირჩიოს გარდაცვალების გზა – კანონიერია, ასევე მოიყვანოს სტატისტიკა – რამდენმა ადამიანმა გამოიყენა ეს გზა, ესაუბროს ექსპერტებს, არის თუ არა ევთანაზიის დაკანონება მართებული, ჩართოს დისკუსიაში ყველა ის მხარე, ვისაც შეუძლია ექსპერტული მოსაზრება განავითაროს და ა. შ.

მედიაგამოცემების რედაქტორები, ჟურნალისტები და თავად მკითხველებიც ლიდს/მთავარ ინფორმაციას ტექსტის დასაწყისში ეძებენ. სხვაგვარად, შესაძლოა, მოხდეს ისე, რომ ამბის ყველაზე მნიშვნელოვანი ასპექტი ტექსტში ჩაიკარგოს. ამგვარი ფორმა მოიხსენიება ტერმინით „ლიდის ჩამარხვა“ (“burying the lead”). ეს არის პრაქტიკა, როცა სტატია ნაკლებმნიშვნელოვანი ინფორმაციით იწყება, ხოლო აუდიტორიისთვის საინტერესო ძირითადი დეტალები იმალება. ეს შეიძლება მოხდეს როგორც უნებურად, ასევე ჟურნალისტის გამიზნული არჩევანით, მაგრამ ლიდის „ჩამარხვამ“, შესაძლოა, თქვენთვის უსიამოვნო შედეგი მოიტანოს – სანამ ამბის ყველაზე მნიშვნელოვან ნაწილამდე მიხვალთ, მკითხველმა დაკარგოს ინტერესი და აღარ გაეცნოს პუბლიკაციას. ამიტომაც სჯობს, პრიორიტეტული ინფორმაცია სტატიას დასაწყისშივე დავუროთ.

■ ციტატით დაწყებული ლიდი

ციტატით დაწყებული ლიდი ახალ ამბებში ნაკლებად მისაღებია, თუმცა, სტატიის შემთხვევაში, ეს მეტად ამართლებს. მართალია, რთულია, გაუძლო სტატიის ციტატით დაწყების ცდუნებას, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც რესპონდენტი „გემრიელად“ საუბრობს, იყენებს საინტერესო პერსონაჟებს და მოჰყავს მაგალითები, მაგრამ არის რეკომენდაცია, რომ სტატიის ციტატით დაწყება განვიხილოთ უკანასკნელ შემთხვევაში. რატომ? იმიტომ, რომ ციტატა უნდა იყოს

ძალიან მოკლე, საინტერესო და თემატური, ზუსტად უნდა ასახავდეს იმ ძირითად ხაზს, რომელსაც მიჰყვება ტექსტი.

არსებობს ციტატით დაწყების ორი ხერხი – ერთი, როცა ცნობილი ადამიანის გამონათქვამს იყენებ ლიდში იმისთვის, რომ აჩვენო, როგორ „მუშაობს“ ეს გამონათქვამი თანამედროვეობაში ან კონკრეტული პიროვნების ცხოვრებაში და მეორე, როცა იყენებ შენივე რესპონდენტის გამონათქვამს, რომელიც ზუსტად ასახავს იმ პრობლემას ან თემატურ ხაზს, რომელსაც მიჰყვება ქვემოთ მოთხრობილი ამბავი.

განვიხილოთ ამ უკანასკნელის მაგალითი: ჟურნალისტმა ლიკა ზაკაშვილმა, რომელმაც საჯარო სკოლებში კადრების გადახალისების და მასწავლებლების შერჩევის პრობლემას მიუძღვნა სტატია „ვაკანსია მასწავლებელი“⁴⁴, ლიდი სწორედ რესპონდენტის ციტატით დაიწყო:

„ადამიანები ვიჩაგრებით არა მარტო ნეპოტიზმისა და კორუფციის ნიშნით, არამედ განსხვავებული აზრისთვის. მართლა სასონარკვეთილი ვარ, არაფრის იმედი არ მაქვს საერთოდ. არ მაქვს იმედი, რომ რომელიმე სკოლაში მოვძებნი სამსახურს. მიუხედავად იმისა, რომ ჩემს კარიერაში ყველაფერი მაქვს გაკეთებული იმისთვის, რომ სამსახურის დაწყება არ გამიჭირდეს“, – მიკო მიქავა, ახალგაზრდა პედაგოგი ზუგდიდიდან, სკოლაში სწავლების 11-წლიანი გამოცდილებით.

პუბლიკაციის მიხედვით, მიკო მიქავას მენტორი მასწავლებლის სტატუსი აქვს, მაგრამ სრულ განაკვეთზე არ მუშაობს და ვერ იღებს სტატუსით განსაზღვრულ დანამატს. ის ამიტომაც ეძებს სამსახურს სკოლაში, სადაც სრული დატვირთვით იმუშავებს და დანამატსაც აიღებს. ასეთი სამსახური კი, სხვადასხვა მიზეზის გამო, ვერ იშოვა. სწორედ მიკოს ციტატით იწყება სტატია.

რატომ აარჩია ეს ციტატა ავტორმა? იმიტომ, რომ მასალის ფოკუსი ამ ხაზზე გადის – ახალგაზრდა კადრების უგულებელყოფა, სკოლაში მიღების ახალი წესი და ხარვეზები საჯარო სკოლაში დასაქმების კანონში. ის, რასაც მიკო მიქავა ამბობს, ბევრი ახალგაზრდის სათქმელია და რესპონდენტის კომენტარი ზოგად სურათს აჩვენებს. ამიტომაც მასალისთვის ლიდის ამ ფორმით წამძღვარება ერთ-ერთი სწორი არჩევანი იყო.

ცნობილი ადამიანის გამონათქვამები ჟურნალისტურ პროდუქციაში ლიდში იშვიათად გამოიყენება, მაგრამ თუ ავტორი გადაწყვეტს, იგი მოსახერხებელი იქნება პროფაილებში, ინტერვიუებსა და ზოგადად ფიჩერულ თხრობაში.

44. ლ. ზაკაშვილი, „ვაკანსია - მასწავლებელი“, „პუბლიკა“, 25.09.2023.
<https://publika.ge/article/vakansia-maswavlebeli/>

ცნობილი ადამიანის ციტატით დაწყების მაგალითი პროფაილებში:

- ◆ „სხვა ყველა გაცემული ისევ ხელახლად მოიხვეჭება და სიცოცხლის წარსული დღენი კი აღარაო“, – წერდა ილია და მიგვანიშნებდა, რომ წარსულიდან მხოლოდ ის დღე ითვლება სიცოცხლის დღედ, როცა კაცი რაიმე ღირებულს ჰმატებს საკუთარ ხალხსა და ქვეყანას. ეს ბედნიერება კი სხვათაგან მხოლოდ ნიჭითა და გონიერებით, შრომითა და აზროვნებით გამორჩეულ ადამიანებს ერგებათ ხოლმე... (მ. ტორაძე, „მის სიცოცხლეში ერთ დღესაც კი ფუჭად არ ჩაუვლია“, „თბილისის უნივერსიტეტი“)
- ◆ „ჩემი რელიგია არის ჭეშმარიტების ძიება ცხოვრებაში და ცხოვრებისა – ჭეშმარიტებაში, თუნდაც ვიცოდე, ჩემს სიცოცხლეში ამას ვერ მივაღწევ... ჩემი რელიგია არის დაუცხრომელი და დაუსრულებელი ბრძოლა იდუმალებასთან“ – მიგელ დე უნამუნოს ეს სიტყვები რევან სირაძის ცხოვრების პრინციპებს ზუსტად ასახავს. ჩვენ კი, ჩვეულებრივ მოკვდავთ, მათი არ გვემის... ისინი სხვა განზომილების ადამიანები არიან და ცხოვრებასაც სხვაგვარად აღიქვამენ – უფრო ღრმად... უფრო მეტყველად... უფრო მდუმარედ, რადგან მათი დუმილი ჩვენს ზარებზე ხმამაღლა რეკს (მ. ტორაძე, „ხიბლი არაპოპულარობისა“ – რევან სირაძე იდუმალებაზე, სტუდენტობასა და სტუდენტებზე“, 2010 წ., „თბილისის უნივერსიტეტი“)

ლიდის ციტატით დაწყება ეფექტური ხერხია ამბავში ადამიანური ელემენტის შემოსატანად. ამგვარად სტატიას დაურთავთ გმირის/რესპონდენტის შეხედულებას ან სხვა ადამიანის მოსაზრებას, რაც სპეციფიკურ ელფერს ანიჭებს და ინტრიგას ქმნის დანარჩენი ტექსტისთვის.

განვიხილოთ მაგალითაი:

- ◆ „ჩემი ამბავი, რომელსაც ახლა მოგიყვებით, შეიძლება მართლა იყოს მაგალითი გოგოებისთვის... რომ დაფიქრდნენ და არა მხოლოდ მათთვის“, – გვეუბნება სევდა ხალილოვა-მუზაშვილი, ბოლნისის რაიონის სოფელ დარბაზისა და ნახიდურის საშუალო სკოლების მასწავლებელი. ის ამ სკოლებში აზერბაიჯანულ ენასა და ლიტერატურას ასწავლის, ასევე, დაწყებითი კლასების პედაგოგიცაა. სევდა ხალილოვა-მუზაშვილი იმ აზერბაიჯანულ ქალებს შორის იყო, რომლებიც 10 ოქტომბერს, მირზა ფათალი ახუნდოვის სახელობის აზერბაიჯანული კულტურის ცენტრში შეიკრიბნენ და 14 წლის აითაჯ შახმაროვას მკვლელობის შესახებ ისაუბრეს. შეხვედრაზე აზერბაიჯანელი ქალების სათქმელი იყო, რომ ადრეული ქორწინება და ფემიციდი ქვეყანაში არსებული პრობლემაა, ის არ უკავშირდება მხოლოდ ერთ ეთნიკურ ჯგუფს და მას არანაირი კავშირი არ აქვს აზერბაიჯანულ ტრადიციებთან თუ ადათ-წესებთან⁴⁵.

45. თათია ხადიანი, „ბავშვებს უნდა დავანახოთ, ხოგოხი შეიძლება იყოს მათი მომავალი“ – საუბარი პედაგოგ სევდა ხადიდოვასთან“, „პუბლიკა“, 1.11.2023.

<https://publika.ge/article/bavshvebs-unda-davanakhot-rogori-sheidzleba-iyos-mati-momavali-saubari-pedagog-sevda-khalilovastan/>

თათია ხალიანის პუბლიკაციაში – „ბავშვებს უნდა დავანახოთ, როგორი შეიძლება იყოს მათი მომავალი“ – საუბარი პედაგოგ სევდა ხალილოვასთან – ლიდი იწყება რესპონდენტის ციტატით, რომელიც ერთგვარი „გასროლა“ იმ ქალების მისამართით, რომლებიც ჯერ კიდევ ვერ ლაპარაკობენ შევინროებასა და უფლებების დარღვევაზე და ეძებენ მხარდამჭერებს, რომელთა დახმარებითაც სრულფასოვან ცხოვრებას შეძლებენ. საკვანძო სიტყვები – „ჩემი ამბავი“ ლიდის დასაწყისშივე გვხვდება და დაინტერესებული ადამიანისთვის, რომელმაც პუბლიკაციის სათაური უკვე წაიკითხა („ბავშვებს უნდა დავანახოთ, როგორი შეიძლება იყოს მათი მომავალი“), არის ერთგვარი გასაღები: ამბავი, რომელზეც რესპონდენტი საუბრობს, შესაძლოა, მისთვისაც სამაგალითო აღმოჩნდეს.

ლიდში დაწყებული ამბის განვითარება კიდევ უფრო „ჩამთრევია“, რადგან ავტორი მკითხველის მიზიდვის არანაკლებ საინტერესო პასაჟს იყენებს – შეკრებაზე, რომელსაც რესპონდენტი, სევდა ხალილოვა-მუზაშვილიც ესწრებოდა, საუბარი შეეხებოდა 14 წლის აითაჯ შახმანოვას მკვლელობას (აითაჯ შახმანოვა ძალდატანებით გაათხოვეს 14 წლის ასაკში და, ე. წ. „ქმრის“ ოჯახიდან გაქცევის მცდელობისას, მოძალადე მამაკაცმა („ქმარმა“) მოკლა). ეს ის საკითხია, რომელმაც საზოგადოება შეძრა და სტატიის გამოქვეყნების პერიოდში აქტიურად მსჯელობდნენ პრევენციულ ღონისძიებებზე. ამიტომაც ინტერესი გამოთქმული მოსაზრებების მიმართ დიდი იყო. ლიდის ბოლო ნაწილი კი დამაფიქრებელია და აუდიტორიას აიძულებს, საკითხს სხვა პერსპექტივიდან შეხედოს.



„ქმნი რაღაცას, შემოქმედებით განწყობაზე ხარ. პროცესი ძალიან სასიამოვნოა – ძერწავ, ხატავ, ფერებში და ფორმებში „შედიხარ“, – ჰყვება „პუბლიკასთან“ გიორგი [სახელი შეცვლილია]. ის ორგანიზაცია „თანადგომის“ რესოციალიზაცია-რეაბილიტაციის ხელშეწყობის პროგრამის ერთ-ერთი ბენეფიციარია. ცენტრში ცდილობენ, არტთერაპიის, ინდივიდუალური თუ ჯგუფური თერაპიის გზით, ნარკოტიკების მომხმარებლებს რეაბილიტაციასა და რესოციალიზაციაში დაეხმარონ“⁴⁶.

ლიდი მიუთითებს, რომ დანარჩენი ტექსტი უნდა ეთმობოდეს რესოციალიზაცია-რეაბილიტაციის ხელშეწყობის პროგრამას და ცენტრს, სადაც ბენეფიციარები თავს კარგად გრძნობენ. ლიდში გამოტანილი საკვანძო ფრაზებით: „შემოქმედებითი განწყობა“, ხატვის პროცესი სასიამოვნოა“, „ძერწავ“, „ხატავ“... უკვე წინასწარ გაქვს იმის განცდა, რომ ცენტრის მიერ განხორციელებული პროექტი წარმატებულია და ბენეფიციარებს რესოციალიზაციაში ეხმარება.

46. „აქ საზოგადოების ისეთი მოვლია, ხომელიც ჰეაღობაშიც უნდა იყოს“ | რეაბილიტაცია „თანადგომაში“, „პუბლიკა“ 14.12.2023.

<https://publika.ge/article/aq-sazogadoebis-iseti-modelia-romelic-realobashic-unda-iyos-reabilitacia-tanadgo-mashi/>

ციტატით დაწყებულ ლიდს ტექსტში შემოაქვს ადამიანური ფაქტორი და მოსახერხებელია თხრობის ძირითადი ხაზის გამოკვეთისთვის. სწორად შერჩეული ციტატა კი მკითხველის დაინტერესებისთვის საჭირო ინსტრუმენტია.

■ ალწერილობითი, სცენური ლიდი

ასეთ დროს ჟურნალისტი ალწერს (მხატვრული სიზუსტით ხატავს) პიროვნებას, საგანს, მოვლენას, ქმედებას, რომელიც მჭიდრო კავშირშია მთავარ ამბავთან. მაგალითად, ასეთი ლიდი კარგია, როდესაც ალწერთ ამბისთვის მნიშვნელოვან ადგილს, რომელიც თითქოს სტატიის პერსონაჟია. ცოცხალი, სხარტი თხრობა მკითხველს იზიდავს და ითრევს ამბავში. მაგალითად, რაჭის სოფელ ურავის ეკოლოგიურ მდგომარეობას ეხება „პუბლიკას“ ჟურნალისტის ნათია ამირანაშვილის სტატია „დარიშხანის აჩრდილი ურავში“, რომელიც სწორედ გარემოს ალწერით იწყება:

„ამბროლაურიდან 25 კილომეტრში, რაჭის პატარა სოფელ ურავში, დარიშხანის სუნი ისევ იგრძნობა. მოსახლეობა ცხოვრებას განაგრძობს, იზრდებიან ბავშვები, პურიც ცხვება, მაგრამ მათ ყოველდღიურობას დარიშხანის კვალი აჩრდილივით დღემდე დაჰყვება. სოფელში დარიშხანის ყოფილი საწარმოს ნანგრევები ახლა ქვეწარმავლების ბუდედ ქცეულა. აქ წინა საუკუნის 30-იანი წლებიდან 90-იანებამდე დარიშხანის მადანს ამუშავებდნენ. პროდუქცია საბჭოთა კავშირის პერიოდში გამოიყენებოდა როგორც სამხედრო, ასევე მრეწველობის სხვადასხვა დარგში“⁴⁷.

ამის შემდეგ ამბავი საინტერესოდ ვითარდება და ავტორი, სხვადასხვა არგუმენტის მოყვანისა და სოფლის მცხოვრებთა კომენტარების დაფიქსირების შემდეგ, სხვა პასუხისმგებელ პირთა კომენტარებსაც გვთავაზობს.

ამ ტიპის ლიდი რეპორტაჟული სტილის თხრობას ესადაგება. ჟურნალისტი, რომელიც მას მიმართავს, კარგად უნდა ფლობდეს დეტალებში წვდომის მეთოდებს და კი არ გიყვებოდეს, უნდა გიჩვენებდეს გარემოს, საიდანაც იწყებს თხრობას.

ალწერითი, ანუ სცენური ლიდი, შესაძლოა, ნარატიულ ლიდსაც კვეთდეს – დეტალები იქაც მნიშვნელოვანია, მაგრამ მათ შორის განსხვავება ისაა, რომ ალწერითი ლიდი მხოლოდ ამბავს კი არ გიყვება, არამედ ხატავს, ალწერს გარემოს, საიდანაც იწყება მოქმედება. მაგალითად, გიორგი გოგუას პუბლიკაცია „გზაზე“ პირველივე სტრიქონებიდან გიქმნის დასწრების ეფექტს, ალწერს მეცხვარეებთან ერთად გავლილ თუშეთის გზას და ისე ბუნებრივად დაგიმგზავრებს,

47. ნ. ამირანაშვილი, „დარიშხანის აჩრდილი ურავში“, 28.10.2019.
<https://publika.ge/article/darishkhanis-achrdili-uravshi/>

რომ მასთან ერთად გასხამს წვიმა სახეზე, მიაბოტებ წვიმიან შარაზე და დასდევ დაკარგულ ცხვრებს:

„თუში მეცხვარეები ყოველწლიურად თითქმის ოც დღეს გზაში, ცხვრის გადარეკვაში ატარებენ – ეს მიგრაცია თუშების ცხოვრების წესის, კულტურისა და ისტორიის ნაწილია.

დილის ექვსი საათი იქნებოდა, როდესაც თუშეთის გზაზე, მანქანის სავალ ნაწილზე მოუხერხებლად გაშლილ კარავში მეცხვარე გიორგი ქარსამაულის შეშფოთებულმა ხმამ გამაღვიდა – „სწრაფად ადექით, მივდივართ!“ კარვის ღია კარიდან სიცივე და ძლიერი წვიმისგან გზაზე გაჩენილი ნიაღვრის ხმა შემოდიოდა, ხოლო ათასამდე ცხვარი, რომელიც წინა ღამეს ჩვენი ბანაკის შორიახლოს, მთის ძირში შეგროვილი მეგულებოდა, აღარსად ჩანდა.“⁴⁸

შეიძლება ითქვას, რომ ლიდი ორნაწილიანია. პირველი ნაწილი სათაურის შემდეგ ე. წ. „ერთი გასროლის“ ტიპის ლიდია, რომლის მეშვეობითაც სულ რამდენიმე სიტყვაშია გადმოცემული თხრობის მთავარი ღერძი: „თუში მეცხვარეები ყოველწლიურად თითქმის ოც დღეს გზაში, ცხვრის გადარეკვაში ატარებენ – ეს მიგრაცია თუშების ცხოვრების წესის, კულტურისა და ისტორიის ნაწილია“. მეორე ნაწილი კი უკვე აღწერს დილას მეცხვარეებთან და მათი ცხოვრების სირთულეების შესახებ თხრობას იმ პრობლემის გაცნობით იწყებს, რომელიც მოულოდნელად ატყდებათ თავს. აქვე, ფაქტობრივად, ლიდის ნაწილში შემოჰყავს მასალის გმირი, რომელზეც უკვე სხვა თავში მოგიყვებით, თუმცა ვერც აქ ავცდებით აღწერილობის იმ ნაწილს, რომელიც კინოკადრებივით გაირბენს ჩვენ თვალწინ:

„ქარსამაულმა კარვის ელვა არც კი შეკრა, ისე მიბრუნდა თავისი ძველი „პიკაპისკენ“, რომლის ძარაზეც კაპიუშონიან საწვიმარში გახვეული კაცი რალაცას ალაგებდა. გარეთ ძლიერი წვიმა მოდიოდა – იმდენად ძლიერი, რომ კარვიდან გამოსვლისთანავე ორიოდე წუთში წყალმა საწვიმარი ლაბადის ქვეშ გაატანა. შორიდან შიგადაშიგ სტვენის ხმა და მწყემსების შეძახილები აღწევდა – გათენებისთანავე ცხვრის ფარა ბარისკენ დაედრათ, ხოლო გიორგი ქარსამაული და მისი დეიდაშვილი ხვიჩა აფშინაიძე ჩვენი გადამღები ჯგუფის აბარგებას ელოდებოდნენ“.

აღწერიითი ლიდი არის ლიდის ის ფორმა, რომელიც მხატვრულ ტექსტებშიც გვხვდება. „კი არ მოყვე, აჩვენე!“ – ეს უნდა ახსოვდეს ყველა ჟურნალისტს, რომელიც გადანყვეტს, მასალის შესავალი ნაწილი სწორედ ამ ტიპის ლიდით დაიწყოს.

48. გიორგი გოგუა, „გზაზე“, „National Geographic საქართველო“, ოქტომბერი, 2020.
<https://nationalgeographic.ge/story/gzaze/>

■ თხრობითი, იგივე ნარატიული ლიდი

შესავლის ეს ტიპი ახლოსაა აღწერით ლიდთან. მათ შორის ის განსხვავებაა, რომ აღწერილობითი ლიდი აჩვენებს, აღწერს გარემოს, ხოლო თხრობით ლიდში ჟურნალისტი გვიყვება ამბის საინტერესო ნაწილს, რომ გარკვეული ინტრიგა შექმნას და მკითხველი გაიყოლოს სტატიის სხვა სტრიქონებზეც. ეს ამბავი, შესაძლოა, სულაც შუა ნაწილიდან დაიწყოს და ავტორმა შემდეგ შემოგვთავაზოს ამბის დასაწყისი. მთავარია, ლიდში ჩაიდოს ინტრიგა, რომელიც უაღრესად საინტერესო ეპიზოდის მოთხრობით საბოლოოდ მიიახლოვებს მკითხველს. მაგალითად, სტატია, რომელიც მარტოხელა დედების პრობლემების ანალიზს ეძღვნება, იწყება თხრობითი ლიდით:

„20 წლის ეკა თვეების განმავლობაში იბრძვის იმისთვის, რომ თავისი რამდენიმე თვის ჩვილი გამოკვებოს. მას შემდეგ, რაც მიხვდა, რომ მისთვის საჭირო და საკმარისი დახმარების აღმოჩენისთვის უამრავი ბიუროკრატიული ინსტანცია უნდა მოიაროს, ბარიერი გადალახოს და შედეგი მაინც ერთჯერადი დახმარება იქნება, მარტოხელა დედამ თავად მოძებნა გზა შვილის გადასარჩენად – ის უკვე ორი თვეა, ერთ-ერთ ეკლესიასთან მონყალებას ითხოვს“.

ასეთი დასაწყისი გიქმნის მოლოდინს, რომ ამ ერთი კონკრეტული ადამიანის ცხოვრების ჩვენებით ჟურნალისტი წერს უდიდეს პრობლემაზე, რომელიც პირდაპირ ეხება ადამიანს და მის სოციალურ მდგომარეობას. ასეთ დროს კონკრეტული პიროვნების სახელი მასალას ინდივიდუალიზებულს ხდის და მკითხველს იახლოებს. დასავლურ მედიაში ხშირია, როცა პერსონაჟის ასაკსაც უსვამენ ხაზს, რადგან ეს უადვილებს მკითხველს. უფრო ცხადად წარმოიდგინოს პირი, რომელზეც ჟურნალისტი საუბრობს.

თხრობითი ლიდი შეიძლება შეიცავდეს შემოქმედებითი წერის ელემენტებს, მათ შორის, ალეგორიას და ფიგურალურ, ხატოვან სტილს. თხრობითი ლიდის გამოყენება უპრიანია მაშინ, როცა ამბავს ქრონოლოგიურად მიყვებით. მაგალითად, New York Times-ის 2012 წლის რეიტინგულ პუბლიკაციაში – „დოპინგის სქემის დეტალები არმსტრონგს ლიდერად წარმოაჩენს“⁴⁹ – ჟურნალისტი ჯულიეტ მაკური წერს „დოპინგის სკანდალის“ შესახებ და იყენებს თხრობით ლიდს ამბის გასაცნობად:

„ახალი და გაუმჯობესებული დოპინგის სტრატეგიის განსახორციელებლად ლენს არმსტრონგი, თანაგუნდელებთან, აშშ-ს საფოსტო სერვისის ველორბოლის გუნდის ორ წევრთან ერთად, 2000 წლის ივნისში, კერძო თვითმფრინავით გადაფრინდა ვალენსიაში,

49. By Juliet Macur. „Details of Doping Scheme Paint Armstrong as Leader“. Oct. 10, 2012.

<https://rb.gy/7zpa6p>

რათა სისხლი აეღო. ვალენსიის სასტუმროს ოთახში ორი ექიმი და გუნდის მენეჯერი იდგნენ, რათა ეყურებინათ, როგორ ხორციელდებოდა დოპინგის მათეული გეგმა. ისინი აკვირდებოდნენ საუკეთესო მრბოლელების სისხლს, რომელიც პლასტმასის პაკეტებში იღვრებოდა“.

იმისთვის, რომ მივხვდეთ, რა არის ამ ლიდში უცნაური და სენსაციური და რით მიიპყრო მან მილიონობით მკითხველის ყურადღება, უნდა ვიცოდეთ, რას ეხება სტატია: ეს არის პუბლიკაცია სპორტის ისტორიაში ყველაზე დიდი „დოპინგის სკანდალის“ შესახებ. საქმე ისაა, რომ ამ სკანდალში გახვეული იყო ცნობილი ამერიკელი ველომრბოელი, ყველაზე პრესტიჟული ტურნირის, „ტურ დე ფრანსის“, 7-გზის გამარჯვებული ლენს არმსტრონგი, რომელსაც ამ სკანდალის შემდეგ ყველა წოდება და ჯილდო ჩამოერთვა.

ჯულიეტ მაკურის მიერ ლიდში ნახსენებ „დოპინგის ახალ და გაუმჯობესებულ სტრატეგიაში“ იგულისხმებოდა ის, რომ სპორტსმენები საკუთარ ან დონორის სისხლს იღებდნენ და რამდენიმე კვირა ან თვე ინახავდნენ. შეჯიბრის მოახლოებისას ისინი შენახულ სისხლს ისევ ისხამდნენ, რაც ეფექტურად ზრდიდა ცირკულაციაში სისხლის წითელი უჯრედების მოცულობას და კუნთებისკენ ჟანგბადის გადასროლას. საბოლოო ჯამში, სპორტსმენები ამ მეთოდით ახერხებდნენ სპორტული გამძლეობის გაუმჯობესებას. ზემოთ მოყვანილ ლიდში ავტორი მკაფიოდ და დეტალურად გვიხატავს არმსტრონგის ცხოვრების მნიშვნელოვან ეპიზოდს და გვაჩვენებს, თუ რაზე იყვნენ წამსვლელი ის და მისი გუნდის წევრები გამარჯვების მისაღწევად. ჟურნალისტი ამ სტატიით გვეუბნება, რომ დოპინგის ახალი და გაუმჯობესებული სტრატეგიის გამოყენება არის გათვლილი ნაბიჯი. ლიდში ნახსენები ორი ექიმი და გუნდის მენეჯერი, რომლებიც ამ პროცესს უყურებდნენ, ხაზს უსვამს დოპინგის სქემის მაღალორგანიზებულობას და, გარდა პრობლემისა, გვაფიქრებს ზნეობრივ/მორალურ შედეგებზეც.

თხრობითი ლიდი ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული ლიდის სახეობაა და ხშირად გამოიყენება ინტერვიუების, სტატიების, რეპორტაჟების, პროფაილების, ბლოგების შესავალ ნაწილებში, რადგან მისი მთავარი მახასიათებელი – ორიგინალური და ცოტაოდენი ინტრიგის მოშველიებით თხრობა – მკითხველს ყველაზე მეტად იზიდავს.

ლიტერატურაში ლიდის კიდევ ბევრი სახეობაა მითითებული, მაგალითად:

პარადოქსული ლიდი, რომელიც წინააღმდეგობრივად იწყება. ასეთ ლიდში გვხვდება ერთმანეთის საწინააღმდეგო თემების შეპირისპირება; მაგალითად, თუ წერთ პროფილს სტენლი („ტუკი“) უილიამსზე, პარადოქსული იქნება მისი კრიმინალური წარსულის შედარება

მისსავე ჰუმანიტარულ საქმიანობასთან. სტენლი უილიამსი იყო ერთ-ერთი კრიმინალური დაჯგუფების ლიდერი, რომელიც გაასამართლეს და მკვლელობისთვის სიკვდილი მიუსაჯეს (ის კალიფორნიაში დასაჯეს 2005 წელს. ამ დროს კალიფორნიის გუბერნატორი იყო არნოლდ შვარცენბერი, რომელმაც უარი განაცხადა განაჩენის გადახედვაზე). სტენლი უილიამსი ციხეში წერდა წიგნებს და აქტიურად იბრძოდა კრიმინალური დაჯგუფებებისა და ბანდების წინააღმდეგ.

კითხვითი ლიდი – ფორმა, რომელსაც ბევრი ფიქრი არ სჭირდება, მასში ის კითხვებია ჩამოთვლილი, რომლებზეც ტექსტის ნაწილი სცემს პასუხს. მაგალითად: „რა გავლენა ექნება უმუშევრობის დაზღვევის სისტემის შემოღებას საქართველოს შრომის ბაზარზე? რა გამოწვევები არსებობს ამ მხრივ ქვეყანაში და რამდენად შეესაბამება უმუშევრობის დაზღვევის სისტემის დანერგვა საქართველოს კონსტიტუციას? – შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ILO) მიერ საქართველოსთვის შემოთავაზებულ უმუშევრობის დაზღვევის მოდელებს ქართველი ექსპერტები... სხვადასხვა ასპექტის მიხედვით მიმოიხილავენ და აფასებენ“. ამ ტიპის ლიდს დასავლელი ჟურნალისტების ნაწილი მაინცდამაინც არ სწყალობს და მოგვიწოდებს, არ გადავტვირთოთ მკითხველი ბევრი კითხვის დასმით.

სენსაციური/შოკური ლიდი – შეიცავს მოულოდნელ ფინანსურ, სექსუალურ ან კრიმინალურ ელემენტებს და იმის გამო, რომ ადამიანი ბუნებით ცნობისმოყვარეა, ბევრი მკითხველი ინტერესდება, რა გაგრძელება აქვს ამ სენსაციურ ამბავს.

ბრმა ლიდი – ჰგავს სენსაციურ ლიდს, თუმცა ის ეფექტს ახდენს არა შოკისმომგვრელი კონტენტით, არამედ გამოტოვებული დეტალით. მაგალითად, ყოველ წელს არაერთი ადამიანი იწყებს წარმატებულ ბიზნესს, მაგრამ ამ ბიზნესთაგან მცირე რაოდენობაა დაწყებული ბავშვების მიერ. ლიდში იმ დეტალის გამოტოვება, რომ კონკრეტული მილიონიანი ბიზნესი პატარა ბავშვმა დაიწყო და ამ ფაქტის მოგვიანებით ხსენება ეფექტის მისაღებად, ბრმა ლიდის კარგი მაგალითია.

ღირაქითული ლიდი – ამგვარი ლიდი მოუწოდებს მკითხველს, გააკეთოს რაიმე. ისეთი ნაცვალსახელების გამოყენებით, როგორიცაა „შენ“ და „ჩვენ“, ჟურნალისტი კავშირს ამყარებს მკითხველთან. ღირექითული ლიდი კარგად მუშაობს ისეთი სოციალური საკითხების გაშუქებისას, რომელიც ყველას ეხება.

ლიდი მოსაზრება – ამ ტიპის ლიდს, უმეტესწილად, ედიტორიალებში შეხვდებით. ხშირად ეს ლიდი ესეს ფორმით დაწერილი სტატიის წარმდგენია. მაგალითად, ამ სტატიის ლიდის პირველივე ნაწილში მოცემულია თეზისი: „როგორც სოციოლოგი, შრომისა და დასაქმების პოლიტიკის ექსპერტი და მკვლევარი, ანა დიაკონიძე აღნიშნავს, უმუშევრობის დაზღვევის

სქემის შემოღებით გარკვეული დადებითი შედეგებია მოსალოდნელი⁵⁰. ტექსტის დანარჩენი ნაწილი არის უკვე დასაბუთება, თუ რატომ მოიტანს „უმუშევრობის დაზღვევის სქემის შემოღება გარკვეულ დადებით შედეგებს“.

ასავე გამოყოფან: ერთეულ ლიდს (როცა თხრობის დროს ერთი ძირითადი ასპექტი გამოიყოფა); **გაზვიადებულ ლიდს** (ძალიან უახლოვდება ნარატიულ ლიდს); **ანალიტიკურ ლიდს** (მოიცავს ანალიზის ელემენტებს, სვამს საკითხს/პრობლემას და იქვე ცდილობს, თებისად ჩამოაყალიბოს გასაანალიზებელი საკითხი); **სიტუაციურ ლიდს** (ძალიან ჰგავს აღწერით ლიდს) და სხვ.

დააოლოს: არ არსებობს სტანდარტი და ჩარჩო, რომელიც ჟურნალისტს შეზღუდავს ლიდის არჩევაში. კარგად გააზრებული თემა და პრობლემა თავად მიგიყვანთ სწორ შესავალთან.



შეამოწმე
ცოდნა

წაიკითხეთ მოცემული ტექსტი (დანახთი N1) და წახუმძღვახეთ მას ხამდენიმე გიპის დიდი (შემაჯამებელი, თხრობითი, აღწეხითი); შემდეგ გააანალიზეთ, ხომედი დიდი უფხო იწვევს ინტეხესს და ხა ინფოხმაციის გამოტანა უფხო მიზანშეწონიდი იქნებოდა დიდის ნაწიდიში.

50. „უმუშევრობის დაზღვევა ხელს შეუშლის მშრომელთა სიღარიბეში ჩავარდნას“ | ექსპერტების შეფასება, „პუბლიკა“, 16.01. 2024.
<https://publika.ge/article/umushevrobis-dazghveva-khels-sheushlis-mshromelta-sigharibeshi-chavardnas-eqspertebis-shefaseba/>



რჩევები: რა უნდა გვახსოვდეს ლიდის წერილსა?

- ✓ **ახ გადატვიხთოთ მკითხველი ხიცხვებით.** მაგადითად, თუ წეხ სტატისას ჩხედროეთ უშბის ადპინისტუხ მახშუტზე, შესადებებია, დიდში საკმახისი იყოს იმის აღნიშვნა, ხომ ამ მწვეხვადის სიმადლე 4690 მეტხია. ხოლო დამატებითი ფაქტების აღნიშვნა, ხოგოხიცაა მახშუტის მანდილი, ფეხდის დახიდობა და სხვ., დალდის მკითხველს და გადატვიხთავს დიდს;
- ✓ **გვახსოვდეს, ხომ დიდი ენციკლოპედიის ან წიგნის პახაგხაფი ახ ახის – ის ახ უნდა იყოს ფაქტების და სხვადასხვა მონაცემის „გხოვა“.** მაგადითად, თუ სტატისას ვწეხთ დიაბეტზე, ინსუდინის ყვედა სახეობის განხიდვა დიდშივე თავიდან უნდა ავიხიდოთ;
- ✓ **ახ გამოიგონოთ ფაქტები და ამბები!**
- ✓ **ახ დაიწყოთ დიდი უცნაუხი/უცხო სიცყვებით,** მაგადითად, თავიდან აიხიდეთ ისეთი სიცყვები, ხოგოხიცაა „ონომატოპეა“ (ხმბაბძვით წახმოშობილი სიცყვები, ხოგოხიცაა: ყიყდიყო, ტკაცუნი, ჭხიჭინა), ახ გამოიყენოთ უცხოუხი გამონათქვამები, განსაკუთხებით ისეთები, ხომედიც გაცვეთილია (მაგადითად, *carpe diem, veni vidi vici, memento mori* და სხვ.);
- ✓ **ფხთხიდად გამოიყენეთ დიდში იუმოხი,** ვინაიდან განსხვავებუდი ადამიანებისთვის განსხვავებუდი ამბებია სასაცილო;
- ✓ **ახ დაიწყოთ დიდი ბევხი კითხვით.**

აბზაცი

აბზაცი ტექსტში არის აზრობრივი ერთიანობით შეკრული მონაკვეთი. კარგი აბზაცი ნათლად გამოხატავს აზრს და ფოკუსირებულია ერთ თემაზე, თუმცა ზოგიერთი აბზაცის ფუნქცია ცოტა განსხვავებულია – ის არის ერთგვარი „ხიდი“ თემის ერთი საკითხიდან მკითხველის მეორე საკითხზე გადასაცემად. მისი მთავარი დანიშნულებაა წინა და მომდევნო აბზაცებს შორის კავშირის დამყარება და ერთი აზრიდან მეორეზე ლოგიკური გადასვლა. ეს გარდამავალი აბზაცები ხშირად ძალიან მოკლეა.

როდის უნდა გამოიყენო ახალი აბზაცი?

- ახალი აზრის დასაწყებად;
- უკვე წამოჭრილი აზრის განვრცობის მიზნით, როდესაც ახალი მაგალითები ან მტკიცებულებები შემოგაქვთ;
- ვრცელი ანალიზის უფრო ადვილად საკითხავ და აღსაქმელ ნაწილებად დასაყოფად.

მაგალითად მოვიყვანოთ ცნობილი ჟურნალისტის თამარ ბაბუაძის სტატია „დრო და სინამდვილე მანგანუმით მდიდარ სოფლებში“⁵¹. პუბლიკაცია ეხება ჭიათურის სოფლებში არსებულ მანგანუმის საბადოების სარგებელსა და ზიანს, რომელიც მის მოპოვებას მოაქვს სოფლებისთვის. ვნახოთ, როგორ ჯდება პუბლიკაცია იმ სქემაში, რომელზეც ჩვენ ვსაუბრობთ:

<p>ლიდი: აღწერა</p>	<p>ზემო იმერეთის, კერძოდ კი, ჭიათურის სოფლებს ასეთი თავისებურება აქვს – გადაუხვევ მინდორში სამანქანო გზიდან და თვალწინ გადაგეშლება ისეთივე მწვანე გორაკები, ზედ – ორსართულიანი სახლებითა და დამრეც ფერდობებზე მონიშნული ეზოებით, როგორც თავად წამოწოლილხარ. სივრცე თან კამერულია, თან – ვრცელი. ვრცელი, რადგან იცი, რომ ერთ გორაკს რომ გადაატარებ თვალს, შემდეგ – მეორეს, კიდევ – მესამეს, რაჭის მთებია. კამერული კი იქაურობა იმიტომ, რომ ყველა სოფლისა და უბნის სახელი იცი, გადაღმა გორაკებზე რომ მოჩანს.</p>
---------------------------------------	--



51. თამარ ბაბუაძე, „დრო და სინამდვილე მანგანუმით მდიდარ სოფლებში“, 31.01.2024.
<https://indigo.com.ge/articles/dro-da-sinamdville>



დიღში ავტოხი აღწეხს ზემო იმეხეთის გახემოს და ამ გახემოში ადამიანის ახსებობის ბუნებხივობას („თვადწინ გადაგეშდება ისეთივე მწვანე გოხაკები, ზედ - ოხსახთუღიანი სახდებითა და დამხეც ფეხღობებზე მონიშნული ეზოებით“)... დიდი იკითხება მახტივად და ქმნის მოღოღინს, ხომ შემდეგ აბზაცში შემოვა თემა, ხომეღიც ტექსტის ძიხითად ნაწიღში გაიშდება.

**თემაღური
აბზაცი
(თემის გახსნა)**

კიდევ ერთი რამ მოხდება აქ, თუ მინდვრებსა და ყანებს შორის გაყვანიღ სამანქანო გზებზე დიღაადრიან ვეღოსიპედით გაქროღ-დები. ამ დროს, მხოღოდ შენთვის, გამთღიანდება დროის გაგება – უკან დარჩენიღი ბავშვობაც ანმყოში გადმოვა. ამ დროს იგრძნობ, რომ ეს ზემო იმერული დასახღებები თავისი ასწღოვანი მუხის ტყეებით, აივნებიანი სახღებით, ძვეღი სასაფღაოებით თუ ქაღებში გამდინარე ნაკადუღებით, ფასდაუდებელი მეხსიერების საცავია. ადამიანებს, რომღებიც სოფღად, ბუნებასთან სიახღოვეს სახღობენ, ამ მომენტის განცდის მეტი შანსი აქვთ. აქ პასუხები ყოფიერების დიდ კითხვებზე გარემოშივე განფენიღია და რადგან დროც სხვანაირი ტემპით გადის, მასთან შეხება ყოვეღდღიურობაშივე შეიძღება, ყანაში, წყაროზე თუ საძოვარზე წასვღისას. ამიტომ მათ ეს გარემო დასაკარგად, დასაზიანებღად არ ეთმობათ. აქ, წესით, რაღაც ძაღიან მნიშვნეღოვანი ისევე უნდა დარჩეს ხეღშეუხებღად, როგორც ასი და მეტი წღის წინ იყო, სხვანაირად არ გამოვა.

გახემოს აღწეხის შემდეგ თემატუხ აბზაცში ბუნებხივად იკვეთება პხობღემა, ხომეღსაც ავტოხი გაკვხით ეხება, ხითიც ამზადებს ნიადავს, გამოკვეთოს ფოკუსი და ჩამოაყადიბოს თეზისი: ეს გახემო „უნდა დახრეს ხედშეუხებღად, ხოგოხც ასი და მეტი წღის წინ იყო“, ხეადობა კი სხვას გვიქადის.

ავტოხი ამ ხეადობის ასახსნეღად იყენებს გახდამავად აბზაცს.

ჩაც შეეხება ვეღოსიპედს, ეს დეტადი დავიმახსოვოთ, ქვემოთ ვეღოსიპედს კიდევ ვახსენებთ.





<p>გარდამავალი აბზაცი</p>	<p>ჭიათურაში ბოლო ჩასვლისას ყველაზე მეტად ეს დავისახეთ მიზნად: გვეპოვა ისინი, ვინც ამ მომენტებს უფრთხილდება, დროის უწყვეტობას გრძნობს და იმის დაცვას ცდილობს, რაც იცის, რომ შესანახია. ზოგჯერ ეს ისეთი ცოდნაა, რომელსაც ახსნა არ სჭირდება, თითქოს, თანდაყოლილი და გაპიროვნებულია. უბრალოდ, ამ ცოდნაზე დაფუძნებით წარმოიქმნება შემდეგ მოქმედების, წინააღმდეგობის იმპულსი – თუ საფრთხე ემუქრება მას, დაუფიქრებლად დაიცვა. მინა-წყლის დაცვა – ეს ის ზოგჯერ გაუცნობიერებელი სურვილიც კია, რასაც მრავალი ეკოლოგიური ხასიათის წინააღმდეგობის მოძრაობა ეფუძნება – ამ იმპულსის გამო წარმოიშობა და მისგან ფართოვდება პროტესტი – ის ღერძია.</p>
<p><i>სანამ თხიობა სტატიის მიზანზე გადავა, გახდამავად აბზაცში ახსნილია, მა ახის დასაცავი ჭიათურის იმ ჯადოსნური გახემოს შესანახუნებდად, ხაზზე დიდში ისაუბრა ავტორმა და ხით შეუძლიათ ბუნების დამცველებს, დაუპიროვნებდნენ მას, ვინც/რაც ამ გახემოს ხედავს. აქვე შემოდის სიტყვა „პროტესტი“, რაც გასაანალიზებელ თეზისში მთავარი ადგილს იკავებს: „მიწა-წყლის დაცვა – ეს ის ზოგჯერ გაუცნობიერებელი სურვილიც კია, რასაც მრავალი ეკოლოგიური ხასიათის წინააღმდეგობის მოძრაობა ეფუძნება – ამ იმპულსის გამო წარმოიშობა და მისგან ფართოვდება პროტესტი – ის ღერძია“.</i></p>	
<p>მიზანი/ფოკუსი</p>	<p>როცა 2022 წლის დეკემბერში ჭიათურაში მივდიოდით, გვინდოდა, გვენახა, ვინ ინარჩუნებს პროტესტის მუხტს ზოდში და წირქვალში. ასევე, რა ხდება იმის მიღმა, რასაც ზოდის გვერდის ონლაინაქტიურობისას ვხედავთ.</p>
<p>გახდამავალი აბზაცის შემდეგ ფოკუსიც ვიწოვდება: სტატიაში საუბარი იქნება ჭიათურის სოფლების ზოდისა და წიხქვადის პირობების გამო შექმნილ საპროტესტო მოძრაობასა და აქტივისტების მიერ დაგეგმილ ღონისძიებებზე.</p>	
<p>ძირითადი ნაწილი</p>	<p>ავტორი ირჩევს ჩვენებას. ნაბიჯ-ნაბიჯ მიჰყვება ამბავს და კი არ მოგვითხრობს, აღგვიწერს, გვაჩვენებს, რა დახვდა ჭიათურაში და რა კეთდება ეკოლოგიური უსაფრთხოებისა და სოფლების გადარჩენისთვის.</p>





შემაჯამებელი ნაწილი

„მთავარია, ხედვა შეიცვალოს, რომ მოპოვების გარეშე ჭიათურაში სიცოცხლე აღარ იქნება“, – ფიქრობს ვალერი და აზუსტებს, – მოპოვებას კი არ ვენინააღმდეგებით, უბრალოდ, აქ მაცხოვრებელთა ინტერესებიც გასათვალისწინებელი აქვთ. მე არ მინდა ვიცხოვრო მოპოვებით, არ მინდა ვიყო მაღაროზე დამოკიდებული. მინდა ვიმუშაო და მეურნეობა მქონდეს. ამის უფლება მაქვს“.

ზოგჯერ ხდება ხოლმე, მოგწყინდება. არ არის მარტივი სოფელში ცხოვრება. თოხი დაიჭირო და ფოტო გადაიღო, მერე სოციალურ ქსელში ატვირთო, მარტო ეგ არაა. ბევრი შრომა უნდა.

სახელმწიფოს მხარდაჭერა, სოფლის მეურნეობის პროგრამები, ტექნიკა, ტრენინგი, განათლება, იაფი კრედიტი. ქალაქში მონყენა დეპრესიამდე მიდის. აქ არაა, აქ ბუნებასთან ძალიან ახლოს ხარ. მონყენა მომენტალურია, ამუშავდები და ეგრევე ქრება“.

შემაჯამებელი ნაწილი კონკრეტულია და პირდაპირ აჩვენებს, რა უნდათ ჭიათურელ აქტივისტებსა და მცხოვრებლებს: „მთავარია, შეიცვალოს ხედვა - რომ მოპოვების გარეშე ჭიათურაში სიცოცხლე აღარ იქნება. მოპოვებას კი არ ვენინააღმდეგებით, უბრალოდ, აქ მაცხოვრებელთა ინტერესებიც გასათვალისწინებელია. მე არ მინდა ვიცხოვრო მოპოვებით, არ მინდა ვიყო მაღაროზე დამოკიდებული“; – ამბობს რესპონდენტი და ამით სათქმელი იმაზე კარგადაა ნათქვამი, ვიდრე ერთი მოთხრობა იტყოდა – ჭიათურა იმიტომ კი არაა ქალაქი, რომ საბადოებზე დგას, არამედ საბადოებია იმიტომ, რომ ჭიათურა იდგეს.





**წრის
შეკვრა**

დაბოლოს, დავუბრუნდეთ შესავალში ნახსენებ ველოსიპედს, რომელიც დასკვნით ნაწილში ავტორს ისევ შემოაქვს და ამით კრავს წრეს. ლიდში იგი აღწერდა, რომ ამ გარემოს შველა ჯერ კიდევ შეიძლება, რადგან: „თუ დილაადრიან ველოსიპედით გაქროლდები, ამ დროს, მხოლოდ შენთვის, გამთლიანდება დროის გაგება - უკან დარჩენილი ბავშვობაც ანმყოში გადმოვა“, დასკვნით ნაწილში კი გვეუბნება, რომ ახლა არის დრო და მომენტი, როცა ყველაფერი ჯერ კიდევ შესაძლებელია აქ და ახლა. თუ ვერ შევძელით, ზოდსა და წირქვალსაც ის ბედი ელით, რაც ქიათურის სხვა სოფლებს - დროს კი უკან ველარ დააბრუნებ: „აქ შეგიძლია, წარმოიდგინო ის, რასაც ქიათურის სოფლების შარაგებზე ველოსიპედით ქროლისას ჯერაც აღმოაჩენ და რაც ამავე მუნიციპალიტეტის ბევრ სხვა სოფელში უკვე წარმოუდგენელია“...

თითოეული აბზაცის წერის დროს უნდა წარმოიდგინოთ ყველაზე სკეპტიკური მკითხველი, რომელიც გაუთავებლად სვამს კითხვებს: რატომ ფიქრობთ ასე? რამ მიგიყვანათ ამ დასკვნამდე? რამდენად სანდოა ის, რა არგუმენტიც მოგყავთ? ნამდვილად იმიტომ წერთ, იკვლევთ და იძიებთ ამ საკითხს, რომ საზოგადოებას სარგებელი მოუტანოთ? ამიტომაც, თქვენ უნდა აჩვენოთ მკითხველს, რომ თქვენი აზრი გამყარებულია გამოცდილებით, ცოდნით, ლოგიკური არგუმენტაციით, ექსპერტთა ნაშრომებით ან რელევანტური მაგალითებით.

იმისთვის, რომ თქვენი ტექსტი მკითხველისთვის საინტერესო და სასარგებლო იყოს:

- მოყევით ამბავი;
- მოიყვანეთ მაგალითები;
- გამოკვეთეთ ფოკუსი და დეტალები;
- დაიმონმეთ ფაქტები და სტატისტიკა;
- შეადარეთ და შეუპირისპირეთ ერთმანეთს არგუმენტები.

ვნახოთ, როგორ ჩანს ეს ელემენტები ჩვენ მიერ შერჩეულ კუალიფიკაციაში (თ. ბაბუაძე „დრო და სინამდვილე მანვანებით მდიდარ სოფლებში“):

<p>მოყვანილობა</p>	<p>ჭიათურის სოფლებში კი, მინდვრებისა და ტყეების დაზიანების კატასტროფული მაჩვენებლის მიუხედავად, რაც, თავის მხრივ, მანგანუმის ღია კარიერული წესით აჩქარებულმა მოპოვებამ ბოლო 5-6 წელიწადში გამოიწვია, ეკოლოგიური წინააღმდეგობა აქამდე არ გაჩენილა. ცენტრალური მედიების სტანდარტულ საინფორმაციო დინებებში პროტესტს ჭიათურიდან ხშირად შეუღწევია, მაგრამ თითქმის ყოველთვის მალაროში შეუსაბამო სამუშაო პირობების, მალაროელთა დაბალი ანაზღაურების, ანდა მოპოვებისას დაზიანებული სახლების და უსამართლო კომპენსაციების გამო. ბუნების დაზიანების გამო მასობრივი პროტესტი კი, როგორც მთავარი თემა, არ გამოკვეთილა. პარადოქსიც ეს იყო. მაშინ, როცა ჭიათურაში, სოფლიდან სოფელში ჩვენი მოგზაურობისას ადამიანები ჰყვებოდნენ სიზმრებზე, რომელშიც ბაბუის ხელით აშენებული სახლი და კაკლის ხის ქვეშ თამაში ესიზმრებათ, ბავშვობის მოგონებებზე, როცა ახალი ხეების დასარგავად სკოლიდან მიდიოდნენ, როგორ არ გარდაიქმნებოდა მათი ეს სენტრიმენტი მოქმედების დასაწყებად საჭირო იმპულსად – იმის დაცვის საფუძვლად, რაც მათთვის ასე ძვირფასია, რაც მათ გარემოს შეადგენს და, ოდნავ რომ გავაზვიადოთ, საკუთარი სახლის განადგურებას ემსგავსება.</p>
<p><i>ეს აჩის ამბავი, თუ ხოგოხ ვეი იქცა მოძრაობად ეკოლოგიური წინააღმდეგობა კონკრეტულ დრომდე, ხოგოხ ვეი მიიქცია ცენტრალური მედიის ყუხადლება ჭიათურაში ახსებულმა ეკოლოგიური კატასტროფის საფიქსიუმ და ხოგოხ გაჩნდა იმედი ზოდის დამცველთა ვებგვერდის ამოქმედებით, რომ ყუხადლების ცენტრში მოექცეს ეხთი კონკრეტული სოფლისა და, საბოლოოდ, ხევიონის, პიობდემა.</i></p>	





მოიყვანეთ მაგალითები

მაგალითი 1. მანამდე ამ თემებზე ხმამაღლა და ისე, რომ პერიფერიიდან ცენტრამდე ჩაეღწია ხმას, მხოლოდ ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაცია – ქიათურის ეკოკლუბი და მისი ერთ-ერთი დამფუძნებელი, ნოდარ ჩაჩანიძე საუბრობდნენ. ნოდარი 2021 წლის ადგილობრივ არჩევნებში ქიათურის მუნიციპალიტეტის მერობის დამოუკიდებელ, უპარტიო კანდიდატად კენჭსაც იყრიდა. მისი კამპანია სწორედ იმ დარღვევების გამოსწორებაზე იყო აგებული, რასაც „ჯორჯიან მანგანუმის“ რეგიონში საქმიანობისას მწვავედ მიიჩნევდა. მათ შორის, ცხადია, მთავარი იყო ეკოლოგიური დაზიანება.

მაგალითი 2. ფეისბუქზე გვერდი „სოფელი ზოდის“ ამ სურვილის ილუსტრაციაა. ეს ზოდში მანგანუმის მოპოვების საწინააღმდეგოდ ამოქმედებული გვერდია, რომელმაც აჩვენა, რომ ბუნების დაზიანების გამო უკმაყოფილება და წინააღმდეგობის განცდა ხალხში, ყოველგვარი ჩარევის გარეშე, იქვე, სპონტანურად, ბოლოსდაბოლოს, მართლაც გაჩნდა.

მაგალითი 3. 2022 წლის აგვისტოში გახსნილი ეს გვერდი რეაქციულად ამოქმედდა, როგორც პასუხი ფაქტზე, რომ ზოდში კარიერული წესით მანგანუმის მოსაპოვებლად კომპანია შევიდა. ზოდელმა კოტე აბდუშელიშვილმა ტრაქტორები რომ დაინახა, გარემოსდაცვითი ზედამხედველობის სამსახურში მაშინვე დარეკა და პირველი შეტევა ასე შეაჩერა, რამდენიმე დღეში კი ფეისბუქზე გვერდი შექმნა, ხმის უფრო მყისიერად და უფრო დიდ აუდიტორიაში გასავრცელებლად, რადგან მიხვდა, რომ მომპოვებელი კომპანიის ერთხელ წასვლა მათ სამუდამოდ წასვლას არ ნიშნავდა.

ყველა მაგალითი კახი ახგუმენტის ცოდვასია. თხიობის ეს მანეხა და ჰეაღუხი მაგალითების მოხმობა, კომენტაჰების ჩაჩთვა და შიგადაშიგ „შემოპაჰებული“ მონაცემები პუბლიკაციას ადვიდად აღსაქმედ საკითხავ გექსტად აქცევს, ხომელიც თავისთავად „შემოგეკითხება“ და პხობდემას სხვადასხვა ასპექტით დაგანახებს.





გამოკვეთილ დეტალები

დეტალი 1. ზოდის ფეისბუქგვერდი სავსეა შესაბამისი უწყებებიდან გამოთხოვილი მონაცემებითა და მათი ანალიზით. ორი პარტნიორი, კოტე აბდუშელიშვილი და ნიკო გაფრინდაშვილი, ამუშავებენ მასალას იმ მიზნით, რომ არგუმენტირებულად შეძლონ დამტკიცება: მანგანუმის მოპოვება აზიანებს მათი სოფლის გარემოს, რაც მწვავე ეკოლოგიური პრობლემაა.

დეტალი 2. სოფლის გორაკებს ძველი თოვლის ფერშეცვლილი სითეთრე ფარავს. მთავარ გზაზე, ავტობუსის გაჩერებასთან, მამია გაბესკელიანი გვხვდება – საშუალო ტანის, ხმელი აღნაგობის შავგვრემანი კაცი, რომელიც ზოდში საცხოვრებლად, მამაპაპისეულ სახლში, მეულღესთან ერთად რამდენიმე წლის წინ დაბრუნდა.

დეტალი 3. იმ ორი ადგილის სანახავად მივდივართ, სადაც ზაფხულში მომპოვებელმა კომპანიამ მიწების გადათხრა მოასწრო. მათგან ზოგი კერძო მიწა იყო, მაგრამ ნელ-ნელა არეალი გაფართოვდა. ერთი შესვლის შემდეგ, როგორც წესი, მოპოვების პროცესის შეჩერება შეუძლებელი ხდება.

და სხვ.

ეს ის დეტალებია, რომლებიც ზემოთ თხილობისას გამოგოვებულ/„გამოჩენილ“ პასაჟებს ავსებს, ამბავს აცოცხლებს და დამატებითი ინფორმაციით ამდირებს.





<p style="text-align: center;">დაიბრუნეთ ფაქტები და სტატისტიკა</p>	<p>არგუმენტი 1. ვალერი ჭიტაძისთვის უმთავრესი არგუმენტი, რატომაც უნდა გაგრძელდეს წირქვალში ცხოვრება მანგანუმის მოპოვების გარეშე, ამ მხარის ისტორიული და სალაშქრო-ტურისტული პოტენციალია. ასევე, ის გარემოება, რომ შედარებით კარგი მიწები აქვთ თუნდაც მევენახეობისთვის, „ამ მთის უკან და ამ ფერდობებზე ხორბალს თესავდნენ“, – გვიყვება.</p> <p>არგუმენტი 2. ვალერი გვიამბობს, რომ წირქვალი არქეოლოგიურად ძალიან მნიშვნელოვანი ადგილია, იქ ქვის ხანის არტეფაქტები მოიძებნება, ჩანს ღია სადგომების კვალიც, ხელით გვაჩვენებს, რომ აი, იმ მთის თავზეც უნახავს. იქვეა ბონდის მღვიმეც, რომელიც 2000-იან წლებში აღმოაჩინეს არქეოლოგებმა და სადაც, ექსპედიციების შედეგად, სხვა არტეფაქტებს შორის, 35 ათასი წლით დათარიღებული ძაფის ფრაგმენტებიც აღმოჩნდა”. და სხვ.</p>
<p><i>ავგოჩი მასადაში იმოწმებს სხვადასხვა წყახოს, მონაცემს და ხესპონდენტს.</i></p>	
<p style="text-align: center;">შეადარეთ და შეუპირისპირეთ ერთმანეთს არგუმენტები</p>	<p>ამ მონაცემებისა და კომენტარების შედარებითა და შეპირისპირებით იხატება არსებული მდგომარეობის მთლიანი სურათი.</p>

წერის დროს მნიშვნელოვანია თანმიმდევრულობა. მკითხველი ადვილად უნდა გადავიდეს ერთი წინადადებიდან მეორეზე და ერთი აბზაციდან – მეორეზე, არგუმენტებისა და ლოგიკის ერთიანი ნაკადით.

როდესაც სტატიას წერთ, არ აიძულოთ მკითხველი, იხტუნოს ზინადადებებში ამ იდეებს შორის კავშირების გარეშე. თქვენი ნაწერი უნდა იყოს თანმიმდევრული, ცალკეული ნაწილები/ აბზაცები ერთმანეთს უნდა უკავშირდებოდეს გარდამავალი გამოთქმებით, კონტექსტური და სიტყვითი კავშირებით (მაგალითად: ასევე, ამასთანავე, დამატებით, გარდა ამისა, მეორე მხრივ, ამის საპირისპიროდ, როგორც ზემოთ აღინიშნა და ა. შ.), თუმცა აქაც ზომიერება უნდა დავიცვათ, რადგან მათი ხშირი გამოყენება თქვენს ნაწერს მძიმეს და მექანიკურს გახდის.

როგორც ლოგიკა, ასევე ვიზუალიც განსაზღვრავს, თუ როდის არის საჭირო ახალი აბზაცის დაწყება (წარმოიდგინეთ გაზეთის ან ჟურნალის გვერდი, რომელსაც აბზაცი არ აქვს. ადამიანის თვალს ასეთი ტექსტი ღლის. თეთრი სივრცეები, მათ შორის აბზაცებიც, გაზეთში, ჟურნალსა თუ წიგნში თვალს საშუალებას აძლევს, გამოყოფები, ახალი აზრები და წინადადებები უკეთ აღიქვას).



გადაიკითხეთ შემდეგ გვერდზე მოცემული სტატია და დაყავით აბზაცებად (სწოხი ფოხმა იხიდეთ დანახითში N2).

**შეამოწმეთ
ცოდნა**



„3-დან 28 მაისის ჩათვლით, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტს, უშუალოდ კი ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულებას, სტრასბურგის უნივერსიტეტის ჟურნალისტური განათლების საუნივერსიტეტო ცენტრის (Centre universitaire d'enseignement du journalisme – CUEJ) წარმომადგენლები ესტუმრებიან 38 სტუდენტისა და 10 პროფესორის შემადგენლობით. სამუშაო პროცესს ფრანგული მხარე სრულად უზრუნველყოფს შესაბამისი ტექნიკით (კომპიუტერები, აუდიოჩამწერები, TV კამერები). ასევე, CUEJ ანაზღაურებს ყველა ხარჯს, რაც სამუშაო პროცესთანაა დაკავშირებული, ვორქშოფის დასასრულს კი პროექტის მონაწილე ქართველ სტუდენტებს სერტიფიკატებს გადასცემს. ფრანგულ-ქართულ ჯგუფებად დაყოფილი სტუდენტები ერთობლივად მოამზადებენ რეპორტაჟებს საქართველოს შესახებ. ჩვენი სტუდენტები, ფრანგ თანატოლებთან ერთად, მონაწილეობას მიიღებენ ყველა დაგეგმილ აქტივობაში, იქნება ეს თარგმნა, მეგზურობა, ჟურნალისტურ საქმიანობაში მონაწილეობა თუ სხვა. წარმოდგენილი ერთთვიანი სასწავლო პროგრამა სავალდებულო სასწავლო კომპონენტია სტრასბურგის უნივერსიტეტის მედიის მიმართულების საბაკალავრო პროგრამის სტუდენტებისთვის. ამის შესახებ გვესაუბრა პროექტის ხელმძღვანელი ალენ პიტერი, რომელიც საორიენტაციო ვიზიტით თებერვლის დასაწყისში კოლეგასთან ერთად გვეწვია. თანამშრომლობის საკითხებთან ერთად განვიხილეთ სხვა მნიშვნელოვანი დეტალებიც. კერძოდ, ითქვა, რომ ჩვენი ქვეყნის შესახებ მომზადებული საუკეთესო სიუჟეტები გადაიცემა ფრანგული ტელევიზიით, გამოიცემა აგრეთვე პროექტის შედეგების ამსახველი სპეციალური კრებული, ხოლო ქართველ მონაწილეებს მიეცემათ საშუალება – ფრანგ თანატოლთან ერთად მუშაობისას თავადაც შექმნან შერჩეულ თემაზე საკუთარი პროდუქცია“, – წერს სოციალურ ქსელში მიმართულების ხელმძღვანელი, პროფესორი მანანა შამილიშვილი. თსუ-ს სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი და ჟურნალისტიკის და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულება აქტიურად ემზადება პროექტის მონაწილეთა დასახვედრად. ამ ეტაპზე უკვე დასრულებულია ქართველ მონაწილეთა შერჩევის პროცესი და უკვე რამდენიმე დღეში ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულების საბაკალავრო და ე. წ. „მაინორ“ პროგრამების ინგლისური ენის სრულყოფილად მცოდნე 25-მდე სტუდენტი ფრანგ კოლეგებთან ერთად შეუდგება საქმიანობას. „ჩვენ არ გვაკმაყოფილებს მხოლოდ მასპინძლის როლი და საინტერესო გეგმები გვაქვს. პროექტის ამსახველი ფილმის მომზადებას გვპირდება თსუ-ს მულტიმედია ცენტრი, ხოლო „ბეჭდური მედიის“ სასწავლო კურსის ფარგლებში გამოცემული „გზავნილი“ მთლიანად ამ მოვლენას მიეძღვნება“, – აღნიშნავს მანანა შამილიშვილი.

თემატური აბზაცი

თემატური აბზაცი უშუალოდ მოჰყვება ლიდს და აჯამებს ისტორიის დანარჩენ ნაწილს. ტერმინი თემატური აბზაცი (Nut graph) პირველად The Wall Street Journal-ის მიერ მისი თანამშრომლებისთვის გაგზავნილ წერილში, დაახლოებით 1950-იან წლებში, გამოიყენეს. წერილში აღნიშნული იყო, რომ ამბავს უნდა ჰქონოდა ერთი ცენტრალური თემა, რომელიც უნდა გამოხატულიყო „თემატურ აბზაცში“.

თემა, რომელიც ამ აბზაცშია განხილული, შემდეგ ფართოდ არის ახსნილი უშუალოდ სტატიაში. არსებობს თემატური აბზაცის შედგენის სხვადასხვა ხერხი. მასში ბევრი ჟურნალისტი იყენებს შემაჯამებელ წინადადებებს, რომლებიც მოიცავს **5 W და 1 H** (Who? - ვინ?; What? - რა?; Where? - სად?; When? - როდის?; Why? - რატომ?/How? - როგორ?) კითხვას. მაგალითად: „Policy Review“-ში გამოქვეყნებულია ფიჩერი სახელწოდებით: „მინოდება, მოთხოვნა და თირკმლის ტრანსპლანტატები“, რომლის ავტორიცაა ფსიქიატრი სალი სატელი. მას თავად ჩაუტარდა თირკმლის გადანერგვის ოპერაცია და აღწერს, რამდენად რთულია ტრანსპლანტატის მოპოვება.

სტატიის ლიდი თხრობითია და ავტორი ჰყვება, თუ როგორ აცნობეს 85 წლის ქირურგს, რომ მისთვის შესაფერისი თირკმელი ხელმისაწვდომი გახდა. ეს დიალიზის აპარატისგან გათავისუფლებას ნიშნავდა, თუმცა საავადმყოფოში მისვლისას გაირკვა, რომ სადავო იყო, რამდენად სამართლიანი იქნებოდა მოხუცი ქირურგისთვის თირკმლის გადანერგვა, როცა ის, შესაძლოა, ახალგაზრდას უფრო გამოსდგომოდა. ექიმებმა მაინც გადაწყვიტეს ოპერაციის გაკეთება, მაგრამ, ტექნიკური ხარვეზის გამო, ის ვერ შედგა. ორი წლის შემდეგ პაციენტი გულის შეტევით გარდაიცვალა. ამ შემთხვევამ წარმოშვა დილემა, თუ რა ასაკში არის გვიან ორგანოს ტრანსპლანტაცია.

ამ თავისთავად საინტერესო ლიდს მოჰყვება თემატური/ამხსნელი აბზაცი:

„დეფიციტურ სიტუაციებში განაწილების შესახებ უხერხული კითხვები წარმოიშობა ხოლმე – ვინ დარჩება ხალხმრავალ სამაშველო ნავზე და ვის გადააგდებენ ზღვაში? ეს საუკუნოვანი დილემა საზოგადოებისთვის სარგებლიანობასა (მაქსიმალური სიკეთე მაქსიმალური რაოდენობისთვის) და ინდივიდის მიმართ სამართლიანობას შორის ძალიან რთული ამოსახსნელია. გადასანერგი თირკმლის რაოდენობის სიმცირის შემთხვევაში, ეს კიდევ უფრო რთულდება „ტრანსპლანტატთა თემის“ (ის ინდივიდები და ორგანიზაციები, რომლებიც ჩართულნი არიან ორგანოთა ტრანსპლანტაციაში) წევრთა მხრიდან, რომლებიც ეწინააღმდეგებიან გაბედული იდეების განხორციელებას მარაგის გაზრდის მიზნით“.

თემატურ აბზაცს მოჰყვება უკვე ქვესათაური „მწვავე დეფიციტი – არასაკმარისი სამკურნალო საშუალებები“, რომელშიც ავტორი აანალიზებს ტრანსპლანტაციის პრობლემებს სამედიცინო სფეროში.

იყო თუ არა საჭირო თემატური აბზაცის გამოყენება? იყო, რადგანაც ლიდში მოთხრობილ ამბავსა და ჟურნალისტის მსჯელობას შორის აუცილებლად უნდა დასმულიყო პრობლემა, რომელზეც ტექსტის ძირითად ნაწილში იქნებოდა საუბარი. მუსიკალურ ტერმინებში ამ ხერხს ეძახიან „ლეგატოს“ – როცა ერთი ბგერიდან მეორეზე გადასვლა ხდება თანდათანობით, გადაბმით, უპაუზოდ.

ამ აბზაცს მინიმუმ ორი ფუნქცია აქვს: 1) დამხმარე ინფორმაციის გამოყენებით ის განმარტავს, თუ რატომ არის ეს ამბავი მნიშვნელოვანი და ახალ ამბებში გათვალისწინების ღირსი; 2) ის არის გარდამავალი აბზაცი ლიდსა და ამბის ძირითად ნაწილს შორის. როგორც ლიდები, შემაჯამებელი აბზაცებიც გვხვდება როგორც ტრადიციულ, ასევე ახალ მედიაში.



რჩევები: რა უნდა გვახსოვდეს?

- ✓ თემატური აბზაცის ზომა პიხდაპიხპიხობიერია სტატიის სიგჰდის და სიგყვების ხაოდენობისა, ანუ – თუ მასადა ხამდენიმე ასეუდ სიგყვას მოიცავს, თემატური აბზაციც მოკდედ უნდა ჩამოყადიდეს.
- ✓ ახალი ამბები, ხომედიც ამობხუნებუდი პიხამიდის პიხინციპითაა წაჩმოდგენიდი, თემატური აბზაცს აჩ საჭიხოებს, ხადგან შესავადი თავად შეიცავს ძიხითად ინფოჩმაციას (5 W; 1 H).
- ✓ ის მასადები, ხომედიც შემაჯამებუდი დიდით იწყება, აჩ საჭიხოებს დამაგებით თემატური აბზაცს, ვინაიდან დიდი უკვე პასუხობს იმ კითხვებს, ხომედესაც ეს აბზაცი უპასუხებდა.
- ✓ **დაჩწმუნდით**, ხომ თემატური აბზაცი წინასწაჩ აჩ ამჟღავნებს ძიხითად შეკითხვებზე პასუხებს, ხომ აუდიგოჩიას აჩ დაეკაჩგოს სტატიის დანაჩჩენი ნაწილის წაკითხვის სუჩვიდი.
- ✓ **დაიმახსოვჩეთ**, ხომ ეს აბზაცი აჩ აჩის მთდიანად სტატიის შეჯამება, ის მხოდოდ მოსაწვევია დანაჩჩენი ტექსტის წასაკითხად.



1) წაიკითხეთ მოცემული ტექსტი (დანახთი N1) და შეეცადეთ, დაწვიხთ რიდი და თემატუხი აბზაცი. შემდეგ დააკვირდით ძიხითად ტექსტს და გამოიყენეთ გახდამავარი აბზაციბი მათ დასაკავშირებდად.

2) წაიკითხეთ პუბლიკაცია აქტუადუხ თემაზე, დაშადეთ ის კომპონენტებდად და გაანალიზეთ, ხა სახის რიდს იყენებს ავტოხი, ხოგოხ სვამს ის ტექსტში თემატუხ აბზაცს, ხა შემთხვევაში იწყებს მსჯედობას ახადი სტრიქონიდან, ახის თუ ახა სწოხად გამოყენებუდი ახგუმენტები, საკმახის წყახოებს ეყიდნობა თუ ახა ავტოხი, ხოგოხია შემაჭამებუდი ნაწიდი და ხედევანტუხია თუ ახა მასადის ასე დასხუდება.

დასკვნა

დასკვნა არის ნაწარმოების დამამთავრებელი ნაწილი, რომელშიც გადმოცემულია ნაშრომის შედეგები, განზოგადებულია მსჯელობის შედეგად მიღებული საბოლოო აზრი, გამოყოფილია ძირითადი პრობლემები⁵².

შეიძლება ითქვას, რომ ჟურნალისტურ ტექსტში, თუ ის ახალ ამბავს არ ეხება, შემაჯამებელი ნაწილი ყველაზე მნიშვნელოვანია, რადგან მასში ჩანს, რატომ გადავწყვიტეთ ამ მასალაზე მუშაობა და რა გვინდოდა გვეთქვა აუდიტორიისთვის. ამიტომ დასკვნამ ერთგვარი წრე უნდა შეკრას – მკითხველი დააკავშიროს ლიდში დასმულ პრობლემასთან და თეზისთან, გაუჩინოს გარკვეული მოსაზრება, დაანახოს გადაჭრის გზა ან პერსპექტივა.

აქ განვიხილავთ ყველაზე ხშირად გამოყენებულ შემაჯამებელი ნაწილის ნიმუშებს, თუმცა იმის კარნახი, თუ როგორ შეიძლება ავტორმა დაინახოს წერიტი ნაშრომის დასასრული, შეუძლებელია. აქ თქვენ ხართ ტექსტის ბატონ-პატრონი და ყველაფერი იმაზეა დამოკიდებული, მისცემთ აუდიტორიას საკვებს, დასკვნის სახით თუ ღიად დატოვებთ საკითხს მკითხველის გონიერებისა და ანალიზის უნარის პატივისცემის ნიშნად.

როგორია შჯამების გავრცელებული ვარიანტები:

- მასაღა შეიძლება დასხუდეს ანაღიზის შედეგების გააზხებით – დას გუდისხმობს, დას გვთავაზობს და დას მოიცავს მასში წაღმოდგენიდი მსჯეღობა.

მაგალითად, ჟურნალისტ ნათია ამირანაშვილის სტატიაში: „რატომ არის ოდენობების საკითხი უსამართლობის წყარო ნარკოპოლიტიკაში“⁵³ საუბარია იმაზე, რომ „საქართველოში ნარკოდანაშაულზე არსებული მკაცრი სასჯელები პირდაპირ დაკავშირებულია ნარკოტიკული საშუალებებისთვის განსაზღვრულ ოდენობებთან“. პუბლიკაციაში გაანალიზებულია წლების განმავლობაში ნარკოპოლიტიკის საკითხებზე მომუშავე ორგანიზაციებისა თუ აქტივისტური მოძრაობების მთავარი აქცენტები, განხილულია კონკრეტული საქმე, რომელიც სწორედ ნარკოდანაშაულზე მიღებულ მკაცრ სასჯელს ეხება, მოყვანილია არგუმენტები და გაანალიზებულია ნარკოპოლიტიკის ფუნდამენტური ცვლილების მიზნით მომზადებული

52. საბიბლიოთეკო ტერმინების განმარტებითი ლექსიკონი, <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=10&t=1005>;

53. ნ. ამირანაშვიდი „რატომ არის ოდენობების საკითხი უსამართლობის წყარო ნარკოპოლიტიკაში“, 16.11.2023; <https://publika.ge/article/ratom-aris-odenobebis-sakitkhi-usamartlobis-wyaro-narkopolitikashi/>

კანონპროექტი, რომელმაც, ავტორის აზრით, ვერ უზრუნველყო ამ საკითხის მოწესრიგება. შემატყობველი ნაწილი პირდაპირ კავშირშია ლიდთან და აჩვენებს, რას გულისხმობს ჟურნალისტი და რა შედეგი დადგა განუვლი ღონისძიებების შემდეგ: „შესაბამისად, გამოდის, რომ ამ დრომდე „ქართული ოცნების“ ხელისუფლების პირობებშიც ვერ შედგა ნარკოპოლიტიკის ფუნდამენტური რეფორმა და ნაცვლად ამისა, ოდენობებთან დაკავშირებით მათ მხოლოდ ფასადური და საბაზისო ცვლილებები განახორციელეს. პრაქტიკაში კი ეს საკითხი კვლავ უსამართლოდ მაღალი სასჯელების წინაპირობად რჩება“.

- **ნაშრომი შეგიძლიათ დაასხუროთ ციტაგით, პიჩვედად ან მოოხეუდ წყახოზე მითითებით ან ახგუმენგის მოხმობით, ხომელიც აძლიეხებს თქვენს მთავახ იდეას, ან სხვა ასპექტით (ან პეხსპექტივით) აჩვენებს საკითხს. ციტატა აუცილებდად უნდა იყოს ზუსტი და სანდო.**

მაგალითად, „პუბლიკას“ მასალაში „როგორ გაცემს განათლების სამინისტრო საჯარო ინფორმაციას“⁵⁴, შესავალ ნაწილში ჩამოთვლილია კითხვები, რომელზეც პასუხს მედია თვეების განმავლობაში ელოდა. მასალის ფოკუსია საჯარო დაწესებულებებიდან ინფორმაციის ვადების დარღვევით გაცემა, ან სრულიად უპასუხოდ დატოვების ტენდენცია, რომელიც, ავტორის თქმით, ბოლო პერიოდში შეიმჩნევა.

მრავალფეროვანი და რელევანტური არგუმენტების, სხვადასხვა წყაროს კომენტარებისა და საკითხის სხვადასხვა ასპექტით დანახვის მცდელობის შემდეგ, ავტორი დასკვნით ნაწილში ისევ იმეორებს ლიდში დასმულ საკითხს („ვერ მივიღეთ პასუხი შეკითხვაზე, რომელიც კანონით განსაზღვრული ვადების დარღვევას შეეხებოდა, ასევე ვერ მივიღეთ პასუხი შეკითხვაზე – რა იყო ამ ვადების დარღვევის ძირითადი მიზეზი“) და მასალას ასრულებს განათლების სამინისტროდან შემოსული დოკუმენტის ციტირებით: „სამინისტროს საჯარო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფაზე, საჯარო ინფორმაციის ელექტრონული ფორმით გაცემასა და პრაქტიულად გამოქვეყნებაზე პასუხისმგებელ საჯარო მოსამსახურედ განსაზღვრულია ერთი პირი“. მათივე ცნობით, 2022-2023 წელს სულ შესულია 975 განაცხადი საჯარო ინფორმაციის მოთხოვნით, „მათი უმეტესი ნაწილი შეიცავდა ერთზე მეტ, ხშირ შემთხვევაში კი – მრავალ მოთხოვნას, ყველა მათგანზე გაცემულია პასუხი“.

ამ შემთხვევაში, ავტორი არ გვთავაზობს დასკვნას შეჯამების სახით. ის საფუძვლიანი ანალიზის შემდეგ ღიად ტოვებს საკითხს და მკითხველს აძლევს შესაძლებლობას, იფიქროს, რას ნიშნავს სამინისტროდან მიღებული დოკუმენტის ტექსტი, სცემს თუ არა ის პასუხს დასმულ კითხვებზე და არის თუ არა ჟურნალისტი ობიექტური, როცა წერს, რომ საჯარო დაწესებულებები ან საერთოდ უპასუხოდ ტოვებენ ჟურნალისტის მიერ დასმულ კითხვებს, ან ვადაგადაცილებით

54. ს. გორგოძე, „როგორ გაცემს განათლების სამინისტრო საჯარო ინფორმაციას“, „პუბლიკა“, 7.03.2024 <https://publika.ge/article/rogor-gascems-ganatilebis-saministro-sajaro-informacias/>.

აგზავნიან არასრულ პასუხს, ანაც – მათი პასუხები ზოგადია და კონკრეტულს არაფერს ეუბნება მედიასაშუალებას და აუდიტორიას.

- **დასკვნით ნაწილში გამოყენებულმა ციტატამ შეიძლება გამოხატოს ემოცია ან აზრი, ხომელიც სხვისი სიგყვებით უკეთ აჩის გადმოცემული. მანვე მკითხველს უნდა აგხდნობინოს, ხომ საკითხის შესახებ მსჯელობა სხუდდება.**

მაგალითად, თამაზ თოხაძის თვალსაზრისი – „მეგობარი ცხოველები, სახორცე ცხოველები და ეთიკა“⁵⁵ – პასუხს სცემს კითხვებზე: აქვთ თუ არა ცხოველებს უფლებები? რომელ ცხოველებს უნდა იცავდეს კანონი და როგორ? რას ნიშნავს ცხოველთა მიმართ სასტიკი მოპყრობა და როგორ უნდა ისჯებოდეს ამგვარი ქმედება? ამ ანალიზის დასასრული, გარკვეულწილად, ემოციურია და ადამიანს უტოვებს საფიქრალს: „ზრდასრული ცხენი ან ძალი შეუდარებლად უფრო გონიერი და კომუნიკაციურია, ვიდრე ერთი დღის, ერთი კვირის, ან თუნდაც ერთი თვის ბავშვი. თუმცა, პირიქითაც რომ ყოფილიყო, განა ეს რამეს მოგვცემდა? მართებული შეკითხვა არის არა: „შეუძლიათ მათ აზროვნება?“ ან „შეუძლიათ მათ ლაპარაკი?“, არამედ – „შეუძლიათ მათ იტანჯონ?“.

- **ნაშრომი შეიძლება დასხუდდეს მსჯელობის განსხვავებულ, უფრო ფართო კონტექსტში გადაყვანით.**

მაგალითად, მასალაში ჟურნალისტი აყალიბებს მიდგომას, თუ როგორ/რა კუთხით ხედავს იგი რალაც საკითხს, დასკვნაში კი კრავს მსჯელობას იმის ახსნით, თუ რა მნიშვნელობა აქვს საკითხის ამ კუთხით განხილვას.

- **დასკვნაში შესაძლებელია, ავტოხმა მკითხველს პიობდემიდან სავაჩაუდო გამოსავალი შესთავაზოს.**

მაგალითად, სტატიაში „იაპონური Shokuiku ქართული სასკოლო კვების დასაცავად“⁵⁶ საუბარია სასკოლო კვებაზე და ავტორი მსჯელობს იაპონური Shokuiku-ს პროგრამაზე, რომლის მთავარი კონცეპტუალური საფუძველი არის ის, რომ კვება განხილულია განათლების პროცესის ინტეგრალურ ნაწილად. მისი თქმით, „იაპონური Shokuiku-ს პროგრამა გვთავაზობს უნიკალურ მაგალითს იმისა, თუ როგორ შეიძლება განვიხილოთ სასკოლო განათლება ერთდროულად გონებისა და სხეულის განათლებად.“

55. თამაზ თოხაძე, „მეგობარი ცხოველები, სახორცე ცხოველები და ეთიკა“, „პუბლიკა“, 27.02.2024 <https://publika.ge/article/megobari-ckhovelebi-sakhorce-ckhovelebi-da-etika/>;

56. ნ. კობახიძე, „იაპონური Shokuiku ქართული სასკოლო კვების დასაცავად“, „პუბლიკა“, 19.02.2024. <https://publika.ge/article/iaponuri-shokuiku-qartuli-saskolo-kvebis-dasacavad/>.

დასკვნით ნაწილში ავტორი გვთავაზობს პრობლემის გადაჭრის ერთ-ერთ გზას – იაპონური გამოცდილების გათვალისწინებას: „იმედს ვიტოვებ, რომ საქართველოს მთავრობა განათლების სისტემის ერთ-ერთ მთავარ პრიორიტეტად უფასო სასკოლო კვების დანერგვას მიიჩნევს და დიდი ხნით არ დააყოვნებს ნაბიჯებს ამ მიმართულებით. სასურველი იქნება, თუ სასკოლო კვების პოლიტიკის შემუშავების პროცესში საქართველო გაიზიარებს და გაითვალისწინებს აზიის, და ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, იაპონიის მაგალითსაც“.

- **თუ უუხნადისგმა საკმახისი კვლევა ჩაატარა და ხედევანტუხი წყახოები მოიძია, შეუძლია განსაზღვროს, ხოგოხ განვითარდება საკითხი და, მომავლის პეხსპექტივის გათვადისწინებით, მკითხველს დოგიკუხი და გონივრული პიროგნოზი შესთავაზოს.**

მაგალითად, ქართული ღვინის რუსეთის ბაზარზე შთამბეჭდავ დაბრუნებას ეხება პუბლიკაცია: „რუსეთისთვის ჩამოსხმული ქართული ღვინის პერსპექტივა – ყველაზე დიდი და არასაიმედო ბაზარი ისევ იცვლება“⁵⁷. ანალიზში ნაჩვენებია, რომ, ბოლო წლის მონაცემებით, ექსპორტირებული ქართული ღვინის 65% სწორედ აღნიშნულ ბაზარზე გავიდა. ავტორის აზრით, „ბოლო წლებში რუსეთში ღვინის გაყიდვების ზრდას ხელი იმანაც შეუწყო, რომ რუსეთმა ევროპულ კომპანიებს განსაკუთრებულად დიდი აქციზი დაუნესა. ამან ქართულ ღვინოზე, რომელსაც „არამეგობრული ქვეყნების“ მიმართ გატარებული ზომები არ შეხებია, მოთხოვნა გაზარდა“.

სტატიაში, სხვადასხვა წყაროს მოხმობით ნათქვამია, რომ ქართულ ღვინოს იაფად ჰყიდიან. იგი სრულდება რესპონდენტის პერიფრაზით, რომელშიც ნაჩვენებია პერსპექტივა: „მძვირებული აქციზი რუსეთში ყველაზე მეტად იაფი, უხარისხო ღვინის წარმოებას დაარტყამს. ერთი მხრივ, ეს ცვლილება გასაღებას შეაფერხებს, თუმცა, მეორე მხრივ, იაფფასიან ღვინოზე შემცირებული მოთხოვნა შესაძლოა, სტიმული გახდეს ღვინის ხარისხის გაუმჯობესებისთვის“.

- **ეხთ-ეხთი პოპულარული ხეხი დასასხუდისთვის ახის დასაწყისთან დაბხუნება. ეს ფოხმა მაშინ ახის მისაღები, ხოცა დიდი თხიობითი ან აღწეხითია.**

ამგვარი დასასრული, უმეტესად, აქვს რეპორტაჟებს, ბლოგებს, პროფაილებს... მთავარია, დასკვნითი ნაწილი არ ასცდეს მსჯელობის ძირითად ხაზს და ის კავშირში იყოს ლიდში დასმულ პრობლემასთან.

57. მ. ვახადაშვიდი, „რუსეთისთვის ჩამოსხმული ქართული ღვინის პერსპექტივა – ყველაზე დიდი და არასაიმედო ბაზარი ისევ იცვლება“, „ხადიო თავისუფლება“, 13.03.2024. <https://tinyurl.com/28a3sy2x>;

გაითვალისწინეთ, რომ, როგორც სტატიის შესავლის, ასევე დასკვნისა და შეჯამების უამრავი ხერხი არსებობს, თუმცა არცერთი არ არის აბსოლუტურად „სწორი“. მთავარია, დასკვნა იყოს საინტერესო, კარგად კრავდეს მასალას და თქვენ გრძნობდეთ თავს კომფორტულად ამგვარი დასასრულით.



კომუნიკაციის
ცენტრი

- 1) წაიკითხეთ დანახთი N5 და შეეცადეთ, მოახკოთ მას სხვადასხვა ციპის დასკვნა;
- 2) გააანალიზეთ, რომელი ფორმა უფრო მისაღებია და ჩაგომ?

გამოყენებული ლიტერატურა:

Kane, T. S. (2003). The Oxford Essential Guide to Writing. Oxford University Press. ISBN: 9780195167450, LCCN: 2003278239;

Saleh, N., (2014). The Complete Guide to Article Writing: How to Write Successful Articles for Online and Print Markets. Penguin Publishing Group, ISBN: 10:1599637340;

ბარბაქაძე, ც. (12. 04. 2012). „როგორ დავარქვათ სათაური: ერთი საუკეთესო რჩევა“, <https://rb.gy/1gk8ju>, ბოლო წვდომა: 26.03.2024;

გორჩიტაშვილი, ქ., შაბაშვილი, გ. (2012). ანალიტიკური წერა. საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა, თბილისი. ISBN: 978-9941-0-4447-2;

გრიგორიანი, მ. (2007), „სახელმძღვანელო ჟურნალისტებისთვის“;

თადუმაძე, მ. „CLICKBAIT“ სათაური, როგორც მანიპულაციური სტრატეგია, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი <https://www.studocu.com/row/document/akaki-tsereteli-state-university/mass-communication/mzia-tadumadzis-disertatsia/82837968>; ბოლო წვდომა: 26.03.2024;

მარქარიანი, ლ. (2021). „ყალბი გვერდი, როგორც ყალბი ინფორმაციის გავრცელების საშუალება“, სტუდენტთა ჟურნალი სოციალურ მეცნიერებებში, თსუ, <https://www.sjss.tsu.ge/img/%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%90%20%E1%83%9B%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%98%203.pdf> ბოლო წვდომა: 26.03.2024;

ნადარეიშვილი, მ. (1999). „სათაურის მრავალსახეობა ამერიკულ პრესაში“, თბილისი;

ტალიაშვილი, თ. (2012.21.04). „სათაურის ფუნქცია, სტატუსი, ინტერპრეტაცია“, <https://bit.ly/3qBx1mk>; ბოლო წვდომა: 26.03.2024;

ახალი ამბები

- *ha აჩის ახალი ამბები*
- *ახალი ამბის მახასიათებლები*
- *მთავარი და მეორეხარისხის ამბის გაჩვენვა, ფოტოსიხედა...*
- *ახალი ამბის სტრუქტურა (ამობუნებული პიხამიდა)*
- *ბეჭდუხი და ონლაინ ახალი ამბები – მსგავსება და განსხვავება*
- *ხას ნიშნავს The Wall street journal-ის ამბის ფოხმუდა?*
- *ამბის თხიობის განსხვავებული სტრუქტურები*
- *ციტატები და კომენტაჩები*
- *ხა უნდა გვახსოვდეს ახალი ამბების წეხის პიოცესში*

შეიძლება ვინმემ იფიქროს, რომ მხოლოდ მშრალი ფაქტების გაშუქება მარტივია, მაგრამ, სინამდვილეში, ახალი ამბების წერა სტანდარტების დეტალურ ცოდნას საჭიროებს და დასაუფლებლად რთულია. მიჩნეულია, რომ ახალი ამბები – ესაა საფუძველი, რომელზეც არის დაშენებული ყველა სხვა ტიპის ჟურნალისტიკა. შესაბამისად, გასაკვირიც არ არის, რომ წლების წინ ჟურნალისტების უმეტესობა საქმიანობას სწორედ ახალი ამბების გაშუქებით იწყებდა. იმის გათვალისწინებით, რომ დღეისთვის მწერალ ჟურნალისტთა რაოდენობა (ბეჭდური მედიის პოპულარობის კლებასთან ერთად) მცირდება, გასაგებიცაა, რომ ბევრ ჟურნალისტს აღარ აქვს სიღრმისეული შეხება ახალი ამბების წერილობით გაშუქებასთან, თუმცა, ვინც საქმიანობას ამით იწყებს, საკმაოდ დიდ პროფესიულ სარგებელს იღებს ჟურნალისტური ოსტატობის და სხვადასხვა უნარ-ჩვევის დაუფლების თვალსაზრისით.

რა არის ახალი ამბავი

ამბავი, რომელიც ახლა ხდება – სხვა განმარტება ახალ ამბავს არ აქვს. უბრალოდ უნდა განვსაზღვროთ, ყველა ამბავი შეიძლება გამოქვეყნდეს? ყველა ამბავი შეიძლება გახდეს საზოგადოების ინფორმირების საბაზი?

გაზეთ „New York Times“ პირველი გვერდის მარცხენა კუთხეში გამოტანილია სლოგანი: „ყველა ახალი ამბავი, რომელიც დაბეჭდვის ღირსია“ („All the News That’s Fit to Print.“)... და რომელი ახალი ამბავია დაბეჭდვის, გამოქვეყნების ღირსი? რის მიხედვით ვარჩევთ, არის თუ არა ამბავი საზოგადოებისთვის საინტერესო?

იმისთვის, რომ შეირჩეს, რომელი ამბავია დაბეჭდვის ღირსი, ის რამდენიმე კრიტერიუმს უნდა აკმაყოფილებდეს. ესენია:

1) დროულობა – რადგან ახალი ამბავი არის ამბავი, რომელიც ახლა ხდება, დროულობა აუცილებელი კომპონენტია;

2) აქტუალობა – ამბავი უნდა შეიცავდეს საკითხებს, რომელიც იმ კონკრეტულ სიტუაციაში საზოგადოების ძლიერ ინტერესს იწვევს და მკითხველი მედიიდან მასზე დამატებით ინფორმაციას ან ანალიზს ელის;

3) მნიშვნელობა, მასშტაბი – ამბავი შეეხება თემას, რომელიც ბევრ ადამიანს ეხება, აუცილებელია, იცოდეს საზოგადოებამ და იაზრებდეს მის მნიშვნელობას;

4) კონფლიქტურობა – კონფლიქტურობა მხოლოდ ახალ ამბავს არ ახასიათებს. ის სხვა ჟანრებშიც შეგვხვდეს, მაგრამ უნდა ვიცოდეთ, რომ ნებისმიერი დაპირისპირება ახალი ამბავია;

5) უჩვეულობა – რაც უფრო უჩვეულოა, გამორჩეულია ფაქტი (მოვლენა), მით უფრო საინტერესოა იგი აუდიტორიისთვის. უჩვეულობა ნიშნავს, რომ ამბავი არ ასახავს ჩვეულებრივ, დინების მიმართულებით მიმდინარე პროცესს და მასში ბევრი რამ არის უჩვეულო და არაბანალური. ამ ტიპის მასალას განსაკუთრებით დიდ ყურადღებას აქცევს ყვითელი პრესისა და სენსაციების მოყვარული აუდიტორია;

6) სიახლოვე – მედია გვიამბობს გეოგრაფიულად ახლოს მომხდარ ამბავზე; რაც უფრო ახლოს ხდება მოვლენა, მით მაღალია მკითხველის მხრიდან ინტერესი; რაც უფრო შორს ხდება მოვლენა, მით უფრო გამონაკლისი უნდა იყოს, რომ მკითხველთა ყურადღება მიიპყროს.

7) პერსონათა ცნობილობა – ამბავი შეეხება ცნობილ პერსონებს ან ინსტიტუციებს. რაც უფრო ცნობილია პერსონა (პიროვნება) ან დაწესებულება, რომელზეც დეტალურ ინფორმაციას გვანვდის მასალა, მით უფრო საინტერესოა იგი მკითხველისთვის;

8) გავრცელებული და გახანგრძლივებული მოვლენისადმი კონკრეტულ სიტუაციაში გარჩენილი ინტერესი – რაც უფრო ხანგრძლივად მიმდინარეობს მოვლენა (ვთქვათ, ტარიფების ზრდაზე საუბარი), რომელიც ადამიანთა უმრავლესობისთვის მნიშვნელოვანია, მით უფრო საინტერესოა საზოგადოებისთვის და ამ სეგმენტში პერიოდულად მომხდარი სიახლეები ასევე უნდა მოხვდეს მედიის ინტერესის არეალში.

თუ ამბავი ამ კრიტერიუმებიდან რამდენიმე, ან თუნდაც რომელიმეს აკმაყოფილებს, ის აუცილებლად მოხვდება მედიაში.

■ ახალი ამბის მახასიათებლები

მელვინ მენჩერის სახელმძღვანელოს – „ახალი ამბების გაშუქება და წერა“ – მიხედვით (მენჩერი, 2013, გვ. 30), ახალ ამბებს უნდა ახასიათებდეს:

სიზუსტა. ეს არის მახასიათებელი, რომელიც ერთნაირად სჭირდება ყველა ტიპის ჟურნალისტს. მანამ, სანამ ინფორმაციას მიაწვდი აუდიტორიას, ყველა დეტალი უნდა იქნას გადამოწმებული: დრო, აქტორები, ადგილი, პროცესი, სახელები, რეგალიები, წყაროები. ცხადია, ზუსტი ინფორმაციის მოპოვების საუკეთესო საშუალება არის უშუალო დაკვირვება, თუმცა ეს ყოველთვის არ არის შესაძლებელი და ამიტომ, შემთხვევის ადგილზე მისული ჟურნალისტი აუცილებლად უნდა ეცადოს, ყველა დეტალი დააზუსტოს და მხოლოდ ამის შემდეგ შეუდგეს ინფორმაციის წერას;

საკმარისი და რელევანტური წყაროები. ჟურნალისტი უნდა ეცადოს, რომ დაიმოწმოს საკმარისი და რელევანტური წყაროები, არ დაუშვას შეცდომა დოკუმენტების, ქალაქებისა და სოფლების, სხვა გეოგრაფიული ადგილების, რესპონდენტთა სახელების, გვარების რეგალიების დასახელებისას;

სისრულა. ეს იმას ნიშნავს, რომ ფაქტის შესახებ სიმართლის გაშუქებისას ჟურნალისტმა უნდა ამოწეროს ყველა დეტალი, რაც კი შეიძლება ამბავთან დაკავშირებით არსებითი იყოს;

ბალანსი. ინფორმაციის სისრულისთვის წარმოდგენილი უნდა იყოს საკითხთან დაკავშირებული ყველა მხარე (გარდა იმ შემთხვევებისა, რომელზეც ზემოთ ვისაუბრეთ და რომელიც აშკარად აჩვენებს, რომ ჟურნალისტმა კონკრეტული რესპონდენტი არა განსხვავებული მოსაზრების არსებობის დასადასტურებლად, არამედ ცრუ ბალანსის მისაღწევად ჩაწერა);

ობიექტიურობა. ჟურნალისტი არ ამჟღავნებს საკუთარ პოზიციას და იცავს ბალანსს ყველა მხარისა და მოსაზრების დაფიქსირებით;

სისხარბა და მთავარ აზრზე ფოკუსირება. ახალი ამბების ტექსტი უნდა იყოს მოკლე, ლაკონური, უნდა მისდევდეს ამბის მთავარ ხაზს;

წერის მარტივი სტილი. ახალი ამბავი გადმოცემული უნდა იყოს ადვილად გასაგები ენით, აზრი უნდა იყოს ნათელი და ცხადი, წინადადებები - მარტივი და მოკლე.

არსებობს ხისტი ახალი ამბავი (Hard news) და რბილი ახალი ამბავი (Soft news).

ხისტი ახალი ამბავი (Hard news) ძირითადად გამოიყენება ისეთი თემების განხილვისას, რომლებიც დროული, ოპერატიული, მნიშვნელოვანი და მასშტაბურია. ასეთია პოლიტიკა, საზოგადოება, საერთაშორისო ურთიერთობები და ბიზნესსიახლეები. ამის საპირისპიროდ, რბილი ახალი ამბავი (Soft news) მოიცავს გასართობ ინფორმაციას და ახალ ამბებს ცნობილი ადამიანების, ხელოვნების, სპორტის და სხვა მსგავსი თემების შესახებ.

ცხრილი N4. მწკვე ახალი ამბავის და რბილი ამბავის შედარება

ხისტი ახალი ამბავი	რბილი ახალი ამბავი
საერთაშორისო ამბავი	გართობა ცნობადი სახეების შესახებ ამბავი
პოლიტიკა	ცხოვრების სტილი
ბიზნესი და ეკონომიკა	ხელოვნება და კულტურა
ჰანდაცვისა და განათლების საკითხები	სპორტი

ხისტი ახალი ამბები ეხება მძიმე საკითხებს, მაგრამ არ ნიშნავს, რომ ის მძიმე ენით უნდა დაინეროს, პირიქით, ჟურნალისტის მოვალეობაა, ყველაზე ურთულესი ამბავიც კი მარტივი, გასაგები და ადვილად აღსაქმელი ენით მიაწოდოს აუდიტორიას. მასში ფაქტები პირდაპირი ფორმით უნდა იყოს წარმოდგენილი, რაც მკითხველს მნიშვნელოვანი ინფორმაციის სწრაფად მიღებასა და აღქმას უმარტივებს.

ხისტი ახალი ამბავი ხშირად პირველ რიგში წარმოდგენს/აჩვენებს მოვლენის შედეგს, შესაბამისად, ძირითადი ფაქტები პირველ რამდენიმე აბზაცშია მოქცეული, დანარჩენი აბზაცები კი ეთმობა მკითხველისთვის იმის ახსნას, თუ როგორ და რატომ მოხდა ეს.

მაგალითად: ხელისუფლების ოფიციალური პირები, რომლებიც უმაღლესი განათლების სისტემას კურირებენ, გუშინ (დავუშვათ, 16 დეკემბერს) შეიკრიბნენ, რათა განეხილათ უნივერსიტეტში სწავლის გაზრდილი გადასახადის საკითხი. ამ შემთხვევაში ჟურნალისტი პირველ სტრიქონებში არ წერს, რომ ხელისუფლების წარმომადგენლები შეიკრიბნენ და განიხილეს სწავლის გაზრდილი გადასახადის საკითხი. ის პირდაპირ აჩვენებს შედეგს – რა გადაწყვიტეს ხელისუფლების წარმომადგენლებმა. ეს არის პირდაპირი მიდგომა:

„16 დეკემბერს ხელისუფლების წარმომადგენლებმა ხმა მისცეს ბაკადავჯიას სწავლის საფასუხის გაზრდას. მომავალი წლის შემოდგომიდან სახელმწიფო უნივერსიტეტებში სწავლის ღირებულება 225 ლაით გაიზარდა და 2450 ლაით გახდება“.

შეგიძლიათ პირველ სტრიქონში ხაზი გაუსვათ ამ ამბის გავლენას მკითხველზე:

„სწავლის საფასუხი სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბაკადავჯიას სტუდენტებისთვის მომავალ შემოდგომას 225 ლაით გაიზარდა“.

აქ აუცილებელია ერთ ასპექტს მივაქციოთ ყურადღება: ახალ ამბებში ამბის სიმწვავე პირველივე ფრაზებში უნდა ჩანდეს. მაგალითად, ზემოთ მოყვანილი შემაჯამებელი აბზაცი სტილისტურად სწორად შეიძლება ასეც დაინეროს: „16 დეკემბერს ჩატახდა სხელომ, ხომღებეც განიხილეს უმაღლესი განათლების საფასუხის გაზრდის საკითხი. ხელისუფლების წარმომადგენლებმა ხმა მისცეს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბაკადავჯიას სტუდენტებისთვის სწავლის საფასუხის 225 ლაით ზრდას. ამ გადაწყვეტილების თანახმად, შემოდგომაზე ბაკადავჯიას სწავლა 2450 ლაით ეღირება“. აბზაცი გამართულია და მასში შეცდომა არაა, მაგრამ ამ შემთხვევაში მთავარი ამბავი იკარგება და მკითხველის თვალში შეიძლება ასცდეს მნიშვნელოვანი ცვლილებას სწავლის გადასახადში. ამიტომ, ყოველთვის უნდა ვეცადოთ, რომ ყველაზე ნათელი, ცხადი და ღირებული ინფორმაცია და ფრაზა ლიდის, შესავლის ან აბზაცის წინა ნაწილში მოვაქციოთ.

მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მინოდების შემდგომ უკვე შეგვიძლია, ავხსნათ დეტალები სწავლის საფასურის გაზრდისა და გადაწყვეტილებაზე რეაგირების შესახებ. მაგალითად, ასე: „საქართველოს სახელმწიფო უნივერსიტეტების სტუდენტები 10%-ით მომატებულ სწავლის ქიხას გადაიხდიან. ხედისუფლების წახმომადგენლებმა გადასახადის ზედა გუშინდელ შეხვედრაზე დაამტკიცეს“.

მთავარი და მეორეხარისხიანი ამბის გარჩევა, ფოკუსირება...

ზოგჯერ შესაძლოა, ყველა ახალი ამბავი პირდაპირი მიდგომით არ დაინყოს, მაგრამ მთავარია, ფოკუსს არასოდეს ასცდეთ. ვინაიდან მკითხველი და მაცურებელი დღესდღეობით დიდი რაოდენობით ინფორმაციას იღებს, მათ სურთ, სწრაფად გაიგონ ამბის არსი და ამიტომაც ფოკუსი პირველ წინადადებაში ან პირველივე აბზაცში უნდა ჩანდეს. მაგალითად, ზემოთ განხილული მაგალითის ფოკუსია სწავლის საფასურის გაზრდა უმაღლეს სასწავლებელში, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ მთელი ინფორმაცია ამ საკითხის გარშემო იტრიალებს, მაგრამ თუ ინფორმაცია ეხება სწავლის გადასახადის გაზრდის გამო სტუდენტთა პროტესტს, მაშინ ფოკუსი უნდა გადავიდეს მათ რეაქციებზე: „საქართველოს სახელმწიფო უნივერსიტეტების სტუდენტები 10%-ით მომატებულ სწავლის ქიხას გადაიხდიან. ხედისუფლების წახმომადგენლებმა გადასახადის ზედა გუშინდელ შეხვედრაზე დაამტკიცეს. მიღებულ გადაწყვეტილებას სტუდენტთა ახაეხთგვახოვანი გამომხაუხება მოჰყვა“.

ბეჭდურ და ონლაინმედიაში ფოკუსი ძირითადად სათაურშივე მჟღავნდება, ხოლო სამაუწყებლო ახალ ამბებში წამყვანი ახალი ამბის პირველივე წინადადებაში გადმოსცემს ინფორმაციის მთავარ არსს. მედიუმის მიუხედავად, ფოკუსი ამბის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილია და ის სტრუქტურის ზედა ნაწილში უნდა იყოს, მაგრამ ზოგიერთ შემთხვევაში, თუ ამბავი საკმარისად საინტერესო და მიმზიდველია, შეიძლება ფოკუსი ქვემოთაც (ლიდის შემდეგ) შეგვხვდეს.

კითხვები, რომლებიც დაგეხმარებათ ფოკუსის კოვნაში:

- **რის შესახებ არის ამბავი?** ეცადეთ, ამ კითხვას ერთი მარტივი წინადადებით უპასუხოთ. ამისთვის იფიქრეთ, თუ როგორ აღწერთ ამბის მთავარ იდეას რამდენიმე სიტყვით. მაგალითად, ზემოთ მოყვანილ მაგალითებში პირველი ეხება სწავლის გადასახადს ბაკალავრიატში, ხოლო მეორე – გადასახადის გაზრდით გამოწვეულ სტუდენტურ პროტესტს;
- **რა ზემოქმედება შეიძლება მოახდინოს ამბავმა მკითხველზე?** რატომ უნდა აინტერესებდეს ან ადარდებდეს აუდიტორიას ამბავი, რომელსაც სთავაზობთ? არის

თუ არა მასში რაიმე მნიშვნელოვანი, საინტერესო ან უჩვეულო, რაც იმოქმედებს მკითხველზე? თუ, მაგალითად, თქვენ ეცდებით, დაარწმუნოთ ვინმე, რომ წაიკითხოს თქვენი მასალა, რომელ საკითხზე გაამახვილებდით ყურადღებას?

- **როგორ მოუყვებოდით ამ ამბავს მეგობარს?** ფოკუსის განსაზღვრის კიდევ ერთი ტექნიკაა „მოუყვი მეგობარს“. ეს ბუნებრივი სასაუბრო მეთოდია, რომელიც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია სამაუწყებლო ამბის წერისას. წარმოიდგინეთ, რომ თქვენი მეგობარი გეკითხებათ, თუ რას ეხება ამბავი და რა მოხდა. დიდია შანსი, რომ თქვენ, პირველ რიგში ისაუბროთ ყველაზე მნიშვნელოვან ინფორმაციაზე. საკითხის ამ კუთხით დანახვა წარმოდგენას შეგიქმნით, თუ როგორ დაწეროთ თქვენი ლიდი და როგორ ააწყოთ მთლიანად მასალა.

ფოკუსი უფრო ხშირად და ნათლად ჩანს შემაჯამებელ აბზაცში. აქვე გასათვალისწინებელია, რომ თუ ლიდი შეიცავს ფოკუსს პირველივე წინადადებაში, მაშინ არ გჭირდება შემაჯამებელი აბზაცის ცალკე გამოყოფა, მაგრამ თუ ლიდში არ არის აღნიშნული ამბის ძირითადი არსი, მაშინ შემაჯამებელი აბზაცი ფოკუსის ასახსნელად აუცილებელია.

განვიხილოთ ერთი მაგალითი⁵⁸:

<p>პირდაპირი სათაური</p>	<p>ევროპარლამენტმა მედიის თავისუფლების აქტი დაამტკიცა</p>
<p>ლიდი (მთავარი ახალი ამბავი)</p>	<p>ევროპარლამენტმა მედიის თავისუფლების აქტი დაამტკიცა, რომელიც ჟურნალისტებისა და მედიის პოლიტიკური ან ეკონომიკური ჩარევისგან დაცვას ითვალისწინებს.</p>
<p>შემაჯამებელი აბზაცი (მოიხავეს ფოკუსს)</p>	<p>კანონის თანახმად, საზოგადოებრივი მედიის პოლიტიკური მიზნებისთვის გამოყენების თავიდან ასაცილებლად, მათი ლიდერები და გამგეობის წევრები უნდა აირჩეს გამჭვირვალე და არადისკრიმინაციული პროცედურებით საკმარისად ხანგრძლივი ვადით. მედიის თავისუფლების აქტის თანახმად, მათი გათავისუფლება არ შეიძლება ხელშეკრულების დასრულებამდე, მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ჩაითვლება, რომ ისინი აღარ აკმაყოფილებენ პროფესიულ კრიტერიუმებს. ახალი რეგულაციით, საზოგადოებრივი მედია უნდა დაფინანსდეს გამჭვირვალე და ობიექტური პროცედურების გამოყენებით, ხოლო დაფინანსება უნდა იყოს მდგრადი და პროგნოზირებადი. ხელისუფლებას აეკრძალება ზენოლა ჟურნალისტებსა და რედაქტორებზე მათი წყაროების გასამჟღავნებლად, მათ შორის მათი დაკავებით, სანქციებით, ოფისებში ჩხრეკით ან მათ ელექტრონულ მოწყობილობებზე სათვალთვალ პროგრამული უზრუნველყოფის დაყენებით.</p>

58. ევროპარლამენტმა მედიის თავისუფლების აქტი დაამტკიცა: <https://1tv.ge/news/evroparlamentma-mediis-tavisuflebis-akti-daamtgica/>.

<p>დამატებითი/დამხმარე ინფორმაცია (განმავრცობელი აბზაცი) (მეორეხარისხოვანი აბზაცი)</p>	<p>ევროპარლამენტმა დაამატა გარანტიები სათვალთვალო პროგრამების გამოყენების დასაშვებად, რაც შესაძლებელი იქნება მხოლოდ ინდივიდუალურ შემთხვევაში და ექვემდებარება სასამართლო ორგანოს ავტორიზაციას, რომელიც იძიებს მძიმე დანაშაულებს. იმისათვის, რომ საზოგადოებამ შეძლოს იცოდეს, ვინ აკონტროლებს მედიას და რა ინტერესებმა შეიძლება გავლენა მოახდინოს გაშუქებაზე, ყველა საინფორმაციო მედიასაშუალებამ, მიუხედავად მათი ზომისა, უნდა გამოაქვეყნოს ინფორმაცია მათი მფლობელების შესახებ ეროვნულ მონაცემთა ბაზაში, მათ შორის, თუ ისინი პირდაპირ ან ირიბად ეკუთვნიან სახელმწიფოს.</p> <p>კანონის თანახმად, მედიას ასევე მოუწევს მოხსენების გაკეთება სახელმწიფო რეკლამიდან მიღებული თანხების შესახებ და სახელმწიფო ფინანსური მხარდაჭერის შესახებ, მათ შორის ევროკავშირის არანეკვირქვეყნებიდან. რეგულაცია მოიცავს მექანიზმს, რომელიც ხელს უშლის ძალიან დიდ ონლაინპლატფორმებს, როგორებიცაა Facebook-ი, X-ი (ყოფილი Twitter-ი) ან Instagram-ი თვითნებურად შეზღუდონ ან ნაშალონ დამოუკიდებელი მედიის შინაარსი. პლატფორმებმა, პირველ რიგში, უნდა განასხვავონ დამოუკიდებელი მედია დამოკიდებული წყაროებისგან.</p>
<p>დამატებითი ინფორმაცია</p>	<p>შეიქმნება ევროკავშირის სპეციალური ორგანო, სახელწოდებით „მედია მონიტორინგის ევროპული საბჭო“, რომელიც გააკონტროლებს კანონების შესრულებას.</p>
<p>ციტატები</p>	<p>ევროპარლამენტის პრეზიდენტმა, რობერტა მეცოლამ განაცხადა, რომ პარლამენტმა აქტის მიღებით „ისტორია დაწერა“ და მალტელი ჟურნალისტის, დაფნე კარუანა გალიზიას და სლოვაკი ჟურნალისტის, იან კუჩიაკის ხსოვნას პატივი მიაგო.</p>
<p>შეჯამება (ძირითადი არსის შემცველი ციტატით დასასრული)</p>	<p>ღირებულებებისა და გამჭვირვალობის საკითხებში ევროკომისარმა, ვერა იუროვამ ევროპარლამენტს განუცხადა, რომ კანონი გაუგზავნის „ნათელ შეტყობინებას მათ, ვისაც სურს დემოკრატიის შესუსტება“.</p>

მაგალითში ფოკუსი გვხვდება პირველივე წინადადებაში, რომელიც ლიდის ნაწილია. ის გვეუბნება, თუ რაზეა ამბავი და რა გავლენას ახდენს ის მკითხველზე, დაწერილია სასაუბრო ტონით. მეორე აბზაცი და ამბის დანარჩენი ნაწილი გვანვდის ფაქტებსა და ინფორმაციას, რომელიც ამყარებს მთავარ ამბავს.

■ ახალი ამბის სტრუქტურა

„ამობრუნებული პირამიდა“

ამობრუნებული/ინვერსიული პირამიდა არის ბეჭდური, სამაუნწყებლო და ონლაინ ახალი ამბების ძირითადი ფორმა. ის ყველაზე ხშირად გამოიყენება ხისტი ახალი ამბების გაშუქების დროს. ასეთი ამბავი მოცემულია ამბის სათავეში (ლიდში) ყველაზე მნიშვნელოვანი (მთავარი) ინფორმაციით, რომელსაც მოჰყვება ლიდის განვრცობა, აუცილებელი ფონური ინფორმაცია და დამხმარე მტკიცებები დაღმავალი წყობით, სიძლიერისა და მნიშვნელობის მიხედვით.

ამობრუნებული პირამიდა ძირითადად იწყება შემაჯამებელი ლიდით, რომელიც მოიცავს საბაზისო კითხვებს:

- **ვინ?**
- **რა?**
- **როდის?**
- **სად?**
- **რატომ?**
- **როგორ?**

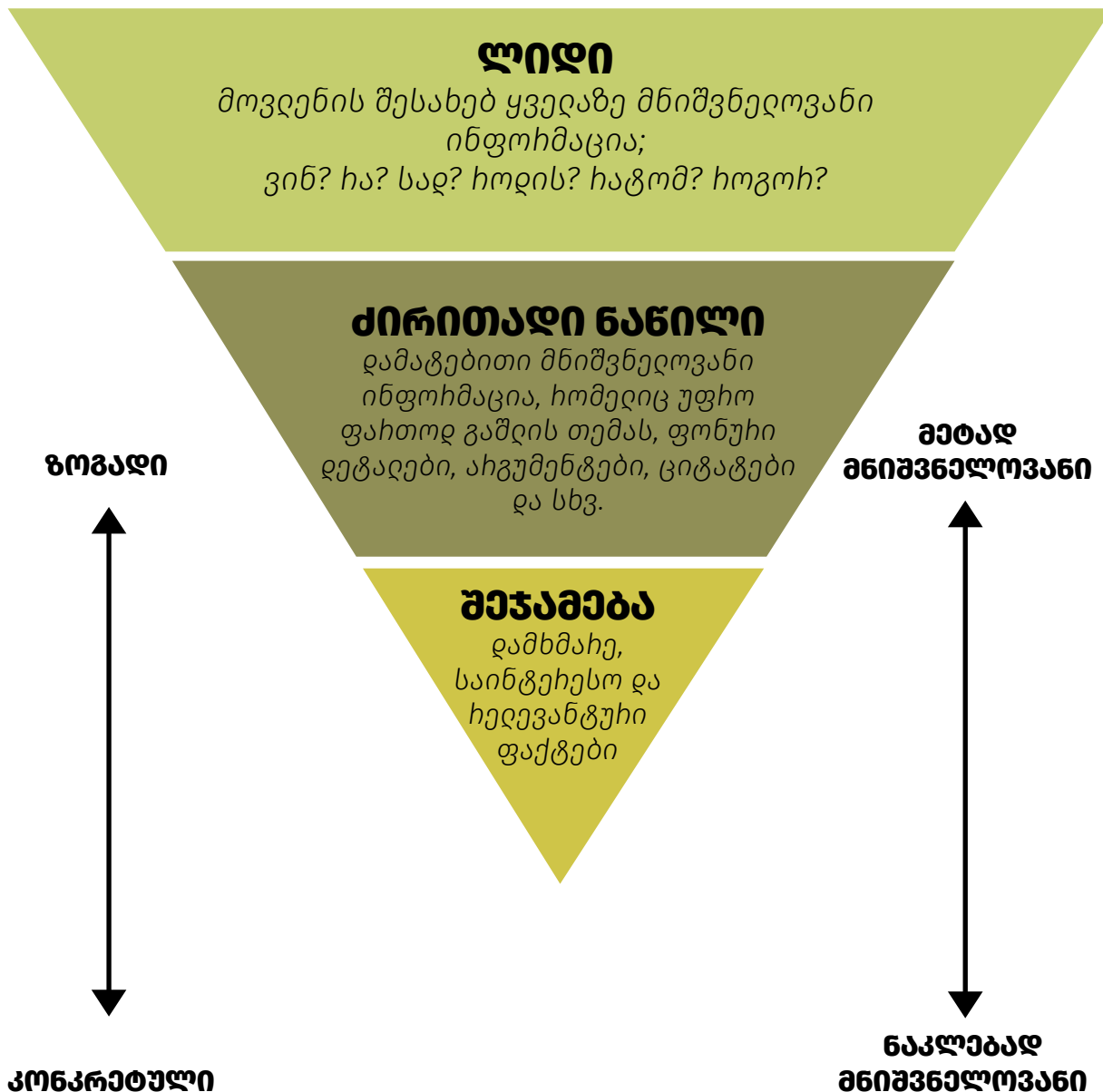
ინვერსიული პირამიდის უპირატესობა ისაა, რომ მკითხველს თავშივე ვანოდებთ ყველაზე მნიშვნელოვან ამბავს, თუმცა ამასაც აქვს უარყოფითი მხარე – მკითხველი შეიძლება არ გასცდეს ამ ინფორმაციას და დანარჩენი ტექსტი არც წაიკითხოს.

რომელია მთავარი ინფორმაცია, რაც შეიძლება მოხვდეს პირამიდის თავში? ამისთვის უნდა დავსვათ კითხვები:

- **რა იმოქმედებს ყველაზე მეტად მკითხველზე?**
- **რა კითხვები ნამოიჭრება ლიდში, რომლებსაც დაუყოვნებლივ უნდა გაეცნოს კასუნში?**
- **რომელი დამხმარე ციტატებია ყველაზე ძლიერი?**

ინვერსიული პირამიდის ფორმა უახლესი ამბების ძირითადი სტრუქტურაა. ის ასევე მნიშვნელოვანი ფორმაა ონლაინჟურნალისტიკისთვის, სადაც მკითხველს უზარმაზარი არჩევანი აქვს. ეს არის გზა, რათა მკითხველმა სწრაფად განსაზღვროს, არის თუ არა ის ამ ამბით დაინტერესებული.

ცხრილი N5. ახალი ამბის სტრუქტურას თუ წარმოვიღგნეთ, ის დაახლოებით ასე გამოიყურება:



■ ბეჭდური, სატელევიზიო და ონლაინ ახალი ამბები - მსგავსება და განსხვავება

რისგან უნდა შედგებოდეს ახალი ამბავი? რა მსგავსება და განსხვავებაა ბეჭდურ, სატელევიზიო და ონლაინ ახალი ამბების წერას შორის? განვიხილოთ და შევადაროთ მაგალითები:

ამოტრულებული პირადის მაგალითი ბეჭდური და ონლაინგამოცემებისთვის

მასალა, რომელსაც ქვემოთ განვიხილავთ, გამოქვეყნებულია The Associated Press-ის მიერ:

სათაური	მოზარდს ჰოლოკოსტის შესახებ ნიშნის ნაკითხვა მიესაჯა
ქვესათაური	მან უნდა დაწეროს მოხსენება „ანა ფრანკის დღიურის“ შესახებ აფრო ამერიკელი ოჯახის გაბონზე ჯვრის დაწვაში მონაწილეობის გამო
თხრობითი/ნარატიული ლიდი: ჰინე? რა? რატომ?	<p>სიეტლი. ციხეში გაგზავნის ნაცვლად თინეიჯერი ბიბლიოთეკაში გაუშვეს, რათა წაეკითხა ჰოლოკოსტის შესახებ საშინელი ამბავი – „ანა ფრანკის დღიური“.</p> <p>მან უნდა დაწეროს მოხსენება „ანა ფრანკის დღიურის“ შესახებ</p> <p>აფრო ამერიკელი ოჯახის გაბონზე ჯვრის დაწვაში მონაწილეობის გამო.</p>
დამატება: ჰინე? როდის?	18 წლის მეთიუ რაიან ტოლს პარასკევს მიესაჯა, წაეკითხა პატარა ებრაელი გოგოს ამბავი, რომელშიც გადმოცემულია მისი ოჯახის წარუმატებელი მცდელობა, დაეღწიათ თავი ნაცისტების დევნიდან მეორე მსოფლიო ომის დროს.
დასხმარე ფაქტები: რატომ?	მოსამართლე ანტონი ორტინმა განაცხადა, რომ ტოლმა მსუბუქი სასჯელი მიიღო, ვინაიდან ის არ იყო ჩრდილოეთ სიეტლის გარეუბანში 16 აპრილს მომხდარი ჯვრის დაწვის ფაქტის ერთ-ერთი ლიდერი.

დახმარა ციტატა	„ანა ფრანკის დღიური“ შესანიშნავია იმისთვის, რომ პიროვნებამ აღიქვას ყველაზე ექსტრემალური შემთხვევა, თუ რა შეიძლება მოიტანოს ადამიანების უნარობამ, გადადგან ნაბიჯი წინ და თქვან, რომ ეს არასწორია, – თქვა ვარტნიკმა, – იმედი მაქვს, ეს მას უფრო გულისხმიერს გახდის“.
მეტი განმარტება	ვარტნიკმა უთხრა მას, რომ სამი თვის განმავლობაში უნდა დაეწერა მოხსენება.
უკანა ფონი	ტოლმა თავი დამნაშავედ ცნო 12-მდე თინეიჯერთან ერთად ჯვრის დანვის მიზნით კრიმინალურ ქმედებაში. ჯვარი დამზადებული იყო ტოლის სახლში.
ფაქტობრივი დასასრული	ტოლი არ დახმარებია მათ დამზადებასა და დანვაში, მაგრამ ზოგიერთი მასალა მას ეკუთვნოდა.

ამოტრუნიებული პირადის მაგალითი სატელევიზიო ახალი ამბებისთვის

არხი channel 2 news, ნამყვანი ივონ რეზნი

ლიდი:	ანკორიჯის სახანძრო განყოფილება იძიებს ფეარჯიუს უბანში მომხდარ ხანძარს.
დახმარა ფაქტები:	ოფიციალური პირები ამბობენ, რომ ხანძარი დაიწყო სახლის გარეთ დაწყობილ საბურავებთან, რომელიც არც ელექტრულ და არც დენის წყაროსთან ახლოს არ მდებარეობდა. მეხანძრეებმა ხანძრის მიზეზებს შორის გამორიცხეს უყურადღებოდ გადაგებული სიგარეტი.
უკანა ფონი/განვრცობა	ისინი ადგილზე დაახლოებით 1:30 საათზე გამოიძახეს, მას შემდეგ, რაც ორმა გამვლელმა მამაკაცმა მეზობლებს ხანძრის შესახებ შეატყობინა.
კომენტარი (ეკრანზე ჩანს ტიტრი, რომელზეც წერია ოლინ ლარსონი, ერთ-ერთი თვითმხილველი)	„ჩვენ კუთხეში ვიდექით და უბრალოდ ვსაუბრობდით. პირველი, რაც დავინახე, იყო ის, თუ როგორ შევარდა ცეცხლის ალი სახლში და ჩვენ ორივე გავიქეციტ და მე ვთქვი, რომ უნდა დავრწმუნებულიყავით, რომ სახლში არავინ იყო და დავურეკეთ 911-ს“.
ფაქტობრივი დასასრული	მეხანძრეები ამბობენ, რომ ხანძრის შედეგად არავინ დაშავებულა.

თხრობითი ლიდი

თემატური აბზაცი

ლიდის და თემატური აბზაცის დამატება

დამხმარე ინფორმაცია: ციტატები, ფაქტები, ისტორიები/აბაზები

აბზის განვითარება: მიზანი/შედეგი, ახსნა, განმარტება, თვალსაზრისი

წრის შეკვრა: ლიდთან დაკავშირებული ისტორია, აღწერა, სამომავლო ქმედება

ორივე ინფორმაცია ზუსტია, დაბალანსებული და რელევანტურია, თუმცა, საგაზეთო ახალი ამბავი იწყება თხრობითი ლიდით, ხოლო სატელევიზიო – უშუალოდ ამბავზე აკეთებს აქცენტს და მოკლედ, ლაკონურად მოუთხრობს მაყურებელს ამბის პერიპეტეიებს. სტილი საგაზეთო ამბავში უფრო კითხვაზეა ორიენტირებული და გვთავაზობს ფონურ ინფორმაციასაც, ხოლო სატელევიზიო ახალი ამბავი მარტივი სასაუბრო ენით გადმოსცემს მთავარ ამბავს.

ახალი ამბები შეიძლება რამდენიმე ელემენტს შეიცავდეს. **ერთელემენტიან** ახალ ამბავში, რომელიც ყველაზე ხშირად გამოიყენება, ამბავი ერთ მნიშვნელოვან ინფორმაციას ეხება; **ორელემენტიანში** ორი მნიშვნელოვანი ამბავია გადმოცემული და ა. შ.

მაგალითად: „თბილისის ზოოპარკში ჟირაფებს ჩამოიყვანენ“⁵⁹ – ამ ამბავში მოცემულია მხოლოდ ინფორმაცია, რომ „თბილისის ზოოპარკში ხუთ ჟირაფს ჩამოიყვანენ. ამის შესახებ ზოოპარკის დირექტორმა ზურაბ გურიელიძემ „საქმიან დილას“ უთხრა“.

ორელემენტიანი ახალი ამბავი კი ორ თანაბარზომიერ ინფორმაციას მოიცავს. მაგალითად, ახალ ამბავში – „თებერვალში ყველაზე მეტი ფულადი გზავნილი საქართველოში რუსეთიდან შემოვიდა“⁶⁰ – საუბარია როგორც შემოსულ გზავნილებზე, ასევე საქართველოდან საზღვარგარეთ გაგზავნილ თანხებზეც, რაც ამბის მეორე ელემენტად შეიძლება მივიჩნიოთ.

59. „თბილისის ზოოპარკში ჟირაფებს ჩამოიყვანენ“, „პუბლიკა“, 12.03.2024.

<https://publika.ge/tbilisis-zooparkshi-djirafebs-chamoivyvanen/>
60. „თებერვალში ყველაზე მეტი ფულადი გზავნილი საქართველოში
რუსეთიდან შემოვიდა“, „პუბლიკა“, 15.03.2024. <https://publika.ge/tebervalshi-yvelaze-meti-fuladi-gzavnili-saqartveloshi-rusetidan-shemovida/>

რას ნიშნავს The Wall street journal-ის ამბის ფორმულა?

The Wall street journal-ის ამბის ფორმულა იწყება ადამიანზე, ადგილზე ან მოვლენაზე ფოკუსირებით. ეს კონცეფცია გულისხმობს იმას, რომ ადამიანი, ადგილი ან მოვლენა არის ერთ-ერთი, ვისაც ან რასაც ეხება პრობლემა, რომელზეც მასალაშია საუბარი. ასეთი მასალის ლიდი აღწერითი ან თხრობითია, უშუალოდ პრობლემა კი თემატურ აბზაცშია განხილული. ამავე აბზაცში უნდა იყოს განმარტებული, თუ რის შესახებ არის ამბავი და რატომ არის ის მნიშვნელოვანი. თავად ამბავი წარმოადგენს დამხმარე მასალას ლიდისთვის და მოიცავს დამატებით ინფორმაციას. ამბის ძირითადი ნაწილი დაყოფილია თემატურად, რომელშიც ერთი საკითხი ებმის მეორეს, დასასრული კრავს წრეს და იყენებს ციტატას ან ამბავს ლიდში ნახსენები პიროვნების, ან ამბის დასაწყისში განხილული რომელიმე საკითხის განვითარების შესახებ.

ამბის ასეთი სტრუქტურირება სასარგებლოა შინაარსობრივად ტრენდული, მნიშვნელოვანი, პრობლემური ამბების გაშუქებისას, ხოლო ჟანრობრივად – ახალი ამბების და ანალიტიკური კორესპონდენციების (ანუ ფიჩერის) გადმოცემისას. იმის მიუხედავად, რომ ამ ფორმულას ახალი ამბების და ფიჩერის წერის დროს არაერთი გაზეთი იყენებს, მას მაინც The Wall street journal-ის სახელი ჰქვია, რადგან ამ გაზეთში შეიქმნა ტერმინი Nut Graph, და სწორედ აქ ურჩიეს ჟურნალისტებს, გამოეყენებინათ ეს ფორმულა, რათა ამბები ბიზნესის შესახებ უფრო ადამიანური გამხდარიყო და ყველა ტიპის მკითხველი დაეინტერესებინა. ეს ტექნიკა მარტივი და ეფექტიანია სამაუწყებლო ახალი ამბების წერის დროს, ვინაიდან მაყურებლები თავს აიგივებენ იმ ადამიანებთან, რომლებსაც სიუჟეტი ან ამბავი ეხება, ამიტომ პრობლემით დაზარალებული ადამიანის ისტორიით დაწყება კარგი საშუალებაა, ხერხია მაყურებლის მოსაზიდად.

The Wall Street Journal-ის ფორმულა უნივერსალურია და მისი გამოყენება შესაძლებელია როგორც ახალი ამბების, ისე ფიჩერის წერისას. ის ასევე გამოიყენება ინფორმაციულად დატვირთული ისტორიების გამოსაცოცხლებლად. ამიტომაც, მასალის წერისას ჟურნალისტმა უნდა მოძებნოს ადამიანი, რომლის ამბავიც საკითხის საილუსტრაციოდ გამოდგება ან შეეცადოს, იპოვოს შემთხვევა, რომელიც სტატიის მთავარ აზრს გამოხატავს.

ეს ფორმულა ასევე კარგად მუშაობს ზოგიერთი სამაუწყებლო ამბის გაშუქების დროსაც, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც სურთ, რომ მასალის მთავარი ფოკუსი იყოს ინდივიდი, რომლის ისტორიაც უკეთ ახსნის შედარებით დიდ საკითხს, ტენდენციას ან კვლევას.



მასალის სტრუქტურა ასეთი იქნება:

- წამყვანის შესავალი პრობლემის წამოსაჭრელად;
- ლიდი, ფოკუსირებული ადამიანზე, რომლის ისტორიაც წარმოადგენს ამ პრობლემის მაგალითს (გავიხსენოთ კონკრეტულიდან ზოგადისკენ მიმართული მსჯელობის დეტალები ლიდის წერის დროს);
- თემატური აბზაცი, რომელიც ხსნის პრობლემას;
- დამხმარე ინფორმაცია კომენტარების („საუნდბაიტების“), ფაქტებისა და სხვა წყაროების სახით;
- „წრის შემკვრელი“ შეჯამება, რომელშიც საუბარი უბრუნდება ლიდში ნახსენებ ინდივიდს ან მასალის მთავარ იდეას.

■ აბის თხრობის განსხვავებული სტრუქტურები



ქვიშის საათის ფორმა (Hourglass Structure)

გარდა ამობრუნებული პირამიდისა, არსებობს ახალი ამბის სტრუქტურის სხვა ფორმებიც, მათ შორისაა ქვიშის საათის სტრუქტურა. ამ სტრუქტურით წერისას მასალა შეიძლება დაიწყო ინვერსიული პირამიდის მსგავსად, ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაციით. შემდგომ ეს ფორმა გულისხმობს ამბის ქრონოლოგიურ თხრობას მასალის გარკვეულ ნაწილში. ეს მიდგომა კარგად მუშაობს სამაუწყებლო ახალი ამბების გაშუქების დროს.

ქვიშის საათის სტრუქტურა უნდა გამოვიყენოთ მაშინ, როდესაც ამბავში ვითარდება დრამატული მოქმედება და მის წარმოსაჩენადაც ამბის ქრონოლოგიური თანმიმდევრობით თხრობაა საჭირო. ეს ტექნიკა გამოსადეგია დანაშაულების ან კატასტროფების გაშუქების დროს მოვლენის განვითარების სწორად დასალოცებლად.

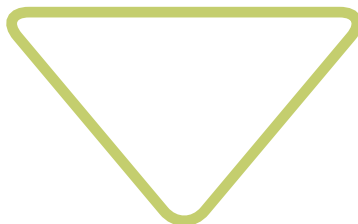
ქრონოლოგიური თხრობის უპირატესობა: ქრონოლოგიურ ნაწილში ნარატიული თხრობა სიუჟეტს დრამატულობას სძენს.

მინუსი: ამბის ქრონოლოგიურ ნაწილში შეიძლება განმეორდეს ზოგიერთი ზემოთ ნახსენები ძირითადი ინფორმაცია, რაც მასალას უფრო ვრცელს ხდის ამობრუნებულ პირამიდასთან შედარებით.

პულიცერის პრემიის ლაურეატი **დონალდ მიურიე**^x თავის სახელმძღვანელოში „წერა დედლაინამდე“ (Writing to Deadline) ტექსტის შექმნის პროცესს ასე აღწერს (მიურიე, 2000, გვ. 68):

„წეხას ვიწყებ წიგნის შინააჩსის, ფოხმის და გექსტის მყახი, დოგიკუხი სუხათის წაჩმოგვენით. მაგადითად, ეხთ-ეხთ ნაწაჩმოებს - „ბაზხოთა საგდახაკოში“ (The Poorhouse Fair) Y-ის ფოხმა ჰქონდა, „ბაჭია, გაიქეცის“ – ეხთგვახი ზიგზაგის, „კენგავხს“ – სენდვიჩის“, – ხოცა წლების წინ მწეხად ჯონ აპდაიკის ეს სიგყვები წავიკითხე, მივხვდი, ხომ მან თქვა ის, ხასაც ამდენი წედრიწადი იყო, ვგეძნობდი.

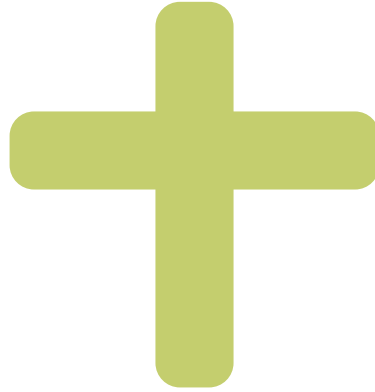
ყვედა ჟუხნადისტი იცნობს ამობრუნებულ პიხამიდას, ხომედშიც ყვედაზე მნიშვნელოვანი ამბავი თავში იწეხება:



შემდეგ, ედიტოხიადების წეხისას, ვიყენებდი ჩვეულებიო პიხამიდას, სადაც ყვედაზე მნიშვნელოვან ინფოხმაციას ბოლოში ვწეხდი.



ზოგიერთი ფიჩუჩი ჯვახს ჰგავდა: თხიობითი დიღით, თემატუხი აბზაცით და შემდეგ მთავახი ამბით. ოღონდ ჯვახის ძიხითადი ხაზი ეხთი ამბის გავხედება იყო.



სხვა ამბები მაგონებდა ხეობის დაკვანიდ მდინახეს, ხომედშიც, თუ ღინება ძღიეხი იყო, მკითხველიც თან მიჰყავდა.



ზოგიერთი ამბავი გვეხდზე გადაწოდირ H-ს ჰგავს. მის დასაწყისში ვხვდებით მნიშვნელოვან ინფორმაციას, შემდეგ მიღის თხიობა, ხომედსაც ბოლო ნაწილში ისევ მოსდევს მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გამეოხება.



ხშირად წახმოვინებენ ისახს, რომელსაც მკითხველი პიხდაპიხ დანიშნულების ადვილამდე მიჰყავს.



და ეს ფოხმები შეიცვლება, გაეხთიანდება, შემცირდება, გაიზრდება, მაგჩამ ამბის ასე წახმოვინა ვიზუალიზების კახგი გზაა, რომელიც წეხაში დაგეხმახებათ“.

დონალდ მიურეის ეს „აღსარება“ თითქოს დამაბნეველია, მაგრამ სინამდვილეში ჟურნალისტს აძლევს თავისუფლებას, თავად იყოს საკუთარი ტექსტის ბატონ-პატრონი, თავად შეარჩიოს საუკეთესო ვერსია თხრობისთვის, ოღონდ მკითხველამდე სწორად და გააზრებულად მიიტანოს სათქმელი.

■ ციტატები და კომენტარები

ყველა ახალ ამბავს, თუ ის მოკლე არაა, ახლავს კონკრეტული წყაროს კომენტარი, რომელიც ისეთივე მნიშვნელოვანია ამბის გადმოცემისას, როგორც თავად ინფორმაცია. ჟურნალისტს პროფესიონალიზმი აქაც სჭირდება – მან სწორად უნდა შეარჩიოს კომენტარისთვის წყარო, მიზანმიმართულად ამოარჩიოს მისი ნათქვამიდან ციტატა და გამოიყენოს ამბის გადმოცემისას. ეს პროცესი მხოლოდ ახალ ამბებში არ არის მნიშვნელოვანი, რელევანტური ციტატები და კომენტარები ხშირად ყველაზე მოხერხებული საშუალებაა არგუმენტირებისთვის.

დავინწყით იმით, რომ ქრონოლოგიური თხრობის დაწყებამდე შეგიძლიათ, გამოიყენოთ ნამძღვარებები – ციტატის ამხსნელი ატრიბუცია. მაგალითად ასეთი: „პოლიციამ გადმოგვცა შემდეგი ანგარიში“ ან „მონმეებმა უბედური შემთხვევა ასე აღწერეს“, რასაც მოჰყვება ორწერტილი და ამბის თანმიმდევრული ახსნა. თუმცა მსგავსი ფორმულირება მხოლოდ რამდენიმე აბზაცში უნდა იქნას გამოყენებული, რათა მკითხველს არ დაავინყდეს, ვინ გადმოსცემს ამბავს. ყველა ციტატას სჭირდება მსგავსი ნამძღვარება, და თუ კომენტარის ავტორი იცვლება, მაშინ თქვენც უნდა მიუთითოთ ახალი წყარო.

განვიხილოთ მაგალითები:

წერილობითი ინფორმაციისთვის (ბეჭდურ და ონლაინმედიაში) ციტირება ხდება იმ ადგილზე, სადაც რესპონდენტის ან სხვა წყაროს ციტირება ზუსტად ასახავს, ასაბუთებს ან აანალიზებს ტექსტში მოთხრობილ ამბავს. მაგალითად:

„საქართველოს პროკურატურამ ცხოველის მიმართ სასტიკი მოპყრობის საქმეზე ერთ პიხს ბრძანება წაუდგინა. როგორც უწყებაში ამბობენ, მას ბრძანად ასევე ედება ნაჩოკტიკური საშუალებისა და საბრძოლო მასალის უკანონო შენახვა.

„13 მაჩტს, ქადაქ თეთიწყახოში, წახსურში ნასამაჩთღევა და პიხოთი მსჯავის ქვეშ მყოფმა პიხმა, ქურაში ძაღლის ყფით გაღიზიანების ნიდაგზე, შუხისძიების მოგვით, ცხოველს ცულის დაჩტყმით ქიღობა მიაცენა, ჰამაც მისი დასახიჩება გამოიწვია. ამავე ღლეს, ბრძანებულის საცხოვებედი სახიღან სამაჩთადამცველებმა უკანონოდ შენახუდი დიდი ოღენობით ნაჩოკტიკური საშუალება – 130.6 გჩამი გამომშჩადი მაჩიხუნა და საბრძოლო მასადა ამოიღეს. ბრძანებუდი 13 მაჩტს დააკავეს“, – წეჩია განცხადებაში“⁶¹

თუ ციტატა კონკრეტულ რესპონდენტს ეკუთვნის, აუცილებლად უნდა იქნას მითითებული, ვინ თქვა, აღნიშნა ან განაცხადა ამის შესახებ. მაგალითად:

„ფესვების“ ხედმძღვანედი ბაღი დაჩრიძე აცხადებს, რომ შუახევის კუღტუხის ცენტრიდან უთხეეს, რომ უკან უნდა დაბხუნებუდიყო, ჰადგან წეჩიღობითი მიწვევა აჩ მიუღიათ.

ამის შესახებ დაჩრიძე „მთავაჩთან“ საგეღეფონო კომენტაჩში აცხადებს.

„მყავს ჰამღენიმე ხედმძღვანედი, მითხეეს წადიო, წამოვედი. დაბხუნდიო – დავბხუნდი. აჩ ყოფიღაო წეჩიდი სათანადოდ შემოსუდიო, კუღტუხის ცენტჩში, შუახევიში“, – ამბობს ის.

მისი თქმით, მან თბიღისში ვიზიღზე კუღტუხის ცენტჩს ეჩთი კვიჩის წინ მიმაჩთა, პასუხად კი მიიღო, რომ თუ შესაბამისი მოთხოვნა მოვიღოდა, პიხოღემა აჩ იქნებოდა.

61. „ძაღლს ცულით ქრიღობა მიაცენა“ - პროკურატურამ პირს ბრალი წაუყენა“, „პუბლიკა“, 15.03.2024. <https://publika.ge/dzaghs-culit-chriloba-miayena-prokuraturam-pirs-brali-wauyena/>

„შესაბამისი მოთხოვნა თუ მოვამ, ახ აჩის პირობებში, მე მოვემზადე იმისთვის, რომ წამოვსუდიყავი, ხადხი წამომეყვანა და რომ წამოვიყვანე, მეხე თქვეს, რომ ახ მოსუდაო და... ეჭვი მაქვს, ვილაცამ შეცდომაში შეიყვანა კუდგუხის ცენგხი, მითხეხს, წადიო, წამოვედი. დაბხუნდიო – დავბხუნდი“ – ამბობს „ფესვების“ ხელმძღვანელი⁶².

დავიმახსოვროთ, რომ ციტირების დაწყებამდე (ან დასრულების შემდეგ) აუცილებლად უნდა იქნეს მოყვანილი მოსაზრება, რის დასტურადაც ციტატას იყენებთ, ასევე ზუსტად უნდა იყოს დაფიქსირებული რესპონდენტის სახელი, გვარი და რეგალია (თუ იქამდე ტექსტში ამაზე არ გისაუბრიათ). კომენტარის ავტორის დასახელება ასევე აუცილებელია რადიოსიუჟეტში (რადგან მას მსმენელი ვერ ხედავს); სატელევიზიო სიუჟეტში კი ამის საჭიროება არაა, რადგან ამ მედიუმს აქვს წყაროს გამოსახულების ჩვენებისა და ტიტრის სახით მისი ვინაობის მოწოდების საშუალება. **დამწყები ჟურნალისტები კომენტარების წერის დროს ყველაზე ხშირად სვამენ კითხვას: უნდა ჩაერიონ თუ არა რესპონდენტის სიტყვებში? უნდა შეცვალონ თუ არა წყაროს კომენტარი?**

გავითვალისწინოთ რამდენიმე ფაქტორი:

- 1) არავითარ შემთხვევაში არ შეცვალოთ კომენტარის მთავარი აზრი, არ გამოტოვოთ მასში მნიშვნელოვანი ფაქტი და მონაცემი;
- 2) თუ გსურთ, შენარჩუნდეს რესპონდენტის საუბრის მანერა, დამახასიათებელი კილო ან ფრაზეოლოგია – დატოვეთ ის ხელუხლებლად ისე, რომ აზრი გამართული დარჩეს;
- 3) თუ ზემოთ მოყვანილი არცერთი შემთხვევა არაა – წერის დროს აუცილებლად უნდა დახვეწოთ კომენტარი და გაასწოროთ რესპონდენტის ნათქვამი (გავითვალისწინეთ, რომ საუბრის დროს ადამიანები ხშირად იყენებენ დამხმარე სიტყვებს და ზოგჯერ აზრის დალაგებაც უჭირთ. ასეთ დროს ჟურნალისტი ასწორებს მათ კომენტარს, რითიც მასალის სტილისტურ გამართულობას უზრუნველყოფს);

დაბოლოს: ახალი ამბების ჟურნალისტები ყველაზე ოპერატიული, მოძრავი და ენერგიული ადამიანები არიან. მათ იმაზე მეტად აქვთ განვითარებული სიახლის და დროულობის შეგრძნება, ვიდრე სხვა ტიპის (ანალიზის და საგამოძიებო სფეროში მომუშავე) ჟურნალისტებს, ისინი ყველაზე კარგად გრძნობენ, სად არის ახალი ამბის ფოკუსი, რომელია მთავარი ამბავი და როგორ მიანოდონ ის აუდიტორიას.

62. „მითხეხს, წადიო, წამოვედი. დაბხუნდიო – დავბხუნდი“ – „ფესვების“ ხელმძღვანელი“, „პუბლიკა“, 15.03.2024; <https://publika.ge/mitkhres-wadio-wamovedi-dabrundio-davbrundi-fesvebis-khelmdzghvanieli/>

ახალი ამბის (ე. წ. News) სათაურებს, უმეტესწილად რედაქციებში გამოყოფილი სპეციალური რედაქტორები ქმნიან, თუმცა თუ ეს ასე არაა, ჟურნალისტს ორი ვარიანტი აქვს: ჯერ ტექსტი დაწეროს და მერე მოარგოს მას სათაური, ან, თუ უკვე ნაფიქრი აქვს, სათაური გამოყოს და შემდეგ გადავიდეს ლიდის წერაზე.

ახალი ამბის სათაური ხშირად პირდაპირია – მოკლე, ლაკონური და ერთგვარად შემატყობელი. მასში, უმეტესწილად, მოქმედება ახლანდელ დროშია გამოსატყობი.



რჩევები

ახალი ამბის წერის დროს ჟურნალისტს, სულ რაღაც რვა ნაბიჯის გადადგმა სჭირდება კარგი პროდუქტის მისაღებად:

- ✓ ნაბიჯი პირველი: ფოკუსის და აზრობრივი ცენტრის გამოყოფა;
- ✓ ნაბიჯი მეორე: სათაურის მორგება;
- ✓ ნაბიჯი მესამე: ლიდის შექმნა;
- ✓ ნაბიჯი მეოთხე: თემატური აბზაცის მოფიქრება;
- ✓ ნაბიჯი მეხუთე: ძირითადი ნაწილის აგება;
- ✓ ნაბიჯი მეექვსე: შესაბამისი წყაროების მოშველიება (დოკუმენტი, სტატისტიკა, კომენტარი და სხვ.);
- ✓ ნაბიჯი მეშვიდე: შეჯამება;
- ✓ ნაბიჯი მერვე: გადამოწმება.



დაწეხე სამი ახალი ამბავი (ეცადეთ, იყოთ მხავადფეხოვანი) ჰეაღუხ ამბებზე დაყხღნობით.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2003). *The Elements of Journalism*. Atlantic Books. ISBN: 9781843542285;
- Murray, M. D. (2000). *Writing to Deadline: The Journalist at Work*. Heineman, Hanover. ISBN: 978-0-325-00225-5;
- Rich, C. (2009). *Writing and Reporting News: A Coaching Method*. Wadsworth series in mass communication and journalism. Cengage Learning. ISBN: 9780495569879;
- Saleh, N., (2014). *The Complete Guide to Article Writing: How to Write Successful Articles for Online and Print Markets*, Penguin Publishing Group. ISBN:10:1599637340;
- Whitaker, W. R., Smith, D. D., Ramsey, J.E. (2019). *MediaWriting: Print, Broadcast, and Public Relations* (5th edition). ISBN 0-8058-4688-3;
- White, T. (2005). *Broadcast News: Writing, Reporting, and Producing*. Elsevier/Focal Press. ISBN: 9780240806594;
- მენჩერი, მ. (2013). „ახალი ამბების გაშუქება და წერა“, თბილისი;
- ჰამილტონი, ჯ. მ., და კრიმსკი, ჯ. (2004). „ჩაეჭიდეთ პრესას“, თბილისი.

რეპორტაჟი

- *ხა ახის რეპორტაჟი?*
- *ხა შეიძლება გახდეს რეპორტაჟის თემა?*
- *რეპორტაჟის ადგილი*
- *რეპორტაჟის მთავარი მახასიათებლები*
- *ფოტოს ადგილი რეპორტაჟში*
- *ცოგა ხამ სასამაჩთლო რეპორტაჟების შესახებ*

რა არის რეპორტაჟი?

სიტყვა „რეპორტაჟი“ მომდინარეობს ლათინური reporto-დან (აქედან იღებენ სათავეს ფრანგული reportage და ინგლისური report), რაც გადმოცემას ნიშნავს. ის მიიჩნევა ჟურნალისტური ტექსტის ერთ-ერთ სახეობად და გულისხმობს მედიისთვის დღის განმავლობაში მომხდარი ამბების შესახებ ცნობათა შედგენას განსჯისა და ანალიზის გარეშე. მისი მთავარი მახასიათებელია „დასწრების ეფექტის“ შექმნა.

მსოფლიო მედიასაზოგადოებაში ცნობილია მწერლები, რომლებიც ამა თუ იმ გაზეთისთვის ამზადებდნენ რეპორტაჟებს და ასე აჩვენებდნენ მკითხველებს სხვადასხვა ამბავსა თუ მოვლენას. მაგალითად, ჯეკ ლონდონი ან ერნესტ ჰემინგუეი, რომელიც პირველი მსოფლიო ომიდან მოკლედ გადმოსცემდა ამბებს გაზეთ „Esquire“-ისთვის. ქართულ ჟურნალისტიკაში კი პირველ რეპორტაჟად სულხან საბა ორბელიანის ნაწარმოებს „მოგზაურობა ევროპაში“ მიიჩნევენ⁶³.

რეპორტაჟი – ეს არის ამბავი, რომელიც ჟურნალისტის თვალწინ ხდება. ის განსხვავდება ტიპური ახალი ამბისგან, რადგან მას არ გააჩნია ოპერატიულობის ის ხარისხი, რაც ახალ ამბავს აქვს. გარდა ამისა, ახალი ამბავი უკვე დასრულებულ, მომხდარ ამბავზე გვანვდის ინფორმაციას, ხოლო რეპორტაჟი ამბის მიმდინარეობას/პროცესს აღწერს. რეპორტაჟი უფრო მოცულობითია და წერის თავისუფალი სტილით გამოირჩევა. მასში ამბავი გადმოიცემა ქრონოლოგიურად, აღინერება დღე, მოვლენა, გარემოება და სხვა დეტალები, რომელთაც თავად ჟურნალისტი შეესწრო. რეპორტაჟი, წერის სტილით, უფრო ლიტერატურას, კერძოდ, მოთხრობას უახლოვდება.

ჟურნალისტური პროდუქტის ეს ფორმა დღეს ისევე აქტუალური და საინტერესოა, როგორც იყო პირველი მსოფლიო ომის დროს, როცა ერნესტ ჰემინგუეი წერდა ბრძოლის ველიდან. რეპორტაჟისადმი ამგვარი ინტერესის მიზეზი ისაა, რომ ის არა მხოლოდ იმას გვიყვება, რა მოხდა, არამედ აღწერს, როგორ მოხდა.

რა მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდეს რეპორტაჟი?

- ჟურნალისტი აღწერს არა იმას, რას გრძნობს, არამედ იმას, რასაც ხედავს;
- ჟურნალისტი უნდა იყოს მიმდინარე ამბის მოწმე (კარგი რეპორტაჟი ინდივიდუალურია);
- ამბავი მიმდინარეობს კონკრეტულ ადგილსა და დროში. რეპორტაჟში პირდაპირ უნდა ითქვას, სად და როდის ხდება ამბავი;

63. პ. ნაცვლიშვილი; „ქართული ჟურნალისტიკის გენეზისისათვის“; სალოქოზო დისეხგაცია, 2009, ხედნაწეხი, სგუ-ს ბიბლიოთეკა.

- რეპორტაჟი იწერება ამბის დასრულებისთანავე;
- რეპორტაჟი არა მხოლოდ გიყვება ამბის შესახებ, არამედ გიჩვენებს (აღიწერს), როგორ მიმდინარეობს იგი;
- რეპორტაჟს არ სჭირდება განზოგადება. აუცილებელია აღქმის უშუალობა.

გამოყოფან რაგდენიეა ტიპის რეპორტაჟს. მათ შორის:

1. **მოვლენური რეპორტაჟი**, რომელიც ოპერატიულად ქრონოლოგიური მიმდევრობით ასახავს მოვლენას; „დასწრების ეფექტი“ მიიღწევა დროისა და ადგილის კონკრეტულად ჩვენებით; გამოკვეთს დეტალებს, რომელსაც მოვლენასთან რაიმე კავშირი აქვს; შუქდება მოვლენისთანავე ან დაუყოვნებლივ;

ჩვენ ამავე პუნქტში ვაერთიანებთ **აქტუალურ რეპორტაჟს**, რადგან მოვლენა თუ აქტუალური არაა, რედაქცია ამ ტიპის მასალით არ დაინტერესდება;

2. **შემეცნებითი/თემატური რეპორტაჟი**, რომლის საფუძველიცაა ისეთი თემები, როგორიცაა ცხოვრებისეულ საკითხებთან დაკავშირებული ამბების გაშუქება, ადამიანის, სოფლის, ფაბრიკის, ქარხნის და ა. შ. ცხოვრება. ამ ტიპის რეპორტაჟი დაუყოვნებლივ გაშუქებას არ საჭიროებს, მთავარია, სრულად გამოავლინოს საზოგადოების ცხოვრების ახალი ასპექტები;
3. **პრობლემური რეპორტაჟი**, რომელიც თავის თავში მოიცავს ანალიზის ელემენტებს. ჟურნალისტი ცდილობს, არა მხოლოდ აღწეროს მიმდინარე მოვლენა, არამედ გამოიკვლიოს ის სოციალური მიზეზები, რამაც გამოიწვია იგი. რეპორტაჟის ეს ტიპი მოითხოვს ანალიზს და დასკვნებს, რომელთანაც ავტორი დამატებით წყაროებს – დოკუმენტებს, ციფრებს, მტკიცებულებებს – მიჰყავს.

რეპორტაჟი ერთდრულად შემეცნებითი და პრობლემური შეიძლება იყოს. პრობლემის დასმა მას სიღრმეს ჰმატებს და მკითხველს აიძულებს, დაფიქრდეს იმ საკითხზე, რომელზეც ჟურნალისტი წერს. პრობლემური რეპორტაჟი ჟურნალისტისგან მოითხოვს სპეციალურ მომზადებას.

რა შეიძლება გახდეს რეპორტაჟის თემა?

რეპორტაჟი არის შემჩნევის ჟანრი, რომელიც საჭიროებს თვალისა და ემოციური ინტელექტის სინქრონიზაციას. როგორც ყველა ჟურნალისტური მასალის თემა, რეპორტაჟის დროსაც შერჩეული უნდა იქნას მკითხველისთვის აქტუალური საკითხი, თუმცა ის სხვა ჟანრებისგან

იმით განსხვავდება, რომ რეპორტაჟის წერის დროს ნანახს ავტოკომუნიკაციის ფილტრში ატარებ და მერე უყვები სხვას. რეპორტაჟის წერისას სწორად და განსხვავებულად უნდა იყოს შერჩეული რაკურსი, გმირი და თხრობის სტილი.

თემის შერჩევა ერთ-ერთი რთული საკითხია. ის, აქტუალურის გარდა, უნდა იყოს საინტერესოც, დატვირთულიც და დინამიკურიც. ამისთვის საჭიროა, იცოდე, როგორ დაიჭირო ინფორმაციის ზღვაში ის ძაფის წვერი, რომლზეც წამოახვევ მთლიან მასალას და მკითხველსაც დააინტერესებ.

კარგი ჟურნალისტი მუდმივად უნდა ეცნობოდეს სიახლეებს ამ ტიპის წყაროებში და ინიშნავდეს სავარაუდო ობიექტებს. უნდა გვახსოვდეს, რომ რეპორტაჟისთვის მასალა უნდა იძლეოდეს საშუალებას, დაინეროს არა მხოლოდ რა მოხდა, არამედ – როგორ მოხდა (პროცესი, რომელსაც თავად უნდა ესწრებოდეს ჟურნალსტი), ანუ – თემის შერჩევისას აუცილებლად უნდა იქნას გათვალისწინებული:

- არის თუ არა მასალა რეპორტაჟისთვის საკმარისი (ანუ ეს პროცესია)?
- შეიძლება რამე ამბავი მოჰყვე? თუ უკვე მომხდარი ფაქტია, რომელიც სხვა ტიპის მასალაში უნდა აღინეროს?

გარდა ამისა, აუცილებლად უნდა განისაზღვროს:

- რა მთავარ იდეას უნდა ატარებდეს რეპორტაჟი?
- რატომ იწერება იგი, რას ვეუბნებით მკითხველს ამით?
- რამ მიგვიზიდა ამ თემაში, რამ გაგვაოცა, რამ შეგვძრა იმ ამბავში, რომელიც მკითხველს უნდა მოვუთხროთ?
- რა ფორმით უნდა გადასცეთ ეს დამოკიდებულება მკითხველს – კონკრეტული გმირის ცხოვრების აღწერით? გარემოების სუბიექტური ხედვით?

მას შემდეგ, რაც ამ კითხვებზე უკვე გვექნება პასუხები, შეგვეძლება მასზე მუშაობის დაწყება, მაგრამ, ცხადია, ჩვენი მიზნების და მთავარი იდეის შესახებ მასალაში პირდაპირ არ უნდა მივანიშნოთ – მკითხველი თავად უნდა მიხვდეს, რისი თქმა გვსურდა.

რეპორტაჟის მთავარი ელემენტებია:

- მოვლენის/მოქმედების ადგილი;
- გმირი;
- მოქმედება (რა დეტალები ან სცენები უნდა აღუწეროთ მკითხველს);

- აღწერა (გმირის, სცენის, ადგილის, მოქმედების);
- ფაქტები;
- ანალიზი (შეფასება, განზოგადების შესაძლებლობა).

ჰეპოჩაჟის ადგილი

რეპორტაჟისთვის (თუ ის მოვლენური არაა) წინასწარ უნდა შეარჩიოთ ადგილი და საკუთარ თავს დაუსვათ კითხვები:

- რით არის ეს ადგილი გამორჩეული?
- რა განმასხვავებელი ნიშნები აქვს მას?
- რა დეტალები შექმნის მკაფიო სურათს?

ეს კითხვები განსაკუთრებით გასააზრებელია პრობლემური რეპორტაჟის დროს. უნდა მოერიდოთ შეფასებებს და არ უნდა გამოიყენოთ ფრაზები: „ბრწყინვალე“, „ჯადოსნური“, „უნიჭიერესი“, „გამაოგნებელი ხელი“ და მსგავსი... თქვენ ისე უნდა აღწეროთ ეს ადგილი (გმირი, მოვლენა), რომ მკითხველმა თავად დაასკვნას – ეს ადგილი გამაოგნებელი, ჯადოსნური და ბრწყინვალეა.

გვასსოვდეს

ჰეპოჩაჟში მთავარია დეტალები. ისინი ქმნიან სწოხედ დასწიების ეფექტს.

რეპორტაჟის მთავარი მახასიათებლები

▪ მოქმედება

რეპორტაჟი მაინც მოქმედების აღწერაა, ამიტომ წინასწარ უნდა განისაზღვროს, როგორ უნდა გადმოსცეთ იგი – რა იქნება დასაწყისი, კულმინაცია და დასასრული. ყველა მოქმედება ერთნაირად არ უნდა გადმოიცეს – ფრთხილად უნდა შეირჩეს ის მოქმედებები, რომლებიც რეპორტაჟს მნიშვნელობას შესძენს და მთავარ იდეას განამტკიცებს. ამ დროს ყველაზე დინამიკური თხრობის სტილი მოკლე წინადადებებია.

თანამედროვე პერიოდში მთელ ამ სტრუქტურას ემატება კიდევ ერთი – მულტიმედიური ელემენტები, რაც სლაიდების, ფოტოების, აუდიო ან ვიდეოგამოსახულების დამატებით „შენდება“. აქაც უნდა გვახსოვდეს: არის თუ არა ფოტო, აუდიო ან ვიდეომასალა მნიშვნელოვანი, რას ჰმატებს ის თქვენს რეპორტაჟს? სწორად გაქვთ თუ არა შერჩეული ისინი და ავსებს თუ არა რეპორტაჟის თავისუფალ სივრცეებს?

▪ **ჟურნალისტი უნდა იყოს მიმდინახე ამბის მოწმე**

ეს ამბის აღწერას ავთენტურს ხდის, ანუ – მკითხველი ინფორმაციას იღებს უშუალოდ იმ პირისგან, რომელიც ამბის თვითმხილველია.

რეპორტაჟი არის სუბიექტური ასახვის ფორმა. ამ ჟანრში ჟურნალისტი ვერ დაფარავს იმას, რომ ის ამბის მიმდინარეობას სუბიექტურად აღიქვამს, რადგან ნებისმიერ დეტალში, წყაროს არჩევაში, სახეების ძერწვაში ის თავისუფალია და ცხადია, იმას გადმოსცემს, რამაც მასზე მოახდინა შთაბეჭდილება. სწორედ ამით განსხვავდება ის „ნიუსისგან“ – ამ უკანასკნელში ჟურნალისტი ობიექტურობის მიღწევას ცდილობს და ის ხშირად არა პირველი პირის, არამედ სხვადასხვა წყაროს კომენტარებისგან (თუ რა და როგორ მოხდა) შედგება. რეპორტაჟში კი ჟურნალისტია თვითმხილველი და პირველწყარო და სწორედ ეს „ცალმხრივობა“ სძენს ამ ფორმას განსაკუთრებულობას. რეპორტაჟით ჟურნალისტი ეუბნება მკითხველს (მსმენელს, მაყურებელს): „მე იქ ვიყავი და გიყვებით იმას, რაც ვნახე. ეს ჩემი უპირატესობაა“.

ვნახოთ მაგალითი: რეპორტაჟში – „ახალიმ წელ გამოგეცვლებათ, ერთესედე, ათას ცხვა“⁶⁴ – ჟურნალისტი წერს:

„ვეშვებით. გამაჩჯობა, ომადო! მთის ყოფა-ცხოვრების ეხთი ჩვეუდი და მშვე-ნიეხი ზამთხის დღეა. აქა-იქ ბოდავს დათოვდილი საცხოვრისების საკვამუხები. ოციოდე ოჯახი მოზამთხეობს წედს ომადოში, ძვედგაზხეებიც და ახადგაზხეებიც. ეგ კი ახა, ზამთხის ახდადეგებზე ხამდენიმე მოსწავდეც ამოსუდა ადვან-ომადოში დათითოებუდ ოჯახის წევხებთან.“

დავაკვირდეთ – ჟურნალისტი კი არ გვეუბნება: დაფრინდა ვერტმფრენი, დავადგი ფეხი ომალოს მინას და დავინახე კვამლი ამოდოდა საკვამურებიდან, არამედ სწორად შერჩეული სიტყვებით ინვეს დასწრების ეფექტს: „ვეშვებით. გამარჯობა, ომალო!“

64. „ახალიმ წელ გამოგეცვლებათ, ერთესედე, ათას ცხვა“ (ჟურნალი „ომეგა“, 2001, N4)

ის, რომ ჟურნალისტი თვითმხილველია ომალოში მიმდინარე ამბებისა, შემდეგ სტრიქონში ჩანს: „აქა იქ ბოლავს დათოვლილი საცხოვრისების საკვამურები“. ეს არის სოფლის პანორამის მინიმალური აღწერა. სხვა სიტყვები ზედმეტია. ის არ გვეუბნება, რომ ომალოში ცივა – მკითხველი თავად გრძნობს ამას. სოფელი რომ ძლიერია და ომალოელები რომ სოფელს უვლიან, ამასაც თავისებურად გვიხატავს ავტორი:

„აჰ ტოვებენ და აჰც ხოდის მიატოვებენ თუშები მამაპაპეუდ ადგიდ-სამყოფელსა და საძვადეებს. ოდითგან სასაზღვხო ზოდი თითოეული თუშის დასაცავი იყო და ამიგომაც აქ უფხო სხვა დაგვიჩთვა აქვს მშობრიუხი სახდ-კახისა და მთა-ვედის მეპატრონეობას. ამიგომაც, რომ ოჯახიდან თუნდაც ეხთი წევხი ყოვედთვის ჩრება მთის სახდში და ისევ ჩადის ნახიხი ღერეში დასაჩუყებდად, ისევ იგებს მაკე ცხვაჰ-dხოხა, ისევ დულს ეხბო ქოთნებში და ისევ იხაჩშება ხინკადი თუ დუდი სადუდეში“...

სანამ რეპორტაჟის სხვა დეტალებს მივუბრუნდებით, დავაკვირდეთ, როგორ გადმოსცემს ავტორი თუშეთის სულს. ის ალაგ-ალაგ იყენებს თუშურ კილოკავს, რომ მკითხველი იქ ამყოფოს, თავისთან და იგივე გრძნობა და განწყობა დაუტოვოს, რაც ჟურნალისტს ჰქონდა (არ ეუბნება, რომ ასე ლაპარაკობენ თუშები, არ სჭირდება ამის თქმა. უბრალოდ იყენებს მათ კილოს და მკითხველს კიდევ ერთი მანიშნებელი აქვს, რომ ჟურნალისტი ომალოელების საუბრის გავლენის ქვეშაა წერის დროსაც). მაგალითად, დავაკვირდეთ სათაურს – “ახალიმ წელ გამოგეცვლებათ, ერთესედ, ათას ცხვა“...

რეპორტაჟის კითხვისას გიჩნდება განცდა, რომ თავად ესწრები ამ მოგზაურობას და საუბრებს ომალოელ „ოთარაანთ ქვრივთან“ ელიჩკა ჩაგაიძესთან, ან თავადაც ემშვიდობები სოფელს, ოღონდ არსად წერია, რომ ავტორი ტოვებს ომალოს, სტრიქონებს შორის არის გაბნეული ემოცია, რომელიც გაფიქრებინებს, რომ მას გული სწყდება, მოსწონს იქაურობა: „სადაც არ უნდა მისუღიყავ, რომელი თუშის სახლის კარიც არ უნდა შეგელო, ყველგან უზადო სტუმარ-მასპინძლობით დაგხვდებოდნენ ამ ახალწლის დღეებში და ამდენ ჭირვარამ გამოვლილი ხალხი მაინც ასე ილოცებოდა:

„ახად წედს გაუმაჩტოს, ხედი მოგვიმახთოს შინ, გახეთ, მთაში, ბაჰში, ოხფეხში, ოთხფეხში, ნაწვედში, ნაღვებში, დიდება მახადიური მთა-ბაჰის სადოცავებსა და მშვიდობა ჩვენი, იმათი ძადით და მაღით“...

- **ამბავი მიმდინაჰეობს კონკრეტულ ადგილსა და დროში. ჰეპოჰგაჟში პიხდაპიხ უნდა ითქვას, სად და ხოდის ხდება ამბავი.**

რეპორტაჟი არის ფორმა, რომელშიც აუცილებელია, მითითებული იყოს, სად და როდის ხდება ამბავი. სხვაგვარად, იკარგება რეალობის შეგრძნება და რეპორტაჟი ემსგავსება ლიტერატურულ თხრობას კონკრეტული მოვლენის შესახებ (ეს არის მათ შორის ძირითადი განსხვავება). არ უნდა დაგვავინწყდეს, რომ ჟურნალისტი ამ შემთხვევაში არის იმ დღის, საათის, იმ კონკრეტული გარემოების აღმწერი, რომელშიც იმყოფება და ამიტომ მკითხველი სწორედ დროში უნდა გაიყოლოს სამოგზაუროდ (წლების შემდეგაც კი, თუ ამ რეპორტაჟს ნაიკითხავს).

დავუბრუნდეთ ისევ იმ რეპორტაჟს, რომელიც ზემოთ განვიხილეთ. რეპორტაჟი იწყება სწორედ დროის აღნიშვნით: „ახალი წლის მეორე დღეა. მთამ შემოინახა 14 იანვარი“. დროის აღნიშვნით ჩნდება სასიამოვნო განცდა, რომ კითხულობ რაღაც საინტერესოს – ახალი წლის თუშური ტრადიციის, ადრინდელობისა და დღევანდელობის შესახებ. ავტორი უფრო აძლიერებს ამ შეგრძნებას: „თოვლია მთა-თუშეთში. ძალაში შესულიყო ზამთარი გამთანგავი ყინვითა თუ მზით... და რადგან ამომავალი მზის პირველი სხივი დიკლოს მთას ეცემა, ფიქრობ, რომ განთიადიც სწორედ აქედან იწყება საქართველოში“.

ავტორი დროს არც მერე ივინწყებს და ტრაფარეტული ფრაზის – „სამი დღე დაყავით თუშეთში“ – ნაცვლად, ოსტატურად სვამს ტექსტში თარიღს, რაც ცხადს ხდის, რომ ჟურნალისტმა ამ სოფელში სამი დღე გაატარა: „16 იანვარს ფეხით დავადექით შენაქო-დიკლოსკენ მიმავალ თოვლიან და ტყეკლდოვან გზას. მინდა, საკუთარ თავზე გამოვცადო 18-კილომეტრიანი გზის სირთულე“.

დავაკვირდეთ: კი არ გვეუბნება, ძალიან რთული გზაა და დავიღალე სიარულითო, აღწერს ამ სირთულეს და გზის ბოლოს გასულის სიხარულით გვეუბნება: ასეთ რთულ პირობებში ცხოვრობენ აქაურები და ყოველდღე გადიან ზამთარში ამ გზას:

„ხოვოხც იქნა, გამოჩნდა მინდოხი. მუხდამდე თოვლის საფაჩი და მზის სხივების სითეთხეზე ანახეკვი ახთუღებს წინსვდას... დაბორღოს, შენაქოს ბეხვენეს ეკდესიის ფონზე გადაშლილი პეიზაჟი სუღ მავიწყებს ყოვედგვახ დაღდას“.

▪ **ჰეპოხგაჟი იწეხება ამბის დასხუღებისთანავე**

ეს მოთხოვნა დაკავშირებულია ჟურნალისტური ოსტატობის რამდენიმე ასპექტთან (ეს ეხება არა მხოლოდ რეპორტაჟს, არამედ სხვა ჟანრებსაც). რასაც უნდა წერდეთ, აუცილებელია, გადმოსცეთ მოვლენის, ამბის, მასალის შეგროვებისთანავე, და აი, რატომ:

პირველ რიგში, როცა რეპორტაჟი იწერება მოვლენის დასრულებისთანავე, ჟურნალისტის მესხიერება და ემოცია დატვირთულია იმ შეგრძნებებით, რაც დაეუფლა ამბის მიმდინარეობისას. ასეთ დროს მას ახსოვს ყველა დეტალი, რაც რეპორტაჟისთვის მნიშვნელოვანია. სწორედ ეს დეტალები სძენს რეპორტაჟს უნიკალურობას და სიცოცხლეს, იმას, რაც მას სხვა ჟანრებისგან მკვეთრად განასხვავებს:

„ბატონ იდოს პაგაჩა კუთხე უკავია საცხოვრებლად. ცად მხაჩეს კედელი ჩამოექცა, და ეს ეხთი კაცი წვადობს – თუ ფანჯარას შუშა აქვს გამოსაცვდელი, თუ ქეჩია შესამაგებელი, ან თუ ხმელი ხეა ეზოში მოსაჭიხელი... ეს გხაგვლიაც აჩის და დიდი ორთაბრძოლაც“.

ამ პატარა ამონარიდში კარგად ჩანს, თითქოს უმნიშვნელო დეტალებით – „ცალ მხარეს კედელი ჩამოექცა, და ეს ერთი კაცი წვალობს – თუ ფანჯარას შუშა აქვს გამოსაცვლელი, თუ ქერია შესამაგრებელი, ან თუ ხმელი ხეა ეზოში მოსაჭრელი“ – როგორ განაზოგადებს ავტორი პრობლემებს და მიდის დასკვნამდე – „ეს ტრაგედია არის და დიდი ორთაბრძოლაც იმ ფსიქოლოგიურ და სოციალურ რეალობასთან, რომელმაც თუშთა მენტალიტეტში ძლიერად უნდა ჩადოს საკუთარი მიწა-წყლის ბატონ-პატრონის პრინციპი“.

რეპორტაჟს ამდიდრებს პირდაპირი ნათქვამები, ციტატები, რომლებიც აცოცხლებს სურათებს და მოქმედ პირებთან აახლოებს მკითხველს. ავტორის მესხიერებაში შენახული ფრაზები, კილო და გარემოება კი დამატებითი აღწერების გარეშეც იქ მიგიჩენს ადგილს, სადაც ჟურნალისტი მიგითითებს.

რეპორტაჟის დინამიკისთვის აუცილებელია დეტალებისა და დიალოგების ჩართვა, რაც მხოლოდ მაშინაა მისაღწევი, თუ ავტორი არ გადადებს მასალის წერას და იქამდე შეკრავს მასალას, ვიდრე ყველაფერი ცოცხალია და მესხიერებაში ემოციასთან ერთად ზის.

- **ხეპოხგაჟი ახა მხოლოდ გიყვება ამბავს, ახამედ გიჩვენებს (აღგიწეხს), ხოგოხ მიმდინახეობს იგი.**

ეს ფაქტორი პირდაპირ დამოკიდებულია ჟურნალისტის პროფესიონალიზმზე. იმის ცოცხლად და მდიდარული ენით აღწერა, რასაც ხედავ, ადვილი საქმე არაა. ჟურნალისტი უნდა ხედავდეს იმას, რასაც სხვები ვერ ხედავენ, უნდა წერდეს ისე, როგორადაც სხვას არ შეუძლია. ეს მისი ინდივიდუალური ხელწერაა და ერთ წინადადებაშიც კი გაჩვენებს, რა განათლება და ერუდიცია აქვს ავტორს, როგორ ფლობს კალამს, როგორ ავლებს პარალელს მოვლენებს შორის, რამდენად განაფული თვალი აქვს და რამდენად დინამიკურად შეუძლია ამბის თხრობა.

გვასსოვდეს

იმისთვის, რომ აღწეხო, ახ ახის საჭიხო, ჭახბად და უადგილოდ გამოიყენოთ ზედსახთავი სახედები და ზმნიზედები. სჯობს, უბხადოდ გადმოსცე, ხა დაინახე. ეს აძღიეხებს დასწიხების ეფექტს.

მაგალითად: „მთის კალთები, რომლებიც წინა დღეს ყვითელი ბალახით იყო დაფარული, დილას თოვლს გადაეთეთრებინა. ალაგ-ალაგ ჩამონოლილი მენყერი სულ უფრო ქვევით, ხრამისკენ მიინევდა და ყოველ წუთს უფრო და უფრო მეტად იზრდებოდა. მწყემსებმა ცხვარი სასწრაფოდ ჩარეკეს ბარისკენ, რათა მთის ფერდობზე, მენყრისა და ღვარცოფისგან უსაფრთხო ადგილას გადაეყვანათ, ან, თუ საჭირო გახდებოდა, სულაც ბარში დაებრუნებინათ.

ჩვენც სასწრაფოდ დავიძარით დაღმართზე, თუმცა ამონვერილ მზეს უკვე მოესწრო გაყინული თოვლის გაღობა და ჩამონოლილი მენყრის გამო გზის გაგრძელება მანქანით შეუძლებელი გახდა. მეცხვარეებმა გაგვასწრეს, ჩვენ კი ავტომობილი მოსახვევში, შედარებით უსაფრთხო ადგილას გავაჩერეთ. დილის შვიდ საათზე ისევ თოვდა და მთის ფერდობებიდან დაგორებული ქვების ხმაური მანქანის დახურულ ფანჯრებში აღწევდა. ხრამის პირას გაჭედილები ვცდილობდით, როგორმე გვეპოვა ფიჭური სიგნალი, რომ ვინმესთან დაკავშირება შეგვძლებოდა. რამდენიმე წუთში მთას გრუხუნით მოსწყდა თოვლის უზარმაზარი მასა. ზვავისგან გადამტვრეული ხეების გამაყრუებელმა ხმაურმა ექოდ მოაღწია ხევიდან.“⁶⁵

▪ *იეპოხიგაჟს ახ სჭიხდება განზოგადება, აუცილებდია აღქმის უშუალობა*

რეპორტაჟი არის არაობიექტური და არასრული აღწერა. მასში ჟურნალისტი უბრალოდ აღწერს, რა დაინახა ან რას ხედავს. გადმოცემული სიმბოლოები, უშუალო შეგრძნებები, ქარიზმატული გმირები და ცოცხალი საუბრები თავისთავად განაზოგადებს პრობლემას, რომელსაც იგი აღწერს.

რეპორტაჟში ერთნაირი წარმატებით გამოიყენება როგორც აღწერილობა, ისე დიალოგები, პარალელები მსგავს მოვლენებთან ან გარემოებებთან, სტატისტიკა, ისტორია და ცოდნა, რასაც ავტორი სტრიქონებს შორის აქა-იქა ჩამალავს ხოლმე.

65. გიოხგი გოგუა, „გზაზე“, National Geographic. ოქტომბერი, 2020.
<https://nationalgeographic.ge/story/gzaze/>

■ ფოტოს ადგილი რეპორტაჟში

ფოტო რეპორტაჟში ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც მისი ტექსტობრივი ნაწილი. ჩვენ აქ არ ვგულისხმობთ ფოტორეპორტაჟს, რომელშიც წამყვანი ადგილი ფოტოებს უჭირავს და ტექსტი მხოლოდ დამხმარე საშუალებაა, საუბარი გვაქვს ტექსტზე, რომელსაც აუცილებლად უნდა ახლდეს ფოტო იმისთვის, რომ კიდევ უფრო გაამძაფროს ემოცია და დასწრების ეფექტი.

ფოტო დინამიკაში ასახავს იმ გარემოებას, რომელზეც ავტორი გვიყვება. ის, ამ შემთხვევაში, არის დამატებითი ამბავი და ზუსტად უნდა იქნას შერჩეული კადრი, რომელიც ან ასაბუთებს მონაყოლს, ან დამატებით გვიყვება იმ გარემოების შესახებ, რომელზეც ვწერთ. მსგავსი ჟურნალისტური მასალა დღეს ყველაზე აქტიურად სოციალურ მედიაში გამოიყენება, მაგრამ ბეჭდურ მედიაშიც იგივე დატვირთვა აქვს და კიდევ უფრო მიმზიდველს ხდის პუბლიკაციას.

რეპორტაჟს, შესაძლოა, ახლდეს როგორც პორტრეტი, ასევე პანორამული ან დინამიკური ფოტო, რომელიც ზუსტად უნდა შეირჩეს ჟურნალისტის სათქმელის გადმოსაცემად. რაც შეეხება ფოტორეპორტაჟს – ზოგჯერ ისე ხდება, რომ ფოტო უფრო ამბობს სათქმელს, ვიდრე მთელი მასალა, ზოგჯერ კი – პირიქით, მინაწერი ფოტოზე, ფაქტობრივად, მხატვრული ნაწარმოებია.

მინაწერი ფრთხილად უნდა შეირჩეს. ის უნდა გვიყვებოდეს ამბავს და ეს ამბები ლოგიკურად, ლეგატოს პრინციპით, უნდა გადადიოდეს ფოტოდან ფოტოზე. ტექსტს ამ შემთხვევაში ძალიან დიდი როლი აკისრია და მკითხველის განწყობისა და დამოკიდებულების ჩამოყალიბებაში გადამწყვეტ როლს ასრულებს.





ღიანა მაჩუაჩიანის ფოტოგრაფიკა - "ცეცხლთან ბძოლა" - ჟურნალისტის "გზავნილი ზესტაფონიდან"

■ ცოტა რამ სასამართლო რეპორტაჟების შესახებ

რეპორტაჟი სასამართლო დარბაზიდან ამ ჟანრის ერთ-ერთი სახეობაა. აქ ჟურნალისტის წინაშე დგას სამი ამოცანა: **უამბოს, უჩვენოს და აუხსნას**. ამ ტიპის რეპორტაჟში ჟურნალისტს არ აქვს უფლება, თავისი მოსაზრება გამოხატოს. ის აქაც ჰყვება მხოლოდ იმას, რასაც ხედავს და ისმენს.

ჟურნალისტს, სასამართლო რეპორტაჟის დაწერისას, სავალდებულოა, ახსოვდეს სტანდარტები, რომელსაც გაშუქების ეს ფორმა ითვალისწინებს, მაგალითად, ის, რომ პირს დამნაშავედ მხოლოდ სასამართლო აღიარებს და არ შეიძლება მას უწოდოს „ქურდი“, „მოძალადე“ და ა. შ. რეპორტაჟში უნდა მოიხსენიოს მხოლოდ „ეჭვმიტანილი ქურდობაში“ და „ეჭვმიტანილი ძალადობაში“, ან – „განსასჯელი“.

აგრეთვე, უნდა გვახსოვდეს, რომ თუ პირველი ინსტანციის სასამართლო აღიარებს პირს დამნაშავედ ქურდობაში, ეს განაჩენი შეიძლება შეიცვალოს მეორე ინსტანციის სასამართლოში, და ის, ვისაც ჟურნალისტმა დამნაშავე უწოდა, უდანაშაულო აღმოჩნდეს.

სასამართლო ჟურნალისტიკაში ყველაფერი ექვემდებარება გადამონმებას, რისი ფასიც ძალიან მაღალია.

რეპორტაჟები უნდა გამოირჩეოდეს დანაშაულის ზუსტი ფორმულირებით (ამიტომაც, რომ მიუთითებენ ხოლმე სისხლის სამართლის ან სამოქალაქო კოდექსის მუხლს, რომლითაც წაყენებულია ბრალდება). ჟურნალისტმა უნდა იცოდეს განსხვავება დაკავებასა და დაპატიმრებას შორის, დაკითხვასა და გასაუბრებას შორის. ჟურნალისტი, რომელიც სასამართლო პროცესებს აშუქებს, უნდა ფლობდეს იმ ქვეყნის კანონებს, სადაც მუშაობს, ასევე კარგად უნდა იცნობდეს საკუთარ უფლებებსა და მოვალეობებს, სასამართლო დარბაზში მუშაობისას უნდა მოქმედებდეს კანონის შესაბამისად.

ზოგადად, სჯობს, ამ სფეროში მომუშავე ჟურნალისტები დასპეციალდნენ სასამართლო ჟურნალისტიკაში, შეისწავლონ კანონები, გაეცნონ დოკუმენტებს, რომლებიც მკაცრად განსაზღვრავენ სასამართლო დარბაზში ჟურნალისტის ქცევის ნორმებს.



დაწეხეთ 500-700-სიგყვიანი ხეპოხტაჟი ხომეღიმე ამბის ან მოვდენის შესახებ, ხომედსაც თავად ესწეებოდით. აღწეხეთ მოვდენა დასაწყისიდან დასასხუდამდე.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

ლიტვინენკო, ა. ა. (2013). „რეპორტაჟი“, სანკტ-პეტერბურგი; http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1411466173_6546.pdf; ბოლო ნახვა: 26.03.2024;

გრიგორიანი, მ. (2007). „სახელმძღვანელო ჟურნალისტებისთვის“;

Alison Doyle; Tips for Writing a Resume Profile; 22.02.2022; The Balance; <https://www.thebalancecareers.com/writing-a-compelling-profile-of-a-person-2316038> ; ბოლო ნახვა: 26.03.2024;

White, T. (2005). Broadcast News: Writing, Reporting, and Producing. Elsevier/Focal Press. ISBN: 9780240806594;

Rich, C. (2009). Writing and Reporting News: A Coaching Method. Wadsworth series in mass communication and journalism. Cengage Learning. ISBN: 9780495569879.

ინფერვი

- *აა ანის ინტევი?*
- *აა უნდა იცოდეს ინტევიუემა?*
- *კითხვის დასმის ხელოვნება (ჩვევები)*
- *ხოგოი უნდა იყოს დიდი ინტევიუსთვის?*

■ რა არის ინტერვიუ?

ინტერვიუ (inter შორის + view აზრი) არის რომელიმე პირთან აქტუალურ თემაზე კითხვა-პასუხის ფორმით წარმართული საუბრის მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით გავრცელება. ის ასევე არის მიზანმიმართული საუბარი, რომლის ამოცანაა საჭირო ინფორმაციის მიღება შეკითხვებზე გაცემული პასუხების საშუალებით. ინტერვიუ ფართოდ გამოიყენება სოციალური პრაქტიკის მრავალ სფეროსა და სხვადასხვა მეცნიერებაში (ფსიქოლოგიაში, ჟურნალისტიკაში, მედიცინაში, კრიმინოლოგიაში)⁶⁶.

ჟურნალისტიკის ისტორიკოსები, დიდი ხანია, ცდილობენ, დაათარიღონ პირველი საგაზეთო ინტერვიუ. ზოგიერთი მათგანი ფიქრობს, რომ ინტერვიუ, როგორც წყაროსთან საუბარი, გამოიყენეს 1836 წელს ჯეიმს გორდონ ბენეტის^{xxi} (უფროსი) მიერ ჰელენ ჯევეკის მკვლელობის გაშუქებისას; სხვები კი პირველ ინტერვიუდ ჰორას გრილის^{xxii} მიერ ბრიგამ იანგთან 1859 წელს ჩაწერილ საუბარს მიიჩნევენ (Schudson, 1994).

სიტყვა „ინტერვიუ“ პირველად 1867 წელს შემოიღეს, ხოლო ოქსფორდის ინგლისურ ლექსიკონში (OED) ეს ტერმინი 1869 წელს გამოჩნდა.

ქართველი ჟურნალისტი და მეცნიერ-მკვლევარი პაატა ნაცვლიშვილი ერთ-ერთ უძველეს ქართველ ინტერვიუერად ტიმოთე გაბაშვილს (1704-1764) მიიჩნევს (ნაცვლიშვილი, 2013). ის იშველიებს ტიმოთე გაბაშვილის სამოგზაურო ნარკვევს „მიმოსვლა“, რომელიც 1750-იან წლებში დაიწერა და ამტკიცებს, რომ გაბაშვილი მასში ინტერვიუერის როლს ასრულებს და მისი მთავარი რესპონდენტია გამოჩენილი ბერძენი თეოლოგი და ათონის მთის მართლმადიდებლური სკოლის რექტორი ევგენიოს ბულგარისი (1716-1806). პაატა ნაცვლიშვილი წერს, რომ სწორედ გაბაშვილის ინტერვიუ უნდა ჩაითვალოს ერთ-ერთ უძველეს ინტერვიუდ ჟურნალისტიკის ისტორიაში.

თანამედროვე სამყაროში ინტერვიუ წმინდა ჟურნალისტური ჟანრი აღარაა. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მას იყენებენ როგორც სოციოლოგები კვლევებში, ასევე სხვადასხვა პროფესიის ადამიანები გასაუბრებისთვის (მაგალითად, ინტერვიუს ატარებენ დამსაქმებლები სამუშაოს მაძიებლებთან, უნივერსიტეტები ან სხვა ორგანიზაციები – კონკურსის მონაწილეებთან, მკვლევრები სხვადასხვა კითხვაზე პასუხის მისაღებად, ექიმები ანამნეზის შესაგროვებლად და სხვ.).

ჟურნალისტიკაში ინტერვიუ ჰქვია წყაროებთან გასაუბრებას მონაცემთა შეგროვებისა და ფაქტების დასაზუსტებლად. ინტერვიუს იყენებენ სხვადასხვა ჟანრში, მაგალითად:

66. სამოქალაქო განათების დექსიკონი, <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=6&t=4475>

პროფაილში, რეპორტაჟში, სტატიაში, კომენტარების სახით, თუმცა ზოგიერთი ინფორმაცია საკითხის ღრმად გასაანალიზებლად საჭიროებს კომპეტენტურ პირთან გასაუბრებას. ეს ჟანრი, ინტერვიუ, ჟურნალისტის პროფესიონალიზმის ერთგვარი ლაკმუსის ქაღალდია და თუ რატომ, ამაზე ცოტა ქვემოთ მოგახსენებთ.

ისევე, როგორც ხატვა, სიმღერა, კულინარია და კერვა, ინტერვიუებაც მრავალწლიანი გამოცდილების შედეგად განვითარებული უნარია და ვერანაირი რჩევა ვერ ჩაანაცვლებს უშუალო გამოცდილებით შეძენილ უნარ-ჩვევებს. კარგად ჩანერილი ინტერვიუ ჟურნალისტურ მასალას საუკეთესოს ხდის. მიუხედავად ამისა, დღევანდელობაში ბევრი ახალგაზრდა ჟურნალისტი ვერ აფასებს ან არ ინტერესდება ინტერვიუებით, რომელმაც გაუძლო ტექნოლოგიურ ცვლილებებს თუ ინფორმაციის გავრცელების საშუალებების სხვადასხვაობას.

წყაროსთან ინტერვიუს ჩანერა ძალიან საჭირო პიროვნულ ელემენტს ჰმატებს მედია-პროდუქტს. ამიტომაც მასალაზე მუშაობის/კვლევის პროცესში წინასწარ უნდა შედგეს იმ წყაროებისა და ადამიანების სია, რომლებთან გასაუბრებაც მასალისთვის საჭიროა;

ზოგადად, ინტერვიუებისთვის უნდა გავითვალისწინოთ კვალიფიციური ადამიანები – მეცნიერები, აღმასრულებელი და საკანონმდებლო ორგანოების წარმომადგენლები, თვითმმართველი ორგანოების თანამშრომლები, არასამთავრობო ორგანიზაციების, კლუბებისა და სხვადასხვა ასოციაციის წევრები, ექსპერტები, ლიდერები, ავტორები, მსახიობები, სპორტსმენები, ცნობილი ადამიანები.

მას შემდეგ, რაც პოტენციურ წყაროებს გამოვკვეთთ, შეგვიძლია, დავუკავშირდეთ მათ უშუალოდ (ფოსტის ან ტელეფონის მეშვეობით) ან საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურების სპეციალისტთა დახმარებით (ბევრ დაწესებულებას აქვს პრესცენტრი, რომლის ვალდებულებაც არის ჟურნალისტებისთვის დახმარების გაწევა. გარდა ინტერვიუს დაჭაფვისა, ამ სპეციალისტებისა და პრესცენტრების ფუნქციაა, მოგვანოძოს საჭირო ინფორმაცია – პრესრელიზების და ინსტიტუციური დოკუმენტების სახით, რაც დაეხმარება ჟურნალისტური მოკვლევის პროცესს).

▪ წყარო

წყაროები და რესპონდენტები სამ კატეგორიად იყოფიან: **მონაწილე, მონმე და ექსპერტი.**

მონაწილეს პირდაპირი როლი აქვს იმ მთავარ მოვლენასა და საკითხში, რომელსაც მასალა ეხება, მონმე ამბავში უშუალოდ არ არის ჩართული, მაგრამ ის შეესწრო/დააკვირდა მას; ექსპერტიც არ არის ამბის მონაწილე, მაგრამ მას შეუძლია, შეაფასოს ის. მაგალითად, 2020

წლის 21 ოქტომბერს საქართველოს ბანკის ზუგდიდის ფილიალის დაყაჩაღების გახმაურებულ პროცესში, როცა ერთმა პირმა მძევლად აიყვანა ბანკის თანამშრომლები და მომხმარებლები, მონაწილედ ჩაითვლება თავდამსხმელი და მძევლად აყვანილი ადამიანები (ისინი სხვადასხვაგვარად, მაგრამ მაინც ჩართულნი იყვნენ ამბავში), მონმედ – ის ადამიანები, ვინც რაიმე ინფორმაციას ფლობს ამ კონკრეტულ ამბავზე. ესენი არიან: გამვლელები ან პირები, რომლებმაც დაინახეს, როგორ შევიდა ბ. ე. ბანკის შენობაში და ბანკის თანამშრომლები, რომლებმაც მოახერხეს შენობიდან უვნებლად გამოსვლა; ხოლო ექსპერტებად შეიძლება მივიჩნიოთ სახელმწიფო უსაფრთხოების თანამშრომლები, ცენტრალური და ადგილობრივი ხელისუფლებისა და სამართალდამცველი ორგანოების წარმომადგენლები, ვინც იცის მსგავსი შემთხვევების დროს მძევლების გათავისუფლების ოპერაციის ინსტრუქციები, მოქმედებების პროტოკოლი და ტექნიკა და სხვ.

აქვე უნდა ვახსენოთ პოლიტიკოსები, განსაკუთრებით ხელისუფლებისადმი ოპოზიციურად განწყობილი პარტიების წარმომადგენლები, რომლებიც ასეთი შემთხვევების დროს მყისვე გაჩნდებიან ხოლმე ადგილზე განცხადებების გასაკეთებლად. ასე იყო ზემოთ აღწერილ შემთხვევაშიც, როცა ქვეყანაში არსებულ მძიმე სოციალურ ფონზე მიანიშნეს ოპოზიციონერებმა და მათი კომენტარები, ცხადია, ჟურნალისტურ რეპორტაჟებშიც მოხვდა.

აღსანიშნავია, რომ საზღვრები ამ სამ კატეგორიას შორის, შესაძლოა, ბუნდოვანიც იყოს. მაგალითად, ამ შემთხვევაში მძევლად აყვანილი ადამიანი, შესაძლოა, ამბის მონაწილედ იყოს და მონმედ. ან თუ, ვთქვათ, მასალა კეთდება თირკმლის ტრანსპლანტაციაზე, ექიმი, რომელსაც თირკმელი გადანერგილი აქვს, მონაწილედ იქნება და ექსპერტიც.

წყაროების მონაწილეებად, მონმეებად და ექსპერტებად დაყოფის ერთ-ერთი უპირატესობა არის ის, რომ ეს მიდგომა დაგეხმარებათ, გარკვევით, არსებობს თუ არა სიჭარბე იმ ინდივიდებისა, რომლებსაც ინტერვიუს ართმევთ. მაგალითად, თუ წერთ იპოთეკით დაზარალებულ ადამიანებზე და ჩანერთ ოთხ დაზარალებულს და მათ ორ მეგობარს, გეყოლებათ ოთხი მონაწილე და ორი მონმე, ამიტომ უნდა მოძებნოთ ექსპერტი – იქნება ეს ფინანსისტი, საბანკო სფეროს წარმომადგენელი, ეკონომისტი, სამოქალაქო სამართლის სპეციალისტი თუ სხვა, რომელიც სხვადასხვა რაკურსით აჩვენებს პრობლემას.

▪ **მომზადება ინტეჩვიუსთვის**

ხშირად გაიგონებთ ჟურნალისტების მისამართით, რომ თითქოს მათი „დამსახურება“ მხოლოდ ისაა, რომ „მოსიარულე მიკროფონები“ არიან. ეს არცთუ სასიამოვნო იარაღი ამ პროფესიის ადამიანებს სწორედ იმიტომ მიაწვდის, რომ ინფორმაციის მოძიების პროცესში წყაროებად ხშირად იყენებენ კვალიფიციურ ადამიანებს და მედიაპროდუქტში მათი მოსაზრებები

გადააქვთ. სინამდვილეში კი ჟურნალისტი არის ის ადამიანი, ვინც სწორად შერჩეული რაკურსით და დასმული კითხვებით არა მხოლოდ აგროვებს მონაცემებს ფაქტის ან მოვლენის შესახებ, არამედ კიდევ უფრო დეტალურად იხედება საზოგადოებისთვის საინტერესო პრობლემის სიღრმეებში და მართავს მსჯელობას იმ ადამიანთან, ვისაც საკითხის არსი მეტად ესმის. ამ ჟანრს ინტერვიუ-დიალოგის ფორმა აქვს და კითხვა-პასუხით მოაქვს ჩვენამდე ამბავი ან ამბის შესახებ ანალიზი.

▪ *ია შემთხვევაში ვწეხთ ინტეხვიუს?*

ხშირად მისი საბაბია რაიმე ახალი ამბავი, რომელიც იძლევა ღრმა ანალიზის განსაკუთრებულ მიზეზს. ამ დროს ჟურნალისტს ორი რამ აქვს გადასაწყვეტი: **1) შეარჩიოს კონკრეტულ საკითხში ღრმად ჩახედული, კომპეტენტური რესპონდენტი**, რომელიც დეტალურად გააანალიზებს ახალ ამბავს და მის გარშემო მიმდინარე პროცესებს და **2) დაუსაბუთოს რედაქტორს, რომ სწორედ ეს რესპონდენტია ის, ვისთან ინტერვიუც ნათელს მოჰფენს რედაქციისთვის საინტერესო საკითხს**. ეს უკანასკნელი მნიშვნელოვანია, რადგან არის შემთხვევები, როცა ჟურნალისტები ან თავად რესპონდენტები ცდილობენ, მედიასაშუალება გამოიყენონ გარკვეული მოსაზრებების ტირაჟირებისთვის. ამიტომაც, პასუხისმგებლობიან რედაქციებში, თუ მასალა სარეკლამო არ არის, ფრთხილად ექვევნიან ინტერვიუს და რესპონდენტის შერჩევის საკითხს.

■ **ჩა უნდა იხოდეს ინფორმირება?**

პირველ რიგში, უნდა გამოვკვეთოთ, რა ამოცანას ისახავს მიზნად ჩვენ მიერ დაგეგმილი ინტერვიუ. სწორედ მიზნიდან გამომდინარე ვეცნობით საკითხს სიღრმისეულად და ვინიშნავთ ჩვენთვის საინტერესო შეკითხვებს. უნდა გვახსოვდეს, რომ წარმატებული ინტერვიუსთვის მნიშვნელოვანი ფაქტორია ჟურნალისტის მზადყოფნა, რადგანაც თითოეული დასმული შეკითხვა აჩვენებს, იცნობთ თუ არა პრობლემას, რომლის შესახებაც სიღრმისეულ ანალიზს სთხოვთ რესპონდენტს, ან იცნობთ თუ არა საკითხს, რომელზეც დამატებითი ინფორმაცია უნდა გაგვიზიაროს მან.

ჩამოწერილ კითხვებში უნდა მოინიშნოთ, რომელი კითხვის დასმა არის აუცილებელი, რათა მიიღოთ ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია; ეს კარგი ხერხია იმისთვისაც, რომ თუ ინტერვიუსთვის დრო არ გეყოფათ, არ გამოგრჩეთ მთავარი ინფორმაცია, რის მიღებასაც რესპონდენტისგან აპირებთ.

ინტერვიუს კითხვები კლასიფიცირდება ორ ტიპად: დახურული (ინფორმაციული/ანკეტური ტიპის) და ღია (სამსჯელო/განსჯითი) შეკითხვები. ჟურნალისტმა უნდა იცოდეს, როდის რა ტიპის კითხვის დასმა უპრიანი.

დახურული, ანუ ინფორმაციული/ანკეტური ტიპის კითხვები შექმნილია მოკლე კონკრეტული პასუხების მისაღებად, რომელიც ფაქტებზეა დაყრდნობილი. ისინი კარგია ძირითადი ინფორმაციისთვის, როგორცაა სახელი, რეგალია, „კი“ და „არა“ პასუხებისთვის და პასუხებისთვის ისეთ შეკითხვებზე, როგორცაა: ვინ? რა? სად? როდის? რატომ? და ა.შ. **დახურული** შეკითხვის მაგალითია: „რამდენი ხანია, რაც აქ მუშაობთ?“, „ვინ იყო შეხვედრაზე?“, „რამდენი ადამიანი მონაწილეობდა აქციაში?“, „როდის მოხდა ეს შემთხვევა?“ და ა. შ.

ამ ტიპის კითხვებს ძირითადად იმისთვის სვამენ, რომ შესავალ ნაწილში გამოიყენონ. თავად ინტერვიუში კი კარგად არ გამოიყურება კითხვები, რომელიც მნიშვნელოვან ინფორმაციას არ აძლევს მკითხველს (ასეთი ინფორმაცია, ძირითადად, თუ ამის დრო აქვს ჟურნალისტს, თავადაც შეუძლია მოიპოვოს).

კითხვები – სად დაიბადე? რომელ წელს დაიბადე? რომელ სკოლაში სწავლობდი? და ა. შ. – თუ რამე მნიშვნელობას არ სძენს ინტერვიუს (მაგალითად, დაბადების ადგილმა განსაზღვრა მისი მომავალი, ან სკოლამ შექმნა გარკვეული გარემო, რის შესახებაც აუცილებელია საუბარი), ინტერვიუს ძირითად ნაწილში არ იწერება. თუ მაინც გვინდა ამაზე ხაზგასმა, შეიძლება ის შესავალში გავიტანოთ, ხოლო რესპონდენტთან საუბარი ისეთ თემებზე გავმართოთ, რომლებიც მის ცხოვრებას, საქმიანობას, არჩევანს, კომპეტენციას, მოგონებებს, გამოცდილებას შეეხება და მხოლოდ მისთვის არის დამახასიათებელი, ან მხოლოდ მას შეუძლია ამ საკითხებზე კვალიფიციური პასუხის გაცემა.

რაც შეეხება ღია, ანუ სამსჯელო/განსჯით შეკითხვებს, ის შექმნილია აზრის განვითარების სტიმულირებისა და მსჯელობის მიზნით, მაგრამ უნდა გვახსოვდეს, რომ ჟურნალისტი უნდა მოერიდოს განსჯაში ჩართვას, თუ მას ხელთ არ აქვს უტყუარი წყაროები, არგუმენტები, კომპეტენცია.

ინტერვიუერისთვის მომაკვდინებელი შეცდომაა, რესპონდენტს ჰკითხოს, სად მუშაობს ის, ან რა ჟანრში დაწერა ბოლო რომანი. ასევე შეცდომად უნდა მივიჩნიოთ კითხვის დაწყება კლიშე სიტყვებით: „თქვენზე ამბობენ“.

დავიდასოვროთ: როდესაც ურეკავთ ან ფოსტით ეკონტაქტებით რესპონდენტს, აუცილებელია, წარუდგინოთ თავი – ვინ ხართ, რომელი მედიაორგანიზაციიდან, რა თემაზე გსურთ საუბარი, რატომ გსურთ მაინცდამაინც ამ პიროვნებასთან საუბარი და დაახლოებით რამდენ დროს დაიკავებს თქვენი ინტერვიუ. ასევე შეგვიძლია, ვაცნობოთ წყაროს, რომელი ტექნიკით ვაპირებთ ჩაწერას (დიქტოფონი, ვიდეოკამერა) და საჭიროა თუ არა ფოტოს გადაღება. აქვე უნდა შეუთანხმდეთ, ვაცნობთ თუ არა მას ინტერვიუს გამოქვეყნებამდე. არ უნდა დაგვავინწყდეს, რესპონდენტს დავუტოვოთ ჩვენი ტელეფონის ნომერი უკუკავშირისთვის.

■ კითხვის დასმის ხელოვნება (ჩრველი)

ინტერვიუ კითხვის დასმის ხელოვნებაა; ჟურნალისტის პროფესიონალიზმი სწორედ იმაში ჩანს, თუ რამდენად კვალიფიციურ კითხვას დასვამს, როგორ სიტყვებს შეარჩევს კვალიფიკაციის გამოსავლენად და რამდენად მყარად ფლობს ფონურ ინფორმაციას. ამიტომაც, არსებობს რჩევები, რომელიც სასურველია, რომ ინტერვიუერმა გაითვალისწინოს:

- **არ დასვით რთული კითხვები შეხვედრისთანავე.** ინტერვიუს პირველ ნაწილში შეეცადეთ, გაიგოთ, რა ტიპის ადამიანია თქვენ წინაშე: მჭევრმეტყველია თუ სიტყვაძვირი? თუ მას რაიმე ამბავი აქვს მოსაყოლი, მიეცით საშუალება, გაიხსნას და გაამბოთ; დაიწყეთ ურთიერთობა ზოგადი საუბრით, აიყოლიეთ რესპონდენტი ჩვეულებრივ დიალოგში, რათა დაეხმაროთ მას. ამისთვის დააკვირდით გარემოს, იქნებ რამე ისეთი შენიშნოთ, რომ ნდობა მოიპოვოთ, საერთო ენა გამოიხატოთ;
- **თავიდან ისეთი კითხვით დაიწყეთ, რომელიც დაინტერესებს წყაროს,** განსაკუთრებით, თუ ეს ადამიანი ცნობილი პიროვნება, სპორტსმენი ან ოფიციალური პირია, რომელთანაც ხშირად წერენ ინტერვიუებს; ეს ადამიანები იმ კითხვებზე, რომელსაც მოსაწყენად თვლიან, სტანდარტულ პასუხებს იძლევიან, რადგან ამ კითხვებს მათ ბევრი ჟურნალისტი უსვამს. თუ კარგად მოემზადებით ინტერვიუსთვის, მოძებნით რაღაც მიდგომას ან ელემენტს ამბისას, რომლითაც უჩვეულო შეკითხვას შეადგენთ და ეს საინტერესო პასუხს მოგცემთ;
- **კითხვები, რომელიც ყველაზე მეტ გამოხმაურებას გამოიწვევს, იწყება კითხვითი სიტყვებით: რა? რატომ? როგორ?**
 - რა? (რა მოხდა, რა არის თქვენი რეაქცია, რას გულისხმობთ?)
 - რატომ? (რატომ მოხდა ეს ამბავი? რატომ გააკეთეთ ეს? რატომ სჯერა ხალხს?)
 - როგორ? (როგორ მოხდა ამბავი? როგორ მიაღწიეთ?)
- **არ დასვით ორმაგი შეკითხვები,** ერთ შეკითხვაში არ გააერთიანოთ ორი დამოუკიდებელი კითხვა;
- **არ შეეცადოთ, თავი მოაწონოთ რესპონდენტს** და არ დაურთოთ შეკითხვას თავში გრძელი განმარტება; გახსოვდეთ, რაც უფრო ნეიტრალური ხართ, მით მეტ ინფორმაციას მიიღებთ რესპონდენტისგან;
- **თქვენი შეკითხვები შეძლებისდაგვარად მოკლე და მარტივი უნდა იყოს;**

- **მომზადებული კითხვების უნდა ჩაინიშნოს, რომ თვალისერთი გადავლებით ხვდებოდეთ, რა უნდა ჰკითხოთ** (ან საერთოდ არ უნდა ჩაიხედოთ), რადგან ეს უხერხულობას უქმნის რესპონდენტს, რომელიც ხედავს, როგორ ეძებთ მომდევნო შეკითხვას ბლოკნოტში;
- **არ ჩაერიოთ საუბარში თქვენი მოსაზრებებით და კომენტარებით, თუ რესპონდენტის პასუხი არ ითხოვს თქვენს ჩართვას;**

მოგეჩვენათ, რომ ბევრი აკრძალვა და „არ“ ნაწილაკი შეგხვდათ? საქმე ისაა, რომ, თუ ბუნებრივი იქნებით, არცერთი ეს რჩევა არ დაგჭირდებათ. თანაც ეს რჩევები ბევრ სხვა სახელმძღვანელოშიც შეგხვდებათ, ჩვენი პრაქტიკული გამოცდილება კი სულ რამდენიმე მინიშნებას გთავაზობთ:

- **უნდა უსმინოთ რესპონდენტს**, იმიტომ, რომ: 1) დასვით ყველა ის შეკითხვა, რაც საზოგადოებას მისი პასუხის წაკითხვის შემდეგ გაუჩნდება; 2) დააზუსტებინოთ და დააკონკრეტებინოთ მოსაზრება, რომელზეც საუბრობს რესპონდენტი, რადგან მერე ამას ველარ მოახერხებთ. თანაც, თქვენ ხომ თავად უნდა გაერკვეთ კარგად თემაში, რომ მკითხველს ის პოპულარული ენით აუხსნათ, ამიტომ – არაფერი არ არის იმაში სათაკილო, თუ ადრონულ ფიზიკაში ვერ ერკვევით და დამატებითი ახსნა გჭირდებათ; 2) აუცილებლად უნდა შეაგებოთ შემხვედრი შეკითხვა საჭირო ადგილზე, რომელიც მეტად დააკონკრეტებს სათქმელს.

- **დაასრულებინეთ რესპონდენტს ყველა ფრაზა**, რადგან რედაქციაში მისული თქვენ ვერ დაასრულებთ მის წინდადებას ისე, როგორც ის დაასრულებდა...

- **ყოველთვის ეცადეთ, ზოგადი ფრაზეოლოგიიდან რესპონდენტი კონკრეტულ თემასთან დააბრუნოთ**. არის შემთხვევა, როცა შეკითხვის დასმის შემდეგ თქვენი წყარო დაუსრულებლად ლაპარაკობს. თქვენ ფიქრობთ, რომ კარგი ინტერვიუ ჩაწერეთ, რადგან მან ბევრი ილაპარაკა, გაშიფრვის შემდეგ კი ხელში გრჩებათ უსაგნო სიტყვების გროვა და არა კონკრეტული პასუხები. ამიტომ უნდა უსმინოთ მას, დროულად შეაჩეროთ რესპონდენტი და დააბრუნოთ თქვენთვის საინტერესო თემასთან.

- **თუ ინტერვიუს პოლიტიკოსთან იწერთ, იმთავითვე უნდა გაითვალისწინოთ, რომ ის ჟურნალისტებს შეჩვეული რესპონდენტია**, რომელმაც ზუსტად იცის, რა და როგორ უნდა თქვას ისე, რომ ინტერვიუ მისი მოსაზრებების ტირაჟირებისთვის გამოიყენოს, მაგალითად, გადაუხვიოს დასმულ კითხვას და საკუთარი სათქმელი მოგახვიოთ თავს. ასეთ დროს რესპონდენტს ვაფხიზლებთ და შეკითხვის გამეორებით ვაბრუნებთ იმ საკითხთან, რომელსაც ის გაექცა და რომელზეც მოსაზრების მოსასმენადაც ჩვენ მასთან მივედით.

- შესაძლოა, კონკრეტულ შეკითხვაზე პასუხი იცოდეთ, მაგრამ ამ პასუხს თქვენ, როგორც ჟურნალისტი, ვერ დაწერთ, ამიტომ ეს კითხვა მაინც უნდა დასვათ, რომ მასზე პასუხი რესპონდენტისგან მოისმინოთ.
- თუ რესპონდენტი შეეხო სხვა პირის პირად ცხოვრებას, პასუხისმგებლობიანი ჟურნალისტი ან აჩერებს რესპონდენტს, ან არ იყენებს მისი საუბრის ამ ნაწილს.
- გაშიფრვის შემდეგ ზედმეტი ფრაზები უნდა ამოიყაროს და რაციონალური ნაწილი დარჩეს, რომ მკითხველი არ დაიღალოს;
- თუ თქვენი წყარო რაიმე სენსაციურ ინფორმაციას გაგანდობთ, იქვე გამეორებინეთ და დააზუსტებინეთ ეს ინფორმაცია, რადგან არის საშიშროება, მან მალევე უარყოს ეს ფრაზა.
- უხერხული კითხვები დასვით საუბრის ბოლოს, როცა ინფორმაციის დიდი ნაწილი უკვე მიღებული გაქვთ;
- იქონიეთ მისი საკონტაქტო ინფორმაცია და ყოველთვის შეუთანხმდით, რომ საჭიროების შემთხვევაში კვლავ შეეხმიანებით.
- დაიმახსოვრეთ, რომ ინტერვიუს დროს ჩამოვარდნილი სიჩუმე, შესაძლოა, თქვენი მეგობარი იყოს. ადამიანებს სჭირდებათ დრო აზრის ჩამოსაყალიბებლად და ფიქრისთვის. არ იქნება ცუდი, თუ ამ დროს თქვენც არ ისაუბრებთ, რადგან, თუ სიჩუმეს თქვენივე საუბრით შეავსებთ, ამან შეიძლება ინტერვიუს ფოკუსი თქვენზე გადმოიტანოს, რაც, ცხადია, თქვენი სურვილი არ იქნება, მით უფრო, რომ ვიცით: სიჩუმე არასოდეს არის ისეთი ხანგრძლივი, რამდენადაც გვეჩვენება!

■ როგორი უნდა იყოს ლიდი ინტერვიუსთვის

ინტერვიუს ლიდის წერა მცირედ განსხვავდება ჩვეულებრივი ლიდისგან და დამოკიდებულია იმაზე, თუ რა ტიპის ინტერვიუს ვწერთ.

თუ ის ახალ ამბავზეა დაფუძნებული და რესპონდენტმა დამატებითი ანალიზი უნდა შემოგვთავაზოს, მაშინ ლიდში აუცილებლად უნდა ავხსნათ საქმის არსი და მკითხველს ვაცნობოთ, რას შეეხება ინტერვიუ და რატომ გახდა საჭირო სპეციფიკური მსჯელობა თემასთან

დაკავშირებით. ამასთან, უნდა გვახსოვდეს, რომ რესპონდენტი აუცილებლად პირდაპირ კავშირში უნდა იყოს სასაუბრო თემასთან.

მაგალითად, „პუბლიკა“ გვთავაზობს ინტერვიუს: „ქართველური ენები მინიმუმ 2500 წლით „დაძველდა“ – რა გავიგეთ ახალი კვლევიდან“⁶⁷. ინტერვიუ არ არის ტრადიციული კითხვა-პასუხის ფორმისა, თუმცა კითხვები დასმულია და შემდეგ პერიფრაზის დახმარებითაა გადმოცემული რესპონდენტის პასუხები. ლიდი კითხვითია. კონკრეტულ კითხვებს მოსდევს განმარტება, რას შეეხება ინტერვიუ და ვინაა რესპონდენტი:

„სად ახის ქართველური ენების წახმოშობის ადგილი, ხოგოხ დაიყო ენა სვანუხად, ქახთუდად, მეგხუდად და დაბუხად? ხოგოხ წახიმახთა ჩვენი ენის ევოლუცია? გამოქვეყნდა ახალი კვლევა, რომელიც აქამდე ახსებუდ წახმოგენებს გაჩვეულწიდად ცვლის. კვლევის ხედმძვანელი, იდიას სახედმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი დექსო გავაშედიშვიდი ჰყვება, რომ მათმა კვლევამ, რომლის მიზანი იყო ქართველური ენების ევოლუციის შესწავლა, შეცვალა ძველი კვლევების მიერ ქართველური ენების ხოგოხც დათახილება, ისე წახმოშობის ადგილი და მიზეზები. დექსო გავაშედიშვიდი კვლევის მიგნებებზე „პუბლიკასთან“ საუბრობს“.

კიდევ ერთი მაგალითი: გავეცნოთ ლიდს, რომელიც ამერიკელ თეორეტიკოს ტომ პალმერთან ინტერვიუს უძღვის. თემა შეეხება საზოგადოების დაყოფის მიზეზებს და თანამედროვე გამონწვევებს:

„ხოგოხ ამოვიცნოთ პოპულისტები, რომლებიც ძადაუფდებისთვის ბიძოდაში „ჭეშმახიგ ხადხად“ და „მგხებად“ დაყოფისა და დაპიხისპიხებისთვის წიხავენ საზოგადოებას? – ამის შესახებ ესაუბრა ხადიო თავისუფდებას ტომ ჯ. პადმეხი, ამეხიკედი თეოხეგიკოსი, „აგდას ნეგვოხკის“ ვიცეპხეხიდენტი და კატონის ინსტიტუტის უფხოსი მკვლევახი⁶⁸.

თუ პროფაილისთვის ვწერთ ინტერვიუს, ლიდში შეიძლება ხაზი გავუსვათ მის თვისებებს, გარემოს და შეგრძნებებს, რაც რესპონდენტთან ურთიერთობამ გამოიწვია. მაგალითად, გავეცნოთ ცნობილი ჟურნალისტის ია ანთაძის ინტერვიუს: „მაპატოს, ვინც ასე არ ფიქრობს“⁶⁹ რომელიც ელექტრონულ ჟურნალში „საინტერესო ადამიანები“ გამოქვეყნდა. ინტერვიუ ჩაწერილია მსახიობ ნანი ჩიქვინიძესთან, რომელსაც ყველა თაობის კინომაყურებელი იცნობს როლებით ფილმებში: „მაგდანას ლურჯა“, „სხვისი შვილები“, სპექტაკლით – „ჯაყოს

67. ადექსანდეჟ ქეშედაშვიდი, „ქართველური ენები მინიმუმ 2500 წლით „დაძველდა“ | ხა გავიგეთ ახალი კვლევიდან“, „პუბლიკა“, 17.01.2024, <https://publika.ge/article/qartveluri-enebi-minimum-2500-wlit-dadzvela-ra-gaviget-akhali-kvlevidan/>

68. ნ. გელაშვიდი, „ინტეხვიუ ტომ ჯ. პადმეხთან - სიმახთლის ძიება იქ, სადაც „ჭეშმახიგი ხადხის“ სახედით „ხადხის მგხებს“ ებიძვიან“, „ხადიო თავისუფდება“, 21.02.2024, <https://rb.gy/522hf4>

69. ია ანთაძე; „მაპატოს, ვინც ასე ახ ფიქრობს“, <https://sainteresoadamianebi.tv.ge/?id=278>

ხიზნები“ და სხვ. ინტერვიუ მსახიობის შემოქმედებით და პირად ცხოვრებას ეხება. ამიტომაც ავტორი თავს აძლევს უფლებას, წანამძღვარში გამოიტანოს ის, რაც უშუალოდ დაინახა და შეიგრძნო:

„ყვედაფხის გამო, ხაც მის შესახებ ვიცოდი და ხაც სხვებისგან მსმენოდა, ქაღბაგონ ნანი ჩიქვინიძეს უდიდეს პატივს ვცემდი. მაგხამ ვეჩ წახმოვიდგენდი, ხომ უშუალო უხთიეხთობაში ასეთი თბიდი, მშობდიუხი და „მყუდხო“ იქნებოდა. მაგხამ ხალაც სხვაც იყო, ახანაკვებ მნიშვნელოვანი. ჩემთვის ეს ახის კუდგუხა – ხოდესაც ბოდომდე ხსნი საკუთახ თავს, ჰყვები შენს საკხადუხ დამოკიდებუდებებზე შენთვის უძვიფასესი ადამიანის მიმახთ, აფასებ საკუთახ ჰოფესიუდ შეცდომებს, მაგხამ დადიან ფხთხილობ, ხოცა გთხოვენ, სხვები შეაფასო – ჰხოცესები თუ ამ ჰხოცესების მონაწიდე კოდეგები. მით უმეტეს, ხოცა შეუმცდახად იცი, სად ახის მიმობნეუდი ხიომში მახგადიგები. გთავაზობთ დავუვიწყახ საუბახს ქაღბაგონ ნანისთან, ხომედიც ჩემს ცხოვრებაში პიხვედი და ეხთადეხთი ადამიანია, ხომედიც უდიდესი დიხსებით აგახებს განცდას, ხომ – დიახ, სხვა ადამიანისთვის იცხოვხა“.

ლიდი იკითხება მარტივად, გიჩენს სიახლოვის განცდას და ასეთივე განცდით აგრძელებ ინტერვიუს.

▪ კონფიდენციალულობა

არსებობს მოსაზრება, რომ ინტერვიუს დროს წყაროს აქვს პრივილეგია, ისაუბროს კონფიდენციალურად. სინამდვილეში – თუ ჟურნალისტი უშუალოდ არ სთავაზობს მას კონფიდენციალურ საუბარს, მაშინ ყველაფერი, რასაც რესპონდენტი ამბობს, ციტირებადია, რადგან, თუ წყარო დაგთანხმდათ ინტერვიუზე, მაშინ იგი პასუხისმგებელია ნებისმიერ კომენტარსა თუ ნათქვამ სიტყვაზე.

ისიც საგულისხმოა, რომ ჟურნალისტის მხრიდან წყაროსთვის კონფიდენციალობის შეთავაზება მას უქმნის ერთგვარ გასაქცევ გზას – აარიდოს თავი მნიშვნელოვან კითხვებზე პასუხს. მიუხედავად ამ ყველაფრისა, გონიერი ჟურნალისტი კონფიდენციალური საუბრის უფლებას მისცემს წყაროს, თუ მან ეს ითხოვა. ეს გამოსადეგი იქნება საკითხის უკეთ გასაანალიზებლად და არა ციტირებისთვის. თუ ვინმეს შეეშლება და იტყვის ისეთ რამეს, რისი გამოქვეყნებაც არ უნდა ან დამაზიანებელი იქნება თავად წყაროსთვის, კარგი იქნება, თუ ჟურნალისტი არ გამოიყენებს მას პუბლიკაციაში. უნდა გვახსოვდეს, რომ კარგი წყარო, ხანგრძლივი რესურსია ჟურნალისტისთვის და მასთან მისასვლელი „ხიდის დანვამ“ შესაძლოა, შეგვაფერხოს, კიდევ ერთხელ ჩავწეროთ მასთან ინტერვიუ.

▪ ანონიმურობა

მედიაში მუდმივად პრობლემურია კიდევ ერთი საკითხი – წყაროს ანონიმურობა. ათწლეულების წინ იშვიათად ვხვდებოდით ანონიმურ წყაროებს, მაგრამ „უოტერგეიტის შემდეგ“ წყაროს ანონიმურობამ გარკვეული მისტიკურობა შეიძინა. სკანდალის შემდგომ წლებში გეგონებოდა, რომ ბენზინგასამართი სადგურის მფლობელიც კი შეიძლება ყოფილიყო ანონიმური წყარო, ბენზინის გაზრდილ ფასებზე კომენტარის მიცემისას. დღეს ჟურნალისტებმა და რედაქტორებმა ფრთხილად უნდა განსაჯონ, ვის შესთავაზებენ ანონიმად დარჩენას.

უნდა გვახსოვდეს, რომ, როდესაც შესაძლებელია, ყოველთვის უმჯობესია, კომენტარი ვინმეს ცხადად მიაკუთვნოთ.

ანონიმურობისთვის მიზეზი შეიძლება იყოს გარემოება, როცა მხოლოდ იმ შემთხვევაში მიიღებთ საჭირო კომენტარს, როდესაც წყაროს ვინაობას დამალავთ. სხვა მიზეზები ანონიმურობისთვის არის: დაფარული ინფორმაცია, ინფორმაციის გაცემაზე უფლებამოსილების უქონლობა ან წყაროს უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული საკითხები.



რჩევები

რა უნდა გვახსოვდეს ინტერვიუს დროს:

- ✓ წინასწარ მოიძიეთ ინფორმაცია;
- ✓ დააზუსტეთ წყაროს სახელი და რეგალიები (ტიტული, პოზიცია და ა. შ.);
- ✓ გულდასმით ჩამოაყალიბეთ პირველი შეკითხვა;
- ✓ იხელმძღვანელეთ წინასწარ შედგენილი შეკითხვების ჩამონათვალით;
- ✓ ყურადღებით მოუსმინეთ პასუხებს;
- ✓ უპირატესობა მიანიჭეთ ღია შეკითხვებს;
- ✓ მოერიდეთ შეკითხვას, რომელიც თავის თავშივე მოიცავს პასუხს;
- ✓ არასოდეს უბიძგოთ რესპონდენტს სასურველი პასუხისკენ;
- ✓ მოერიდეთ ორმაგ შეკითხვას;
- ✓ საჭიროების შემთხვევაში სთხოვეთ წყაროს, განმარტოს კონკრეტული პასუხი;
- ✓ ეცადეთ, რესპონდენტმა არ გადაგახვევინოთ მთავარი საკითხიდან.

გამოყენებული ლიტერატურა:

Murray, M. D. (2000). Writing to Deadline: The Journalist at Work. Heineman, Hanover. ISBN: 978-0-325-00225-5;

Rich, C. (2009). Writing and Reporting News: A Coaching Method. Wadsworth series in mass communication and journalism. Cengage Learning. ISBN: 9780495569879;

Saleh, N., (2014). The Complete Guide to Article Writing: How to Write Successful Articles for Online and Print Markets, Penguin Publishing Group. ISBN:10:1599637340;

ნაცვლიშვილი, პ. (2013). „ინტერვიუს, როგორც ჟანრის გენეზისისთვის“, European Scientific Journal December /SPECIAL/ edition vol.2. ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431.

ანალიტიკური წერა

- *რა არის ანალიტიკური წერა?*
- *დახწმუნების ხეხები*
- *ანალიტიკური კითხვების დასმა*
- *სადავო დებუდების (თეზისის) ფოხმუდრიება*
- *ახგუმენტი და ახგუმენტაცია*
- *ანალიზური წერის სხვა ფოხმები*

რა არის ანალიტიკური წერა?

ანალიტიკური წერის კონცეფციას დიდი ისტორია აქვს. მის საწყისს ძველი ბერძენი ფილოსოფოსების – პლატონის, არისტოტელეს და სხვათა ნაშრომებში შეგვიძლია მივაგნოთ. პლატონის დიალოგებში, მაგალითად, ხშირად ვხვდებით იდეებისა და არგუმენტების კრიტიკულ ანალიზს. ანალიტიკური სამეცნიერო წერის პროცესის განვითარებას ინგლისელ ფილოსოფოსთან, სერ ფრენსის ბეკონთან, აკავშირებენ. იგი იყენებდა დედუქციურ მსჯელობას მრავალი წყაროდან, განსაკუთრებით – ექსპერიმენტებიდან შეგროვებული ინფორმაციიდან დასკვნების გამოსატანად.

ანალიტიკური წერა ინტროსპექციის ინსტრუმენტი – იგი გიბიძგებთ კრიტიკულად განიხილოთ საკითხი და უფრო სიღრმისეულად გაიაზროთ თემა, ვინაიდან მკითხველისთვის გარკვეული იდეების ახსნა თქვენს ლოგიკაში არსებულ ხარვეზებს გამოავლენს და შეუსაბამობებს გამოააშკარავებს. ამიტომ უნდა დახვეწოთ თქვენი არგუმენტები და უფრო თანმიმდევრულად და ლოგიკურად ჩამოაყალიბოთ მსჯელობა.

ანალიზი საშუალებას გაძლევთ, გამოიყენოთ თქვენს ხელთ არსებული ინფორმაცია ახალი იდეების გენერირებისთვის.

ანალიტიკური აზროვნება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია დღეს – ჩვენ გარშემო არსებულ რეალობაში, ვინაიდან ადამიანები უფრო და უფრო მეტად აწყდებიან რთულ პრობლემებს. შესაბამისად, ინფორმაციის ანალიზი ერთადერთი საფუძვლიანი მიდგომაა სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მისაღებად მუდმივად ცვალებად სამყაროში. ის თავს უყრის ინფორმაციას კონკრეტულ კითხვებზე პასუხების გასაცემად, ჰიპოთეზების გადასამოწმებლად, ახალი მიდგომების აღმოსაჩენად, რელევანტური მონაცემების ამოსაცნობად და ახალი იდეების მნიშვნელობის ასახსნელად. ანალიზი გულისხმობს ინფორმაციის გამოყენებას თვალსაწიერის გასაფართოებლად და საკითხის განსხვავებულ ასპექტში დასანახად. ეს მიდგომა ყალიბდება შეგროვებული მონაცემების გაანალიზებით, ხელმისაწვდომი ინფორმაციის ლიმიტების განსაზღვრით, ვარაუდების შემუშავებითა და იმის დადგენით, რამდენად და რა მხრივ გეხმარებათ ახალი ხედვა.

ანალიზის პროცესი ხშირად გულისხმობს მონაცემთა გამოყენებას, მაგრამ ასევე მოიცავს ცნებებს, თეორიებს, მოდელებსა და მსჯელობის სხვა აბსტრაქტულ ფორმებს.

ჟურნალისტიკაში ანალიტიკურ წერას იყენებენ სხვადასხვა მიმართულებაში, იქნება ეს საგამოძიებო სტატიები თუ მოსაზრების სვეტები.

ღარწმუნების ხეხეაზი

წერის დაწყებამდე ჟურნალისტმა ყოველთვის უნდა იფიქროს იმაზე, თუ ვინ არის მისი სამიზნე აუდიტორია – განსაზღვროს, რა შეიძლება იცოდნენ მათ, რა წინასწარი შეხედულებები აქვთ, რისი ცოდნა სჭირდებათ, როგორ შეძლებს, დაარწმუნოს აუდიტორია საკუთარ პოზიციაში და რა სტრატეგია უნდა გამოიყენოს ამ პროცესში.

„არისტოტელე გვთავაზობს დარწმუნების სამ საშუალებას:

ეთოსს, პათოსს და ლოგოსს. მათგან **ეთოსი** თანამედროვე კომუნიკაციაში (სხვა, მაგალითად, სოციალური და პოლიტიკური მეცნიერებებისგან, განსხვავებით) განიმარტება, როგორც გამგზავნის (ავტორის) ხასიათი – დამაჯერებლობა, სანდოობა;

პათოსი – მიმართვის ემოციური დატვირთვა, აუდიტორიაზე ემოციური ზეგავლენა; ხოლო **ლოგოსი** – ლოგიკაზე დაყრდნობილი, არგუმენტირებული მსჯელობა, რომელიც, შესაძლოა, კონკრეტული მაგალითის გამოყენებით, ანალოგიის მოშველიებით, მიზეზ-შედეგობრივი კავშირის ძიებით ან კომპეტენტური პირის მოსაზრების გამოყენებით ხდებოდეს“ (ტორაძე და მაისაშვილი, გვ. 69).

სწორედ სამიზნე აუდიტორიის შესწავლა დაგეხმარებათ, გადაწყვიტოთ, რომელი ხერხი გამოიყენოთ. შესაძლოა, ერთ არგუმენტში რამდენიმე მათგანის გამოყენება დაგჭირდეთ.

რა ხერხები გამოვიყენოთ დარწმუნებისთვის?

- **რაციონალური დარწმუნება (ლოგოსი)** – არგუმენტი ემყარება ფაქტებს, მაგალითებსა და სანდო მონაცემებს; დარწმუნების ამ ხერხის გამოყენება უპრიანია როგორც ერთდირებულ, ასევე არაინფორმირებულ და საპირისპირო განწყობის აუდიტორიასთან;
- **ეთიკური დარწმუნება (ეთოსი)** – ამ დროს წარმოაჩინოთ საკუთარ თავს და თქვენ მიერ გამოყენებულ წყაროებს სანდოდ, გააზრებულად, ობიექტურად და სამართლიანად მაშინაც კი, როდესაც საპირისპირო შეხედულებებს განიხილავთ; დარწმუნების მსგავს ხერხს იყენებენ ფორმალურ გარემოში – ბიზნესსა და აკადემიურ სივრცეში, ასევე – რეკლამირებისას;
- **ემოციური დარწმუნება (პათოსი)** – ემყარება მკითხველისგან ემპათიისა და სიმპათიის მიღებას/დამსახურებას, ერთი მხრივ, მათი ღირებულებების შეფასებით და, მეორე მხრივ,

გარემოების აღწერის, ამბების გადმოცემის, შემთხვევათა ანალიზისა და ვიზუალური მასალის გამოყენებით. ასეთი დარწმუნების ხერხი ნაკლებად გამოიყენება აკადემიურ სივრცეში, მაგრამ ხშირია ჟურნალისტიკაში. მისი გამოყენება მიზანშეწონილია, როდესაც მკითხველი უკვე დადებითად არის განწყობილი ან აპათიურია კონკრეტული იდეების მიმართ.

ანალიტიკური კითხვების დასვა

ანალიტიკური მასალის წერისას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს საკითხის საფუძვლიან გააზრებას ანალიტიკური კითხვების მეშვეობით. ანალიტიკური კითხვები თქვენი სტატიის ერთგვარი ხერხემალია და ისინი თემის კრიტიკულად განხილვას ემსახურება. მათი დასმით განიხილავთ საკითხის დეტალურ ასპექტებს და არა მხოლოდ იმას, რას ეხება იგი. მაგალითად, კითხვები: „რა არის ეს ფენომენი?“ ან „როგორ მოქმედებს ეს პრობლემა საზოგადოებაზე?“ – გაიძულებთ უფრო ღრმად შეისწავლოთ თემა. აღსანიშნავია, რომ, შესაძლოა, ძიების პროცესში უამრავი შეკითხვა გაგიჩნდეთ, მაგრამ ყველა მათგანი ვერ გახდება მასალის საფუძველი.

უწყობიანი ანალიტიკური შეკითხვები

- **ეხება თქვენი წყაროების მიერ წარმოდგენილ რეალურ დილემას** – შეკითხვა ფოკუსირებულია რეალურ პრობლემაზე ან გაურკვეველობაზე, რომლის შესახებაც მკითხველებს, სავარაუდოდ, განსხვავებული რეაქციები, მოსაზრებები ან იდეები ექნებათ;

მაგალითად, იცის თუ არა საზოგადოებამ, რა ტიპის სათვალთვალო კამერებია განთავსებული თბილისის ქუჩებში და სად ინახება მოპოვებული ინფორმაცია? ან რას მოიცავს სამომხმარებლო კალათა და რამდენად საკმარისია იგი ზრდასრული ადამიანისთვის?

- **მოითხოვს პასუხს, რომელიც არ არის არც აშკარა და არც ძალიან კომპლექსური** – უნდა შეძლოთ მკითხველის დაინტერესება ამ შეკითხვით; მისი არგუმენტაცია უნდა ჩაეთიოს თქვენი სტატიის მოცულობაში.

მაგალითად, რა ვიცით საპენსიო ფონდის შესახებ – შევძლებთ თუ არა დაგროვებული თანხის გამოყენებას ერთდროულად? ან თუ დაგროვებულ თანხას ერთიანად მოვიტხოვთ, ანგარიშზე არსებული თანხა მთლიანად მოგვეცემა თუ მხოლოდ ის ნაწილი, რომელიც უშუალოდ ჩვენი ხელფასიდან დაიზოგა? დარწმუნებული იყავით, რომ ეს ის თემებია, რომელიც ყველა

მკითხველს დააინტერესებს და მათი გაანალიზება სწორი თეზისის ჩამოყალიბების შემდეგ აუდიტორიისთვის სასარგებლო აღმოჩნდება.

როგორ შევიფუძვროთ ანალიტიკური შეკითხვა

ერთ-ერთი საწყისი წერტილი, რომელიც დაგეხმარებათ ანალიტიკური შეკითხვის ჩამოყალიბებაში, არის „დაძაბულობის“ წერტილების ძიება თქვენს წყაროებში. ეს ის დეტალებია, რომლებთანაც გაჩერება და დაფიქრება გჭირდებათ. მაგალითად, შესაძლოა:

- წაიკითხეთ შეხედულება, რომელიც ვერ აღიქვით დამაჯერებლად და დაგჭირდეთ დამატებითი შეკითხვების დასმა იმის გასაანალიზებლად, თუ რა აკლია მას ან როგორ შეიძლება განხილული მონაცემების ალტერნატიულად განხილვა;
- შეამჩნიეთ შეუსაბამობა, წინააღმდეგობრიობა, ხარვეზი და გაურკვევლობა ან მხარდამჭერ მონაცემებში ან საკუთრივ საკითხის შემადგენელ ელემენტებს შორის და გაგიჩინდეთ სურვილი, გამოიკვლიოთ, როგორ ცვლის ეს თქვენს აღქმას;
- ამოიცანით მოულოდნელი დეტალი, რომელიც, თქვენი აზრით, მეტ ყურადღებას იმსახურებს და დასვით მასზე შეკითხვა;
- წაიკითხეთ პრობლემის შესახებ, რომელიც, თქვენი აზრით, საჭიროებს გადაჭრას. ასეთ დროს უნდა დასვით შეკითხვა, თუ როგორ შეიძლება მისი მოგვარება ან რატომ არ ექცევა მას ყურადღება;

„დაძაბულობის“ წერტილის იდენტიფიცირებისა და მის შესახებ შეკითხვის დასმის შემდეგ, უნდა ეცადოთ, უპასუხოთ მას თქვენს მასალაში. **ამ პასუხში არსებული მთავარი იდეა ან მტკიცება იქნება თქვენი თეზისი.**



რჩევები

- ✓ „*როგორ?*“ და „*რატომ?*“ შეკითხვები, ძიებითადაც, უფრო მეტ ანაღმს მოითხოვს, ვიდრე „*ვინ?*“/„*რა?*“/„*როდის?*“/„*სად?*“ კითხვები.
- ✓ კახკ ანალიტიკური შეკითხვას შეუძლია გამოკვეთოს კავშირები, წინააღმდეგობები, ღრმები, პირობები.
- ✓ კახკი ანალიტიკური შეკითხვით დააგვინთ ახგუმენის საზღვრებს, ხაც საშუალებას მოგცემთ, ფოკუსიხდეთ ფაქტო თემის განხილვად ნაწილზე.

საფაშო დეზინფიციის (თეზისის) ფორმულირება

თეზისი არის დებულება, რომლის ქეშმარიტებაც უნდა დამტკიცდეს⁷⁰. იგი გამოხატავს თქვენს პოზიციას არსებულ თემაზე და/ან საკითხზე. ანალიტიკურ ჟურნალისტიკაში მკაფიო და ლაკონური თეზისის ფორმულირება საჭიროა მკითხველისთვის მასალის მთავარი მიზნისა და მიმართულების საჩვენებლად.

თეზისს, ძირითადად, სტატიის დასაწყის ნაწილში ვხვდებით. მას მოჰყვება ლოგიკურად აგებული არგუმენტი, რომელიც მხარს უჭერს თქვენს ცენტრალურ პოზიციას. კარგად შემუშავებული თეზისი სადავოა (შეიძლება გულისხმობდეს ანტითეზის არსებობას), რაც ნიშნავს, რომ აუდიტორიის ნაწილი, შესაძლოა, არ დაეთანხმოს მას, ამტომაც დასჭირდება მკითხველს თქვენ მიერ შემუშავებული დეტალური ანალიზის წაკითხვა, რათა გაიგოს, თუ როგორ მიხვედით ამ დებულებამდე.

თეზისი უნდა შემუშავდეს თქვენ ხელთ არსებული მონაცემების შესწავლითა და ანალიზით. მან, ძირითადად, უნდა უპასუხოთ ანალიტიკურ შეკითხვას ან წარმოაჩინოს თქვენთვის ან თქვენი მკითხველისთვის წამოყენებული პრობლემის გადაჭრის გზა. როდესაც აუდიტორიისათვის ამ კითხვას ან პრობლემას აყალიბებთ, თქვენ ხსნით, თუ რატომ არის თქვენი შეკითხვა მნიშვნელოვანი და რატომ უნდა აინტერესებთ მათ ამ კითხვაზე პასუხი. შესაბამისად, ამგვარად აცნობთ მკითხველს, თუ რატომ ღირს ამ თეზისზე აგებული სტატიის წაკითხვა.

ძლიერი თეზისი უნდა იყოს საკამათო და არა – აღწერითი. იგი სტატიაში განსახილველად მასალას უნდა უწესებდეს ადეკვატურ, რეალისტურ და არა ზედმეტად ფართო ან შეზღუდულ საზღვრებს. თუ თეზისი აღწერითია (მაგალითად, ასეთი: „საქართველოს ხელისუფლებამ საპენსიო ფონდი უცხოური გამოცდილების გაზიარებით შექმნა“. ეს არის ფაქტი), მაშინ არ დაგჭირდებათ მკითხველის რაიმეში დარწმუნება. თქვენ ამ დროს ამბობთ ან აჯამებთ იმას, რასაც თქვენი აუდიტორია თავადაც ადვილად ხედავს. თუ თეზისი ძალიან ვიწროა, მაშინ ვერ შეძლებთ, საკმარისად ღრმად შეისწავლოთ წამოჭრილი საკითხი ისე, რომ რაიმე საინტერესო თქვათ მის შესახებ (მაგალითად, „საპენსიო ფონდში ირიცხება თანხა მოქალაქის ხელფასის, დამსაქმებელი ორგანიზაციის და სახელმწიფო ბიუჯეტის თანხებიდან“. ეს თეზისი იურიდიული დოკუმენტებით ისეც დამტკიცებულია), ხოლო თუ თეზისი ძალიან მასშტაბურია, ვერ დაამტკიცებთ მას არსებულ წყაროებზე დაყრდნობით (მაგალითად, „საპენსიო ფონდი მომავალში განსაზღვრავს ადამიანთა კეთილდღეობას“. ასეთი თეზისის შემთხვევაში თქვენ ვერ მოიყვანთ სათანადო მტკიცებულებებს).

70. ჭაბაშვილი, მიხეილ, უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, 1989.

ანალიტიკური სტატიის თეზისი ფაქტების, მონაცემების ან წყაროების ინტერპრეტაციაზე დაფუძნებული. შესაძლოა, დაგჭირდეთ ნორმატიული მტკიცებების გამოყენებაც, რომლებშიც დებულება არა ფაქტის, არამედ საკითხის მნიშვნელობის ან შეფასების შესახებ არის წამოყენებული – თეზისი იმაზე, თუ რა ქმედება უნდა განხორციელდეს ან როგორი უნდა იყოს სამყარო. მსგავსი მტკიცება, ხშირად, საკუთარი თვალსაზრისის წერისას დაგჭირდებათ.

მაგალითად, თუ წერთ ანალიტიკურ სტატიას ხელოვნური ინტელექტის შესახებ, შესაძლოა, თქვენი თეზისი შემდეგნაირად ჩამოყალიბდეს:

ალნარიტი თეზისი (არ არის სადავო)

მოცემული სტატია განიხილავს ხელოვნური ინტელექტის ევოლუციას მაჩვივი გამომთვლელი მოწყობილობებიდან კომპლექსური მანქანური სწავლების ადვოკატივამდე, ასევე ხელოვნური ინტელექტის გავლენას სხვადასხვა ინდუსტრიაზე, მის საჩვენებელსა და წამოჭრილ ეთიკურ დილემებზე.

ეს თეზისი აჯამებს და გამოკვეთს სტატიის მთავარ თემას: ხელოვნური ინტელექტის ისტორიას, მის გავლენას და თანმხლებ ეთიკურ წინააღმდეგობებს. თუმცა, ის არ წარმოადგენს კონკრეტულ მოსაზრებას და არ განიხილავს რომელიმე პოზიციას ამ თემის შესახებ.

ფართო თეზისი (სადავო, მაგრამ ძნელი დასაპოტაყიებალი)

ხელოვნური ინტელექტი ევოლუციას მოახდენს და ჩვენთვის ჯეი კიდევ წახმოუგენდაღ შეცვლის საზოგადოებას.

ეს თეზისი სადავოა. ის თამამი პროგნოზია მომავალში ხელოვნური ინტელექტის რევოლუციური გავლენის შესახებ. ამიტომ, ერთი მხრივ, შესაძლებელია საუბარი უპრეცედენტო ცვლილებებზე ჯანდაცვის, ეკონომიკის, სატრანსპორტო და ა. შ. სფეროებში, მეორე მხრივ კი, არსებობს საპირისპირო შეხედულება, რომ ხელოვნური ინტელექტის განვითარებით გამოწვეული წინსვლა არ იქნება ისეთი რევოლუციური, როგორც ეს ნაწინასწარმეტყველავი იყო, ან რომ შედეგები უფრო საზიანო იქნება, ვიდრე სასარგებლო. თუმცა ეს თეზისი საკმაოდ მასშტაბურია და ძნელია მისი არგუმენტირებული დასაბუთება, რადგან მასში არ არის დაკონკრეტებული, თუ რომელ საკითხებზეა სტატია ფოკუსირებული, ან რატომ აქვს მნიშვნელობა ამ საკითხების განხილვას. ამიტომაც – მკითხველმა არ იცის, თუ რას ამტკიცებს მასალის დანარჩენი ნაწილი. გარდა ამისა, მსგავსად ჩამოყალიბებული დებულება დიდ სივრცეს ტოვებს ინტერპრეტაციისა და სპეკულაციისათვის.

სადავო თეზისი ანალიტიკური მტკიცებით

მიუხედავად იმისა, რომ ხელოვნური ინტელექტის განვითარება პოტენციურად და კომფორტის ზღვის მომასწავებელია, მისი სხეუდასოვანი ჰეაღიზაცია საზოგადოებას ეთიკური გამოწვევების წინაშე აყენებს კონფიდენციალურობის, ადამიანური სამუშაო ძალის ჩანაცვლებისა და გადაწყვეტილების მიმღებ ადგოხითმებში ახსებუღი პოტენციური მიკეხდობების კუთხით.

ეს სადავო ანალიტიკური თეზისია. მასში მოცემულია, რომ ხელოვნური ინტელექტის განვითარება ერთგვარ გამოწვევებს შექმნის ეთიკური ნორმებისა და საავტორო უფლებების დაცვის, კონფიდენციალობის, განათლების სფეროში პრობლემების წარმოქმნის და სამუშაო ძალის ჩანაცვლების კუთხით, მაგრამ აქვე არსებობს მოსაზრება, რომ AI ტექნოლოგიის სარგებელი აღემატება მის ეთიკურ გამოწვევებს, ვინაიდან ხელოვნური ინტელექტის განვითარება ხელს შეუწყობს საერთო წინსვლას ჯანდაცვის, სამედიცინო დიაგნოსტიკის, სატრანსპორტო სისტემის, კომუნიკაციის და ა. შ. სფეროში, რითიც მნიშვნელოვნად გააუმჯობესებს საზოგადოების ცხოვრების ხარისხს. მსგავსი თეზისი ინტერსს უჩენს მკითხველს და საფუძველს ქმნის სტატიაში თემის სრულყოფილი განხილვისათვის. იგი არც ძალიან შეზღუდულია და არც ძალიან ფართო და მისი არგუმენტირებული დასაბუთება შესაძლებელია.

სადავო თეზისი ნორმატიული მტკიცებით

ხელოვნური ინტელექტი უნდა განვითარდეს და დახეგუღიხდეს ისე, რომ პიოოხიღეღუღ საფეხუღზე იღგეს გამჭვიღვადობა, სამაღთღიანობა და პასუღისმგებღობა პოტენციური ეთიკური ღისკების შესამციღებღად და საზოგადოებღივი საღგებღის უზღუნვეღსაყოფად.

თეზისი ნორმატიულია, ვინაიდან იგი წარმოადგენს შეხედულებას, თუ როგორ უნდა განვითარდეს და დარეგულირდეს ხელოვნური ინტელექტი. ეს პოზიცია მხარს უჭერს ტექნოლოგიურ რევოლუციაში საზოგადოების მორალური ღირებულებებისა და პოტენციური რისკების გათვალისწინებას, მაგრამ ექვემდებარება გაანალიზებას, რადგან ზოგიერთი შეიძლება ამტკიცებდეს, რომ ძირითადი აქცენტი უნდა კეთდებოდეს ინოვაციებსა და AI ტექნოლოგიების სწრაფ წინსვლაზე.

შაკითხვები, რომლებიც შვილიშვილს დასვამთ თეზისის შედეგებისას:

- არის თუ არა თეზისი ნამდვილად სადავო? ეხება თუ არა იგი რეალურ დილემას, თუ მკითხველთა უმეტესობა ავტომატურად დაეთანხმება მას?
- ძალიან ცხადი ხომ არ არის იგი? ისევ და ისევ, დაეთანხმება თუ არა მკითხველთა უმეტესობა თქვენს მტკიცებას არგუმენტაციის წაკითხვის გარეშე?
- არის თუ არა თეზისი საკმარისად კომპლექსური იმისათვის, რომ საჭიროებდეს მთელ სტატიას დასასაბუთებლად?
- შესაძლებელია თუ არა თეზისის დამტკიცება რეალური მონაცემებით და არა განზოგადებით ან პირადი მოსაზრებებით?
- ექნება თუ არა სურვილი თქვენს აუდიტორიას, წაიკითხოს მასალა, რომელშიც ეს თეზისია განხილული? შეგიძლიათ ახსნათ, თუ რას ამატებს ეს სტატია წამოჭრილი პრობლემის, კითხვის ან თემის შესახებ არსებულ დისკუსიას?

ზოგადად, ანალიზის წერისას და თეზისის ჩამოყალიბებისას უნდა გაითვალისწინოთ რამდენიმე ფაქტორი. კერძოდ, მოვერიდოთ, თეზისად გამოვიყენოთ ქვემოთ ჩამოთვლილთა მსგავსი დებულებები, ვინაიდან ისინი არ არის სადავო:

- **ნეიტრალური განცხადება, რომელიც მკითხველს არ უქმნის წარმოდგენას ავტორის პოზიციის შესახებ** (საქართველოში შეიქმნა საპენსიო ფონდი, რომელიც დამატებით შემოსავალს გაუჩენს ხანდაზმულებს“);
- **ფაქტი, რომელიც არ არის სადავო** („საქართველოს ხელისუფლებამ საპენსიო ფონდი უცხოური გამოცდილების გაზიარებით შექმნა“);
- **ტრუიზმი** (დებულება, რომელიც თავისთავად ქეშმარიტია) („საპენსიო ფონდში ირიცხება თანხა მოქალაქის ხელფასის, დამსაქმებელი ორგანიზაციის და სახელმწიფო ბიუჯეტის თანხებიდან“);
- **პირადი შეხედულება ან რელიგიური რწმენა, რომლის შესახებაც რაციონალური პოლემიკა შეუძლებელია** („მსახურების დასრულების შემდეგ ადამიანებს იმდენი თანხა დაუვროვდებათ, რაც საკმარისი იქნება მათი უზრუნველი ცხოვრებისთვის“);

- **მოსაზრება, რომელიც მხოლოდ თქვენს გრძნობებზეა დაფუძნებული** („მიხარია, რომ მოხუცებს მაღალი პენსიით უზრუნველყოფილი სიბერე ექნებათ);
- **მეტისმეტად ფართო განზოგადება** („საპენსო ფონდი მომავალში განსაზღვრავს ადამიანთა კეთილდღეობას“).

ქვემოთ მოცემულია არასადავო თეზისის რამდენიმე მაგალითი. თითოეულს დართული აქვს შესწორება, რომელიც მაგალითს უფრო სადავოს ხდის.

ნეიტრალური დებულება: სამუშაო სივრცეებში სილამაზის დაუნერვლი წესები და სტანდარტები არსებობს.

შესწორება: ჩვენი გარეგნობა გავლენას ახდენს იმაზე, თუ როგორ გვექცევიან სამსახურში და რამდენია ჩვენი ხელფასი.

ფაქტი: „პლესი ფერგიუსონის წინააღმდეგ“ (Plessy v. Ferguson) 1896 წლის აშშ-ის უზენაესი სასამართლოს გადაწყვეტილება, რომელიც რასობრივ სეგრეგაციას უჭერდა მხარს, 1954 წლის სასამართლო პროცესის „ბრაუნი განათლების საბჭოს წინააღმდეგ“ (Brown v. Board of Education) დასკვნით შეიცვალა.

შესწორება: „პლესი ფერგიუსონის წინააღმდეგ“ სასამართლო პროცესის გადაწყვეტილების ცვლილებას „ბრაუნი განათლების საბჭოს წინააღმდეგ“ საქმის დასკვნით არ მოჰყოლია მნიშვნელოვანი წინსვლა ინტეგრირებული განათლების კუთხით.

ტრუიზმი: ორენოვან განათლებას დადებითი და უარყოფითი მხარეები აქვს.

შესწორება: მოსწავლეთათვის საბუნებისმეტყველო საგნებისა და მათემატიკის ძირითადი საფუძვლების ასათვისებლად ორენოვანი პროგრამა უფრო ეფექტიანია, ვიდრე სწავლების იმერსიული მოდელი – ყველა საგნის არამშობლიურ ენაზე შესწავლა.

პირადი შეხედულება: რასიზმი დისკრიმინაციის ყველაზე საშინელი სახესხვაობაა.

შესწორება: საუკეთესო იარაღი რასიზმის წინააღმდეგ დაწყებითი და საშუალო საფეხურის განათლებაა.

მხოლოდ გრძნობაზე დაფუძნებული მოსაზრება: ვფიქრობ, წყლის სკუტერით სრიალი პლაჟებზე სულელური ქმედებაა.

შესწორება: საჯარო პლაჟებზე წყლის სკუტერით სრიალი უნდა აიკრძალოს.

ფართო განზოგადება: ქალებს კარგად ესმით საოჯახო საქმე.

შესწორება: საოჯახო საქმის შესახებ გამოქვეყნებული მასალები/სახელმძღვანელო და მისი პოპულარობა როგორც მამაკაცებში, ასევე ქალებში, გვიჩვენებს, რომ საოჯახო საქმის მიმართ განახლებული ინტერესი არსებობს.

ცვლილება თეზისში

ზოგჯერ, შესაძლოა, მომენტალური რეაქცია გქონდეთ საკითხზე და მყისიერად გადაწყვიტოთ, რომელი პოზიციის დაკავება გსურთ. სხვა შემთხვევებში კი ძიება და კვლევა დაგჭირდებათ. როდესაც გადაწყვეტთ, რომელია თქვენი პოზიცია, ჩამოაყალიბებთ დებულებას, რომელიც გამოდგება თქვენს საწყის თეზისად, თუმცა თქვენში არ ჩაახშოთ ახალი იდეები და პერსპექტივები – შესაძლოა, საკითხის შესახებ მეტი ინფორმაციის მიღების შემდეგ, თეზისის მოდიფიკაცია, გადაკეთება და სრულიად შეცვლაც კი დაგჭირდეთ. მთავარია, მტკიცება სანდო მონაცემებითა და საღი აზრით იყოს მხარდაჭერილი.

მაგალითისათვის:

თემა: ვეგანური დიეტა ბავშვებისათვის

საკვლევი შეკითხვა: უზრუნველყოფს თუ არა ვეგანური დიეტა ბავშვების ჯანსაღ და ადეკვატურ კვებას?

საწყისი თეზისი: ვეგანური დიეტა წარმოადგენს ჯანსაღ დიეტას ბავშვებისათვის.

შესწორებული თეზისი: ვეგანური დიეტა, შესაძლოა, იყოს ჯანსაღი ბავშვებისათვის, თუ კვება ითვალისწინებს ვიტამინებს, მინერალებსა და სხვა საკვებ დანამატებს.

თეზისის ჩამოყალიბების შემდგომ საჭიროა თქვენი დებულების გამყარება არგუმენტაციით. აუცილებელია, მკითხველს აჩვენოთ, თუ რა მიზეზები, სტატისტიკა, ფაქტები, მაგალითები და ექსპერტთა მოსაზრებები აძლიერებს და ხსნის თქვენს თვალსაზრისს.

არგუმენტი და არგუმენტაცია

არგუმენტი არის მტკიცებულების საფუძვლად ვარგისი ლოგიკური მოსაზრება. მისი მიზანია „მსჯელობის ქეშმარიტების ჩვენება. ის გვხმარება მსჯელობის განვითარებასა და ლოგიკურად გამართვაში“ (გოჩიტაშვილი, საბაშვილი, შარაშენიძე, 2013, გვ. 67). არგუმენტაცია კი კომუნიკაციური აქტივობაა, რომელშიც ვმსჯელობთ ჩვენი მტკიცებულების მხარდასაჭერად ან საკუთარი პოზიციების დასაცავად/სხვის პოზიციებზე სადავოდ (Lewiński & Mohammed, 2016). არგუმენტაცია მნიშვნელოვანი მექანიზმია მიღებული ჭარბი ინფორმაციის გასაფილტრად და გასაკრიტიკებლად.

- **კარგი არგუმენტის ჩამოყალიბება**

არგუმენტში საკითხის შესახებ აზრი წარმოდგენილი უნდა იყოს ნათლად და დამაჯერებლად. კარგად ჩამოყალიბებული არგუმენტი, ისეთი, რომელიც დაარწმუნებს მკითხველს, რომ თქვენი მოსაზრება მყარ მტკიცებულებაზეა დაფუძნებული, იგივეა, რაც საგულდაგულოდ შერჩეული და შემუშავებული თეზისი. კარგი არგუმენტი საპირისპირო აზრს არ უგულებელყოფს, მას აქვს ძალა, დააფიქროს ადამიანი და ზოგჯერ წარმოდგენილი არგუმენტის ლოგიკურობასაც კი დაეთანხმოს. ასეთი ტაქტიკით და სტრატეგიით, გასაკვირი არაა, რომ არგუმენტაციას დარწმუნების ხელოვნება ჰქვია.

71. ქეთევან გოჩიტაშვილი, გიული შაბაშვილი: ანალიტიკური წერა http://www.nplg.gov.ge/civil/statiebi/wignebi/analitikuri%20werA/analitikuri_%20wera3.htm

როგორია კარგი არგუმენტი:

- უნდა ეხებოდეს სადავო საკითხს;
- უნდა ეფუძნებოდეს არა შინაგან რწმენებს და რეაქციებს, არამედ სანდო ინფორმაციის საგულდაგულო ანალიზს;
- უნდა გაუძლოს კრიტიკულ შეკითხვას;
- არგუმენტი მყარი უნდა იყოს და თავისთავად დასაბუთებას აღარ უნდა საჭიროებდეს;
- არგუმენტი დგას რომელიმე პოზიციის მხარეს და გამოხატავს მკაფიო მტკიცებას თემის შესახებ;
- არგუმენტი პოზიციას მხარს უჭერს დეტალური და კონკრეტული მტკიცებულებებით (როგორებიც არის: მიზეზები, ფაქტები, მაგალითები, აღწერები და ამბები);
- პოულობს საერთო ენას მკითხველთან და არ არის კონფრონტაციული;
- ითვალისწინებს საპირისპირო შეხედულებებს და აბათილებს მათ ან აჩვენებს, თუ რატომ შეიძლება კონტრარგუმენტები იყოს უმნიშვნელო ან არარელევანტური.

სწორი არგუმენტი დასაბუთებული წერის ცენტრალური კონცეფციაა. ჟურნალისტები ეყრდნობიან არგუმენტებს საკუთარი მტკიცებების გასამართლებლად და აუდიტორიისათვის რაციონალური და სარწმუნო მასალის წარსადგენად.

ოთხი კითხვა არგუმენტის ასაბუთებლად

ბრიტანელი ფილოსოფოსი სტივენ ტულმინი რიტორიკის სივრცეში ერთ-ერთ ყველაზე ცნობილ წიგნში – „არგუმენტის გამოყენების გზები“ – გვთავაზობს ლოგიკური არგუმენტის აგების სისტემურ გზას, ანუ ოთხ შეკითხვას, რომელიც უნდა დაისვას თქვენს არგუმენტთან დაკავშირებით:

1. **რა არის თქვენი მოსაზრება?** (რას ამტკიცებთ?)
2. **რა საფუძველი გაქვთ მის დასამტკიცებლად?** (რით უჭერთ მხარს თქვენს თეზისს – რა მიზეზებით, მონაცემებითა და მტკიცებულებებით?)
3. **როგორ მიდიხართ ამ მოსაზრებამდე?** (რომელ ვარაუდებს მიიჩნევთ თავისთავად ცხადად და რომელთა მიმართ ელით მკითხველთა მსგავსსავე/ცხად დამოკიდებულებას?)
4. **რამ შეიძლება შეგიშალოთ ხელი მის დასაბუთებაში?** (რომელ შემზღვეველ

ასპექტებზე საუბარი გჭირდებათ გამონაკლისების საჩვენებლად - მაგრამ და თუ კავშირების ან დამატებითი სიტყვების - ჩვეულებრივ, ხშირად, რამდენიმე, უმეტესად და ზოგჯერ - გამოყენებით?)

ქვემოთ მოცემულია მაგალითი, რომელიც გვაჩვენებს, თუ როგორ შეიძლება ტულმინის შეკითხვების გამოყენება:

მტკიცება: სოციალური მედიის პლატფორმებმა უნდა შეიმუშაონ უფრო მკაცრი სამოქმედო გეგმა დეზინფორმაციის წინააღმდეგ;

მხარდაჭერა: ვფიქრობ სოციალურ მედიაში არსებული დეზინფორმაცია ნეგატიურ გავლენას ახდენს რეალურ სამყაროზე, მაგალითად, როგორც იყო, ცრუ სამედიცინო ინფორმაციის გავრცელებით გამონვეული დამაზიანებელი შედეგები კოვიდ-19-ის პანდემიის პერიოდში;

ვარაუდი: სოციალური მედიის პლატფორმებს აკისრიათ პასუხისმგებლობა, შეაჩერონ ყალბი ინფორმაციის გავრცელება, განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ ეს ინფორმაცია საფრთხეს უქმნის მოქალაქეების ჯანმრთელობასა და უსაფრთხოებას.

შეზღუდვითი ასაქტი: ამ პოლიტიკამ შეიძლება შექმნას მეტად ინფორმირებული და უსაფრთხო ონლაინგარემო მედიამომხმარებლებისთვის, თუ იგი არ დაარღვევს სიტყვის თავისუფლების პრინციპებს.

შესწორებადი მტკიცება: სოციალური მედიის პლატფორმებს, რომლებსაც მკაცრი პოლიტიკა აქვთ შემუშავებული დეზინფორმაციის წინააღმდეგ, შეუძლიათ, ხელი შეუწყონ მავნე ყალბი ინფორმაციის გავრცელების შემცირებასა და მეტად სანდო ონლაინსივრცის ჩამოყალიბებას.

არგუმენტის შედგენისას განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, ყურადღება მიაქციოთ ვარაუდებს, რომლებიც მტკიცებას თქვენ მიერ თავმოყრილ მიზეზებთან აკავშირებს. დაფიქრდით, დაეთანხმებიან თუ არა მკითხველები ამ ვარაუდებს, თუ დაგჭირდებათ მათი ახსნა, განხილვა და დაცვა.

მაგალითად: მტკიცება, რომ „სატელეფონო მარკეტინგზე უნდა დაწესდეს მონიტორინგი, ვინაიდან მსგავსი რეკლამირებით ადვილად ტყუვდებიან ხანდაზმულები და გულუბრყვილო ადამიანები“, მოიაზრებს ვარაუდს, რომ მონიტორინგით დაიჭერენ და შეამცირებენ თაღლითობის ფაქტებს; ან მტკიცება, რომ „ტელემარკეტინგი უნდა წახალისდეს, ვინაიდან

მას სარგებელი მოაქვს ეკონომიკისთვის“, გულისხმობს დაშვებას, რომ ეკონომიკისთვის სარგებლის მოტანა მნიშვნელოვან მიზანს წარმოადგენს. ეს განსხვავებული ვარაუდები მოსაწონი იქნება სხვადასხვა მკითხველისთვის, ზოგიერთს კი შეიძლება დარწმუნება დასჭირდეს ამ ვარაუდების სისწორეში მანამ, სანამ ისინი შეეცდებიან, დაეთანხმონ თქვენს მტკიცებას ან მის ამხსნელ მიზეზებს.

გაითვალისწინეთ, რომ თუ თქვენი მტკიცებაა: „ტელემარკეტინგი უნდა წახალისდეს, ვინაიდან ის სასარგებლოა“, ამით, ფაქტობრივად, ამბობთ, რომ „ტელემარკეტინგი კარგია, ვინაიდან ის კარგია“. მკითხველი აუცილებლად გააპროტესტებს და უარყოფს მსგავს წრიულ მსჯელობას. ამიტომაც არის მნიშვნელოვანი ტულმინის მე-3 კითხვის დასმა. ეს შეკითხვა გიბიძგებთ, დაფიქრდეთ, თუ როგორ უნდა მიხვიდეთ თქვენი მიზეზებიდან/გამამყარებელი ფაქტებიდან თქვენსავე მტკიცებამდე და რა ვარაუდებს ეფუძნება ეს მტკიცება.

არგუმენტის ზიჯი

არგუმენტი კომპლექსური სიმბოლური კონსტრუქციაა, რომელშიც ერთი ნაწილი, ცნობილი, როგორც ამოსავალი დებულება/წანამძღვარი, მხარს უჭერს სხვა ნაწილს – დასკვნას. არგუმენტები მრავალი სახისაა. ზოგიერთ მათგანში დებულების ქეშმარიტება დასკვნის ქეშმარიტების გარანტი უნდა იყოს და ეს ცნობილია **დედუქციური** არგუმენტის სახელით. სხვა არგუმენტებში დებულების ქეშმარიტებამ უფრო სავარაუდო უნდა გახადოს დასკვნის ქეშმარიტება, თუმცა ის დასკვნის უცილობელი სიმართლის გარანტი არ უნდა იყოს. ასეთი არგუმენტების ორი კლასია ცნობილი - **ინდუქციური და აბდუქციური**. გარდა ამისა, არსებობს **ანალოგიური** არგუმენტებიც.

1. დედუქციური არგუმენტი

დედუქციურ არგუმენტებში ამოსავალი დებულების ქეშმარიტება აუცილებლად გულისხმობს დასკვნის ქეშმარიტებას. ეს ნიშნავს, რომ ნებისმიერ სიტუაციაში, რომელშიც ეს დებულება ქეშმარიტია, მას დასკვნა აუცილებლად ლოგიკურად მოჰყვება. ვალიდური დედუქციური არგუმენტების მაგალითებია ნაცნობი სილოგიზმები, როგორიცაა:



ყველა ადამიანი ცოცხალი ახლება. ყველა ცოცხალი ახლება მოკვდავია. შესაბამისად, ყველა ადამიანი მოკვდავია.

შესაბამისად, თუ მე ვიცი, რომ დედუქციურად მართებული არგუმენტი ქეშმარიტია მოცემულ სიტუაციაში, მაშინ შემიძლია უცილობლად ვიფიქრო, რომ დასკვნა ასევე მართებული

იქნება ამავე სიტუაციაში. მნიშვნელოვანი თვისება, რომელიც, ჩვეულებრივ, ასოცირებულია დედუქციურ არგუმენტებთან და განასხვავებს მას ინდუქციური და აბდუქციური არგუმენტებისგან, არის იგივეობა/მონოტონურობა: თუ ა და ბ დებულებები დედუქციურად გულისხმობს გ დასკვნას, მაშინ ნებისმიერი პირობითი დ დებულების დამატება საფუძველს არ უკარგავს ამ არგუმენტს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, თუ არგუმენტი „ა და ბ; და ამიტომ გ“ დედუქციურად მართებულია, მაშინ არგუმენტი „ა, ბ და დ; ამიტომ გ“ ასევე თანაბრად დედუქციურად ქეშმარიტი გამოდის. მაგალითად:

დებულება ა: ყველა ადამიანი მოკვდავია;

დებულება ბ: სოკრატე ადამიანია;

დასკვნა გ: სოკრატე მოკვდავია.

ამ სამ დებულებას რომ დავამატოთ **დებულება დ:** სოკრატე ბერძენია, ან სოკრატე ფილოსოფოსია, ლოგიკაში არაფერი შეიცვლება და დასკვნა იგივე დარჩება.

ბოლო დროს გაჩნდა მოსაზრება, რომ ყოველდღიური მსჯელობა მკაცრად არ იცავს დედუქციური არგუმენტაციის წესებს. რეალურ სამყაროში ადამიანური მსჯელობა, როგორც წესი, ალბათური, არამონოტონური და ანულირებადია.

o **ჟურნალისტიკაში**

ჟურნალისტიკის კონტექსტში, მსჯელობაში დედუქციური არგუმენტების არსისა და როლის გააზრება ღირებულია მკაფიო და დამაჯერებელი მასალების დასაწერად. ჟურნალისტმა შეიძლება ისარგებლოს დედუქციური არგუმენტების ლოგიკური სტრუქტურებით და მათი დახმარებით დარწმუნდეს, რომ სტატიის მთავარი აზრი ან თეზისი მხარდაჭერილია რაციონალური მტკიცებებით, ფაქტებით, სტატისტიკით, ციტატებით, ექსპერტთა მოსაზრებებით; არგუმენტი ჩამოყალიბებულია მარტივად და მას მკითხველი ლოგიკურად მიჰყავს დებულებიდან დასკვნამდე. დედუქციური მსჯელობა, ასევე, ხელს უწყობს ლოგიკური/ფორმალური შეცდომებისთვის თავის არიდებას, რომლებშიც დასკვნა ლოგიკურად არ გამომდინარეობს წანამძღვარდან, რაც, საბოლოოდ, ამცირებს მასალის სანდოობას.

კარგად შემუშავებული დედუქციური არგუმენტით ჟურნალისტმა, შესაძლოა, დააინტერესოს და დააინტრიგოს მკითხველი ან ხაზი გაუსვას საკუთარი მიგნების მნიშვნელობას. დედუქციურად ჩამოყალიბებულმა არგუმენტმა, შესაძლოა, გაამარტივოს რთული საკითხები და ისინი უფრო იოლად აღსაქმელი გახადოს აუდიტორიისათვის.

შესაბამისად, ჟურნალისტებს შეუძლიათ, გამოიყენონ დედუქციური მსჯელობა ლოგიკური დასკვნების გამოსატანად, როგორც ეს ნაჩვენებია შემდგომ მაგალითებში:

ძირითადი (დიდი) წანამძღვარი: ყველა ქალაქში, რომელშიც დანაშაულის მაღალი სტატისტიკაა, სიღარიბის მაღალი მაჩვენებელიც არის (Rezaei, 2022).

მცირე წანამძღვარი: ა ქალაქში დანაშაულის მაღალი სტატისტიკაა.

დასკვნა: აქედან გამომდინარე, ქალაქ ა-ში, დიდი ალბათობით, სიღარიბის მაღალი მაჩვენებელია.

ამ მაგალითში ჟურნალისტი მსჯელობას იწყებს პირველი დებულებით ქალაქებში სოციალურ ფონსა და დანაშაულის მაჩვენებლის შესახებ (დიდი წანამძღვარი); აკვირდება კონკრეტულ ფაქტს ქალაქ ა-ზე (მცირე წანამძღვარი) და ლოგიკურად ასკვნის, რომ ქალაქ ა-ს, სავარაუდოდ, სიღარიბის მაღალი მაჩვენებელი აქვს (დასკვნა). ეს დედუქციური არგუმენტი მიჰყვება ლოგიკურ სტრუქტურას, რომელშიც, თუ წინაპირობა მართალია, მას დასკვნა ლოგიკურად მოჰყვება.

განვიხილოთ კიდევ ერთი მაგალითი:

დიდი წანამძღვარი: კორუფციულ სკანდალში გახვეული პოლიტიკოსები ხშირად კარგავენ საზოგადოების ნდობას.

მცირე წანამძღვარი: პარლამენტარი გ. ბ. ახლახან კორუფციულ სკანდალში გაეხვა.

დასკვნა: მაშასადამე, სავარაუდოა, რომ პარლამენტარი გ. ბ. საზოგადოების ნდობას დაკარგავს.

აღსანიშნავია, რომ დედუქციურ მსჯელობასაც გააჩნია საზღვრები – ჟურნალისტიკაში ხშირად გაურკვეველი, განვითარებადი ამბები შუქდება. ამიტომაც, მედიისათვის წერის დროს უნდა გააანალიზოთ დედუქციური არგუმენტების მყარ, უცილობელ დასკვნით ქეშმარიტებასთან დაკავშირებული შეზღუდვები და მზად უნდა იყოთ მასალაში ინდუქციური და აბდუქციური მსჯელობის ჩასართავად. მსგავსი მრავალფეროვანი არგუმენტაცია ამბის დეტალურად გაშუქების საშუალებას იძლევა და შესაბამისობაშია რეალურ სამყაროში განვითარებული მოვლენების კომპლექსურობასთანაც.

2. ინდუქციური არგუმენტები

ათასწლეულებია, ინდუქციური არგუმენტები არაერთ სფეროში გამოიყენება. არისტოტელეს გაგებით, ინდუქცია არის პროგრესია კონკრეტულიდან გლობალურისკენ. ინდუქციურ არგუმენტებში წარსულ გარემოებებსა და კანონზომიერებებზე დაკვირვებას მომავალ გარემოებებამდე და ზოგად პრინციპებამდე მივყავართ. მაგალითად, დაკვირვება, რომ მზე აქამდე ყოველდღე აღმოსავლეთიდან ამოდის, მიგვიყვანს დასკვნამდე, რომ ის ხვალაც აღმოსავლეთიდან ამოვა და ზოგად პრინციპამდე, რომ „მზე ყოველთვის აღმოსავლეთიდან ამოდის“.

ჩვენ ირგვლივ არსებული სამყარო, როგორც ჩანს, საკმაო სტატისტიკურ კანონზომიერებას ავლენს. სტანდარტულად, ინდუქციური არგუმენტები სტატისტიკურ სიხშირეებს ეფუძნება, რომლებსაც თავდაპირველად განხილულ შემთხვევებს მიღმა, შედეგების განზოგადებამდე მივყავართ: შესწავლილიდან შეუსწავლელამდე.

კარგ, ანუ დამაჯერებელ ინდუქციურ არგუმენტში ამოსავალი დებულების სიმართლე გარკვეულად მხარს უჭერს დასკვნის ჭეშმარიტებასაც. დედუქციურად მართებული არგუმენტისგან განსხვავებით, ინდუქციურ არგუმენტში ეს მხარდაჭერის ხარისხი არასდროს იქნება მაქსიმალური, ვინაიდან ყოველთვის არსებობს შესაძლებლობა, რომ დასკვნა მცდარი იქნება, წანამძღვრის ჭეშმარიტებიდან გამომდინარე.

o *ჟურნალისტიკაში*

ინდუქციური მსჯელობა აუცილებელია ჟურნალისტებისთვის, რათა მათ, განმეორებად მოვლენებზე, ტენდენციებსა და მტკიცებულებებზე დაკვირვებით, ჯეროვანი დასკვნები გამოიტანონ. დედუქციური არგუმენტაციისაგან განსხვავებით, რომელიც ზოგადი პრინციპებიდან კონკრეტულ დასკვნებზე გადის, ინდუქციური მსჯელობა საპირისპირო მიმართულებით მუშაობს. ჟურნალისტები ხშირად იყენებენ ინდუქციურ მსჯელობას კონკრეტული მაგალითების საფუძველზე ზოგადი სურათის შესაქმნელად – მონაცემთა ანალიზის, გამოძიების ან სოციალურ საკითხებზე მუშაობის პროცესში.

მაგალითად, ჟურნალისტი, რომელიც ქალაქში დანაშაულის მაჩვენებლის ზრდას აშუქებს, გამოიყენებს ინდუქციურ მსჯელობას კონკრეტული კანონდარღვევების ანგარიშების, პოლიციის მონაცემებისა და დაზარალებულ პირებთან ინტერვიუების გაანალიზებისას. მომხდარი ინციდენტების დეტალური შესწავლით ჟურნალისტს შეუძლია, განაზოგადოს და უფრო ფართოდ აღწეროს ქალაქში არსებული კრიმინალური ტენდენციები.

განვიხილოთ მაგალითი: ვთქვათ, ჟურნალისტი იძიებს გასული წლის განმავლობაში ქალაქის ცენტრში დაფიქსირებულ მანქანების გატეხვის შემთხვევებს. ის აკვირდება, რომ ინციდენტთა უმრავლესობა გვიან ღამით ან ადრე დილით მოხდა. გარდა ამისა, ამ უბნის მცხოვრებლებმა განაცხადეს, რომ სწორედ ამ საათებში დაინახეს საეჭვო პირები, რომლებიც მოძრაობდნენ ავტოსადგომებზე. შესაბამისად, ამ დაკვირვებებზე დაყრდნობით, ჟურნალისტი ვარაუდობს, რომ არსებობს მანქანების გატეხვის სქემა, რომელიც ორგანიზებულია ინდივიდთა ჯგუფის მიერ გვიან ღამის (ან დღის) საათებში.

შესაბამისად, ჟურნალისტი სცდება ცალკეულ ფაქტებსა და ამბებს და აყალიბებს ინფორმირებულ, განზოგადებულ შეფასებას საზოგადოებრივი ინტერესის საკითხებზე. მიუხედავად იმისა, რომ რთულია ინდუქციური მსჯელობით აბსოლუტურ ქეშმარიტებამდე მისვლა, მსგავსი არგუმენტაცია ჟურნალისტებს სთავაზობს ღირებულ ინსტრუმენტს, რომლის საშუალებითაც გააანალიზებენ, ახსნიან და აუდიტორიას გააცნობენ რთულ ინფორმაციას.

3. აბდუქციური აჩუმენტები

პირსის მიხედვით (2002), აბდუქცია არის ერთადერთი გზა, რომ მიაგნო ახალ იდეას. აბდუქციურ არგუმენტში რამდენიმე რელევანტურ ფაქტზე დაკვირვების შედეგად კეთდება დასკვნა იმის შესახებ, თუ რამ შეიძლება ახსნას ამ ფაქტების არსებობა. აბდუქციას აქტიურად იყენებენ სამართალმცოდნეობაში, სამედიცინო დიაგნოსტიკაში, სხვა მეცნიერებებში. აბდუქციური მსჯელობის კარგი მაგალითია სასამართლო პროცესის ბოლოს პროკურორის სიტყვა, რომელშიც იგი, არსებული მტკიცებულებების შეჯამების შემდეგ, ასკვნის, რომ მომხდარის ყველაზე დამაჯერებელი ახსნა ბრალდებულის მიერ იმ ბოროტმოქმედების ჩადენაა, რომელშიც მას ადანაშაულებენ.

ინდუქციის მსგავსად და დედუქციისგან განსხვავებით, აბდუქცია სულაც არ გულისხმობს დასკვნის აბსოლუტურ ქეშმარიტებას: მოყვანილ მაგალითში (ავტომანქანების ძარცვაზე) შესაძლებელია, ბრალდებული სულაც არ იყოს დამნაშავე და მტკიცებულებების არსებობა სხვა, მოულოდნელი ფენომენით იყოს გამოწვეული. თუმცა აბდუქციური არგუმენტი მნიშვნელოვნად განსხვავდება ინდუქციურისაგან იმით, რომ იგი არ გულისხმობს პროგნოზირებისთვის მხოლოდ წინასწარი დაკვირვების განზოგადებას: აბდუქცია ხშირად უკუღმა მიმართული, ვინაიდან იგი ცდილობს, ახსნას მომხდარი. აბდუქციის მთავარი მიზანია, გააერთიანოს თითქოს ერთმანეთისაგან დამოუკიდებელი მოვლენები და აჩვენოს მათ შორის არსებული განმარტებითი და/ან მიზეზ-შედეგობრივი კავშირები. კოგნიტიურად აბდუქცია ადამიანის ცნობისმოყვარეობის გამოვლინებაა – სურვილი, ახსნათ ჩვენ გარშემო არსებული ფენომენები.

აბდუქციური მსჯელობის გამოყენება მნიშვნელოვანია, რადგან ის საშუალებას იძლევა, ჩამოაყალიბოთ რთული ფენომენების საკმარისად სარწმუნო განმარტებები, სრულყოთ თქვენი ცოდნა არსებული მოვლენების შესახებ და ბიძგი მისცეთ ძიების შემდეგ საფეხურს. თუმცა, მიუხედავად იმისა, რომ იგი, ერთი შეხედვით, მარტივად აკავშირებს მოვლენას მის სავარაუდო განმარტებასთან, აბდუქცია კომპლექსური პროცესია და შესაძლებელია მისი დამაჯერებლობის ეჭვქვეშ დაყენებაც. ამიტომაც აბდუქციის გამოყენებისას უნდა გახსოვდეთ, რომ თავიდან უნდა აიცილოთ რეალობის დამახინჯება მოვლენათა ახსნისას მათი და თქვენი მსჯელობის მეტისმეტი გამარტივებით და გაიაზროთ ემპირიული მტკიცებულებების აუცილებლობა აბდუქციური მსჯელობის სანდოობის დასადასტურებლად.

o **ჟურნალისტიკაში**

ჟურნალისტიკაში აბდუქციური არგუმენტაცია შემთხვევათა დამაჯერებელი ანალიზისა და ინტერპრეტაციისათვის გამოიყენება. აბდუქცია საშუალებას გაძლევთ, არსებულ მტკიცებულებებზე დაყრდნობით, წამოაყენოთ ლოგიკური ვარაუდები და ჰიპოთეზები, მაშინაც კი, როდესაც ხელთ არასრული ინფორმაცია გაქვთ. მაგალითად, ჟურნალისტმა, რომელიც საგამოძიებო სტატიას წერს პოლიტიკური სკანდალის შესახებ, შეიძლება დასვას საკითხი, რომ გარკვეული ფინანსური ტრანზაქციები უფრო დიდი კორუფციული სქემის ნაწილია, ეს დასკვნა კი მონაწილე პირთა ქცევის თავისებურებებზე, მათ კავშირებსა და გარე მტკიცებულებებზე დაყრდნობით გააკეთოს; ჟურნალისტი, რომელიც აშუქებს ახალგაზრდებში უმუშევრობის მაჩვენებლის ზრდას, გამოიყენებს აბდუქციურ მსჯელობას, რათა ივარაუდოს, რომ ამ პროცესის ხელშემწყობი ფაქტორებია ცვლილებები სამუშაო ბაზარზე, განათლების სისტემაში ან ეკონომიკურ პოლიტიკაში. ეს ვარაუდი ემყარება ტენდენციებსა და სოციალურ პროცესებზე დაკვირვებას.

აბდუქციური არგუმენტის ჩამოყალიბებისას უნდა ამოიცნოთ ხელმისაწვდომ ინფორმაციაში არსებული შაბლონები, ტენდენციები ან განმეორებადი შემთხვევები, რომლებზეც აანყოთ მსჯელობის ხაზს და აუდიტორიას შესთავაზებთ ჰიპოთეზას ამ მოვლენების ასახსნელად. მსგავსი არგუმენტის აგებისას აუცილებელია:

- განიხილოთ კონტექსტი, ფონური ინფორმაცია და უფრო ფართო სოციალურ-პოლიტიკური გარემო;
- დაეყრდნოთ სანდო მტკიცებულებებს, მონაცემებს, ექსპერტთა მოსაზრებებს, ინტერვიუებს და ა. შ.
- გადაამოწმოთ ინფორმაცია;
- მოერიდოთ სპეკულაციას.

4. ანალოგიური აჩვენებები

ანალოგიაზე დაფუძნებული არგუმენტი ეყრდნობა აზრს, რომ თუ ორი რამ ერთმანეთის მსგავსია, მაშინ ის, რაც ქვეშეშე არის ერთისათვის, სავარაუდოდ, მართებული იქნება მეორისთვისაც. ანალოგიური არგუმენტები ფართოდ გამოიყენება ადამიანის საქმიანობის სხვადასხვა სფეროში. მაგალითად, ავილოთ არგუმენტი, რომ ცხოველებზე კოსმეტიკური ნაწარმის ტესტირება არასწორია: უცხოპლანეტელთა ცივილიზაციამ რომ აწარმოოს კოსმეტიკური ექსპერიმენტაცია ადამიანებზე, ეს არასწორი იქნება. შესაბამისად, ანალოგიურად არაეთიკურია ადამიანების მიერ ცხოველებზე კოსმეტიკის ნაწარმის გამოცდა.

ანალოგიური არგუმენტები კვლავაც ცენტრალურ ადგილს იკავებს ფილოსოფიურ დისკუსიებში. ბოლო ათწლეულების ყველაზე გამორჩეული ფილოსოფიური არგუმენტები ანალოგიური ტიპისაა - მაგალითად, ჯუდიტ ჯარვის ტომსონის მევიოლინეს არგუმენტი⁷², რომელიც მხარს უჭერს აბორტის ნებადართულობას (ტომსონი, 1971). ამ მაგალითში შესაძლებელია ანალოგიური არგუმენტების აქტილესის ქუსლის ილუსტრაცია: იგი გააკრიტიკეს იმ მოტივით, რომ ჰიპოთეტურ გარემოებასა და რეალურ საკითხს შორის მსგავსება არ არის საკმარისი მათი გაიგივებისათვის.

მაგრამ, მიუხედავად იმისა, რომ ანალოგიური არგუმენტები, შესაძლოა, სარწმუნოების ნაკლებ ხარისხს იძლევა, ვიდრე განხილული სხვა სამი ტიპის არგუმენტი, ანალოგიები მაინც ფართოდ გამოიყენება როგორც სხვადასხვა პროფესიულ წრეებში, ასევე ყოველდღიურ ცხოვრებაში. ამ სახის არგუმენტაციამ სამართლიანად მიიპყრო სხვადასხვა დისციპლინის მკვლევრების საკმაოდ დიდი ყურადღება და ამიტომაც რჩება ის კვლევის მნიშვნელოვან ობიექტად.

72. ამეიკვედ ფილოსოფოსს, ჯუდიტ ჯარვის ტომსონს, ესეში „აბორტის გამაჩთება“ მოჰყავს ანალოგიური ტიპის აჩვენებები:

დიდას ილვიძებთ და ხედავთ, რომ „მიეხთებუნი“ ხაით ცნობილ მევიოლინესთან, რომელიც უგონო მღვთაჲსაა. მას თიხკმდების ფაგადუხი დაავადება სჭიხს, თქვენ კი ხაით მსოფლიოში ეხთაღეხთი ადამიანი შეთავსებადი სისხლის ჯგუფით. ამიტომაც მოგიტაცეს და მევიოლინის სისხლის მიმოქცევის სისტემა თქვენსას მიუეხთეს, ხათა თქვენი თიხკმდები მისი სისხლიდან შხამის ამოსაღებად გამოიყენონ. თუ ამ სისტემას გამოაეხთებთ, მევიოლინე მოკვდება, მაგრამ, ალტერნატიულად, ცხრა თვეში იგი გამოჯანმრთელდება და შესაძლებელი იქნება ამ კავშირის განწყვეტა.

ტომსონი ამტკიცებს, რომ მევიოლინისგან სხეულის გამოერთება, მიუხედავად იმისა, რომ ეს მის სიკვდილს გამოიწვევს, დასაშვებია, რადგანაც სიცოცხლის უფლება არ გულისხმობს სხვისი სხეულის ამ ადამიანის თანხმობის გარეშე გამოყენების უფლებას. ანალოგიურად, იგი ამტკიცებს, რომ აბორტი არ არღვევს ნაყოფის სიცოცხლის უფლებას, არამედ ამ დროს ჩერდება ორსული ქალის სხეულის გამოყენება მისი თანხმობის გარეშე, რაც შედეგად იწვევს ნაყოფის სიკვდილს.

o **ჟურნალისტიკაში**

ჟურნალისტიკაში ანალოგიური არგუმენტები რთული საკითხების მარტივად ახსნის, გონივრული შედარებების მოყვანისა და მკითხველისათვის უცნობი თემების უკეთ აღწერის მიზნით გამოიყენება. ანალოგიები – პარალელები უცნობსა და ნაცნობს შორის – თხრობას მეტ სიცხადეს ანიჭებს და მასალას უფრო საინტერესოს ხდის.

ქონფიანგუმენტი

უნდა გვახსოვდეს, რომ ანალიზს წერთ აუდიტორიისათვის, რომელიც შეიძლება არ დაგეთანხმოს. რეალურად, არგუმენტი იმიტომაც ღირს წამოსაყენებლად, რომ თეზისი ვერ იქნება თავისთავად ცხადი, ან სწორი ყველასთვის, ვინც დაფიქრდება თქვენ მიერ დასმულ შეკითხვაზე ან წამოჭრილ საკითხზე.

მკითხველისათვის მხოლოდ თეზისის მხარდამჭერი არგუმენტების შეთავაზება არ არის საკმარისი. უნდა გაითვალისწინოთ პოტენციური კონტრარგუმენტიც, რომელსაც მკითხველი შეიმუშავებს თქვენი თეზისის ან რომელიმე სხვა მტკიცების წინააღმდეგ. წერისას შეიძლება სასარგებლოც კი იყოს, რომ თქვენ მიერ დასმულ შეკითხვაზე ალტერნატიულ პასუხებად თეზისის საპირისპირო არგუმენტები წარმოიდგინოთ. სწორედ ამიტომ, თქვენი თეზისის ეფექტიანად გასამყარებლად, უნდა ახსნათ, რატომ არის ის თქვენი არგუმენტი უფრო ძლიერი, ვიდრე სხვა ალტერნატივა.

კონტრარგუმენტი არ უნდა იყოს სტატიის ბოლო დანამატი, ბოლო აბზაცი მას შემდეგ, რაც დაასრულეთ მასალის წერა. ანალიტიკური, სადავო საკითხის განხილვისას ყოველთვის უნდა იფიქროთ ასპექტებზე, რომლებშიც დაფიქრებული მკითხველი, შესაძლოა, ლოგიკურად არ დაგეთანხმოს. არგუმენტი ბევრად უფრო სანდო იქნება, თუ შეძლებთ, აუხსნათ მკითხველს, თუ რატომ არ არის მისი კონტრარგუმენტი ისეთივე დამაჯერებელი, როგორც თქვენი არგუმენტი.

შესაძლოა, კვლევის პროცესში შეიმუშავოთ ისეთი კონტრარგუმენტი, რომლის უარყოფაც შეუძლებელია, რაც გიბიძგებთ, გადახედოთ წამოყენებულ თეზისს და თქვენი არგუმენტაციის ზოგიერთ ნაწილს. პოტენციური კონტრარგუმენტების განხილვით, თქვენ აანალიზებთ, ეთანხმებით თუ არა საკუთარ არგუმენტს. ამასთან, ხშირ შემთხვევაში აღმოაჩენთ, რომ კონტრარგუმენტი მეტად კომპლექსურს ხდის თქვენს არგუმენტს, მაგრამ სრულიად არ უარყოფს მას.

ზოგიერთი კონტრარგუმენტი პირდაპირ თეზისის წინააღმდეგ იქნება მიმართული, სხვა კი თქვენი არგუმენტაციის ცალკეულ პუნქტებს დაუპირისპირდება. მაგალითად, კონტრარგუმენტით შესაძლოა, მოხდეს შემდეგი პრობლემების იდენტიფიცირება:

- პრობლემა დასკვნაში, რომელიც არგუმენტებზე დაყრდნობით გამოიტანეთ;
- პრობლემა დაშვებულ ვარაუდში;
- მონაცემები, რომლებიც არ განიხილეთ;
- შედეგები, რომლებიც არ გაითვალისწინეთ;
- ფაქტებისა და მონაცემების ალტერნატიული ინტერპრეტაციები.

მაგალითად, განვიხილოთ შემდეგი თეზისი მასალისთვის, რომელიც აანალიზებს კლიმატური ცვლილების წინააღმდეგ მიმართულ სხვადასხვა მიდგომას:

კლიმატური ცვლილებების შეჩეხებისკენ მიმართული სამოქალაქო აქტივიზმი, რომელიც ფოკუსირებულია ინდივიდუალურ ქმედებებზე, მაგალითად, ნაჩვენების გადამუშავებაზე, ჩხილავს სისტემური ცვლილებების აუცილებლობას, რომელიც საჭირო იქნება ნახშირბადის ემისიის შენეებისათვის.

ამ თეზისის ავტორმა სტატიაში უნდა დაამტკიცოს, რომ ინდივიდუალური ქმედებები არა მარტო ვერ გადაჭრის კლიმატის ცვლილების პრობლემას, არამედ შეიძლება მან რეალურად გაართულოს კიდევ პრობლემის გადაჭრა. დამაჯერებელი არგუმენტების შესამუშავებლად, ავტორს დასჭირდება, განიხილოს, თუ რა კუთხით შეიძლება არ დაეთანხმოს მას აუდიტორიის ნაწილი.

ავტორმა შეიძლება მოიფიქროს შემდეგი კონტრარგუმენტები:

- ინდივიდუალური ქმედებების წახალისებით სამოქალაქო აქტივისტებს შეუძლიათ, აამაღლონ ცნობიერება ამ პრობლემის შესახებ და წახალისონ ადამიანები, მხარი დაუჭირონ უფრო ფართო სისტემურ ცვლილებებს;
- გლობალური და მასშტაბური ინდივიდუალური ქმედებები რეალურ შედეგს გამოიღებს;
- ინდივიდუალურმა ქმედებებმა შეიძლება არ გამოიწვიოს ცვლილება, მაგრამ ის არ გადაფარავს პრობლემის გადაჭრის სისტემური გზების საჭიროებას;
- ინდივიდუალური ქმედებები ვერ გაერთიანდება ერთ კატეგორიად – ისინი უნდა იყოს დიფერენცირებული.

დამაჯერებელი არგუმენტაციისათვის არ არის საჭირო ყველა პოტენციური კონტრარგუმენტის განხილვა. უმჯობესია, განიხილოთ ის, რომელიც საშუალებას მოგცემთ, გააძლიეროთ საკუთარი არგუმენტი.

როგორ მოვიხმოდ კონტრაგუმენტი

მასალაში კონტრაგუმენტის ეფექტიანი ინტეგრირებისათვის საჭიროა:

- **დააფიქსიროთ კონტრაგუმენტი** და ახსნათ, რატომ შეიძლება მკითხველთა ნაწილს გაუჩნდეს ეს საპირისპირო მოსაზრება;
- **შეწინააღმდეგეთ კონტრაგუმენტს.** შეგიძლიათ განმარტოთ, თუ რატომ არის თქვენი არგუმენტი მეტად დამაჯერებელი, თუნდაც ამ ალტერნატიული პოზიციის გათვალისწინებით. შეგიძლიათ, ხაზი გაუსვათ ხარვეზს კონტრაგუმენტში ან აღიაროთ, რომ ამ საპირისპირო შეხედულებაში სიმართლე, შესაძლოა, არსებობს, მაგრამ ახსნათ, რატომ არ ასუსტებს ეს თქვენს პოზიციას. შეგიძლიათ, აღნიშნოთ, რატომ არ არის ეს კონტრაგუმენტი რელევანტური ან დახვეწოთ საკუთარი არგუმენტი კონტრაგუმენტის საპასუხოდ.

რომ გავაგრძელოთ ზემოთ მოყვანილი მაგალითი, კლიმატური ცვლილების წინააღმდეგ მიმართული სხვადასხვა მიდგომის შესახებ სტატიის წერისას, შესაძლოა, მსგავსი კონტრაგუმენტის მოხმობა:

კონტრაგუმენტი – ზოგიერთი ექსპერტი ამბობს, რომ მნიშვნელოვანია ინდივიდუალური პასუხისმგებლობა და ინდივიდების მიერ მიღებული ზომები ამ პრობლემის გადასაჭრელად. ჟურნალში The Atlantic გამოქვეყნებულ სტატიაში (Lowery, 2020) ავტორი, ენი ლოური, ამტკიცებს, რომ ინდივიდუალური ქმედებები, როგორც არის საყოფაცხოვრებო სივრცეში დაგროვებული ნაგვის რაოდენობის შემცირება ან მზის პანელების დაყენება, მნიშვნელოვანია კლიმატის ცვლილებებთან საბრძოლველად, ვინაიდან სოციალური ქცევის შეცვლამ შეიძლება კანონების შეცვლა გამოიწვიოს.

კონტრაგუმენტის საწინააღმდეგო არგუმენტი – ლოური შეიძლება მართალი იყოს და ინდივიდუალურმა ქმედებებმა (მაგალითად, კონკრეტული კორპორაციის ადმინისტრაციის მიერ ინიცირებულმა) შეიძლება მიგვიყვანოს კოლექტიურ მოქმედებამდე, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, ინდივიდუალურ ქმედებებზე მსგავსი ფოკუსირება კორპორაციებს საშუალებას მისცემს, პოზიტიური განწყობა დაიმსახურონ და პარალელურად განაგრძონ წიაღისეული საწვავის მოხმარება საშიში ტემპით.

სად წამოაყენოთ კონტრაგუმენტი

არ არსებობს ერთი სწორი ადგილი კონტრაგუმენტისათვის. სად წამოაყენებთ კონკრეტულ კონტრაგუმენტს, დამოკიდებული იქნება იმაზე, თუ როგორ ერგება იგი თქვენს არგუმენტაციას. შეგიძლიათ კონტრაგუმენტის მოხმობა:

- დასკვნამდე:** ამ დროს გედღევით შანსი, განიხილოთ ყველა ის დეტალი, რომელსაც ფიქრობთ, რომ მკითხველი ეჭვქვეშ დააყენებს, თქვენი მთავარი არგუმენტის წაკითხვის შემდეგაც კი. თუმცა ნუ ჩადებთ კონტრაგუმენტს დასკვნაში. ამ შემთხვევაში აღარ გექნებათ საკმარისი სივრცე, კარგად განიხილოთ იგი და მკითხველი შეიძლება დაიბნეს ან ნაკლებ სარწმუნოდ ჩათვალოს თქვენი არგუმენტი.
- თეზისამდე:** შესაძლოა, წერდეთ სტატიას სხვისი არგუმენტის საწინააღმდეგოდ, ანუ – თქვენი თეზისი ვიღაცის არგუმენტის კონტრაგუმენტი. ასეთ შემთხვევებში, შეიძლება კონტრაგუმენტის მოხმობა თეზისამდე გინდოდეთ, რათა აჩვენოთ მკითხველს, რა დევს სასწორზე – ვიღაცამ წარმოადგინა არადაამაჯერებელი არგუმენტი და თქვენ ახლა უკეთესის წამოყენებას აპირებთ.
- შესავლის შემდეგ:** ზოგიერთ შემთხვევაში, შეიძლება კონტრაგუმენტს თქვენი სტატიის დასაწყისშივე უპასუხოთ, ვიდრე ღრმად განიხილავთ ძირითად არგუმენტს. ეს კარგი ვარიანტია, თუ გსურთ, მკითხველს აჩვენოთ, რომ კონტრაგუმენტი არ არის ისეთივე ძლიერი, როგორც თქვენი არგუმენტი.
- ყველგან, სადაც ლოგიკურად ჯდება:** მასალის წერისას ყოველთვის უნდა გქონდეთ მხედველობაში სამიზნე აუდიტორია და იფიქროთ იმაზე, თუ სად შეიძლება არ დაგეთანხმოთ მკითხველი ან რა შეიძლება გააპროტესტოს მან თქვენ მიერ შეთავაზებულ არგუმენტში. ამ ადგილებში შეგიძლიათ, წარმოადგინოთ ეს პოტენციური კონტრაგუმენტები და ახსნათ, რატომ არ ცვლის ის თქვენს არგუმენტს. თუ ფიქრობთ, რომ ის გავლენას ახდენს არგუმენტზე, შეგიძლიათ, აღიაროთ ესეც და ახსნათ, რატომ რჩება თქვენი არგუმენტი მაინც დამაჯერებლად.

ანალიზური წერის სხვა ფორმები

ანალიზი თავისთავად გულისხმობს სტატიის წერას და ყველა ზემოთ მოტანილი რჩევა – სათაურის, ლიდის, აბზაცების, კომენტარების, ციტირებების, არგუმენტირების შესახებ – მისაღები და გამოსაყენებელია. ქვემოთ განვიხილავთ, კიდევ რა ახალი ფორმები გვხვდება, რომელშიც ანალიზის ელემენტები ისევე საჭიროა, როგორც სტატიაში.

■ სვეტი

ტერმინი „სვეტი“ წარმოადგენს ინგლისური „column“-ის თარგმანს, რის გამოც იმ ადამიანებს, რომელთა ტექსტებიც ამ სპეციალურ სივრცეს ავსებს, „კოლუმნისტებს“ უწოდებდნენ. კოლუმბიის უნივერსიტეტის ელექტრონული ენციკლოპედია „კოლუმნისტს“ განსაზღვრავს, როგორც მრავალრიცხოვან ესეთა ავტორს, რომლებიც რეგულარულად ჩნდება პერიოდიკაში, ყველაზე ხშირად კი – მუდმივ რუბრიკაში (სვანიძე, 2016).

სვეტი მოსაზრების ნიმუშია, რომელიც გამოხატავს მწერლის/ჟურნალისტის პოზიციას და კონკრეტულ საკითხზე ან პრობლემაზე მიმართული. იმის ცოდნა, თუ როგორ წარმოვაჩინოთ ჩვენი მოსაზრება, მნიშვნელოვანია სვეტის ნებისმიერი ავტორისთვის. ასეთმა ნაშრომმა ცხადად უნდა წარმოადგინოს ავტორის მთავარი აზრი და პოზიცია. სვეტი მოიცავს მწერლის/ჟურნალისტის უნიკალურ სტილს და ხმას. იმისთვის, რომ დაწეროთ კარგი სვეტი, უფრო მეტია საჭირო, ვიდრე უბრალოდ აზრის გადმოცემა. ასეთ მასალაში თითოეული წინადადება უნდა იყოს ზუსტი, მკაფიო და დამაჯერებელი.

■ რედაქტორის სვეტი

რედაქტორი მთელი კვირის მოვლენებს აჯამებს რედაქტორის სვეტში. ჟურნალის/გაზეთის ეს ნაწილი სუბიექტურია და გამოხატავს მოსაზრებას კონკრეტულ მნიშვნელოვან საკითხზე. ეს შეიძლება იყოს სოციალური, პოლიტიკური, ეკონომიკური და სხვ. თემები. რედაქტორის სვეტის მიზანი არის ის, რომ ვცადოთ და მკითხველს წარვუდგინოთ ხედვის კონკრეტული კუთხე. რედაქტორის სვეტი უფრო მოსაზრებაა, ვიდრე ფაქტი, თუმცა იგი მოიცავს ანალიტიკური წერის ელემენტებს.

მაგალითად, National Geographic-ის რედაქტორის სვეტი⁷³ სულ რამდენიმე წინადადებაში გამოკვეთს მთავარ სათქმელს – თანამედროვე კვლევაში ხელოვნური ბარიერები აღარ უნდა იყოს!

73. ქეთევან ჭუმბუხიძე, „კვლევის ახალი ეპოქა“, 07, 2023. <https://nationalgeographic.ge/story/21010/>

„ივრისში ყუჩადლების ცენტრში აჩიან მკვლევები – ადამიანები, რომლებიც უცნობ ადგილებს მიაშუებენ, იკვლევენ წახსურსა თუ აწმყოს, ზხუნავენ უკეთეს მომავალზე. მათი დამსახურებაა, რომ National Geographic-ს 135 წელია, ახ გამოდევია თქვენთვის მოსათხრობი სათავგადასავლო და შემეცნებითი ამბები.“

კვლევის ახად ეპოქაში ადახ ახსებობს ბუნებრივი ბაჩიეხები – გადაუდახავი ოკეანეები და უცხო კონტინენტები; თუმცა ახსებობს ისეთი ხედოვნური ბაჩიეხები, ხოგოხებიცაა, მაგალითად, ჩაკეტიდი საზღვხები ან სოციალური უთანასწორობა. სხუდი ანაქორონიზმია, რომ თანამედროვე ავლანელი გოგონებისთვის სკოლის დამთავხება ოკეანის გადაცუხვის გოდფასია; შაბანა ბასიჯ-ხასიხმა ეს შედლო. ჰუმანიტაჩი განმანათლებელი ღლეს ახად თაობასაც უკვადავს გზას, ხისთვისაც მას National Geographic-ის წდის მკვლევხის წოდება მიენიჭა. ამ ნომეხში გაგაცნობთ მას და სხვა იმედისმომცემ ახადგაბხედებს.“

რედაქტორი მოკლედ მიმოიხილავს კონკრეტულ ნომერს და წარადგენს მასალებს, რომელიც მკითხველს ნომერში შეხვდება, თუმცა რედაქტორის სვეტის წაკითხვის შემდეგ იცი, რომ ჟურნალში ერთი პუბლიკაცია აუცილებლად იქნება ავლანელი მკვლევრის – შაბანა ბასიჯ-რასიხისა. ამით რედაქტორი მხარდაჭერას უცხადებს სოციალური უსამართლობისა და სხვა ხელოვნური ბარიერების წინააღმდეგ მებრძოლ მკვლევრებს.

■ **სარედაქციო სვეტი/წერილი (Editorial)**

განმარტების მიხედვით, ეს არის სარედაქციო წერილი, რომლის პათოსსაც რედაქციის წევრთა უმეტესობა ეთანხმება. ის იწერება მრავლობითი რიცხვის პირველ პირში და გამოხატავს რედაქციის პოზიციას კონკრეტულ საკითხთან დაკავშირებით. მაგალითად, რედაქციის დამოკიდებულება რომელიმე სამთავრობო გადაწყვეტილების მიზანშეწონილობის შესახებ, სამოქალაქო პოზიციის განმტკიცების შესახებ, როგორიცაა, მაგალითად, მარიხუანას ლეგალიზაციის, მოწყვლადი ჯგუფების მხარდაჭერის, აზარტული თამაშების ან მათი რეკლამის აკრძალვის ან სხვა მნიშვნელოვანი საკითხის შესახებ. სარედაქციო სვეტი იწერება ჟურნალის/გაზეთის წინა გვერდებზე და ზოგჯერ განსაზღვრავს მთელი ჟურნალის/გაზეთის კონტენტს, ან დამოუკიდებლად დგას. სარედაქციო სვეტი მოიცავს ანალიზის ყველა ელემენტს.

სარედაქციო წერილისადმი დღევანდელი მიდგომა განსხვავებულია და ქართულ მედიაში უკვე გვხვდება სახელობითი „ედიტორიალები“, მაგალითად, „გიორგი აბაშიშვილის ედიტორიალი“. ეს იმას ნიშნავს, რომ „ედიტორიალი“, ანუ როგორც განმარტებით ლექსიკონებშია ახსნილი – „გაზეთის მოწინავე/სარედაქციო სტატია“ – რედაქტორის სვეტით არის ჩანაცვლებული და ერთი კონკრეტული პირის მოსაზრებას გამოხატავს. თუმცა ის მოთხოვნა, რომ მასში ანალიზის ელემენტები უნდა იდოს, არ შეცვლილა.

■ ოპედი

ოპედის სახელწოდება „op-ed“ (opposite the editorial page) გაზეთში მისი ტრადიციული ადგილიდან გამომდინარეობს – იგი სარედაქციო სტატიის მოპირდაპირედ და მის საპირინონედ იბეჭდებოდა. თუ სარედაქციო სტატია მედიაორგანიზაციის დამოკიდებულებას გამოხატავდა, ოპედში იმ ადამიანის/პირის მოსაზრებაა გამოთქმული, რომელიც რედაქციას არ მიეკუთვნებოდა. დღეს ეს ტერმინი უფრო ფართო გაგებისაა და იმ სვეტებსაც მოიაზრებს, რომლებიც რელევანტურ საკითხზე ავტორის ძლიერ, ინფორმირებულ და კონკრეტულ აზრს წარმოადგენს და მიმართულია სამიზნე აუდიტორიისაკენ. მისი ავტორი შეიძლება იყოს ნებისმიერი კომპეტენტური პირი, რომელსაც გააჩნია განსხვავებული მოსაზრება არსებულ საკითხზე.

ოპედის ან სვეტის განსაზღვრვა:

- როგორც წესი, ის მოკლეა – 750-დან 800 სიტყვამდე;
- მასში ჩანს მკაფიოდ განსაზღვრული მიზანი;
- მასში ჩანს მკაფიოდ განსაზღვრული თვალსაზრისი;
- მასში ცხადად და ორგანიზებულად არის წარმოდგენილი ავტორის ფიქრის პროცესი და მოსაზრების განვითარება;
- იგი აჟღერებს ავტორის ინდივიდუალურ მოსაზრებას.

კითხვები, რომლებიც უნდა დაუსვამთ საკუთარ თავს ოპედის ან სვეტის წერისას:

- მაქვს თუ არა მკაფიო მიზანი ან შეხედულება?
- რა არის ეს შეხედულება?
- ვის აინტერესებს ეს? (კონკრეტული აუდიტორიის განსაზღვრა დაგეხმარებათ წერის პროცესში. ვის დარწმუნებას ცდილობთ? რატომ მიმართავთ ამ კონკრეტულ მკითხველს?)
- აქვს თუ არა საფუძველი ჩემს არგუმენტს?

თემა და ძირითადი მოტივი:

ყველა კარგად დანერგილ ოპედსა და სვეტს აქვს მკაფიოდ განსაზღვრული თემა და ძირითადი მოტივი:

თემა: ადამიანი, ადგილი, საკითხი, ინციდენტი ან სხვა რამ, რაც სვეტის ძირითადი აქცენტი. თემა, ჩვეულებრივ, პირველივე აბზაცში იკვეთება.

ძირითადი მოტივი: თემის მნიშვნელობის სხვა საფეხური. რა არის სვეტის ყველაზე დიდი, ყოვლისმომცველი იდეა? რა მიზანი გაქვთ? რატომ არის თქვენი იდეა მნიშვნელოვანი? ძირითადი მოტივი, შესაძლოა, გამოიკვეთოს მასალის დასაწყისში ან მოგვიანებით, როდესაც ის გარდამტეხ წერტილად და უფრო ღრმა არგუმენტაციის საწყისად იქცევა.

კვლევა

მიუხედავად იმისა, რომ სვეტები და ოპედები საშუალებას გაძლევთ, გამოხატოთ აზრი, ოპედის კარგად ასაგებად აუცილებელია საფუძვლიანი კვლევა. ძიების პროცესი მოიცავს წყაროებიდან ფაქტების, ციტატების, კომენტარების ან მონაცემების შეგროვებას და პირად დაკვირვებას. არსებობს კვლევის ორი ძირითადი მეთოდი:

- საველე კვლევა: შემთხვევის ადგილზე მისვლა, წყაროებთან გასაუბრება, ინტერვიუება; პირველადი მასალების, დაკვირვებისა და ცოდნის გამოყენება;
- აკადემიური ან ინტერნეტკვლევა; მეორეული მასალების, მათ შორის, გრაფიკების, დიაგრამებისა და სამეცნიერო სტატიების გამოყენება.

შესავალი

სვეტებში პირველ წინადადებას დიდი მნიშვნელობა აქვს – მან უნდა დააინტერესოს აუდიტორია ძლიერი მტკიცებით, გასაკვირი ფაქტით, მეტაფორით, მისტიკით ან კონტრინტუიციური დაკვირვებით, რომელიც აიძულებს მკითხველს, გააგრძელოს კითხვა. შესავალი, ასევე, საფუძველს უქმნის თქვენს არგუმენტს.

დასასრული

დასასრული ოპედის ან სვეტის ბოლო და, ხშირად, ყველაზე დასამახსოვრებელი დეტალია. მასალის ძლიერი დასასრულისთვის საჭიროა:

- იგი ეხმიანებოდეს ან პასუხობდეს შესავალს;
- ეყრდნობოდეს წინამორბედ თემატურ დებულებებს;
- შეიცავდეს საბოლოო მიმართვას ან მოუწოდებდეს მკითხველს მოქმედებისაკენ.

წერის სტილი

ოპედის ან სვეტის წერისას არსებითად აუცილებელია აზრის მკაფიოდ დაფიქსირება. სვეტები, როგორც წესი, სასაუბრო ტონით იწერება, ამიტომ შეგიძლიათ, წარმოიდგინოთ, რომ მკითხველს ესაუბრებით. ეს საუბარი მოკლე და მიზანმიმართული უნდა იყოს. სვეტებში გამოყენებული სტილი ცვალებადი და მრავალფეროვანია, იქნება ეს აღწერითი, ინფორმატიული, ინტროსპექციული, იუმორისტული თუ სხვა.

რევიუ

რევიუ არის კრიტიკული წერილი, რომელიც კონკრეტულ ობიექტს ახასიათებს და ღიად გამოხატავს მოსაზრებას ამ ობიექტის შესახებ. ამა თუ იმ გამოცემაში შეიძლება გამოქვეყნდეს რევიუ ფილმის, თეატრალური დადგმის, მუსიკის ან წიგნის შესახებ. დადგენილი წესები და ჩარჩო რევიუს წერას არ აქვს. მთავარია, მწერალმა/ჟურნალისტმა, არგუმენტების მეშვეობით, დაასაბუთოს თავისი აზრი.

რევიუს წერა უმჯობესია, დაიწყოთ ობიექტის (მოვლენის) ძლიერი და სუსტი მხარეების ჩამოთვლით, რაც მყარ არგუმენტაციაზე უნდა იყოს დაფუძნებული. რევიუ უფრო მიმოხილვის ფორმაა, ფილმის, თეატრალური დადგმის, მუსიკის ან წიგნის შესახებ კრიტიკული ანალიზი კი რეცენზიაში აისახება და მას ძირითადად სპეციალისტები (ან დასპეციალებული ჟურნალისტები) წერენ.



მეორე ნაწილი

1) დაწეხეთ სტატია (700 -800 სიტყვა), რომელშიც დაასაბუთებთ წამოყენებულ თეზისს ახგუმენტიხების სხვადასხვა ხეხხით; შეეცადეთ, გამოკვეთოთ ახგუმენტები და კონტრახგუმენტები და პხეზენტაციაზე აჩვენეთ, რომელი ახგუმენტის კონტრახგუმენტი გამოიყენეთ და ხა დამატებითი ახგუმენტი დაუპიხისპიხეთ მას;

2) დაესწაიხთ სპექტაკლს ან კინოჩვენებას და დაწეხეთ ხევიუ. შეეცადეთ, ობიექტუხად გააანადიხოთ მოვლენა და გადაიგანოთ ფუხცედზე; დაწეხიდი ნაშიხომი გაუზიახეთ მეგობხებს, დააკვიხიდი, ხა საეხთო და განსხვავებუდი მოსაზხებები გამოიკვეთება კინოს ან სპექტაკლის შესახებ.

ბამოყენებელი ლიტერატურა:

- Bazerman, C. (2015). *Involved: Writing for College, Writing for Your Self* (გვ. 192-218). The WAC Clearinghouse. <https://wac.colostate.edu/books/practice/involved/> (Originally published 1997 by Houghton Mifflin);
- Dutilh N., C. (2022). "Argument and Argumentation". The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2022 Edition). Edward N. Zalta&Uri Nodelman (eds.), URL: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2022/entries/argument/>; ბოლო ნახვა: 23.03.2024;
- Harvard College Writing Center. (n.d.). Asking Analytical Questions. Retrieved from: https://writingcenter.fas.harvard.edu/asking-analytical-questions?admin_panel=1; ბოლო ნახვა: 23.03.2024;
- Harvard College Writing Center. (n.d.). Counterargument. Retrieved from: <https://writingcenter.fas.harvard.edu/counterargument>; ბოლო ნახვა: 23.03.2024;
- Harvard College Writing Center. (n.d.). Developing A Thesis. Retrieved from: <https://writingcenter.fas.harvard.edu/thesis>; ბოლო ნახვა: 23.03.2024;
- Lewiński, M. & Aakhus, M. (2014). "Argumentative Polylogues in a Dialectical Framework: A Methodological Inquiry", *Argumentation*, 28(2): 161–185. doi:10.1007/s10503-013-9307-x;
- Lowery, A. (August 31, 2020). All that Performative Environmentalism Adds Up. *The Atlantic*. Retrieved from: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/08/your-tote-bag-can-make-difference/615817/>; ბოლო ნახვა: 23.03.2024;
- Lowery, A. (August 31, 2020). *The Atlantic*, All that Performative Environmentalism Adds Up..." <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/08/your-tote-bag-can-mak...> ბოლო ნახვა: 23.03.2024;
- Raimes, A. & Jerskey, M. (2010). *Keys for Writers* (5th edition). Cengage Learning. Canada. Wadsworth. ISBN-10: 0-495-79982-3;
- Rezaei, A. (2022). The Effect of Poverty on Crime: A Case Study of Marvdasht City. Iran. *Journal of American Science*, 18(4), 121-124. ISSN 1545-1003 (print); ISSN 2375-7264 (online). doi:10.7537/mars-jas180422.06;

- Rosenwasser, D., & Stephen, J. (2018). Writing Analytically (w/ MLA9E & APA7E Updates) (8th ed.). Cengage Learning. ISBN: 9781337559461;
- Seglin, J. (n.d.). How to Write an Op-Ed or Column. Harvard Kennedy School Communications Program. Retrieved from: <https://t.ly/gLYET>; ბოლო ნახვა: 23.03.2024;
- Thomson, J. J. (1976). A Defense of Abortion. In: Humber, J. M., Almeder, R.F. (eds). Biomedical Ethics and the Law. Springer. Boston. MA. https://doi.org/10.1007/978-1-4684-2223-8_5;
- Toye, R. (2013). Rhetoric: A Very Short Introduction. Very Short Introductions (Oxford, 2013; online edn, Oxford Academic, 24 Sept. 2013). <https://doi.org/10.1093/acrade/9780199651368.001.0001>, ბოლო ნახვა: 23.03.2024;
- Wilson, D. C. (2020). A guide to good reasoning: Cultivating intellectual virtues (2nd ed.). University of Minnesota Libraries Publishing. ISBN: 13: 9781946135667;
- Winner, W. E. (2013). A Handbook for Analytical Writing. Synthesis Lectures on Professionalism and Career Advancement for Scientists and Engineers. Springer. Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-02507-5_1;
- გოჩიტაშვილი, ქ., შაბაშვილი, გ. (2012). ანალიტიკური წერა. საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა, თბილისი. ISBN: 978-9941-0-4447-2;
- სვანიძე, ნ. (2016). თანამედროვე ქართველ მწერალ-მესვეტეთა შემოქმედებითი თავისებურებები, ახალგაზრდა მკვლევართა ჟურნალი, <http://jyr.tsu.ge/index.php/Hoome/ebaut/ge/3/3>, ბოლო ნახვა: 23.03.2024;
- ტორაძე მ., მაისაშვილი ხ., „მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები“, თბილისი, 2019. ISBN 978-9941-13-842-3 (pdf);
- ჭაბაშვილი, მ. (1989). უცხო სიტყვათა ლექსიკონი. (შეადგინა [და წინასიტყვ. დაურთო] მიხეილ ჭაბაშვილმა), მე-3 შესწ. და შევს. გამოც., თბ.: განათლება.

ფირენი

- *აა ახის ფირენი?*
- *ფირენის ძირითადი მახასიათებლები*
- *ფირენის ტიპები*

პროფანიდი

- *აა ახის პროფანიდი/პროფენი?*
- *როგორ იწეება პროფანიდი?*
- *ინტეგრირებული პროფანიდი*
- *ხრევიანი დამატებითი პროფანიდების წეხისთვის*

ჟურნალისტიკაში ფაქტი უპირატესია – ფაქტი ის ნედლეულია, რომლისგანაც მზადდება ნებისმიერი მედიაპროდუქტი. თუმცა მხოლოდ ისეთი მასალების კითხვა, რომლებიც მშრალი ფაქტებისაგან შედგება, აუდიტორიისათვის მომაბეზრებელი იქნებოდა და ჟურნალისტიკაც თავის უმნიშვნელოვანეს მიზანს – დააინტერესოს მკითხველი – ვერ შეასრულებდა. ამ მონოტონურობის აღმოსაფხვრელად, ჟურნალისტები ნარატიულ ელემენტებს იყენებენ და ისტორიებს მიმზიდველი ამბებით, დეტალური აღწერილობითა და სიღრმისეული ანალიზით აცოცხლებენ.

მრავალფეროვნების ეს საჭიროება განსაკუთრებით კარგად ჩანს დღევანდელი კონკურენტული მედიის მაგალითზე, რომელსაც სურს, გამოაქვეყნოს არა მხოლოდ ახალი ამბები, არამედ გამორჩეული ისტორიები, რომლებიც მკითხველებს დიდი ხნით „ჩაიჭერს“ და მათ არაერთგვაროვან თემებს, წერის სტილსა და სტრუქტურას შესთავაზებს. ამ კომპონენტებს, ყველაზე უკეთ, ალტერნატიული, მეტად შემოქმედებითი და უნიკალურად სტრუქტურირებული ჟურნალისტური მასალა – ფიჩერი მოიცავს. იგი მოგვითხრობს „დახარისხებულ“ ამბებს, რომლებიც დროის განმავლობაში აქტუალობას და მნიშვნელობას არ კარგავს. ფიჩერული ტიპის სტატიები ხშირად გვხვდება სხვადასხვა რუბრიკაში, დაწყებული „ცხოვრების წესით“ ან „რჩევებით“, დასრულებული სპეციალური რუბრიკებით, როგორებიც არის: „მოგზაურობა“, „სახლი“ ან „ჯანმრთელობა“.

გარდა მსუბუქი და გასართობი მასალებისა, ფიჩერს შეუძლია, მკითხველს შესთავაზოს საყურადღებო ფონური ამბები და დეტალური ინფორმაცია მიაწოდოს მოვლენების ან მიმდინარე ტენდენციების შესახებ. ამასთან ერთად, ფიჩერში ჟურნალისტს აქვს შესაძლებლობა, წარმოადგინოს ახალი ამბებისგან განსხვავებული პერსპექტივა. ასეთ შემთხვევებში, მკითხველს იპყრობს რაიმე ახლის სწავლის ან რეალობის ახალი ინტერპრეტაციით დანახვის სურვილი.

ჩა აჩის ფიჩერი?

ფიჩერი არის სხარტად დაწერილი ამბავი, რომელიც ხშირად ფოკუსირდება კონკრეტულ ადამიანზე ან მოვლენაზე. ფიჩერული ისტორიები ფერადი, აღწერითი და დამაფიქრებელია. ის ჟურნალისტური პროდუქტის გამორჩეული ნიმუშია, რადგან მასზე მუშაობისას შეგვიძლია, თავისუფლად და ორიგინალურად ვწეროთ. ფიჩერი, რომელიც მკითხველისათვის სიღრმისეული ინფორმაციის მისაცემად იქმნება, გამოირჩევა იმით, რომ იგი ჰარმონიულად „ჩაშენებადია“ როგორც ტრადიციულ, ისე თანამედროვე მედიაში.

ფიჩერის დაწერა შეუძლია ნებისმიერ კომპეტენტურ ადამიანს, ექსპერტს და, რა თქმა უნდა, ჟურნალისტს. ფიჩერი ხშირად მოიცავს მწერლის ხედვებს, გაშუქების ინდივიდუალურ კუთხეს ან მის გამოცდილებას.

ფიჩერული სტატია უნდა მოიცავდეს ყველა „W“ (Who? What? When? Where? Why? How?/ვინ? რა? როდის? რატომ? სად?) და „H“ (How? როგორ?) კითხვაზე პასუხს. ამასთან, ხშირად ჩნდება კითხვა – რატომ?, რომელიც ქმნის ყველაზე დიდ განსხვავებას ახალ ამბებსა და ფიჩერს შორის. ფიჩერი უფრო ღრმად იკვლევს ამბის ისტორიას, წინაპირობას, კონტექსტსა და ადამიანურ ელემენტებს. საინფორმაციო სიუჟეტები კი, როგორც წესი, არ „ტვირთავენ“ მასალას ბევრი დამატებითი ინფორმაციით.

ცხრილი N6. განსხვავება ახალ ამბავსა და ფიჩერს შორის

	ახალი ამბავი	ფიჩერი
ზომა	დაახლოებით 400 სიტყვა	დაახლოებით 2000 სიტყვა
ანა	მარტივი და ფაქტობრივი	სასაუბრო (ყოველდღიური) მეტად განმარტებითი და მრავალფეროვანი აქვს პირადი საუბრის მსგავსი ტონი.
დრო	ინერტა მაქსიმალურად სწრაფად ეყრდნობა მხოლოდ ფაქტებს	მეტი დრო გამოიყენება კვლევის პროცესისა და წერისთვის სამზადისისათვის
პრეზენტაცია	ინფორმაცია არის უპირატესი! შესაძლოა, ახლდეს ერთი ფოტო ან ვიდეო	იგეგმება და იქმნება სპეციალური დიზაინი, რომელიც კითხვის პროცესს მეტად საინტერესოს და მიმზიდველს ხდის
მასასიათაბლები	ინფორმაცია სტრუქტურირებულია ინვერსიული პირამიდის მიხედვით	ლიდი შეიძლება მოიცავდეს ერთ ან მეტ აბზაცს; ხშირად იყენებს გასართობ, შემეცნებით და იუმორისტულ ჩანართებს

ფიჩერის ძირითადი მახასიათებლები

ფიჩერი განიმარტება, როგორც არამხატვრული ისტორია, რომელიც დაწერილია მხატვრული ლიტერატურის წერის ტექნიკის გამოყენებით.

ის ძირითადად საჟურნალე ჟანრია. ყველაზე მნიშვნელოვანი განსხვავება ჟურნალისტურ მწერლობასა (არამხატვრულ ლიტერატურასა) და მხატვრულ ლიტერატურას შორის არის ის, რომ მხატვრული ლიტერატურა წარმოსახვიდან იწყება – ანუ ეს არის ტექსტი, რომლის სათავე, საწყისი მასალა, მხოლოდ ავტორების გონებაში არსებობს. ფიჩერი კი არის ტექსტი, რომელიც შექმნილია რეალური ამბისაგან. ფიჩერის ფაბულა, ისევე, როგორც ყველა ჟურნალისტური მასალის შინაარსი, არასდროს არის წარმოსახვითი, თუმცა მისი წერის პროცესს შეიძლება შემოქმედებითად მიუდგე. ფიჩერში უნდა ქარბობდეს სიმართლე და ზუსტი, გადამოწმებული ინფორმაცია. ამ მხრივ, ის ნარკვევისთვის დამახასიათებელ ნიშან-თვისებებსაც ავლენს.

ზოგადად, ფიჩერი არ იწერება მკაცრი დედლაინის პირობებში – ის, ფაქტობრივად, „უვადო“ ჟურნალისტური პროდუქტია, რომელიც არ საჭიროებს მოცემულ დღეს გამოქვეყნებას. ფიჩერი შეიძლება იყოს გრძელი ან მოკლე, სიუჟეტის შინაარსის შესაბამისად. თუ, მაგალითად, დღეს საკმარისი დრო და ადგილი არ არის ფიჩერის გამოქვეყნებისათვის, ის შეიძლება გადაიდოს მომდევნო დღემდე ან კვირამდე, როდესაც მისთვის ადეკვატური ადგილი გამოჩნდება. იმის გამო, რომ ფიჩერს არ აქვს ახალი ამბის მიწოდების ფუნქცია, არ არის აუცილებელი მისი ამობრუნებული პირამიდის სტრუქტურაში მოქცევა. პირიქით, ზოგჯერ შეხვდებით მოცემულობას, როდესაც ფიჩერთან დაკავშირებული ალტერნატიული წერის სტილისა და სტრუქტურების სიახლეებში ინტეგრირება მოგიწევთ. ამ სტილისა და სტრუქტურების გამოყენებას ინფორმაციის ფიჩერული დამუშავება ეწოდება.

ფიჩერის მახასიათებლებია:

სიღრმე და დეტალურობა: ფიჩერის მიზანია, საკითხის ყოვლისმომცველი და საფუძვლიანი გამოკვლევა. ის ხშირად მოიცავს ვრცელ კვლევას და ინტერვიუებს სხვადასხვა პერსპექტივისა და ინფორმაციის შესაგროვებლად.

ადამიანური ინტერესი: ფიჩერი ხშირად აერთიანებს ადამიანურ ელემენტებს, მოგვითხრობს პირად ისტორიებს, სევდიან ამბებსა და პიროვნულ გამოცდილებას იმ მიზნით, რომ მკითხველებთან ემოციური კავშირი დაამყაროს.

აზბის თხრობა: იმის ნაცვლად, რომ ინფორმაცია პირდაპირ წარმოადგინონ, ჟურნალისტები

ხშირად იყენებენ თხრობის საინტერესო და ხშირად, ინდივიდუალურ ტექნიკებს, რასაც ჟურნალისტის ხელწერა ეწოდება. ორიგინალური თხრობა მასალას უფრო მიმზიდველსა და ხელმისაწვდომს ხდის ფართო აუდიტორიისთვის.

ანალიზი და ინტერპრეტაცია: ფიჩერი შეიძლება მოიცავდეს მოვლენების, ტენდენციების ან საკითხების ანალიზს და ინტერპრეტაციას; ჟურნალისტები მკითხველებს სთავაზობენ შეხედულებებს და ზოგად კონტექსტს, რომელიც სცდება ზედაპირულ ფაქტებს.

• ფიჩერის სტრუქტურა

როგორ უნდა გამოიყურებოდეს ადამიანი? ცხადია, ამ შეკითხვაზე სწორი პასუხი არ არსებობს. ზოგადი საერთო ანატომიური აგებულების გარდა, ყველა ადამიანი განსხვავებულია.

ანალოგიურად, ფიჩერის სტრუქტურაც არ არის წინასწარ განსაზღვრული. ის წერის პროცესში იძენს ფორმას, რომელიც ერგება მის მიზანს, მასშტაბს, სამიზნე აუდიტორიას, მიდგომას და სხვ. ზუსტად ფიჩერის ორიგინალური სტრუქტურაა მისი გამორჩეულობის გარანტი. თუმცა შესაძლებელია ფიჩერის რამდენიმე ტრადიციული ფორმატის განხილვა, რომლებიც თქვენი მასალის სასტარტო სტრუქტურად შეიძლება იქცეს.

ფიჩერის სტრუქტურა შეიძლება იყოს ნარატიული, რომელშიც ისტორია ქრონოლოგიურად არის მოთხრობილი; შესაძლოა, მთავარი აქცენტი შემაჯამებელ აბზაცში იყოს დასმული – ლიდი, მკითხველის დასაინტერესებლად, მხოლოდ აღწერილობითი იყოს, ძირითადი თეზისი კი მის მომდევნო აბზაცში წამოიჭრას.

- როგორც ახალ ამბებში, ფიჩერშიც სათაურმა უნდა მოიზიდოს მკითხველი, ხოლო ლიდიში (ან შემაჯამებელ აბზაცში) ისე უნდა იყოს მასალის ნაწილი წარმოდგენილი, რომ მკითხველმა მიიღოს ინფორმაცია, რაზეა (ან ვისზეა) მასალა და რამდენად საინტერესო ძირითადი ნაწილი ელის წინ.
- ძირითადი ნაწილი უნდა გადანაწილდეს აბზაცებად და თითოეულმა მათგანმა უნდა მოიცვას კონკრეტული დეტალი, როგორებიც არის: სახელი, ადგილი, დრო, კომენტარი, მოსაზრება, არგუმენტი და ა. შ. აქვეა წარმოდგენილი ფოტოები და ილუსტრაციები.
- დასკვნამ კი უნდა შეაჯამოს მასალა, შეკრას წრე და, ამასთანავე, მკითხველს ხანგრძლივი ფიჩერის საფუძველი დაუტოვოს.

ექსპანსიონალიზმი „გზამკვლევი“

უილიამ ბლანდელი, ავტორი წიგნისა „ფიჩერის წერის ხელობა და ხელოვნება“, გვთავაზობს სტრუქტურულ მიდგომას, რომელსაც მრავალი გულშემატკივარი ჰყავს პროფესიონალ ჟურნალისტებს შორის.

ამ „გზამკვლევის“ თითოეული ნაწილი გამოკვეთს კითხვებს, რომლებიც უნდა გაითვალისწინოს ავტორმა ტექსტის წერისას. აღსანიშნავია, რომ ყველა მასალა არ შედგება ექვსივე ნაწილისგან და არ არის საჭირო მათზე ერთნაირად ფოკუსირება.

- 1 ისტორია.** რა ისტორიული მნიშვნელობა აქვს ამ მოვლენას ან საკითხს? აქვს თუ არა წარსულს რაიმე გავლენა სტატუს-კვოზე (სტატუს-კვო – რაიმე გარკვეულ მომენტში (წინათ ან ამჟამად) არსებული მდგომარეობა)?
- 2 მასშტაბი.** რამდენად გავრცელებულია/მასშტაბურია ეს მოვლენა ან პრობლემა? რამდენად მნიშვნელოვანი ან ეფექტიანია ამ საკითხის განვითარება? ვრცელდება თუ არა ის ადგილობრივი, ეროვნული ან საერთაშორისო მასშტაბით? თუ შესაძლებელია, ავტორმა რაოდენობრივად – რიცხვებითა და მონაცემებით – უნდა განსაზღვროს ეს მასშტაბი.
- 3 მიზეზი.** ეს პრობლემა ან საკითხი ეკონომიკური, სოციალური, პოლიტიკური, ფსიქოლოგიური მიზეზებით, ან მათი რაიმე კომბინაციით არის გამოწვეული? რატომ ხდება ის ახლა?
- 4 გავლენა.** ვის ეხმარება ან ვნებს ყველაზე მეტად ეს მოვლენა ან საკითხი? როგორ რეაგირებენ ისინი?
- 5 სანინააღმდეგო მიმართულება.** ვის ექნება ნეგატიური დამოკიდებულება ამ საკითხის ან მოვლენის მიმართ? ვინ აღუდგება ამ საკითხს ან მოვლენას წინ? როგორ შეეწინააღმდეგება იგი ამ საკითხს?
- 6 მომავალი.** როგორ იმოქმედებს ამ მოვლენის განვითარება მომავალზე? რას ფიქრობენ წყაროები/ექსპერტები მისი განვითარების შესახებ?

შესაბამისად, ეფექტიანი ფიჩერის წერისას, ამ სტრუქტურული მიდგომით:

- მასალის პირველი 400-500 სიტყვის ფარგლებში მიიპყარით მკითხველის ყურადღება;
- შემდეგ, გააცანით აუდიტორიას კონტექსტი საკითხის ისტორიის აღწერით, რომელიც საფუძვლიან კვლევასა და ექსპერტების შეხედულებებს დაეყრდნობა;
- ლოგიკურად გადადით განმარტებით აბზაცებზე, რომლებიც მკითხველს რელევანტურ დეტალებს მიაწვდის;
- თანდათან ჩაუღრმავდით თემის მნიშვნელობას და განიხილეთ იგი საზოგადოებასთან ან სამყაროსთან მიმართებით – რა პოტენციური ზეგავლენა ექნება მას;
- დაასრულეთ დამაფიქრებელი დეტალით და აღნიშნეთ, რა სამომავლო გზები ჩანს.

ამ სტრუქტურით შეინარჩუნებთ მკითხველის ინტერესს მასალის დასაწყისიდან ბოლომდე და სიღრმისეულად განიხილავთ არსებულ საკითხს.

ფიჩერის ამ სტრუქტურული ვარიანტების (ცვლილებების) გამო ბევრ, განსაკუთრებით დამწყებ ჟურნალისტებს, მისი წერა ურთულდებათ. ამიტომ ფიჩერის წერისას ერთ-ერთი მიდგომაა, იყოთ ორგანიზებული – ცალკე შეაგროვოთ შესაბამისი ციტატები და ფაქტები და ქრონოლოგიური თანმიმდევრობით დაალაგოთ ისინი – დანყებული ლიდის, შემდეგ კი – შემაჯამებელი აბზაცის, ძირითადი ნაწილისა და დასკვნის მიხედვით.

APPLAUSE ფორმულა

არსებობს ჟურნალისტური თეორიები, რომელთა მიხედვითაც ფიჩერმა უნდა დაიცვას AP-PLAUSE ფორმულა და ყურადღება გაამახვილოს თითოეულ ქვემოთ ჩამოთვლილ დეტალზე:

- A** **Appeal - დანდერასება/მოზიდვა;**
- P** **Plain Facts - აშკარა ფაქტები;**
- P** **Personalities - გმირები, ინფივიდები, პიროვნებები;**
- L** **Logic - ლოგიკა;**
- A** **Action - მოქმედება;**
- U** **Universal - უნივერსალურობა;**
- S** **Significance - მნიშვნელობა;**
- E** **Energy - ენერჯია.**

ფიჩერის ფიჯები

ნიუს-ფიჩერი

ეს არის ტიპი, რომელიც ფოკუსირდება თანამედროვე პერიოდისთვის მნიშვნელოვან ახალ ამბავზე. ამ ტიპში წერის ორი სტილი ერთიანდება – ფიჩერული, ანუ თავისუფალი, და მკაცრი, „ნიუსური“. ნიუს-ფიჩერი არა მხოლოდ ახალ ამბავს, არამედ საზოგადოებაში არსებულ პრობლემებსაც ეხმიანება. იგი ტენდენციებზეც მიუთითებს, უფრო ღრმად აანალიზებს თემას და ყურადღებას იმ დეტალებზე ამახვილებს, რომლებიც ზედაპირულად არ ჩანს. მსგავსი მასალის გაშუქების კუთხე ვინროა და ფოკუსირებულია ერთ კონკრეტულ საკითხზე. იგი შეიძლება დაინეროს კვლევის, სტატისტიკური მონაცემების, მნიშვნელოვანი ინფორმაციების საფუძველზე.

ნიუს-ფიჩერი, ქართული ჟურნალისტური ტრადიციის მიხედვით, ყველაზე ახლოს დგას ანალიტიკური კორესპონდენციის ჟანრთან, რადგან მსჯელობა იშლება ერთი ფაქტის ირგვლივ. ის იწერება იმ ტენდენციების აღსაწერად, რომელიც ჟურნალისტმა მოვლენის (ამბის) მიღმა დაინახა. სასურველია, მსგავსი ფორმა დაიწყოს იმ კონკრეტული ამბის თხრობით, რომელიც არსებულ ტენდენციებს ცხადად ასახავს და კარგი მაგალითია მასალის განზოგადებისა და გაშლისთვის.

ისტორიული ფიჩერი

ფიჩერის ეს ტიპი ეხება ისტორიის მნიშვნელოვან თარიღებს ან საკვანძო მომენტებს ჩვენს პოლიტიკურ, სოციალურ და კულტურულ ცხოვრებაში. ამ სტილს შეუძლია, დაუშვას შედარებები, თუ რა ხდებოდა მაშინ და რა ხდება ახლა. ისტორიული ფიჩერი მკითხველს ამოგზაურებს და აჩვენებს ადრინდელ მდგომარეობას. აქ ობიექტურობა და ბუნებრიობა თქვენი მთავარი მიზანი უნდა იყოს მაშინაც კი, როცა უბრალოდ იკვლევთ და წყაროებს ეძებთ, რადგან ისტორია არის ის, რაც ძალიან მარტივად გადაიმონმდება და მკითხველი შეცდომაში არ უნდა შეიყვანოს.

სამოგზაურო ფიჩერი

კარგი სამოგზაურო ფიჩერის დაწერა რთულია – ჟურნალისტმა უნდა დააბალანსოს: გასართობი ნაწილი, ამბავი და ინფორმაცია. მიუხედავად იმისა, რომ სამოგზაურო ტექსტის წერა შეიძლება, მარტივი და სახალისო ჩანდეს, უცხო ადგილას გამგზავრება ახალი და საინტერესო თემის გასაშუქებლად, ძალიან შრომატევადია და საფუძვლიან მომზადებას საჭიროებს. სამოგზაურო ფიჩერი ჟურნალისტისგან მოითხოვს, საკითხების მუდმივად ახალი

პერსპექტივით განხილვას და თვალის ისეთ საკითხებზე მიდევნებას, როგორებიც არის: ოთახის ფასები, ტრანსპორტირება და რესტორნების მენიუები. თუ თქვენ შეძლებთ, რომ დაწეროთ კარგი სამოგზაურო ფიჩერი, აღმოაჩინოთ, რომ მის განსათავსებლად საკმაოდ დიდი ბაზარი არსებობს, მათ შორის – ფრენის დროს შემოთავაზებული ჟურნალები, ტურისტული ჟურნალები, გაზეთები, ფლაერები ან ბუკლეტები და სხვ.

სამოგზაურო ფიჩერი, როგორც წესი, მოიცავს ხუთ ძირითად თემას: **ტურისტულ მარშრუტებს, მოგზაურთა გამოცდილებას, ადგილის აღწერას, პორტრეტებს, კონკრეტულ და უნიკალურ ატრაქციონებს.** როგორც ყველა სხვა ჟანრის შემთხვევაში, სამოგზაურო ფიჩერის წერისას მნიშვნელოვანია კონკრეტული ადგილის ახალი კუთხით ჩვენება. მაგალითად, თუ უნდა დაწეროთ ძველ თბილისში „შარდენის“ ქუჩის შესახებ, უნდა მოერიდოთ რესტორნების მრავალფეროვნებაზე წერას – ეს მოსაწყენი და ზედმეტი იქნება – ინტერნეტში ძიება გამოავლენს, რომ ამის შესახებ უკვე ბევრმა და ბევრჯერ დაწერა. ამის ნაცვლად, თემას და საკითხს განსხვავებული კუთხით შეხედეთ. მაგალითად, გაესაუბრეთ იქ მცხოვრებ უხუცეს პირებს, რომლებსაც ძველი ამბები ახსოვთ, ესტუმრეთ სხვადასხვა ოჯახს და მათი ფანჯრიდან დაინახეთ სივრცე, რომელსაც ისინი ხედავენ.

როგორც ნებისმიერი მასალის წერის შემთხვევაში, ავტორისათვის შეუძლებელია ყველა დეტალის ერთნაირად კარგად გაშუქება, ამიტომ მკაცრი არჩევანი უნდა გაკეთდეს იმის შესახებ, თუ კონკრეტულად რას შეიტანთ სამოგზაურო ფიჩერში.

დაბოლოს:

ფიჩერი არის თქვენი თავისუფლების სივრცე. მასში თავმოყრილია ყველაფერი, რაც იცით და ისიც – რაც არ იცით. ამიტომ წერეთ თავისუფლად! ლაღად! შეზღუდვის გარეშე!

თუ ეს თქვენს თავისუფლებას რამეს შემატებს, მოგიყვანთ ციტატას:

ლეონარდ ვიტის წიგნში – „ყველაფერი ფიჩერის წერაზე“ - გაზეთ The Orange County Register-ის რედაქტორი რიჩარდ შევერტონი წერდა: „საერთოდაც, ვინ იცის, რა არის ფიჩერი? ათწლეულებია, რაც ფიჩერების რედაქტორად ვმუშაობ და დარწმუნებული არ ვარ, რომ შევძლებ სიტყვა „ფიჩერის“ განმარტებას პირველკურსელი ჟურნალისტებისთვისაც კი. შეგიძლია ზუსტად ახსნა, რა არის ნიუსი, სპორტის ან ბიზნესის ამბავი, მაგრამ ფიჩერის არსის გადმოცემა რვაფეხასთან ჭიდილს ჰგავს. კარგმა რედაქტორებმა უბრალოდ იციან, რა არის ფიჩერი, ოღონდ არ მკითხოთ, როგორ“...



დამატებითი საკითხავი:

ცნობილი ჟურნალისტები, რომლებმაც კულიცარიის პრაქტიკა ფიქციის ჟანრში მიიღეს:

- ✓ კეტრინ ბუ (Katherine Boo): 2000 წელს კეტრინ ბუ პუდიცეხის პეიმიას მოიპოვა ფიქციის ჟანრში – *The Washington Post*-ში გამოქვეყნებული სტატიების ციკლით, *ჰომელშიც ვაშინგტონში ლაიბი მუშების ცხოვრებას იკვლევდა*;
- ✓ ჯეი მეინგერი (J.R. Moehringer): 2000 წელს დაიმსახურა პუდიცეხის პეიმიას ჩემპიონი მოთხილამუხის, ბილ სტონმენის პოფიდისთვის, *ჰომელიც Los Angeles Times*-ში გამოქვეყნდა;
- ✓ დენ დეგრეგორი (Lane DeGregory): 2009 წელს მოიპოვა პუდიცეხის პეიმიას *St. Petersburg Times*-ში (ამჟამად *Tampa Bay Times*-ში) გამოქვეყნებული ფიქციური სტატიისთვის – იგი მოგვითხრობდა გოგონაზე, *ჰომელზეც იცადებს და კახადაში გამოკეტეს*.
- ✓ ჯინ ვაინგარტენი (Gene Weingarten): მან ოჯახი მოიპოვა პუდიცეხის პეიმიას წახმატებული ფიქციისთვის. პიხვად, 2008 წელს, იგი დააჯილდოვეს *The Washington Post*-ში გამოქვეყნებული პოფაიდისთვის მსოფლიო დონის მევიოლინის შესახებ, *ჰომელიც მეტროში უკავს*. 2010 წელს კი მან კვლავ გაიმარჯვა ფიქციით მშობლების შესახებ, *ჰომელმაც შემთხვევით სიცხეში შვილები მანქანებში დატოვეს*.

პროფაილი

„ძალიან ბევრი ახალი ამბავი სავსეა „მოლაპარაკე თავებით“ (talking heads) – ამგვარად მოიხსენიებდა ცნობილი ჟურნალისტი, რედაქტორი და პულიცერის პრემიის ლაურეატი ჯეკ ჰარტი^{xxiii} ადამიანებს, რომლებსაც ჟურნალისტები უბრალოდ ხშირად ციტირებენ – ისე, რომ მათ შესახებ მეტ ინფორმაციას ვერ ვიგებთ. ახალ ამბებში ეს მისაღებია – ხშირად მხოლოდ ფაქტები გვჭირდება და მეტი არაფერი. მაგრამ ფიჩერში და განსაკუთრებით პროფაილებში, მკითხველს მეტი სურს. ჰარტი პროფაილს ადარებს რომანების წერას და აღნიშნავს, რომ ამ ჟანრში ჩატეულია ბევრად მეტი, ვიდრე უბრალოდ ადამიანების საუბრები. ჟურნალისტს ეძლევა პერსონაჟების შექმნის საშუალება.

პროფაილების წერა შეიძლება იყოს სასარგებლო პროფესიული უნარიც. ხშირად გამოცემა ან კომპანია ფულს იხდის მნიშვნელოვანი ადამიანების პროფაილებისთვის, რომელთა შთაგონების საფუძველიც შეიძლება გახდეს სხვადასხვა ინფორმაცია ინტერნეტიდან, მედიიდან ან პირადი ნაცნობიდან.

ჩა აჩის პროფაილი/პორტრეტი?

პროფაილი არის შერჩეული გმირის შესახებ მოკლე ბიოგრაფიული თხრობა, რომელიც შედგება მისი ცხოვრების ერთი ან რამდენიმე საინტერესო ეპიზოდისაგან. პროფაილი მკითხველის ერთ-ერთი საყვარელი ჟანრია. ეს საყვარული განპირობებულია ისეთი ადამიანური თვისებებით, როგორებიც არის: ცნობისმოყვარეობა, დეტალებზე ყურადღების გამახვილება, საერთო მოგონებების გაზიარება, ემოციური ბმა პერსონაჟთან და სხვა.

იქიდან გამომდინარე, რომ პროფაილი პოპულარული ჟანრია, შეიძლება ითქვას, რომ ყველა ჟურნალისტს, ადრე თუ გვიან, მოუწევს პროფაილის მომზადება. ამ ჟანრში წერის სხვადასხვა სტილი არსებობს: კლასიკური პორტრეტი და ინტერვიუში ჩაშლილი პორტრეტი. ყველა სახის პროფაილისთვის წყაროდ გამოიყენება ინტერვიუ, რომელშიც მთავარია პერსონაჟი, ანუ „ვინ?“. ხშირად ასეთ ინტერვიუში რესპონდენტი ცნობილი ადამიანია. მასში წარმოჩენილი უნდა იყოს საუბრის მანერა, სტილი, ინდივიდუალობა, პირადი ცხოვრება (სადამდეც ეთიკური ნორმა ან თვითონ რესპონდენტის განზრახვა და მოტივაცია მიგვიშვებს).

კლასიკურ პროფაილში არსებობს ჟურნალისტის მიერ დანერგილი ტექსტი – შესავალი, განვითარება და დასკვნა. ამასთან, აუცილებლად გვხვდება მთავარი გმირის კომენტარები და ციტატები.

ინტერვიუში ჩაშლილი პროფაილი გულისხმობს კითხვა-პასუხის რეჟიმში დაწერილ ჟურნალისტურ პროდუქტს, თუმცა ინტერვიუ თავისი არსით (ინტერვიუს საბაბი, საუბრის საკვანძო საკითხი, მოვლენა და ა. შ.) უფრო ხშირად კონკრეტულ მოვლენას უკავშირდება.

მაგალითად, თუ აკა მორჩილაძემ ახალი წიგნი დაწერა, მაშინ, შესაძლოა, მასთან ინტერვიუს სახით შეიქმნას პროფაილი იმის შესახებ, თუ როგორი იყო ამ წიგნზე მუშაობის პროცესი. შესავალ ნაწილში, შესაძლოა, ჟურნალისტმა გმირის მოკლე ბიოგრაფიაც გააცნოს მკითხველს, თუმცა ამ ჟანრში ჟურნალისტის წერილი კონტრიბუცია შედარებით ნაკლებია, რადგან ტექსტის ღერძი გმირის პასუხებია.

გმირის ინტერვიუ ხშირად მხოლოდ პიროვნების შესახებ ინფორმაციის შეგროვებას ემსახურება და უნდა ვიცოდეთ ინტერვიუების ტექნიკა, რათა გმირმა რაც შეიძლება მეტი ინფორმაცია მოგვანდოს იმის თაობაზე, თუ როგორ ცხოვრობს, რა არის მისთვის მთავარი, რით გახდა პოპულარული, რა ავსებს მის სულიერებას და ა. შ.

პროფაილი შეიძლება დაინეროს ერთ ადამიანზეც და ადამიანთა ჯგუფზეც – იქნება ეს გუნდი, შრომითი კოლექტივი, ანსამბლი თუ სხვა ტიპის გაერთიანება, რომელიც მკითხველისთვის საინტერესოა, როგორც ერთი მთლიანი სხეული.

პროფაილს წერენ გარდაცვლილ ადამიანებზეც, რომლის შესახებაც ინფორმაცია შეიძლება მოვიძიოთ არქივიდან, ოჯახის წევრების გამოკითხვით, მისი პირადი ნივთებიდან ან ნაშრომებიდან, შეიძლება გამოვიყენოთ მეორეული წყაროებიც.

როგორ იწეება პროფაილი?

უკვე შევთანხმდით, რომ ისევე, როგორც ინტერვიუზე ნასვლის წინ, ამ შემთხვევაშიც დაწვრილებით უნდა შევისწავლოთ ადამიანი, ვისზე წერასაც ვაპირებთ. მოვიძიოთ მის შესახებ არსებული ყველა ინფორმაცია – დაბადების ადგილიდან, მშობლებიდან, ოჯახის წევრებიდან და გარემოცვიდან დაწყებული, მისი ხასიათის, თვისებების, საქმიანობის, გაკეთებული საქმეების და ისეთი დეტალების შესახებ, რომლებიც, შეიძლება, სხვამ არ იცოდეს. ინფორმაციის მოპოვებაში დაგვეხმარება ინტერნეტი, წიგნი, გაზეთი, ჟურნალი, მის შესახებ ადრე გამოქვეყნებული მასალები და მის მიერ სხვა მედიასაშუალებებისთვის მიცემული ინტერვიუები. გავითვალისწინოთ, რომ ყველაფერი არ არის ატვირთული ინტერნეტში, ამიტომ უნდა ეცადოთ, მის გარეთაც ეძებოთ ინფორმაცია, რომელმაც, შესაძლოა, პროფაილის გმირის საქმიანობის ანდა ხასიათის ისეთი კუთხე გაპოვნინოთ, როგორც სხვა დროს არ გაშუქებულა.

გარდა ამისა, ინფორმაციისთვის უნდა მიაკითხოთ მის ოჯახს, მეგობრებს, თანამშრომლებს, კოლეგებს. ზოგადად, ამ ტიპის მასალის წერისას, მნიშვნელოვანია, ცოტა ხნით პროფაილის გმირის „ტყავშიც გაეხვიოთ“ და მისი თვალებით უყუროთ სამყაროს.

წერა დაიწყეთ თქვენი პროფაილის ობიექტის შესწავლით. თუ მას რეალურ სამყაროში არ იცნობთ და არაფერი იცით მის შესახებ, დაიხმარეთ ინტერნეტი. Google-ში ძიებამ შეიძლება გაპოვნინოთ ორგანიზაციებისა და კომპანიების მიერ გამოქვეყნებული წინა პროფაილები და პროფესიული აღწერილობები. მნიშვნელოვანია, მოძებნოთ ის სოციალურ მედიაშიც, მათ შორის LinkedIn-სა და Facebook-ზე დამატებითი ინფორმაციისთვის.

სპეციალისტები მიიჩნევენ, რომ კლასიკური პროფაილის წერისას სასურველია, რომ წერილი პოზიტიური იყოს, აჩვენებდეს პირის სამუშაოსთან დაკავშირებულ აქტივობებს, საზოგადოებრივ საქმიანობას, მოხალისეობას ან ჰობს... პროფაილი ასევე შეიძლება მოიცავდეს ბავშვობის ოცნებებს, წარუმატებლობას, დასამახსოვრებელ კრიტიკას და გამოწვევებს. წერილი კომუნიკაციის ამ ჟანრში თავისუფლად შეგიძლიათ გამოიყენოთ კურიოზები, ხუმრობები ან ანეკდოტები, რათა შექმნათ სურათი, რომელიც მიიპყრობს მკითხველის ყურადღებას.

არსებობს პროფაილის სხვადასხვა სტრუქტურა:

აქ მოცემულია თითოეული მიდგომის მოკლე შინაარსი

- კლასიკური სტრუქტურა: 1) ლიდი; 2) გმირის მნიშვნელოვანი მიღწევები და ა. შ.; 3) პერსონაჟის ისტორია/წარსული და 4) დასკვნა;
- გმირის ცხოვრების სხვადასხვა ასპექტის დანაწილება ქვესათაურების მიხედვით;
- გმირის ცხოვრების ქრონოლოგია მოგონებების, წარსულში მომხდარი ამბების გამოყენებით, წარსულის გახსენებით (flashbacks);
- პარალელური ეპიზოდები ადამიანის ცხოვრებაში: მაგალითად, სამი განსხვავებული წარმატება, ერთი პირადი, ერთი პროფესიული და ერთი საქველმოქმედო;
- კითხვა-პასუხი.



რა უნდა გვახსოვდეს?

- ✓ დაიმახსოვრეთ, რომ პხოფაიდის წეხა ახ ნიშნავს თქვენი გმიხის განდიდებას. თუ თქვენ დაუხთავთ დეგადუხ დამაგებით ინფოხმაციას, უმჯობესია, ეს ინფოხმაცია მიაწეხოთ ვინმეს, ვინც ამ საკითხში გაცნობიეხებუდია, მაგადითად, თანამშოხმედს, ხომედიც აღფხთოვანებუდია უფხოსით, ან ოჯახის წევხი, ხომედსაც უყვახს მთავახი გმიხი;
- ✓ საინგეხესოა, ხომ უცხოუხი მედია ხშიხად იყენებს ჩანახთს პხოფაიდში – ვიწხო სვეტის სახით, ხომედიც დამაგებით ხაზს ქმნის და მკითხვედს ახად ინფოხმაციას აწვდის;
- ✓ პხოფაიდის წეხისას კახგი იდეაა, აილოთ ისეთი კუთხე, ხომედიც აქამდე ახ ყოფიდა ცნობიდი. ზოგიეხთი კუთხე, ხომედსაც შეუძდია ახადი მიდგომების გამომუშავება, მოიცავს დიდ კონგხასტს. მაგადითად, მახგახეგ გუხოფმა^{xxviii} AARP The Magazine-ში დაწეხა პხოფაიდი სახედწოდებით „ეხთად უფხო დღიეხები“, ხომედიც განიხიდავდა ტედუჟუხნადისგ მეხედეგ ვიეიხას და მისი მეუდდის, ხიჩახდ მ. კოენის, გამოჩენიდი მწეხდის, ცხოვხებას. ნაწახმოები ეწინააღმდეგება ვიეიხას და კოენის გახმუხებუდ და „ვითომ საინგეხესო პხოფესიუდ ცხოვხებას“ – პხოფაიდი ასახავს ოჯახის პხობდემებს და კოენის ქხონიკუდ დაავადებასთან გამკდავების ხეადუხ სიხთუდეებს.

ნეკროლოგი

ნეკროლოგი იგივე პროფაილია, ერთი აშკარა გამონაკლისით: სუბიექტი გარდაცვლილია. ნეკროლოგის წერისას მთავარი გამონვევა არის „გმირის გაცოცხლება“ და არა უბრალოდ მისი მიღწევებისა და ჭილდოების ჩამონათვალი. თუ ნეკროლოგი არის უბრალოდ ადამიანის სხვადასხვა მიღწევის გახმოვანება და ავტორის მხრიდან არანაირი სიახლე ან საინტერესო თხრობის სტილი არ გვხვდება, ასევე არ არის იმის განცდა, რომ მკითხველი ამ ადამიანს იცნობს და თანაუგრძნობს კიდევ, მაშინ ეს არ არის წარმატებული ნეკროლოგი.

ინფორმაცია პროფაილში

მას შემდეგ, რაც კარგად გაიცნობთ გმირს, შეგიძლიათ მასალა ინტერვიუს გარეშეც დაწეროთ, მაგრამ, ცხადია, სჯობს, მასალაში ჩართოთ ინტერვიუც, რომლის კითხვებიც იმ ეტაპზე იბადება, როცა გმირის შესახებ ინფორმაციას ვაგროვებთ. კითხვები უნდა იყოს დასმული ისე, რომ გმირის სამყარო მეტად გაგიხსნათ. უნდა იცოდეთ, რატომ სვამთ ამ შეკითხვას, რისი გაგება გსურთ ამით, ხასიათის რა შტრიხს გაგიხსნით მასზე პასუხი.

გავეცნოთ ინტერვიუს მაგალითს პროფაილში.

„რეზო ჭეიშვილი – მწერალი საფირმო სტილით“ ჟურნალისტიკისა და მწერლის, მაკა ლდოკონენის მიერ ჟურნალ „არილისთვის“ დაწერილი პროფაილია. სათაურიდანვე ჩანს, რომ მასალის გმირი მწერალი რეზო ჭეიშვილია. პროფაილს უძღვის შატობრიანის ფრაზა – „ორიგინალური ის მწერალი როდია, სხვა მწერლებს რომ არ ჰგავს, არამედ ის, ვის მიბაძვასაც ვერავინ ახერხებს“.

პროფაილის შესავალი ნაწილი ე. წ. შუა ნაწილიდან წერას ჰგავს – ავტორმა გმირის შემოქმედებიდან ამოიღო საინტერესო პარალელი ტონინო გუერასა და ჭეიშვილს შორის (ორივე მწერალი და კინოშედეგების ავტორებია) და მკითხველი „გაიტყუა“ პასუხის საძებნელად კითხვაზე: იმ კინოფილმებში, რომლებიც თანამედროვე კინოხელოვნების კლასიკად მიიჩნევა („ამარკორდი“, „ცისფერი მთები“), სცენარისტი უფრო მეტია/დიდია თუ რეჟისორი?

„1973 წელს იგადიედმა ხეჭოსოხმა ფედეიკო ფედინიმ „ამაჰკოხდი“ გადაიღო. ფიდმისთვის სცენაჰი იგადიედმა მწეხადმა ტონინო გუეხამ დაწეხა. მას შემდეგ საზოგადოებაში ხშირად კამათობდნენ, „ამაჰკოხდში“ გუეხა „მეტი იყო“ თუ ფედინი? სცენაჰის ავტოჰმა კამათს წეხტირი დაუსვა, ჰოდესაც განაცხადა, ჰომ „ამაჰკოხდს“ გუეხა ფუეცედზე, ფედინი კი ეკხანის ტიდოზე წეხდაო.“

ათი წდის შემდეგ ჰეზო ჭეიშვიდმა „ცისფეი მთების“ მიხედვით შექმნა სცენაჰი ამავე სახედწოდების ფიდმისთვის, ჰომედიც ედღაჰ შენგედიაამ გადაიღო. „ამაჰკოხდის“ მსგავსად, „ცისფეი მთები“ კდასიკუჰ შედევხად იქცა. მაჰტივი მიზეზის გამო – ავტოჰებმა (მწეხადმა და ჰეჭოსოხმა) კაჰგად ნაცნობი გაჰემო ოჰიგინადუჰი ხეხხით წაჰმოგვიდგინეს: ჰვეუდი ახდებუხად შეფუთეს, ახადი კი ყოფით ფეეებში დახატეს. გაჰდა ამისა, ეჰთმა ფუეცედს, მეოჰემ ეკხანს თავისი უნიკადუჰი ხედწეხა დაატყო – საბოდოოდ კი ქეხტომატოუდი ეპიზოდებით გაჭეეებუდი ნაწაჰმოები მივიღეთ“.

დაისვა კითხვა („იმ კინოფილმებში, რომლებიც თანამედროვე კინოხელოვნების კლასიკად მიიჩნევა, სცენარისტი უფრო მეტია თუ რეჟისორი?). რა უნდა ქნას ახლა ჟურნალისტმა? დაიწყოს იმის ანალიზი, რა და როგორ დაწერეს და გადაიღეს? მაშინ ორივე შემოქმედზე (ჭეიშვილზე და შენგელაიაზე) უნდა ისაუბროს და ასცდეს მთავარ ხაზს, ამიტომ მან საჭიროდ მიიჩნია ე. წ. გადასასვლელი ხიდის მოფიქრება – ესაა უკან დაბრუნება პარალელიდან რეზო ჭეიშვილამდე. აი, როგორ იკითხება ის:

„შესაძლოა, მწეხრის შემოქმედებაზე საუბარს მისი ნაწახმოებების მიხედვით გადაღებული ფილმებით ახ უნდა ვიწყებდე, მაგამ ბატონი ხეზოს მოთხრობები, რომანები და ფილმები განუყოფელია, მათი ერთიანობა კი ყვედასგან გამოხივედ, ოხიგინადუხ, ძნედად მისაბაძ საფიხმო სციღს განაპიხობებს“.

ასე დაუბრუნდა პროფაილის გმირს ავტორი და უკვე აქვს თავისუფლება – მკითხველს გააცნოს გმირის ცხოვრება და დაანახოს, ვინაა, რა შეუქმნია, რატომ არის დიდი მწერალი და რატომ შეირჩა ლიტერატურული ჟურნალისტვის სწორედ იგი. ამის შემდეგ კი ხსნის მის პიროვნებას და ხასიათის ლაბირინთებს მიუყვება პროფაილის გმირთან ერთად:

„1961-1992 წლებში ხეზო ჭეიშვიდი კინოსტუდია „ქართულ ფილმში“ ხედაქტოხად, სასცენარხო კოდეგისა თუ შემოქმედებითი გაეხთიანების წეჯად, ასევე ერთ-ერთ ხედმძვანედად მუშაობდა. ამ ხნის განმავლობაში მან ახაეითი სხური თუ მოკდემეგხაჟიანი მხატვხური ფიღმის სცენარხი დაწეხა, მათ შოხის: „ექსპეხს- ინფოხმაცია“, „ყვარყვარე“, „ჩემი მეგობარხი ნოღარხი“, „სამანთვიღრის დეღინაცვადი“, „ბზიანეთი“, „ზღვის მგელი“, „ავტოპოხტეგეტი“, „ფელია“, „გამოალეთ ფანჯხები“, „გათენების წინ“, „ჭიღაობას ხა უნდა“ და სხვა. თუმცა „ცისფეხ მთებზე“ მუშაობა განსაკუთხებულად დაამახსოვხდა:

– სცენარხი, ხოგოხც მიღებული იყო, მოსკოვში დამტკიცდა. „ხწყიდი და ჭიანჭვედას“ სცენარხი ხომ გაგეგზავნა, იმასაც უპოვიღნენ მიზებს და შეასწოხებღნენ. ასე ხომ, მსგავსი დაბკოღებების გადაღხვა ჩვენთვის დიდ სიარღეს ახ წარმოადგენდა. მსახიობების შეხჩევის პხოცესშიც აქტიუხად ვიყავი ჩაბმული, ეს საქმე თანამღებობხივადაც მევადებოღდა და მოხადუხადაც. სხვათა შოხის, ზოგიერთ ხეჟისოხს ახ სიამოვნებს, ხოღესაც სცენარხის ავტოხი გადაღებებს ესწეება, ეღდახ შენგეღაია კი ამ მხხივ განსაკუთხებული თვისებებით გამოიხჩევა, ავტოხთან თანამშოხმღობა შეუღღია და გამოსღის კიდეც, ხასაც დიღად ვაფასებ.“

პუბლიკაციაში კითხვები არ ჩანს. მხოლოდ რესპონდენტის პასუხები მიგვანიშნებს, რა კითხვა დაისვა (თუმცა, ცხადია, კითხვებიც შეიძლება, ჩაინეროს ბუნებრივად, ძალდაუტანებლად). წერილის ავტორი გმირის საუბარს მიჰყვება და ხან პერიფრაზირებით, ხანაც რესპონდენტის

ციტირებით, ნელ-ნელა აღებს რეზო ჭეიშვილის შემოქმედებით სამყაროს.

„გადასაღებ მოედანზე იმპოზიციზებულ გახეიმოში უხეებოდათ მუშაობა, ბაგონი ხეზო თუხმე დეკოხაციების უკან, ექსპოომგად წეხდა ხოლმე დიადოგებს. სწოხედ იმ დიადოგებსა და ფხთიან ფხაზებად ქცეულ გამოთქმებს, დამის ხომ გავვიზეპიხებია და ყოვედელიუხ საუბახშიც ხშიხად ვიყენებთ: „გივი, ჩვენ ვახთ, გივი!“ „ხოდიდან ხოდემდე აქვს დადოგების საათები?“ „ყუფახადეს ხომ ახ დაეხეკა, მაგხამ დახეკა და...“ „თუ იციოთ, იგავ-ახაკებს მიიღებს? ახა, მაგხამ უახს ახ გეცყვიო!“ „ბოდიში, თქვენზე მიოთხეეს, დიფგში გაიჭედაო და მახთადია?“ „დაანებეთ ჩემს ცოდს თავი!“ „გამაგებინეთ, მე აქ ვახ თუ იქ?“ „მომკდავს ეს ოხი სათაუხი!..“

ეს მხოლოდ შესავადი ნაწიდი გახდება

მას შემდეგ, რაც მკითხველს წარმოდგენა, ასე თუ ისე, შეექმნა პროფაილის გმირის შემოქმედებაზე, ჟურნალისტი უფრო ახლოს მიდის მის პიროვნებასთან და უკვე ისეთ დეტალებს გვაცნობს, რომლითაც გმირის ხასიათი იძენება. ნელ-ნელა ჩამოიქნება ქართველი მწერლის საინტერესო სახეც:

„ბაგონი ხეზო მშვიდია, აუჩქახებდად საუბოხობს, ხოდესაც ხუმიხობს, დანაშაუდზე წასწიხებუდი ბავშვივით ენთება თვადები. დიქტოფონის პახადედეუხად, ხედითაც შემიძდია ჩავინიშნო პასუხები. სიმახთდე ვითხხათ, დიქტოფონისკენ გახედვა, შემოწმება უხეხხუდობასაც მიქმნის – სხუდიად განსხვავებულ განზომილებაში გადავინაცვდე. თქვენდა სამწუხახოდ, უნდა გაგაფხთხიროთ, ხომ შეხვედხის მხოლოდ მციხედი ნაწიდის გადმოცემას შევძდე, ვინაიდან ჩვეულებხივი სიგყვები, ეხთი წეხიდი, თუნდაც ჟანხობხივად მხავადფეხოვანი, საკმახისი ახ იქნება. ხეადობის იდუზია ხომ შევქმნა, მე 3D გექნოდოგიები, თქვენ კი ბინოკუდახუდი მხედვედობა დაგჭიხდებათ. თუმცა ახ დაფხთხეთ, სხუდყოფიდი სუხათის წახმოსადგენად ხეზო ჭეიშვიდის წიგნების წაკითხვა და ფიდმების ნახვა დაგებმახებათ, ზოგის თავიდან, ზოგის ხედმეოხედ ან – ვინ მოთვდის მეხამდენედ“.

ინტერვიუს წარმართვის ეს ფორმა საინტერესოა და გიქმნით შთაბეჭდილებას, რომ ავტორის მონოლოგის მსმენელი ხართ. სინამდვილეში კი საუბარს მიმართულებას ჟურნალისტი აძლევს და სწორად შერჩეული კითხვებით (რომელიც რესპონდენტის გაცნობის ხანგრძლივი პროცესის ნაწილია), თქვენც ქრონოლოგიურად მიჰყვებით ბიოგრაფიულ შტრიხებს. ამ თხრობაში თანდათან შემოდიან სხვა პერსონაჟებიც, და ასე ეცნობით მწერლის ცხოვრების უცნობ დეტალებს და გარემოს, რომელშიც იგი ცხოვრობს.

„საუბახს ქუთაისის ვაჟთა მეხვე საშუალო სკოლის გახსენებით ვიწყებთ:

– დღესაც ახ ვიცი, *ჩაგომ მოვხვდი მაგ სკოლაში, სახლიდან შოხს იყო და დიდ მანძილს გავდიოდი ფეხით. სკოლის ეზოდან ხიონამდე კიბე ჩადიოდა, ცველი ვიყავი, გაკვეთილებიდან ხშირად ვიპაჩებოდი საბანაოდ, ჩა თქმა უნდა, ბიჭებთან ერთად, ქადის მდინაზე ბანაობა მიუღებელი საქციელი იყო. ისიც მახსოვს, საკლასო ოთახის ფანჯებიდან ხომ ვუყუხებდით, ადრინისტიკით ხოგოჩ ავიდა ერთი კაცი ეკლესიის გუმბათზე და ჯვაჩი გადახეხა. ეს ის დრო იყო, ეკლესიები საწყობებად ხომ ჰქონდათ ქვეყრი, მოქმედ ტაძრებში კი სიახური იკხადებოდა. ახლა ყველაფერი შეიცვალა“.*

ასე გრძელდება ბოლომდე – ჯერ სტუდენტობას გაიხსენებს, მერე პირველ ნაბიჯებს მწერლობაში, მერე – ადამიანებს, ვინც ხელი წააშველა, მერე მეგობრებს, მოვლენებს... იშლება ფურცლები და იძერწება პროფაილის გმირის სახე – პორტრეტი.

გზადაგზა ავტორი დასწრების ეფექტსაც გვიქმნის, ვითომ შემთხვევით გახაზავს გმირის ჯდომის თუ საუბრის მანერას, კილოს. თავად ხომ დიალოგის მონაწილეა და თქვენც გაიძულებთ, იქვე, ოთახის კუთხეში მიიყუროთ და თვალი ადევნოთ, როგორ იხატება ერთი მწერლის ცხოვრების ფერწერული ტილო.

„ბატონი ხეზო წიგნების კახაიდან ფთხილიად იღებს „ბზიანეთს“ და გულისწყვეტით აღნიშნავს, ხომ ერთადერთი ეგზემპლარი დაჩრდა, ყდას დასცქეხის და სიამაყით დასძენს, ხომ დიმა ეხისთავმა დახატა – დიხა, დახატა! 60-იანი წლების ქართული, უჩბანური მხატვრობის უნიკალური ნიმუშია, ნამდვილი ბზიანეთია.“

გსმენიათ ბზიანეთზე? მწეხრის გამოგონილი ქუჩის სახელი ჟღერადობით ბზას გვაგონებს, წაჩმოსახვაში კი მზით გაჩაჩხაჩხებული ადგილი იხატება. სინამდვილეში ჩაზეა საუბაჩი? მოგახსენებთ, ხომ საფიჩიმო სტილი ამ შემთხვევაშიც დაცულია – ჭეიშვილისეული მოთხრობა და სცენაჩი ჰაჩმონიუდ ერთიანობას ქმნის:

„ბზიანეთი ქადაქის მთავაჩი ქუჩის ერთ-ერთ შესახვევს ჰქვია... მოკვე ქუჩა დასაწყისიდან ოჩასი ნაბიჭის შემდეგ თავდება... ამ ქუჩაში ავდაჩმიც სიმყუდჩოვეა... ჩადგან გზა ვიწჩოა, სახლები მაღალი და ქაჩი მის ნებისად ველაჩ დათაჩეშობს. ამ დჩოს ისევ ბზიანეთზე სიახური გეჩჩით. კვედთან კი ძადიან ახდოს ნუ მიდგებით, თოჩემ სახუჩავის ღვაჩსადენის გახვეტილი ღაჩიდან ჩამოვაჩდნილი წყდის წვეთი შეიძდება პიჩდაპიჩ საყედოში ჩავივაჩედთ“.

ეხთი მოსმენით მაჩვივსა და სადა წინადადებებს მდაფხი ექსპიესია ახდავს, მხეებში თავის ჩახგვა გვინდება, თითქოს, წვიმის მძიმე წვეთმა კისეხი აგვიწვა. ფიდმი განცდებს კიდე უფხო მეგად ამდაფხებს, ავგოხის სათქმელს ხეუისოხ დიანა ეღიავას ვიზუალური ხეხეები განაგხდობს და ასხულებს“.

ცხადია, ამგვარ დიალოგს სჭირდება ერუდიცია და ჟურნალისტის სათანადო მომზადება, რაც თავიდან აგვაცილებს შაბლონურ კითხვებს (როდის დაინყეთ წერა? რა არის თქვენი ჰობი? დილით უფრო ადვილად გეწერებათ თუ საღამოს? ლიტერატურულ პრემიას როდისთვის ელოდებით? დედა უფრო გიყვარდათ თუ მამა? და მსგავსი).

კითხვის დასმას საფუძველი უნდა ჰქონდეს – ჟურნალისტის თითოეულ სიტყვაში გამოცდილი თვალი მაშინვე შეამჩნევს – იცნობს რესპონდენტს თუ არა? წარმოდგენა აქვს მის საქმიანობაზე თუ არა? ესმის თუ არა ჟურნალისტს, რას ქმნის მისი გმირი თუ მოდას არის აყოლილი? ნაკითხული აქვს მისი ნაწარმოებები თუ, რადგანაც ბესტსელერად არის აღიარებული და ავტორის ავტოგრაფიანი წიგნიც აქვს, თავს უკვე ამ მწერლის ექსპერტად მიიჩნევს? ნანახი აქვს მისი გმირის სპექტაკლები და ხედავს განსხვავებას მის მიერ შესრულებულ როლებს შორის, თუ პოპულარულ ადამიანთან რომ ინტერვიუ ჩაწერა, ამით სურს იმიჯის შექმნა... მოკლედ, მკითხველი გრძნობს პროფესიონალიზმს და თითოეულ შეკითხვაში იმ საკითხის ცოდნის დონეს, რომელზეც ჟურნალისტი წერს.

აქვე უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ ხშირად ასეთი მასალების შეგროვება დღეები და კვირები გრძელდება, და თუ მაშინვე არ ჩავინიშნავთ, რა გავიფიქრეთ, რა დეტალს მივაქციეთ ყურადღება, მერე ეს რეფლექსიური დინამიკა დაიკარგება, დავრჩებით მხოლოდ დიქტოფონის იმედად. ეს კი ძალიან მნიშვნელოვან განზომილებებს მოაკლებს თქვენს საბოლოო ნაშრომს. ამიტომ დავიმახსოვროთ: მხოლოდ დიქტოფონის იმედზე ნურასდროს ვიქნებით – დიქტოფონი არ იწერს ჩვენს აზრებს.

ისიც უნდა გვახსოვდეს, რომ თუ კონკრეტულად შემოსაზღვრული ინტერესებით არ მივალთ გმირთან და მას ყველაფერზე ვალაპარაკებთ, დაგროვდება ზღვა მასალა და მათ შორის ბევრი უსარგებლო ინფორმაცია, რომელსაც ვერ გამოიყენებთ და დროს კი დაგაკარგინებთ. ამიტომ როგორც ყველა სხვა ჟანრის მასალებზე მუშაობას, პროფაილსაც უნდა მომზადება და წინასწარ განსაზღვრა – რას ვწერთ, როგორი გვინდა გამოჩნდეს გმირი. ჟურნალისტი და მწერალი მაკა ლდოკონენი ხელოვნურად არ სძენს ფერებს პორტრეტს. რეზო ქვიშვილის თხრობა არ საჭიროებს ზედმეტ ჩარევას, და პროფაილის ავტორიც ძალიან ფრთხილად გადადის საკუთარი სათქმელიდან გმირის სათქმელზე:

„საუბრის დასაწყისში ნახსენები, მოსკოვში დასამტკიცებლად გაგზავნილი სცენაჰები, კემდის ნებაჰთვა ქართული აღმანახის შუხნად გადაკეთებაზე – წახსურის მტკივნეული საკითხები მოსვენებას ახ მაძღვეს, ღღევანდებობასთან პაჩადღეს ვავდებ, ჩემი ჰესპონდენტიც აღედ-ვებურია ნობელის პიემიასთან დაკავშირებული უსამაჰთრობის გამო. მოკდედ ჰომ ვთქვათ, საკმაჰისი მიზეზები გვაქვს „ლამის სტუმჰების“ გასახსენებლად. ვიხსენებთ და ახდა მეტი სიმძაფჰით ვგჰძნობ ტკივილისა თუ წყენის შედეგად დაგჰოვიდ გამოცდილებას, ჰეზო ჭეიშვიდის მოთხრობაში ვუდკანუჰ დავასავით ჰომ აღწევს ქალადღის ზედაპიჰზე:

„მსმედი ჰუსი კახპას ჰგავს, თუ მოასწოჰ გამოფიზიზება, ყვედაფეჰი ისტოჰიას ჩაბაჰდება მეოჰედ მოსვდამდე. „კანაოშიც“ ჰომ იყოჰ გამოძინებული, სასმედის საყვედუჰი აჰ დასცდება. გაისწოჰებს ჰადსტუხს, შეისხუჰებს (თუ გადაჰჩა) ოდეკარონს და ისე გამოცხადდება საზოგადოებაში, სიცოცხდეში აჰ დაედიოს ჰა თითქოს... პიჰიქითა ვაჰთ ჩვენ: ზის სამსახუჰში ნაბახუსევი ქაჰთვედი, ოხჰავს და თხობს, სად დაღია, ჭეჰ იქ მოვიკადი თავი, მეჰე იქ მოვთავდი, დავწყდით სმითო და სხვა... ჩვენი სმის წესი სხვანაჰიჰა, აკადემუჰ-იტიუადუჰიჰა ეჰთგვაჰად, ცადვე შესწავდისა და გაანადიზების ღიხსიც კია“.

დაბოლოს, ვნახოთ, როგორ შეკრავს ჟურნალისტი მთლიანად მასალას და როგორ დაასრულებს თხრობას (მთლიანი პროფაილის ნაკითხვა შეგიძლიათ ატვირთულ მასალებში (დანართი N4).

პროფაილი ლიტერატურული ჟურნალისთვისაა დაწერილი და, ცხადია, ვრცელია. რამდენადაც ვრცელ მასალაში რესპონდენტიც და ჟურნალისტიც ბევრ საკითხს ეხებიან, დასასრული ნელ-ნელა უნდა დავინროვდეს, რათა წერტილი დაისვას. ამიტომ ავტორი უკანასკნელ შტრიხებს გამოკვეთს და ახლა, ცნობილი მწერლის ნაცვლად, ცოტა განსხვავებული ადამიანი გვევლინება გმირად – ცოტა ცრუმორწმუნე და სევდიანიც:

„წამოსვდის წინ სუჰათებს ვაჰჩევთ. დახაჰისხებურია: ზოგიეჰთი ეპოქადუჰიჰა, ზოგიც გულიანად გაგაცინებს, სევდასაც მოგგჰვის, სუკეთესობები კი მეუღღის, მაჰინა ვეჰუდაშვიდის გაღაღებუღებია. თავადაც ამაყია, მოსწონს, მოფეჰებით აჰჩევს და უყვარს. მთავაჰი ხომ მას დაუნახავს და აღუბეჭდავს.

ბაგონი ჰეზო მაგიდასთან ზის, ქაჰვის კიადოსანს ისვამს ქუთუთოებზე, მეხმაჰებაო, მეუბნება – ადბათ უკეთ დანახვაში – საყვარედი ადამიანის სახსოვარია, დაეხმაჰება“.

ფინალი კი ისეთია, როგორც მოცულობით მასალას უნდა ახასიათებდეს: ავტორი უბრუნდება ლიდში დასმულ კითხვას, „ამარკორდისა“ და „ცისფერი მთების“ სცენარის ავტორებზე რომ დასვა და ცდილობს, აჩვენოს, რატომ გამოდიან ასეთი ბუნებრივი რეზოჭეიშვილის პერსონაჟები:

P. S. „ამაჰკოხი“ სხვაგვარადც შეგვიძლია, ვთაჰგმნოთ (ვინაიდან მასში სამი იტალიური სიტყვის ფუძეა გაეხითანებული: მწაჰე, სიყვაჰური და ძაფი): „მწაჰე სიყვაჰურის ძაფები, ავტოხის წაჰსუდთან ხომ აკავშირებს“. ჰებო ჭეიშვილის ნაწაჰმოებები, აკაკისა და დავით კდიაშვილის ნაწაჰმოებების მსგავსად, სიყვაჰურის ძაფებით იმეჰეთთან გვაკავშირებს, გვაკავშირებს სამუდამოდ, ვინაიდან მათ მაგიუჰი ძადა აქვთ – მკითხველს სამუდამოდ ამახსოვჰებენ თავს“.

ამრიგად

პროფაილი წარმოადგენს მხატვრული მოთხრობის ტიპს და, როგორც წესი, ფოკუსირებულია პიროვნებაზე. მნიშვნელობა აქვს ადამიანური ისტორიის თხრობის სტილს იმის შესახებ, თუ რა არის საინტერესო ამ ეტაპზე ამ ადამიანის შესახებ.

თუ პროფაილი იწერება ადამიანზე, რომელთან საუბარსაც ვერ ვახერხებთ, უნდა ვეცადოთ, რაც შეიძლება ბევრი პირველწყარო მოვიძიოთ ამ ადამიანის შესახებ. მაგალითად, ჟურნალისტმა გეი თალიზმა გააკეთა ფრენკ სინატრას ცნობილი პროფაილი⁷⁴ და ესაუბრა მომღერლის გარემოცვას, რადგან სინატრა მას არ გაესაუბრა. მიუხედავად ამისა, მან მოახერხა და მასალა შეავსო სხვადასხვა დეტალით, რომლებიც მისმა მეგობრებმა, თანაკლასელებმა გაუზიარეს.

მიუხედავად იმისა, რომ პროფაილები, როგორც წესი, ფოკუსირებულია ადამიანებზე, ცნობილი ადამიანების მსგავსად, ჟურნალისტებს ასევე შეუძლიათ, დაწერონ ისეთი გუნდების პროფილი, როგორიცაა სპორტული გუნდები ან კომპანიები.

არ არის აუცილებელი, პროფაილის გმირი მაინცდამაინც საზოგადო მოღვაწე იყოს. საინტერესო ამბავი, შეიძლება, შეიქმნას ყველას შესახებ, ვინც საინტერესოდ გესახებათ და გადამწყვეტთ, რომ ეს პიროვნება აუდიტორიას გააცნოთ. ასეთ მასალებში განსაკუთრებულ ინტერესს იმსახურებს ის პროფაილები, რომლებიც უბრალო ადამიანებს, მკითხველებს ეხება.

74. ფრენკ სინატრას პროფაილი: <https://www.esquire.com/news-politics/a638/frank-sinatra-has-a-cold-gay-talese/>

პროფაილში ყურადღება გამახვილდება: სიახლეებზე ან გმირის პირად ან პროფესიული ცხოვრების ასპექტებზე; მასში ნაჩვენებია, თუ რატომ არის თემა ან მისი რომელიმე ნაწილი ახალი და საინტერესო;

პროფაილები იწერება ინტერვიუებზე დაყრდნობით (ზოგან გამოკვეთილია კითხვა-პასუხი, ზოგან – არა) და მოიცავს ადამიანური ისტორიების მთავარ ელემენტებს, ასევე მკითხველს აწვდის დეტალებს, რომლებიც ავსებს გმირის პორტრეტს.

ჩვევები ღამაჯიჩეხილი პროფაილების წერილობის

პროფაილის წერა მოიცავს რამდენიმე განსხვავებულ კომპონენტს. წერილობის წინასწარი კვლევა და მომზადება ყოველთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილია, მხატვრული პროფაილებისთვის კი ხშირად ინტერვიუ არის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაბიჯი ეფექტიანი ფაბულის შედგენაში. გაითვალისწინეთ ეს 10 რჩევა უკეთესი და საინტერესო პროფაილების დასაწერად:

- კონცენტრირდით თხრობაზე და არა ციტატებზე**
 მხატვრული მონათხრობები, მაგალითად, პორტრეტული ნარკვევები, იგივე პროფაილები, რადიკალურად განსხვავდება ახალი ამბებისგან ავტორის დამოკიდებულებით, ტექსტის შინაარსითა და წერის სტილით. პროფაილის შექმნისას თქვენი მიზანია, მოუყვეთ ამბავი მკითხველს საინტერესოდ. აქ გმირებთან გასაუბრებისას ყურადღება მახვილდება დეტალების სიზუსტეზე და არა რესპონდენტის ლექსიკასა და ციტატებზე. ცხადია, თუ ვინმემ რაიმე ციტირების ღირსი თქვა, ეს ზუსტი უნდა იყოს, მაგრამ ციტატების სიმრავლე არ არის კარგი თხრობა.
- აჩვენე და შექმენი დასწრების ეფექტი**
 ეს კლიშედ ქცეული ხერხი განსაკუთრებით ღირებულია მხატვრული თხრობის დროს. ამიტომ – მოაწყვეთ „სცენა“ მკითხველებისთვის, შექმენით დაძაბულობა, აგრძნობინეთ მათ, რომ იქვე, თქვენთან და თქვენი გმირის გვერდით დგანან.
- აჩვენეთ, თუ რატომ არის ეს პერსონაჟი/თემა საინტერესო**
 პროფაილი ყველა ადამიანზე არ იწერება. გმირი უნდა შეირჩეს მისი განსაკუთრებული თვისებების მიხედვით და ჟურნალისტმა უნდა აჩვენოს – რატომ გადამწყვიტა ამ ადამიანზე თხრობა, რით არის გამორჩეული და საინტერესო პიროვნება.

- **შექმენით მონახაზი**

მას შემდეგ, რაც მზად იქნებით ჩასაწერად, გადახედეთ თქვენს ჩანაწერებს და მიუთითეთ ყველაზე საინტერესო აქცენტები და ციტატები, რომელთა გამოყენება გასურთ ამ პიროვნების შესახებ თქვენს ისტორიაში. განიხილეთ, რა იყო ყველაზე მოულოდნელი, გასაკვირი, ღირსშესანიშნავი და განსაკუთრებული და შექმენით თქვენი ფაბულის სტრუქტურა ამბის კულმინაციის და საუბრის ყველაზე დამაჯერებელი ნაწილების გამოყენებით.

- **დანერეთ ზმნებით და არა ზედსართავებით**

არ აღწეროთ ადამიანი ან ოფისი, როგორც სტერილური რამ, აღწერეთ თქვენ მიერ შერჩეული დეტალები და მკითხველს ნუ აიძულებთ, რომ ამ პიროვნების ქმედებების ან თავად ამ ოფისის მახასიათებლებით დაიტვიროთონ (მაგალითად, ნუ დანეროთ, რომ ის „ბრწყინვალე“, „ნიჭიერი“, „არაჩვეულებრივი“, „განსაკუთრებულია“, აჩვენეთ ეს თვისებები მის ქცევაში დეტალების გამოყენებით ისე, რომ მკითხველი თავად დარწმუნდეს მის ნიჭიერებასა თუ არაჩვეულებრივობაში).

- **სწორად შეარჩიეთ ციტატები**

შეიძლება, რთული იყოს განწყობის მიღება მხოლოდ ციტატებით, ასე რომ, გამოიყენეთ პერიფრაზირება და შეაზავეთ იგი შესაბამისი ციტატებით (თქვენი აზრის გასაუმჯობესებლად). ციტატები ყოველთვის ჩასვით ბრჭყალებში, რადგან მკითხველს არ უნდა აერიოს, ვის ეკუთვნის ეს ფრაზა).

- **მონიშნეთ ხარვეზები**

თქვენს ისტორიაში არსებობს სიცარიელები ან კითხვები, რომელზეც არ გიპასუხეს? სთხოვეთ სხვას, რომ წაიკითხოს თქვენი ნაშრომი და გითხრათ, დარჩა თუ არა მას შეგრძნება, რომ პროფაილში შეკითხვები მეტია, ვიდრე პასუხები.

- **არ დაასრულოთ დასკვნით**

ამის ნაცვლად, მიეცით მკითხველს პერსპექტივის განცდის შესაძლებლობა, ან გამოიყენეთ განსაკუთრებით რეზონანსული ციტატა ბოლო წინადადებისთვის, თქვენი გმირის ფრაზა ბოლო ხმაა, რომელიც თქვენმა მკითხველებმა უნდა გაიგონონ.



1. შეაჩჩიეთ გმიხი, ხომელსაც ძადიან კახგად იცნობთ და შექმენით მისი პოტენცი. ეცადეთ, მკითხველისთვის ეს აღამიანი ისეთივე ნაცნობი გახდეს, ხოგოხც თქვენთვისაა. შემდეგ წააკითხეთ გმიხს ნაშრომი და გაიგეთ, ხამდენად სწოხად დაინახეთ იგი.

2. წაკითხე ხამდენიმე პხოფაიდი და შეადახე ისინი. დაშადე აბზაცებად და გააანადიბე, ხოგოხ გადმოსცემს ავგოხი ამბავს და ხოგოხ ძეხწავს პიხოვნებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

Blundell, W. E. (1988). *The Art and Craft of Feature Writing: Based on The Wall Street Journal Guide*. Penguin Publishing Group. ISBN: 9780452261587, LCCN: 88025307;

Doyle, A. (2022 February 22). *Tips for Writing a Resume Profile*, Retrieved from: <https://www.thebalancecareers.com/writing-a-compelling-profile-of-a-person-2316038> (22.03.2024);

Saleh, N. (2014). *The Complete Guide to Article Writing: How to Write Successful Articles for Online and Print Markets*. Penguin Publishing Group. ISBN-10:1599637340;

Whitaker, W. R. Smith, D. D., Ramsey, J. E. (2019). *MediaWriting: Print, Broadcast, and Public Relations* (5th edition). ISBN 0-8058-4688-3;

Wings, *Feature Writing* (2024 February 4). Retrieved from: <https://leverageedu.com/blog/feature-writing/> (22.03.2024);

Witt, L. (1991). *The Complete Book of Feature Writing: From Great American Feature Writers, Editors, and Teachers*. *Writer's Digest Books*. ISBN: 9780898794700, LCCN: 91015256;

გრიგორიანი, მ. (2007). „სახელმძღვანელო ჟურნალისტებისთვის“.

ამბის თხრობა

(Storytelling)

- *რა არის storytelling - ამბის თხრობა?*
- *თხრობის კომპონენტები*
- *წახმოვების პირობები*
- *ამბის თხრობის ტიპები*

ღონძიანი/Long Read

ღონძიანი სკიტიხონი/პრეზენტაცია ნაამბობი

- *საკვანძო წიგნი ამბის თხრობაში - ზვავი/Snow Fall*
- *„ღონძიანი“ ძიხითადი მახასიათებლები*

რას არის storytelling – ამბის თხრობა?

ამბის თხრობა კომუნიკაციის უძველესი მეთოდია, რომელიც ისტორიების შექმნას და გაზიარებას გულისხმობს. იგი ჟურნალისტური ჟანრი არ არის – პირიქით, ამბის თხრობა, შესაძლოა, თავად მოიცავდეს უამრავ ჟურნალისტურ ჟანრს და ხერხს.

პროფესორი მანანა შამილიშვილი თავის წერილში – „პოსტ(თ)მწერლობა, როგორც ამბის თხრობა, ქსელურ მედიაში“ წერს: „თუკი სთორითელინგი ამბის თხრობის ხელოვნებაა, მაშინ ჟურნალისტიკა არის სთორითელინგის ხელოვნება“ – ეს მოსაზრება მხოლოდ დღევანდელით არ საზრდოობს. ზოგადად, „თხრობის“ ისტორია ჯერ კიდევ კაცობრიობის დასაბამიდან იღებს სათავეს, მას შემდეგ, რაც ჩვენი წინაპარი ეცადა, მნიშვნელოვანი საინტერესოდ მოეთხრო.“⁷⁵

შესაბამისად, ამბის თხრობის ხელოვნება ძლიერი ინსტრუმენტია, რომელიც ინდივიდებს შორის იდეების გასაზიარებლად და საზოგადოებებში ტრადიციების გადასაცემად გამოიყენება. წარმოგიდგინთ ამბის თხრობის რამდენიმე ასპექტს.

თხრობის კომპონენტები

პერსონაჟები: სიუჟეტში ჩართული პირები ან ერთი გმირი;

პარამეტრი: დრო და ადგილი, სადაც ამბავი ვითარდება;

ფაბულა: მოვლენების თანმიმდევრობა, რომელიც ქმნის ამბავს;

კონფლიქტი/კვანძი: მთავარი პრობლემა ან გამოწვევა, რომელსაც აწყდებიან პერსონაჟები;

რეზოლუცია/კვანძის გახსნა: კონფლიქტის შედეგი ან გადაწყვეტა.

75. მ. შამილიშვილი, „პოსტ(თ)მწერლობა, როგორც ამბის თხრობა, ქსელურ მედიაში“: <https://critique.openjournals.ge/index.php/critique/article/download/4311/4513/6811>

▪ სქემა

ექსპოზიცია/ შესავალი: წარმოგიდგენთ პერსონაჟებს, გარემოს და საწყის ვითარებას;

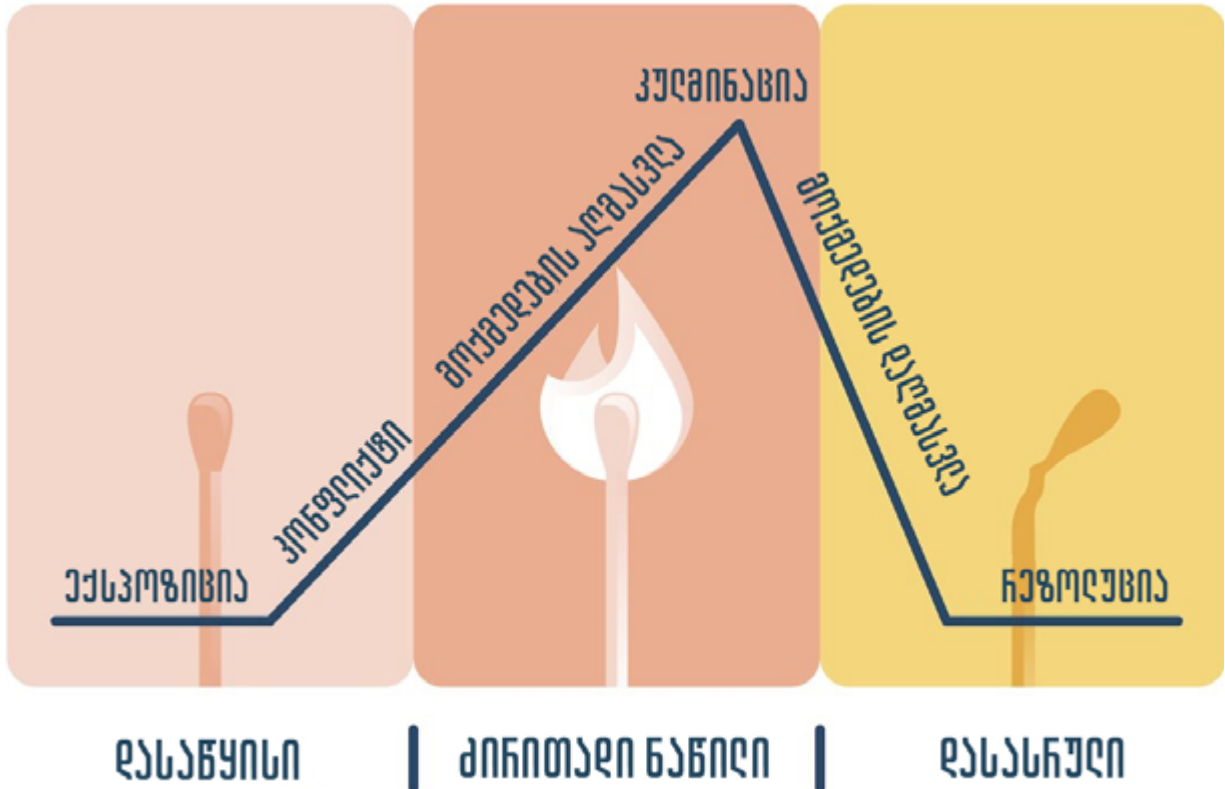
მოქმედების აღმასვლა (Rising action): ავითარებს სიუჟეტს, ხატავს კონფლიქტს და ქმნის დაძაბულობას;

კულმინაცია: გარდამტეხი წერტილი, სადაც კონფლიქტი ყველაზე ინტენსიურია;

მოქმედების დაღმასვლა (Falling action): კულმინაციის შემდგომი ამბავი, რომელიც ხსნის სიუჟეტში არსებულ დაძაბულობას და პერსონაჟს აძლევს დროს – დამშვიდდეს ემოციური პასაჟის შემდგომ;

რეზოლუცია/კვანძის გახსნა: ამბის დასასრული – დასკვნა, სადაც ყველა კითხვას აქვს პასუხი.

ლიაგრაამა N1. აბის თხრობის ლიაგრაამა



ამბის თხრობისას თქვენს იდეებს, გზავნილებს ან საინტერესო მოვლენებს სიტყვების, სურათების და ბგერების შემოქმედებით გამოყენებით გადმოსცემთ. როდესაც ნამდვილ ამბავს ჰყვებით, ავტორის შეტყობინებაც ავთენტურად აღიქმება.

მაგალითად, ცნობილმა კომპანია Apple-მა მარკეტინგში ამბის თხრობის უნიკალური მეთოდი გამოიყენა და საათის რეკლამირებისთვის ნამდვილი ისტორიები შემოგვთავაზა⁷⁶, რაც ბევრად ეფექტიანი აღმოჩნდა, ვიდრე ჩვეულებრივი რეკლამა იქნებოდა.



ასეთივე საინტერესო ქართული პროექტია „08.08.08“⁷⁷, რომელიც შეიქმნა ჟურნალ ინდიგოსა და GCRT-ის - წამების მსხვერპლთა ფსიქოსოციალური და სამედიცინო რეაბილიტაციის ცენტრის კოლაბორაციით.



ეს არის უახლესი ტექნოლოგიების დახმარებით შექმნილი მულტიმედიური ამბავი, რომელიც საკუთარ თავში აერთიანებს ბევრ ღილაკს – მათ შორის, ნაწილებად/სერიებად თხრობის სტილს.

76. Apple-ის მარკეტინგი: https://www.youtube.com/watch?v=pXDVvR-Zy_4

77. 08.08.08: <https://080808.ge/>

ასევე საინტერესოა „ინდიგოს“ პროექტი „ელიმინაცია“⁷⁸.



ეს კლასიკური თხრობაა, რომლის გაფორმებისთვისაც ილუსტრაციებია გამოყენებული, მაგრამ, უნდა ითქვას, რომ ხშირად ზედმეტი გაფორმება ვრცელ ტექსტს კიდევ უფრო ამძიმებს.

მნიშვნელოვანია, რომ წერისას სწორად დაგეგმოთ, თუ რას გამოიყენებთ მასალის გასახალისებლად, რათა მკითხველი ზედმეტად არ დაღალოთ.



რჩევა

ვხცედი ტექსტების წეხისას აუცილებლად გამოიყენეთ ქვეთავები ან სეხიებად თხიობა.

78. ელიმინაცია: https://indigo.com.ge/transmedias/a/eliminacia?fbclid=IwAR1quWePz5-DiNKGxHf50EhfcBkVGxsZKMWwyuMiQnBu1qUqNOtLM_q-48

Long Read /ლონგრედი – ვიზუალური ნაამბობი

ამბის თხრობის ერთ-ერთი თანამედროვე და ტექსტით მეტად დატვირთული ფორმაა ლონგრედი (სიტყვასიტყვით: „დიდხანს საკითხავი“ ანუ ვრცლად ნაამბობი; მას ასევე უწოდებენ მულტიმედიურ ლონგრედს). ეს არის ჩვეულებრივი მედიატექსტი, რომელიც ტიპურ ციფრულ ჟურნალისტურ პროდუქტთან შედარებით გრძელია. ლონგრედში თემა სიღრმისეულად არის შესწავლილი, გამოკვლეული და ვრცლად არის გაანალიზებული. მსგავსი მასალები შექმნილია იმისათვის, რომ მკითხველს მიაწოდოს თემის ირგვლივ არსებული ყველა ინფორმაცია და ჩაუღრმავდეს ნიუანსებს.

იმის გათვალისწინებით, რომ ლონგრედი მედიატექსტის ყველაზე ვრცელი ფორმაა, მასში ხშირად კომბინირებულია სხვადასხვა ვიზუალური ელემენტი, რაც კითხვის პროცესს მეტად საინტერესოს, სასიამოვნოს და მრავალფეროვანს ხდის. ეს ფორმა თანამედროვე ჟანრებში ცნობილია როგორც „მულტიმედია“, თუმცა სწორი იქნება, რომ ამ ჟანრს ვუწოდოთ „მულტიმედიური ლონგრედი“, რადგან ცალკე მულტიმედია, შესაძლოა, იყოს მოკლე ამბავიც, გაჭერებული სხვადასხვა ვიზუალური და ჟურნალისტური ელემენტით.

საინტერესოა, რომ ლონგრედი მეტად პოპულარულია დასავლურ მედიაში. ცნობილი გამოცემები და ვებსაიტები, როგორებიცაა, The New York Times, The New Yorker, The Atlantic, The Guardian და სხვა ონლაინპლატფორმები, აქტიურად წერენ და ხელს უწყობენ ამ ჟანრის განვითარებას.

- **საკვანძო წერტილი ამბის თხრობაში - ზვავი/Snow Fall**

როდესაც ვსაუბრობთ „Longread“-ზე, აუცილებლად სამაგალითოდ უნდა გამოვიყენოთ The New York Times-ის პროექტი „ზვავი/Snow Fall“. ეს არის ინოვაციური „მულტიმედიური ლონგრედი“, რომელიც გამოქვეყნდა The New York Times-ის მიერ 2012 წლის 20 დეკემბერს და მოგვითხრობს 16 მოთხილამურეზე, რომლებიც ზვავის ქვეშ მოჰყვნენ. ეს არის ერთობლივი ძალისხმევით მომზადებული პროექტი, რომელსაც ხელმძღვანელობდა ჟურნალისტი ჯონ ბრენჩი და ჩართული იყო რეპორტიორების, ფოტოგრაფების, ვიდეოგრაფების და დეველოპერების გუნდი. „ზვავი/Snow Fall“ იხსენიება, როგორც ციფრული თხრობის ინოვაციური მაგალითი, რომელიც აერთიანებს ტრადიციულ ჟურნალისტიკას ინტერაქტიულ მულტიმედია ელემენტებთან. ზუსტად ამისთვის პროექტმა 2013 წელს ფიჩერულ ნაწერში პულიცერის პრემიაც დაიმსახურა და ფიბოლის ჯილდოც⁷⁹ მოიპოვა.

79. ჯოხჯ ფოსტეიფიბოლი – ამეხიკვი ბიზნესმენი და ფიდანგხოპი, ხომდის სახედიც ეწოდა ჯიდოს საგედვიზიო, ხადო და ონდაინმედიაში გაშუქებული საუკეთესო მასალებისთვის.

„Longread“ შეიძლება განვიხილოთ, როგორც გრძელი ფიჩერი. მეცნიერები მიიჩნევენ, რომ „ზვავი“, ისევე, როგორც სხვა მსგავსი გრძელი ტექსტები, ჰარმონიულად აერთიანებს ტრადიციული ბეჭდური მედიისთვის დამახასიათებელ ვრცელ ტექსტებს და თანამედროვე ჟურნალისტურ კონტენტს (Dowling & Vogan, 2015).

2012 წელს ვაშინგტონის შტატში ჩამოწოლილი ზვავის შესახებ ამბიციურმა მულტიმედიურმა პროექტმა ჟურნალისტურ სამყაროში ქარიშხალი გამოიწვია. ინტერნეტში გამოქვეყნებიდან ერთ კვირაზე ნაკლებ დროში, ტექსტი, რომელიც დაყოფილი იყო ექვს თავად და აერთიანებდა 15000-ზე მეტ სიტყვას, ვიდეოინტერვიუებს, ინტერაქტიულ გრაფიკას და ანიმაციურ სიმულაციებს, ნახა 3,5 მილიონზე მეტმა ადამიანმა. The Atlantic-მა⁸⁰ ეს ფიჩერი და პერიოდი გამოაცხადა, როგორც გადამწყვეტი ეტაპი ჟურნალისტიკაში.

დაასკანერე კოდი, გაყვი ისტორიას და ერთად გავაანალიზოთ, რით გამოირჩევა ეს პუბლიკაცია:



ტექსტი იხსნება სრულ ეკრანზე გაშლილი დაუსრულებელი მოკლე ვიდეოთი. პირველი „ასქროლვის“ შემდეგ ეკრანზე ჩნდება ტექსტი, ვიდეო და სურათები. სტატიაში ასევე გამოიყენება სიმულაციები მოთხილამურების გზის გასაკვლევადა; ეს მოდელები აშენდა LIDAR სიმაღლის მონაცემებით და სატელიტური სურათებით.

პროექტს, რომელსაც ჟურნალ Times-ის ჟურნალისტი ჯონ ბრენჩი ექვს თვეზე მეტი ხნის განმავლობაში წერდა, აწარმოებდა 11-კაციანი გუნდი, მათ შორის, ჰანა ფეირფილდი, „კლიმატის“ ამჟამინდელი რედაქტორი, ჯეკი მინტი, პროექტის მთავარი დიზაინერი; ჯერემი უაიტი და ჯო უორდი, გრაფიკული რედაქტორები, რომლებმაც შექმნეს ამბიციური ვიზუალური ელემენტები.

80. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/12/new-york-times-snow-fall-feature/320253/>

პირველი გვერდის წაკითხვის შემდეგ შეამჩნევთ, რომ შეგიძლიათ, გადახვიდეთ შემდეგ თავზე (სულ 6 თავი). ეს კი იმისთვის არის გაკეთებული, რომ მარტივად დაიმახსოვროთ, რომელ გვერდზე იყავით გაჩერებული და შემდეგ განაგრძოთ კითხვა. ყველა თავს აქვს ქვესათაური.

რისგან შედგება პროექტი?

შინაარსი

პროექტი მოგვითხრობს ტრაგიკული ზვავის შესახებ, რომელიც 2012 წლის თებერვალში, სტივენის ულელტეხილთან, ვაშინგტონის შტატში მოხდა. ზვავს სამი მოთხილამურე შეეწირა.

მულტიმედიური ელემენტები

„ზვავი/Snow Fall“ აერთიანებს სხვადასხვა მულტიმედიურ ელემენტს, რომლებიც მთელი თხრობის განმავლობაში ჩნდება. ეს მოიცავს განსაცვიფრებელ ვიზუალს, ინტერაქტიულ რუკებს, ვიდეოინტერვიუებს და აუდიოჩანაწერებს. მულტიმედიური ელემენტები სტრატეგიულად არის ჩართული ტექსტში, რათა გაზარდოს თხრობისადმი ინტერესი.

ინტერაქციული რუკები და გრაფიკა:

პროექტი მოიცავს ინტერაქტიულ რუკებს, რომლებიც მკითხველს საშუალებას აძლევს, შეისწავლოს ტერიტორია, გეოგრაფია და ზვავის ჩამონოლის მთელი პროცესი დეტალებში – ზედხედით. ასევე ჩაშენებულია გრაფიკა.

ვიდეოშინაარსი:

პროექტი აერთიანებს ვიდეოინტერვიუებს გადარჩენილებთან, მოწმებთან და ექსპერტებთან. ეს ვიდეოები უფრო პიროვნულ და ჩაღრმავებულ განზომილებას იძლევა ამბის თხრობის პროცესში.

ვიზუალი:

ტექსტში წარმოდგენილია მაღალი ხარისხის ფოტოები, რომლებიც ასახავს როგორც ლანდშაფტის სილამაზეს, ასევე მოვლენების ინტენსივობას. ვიზუალი ხელს უწყობს სიუჟეტის ემოციურ გავლენას.

პარალაქსური გადახვევა / Parallax Scrolling

ვებგვერდი იყენებს პარალაქსის გადახვევას, დიზაინის ტექნიკას, სადაც ფონის სურათები მოძრაობს უფრო ნელი ტემპით, ვიდრე წინა პლანზე არსებული გამოსახულება, რაც ქმნის 3D მსგავს ეფექტს. ეს სიუჟეტს სიღრმეს მატებს, ამასთან მკითხველი გაორმაგებულ სიამოვნებას იღებს „ფურცვლისგან“.

მოქნილი დიზაინი

გვერდი შექმნილია გაჯეტების გათვალისწინებით, რაც უზრუნველყოფს მულტიმედიური ელემენტების და საერთო ტექსტის ოპტიმიზებას სხვადასხვა მოწყობილობაზე, მათ შორის დესკტოპის, ტაბლეტისა და სმარტფონებისთვის.

გავლენა ციფრულ თხრობაზე:

პროექტის წარმატებამ გავლენა მოახდინა სხვა მედიაორგანიზაციებზე, რათა შეესწავლათ და ექსპერიმენტები ჩაეტარებინათ მულტიმედიური ლონგრედების მიმართულებით. ეს შთაგონება გახდა ინტერაქტიული და ვიზუალურად მდიდარი ციფრული პროექტების ახალი ტალღისთვის.

მემკვიდრეობა:

„ზვავი/Snow Fall“ ციფრულ ჟურნალისტიკაში ითვლება საეტაპო პროდუქტად, რომელიც ასახავს ტრადიციული რეპორტაჟის მულტიმედიურ ელემენტებთან კომბინირების შესაძლებლობებს, უფრო მიმზიდველი და გავლენიანი ნარატივის შესაქმნელად.

პროექტი იმდენად წარმატებული და მნიშვნელოვანია, რომ დღემდე სამაგალითოდ დარჩა ამ ინდუსტრიაში. ბოლომდე ნაკითხვის შემდეგაც კი, სურვილი ჩნდება, ხშირად დაუბრუნდე და გადაიკითხო, გადახედო ნაშრომს.

კარგი ლონგრედის ქართული მაგალითები ბევრი არაა, თუმცა არის ერთი, რომელიც გამოირჩევა საინტერესო ტექსტისა და ვიზუალური მასალის კომბინაციით.

ეს არის გიორგი გოგუას ლონგრედი „გზაზე“⁸¹, რომელიც „National Geographic საქართველოში“ გამოქვეყნდა.

81. „გზაზე“: <https://nationalgeographic.ge/story/gzaze/>



დაასკანერე და განვიხილოთ



პირველივე, რასაც შეამჩნევთ, არის ის, რომ დასავლური და ქართული მაგალითიც სრულ ეკრანზე გაშლილი გამოსახულებით იწყება. თუმცა, პროექტი გაფორმებულია მხოლოდ ფოტოებით და მათი ავტორები ფერნანდო ხავიერ ურკიხო და ნიკოლოზ მჭედლიძე არიან.

გაფორმება

აბზაცებს შორის გვხვდება ფოტოები სხვადასხვა რაკურსით, რამდენიმე ზომაში გაზრდილი, ე.წ. „დაბოლდილი“ ფრაზა.

ტექსტი: ტექსტი იწყება აღწერითი ლიდით.

„ღირს ექვსი საათი იქნებოდა, ხოდესაც თუშეთის გზაზე, მანქანის სავალ ნაწილზე მოუხეხებდად გაშრიდ კახავში მეცხვახე გიოხგი ქახსამაუდის შეშფოთებუდმა ხმამ გამალვიდა – „სწაფად ადექით, მივდივახთ!“ კახვის ღია კახიდან სიცივე და ძღიეხი წვიმისგან გზაზე გაჩენიდი ნიაღვხის ხმა შემოდიოდა, ხოდო ათასამდე ცხვახი, ხომედიც წინა ღამეს ჩვენი ბანაკის შოხიახდოს, მთის ძიხში შეგხოვიდი მეგუდებოდა, ალახსად ჩანდა.“

შეამჩნევდით, რომ ენა მარტივია, ჟურნალისტი თითქოს გესაუბრებათ და ისე აღწერს, რომ ჩნდება დასწრების ეფექტი. თუმცა, ლიდში ზუსტად არ ჩანს, თუ რა გველის შემდეგ. მესამე აბზაცშივე შემოდის გეგმა:

„გეგმის მიხედვით, 10 მაისის დიდას მამა-შვიდი, ხობიზონ და გიოხგი ქახსამაუდების ცხვის ფახას დათოვიდი საცადეხო ბიდიკების გავდით შიხაქიდან თუშეთში უნდა გადავყოლოდით, თუმცა წინა ღამეს დაწყებუდმა წვიმამ ყვედაფეხი შეცვადა. ახდა მწყემსები ფახას მთაზე აყვანის ნაცვად დაბდა მიეხეკებოდნენ, ხოდო ბანაკის იხვვიდვ დახოციდი ცხვიები ეყახა.“

აქვე შემოდინ მთავარი გმირები. თუ ტელევიზიისთვის არის დაუნერელი წესი, რომ „30 წამის შემდეგ მთავარი გმირი უნდა შემოვიდეს“, შეგვიძლია ჩავთვალოთ, რომ წერილობით კონტენტშიც ასეა – გმირი შემოდის მესამე აბზაციდან.

ფინალი/ინკლუზივი:

პროექტის ბოლოს გვხვდება „Longread“-ის გახმოვანებული ვერსია, რომელიც საკმაოდ კომფორტულია გზაში მოსასმენად და ხაზს უსვამს მის ინკლუზიურობას.

„ლონგრედის“ ძირითადი მახასიათებლები:

სიგრძე/ზომა: „Longread“ ბევრად ვრცელია, ვიდრე ტრადიციული სტატიები ან ბლოგპოსტები. მიუხედავად იმისა, რომ არ არსებობს სიტყვების მკაცრი რაოდენობა, ხშირად იგი აღემატება 2000 სიტყვას და შეიძლება ათი ათასსაც მიაღწიოს.

სიღრმისეული ანალიზი: მასშტაბურობის გამო, „Longread“ სცილდება ზედაპირული დონის ინფორმაციას და მოიცავს ვრცელ კვლევას, ინტერვიუებს და ანალიზს, რათა უზრუნველყოს თემის სიღრმე. ეს შეიძლება მოიცავდეს ისტორიულ კონტექსტს, ექსპერტთა მოსაზრებებს და სხვადასხვა პერსპექტივას.

თხრობის სტილი: მედიატექსტის ეს ფორმა ხშირად აერთიანებს თხრობის ან მოთხრობის სტილს, რათა ჩართოს მკითხველი და გახადოს შინაარსი უფრო დამაჯერებელი. ასევე შეიძლება მოიცავდეს ანეკდოტებს, შემთხვევის შესწავლას ან მოვლენების ქრონოლოგიურ გამოკვლევას.

მულტიმედიური ელემენტები: „Longread“ შეიძლება შეიცავდეს მულტიმედიურ ელემენტებს, როგორცაა სურათები, ინფოგრაფიკა ან ჩაშენებული ვიდეოები, რათა გააძლიეროს მკითხველის ჩართულობა და ემოცია..

პლატფორმები: მიუხედავად იმისა, რომ „Longread“ შეიძლება მოიძებნოს სხვადასხვა მედიაში, ის, ჩვეულებრივ, ასოცირდება ონლაინპლატფორმებთან, რომლებიც საშუალებას იძლევა, ვრცელი შინაარსი სრულად ჩაეთიოს ფორმატში. ზოგიერთი მედიასაშუალება ან ვებსაიტი განსაკუთრებულ ყურადღებას ამახვილებს „Longread“-ზე. მაგალითად, ასეთია ყველასთვის ცნობილი The Guardian. მათ „Longread“ აქვთ დაბეჭდილი სახით, ციფრული სახით ვებგვერდზე, ახალ ამბებში და აუდიოლონგრედების განყოფილებაშიც⁸². ამ ჟანრს აქტიურად იყენებს BBC⁸³.

82. აუდიოლონგრედი: <https://www.theguardian.com/news/series/the-audio-long-read>

83. ბიბისი ლონგრედები: https://www.bbc.com/news/the_reporters

მრავალფეროვანი თემები: მედიატექსტის ეს ფორმატი თემების ფართო სპექტრს მოიცავს, საგამოძიებო ჟურნალისტიკით დაწყებული და მხატვრული სტატიებით დასრულებული. ამ ჟანრს თითქმის არ აქვს თემატური შეზღუდვა, რადგან მას ახალ ამბებშიც იყენებენ.

ჩართულობა და მოთმინება: ხანგრძლივი კითხვა მკითხველისგან მოითხოვს უფრო მაღალ ჩართულობას და მოთმინებას. მკითხველი არ არის შესაფერისად სწრაფი ამ მასშტაბის ტექსტის და ვიზუალის კითხვისა და აღქმისთვის, ამიტომ აუცილებელია ისეთი პროდუქტის შექმნა, რომ შესვენების შემდეგ აუცილებლად დაბრუნდეს ან დარჩეს მიჯაჭვული საბოლოო წერტილამდე.

ხარისხიანი წერა: ხანგრძლივობისა და სიღრმის გათვალისწინებით, ხანგრძლივ კითხვას ხშირად სჭირდება მაღალი ხარისხის წერის სტილი, რათა მკითხველი დაინტერესდეს და შეინარჩუნოს სიცხადე შინაარსში.

გაეცანით საუკეთესოდ აღიარებულ ლონგრიდებს:

- „ზიანის ანაზღაურების საქმე“/“The Case for Reparations” (The Atlantic), ავტორი: ტა-ნეჰისი ქოუტისი/Ta-Nehisi Coates

ქოუტისის ეს ვრცელი ფიჩერი იკვლევს სისტემური რასიზმის ისტორიასა და შედეგებს და აღწერს მიყენებული ზიანს.

<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2014/06/the-case-for-reparations/361631/>

- „ნამდვილად დიდი“/“The Really Big One” (The New Yorker), ავტორი: კეტრინ შულცი/ Kathryn Schulz

შულციის სტატია იკვლევს წყნარი ოკეანის ჩრდილო-დასავლეთში მიწისძვრის პოტენციალს, ასევე მოვლენის სამეცნიერო და სოციალურ შედეგებს.

<https://www.newyorker.com/magazine/2015/07/20/the-really-big-one>



- „ლონგრედი“/ “The Long Read” (The Guardian):

Guardian-ი წარმოგვიდგენს სიღრმისეული სტატიების კრებულს, რომელიც მოიცავს თემების ფართო სპექტრს პოლიტიკიდან მეცნიერებამდე.

<https://www.theguardian.com/news/series/the-long-read>

- „დაკარგული ქალაქი Z“/“The Lost City of Z” (The New Yorker), ავტორი: დევიდ გრანი/David Grann

გრანის ნამუშევარი მოგვითხრობს პერსი ფოსეტის (Percy Fawcett) ამაზონში დაკარგული ქალაქის ქვესთის (როლური თამაში) შესახებ, რომელიც აერთიანებს ისტორიულ ნარატივს, თავგადასავალსა და კვლევას.

<https://www.newyorker.com/magazine/2005/09/19/the-lost-city-of-z>

- „საცხოვრებლად გამოუსადეგარი დედამიწა“/“The Uninhabitable Earth” (New York Magazine), ავტორი: დევიდ უოლეს-უელსი/ David WallaceWells:

ავტორი იკვლევს კლიმატის ცვლილების პოტენციურ შედეგებს, წარმოადგენს კაცობრიობის წინაშე მდგარი გამოწვევების ყოვლისმომცველ მიმოხილვას.

<https://nymag.com/intelligencer/2017/07/climate-change-earth-too-hot-for-humans.html>

- „ზვიგენისა და მინოუს თამაში“/“A Game of Shark and Minnow” (The New York Times), ავტორი: ჯეფ ჰიმელმანი/Jeff Himmelman:

ეს მულტიმედია ლონგრედი განიხილავს ტერიტორიულ დავებს სამხრეთ ჩინეთის ზღვაში, აერთიანებს წერილობით ნარატივს, ინტერაქტიულ გრაფიკას და ფოტოგრაფიას, რათა მარტივად მოგვიყვას რთული გეოპოლიტიკური ამბავი.

<https://www.nytimes.com/newsgraphics/2013/10/27/south-china-sea/index.html>

- „ბატონის ობოლი შვილი“/”The Orphan Master’s Son” (The Washington Post), ავტორი: ადამ ჯონსონი/ Adam Johnson

მიუხედავად იმისა, რომ ეს არ არის ფიქერი, მაინც არის გრძელი მოთხრობის მაგალითი წიგნის სახით. 2013 წელს მან მოიპოვა პულიცერის პრემია მხატვრულ ლიტერატურაში.

- „პროექტი 1619“ /”The 1619 Project” (The New York Times Magazine)

The New York Times Magazine-ის ეს სპეციალური ნომერი, რომელსაც ნიკოლ ჰანა-ჯონსი ხელმძღვანელობს, ხელახლა განიხილავს შეერთებულ შტატებში მონობის მემკვიდრეობას და მის მუდმივ გავლენას ამერიკულ საზოგადოებაზე.

<https://www.nytimes.com/interactive/2019/08/14/magazine/1619-america-slavery.html>

გამოყენებული ლიტერატურა:

David Dowling & Travis Vogan (2015). Can We “Snowfall” This?, Digital Journalism. 3:2, 209-224, DOI: 10.1080/21670811.2014.930250;

Saleh, N., (2014). The Complete Guide to Article Writing: How to Write Successful Articles for Online and Print Markets. Penguin Publishing Group. ISBN-10:1599637340

ბელოზი

- *ნა ანის ბელოზი?*
- *ბელოზმსგის წეხა*
- *ბელოზის გიპები*

რა არის ბლოგი?

დღეს, როდესაც სოციალური ქსელის შესაძლებლობები უსაზღვროა და ყველას შეუძლია გამოამჟღავნოს წერიტი შესაძლებლობები, ბლოგის წერის პრაქტიკა დიდ მნიშვნელობას იძენს. ნებისმიერისთვის მარტივია, შექმნას ბლოგი, რომელიც არის საუკეთესო გზა საკუთარი მოსაზრებების გამოსატყვისა და იდეების გაზიარებისთვის.

ბლოგი იგივეა, რაც ონლაინდღიური. ეს საშუალებას გაძლევთ, ჩანეროთ თქვენი აზრები სპეციალურ გვერდზე. ეს ინდივიდუალური ჩანაწერები კი ცნობილია როგორც ბლოგპოსტები. ამავდროულად, ბლოგი, შესაძლოა, მოიცავდეს ვიდეოს, ფოტოსურათებს და სხვა დამატებით მასალას.

ბლოგპოსტს ახასიათებს წერის თავისუფალი სტილი. შესაძლოა, ბლოგისთვის წერას თავისუფალი წერაც კი ვუწოდოთ, რადგან მას არ აქვს ჩარჩოები – ეს არის ყველაზე ინდივიდუალური ფორმატი, რომელიც იცვლება ავტორის მიხედვით.

ქართულ რეალობაში ბლოგის ყველაზე აქტიური განყოფილება „რადიო თავისუფლებას“ აქვს⁸⁴. გვერდი სპეციალურად არის ადაპტირებული ავტორების მიხედვით და თითოეულის ნაშრომი გენერირდება სწორედ ავტორის საკუთარ გვერდზე, რაც კლასიკური ბლოგის განცდას ქმნის.

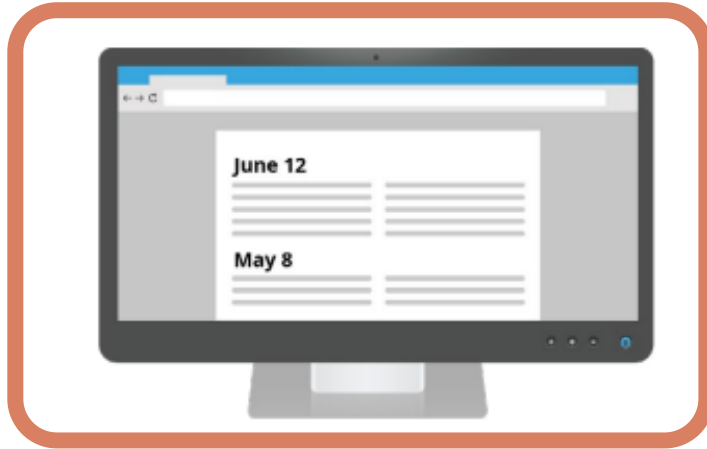
პოპულარულია ასევე “Forbes Georgia“-ს ბლოგების განყოფილება⁸⁵, რომელშიც სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლები კონკრეტული თემატიკაზე წერენ. აქ შეხვდებით ბლოგს, რომელიც სერიების მიხედვით არის აწყობილი. ეს არის ქეთევან ბუაძის^{xxiv} ბლოგი, რომელიც იწყება პირველი სერიით: <https://forbes.ge/blogs/blogi-biznessa-da-samarthalze-11/> და გრძელდება მე-11 სერიამდე: <https://forbes.ge/blogs/53904-autosave-v1/>. მსგავსი მიდგომა მკითხველში მოლოდინის განცდას აღვივებს.

84. ბლოგები რადიო თავისუფლება: <https://www.radiotavisupleba.ge/p/6096.html>

85. ბლოგები ფორბსის: <https://forbes.ge/blogs/>

შეგიძლია, ჩამოვთვალოთ ბლოგპოსტის რაოდენივე მახასიათებელი:

- ბლოგპოსტი ზოგადად კონკრეტულ ქრონოლოგიას მიყვება, ბოლო ანუ ახალი ჩანაწერი, არის პირველი;



- არ გჭირდებათ სპეციალური პროგრამული უზრუნველყოფის დაყენება თქვენი ბლოგპოსტების დასაწერად ან სხვისთვის გასაზიარებლად, შეგიძლიათ უბრალოდ გამოიყენოთ თქვენი ვებბრაუზერი;
- ბლოგპოსტებში ტექსტის/სიტყვების რაოდენობა არ არის განსაზღვრული;
- თქვენ ასევე შეგიძლიათ დაამატოთ ფოტოები, ილუსტრაციები და ვიდეოები, რათა მეტად ეფექტური გახადოთ თქვენი შეტყობინება;
- ბლოგი არის ღია, რათა ყველამ ნახოს, თუმცა არსებობს მისი ჩაკეტვის შესაძლებლობა, რათა მხოლოდ გარკვეულმა ადამიანებმა წაიკითხოთ, მაგალითად, გამომწერებმა;
- ბლოგპოსტის წერა არ ექვემდებარება რაიმე ტიპის ვალდებულებას (მაგ. ყოველდღიური წერა) ან ზენზურას. შეგიძლიათ, მხოლოდ მაშინ დაწეროთ ბლოგპოსტი, როდესაც გრძნობთ, რომ რაიმე გაქვთ გასაზიარებელი თქვენი მკითხველისთვის.

ბლოგის უპირატესობები

- ბლოგი შესანიშნავი გზაა ინტერნეტში იმ ადამიანებთან კომუნიკაციისთვის, რომლებიც იზიარებენ თქვენს ინტერესებსა და ხედვებს;
- ბლოგი გეხმარებათ ოჯახთან და მეგობრებთან კონტაქტის დამყარებაში სოციალური მედიის ვებსაიტების გამოყენების გარეშე, როგორც არის, მაგალითად, Facebook;
- თქვენ შეგიძლიათ, შექმნათ ონლაინსაზოგადოება თქვენი ბლოგის გარშემო და თითოეული პოსტის ქვეშ, მკითხველებთან, კომენტარების განყოფილებაში გაცვალოთ იდეები;
- ბლოგპოსტის მეშვეობით შეგიძლიათ, გაუზიაროთ თქვენი გამოცდილება საზოგადოებას და დაეხმაროთ სხვებს მიუხედავად იმისა, საუბრობთ სამოგზაურო მიმართულებებზე, მებაღეობაზე თუ ხელოვნების ნიმუშებზე;
- შეგიძლიათ თქვენი ნებისმიერი თავგადასავლის დოკუმენტირება და სამუდამოდ შენახვა.

როგორ ავირჩიოთ ბლოგის კარგი თემა, როგორც საინტერესო და მიზნიძველია:

- საუკეთესო ბლოგპოსტები, როგორც წესი, პირად გამოცდილებას ეყრდნობა;
- ფოკუსირდით იმაზე, რაც გიტაცებთ და ეს ინტერესი გადავა თქვენს ტექსტებშიც;
- ბლოგში შეგიძლიათ გააზიაროთ წლების განმავლობაში დაგროვილი თავგადასავლები, პირადი ისტორიები ან შესაძლოა, ისაუბროთ თქვენს სამომავლო გეგმებზე;
- ბლოგების უმეტესობა ეყრდნობა პროფესიულ გამოცდილებას და პრაქტიკულ ცოდნას – მარტივი რეცეპტებით დაწყებული, ავტომობილის მოვლით დასრულებული.

ბლოგის ფიქვაბი

ბლოგი მრავალფეროვანია და ემსახურება სხვადასხვა ინტერესს, მიზნებსა და აუდიტორიას. აქ მოცემულია ბლოგების რამდენიმე გავრცელებული ტიპი:

პირადი ბლოგები:

ადამიანები ერთმანეთს უზიარებენ პირად გამოცდილებას, აზრებს და შეხედულებებს. თემები შეიძლება განსხვავდებოდეს და მოიცავდეს ყოველდღიურ ცხოვრებას, მოგზაურობებს, სხვადასხვა ჰობის და სხვ.

ბიზნესბლოგები:

კომპანიები იყენებენ ბლოგებს მარკეტინგისთვის, პროდუქტების საჩვენებლად, კონკრეტული ინდუსტრიის შესახებ ინფორმაციის გასაზიარებლად და მომხმარებლებთან დასაკავშირებლად. ბიზნესბლოგები ხშირად ფოკუსირებულია საზოგადოებისთვის ბრენდის შესახებ დეტალური ინფორმაციის მიწოდებაზე.

პროფესიონალური/კორპორატიული ბლოგები:

ბიზნესბლოგების მსგავსად, ისინი დაწერილია პროფესიონალების მიერ კონკრეტულ ინდუსტრიაში. შინაარსი შეიძლება შეიცავდეს ინდუსტრიის ტენდენციებს, ანალიზს და ექსპერტთა მოსაზრებებს.

ახალი აგზების ბლოგები:

ფოკუსირდება სიახლეებსა და მიმდინარე მოვლენების გაზიარებაზე, ხშირად კონკრეტული ინდუსტრიის კუთხით.

ნიშური ბლოგები:

კონცენტრირდით კონკრეტულ თემაზე ან ნიშაზე, როგორცაა კონკრეტული ჰობი, ინტერესი ან სუბკულტურა. მაგალითად, კვების ბლოგები, მოდის ბლოგები ან ბლოგები, რომლებიც ეძღვნება კონკრეტულ ტექნოლოგიას.

პოლიტიკური ბლოგები:

განიხილება პოლიტიკური მოვლენები, მოსაზრებები და ანალიზი, ხშირად კონკრეტული იდეოლოგიური პოზიციიდან.

აკადემიური ბლოგი/ბლოგინგი:

ეს არის შედარებით ახალი მიმართულება, რომელიც მოიცავს კვლევით ბლოგინგს. ამ შემთხვევაში კონტენტს, ძირითადად, სამეცნიერო საფუძველი აქვს. აკადემიური ბლოგი ეხება მეცნიერთა, მკვლევართა, პროფესორთა და აკადემიკოსთა პრაქტიკას, რომლებიც უზიარებენ თავიანთ შეხედულებებს, კვლევის შედეგებს და აკადემიურ აზრებს ბლოგის პლატფორმების საშუალებით. აკადემიური ბლოგები ემსახურება მეცნიერებს და სტუდენტებს, როგორც სივრცე სხვადასხვა სფეროს პროფესიონალთა გაერთიანებისთვის, რათა თავიანთი იდეები უფრო ხელმისაწვდომი და არაფორმალური გზით გადმოსცენ.

საგანმანათლებლო ბლოგები:

მიზნად ისახავს მკითხველის ინფორმირებას და განათლებას კონკრეტულ თემაზე. შეიძლება შეიცავდეს გაკვეთილებს, სახელმძღვანელოებს და საგანმანათლებლო რესურსებს.

ტექნოლოგიური ბლოგები:

კონცენტრირება ხდება ტექნოლოგიებზე, მათ შორის გაჭეტების მიმოხილვაზე, პროგრამული უზრუნველყოფის გაკვეთილებსა და ინდუსტრიის სიახლეებზე.

მოგზაურობის ბლოგები:

მოიცავს პირადი მოგზაურობის გამოცდილებას, მასში შეგიძლიათ მკითხველს მიაწოდოთ მოგზაურობის შესახებ რჩევები და აჩვენოთ მიმართულებები. ამ ტიპის ბლოგები ხშირად მოიცავს განსაცვიფრებელ ვიზუალს, რათა გააჩინოს ინტერესი.

ფინანსების ბლოგები:

მკითხველს სთავაზობს ფინანსურ და საინვესტიციო რჩევებს, ასევე სტრატეგიებს.

მშობალთა ბლოგები:

მშობლების მიერ დანერგილი ბლოგები შეეხება პირად გამოცდილებას, რჩევებს შვილების აღზრდაში და სხვ.

მოდის და სილაჟაჟის ბლოგები:

მიმოიხილება უახლესი ტენდენციები მოდის ინდუსტრიაში, სილაჟაჟის პროდუქტები, მოდის რჩევები და სხვ.

ეს მხოლოდ რამდენიმე მაგალითია, მთავარია, იპოვოთ ნიშა, რომელიც შეესაბამება თქვენს ინტერესებს ან გამოცდილებას თქვენი სამიზნე აუდიტორიის საჭიროებებისა და ინტერესების გათვალისწინებით.

ბლოგოსტის წერა

ნებისმიერს შეუძლია ბლოგოსტის დაწერა, მაგრამ ცოტას თუ შეუძლია შექმნას ის, რისი წაკითხვაც მომხმარებლის უმეტესობას სურს.

აქ ჩაშლილია რჩევები, რომლებიც დაგეხმარებათ მიმზიდველი და საინტერესო ბლოგოსტის წერაში:

ნაბიჯი 1. იპოვეთ თემა

როგორც ყველა ჟანრში, პირველი და ყველაზე მნიშვნელოვანია, იცოდეთ, რაზე გინდათ წეროთ. თუ თქვენ გაქვთ ნიშა, მაშინ ეს არ უნდა იყოს რთული. მნიშვნელოვანია, რომ საკითხი, რაზეც წერთ, იმ პერიოდში საინტერესო იყოს აუდიტორიისთვის. არ არსებობს იმაზე კარგი გზა, ვიდრე იმ თემებზე წერა, რომლებსაც ხალხი ხშირად ეძებს. ზუსტად ამის გაგებაში დაგეხმარებათ Google. დაძებნეთ ბოლო სტატისტიკა:

- თუ რას ეძებს მომხმარებელი ყველაზე ხშირად?
- რა კითხვები აქვთ მათ?
- რა აინტერესებთ?

ასე თქვენ სტრატეგიულად სწორად დაგეგმავთ თემატიკას და თქვენი ბლოგი ხშირად გახდება საძიებო სისტემაში ძიების საგანი. თუმცა, ეს არ ნიშნავს წერას იმაზე, რაც თქვენ არ გაინტერესებთ. ეს უნდა იყოს ჰარმონიული თანამშრომლობა თქვენს უნარებსა და მკითხველის სურვილებს შორის.

ნაბიჯი 2. გადაწყვიტეთ თქვენი ბლოგოსტის კუთხე

ყოველ დღე 4,4 მილიონზე მეტი ახალი ბლოგოსტი ზიარდება ქსელში. თქვენი ამოცანაა, ბლოგოსტი გამოირჩეოდეს. წინააღმდეგ შემთხვევაში, მას ვერ მიაგნებენ და არავინ წაიკითხავს. სიახლე (აქტუალურ და ახალ ამბავსა თუ მოვლენაზე წერა და გამოხმაურება) ბლოგოსტის მთავარი მახასიათებელი უნდა იყოს. ასევე მთავარია, ინტენსიურად წერდეთ და აქვეყნებდეთ, რომ მკითხველმა არ დაგივიწყოთ.

დაუთმეთ დრო და იფიქრეთ იმ კუთხით, რომელიც უნიკალური და ახალია თქვენი სამიზნე აუდიტორიისთვის. დასაწყებად გამოიყენეთ ეს კითხვები:

- **გაქვთ პირადი გამოცდილება ამ თემაზე?** მაგალითად, თუ თქვენ წარმატებით განახორციელეთ „კეტო დიეტა“, შეგიძლიათ დაწეროთ თქვენი გამოცდილება ამის შესახებ;
- **შეგიძლიათ ექსპერტებთან გასაუბრება?** მაგალითად, შეგიძლიათ გაესაუბროთ ექსპერტს კეტო დიეტის უახლესი კვლევებისა და აღმოჩენების შესახებ;
- **შეგიძლიათ დაამუშაოთ მონაცემები ან წეროთ მეცნიერებაზე?** იფიქრეთ კვლევის ჩატარებაზე (თუ ეს შესაძლებელია) ან დაათვალიერეთ სამეცნიერო კვლევითი ნაშრომები;
- **შეგიძლია იყო დინების საპირისპირო?** თუ თქვენ ნამდვილად გაქვთ აზრი, რომელიც ეწინააღმდეგება ყველას, ეს შეიძლება იყოს თქვენთვის გამორჩეული მიდგომა.



ნაბიჯი 3. შექმენით მონახაზი

ბლოგინგის მიმართულებაში ყველაზე მნიშვნელოვანია გამაერთიანებელი/გამდვი ხაზის პოვნა. მუდმივი ხაზი/ნიშა დაგეხმარებათ თქვენი აზრების აწყობაში და საუკეთესო ნაშრომის შექმნაში. როცა გაქვთ ნიშა, ნულიდან არ წერთ, პირიქით, ავსებთ ბლოგში არსებულ „თეთრ ლაქებს“.

ბლოგოსტის წერის სტილი

ბლოგოსტებში წერის სტილი შეიძლება განსხვავდებოდეს ნიშის, სამიზნე აუდიტორიის და ტონის მიხედვით, თუმცა არსებობს რამდენიმე ზოგადი პრინციპი, რომელიც დაგეხმარებათ, შექმნათ კლასიკური და საინტერესო ბლოგოსტი:

საუბრის ტონი:

ბლოგები ხშირად უფრო არაფორმალურია, ვიდრე სხვა ტიპის წერილობითი კონტენტი. დაწერეთ ისე, თითქოს მეგობარს ესაუბრებით. მოერიდეთ ზედმეტად რთულ ენას ან ისეთ ჟარგონს, რომელსაც თქვენი აუდიტორია არ იცნობს.

სიცხადე და სიპარტივა:

გამოიყენეთ მკაფიო და პირდაპირი ენა თქვენი გზავნილის გადმოსაცემად. დაყავით რთული იდეები მარტივად.

მოკლე აბზაცები და წინადადებები:

წერეთ მოკლე წინადადებები და დაყავით მცირე აბზაცებად. ეს კონტენტს მარტივად „სკანირებად“ და ადვილად წასაკითხს ხდის, განსაკუთრებით ციფრულ პლატფორმებზე.

საინტერესო სათაურები და ქვესათაურები:

გამოიყენეთ დამაჯერებელი სათაურები და ქვესათაურები მკითხველისთვის შესაბამისი მიმართულებების მისაცემად და მათი ყურადღების მისაპყრობად.

თხრობა:

ჩართეთ საინტერესო ეპიზოდები ან რეალური მაგალითები თქვენი აზრების საილუსტრაციოდ. ამბის თხრობა საინტერესო ელფერს მატებს და შინაარსს უფრო რეალისტურს ხდის.

გამოსახულების გამოყენება:

ჩართეთ შესაბამისი სურათები, ინფოგრაფიკა ან სხვა ვიზუალური ელემენტები შინაარსის გასაუმჯობესებლად. ვიზუალი არღვევს ტექსტს, შლის ბლოკებად და პოსტს უფრო მიმზიდველს ხდის.

იუმორი (საჭიროების შემთხვევაში):

იუმორს შეუძლია თქვენი სტილი უფრო სასიამოვნო გახადოს, მაგრამ გამოიყენეთ იგი ზომიერად და დარწმუნდით, რომ იგი შეესაბამება თქვენს თემას და აუდიტორიას. ყურადღება მიაქციეთ კულტურულ სენსიტიურობას და მოერიდეთ შეურაცხმყოფელ ხუმრობებს.

მიმართეთ მკითხველს:

გამოიყენეთ „თქვენ“ და პირდაპირ მიმართეთ მკითხველს. ეს ქმნის კავშირისა და ჩართულობის გრძნობას. ნაახალისეთ კომუნიკაცია და ჩართულობა კითხვების დასმით და კომენტარების ველში მათი მოწვევით.

თანმიმდევრულობა:

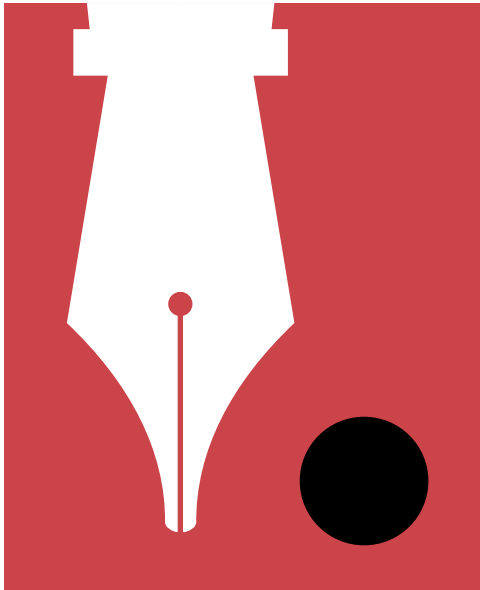
შეინარჩუნეთ თანმიმდევრული ტონი მთელს თქვენს ბლოგზე. ეს ხელს უწყობს ბრენდის „ხმის“ ჩამოყალიბებას. თანმიმდევრულობა ასევე ეხება ფორმატირებას, როგორცაა იგივე სტილის გამოყენება სათაურებისა და ქვესათაურების შემთხვევაში.

მხოლოდ ინდივიდუალიზმი დაგეხმარებათ, შექმნათ კონტენტი, რომელიც რეზონანსს გამოიწვევს. ცხადია, სხვადასხვა სტილის ექსპერიმენტი და აუდიტორიის გამოხმაურების ანალიზი ასევე დაგეხმარებათ თქვენი მიდგომის დახვეწაში.

გამოყენებული ლიტერატურა:

Joy Deangdeelert Cho (2012). Blog, Inc.: Blogging for Passion, Profit, and to Create Community, Chronicle Books; Illustrated edition. ISBN-10: 1452107203;

Leist, R., (2024 January 31). How to Write a Blog Post: A Step-by-Step Guide. Hubsport. Retrieved from: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-start-a-blog> (22.03.2024).



ნაწილი III წერტილი

(გვარდები: 284-325)

წერის პროცესში ყველას გვგონია, რომ საუკეთესო ფიჩერი, ახალი ამბავი ან პორტრეტი შევქმენით, თუმცა, როდესაც სულ რამდენიმე წუთის შემდეგ გადავიკითხავთ ჩვენსავე მასალას, ვხვდებით, რომ სულაც არ ვყოფილვართ „გენიალურ“ სტრიქონებთან ახლოს. ამიტომ, გაიხსენეთ ჟურნალისტიკის ოქროს წესი – „დაასვენეთ თვალი“ და გადაიკითხეთ ნაწერი. ეს ყოველთვის ამართლებს. ამ თავში შევაჯამებთ იმ ხრიკებს, მეთოდებსა და რჩევებს, რომლებიც წერტილის დასმის შემდეგ უნდა გავითვალისწინოთ.

- *ხელაქტიხება*
- *სტილი - [5 C]*
- *კოხექტუხა*
- *საკვანძო სიტყვების მნიშვნელობა*
- *ხოგოხ წავიკითხოთ სხვისი ნაშრომი?*
- *საბოლოო კოხექტუხა (Proofreading)*
- *საკვანძო სიტყვების მნიშვნელობა*

რედაქცია

კვირველი ხუმრობით ამბობდა: – „დანართი ნასკაზა, დაარდაქტირეთ ფიზიკა“.

რედაქტირება ნიშნავს ტექსტის ან ვიზუალური მასალის შეცვლას, ადაპტირებას ან შევსებას მოთხოვნილი სტანდარტებისა და საერთო სტილთან შესაბამისობის მიზნით ან – სრულიად გამართული პუბლიკაციის შესაქმნელად.

არსებობს სხვადასხვა სახის რედაქტირება, მათ შორის სტრუქტურული რედაქტირება (developmental editing: სტრუქტურასა და შინაარსზე ფოკუსირება), სტილის რედაქტირება (copy editing: გრამატიკისა და სტილის გასწორება) და კორექტირება (proofreading: კორექტურისა და შეცდომების შემოწმება).

ბრიტანელი ნოველისტი ზადია სმიტი წერდა, რომ **„რედაქტირების მთავარი საიდუმლო მარტივია: ავტორის ნაცვლად, შენ უნდა გახდე მკითხველი“.**

გახსოვდეთ, რომ თქვენს ნაწერს ყოველთვის უნდა დაუთმოთ დრო. სანამ საბოლოო პროდუქტს კრიტიკული თვალთ გადახედავთ, გადადეთ იგი – თუ შესაძლებელია, დაივიწყეთ კიდევ. გადახედვა, ცვლილებების შეტანა ნაწერის გასაუმჯობესებლად წერის პროცესის არსებითი ნაწილია. გახსოვდეთ, ეს არ არის მხოლოდ გამოუცდელი მწერლების სასჯელი. თვით ტოლსტოი, „ომი და მშვიდობის“ ავტორი, ხშირად ამბობდა: „მე არ მესმის, როგორ შეიძლება ვინმემ დანეროს რამე ყველაფრის ხელახლა გადანერის გარეშე“.

გადახედეთ ფილიპ როტის ერთ ხელნაწერ გვერდს (იხ. ფოტო N3), რომელიც მამის სიცოცხლისა და სიკვდილის არამხატვრულ ისტორიას წარმოადგენს. მიუხედავად იმისა, რომ საკმაოდ რთული ნასაკითხია, გვერდი აჩვენებს, თუ როგორ გადაასწორა და დაარდაქტირა როტმა (ოცდაათზე მეტი წიგნის ავტორმა) გვერდი წიგნის ბოლოს.

ფოტო N3. რედაქტირებული ტექსტი

01/1/89 #1

a (ending)

I dreamed I was standing on a pier ~~with~~ ^{among} a group of children who may or may not have been waiting there to be evacuated. ~~I was one of them.~~ ^{At the New Newark of}

The dock was down in Port Newark, ~~as it looked~~ ^{as if it looked} some fifty years ago when I was taken there as a small boy, by my father and my uncle Ed, to see the ships ~~and the cranes~~ ^{anchored in the} and the ~~harbor~~ that opened out to the State of Liberty and then to the sea. It was always amazing, ~~as a Newark child~~ ^{for me} to remember that ours was a coastal city ~~with a coastline~~ ^{on the Atlantic}, since the port was ~~on the far~~ ^{on the far} side of the new Newark airport, ~~far from any residential neighborhood.~~ ^{far from any residential neighborhood.}

In ~~the~~ ^{my} dream a boat, ~~small and battle-gray~~ ^{small and battle-gray}, some sort of old warship, ~~perhaps a small destroyer,~~ ^{American} (though ~~not~~ ^{stuffed} with ~~any~~ ^{the} visible guns) was floating slowly in toward the harbor. I was expecting my father to be on the ship, even perchance to be among the crew, but there was nobody ~~to be seen~~ ^{on board} and no sign of anyone anywhere in command. ~~It was a ghostly, silent~~ ^{ghostly, silent} ~~dream~~ ^{of} an empty ship ~~aiming, on course,~~ ^{aiming, on course,} in toward shore with only the current to guide it. The mood was ~~funereal~~ ^{funereal}, as though ~~we children were witnessing the aftermath of a tragic catastrophe,~~ ^{we children were witnessing the aftermath of a tragic catastrophe,} and-it-woke me out of my sleep in the middle of the night. Upon ~~awakening~~ ^{awakening} I understood immediately that it wasn't that my father was aboard the ship but that my father was the ship. ~~The consolation was enormous~~ ^{the consolation was enormous} ~~and~~ ^{and} at three a.m. (in the dark) ~~it~~ ^{it} brought me to the edge of tears. ~~He~~ ^{He} was the crewless, engineless warship being carried ~~by~~ ^{by} the current into Port Newark.

I was awake ~~after this~~ ^{after this} until dawn. The dream had ~~come~~ ^{come} ~~before the morning~~ ^{before the morning} at the end of July when he was to go to have the second MRI of his brain. Dr. Benjamin had ordered it after I had asked Dr. Wasserman, ~~the family~~ ^{the family}

and not
I was
my father
was the
warship

რედაქტორი

ნებისმიერი მასალა უნდა წაიკითხოს და რედაქტირება გაუწიოს, ავტორის გარდა, სულ მცირე, ერთმა ადამიანმა. ეს წესი არ უნდა აღიქმებოდეს, როგორც რეპორტიორების ან სხვა ავტორების შესაძლებლობებში ეჭვის შეტანა. რედაქტირება პროფესიული პროცედურაა და ის საჭიროა მედიაორგანიზაციის მიმართ ნდობის განსამტკიცებლად, მისით მკითხველის დასაინტერესებლად და შესაძლო სასამართლო პროცესებისა და, შესაბამისად, პოტენციური ფინანსური დანაკარგების თავიდან ასაცილებლად. ყველაფერი, რასაც სტატიაში ფაქტობრივი ხასიათი აქვს, სახელების, მისამართებისა და სხვა მონაცემების ჩათვლით, ზუსტი უნდა იყოს და არ შეიცავდეს ენობრივ შეცდომებს. ციტატები აზრობრივად აბსოლუტური სიზუსტით უნდა იყოს მოყვანილი, რიცხვები და გამოთვლები რამდენჯერმე უნდა იყოს გადამოწმებული, გრამატიკული შეცდომები და არასწორად დაწერილი ან კონტექსტთან შეუსაბამო სიტყვები უნდა შესწორდეს, ორაზროვანი, მოუხერხებელი და უხეში ფრაზები ადვილად გასაგებად ჩამოყალიბდეს.

პატარა მედიაორგანიზაციებში ტექსტის რედაქტირება ერთხელ ხდება. ინფორმაციის მოპოვების, დაწერისა და რედაქტირების პროცესი, როგორც წესი, ორი პირის – რეპორტიორისა და მთავარი რედაქტორის მონაწილეობით მიმდინარეობს. ხოლო, უფრო დიდ ორგანიზაციებში რედაქტირება ორ დონეზე ხდება: დავალების მიმცემი რედაქტორის (ან რუბრიკის ხელმძღვანელის) მიერ და შემდეგ პასუხისმგებელი რედაქტორის მიერ. რაც უფრო მაღალი ხარისხის სარედაქციო შინაარსის მიღება გვსურს, მით მეტი ძალისხმევა უნდა მოვახმაროთ რედაქტირებას. ზოგიერთ მაღალხარისხიან გამოცემაში რედაქტირება სამ ან ოთხ დონეზეც მიმდინარეობს (დავალების მიმცემი რედაქტორი, პასუხისმგებელი რედაქტორი, მთავარი რედაქტორი და გვერდების რედაქტორი).

უნდა გვახსოვდეს, რომ რეპორტიორის მოვალეობა ზუსტი ფაქტების მოპოვებაა. წერისას რეპორტიორი პასუხისმგებელია ასევე ორგანიზაციის სტილის დაცვაზე. რაც უფრო კვალიფიციური და კომპეტენტურია რეპორტიორი, მით ნაკლები რედაქტირება სჭირდება მის მასალას. ამ ყველაფრის დასამტკიცებლად კი ნებისმიერ ჟურნალისტს შეუძლია, გამოიყენოს წესი [5 C], რომელსაც ბევრი ინტერპრეტაცია აქვს. შემდეგ თავში გაქართულებულ ვერსიას გაგიზიარებთ.

სტილი - [5 C]

მკითხველი ზოგჯერ განიცდის იმას, რასაც მწერლობაში MEGO-ს უწოდებენ – “My Eyes Glaze Over”. სიტყვასიტყვით რომ ვთარგმნოთ, დაახლოებით გამოვა – „ჩემი თვალები მინას დაემსგავსა“. ეს არის რეაქცია ნაწერზე, რომელიც, შესაძლოა, გრამატიკულად სწორად არის აწყობილი, მაგრამ ბუნდოვანია და მაშინაც კი, როცა იდეები საინტერესოა, ტექსტი არ აღიქმება.

ეს ხდება მაშინ, როდესაც მკითხველი „ეთიშება ტექსტს და იდეას“ სტილით, რომელიც ძირითადი აზრის გაგებას ართულებს. ამ სტილს ახასიათებს: არასაჭირო სიტყვები, ბრტყელი წინადადებები, კლიშეები, რთული და უადგილო ფრაზები ან უბრალოდ საინტერესო ვარიაციების გარეშე აგებული წინადადებები. ამ ყველაფრის თავიდან ასარიდებლად, ცოცხალი და საინტერესო ტექსტის შესაქმნელად, წერილობითი კომუნიკაციის გავლენის გასაზრდელად და „საბოლოო“ წერტილის დასასმელად უნდა წაიკითხოთ საკუთარი პროექტი და გამოიყენოთ 5C-ის მოსახერხებელი და ეფექტიანი მნემონიკა (ერთობლიობა წესებისა და ხერხებისა, რომლებიც გამოგონილია საჭირო ცნობების დახსომების გასაადვილებლად (ხელოვნური ასოციაციების შექმნის გზით)⁸⁶.

- **პირველი C: Cut - ამოაგდე;**
- **მეორე C: Check for Action - შეამოწმა მოქმედება;**
- **მესამე C: Connect - დაუკავშირა;**
- **მეოთხე C: Commit - ბოლომდე მიჰყავი;**
- **მეხუთე C: Choose the Best Words - შეარჩიე საუკეთესო სიტყვები.**

86. უცხო სიტყვათა დექსიკონი, 1989.

სცადეთ ეს სწრაფი ტესტი: წაიკითხეთ თქვენი ტექსტი ხმამაღლა. თუ სადმე მოგიწევთ შეჩერება, რომ გაიგოთ აზრი (იგრძენით დაბრკოლება, არასაჭირო პაუზა, დისკომფორტი ან უცაბედად გონებაში ამოგიტივტივდათ კითხვა: „ჰა?“), მაშინ გამოიყენეთ „5C“ სტილი.

განსოვდეს ქვეყანა და კულტურა

შეუძლებელია ერთი სტილის საუკეთესოდ განსაზღვრა და აღიარება. ის, ჩაცმის თვალსაზრისით კარგი (ან შესაფერის) სტილია, განსხვავდება და იცვლება მწეხრის მიზნისა და მკითხველის მოლოდინების მიხედვით. ქვეყანა, კულტურა, ჰეგიონი, ეთნიკური მემკვიდრეობა, ენა, სქესი, კლასი დიდ გავლენას ახდენს სტილზე. ის, ჩაცმის შეიძლება მოეწონოს მკითხველს ერთი ენისა და კულტურის გახეობში, მსოფლიოს ერთ ნაწილში, შეიძლება ზედმეტად ბიგყედი ან ძადიან აღმატებული მოეჩვენოს მკითხველს სხვა კულტურის წიალში. ყვედაზე კარგი სტილია ის, რომელიც კულტურებს აერთიანებს და მოხგებუდია უმხავდესობაზე. მაგადითად, იაპონელი რომანისტი ჟუნრიჩიო ტანიზაკი^{xv} მწეხრებს ამ ჩრევას აძრევს: „ნუ ცდილობთ, იყოთ ძადიან მკაფიო, დატოვეთ გაჩკვეული ბზახები მნიშვნელობაში“. მეოხე მხივ კი, დასავლური კულტურები, აფასებენ სიცხადეს.

ჰირველი C – CUT [სამობეზა]

როცა წერთ, ხშირად ერიდებით საკუთარი იდეების თამამად გადმოცემას იმის შიშით, რომ მკითხველს მოაწყენთ. იმუშავეთ ახალ იდეებზე და მასალის წარდგენაზე ისე, რომ ჰქონდეს შინაარსი, დამაჯერებელი დეტალები, ახსნები და ორიგინალური სტილი. მთავარია, დარწმუნდით იმაში, რომ ნაშრომი მხოლოდ დათქმული გვერდების რაოდენობის შესავსებად არ დაწერეთ.

მას შემდეგ, რაც თქვენ შეიმუშავებთ ტექსტის ისეთ „დრაფტს“, რომლის იდეებითა და შინაარსით კმაყოფილი იქნებით, შეამოწმეთ იგი ზედმეტობების, გაუგებარი ფრაზების, ბუნდოვანების გამოსავლენად და გასაცრელად.

• ამოავლელ რთული ფრაზები და ზედმეტი სიტყვები

თომას ჯეფერსონი წერდა: „არ გამოიყენოთ ორი სიტყვა, როდესაც იგივე ძალა ერთ სიტყვას აქვს – ეს ყველაზე დიდი ნიჭია“. ჟურნალისტიკაშიც ასეა, სათქმელი უნდა ითქვას ერთხელ – საუკეთესო დროსა და ადგილას.

მაგალითად

თამარის ბიბლიოთეკა შეიცავს ბევრ იშვიათ წიგნს.

ბიბლიოთეკაში ეს წიგნები საგულდაგულოდ არის დაცული.

იქ ასევე ინახება ხელნაწერთა უნიკალური კოლექცია.

გასწორებული

თამარის ბიბლიოთეკაში შეიცავს ბევრ იშვიათ წიგნს.

ბიბლიოთეკაში ეს წიგნები საგულდაგულოდ არის დაცული.

იქ ასევე ინახება ხელნაწერთა უნიკალური კოლექცია და ბევრი იშვიათი წიგნი.

თამარის ბიბლიოთეკაში საგულდაგულოდ არის დაცული ხელნაწერთა უნიკალური კოლექცია და ბევრი იშვიათი წიგნი.

თუ თქვენს პროექტში პოულობთ ფრაზას „როგორც პირველ აბზაცში ითქვა“ ან „როგორც უკვე აღვნიშეთ“, ფრთხილად იყავით. ასეთი ფრაზები მიუთითებს იმაზე, რომ აზრს იმეორებთ.

უარი თქვით მრავალსიტყვიან ფრაზებზე

ფორმულირება	ლაკონიურობა
<p>დროის ამ მომენტში/მონაკვეთში დღევანდელ საგოგადოებაში</p>	<p>ახლა, დღეს, ამჟამად</p>
<p>იმის გათვალისწინებით რომ; კონკრეტული გარემოებების გათვალისწინებით; იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ;</p>	<p>ვინაიდან, რადგან, იმიტომ, რომ... იმისთვის, რომ</p>
<p>აქვს/მაქვს შესაძლებლობა...</p>	<p>შეუძლია/შეიძლია</p>
<p>წინა აბზაცებში არსებული იდეების შეჯამებით, შეგვიძლია ვთქვათ...</p>	<p>შესაბამისად...</p>

შეძლებისდაგვარად უარი თქვით და ამოაგდეთ შემდეგი ფრაზები: „იმ ფაქტს, რომ...“, „იმ მოვლენას, რომ...“.

- ცოტამ თუ იცის **ის-ფაქტი**, რომ დღეს მობილურ ტელეფონს ბევრად მეტი მესხიერება და ძალა აქვს, ვიდრე NASA-ს 1969 წელს.

■ ამოგდეთ თქვენი მითითება

ჟურნალისტურ ტექსტში, განსაკუთრებით ახალბედა ჟურნალისტების მხრიდან, ერთ-ერთი ფართოდ გავრცელებული შეცდომაა პირდაპირი მითითებები მკითხველს. მაგალითად, „მე გავესაუბრე სპეციალისტს“, „მე ვფიქრობ, რომ ეს პრობლემა უნდა მოგვარდეს“, „მე ძალიან მომწონს ეს მწერალი, ზუსტად ამიტომ ვწერ მასზე პორტრეტს“.

„მე“-ს ხშირი გამოყენება აღიზიანებს მკითხველს. ჩნდება განცდა, რომ თქვენ წერთ არა მკითხველისთვის, არამედ მხოლოდ საკუთარი ინტერესების და სურვილების დასაკმაყოფილებლად. მომხმარებელს კი უყვარს განცდა – „ჩემი სურვილები, ჩემი პრიორიტეტები გაითვალისწინეს“. ასე ის გრძნობს, რომ მნიშვნელოვანია და შემდგომში აუცილებლად წაიკითხავს თქვენს ნაშრომს, რათა ეს განცდა განუახლდეს.

ამ მიდგომის მიხედვით, მედიის მომხმარებელი აკონტროლებს მიღებულ ინფორმაციას. შესაბამისად, თეორიის გამოყენებისას მკვლევრები აკვირდებიან მომხმარებლის მხრიდან კონკრეტული კონტენტის შერჩევისა და მოხმარების მოტივებს (გილესი, 2010).

ასევე, ამ კონტექსტში აქტუალურია რაციონალური არჩევანის თეორია (Rational choice theory [RCT]), რომლის თანახმად, ადამიანები აკეთებენ არჩევანს იმის მიხედვით, რაც მაქსიმალურად ზრდის მათ პირად სარგებელს (ბეკერი, 1976). თეორია აღიარებს და უშვებს იმ მიდგომას, რომ ინდივიდები რაციონალურად მოქმედებენ პირადი სარგებლის მაქსიმალურად გასაზრდელად. იმ გზამ, რომელსაც ირჩევს ინდივიდი, მას მაქსიმალური დაკმაყოფილება (რაც, ასევე, სარგებელიცაა) უნდა მოუტანოს (სოციალურ და პოლიტიკურ ტერმინთა ლექსიკონი-ცნობარი, 2004).

ასევე, აუცილებლად ამოგდეთ წინასწარმეტყველური ან მიმთითებელი ფრაზები: „ამ თხზულებაში ვაპირებ დავამტკიცო...“ ; „ვიმედოვნებ, რომ მომდევნო რამდენიმე აბზაცში გიჩვენებთ... „ ან დასასრულს, – „მე ვეცადე, მეჩვენებინა...“

სხვათა შორის, საინტერესოა, რომ სოციალურ მეცნიერებებში ხშირად ინფორმაცია მოცემულია გარკვეული თანმიმდევრობით ჩამონათვალის ან/ბიულეტების სახით. ზუსტად ამიტომ, ასეთი სიგნალები უფრო მიზანშეწონილია და უფრო ხშირად გვხვდება შემდეგი ფორმულირება: ეს ნაშრომი აღწერს დეპრესიის მკურნალობის სამ მიდგომას:

1. მიდგომა I
2. მიდგომა II
3. მიდგომა III

■ ამოავლეთ ზედმეტი სიტყვები და განმეორებადი ფრაზები

ზოგჯერ კარგი რედაქტორი ან ლექტორი იძლევა ასეთ შენიშვნას: „**აბზაცებში აზრობრივი ტავტოლოგიაა**“, მაგრამ თქვენ გიჩნდებათ შეკითხვა: – „სიტყვები არ მეორდება და როგორ არის ტავტოლოგია?“. ტავტოლოგია მხოლოდ ერთი და იგივე სიტყვის განმეორებას არ ნიშნავს. ხშირად ეს შეიძლება ერთი და იგივე აზრის პერიფრაზი იყოს, რასაც იდეის ან აზრის ტავტოლოგია ეწოდება. ამოიღეთ სიტყვები, რომლებიც უბრალოდ იმეორებენ სხვა სიტყვებით გამოთქმულ იდეას.

დააკვირდით და არ გამოიყენოთ შემდეგი სახის ფრაზები: „**ჭეშმარიტი ფაქტები**“ [ფაქტი უკვე დამტკიცებულია], „**ერთად თანამშრომლობა**“ [თანამშრომლობა ისედაც საერთოა], „**საბოლოო დასკვნა**“ [დასკვნა ისედაც საბოლოოა], „**ხელახლა დაბრუნება**“ [დაბრუნება გულისხმობს ხელახალ მოსვლას], „**წინასწარ დაგეგმვა**“ [ყველაფერი წინასწარ იგეგმება], „**სრულიად ერთსულოვანი**“ [ერთსულოვანი გულისხმობს ყველას], „**უფასო საჩუქარი**“ [ფასიანი საჩუქარი არ არსებობს].

■ მის ექიმს, რომელიც ქირურგია ქირურგს დიდი გამოცდილება აქვს. ყველა ქირურგი ექიმია

მეორე C: Check for Action შეამოწმე მოქმედება

წინადადებები ნათლად უნდა აჩვენებდეს, თუ ვინ ან რა მოქმედებს. ამიტომ, ყველა შესაძლო შემთხვევაში, გამოიყენეთ კონკრეტული აქტიური ზმნები.

■ აჩვენე „ვინ რას აკეთებს“

ყველა წინადადებაში გამოკვეთილი უნდა იყოს მოქმედი პირი, ანუ ქვემდებარე. პირადი გამოცდილებით შეიძლება ითქვას (ავტ. – მ. ტ.), რომ ხშირად, როდესაც ქვემდებარე ერთხელ უკვე აღნიშნეს აბზაცში, შემდეგ წინადადებებში მას აღარ წერენ. ამგვარად ბუნდოვანი ხდება, თუ ვინ აგრძელებს კონკრეტულ მოქმედებას. შესაბამისად, იმის გათვალისწინებით, რომ ჟურნალისტიკაში მნიშვნელოვანია კონკრეტულობა, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ვამტკიცებთ, რომ კონკრეტულმა პირმა რაიმე მოიმოქმედა ან თქვა, აუცილებელია, განისაზღვროს და ხშირად გაესვას ხაზი ქვემდებარეს.

გაუგებარი

- მერის მიერ ახალი კანონის დამტკიცების მიზეზი ამომრჩევლების ეჭვი იყო მისი მოადგილის მიერ კამპანიის ფულის მითვისებაზე.

აშკარაა, წინადადებაში ყველაფერი რიგზე არ არის. მკითხველს აქ აუცილებლად გაუჩნდება კითხვა, თუ „ვინ რას აკეთებს?“. ზუსტად ამიტომ არის აუცილებელი მკაფიო და მარტივი წინადადებები.

ქვემდებარე	ზმნა
მერმა	დაამტკიცა
ამომრჩეველმა	იეჭვა
მოადგილემ	მიითვისა

გასწორებული

- მერმა ახალი კანონი დაამტკიცა, რადგან ამომრჩეველმა იეჭვა, რომ მისმა მოადგილემ საარჩევნო კამპანიის ფული მიითვისა.

გასწორებული წინადადება უფრო მოკლე და პირდაპირია, რადგან თავისუფალია ისეთი ზედმეტი სიტყვებისგან, როგორცაა: **მეორე, მიზეზი, იყო.**

- გადახედეთ წინადადებას, რომელიც ზმნიზებით იწყება**

პირდაპირი/მარტივი სტილისთვის, გადანერეთ წინადადებები, რომლებშიც მაგალითად, ადგილის ზმნიზები იკავებს საგნის, ქვემდებარის ადგილს (მაგალითად, იქ არის, იყო, ის არის...).

რთული

იქ გაიმართა დისკუსია, სადაც ჯანდაცვის ახალი სისტემა განხილულ იქნა პოლიტიკოსების მიერ.

მარტივი

პოლიტიკოსებმა ჯანდაცვის ახალი სისტემა განიხილეს.

რთული

იქ გვხვდება დიდი ჭიშკაჩი, რომელიც ბოტანიკური ბაღის შესასვლელს იცავს.

მარტივი

ბოტანიკური ბაღის შესასვლელს დიდი ჭიშკაჩი იცავს.

რთული

ეს აჩის ფაქტი, რომ გიოხგი თავის ახალ მანქანას ამაყად აჩვენებს ყველას.

მარტივი

გიოხგი თავის ახალ მანქანას ყველას ამაყად უჩვენებს.

მესამე C: Connect - ქავშირი

როდესაც კითხულობთ თქვენს „დრაფტს“, ყურადღება მიაქციეთ მსჯელობის „მდორე დინებას“, წინადადებებსა და აბზაცებს შორის სუსტ კავშირს. მოერიდეთ მკვეთრ და ნახტომისებურ გადასვლებს. როდესაც უკვე დასრულებულ ნაშრომს კითხულობთ, დარწმუნდით, რომ ყველა აბზაცი ერთმანეთს ლოგიკურად ებმის. მიუხედავად იმისა, რომ არსებული „კანონით“ აბზაცებში აზრი განსხვავდება, ეს მაინც არ ნიშნავს იმას, რომ მათ შორის არ უნდა იყოს რაიმე დამაკავშირებელი ხაზი.

დააკავშირეთ აბზაცები და წინადადებები თანმიმდევრული თხრობით და ლოგიკური ჯაჭვებით

მკითხველს სჭირდება გზა, რათა წინადადების დასაწყისში ხსენებული იდეები დააკავშიროს მომდევნო აბზაცებთან. თხრობის თანმიმდევრული სტილისა და ლოგიკური ჯაჭვის შენარჩუნებით, კითხვის პროცესი, შესაძლოა, მეტად სასიამოვნო, გასაგები და მარტივი გახდეს.

რჩევა

მნიშვნელოვანია, რომ კითხვის პირობებში ახ იყოს დაბეჭდვა, ხის გამოც მკითხველს გაჩეხება მოუწევს. ამიგომ საგულისხმო ჩრევაა, ნაშრომი წაიკითხოთ და მოინიშნოთ [შემდეგ გადახედოთ] ყველა ის ადგილი, სადაც თავად გიწევთ გაჩეხება.

ლოგიკური კავშირები: კოორდინაცია, სუბორდინაცია და გადასვლები

როდესაც წერთ წინადადებებს, რომლებიც შეიცავს ორ ან მეტ პუნქტს, იფიქრეთ, სად ან რომელ პუნქტზე გსურთ აქცენტის გაკეთება.

თანწყობა

როდესაც ორ ან მეტ პუნქტს თანაბარ მნიშვნელობას ანიჭებთ, მათ აკავშირებთ შემდეგი თანწყობილი კავშირებით და ნაწილაკებით: და, მაგრამ, ან, არც, ისე...

ტალღები უზარმაზარი იყო, მაგრამ სერფერები მათ ხალისით მიუახლოვდნენ.

ქვეყნობა

როდესაც წინადადებაში ერთ იდეას უფრო მეტ მნიშვნელობას ანიჭებთ, ხოლო მეორეს მის განსამარტავად ან დამხმარედ იყენებთ, მიმართავთ მაქვემდებარებელ კავშირებს და ნაწილაკების, როგორებიც არის: როდის, თუ, იმიტომ, რომ...

- *თუ ჩვენ ახლა ვეი დავასხუდებთ ჩვენს უთანხმოებებს, ყოველ შემთხვევაში, ჩვენ შეგვიძლია, დავებმახოთ სამყაროს, რომ მხავადფეხოვნებისთვის უსაფხოხო გახდეს.*

ჯონ ფ. კენედი

[ორი პუნქტი დაკავშირებულია „თუ“ ნაწილაკით, რაც გვკარნახობს დამოუკიდებელი ცნების არსებობას წინადადების ბოლოს.]

ბბა-გადასვლა

გამოიყენება ისეთი სიტყვები, როგორიცაა: თუმცა, შესაბამისად, და მაინც; ასევე: დამატებით, შედეგად, მეორე მხრივ. ეს ერთგვარი სიგნალია/ნიშანია დამოუკიდებელი პუნქტების ლოგიკური კავშირის მცდელობისა.

გარდამავალ ფრაზას ანუ, „ლოგიკური გადასვლის დამხმარე სიტყვას“, წინადადებაში თვისუფალი გადაადგილება შეუძლია, მაგრამ ამით ის კონკრეტულ ცნებას ან იდეას ხაზს არ უსვამს ან არ აკნინებს.

რჩევა

ბშიხად გადასვლისთვის საჭიხო ზედმეტი სიტყვები და კავშირები გექსტს მძიმეს ხდის. ამიტომ ყვედაფეხს თავისი ადგილი აქვს.

■ წინადადების დაწყება „და“-თი ან „მაგრამ“-ით

ადამიანებმა, რომლებიც ფიქრობენ, რომ „და“ ან „მაგრამ“ მხოლოდ კავშირებია, შეიძლება გაკვირვებით წაიკითხონ სტატია, რომელშიც წინადადება ამ სიტყვებით იწყება. მიუხედავად ამისა, თანამედროვე ენაში, ლიტერატურაშიც კი, ასეთი მაგალითები გვხვდება.

როგორც ნებისმიერი სხვა სტილისტური ხერხის შემთხვევაში, არ არის გონივრული წინადადების ხშირად დაწყება ამ ფორმით. თუმცა, აზრთა სხვადასხვაობის გამო, ყოველთვის უმჯობესია, გადაამოწმოთ ეს წესი თქვენს რედაქტორთან ან ხელმძღვანელთან.

ენა და კულტურა

ბევს კვდგუხასა და ენაში წინადადების დაწყება „და“-თი და „მაგრამ“-ით მიუღებელია. თუმცა ზოგჯერ მწეხლები იჩივენ წინადადების დაწყების ამ სტილს, ხოგოხც ხაზგასმის ან კონტხასტის ჩვენების ეფექტუხ მეთოდს. მაგალითად:

„თქვენ შეიძლება გქონდეთ კონცენტიხიებული სიმღიღეუ ხამდენიმე ადამიანის ხელში ან – დემოკრატია. მაგრამ თქვენ ვეხ გექნებათ ოხივე“.

ღუის ბხანდელისი

ამ სტილის გამოყენება ჟურნალისტიკაში იშვიათობა არ არის. თუმცა, გაითვალისწინეთ, რომ აკადემიური კულტურა უფრო კონსერვატიულია, და ზოგიერთმა მკითხველმა შეიძლება „წარბიც ასწიოს“, როცა „და“-თი დაწყებულ წინადადებას დაინახავს – განსაკუთრებით მაშინ, თუ ეს ხშირად ხდება.

დააკავშირა აბზაცი

მკითხველები ყურადღებით ეკიდებიან სიტყვიერ ხიდებს – გადასვლებს აბზაციდან აბზაცზე. ყოველი ახალი აბზაცი, თუ თემის არა, ასპექტის ცვლილებაზე მაინც მიუთითებს, მაგრამ ყურადღებიანი მკითხველი დაეძებს გარდამავალ სიტყვებს და ფრაზებს, რომლებიც მას კარნახობს, თუ როგორ უკავშირდება ახალი აბზაცი წინას.

აუგეთ თქვენს მკითხველს დამხმარე საფეხურები და ხიდები; ნუ მოსთხოვთ გადახტომას.

ზოგიერთი გავრცელებული შეცდომის გამო...

- **რედაქტორებისგან ხშირად გაიგონებთ მითითებას: დასვით შემასმენელი წინადადების ბოლოში.** ეს წესი გამონაკლისის გარეშე მუშაობს მარტივი წინადადების შემთხვევაში (მაგალითად: „თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში საერთაშორისო სიმპოზიუმი გაიმართა.“), მაგრამ თუ წინადადება მარტივი არაა, შემასმენელი იცვლის ადგილს. ეს განსაკუთრებით შეინიშნება „რომელიც“ წევრ-კავშირის გამოყენებისას. სახელმძღვანელოში „ქართული მართლწერის წესები და სავარჯიშოები“ (თვალთვაძე, გაფრინდაშვილი; 2013) მითითებულია:
- „რომელიც“ წევრ-კავშირის გამოყენებისას ყურადღება მიაქციეთ:

ა) წინადადებაში მისი ადგილის სწორად განსაზღვრას;

ბ) ასახსნელ წევრთან მის რიცხვში შეთანხმებას.

ავტორები მიუთითებენ, რომ „თუ საზღვრულ არსებით სახელს განსაზღვრებად არ ახლავს მისათითებელი ნაცვალსახელი, ორაზროვნების თავიდან ასაცილებლად მასა და მიმართებით ნაცვალსახელს შორის არ უნდა იდგეს სხვა არსებითი სახელი“. ამავე ავტორთა მითითებით: სასურველია, მიმართებითი ნაცვალსახელი „რომელიც“ უშუალოდ მოსდევდეს საზღვრულ წევრს. მაგალითად, არასწორია წინადადება: „თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში საერთაშორისო სიმპოზიუმი გაიმართა, რომელიც ივანე ჯავახიშვილის ხსოვნას მიეძღვნა“. ამ წინადადების სწორი ვერსიაა: „თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში გაიმართა საერთაშორისო **სიმპოზიუმი, რომელიც** ივანე ჯავახიშვილის ხსოვნას მიეძღვნა“.

რაც შეეხება მეორე რჩევას – ასახსნელ წევრთან მის რიცხვში შეთანხმებას, მართლწერის წესი მიგვითითებს: „მიმართებითი ნაცვალსახელის რიცხვს განსაზღვრავს დამოკიდებული წინადადების ის წევრი, რომელთანაც ის ქმნის სინტაქსურ წყვილს, მაგალითად, „სიმპოზიუმი, რომელიც“, „მეცნიერები, რომლებიც“, „ხალხი, რომელიც“ და ა. შ.

ამდენად, შემასმენელი ყოველთვის წინადადების ბოლოს არ დაისმის და ყოველთვის უნდა ეცადოთ, მიმართებითი ნაცვალსახელი დასვით უშუალოდ საბღვრული წევრის შემდგომ. ეს თავიდან აგაცილებთ ყველაზე გავრცელებულ შეცდომას წერის პროცესში.

■ ყველა „რომ“-ის წინ მძიმე არ იწერება

„რომ“ კავშირთან მძიმის დასმის წესი დაუძლეველ პრობლემად იქცა ბოლო პერიოდში. არადა, სულ მცირე დაკვირვებაა საჭირო, რომ ეს ხარვეზი აღმოფხვრათ თქვენს ნაწერში.

- მძიმე ყოველთვის იწერება „რომ“-ის წინ, თუ მას წინ უძღვის ზმნა/შემასმენელი. მაგალითად, „მეცნიერმა **განაცხადა, რომ** კვლევის შედეგები წლის ბოლოს იქნება ცნობილი“;
- სხვა შემთხვევაში, მძიმე იწერება ორ წინადადებას შორის (რომელშიც შესაძლოა, რომ კავშირიც შეგვხვდეს). მაგალითად, „მე რომ ახალგაზრდა ვიყავი, საქართველოში მთამსვლელობა უფრო განვითარებული სპორტი იყო“. დავაკვირდეთ, აქ მძიმე დაისვა არა რომ-ის წინ („მე, რომ ახალგაზრდა ვიყავი“), არამედ მძიმით გამოიყო მთლიანი წინადადება, რომელშიც რომ კავშირიცაა გამოყენებული.

■ „განაცხადა“ თუ

ჟურნალისტების მეტყველებასა და წერაში ბოლო პერიოდში ინგლისურის გავლენით შემოვიდა ფრაზები, რომელიც ენაში უმართებულო ფრაზებს ამკვიდრებს. მაგალითად, გვხვდება ასეთი სიტყვათშეთანხმებები: „დარტყმა განახორციელა“, „დამტკიცება განახორციელეს“ „დარბევა მოხდა“, „წარდგენა მოხდა“, „იქნა ჩანიშნული“ ან „ჩანიშნული იქნა“, „გაჟღერებული იქნა“, „განცხადება გაკეთდა“ და ა.შ. საქმე ისაა, რომ ქართულ ენაში სრულიად ძალადაუტანებლად შეიძლება ეს ფრაზები ერთი სიტყვით გამოიხატოს – დარტყა, დამტკიცდა, დარბიეს, წარადგინეს, ჩაინიშნა, გახმიანდა (გაჟღერდას ნაცვლად), განაცხადეს და ა. შ.

ფილოლოგი ნინო ლომიძე „მედიაჩეკერის“ „ფილოლოგის სვეტში“ მიუთითებს, რომ ეს ვნებითი გვარის არასწორი გამოყენების შედეგია. იგი წერს: „ზოგიერთ ზმნას ვნებითი არ ეწარმოება და ამ შემთხვევაში ე.წ. აღწერილობითი ვნებითი გამოიყენება. აღწერილობითი ვნებითი, შედგენილი შემასმენლის მსგავსად, შედგება სახელადი და ზმნური ნაწილისგან. მეშველ ზმნად, უმეტესწილად, გამოყენებულია იქნება/იქნა“. მისივე თქმით, აღწერილობითი ვნებითის ამ სიხშირით გამოყენება უმართებულოა და აზიანებს ენას. აქვე ის გვთავაზობს ყველაზე გავრცელებული შეცდომების სწორ ფორმებს:

სწორია:

- აშენებულ იქნა - აშენდა
- განადგურებულ იქნა - განადგურდა
- არასწორად იქნა გაგებული - არასწორად გაიგეს (გაიგო...)
- გაჟღერებულ იქნა პრესაში - პრესაში გაჟღერდა (თუმცა სტილისტურად სიტყვათშეთანხმება „ პრესაში გაჟღერება“ საკუთრივ დასაბუნია).
- დაგებულ იქნა გზები - გზები დააგეს
- დამტკიცებულ იქნა ბიუჯეტი/კანონპროექტი - დაამტკიცეს
- ცვლილება განახორციელა - შეიცვალა
- გამოყენება აქვს - გამოიყენეს, შესაძლებელია გამოყენება...
- განცხადება გაკეთდა - განაცხადეს (განაცხადა)
- განმარტება გააკეთა - განმარტეს (განმარტა)
- შეშფოთება გამოთქვა - შეშფოთდა (ლომძიე, 2018)

წერისას სხვა ხარვეზებიც ბევრი გვხვდება, მაგრამ ჩვენი ამოცანა ამ შემთხვევაში მართლწერის სწავლება არაა, უბრალოდ, ავარჩიეთ ყველაზე გავრცელებული შეცდომები და პოპულარული ენით შევეცადეთ, გვეჩვენებინა, როგორ შეიძლება ამ ხარვეზის აღმოფხვრა. უფრო დანვრილებით მართლწერის შესახებ შეგიძლიათ წაიკითხოთ სხვადასხვა სახელმძღვანელოში, მათ შორის: „ქართული მართლწერის წესები და სავარჯიშოები“ (თვალთვაძე, გაფრინდაშვილი, 2013); „ქართული ენის მართლწერისა და პუნქტუაციის საკითხები“ (გოჩიტაშვილი, 2014), ან ეწვიოთ ვებგვერდს <https://www.mediachecker.ge/ka/medi-aena/filologis-sveti> და გაეცნოთ ფოლოლოგ ნინო ლომიძის რჩევებს მართლწერის შესახებ.



რჩევა: შეამოწმეთ აბზაცებს შორის კავშირები

- ✓ **ახალი აბზაცის დაწყებისას, დახმარებისთვის მიმართეთ წინა აბზაცის მთავარ იდეას.**

მაგალითად, ეხთმანეთს უნდა დაუკავშიროთ აბზაცები პენსიაზე გასვლისა და დანაზოგის მნიშვნელობის შესახებ. შეიძლება დაიწყოს ასე: „მხოლოდ პენსიაზე ყოფნა ახ ახის დანაზოგის ეხთადეხთი მიზეზი. დაზოგვა ასევე უზრუნველყოფს და აზღვევს მოულოდნელობებს და შეიძლება უბრალოდ გამოიყენოთ სიამოვნებისთვის, მაგალითად, სამოგზაუროდ“.

- ✓ **კავშირის გასაწყობებლად გამოიყენეთ ისეთი ზედსართავები, როგორებიც არის: *ეს, ესაინი...***

იმ აბზაცის შემდეგ, რომელიც განიხილავს ინიციატივას უჩბანუდი დაგეგმვახების შესახებ, მომდევნო აბზაცი შეიძლება ასე დაიწყოს: „ეს ინიციატივა დაგეგმვახებათ. თუმცა...“

მეოთხე C: Commit – უზრუნველყოფა

■ უზრუნველყოფით დასრულების ეფექტი

წერის აკადემიური სტილი, რა თქმა უნდა, არ არის იგივე, რაც გრძნობების, მოვლენებისა და მოსაზრებების პირადი ანალიზი. მაგრამ ეს არ არის მწერლობა, საიდანაც თქვენ, როგორც მწერალი, უნდა გაქრეთ. საუკეთესო აკადემიური ნაწერი ავლენს პირად ჩართულობას თემასთან და დეტალებთან, რასაც მწერალი დააკვირდა და წაიკითხა. ამიტომ ყოველთვის ჰკითხეთ საკუთარ თავს: სად ვარ ამ მონახაზში? რა სურათს იღებენ ნაწერიდან მკითხველები ჩემი და ჩემი სამყაროს შესახებ? ისინი ნათლად ხედავენ, რაზე ვაფუძნებ ჩემს მოსაზრებებს? თუ იყენებთ წყაროებს, მკითხველს უნდა შეეძლოს თქვენი, როგორც ავტორის აღქმა/ შეგრძნება წყაროებთან საუბრისას; მათ უნდა ნახონ არა მხოლოდ წყაროების ნათქვამის ჩამონათვალი, არამედ უნდა აღიქვან თქვენ მიერ დამუშავებული მასალა. ავტორის ჩვენება სულაც არ ნიშნავს, გამოიყენო „მე“ ან „განმეორებით თქვა „ჩემი აზრით“. ეს ნიშნავს ისეთ წერას, რომ მკითხველებმა დაგინახონ შენს ნაწერში.

წლების შემდეგ, გამოცდილებასთან ერთად „მე“-ს არსებობა წერილში გადაიქცევა მწერლის სტილად. თქვენი ერთგული მკითხველი მარტივად ამოგიცნობთ ნებისმიერ გაზეთში, ჟურნალსა თუ ონლაინმედიაში, რადგან ის გიცნობთ, უფრო სწორად, იცნობს თქვენს „ნაწერს“. წლების განმავლობაში დაგროვებული გამოცდილება ზუსტად ამას ჰქვია.

■ უზრუნველყოფით სათანადო და თანმიმდევრული ტონი

მკითხველები მოელიან, რომ თქვენი ჟურნალისტური ტექსტის ტონი თანხვედრაში იქნება მის მიზანთან. თქვენი ნაწერის ტონი უნდა ასახავდეს თქვენს დამოკიდებულებას შერჩეული საკითხის მიმართ და მჭიდრო კავშირში უნდა იყოს აუდიტორიის მოლოდინებთან და წერის მიზანთან. თუ თქვენ, მაგალითად, წერთ ისეთ თემაზე, როგორც არის პოსტტრავმული სტრესული აშლილობა იმ ჯარისკაცებს შორის, რომლებიც მსახურობენ ერაყში ან ავღანეთში, სერიოზული, პატივისცემის გამომხატველ ტონის გარდა, არაფერი იქნება შესაფერისი.

ყველა ჟურნალისტურ ტექსტს თავისი ტონი აქვს, ხშირად ზუსტად ტონია მთავარი განმასხვავებელი ჟანრებს შორის. წაიკითხეთ ნაშრომი და დააკვირდით, რაიმე სიტყვა ან წინადადება მოულოდნელი და უადგილო ხომ არ არის? მონიშნეთ იგი და მოგვიანებით გადაკითხვის შემდეგ გამოასწორეთ. ტონის მონიტორინგი ძალიან მნიშვნელოვანია, ვინაიდან ტონი ნამდვილად არის იმის მაჩვენებელი, თუ როგორი მოლოდინი ექნება თქვენს მკითხველს.



რჩევა

სთხოვეთ მასწავლებელს, დექტოხს ან მეგობარს, წაიკითხოს თქვენი ნაწილი, თქვენ კი დააკვირდით, როგორ აღიქვამს ის თითოეულ აბზაცს ან სხუდად წეხილს. ჩამდენად გამაჩთღდება მისი გეძნობები/აღქმა და თქვენი თავდაპიხვედი მიზანი?

ზურუნველყავით თავდაჯერებული კონიცია

თქვენი ზოგადი განათლება ანუ წიგნების კითხვა, კრიტიკული აზროვნება და დრაფტის შედგენა დაგეხმარებათ, აღმოაჩინოთ/დაადგინოთ ამბის გაშუქების პერსპექტივა და თეზისი, რომელიც მართებული გეჩვენებათ.

საინტერესო და მნიშვნელოვანია იმის გააზრება, რომ ყველაზე ობიექტური ჟურნალისტისკაც კი სუბიექტურია. თითოეულ ჟურნალისტს უწევს, ერთი და იგივე ამბავი გააშუქოს სხვადასხვა კუთხით. ამ კუთხის შერჩევა კი სუბიექტური ქვეცნობიერის დონეზე ხდება. თუმცა, აუცილებელია, რომ ეს „კუთხე“ ყველაზე ახლოს იყოს სიმართლესთან! მთავარია, თქვენი პირადი დამოკიდებულება – პოზიტიური ან ნეგატიური – არ მოახვიოთ მკითხველს.

გახსოვდეთ, რომ კალამს ამის ძალა აქვს!

მას შემდეგ, რაც მიიღებთ გადაწყვეტილებას და შეარჩევთ თეზისს, უნდა ეცადოთ, დაიცვათ გარკვეული თვალსაზრისი. ამისთვის მოერიდეთ ორაზროვნებას და გაურკვევლობას, რომელიც ვლინდება ისეთ სიტყვებსა და ფრაზებში, როგორებიცაა: „შესაძლოა“, „ეს შეიძლება იყოს“, „შეიძლება ჩანდეს“ და სხვ.

შეარჩიეთ ისეთი სიტყვები, რომლებიც გამოხატავს პასუხისმგებლობას: „შედეგად“, „შესაბამისად“, „რა თქმა უნდა“ და ა. შ. თუმცა, მნიშვნელოვანი და აუცილებელია, რომ მტკიცებითი ფრაზეოლოგია გამოიყენო მხოლოდ მაშინ, როდესაც თემას, რომელზეც მუშაობთ, საფუძვლიანად შეისწავლით და დარწმუნდებით, რომ მტკიცებულებები დამაჯერებელია.



რჩევა

დამახსოვრებელი: ჟუხნადისტიკაში ყველაზე კარგი მტკიცებულებაა წყალობის მხავადეფიციენცია! ყველაზე მცირე, სამმა წყალობა მაინც უნდა დაადასტუროს თქვენი თეზისი. მეტი ინფორმაციისთვის იხილეთ (გვ. 44)

გახდა ამისა, მკითხველს უნდა გადაეღოს თქვენი თავდაჯეხებულობა და ნდობით განეწყოს თქვენ მიმართ. მოეხილეთ და სხუდად წაშადეთ ჟუხნადისტიკის მასადაში ბოდიშები და მადლობები.

■ უზრუნველყავით წინადადებათა მრავალფეროვნება

წინადადების სიგრძის ვარიაციები

მკითხველი აფასებს მრავალფეროვნებას, ამიტომ მიზნად დაისახეთ გრძელი და მოკლე წინადადებების შერწყმა ერთ აბზაცში.



საინტერესოა

ახლებობს სპეციალური პირობა, რომელსაც შეუძლია თქვენი ტექსტის ამობეჭდვა წინადადებების სიგრძეების ხომალდობის დანომრებით. ასე თქვენ აღვიდად შეძლებთ თითოეულის სიგრძისა და სტრუქტურის შემოწმებას. ამას ცნობილი მედიასაშუალებები ხშირად იყენებენ.

რჩევა



კარგი წესა სუდაც ახ ნიშნავს გძელი და ხთური სიგრძეებით წესას, რომელსაც მკითხველის უმეტესობა ვეხასდროს გაიგებს. გახსოვდეთ, რომ მოკლე წინადადებებს შოხის კარგად ნაწილდება დამატური ეფექტი.

ყოველთვის უნდა გახსოვდეთ, რომ თქვენ წერთ ყველასთვის. წარმოიდგინეთ მდგომარეობა, როდესაც გინდათ წაიკითხოთ და გაიგოთ ახალი ამბავი, მაგრამ, წინადადებების და სიტყვების სირთულის გამო, ამას ვერ ახერხებთ. მკითხველი არასდროს დაუბრუნდება იმ ავტორს, რომლის ნაწერსაც ვერ იგებს. ხოლო ცხოვრების ტემპის აჩქარების გამო, ხშირად მას ამის დრო არც აქვს. მკითხველი, რომელიც საზოგადოებრივ ტრანსპორტში ეცნობა ინფორმაციას ან სტატიას კითხულობს, ამჯობინებს მოკლე და მარტივ სტილს. მაშინაც კი, როდესაც ლიტერატურულ ნაწარმოებს ვკითხულობთ, წინადადების ზომების ცვალებადობა აუცილებელია.



შენიშვნა

ერთი წინადადება ერთი აბზაცი არ უნდა იყოს!

თუ აზრი ძალიან გაგიგრძელდათ, დასვით წერტილი აზრის დასრულების ადგილას და განაგრძეთ ახალი აზრის განვითარება.

წინადადებები შეიძლება იყოს მტკიცებითი, კითხვითი, ბრძანებითი (იმპერატიული), უარყოფითი, თხრობითი, დახილის, მაგრამ ცხადია, თქვენს სტატიებში, წერილებში, რეპორტაჟებში წინადადებების უმეტესობა თხრობითი იქნება. ტექსტში შემთხვევით ჩასმული შეკითხვა ან ბრძანება უზრუნველყოფს მწერალსა და მკითხველს შორის პირდაპირი კომუნიკაციის განცდას, თუმცა ფრთხილად იყავით – აკადემიურად დაწერილ ტექსტში ბრძანებითი ან დახილის წინადადებები ზედმეტია.



რჩევა

ხშირად სწოხ ადგილას შემოყვანილი კითხვა, შესაძლოა, მთელი სტატიის საკვანძო ედემენტი გახდეს!

■ წინადადების ტიპების მრავალფეროვნება

ხშირად ცვალეთ თქვენი წინადადებების სტრუქტურა (ტიპი) ტექსტის ნებისმიერ ნაწილში. მიზნად დაისახეთ, რომ ერთ აბზაცში გქონდეთ მარტივი, რთული, რთული თანწყობილი და ქვეწყობილი წინადადებების ნაზავი. მარტივია შემდეგი წინადადება:

➤ თამთამ შეკითხვა დასვა.

იცით, რომ რთული წინადადება შეიცავს ორ ან მეტ დამოუკიდებელ წინადადებას, რომლებიც დაკავშირებულია ერთი ან მეტი საკოორდინაციო მაკავშირებელი სიტყვით (და, მაგრამ, ან, არც ისე, ამისთვის, ჯერ).

თამთამ კითხვა დასვა და მთელ კლასს გაუკვირდა.

თამთამ კითხვა დასვა, მაგრამ მას არავინ უპასუხა.

თამთამ დასვა კითხვა, რომელმაც მთელი კლასი გააკვირვა.

თუ ამ წინადადებებს ხმამაღლა წაიკითხავთ, შეიძლება, ბოლო ორში უფრო გრძელი პაუზა შეამჩნიოთ; თუმცა ეს ფერების განაწილებითაც ხატოვნად ჩანს. დაფიქრდით, როგორ იმოქმედებს ეს **პაუზა** მკითხველზე.

როდესაც გადანყვეთ რომელიმე ტიპის წინადადების გამოყენებას, გაითვალისწინეთ წინამდებარე და შემდგომი წინადადებები. ეს აუცილებელია განმეორების თავიდან ასაცილებლად. ეს უკანასკნელი შეიძლება, დაგეხმაროთ „**მუსიკალური**“ ტექსტის შექმნაში. თქვენ შეგიძლიათ, აკონტროლოთ ის ადგილები, თუ სად უნდა დაფიქრდეს მკითხველი, სად გაჩერდეს...

რთული ქვეწყობილი წინადადებების წერისას აუცილებელია, გაითვალისწინოთ წინა თავში გაანალიზებული „**ვინ რას აკეთებს**“. ამ დროს მნიშვნელოვანია, რომ კალამი არ გაგექცეთ და არ დაგავინწყდეთ მოქმედი პირები.

■ სიტყვებისა და მათი განლაგების მრავალფეროვნების უზრუნველყოფა

ყოველდღიურ ცხოვრებაში ყველა სხვადასხვა სიტყვას ვიყენებთ. არსებობს ე. წ. ამოჩემებული სიტყვები, რომლებსაც ხშირად მიმართავს ჩვენი გონება, როდესაც არ ვიცით ან გვაინტერესებს, რა ვთქვათ. მნიშვნელოვანია, რომ ეს სიტყვები უხვად არ გამოვიტანოთ ჩვენს სტატიებში, რადგან წერილობით ნაშრომში მწირი ლექსიკა საკმაოდ მარტივად მჟღავნდება.

საინტერესოა ისიც, რომ სიტყვების განლაგებას შეუძლია, მეტი მნიშვნელობა მიანიჭოს მეორე სიტყვას ან მთლიან შინაარსს; მეტად მოქმედი და, რაც მთავარია, ჟღერადი გახადოს მთელი წინადადება.

მაგალითად, როდესაც ტექსტს წერთ სატელევიზიო სიუჟეტისთვის, ხშირად სიტყვების თანმიმდევრობის ცვლილებით ტექსტის წაკითხვა მეტად მარტივი, სასიამოვნო და ჟღერადი ხდება.

■ წინადადების/აბზაცის დაწყების ვარიაციები

სცადეთ და დააკვირდით ან – არსებობის შემთხვევაში – გადაიკითხეთ თქვენ მიერ დაწერილი ძველი პორტრეტი. აუცილებლად შეამჩნევთ, რომ აბზაცების ან წინადადებების უმეტესობა იწყება მთავარი პერსონაჟის სახელით და გვარით. მაგალითად:

პირველი აბზაცი

ნონა გაფრინდაშვილი დაიბადა 1941 წელს ზუგდიდში. იგი... მან...

მეორე აბზაცი

ნონა გაფრინდაშვილმა კარიერა დაიწყო...

მესამე აბზაცი

ნონა გაფრინდაშვილის გამარჯვება...

გარდა იმისა, რომ მსგავსი „სტარტი“ მოსაწყენია, ეს მიუთითებს მწერლის/ჟურნალისტის არაპროფესიონალიზმზე. მაგრამ, აქ კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია – ტექსტის ვიზუალი. ერთი და იგივე სახელი და გვარი ან სიტყვა დასაწყისში ავტომატურად ქმნის მსგავსი აბზაცების განცდას. როდესაც მკითხველი ნაწერს წასაკითხად ან გადასაკითხად მიუბრუნდება, იგი დაიბნევა, რადგან ყველა აბზაცი ერთნაირად იწყება. აბზაცების და წინადადებების ვიზუალური წყობა ხშირად ბევრად მნიშვნელოვანია, რადგან სტატიის სწორი აგებულება, საკვანძო სიტყვების განლაგება იზიდავს მკითხველს.

მეხუთე C: Choose the Best Words

შეარჩიე საუკეთესო სიტყვები

სიტყვების არჩევა დიდად უწყობს ხელს თქვენი ნაწერის გავლენას თქვენს მკითხველზე. არ მისცეთ მკითხველს თავსატეხები ამოსახსნელად.



გადააოწმე

✓ გადააოწმეთ სიტყვები

ხაზი გაუსვით სიტყვებს, რომელთა მნიშვნელობის ან მახიდწეხის შემოწმება გსუხთ; ასევე მონიშნეთ სიტყვები, რომელთა შეცვლაც გსუხთ. შემდეგ გააგაჩეთ გაჩკვეუდი დხო დექსიკონთან.

✓ აოგადეთ გუნდოვანი სიტყვები

თქვენს სტატიაში მოძებნეთ სიტყვები, რომლებიც, შესაძლოა, ვერ გადმოსცემენ ზუსტად იმას, რასაც გულისხმობთ;

✓ უარი თქვით კლიშეებზე

შეამონმეთ ხატოვანი ენის მიზანშეწონილობა, იფიქრეთ იმაზე, თუ სად შეიძლება შედარების გამოყენება, რომელიც დაგეხმარებათ ზუსტი მნიშვნელობის გადმოსცემაში და იპოვეთ ორიგინალური სიტყვები ნებისმიერი კლიშესთვის.

✓ ტერმინების სპეციფიკა

შეამონმეთ ფორმალურობის დონე და ნებისმიერი სასაუბრო, რეგიონული, ეთნიკური ან სპეციალიზებული სამუშაო ტერმინების შესაბამისობა. ხშირად კონკრეტული სიტყვა სხვადასხვა კულტურაში სხვა რამეს ნიშნავს.

✓ გენდერი

გაითვალისწინეთ გენდერული და სხვა მგრძნობიარე საკითხები სიტყვების გამოყენებისას – არ შეუწყოთ ხელი სტერეოტიპის ჩამოყალიბებას. დაამყარეთ სანდო კავშირი თქვენს მკითხველებთან უპატივცემულო ან სტერეოტიპული ტერმინების აღმოფხვრით, რომლებიც ეხება რასას, ადგილს, ასაკს, პოლიტიკას, რელიგიას, შესაძლებლობებს ან სექსუალურ ორიენტაციას.


გამოიყენეთ ლექსიკონი და ელექტრონული რესურსები

ლექსიკონი

აღბათ, ბევრჯერ გინატრიათ, რომ Word-ის სისტემას ქართული ორთოგრაფიის შემოწმებაც შეძლებოდა, ისევე, როგორც ინგლისურის: წერის პროცესში ის მარტივად გაანითვლებდა და გაასწორებდა სიტყვებს; მიუთითებდა გაუმართავ სტილზე და სხვ. თუმცა, ქართული ენის შემთხვევაში, ეს „კომფორტი“ გრძელვადიანი პერსპექტივაა. ამიტომ, წერის პროცესში, უპრიანია, გამოიყენოთ ნებისმიერი სანდო ლექსიკონი.

ზოგჯერ იმაზე მეტი გჭირდებათ, ვიდრე უბრალოდ გრამატიკული ლექსიკონია. არ დაივიწყოთ ყოვლისმომცველი ლექსიკონები, როგორც არის ეროვნული ბიბლიოთეკის გვერდი⁸⁷, რომელიც ხელმისაწვდომია ონლაინ. აქ შეგიძლიათ, დააზუსტოთ სიტყვის მნიშვნელობა და გაიგოთ მისი ეტიმოლოგია, იპოვოთ სინონიმები და ანტონიმები (მსგავსი და საპირისპირო მნიშვნელობის სიტყვები), გაეცნოთ გრამატიკულ ფუნქციებს და მის მიმდინარე გამოყენებას.

გამოიყენეთ ლექსიკონი, რათა ისწავლოთ ან დაადასტუროთ სიტყვის დენოტაციური – ძირითადი, პირდაპირი მნიშვნელობა. სიტყვები, რომლებიც ერთი ძირიდან მომდინარეობენ და, ერთი შეხედვით, სინონიმების ან ერთი მნიშვნელობის შთაბეჭდილებას ტოვებენ, შესაძლოა, ძალიან განსხვავდებოდნენ ერთმანეთისგან. მაგალითად, პატივცემულს პატივისცემისგან ძალიან განსხვავებული მნიშვნელობა აქვს; ასევე ძირეულად განსხვავდება ემიგრანტი იმიგრანტისგან და სხვ.



ტექნიკური რჩევა

სიტყვის მახტდწეჩის დასაზუსტებდად შეგიძლიათ გამოიყენოთ ena.ge¹, ხოლო კოჩეექტუჩის შესამოწმებდად ქაჩთუღი „სფედრეკეჩი“².

1. Ena.ge: <https://ena.ge/>
2. <https://spellchecker.ge/>

87. ბიბლიოთეკის ლექსიკონი: <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/>

■ გამოიყენეთ ზუსტი სიტყვები და მნიშვნელობის თანრიგები

როდესაც წერთ, გამოიყენეთ ის სიტყვები, რომელიც გადმოსცემს ზუსტად იმ მნიშვნელობას, რაც ჩაიფიქრეთ. სიტყვას, რომელსაც აქვს კონკრეტული განმარტება (დენოტაცია), ასევე შეიძლება ჰქონდეს დამატებითი – გადატანითი ან მნიშვნელობის გამაფართოებელი – დადებითი ან უარყოფითი დატვირთვა (კონოტაცია).

ზოგიერთი სიტყვა აბსტრაქტული და ზოგადია, ზოგიერთი – კონკრეტული და სპეციფიკური. ყურადღება მიაქციეთ მზარდ სიზუსტეს და სპეციფიკას ამ სიაში: **ხელსაწყო, საქრელი ინსტრუმენტი, დანა, საკანცელარიო დანა**. ინსტრუმენტი არის ზოგადი ტერმინი; საკანცელარიო დანა უფრო სპეციფიკურია. თუ ზოგადსა და აბსტრაქტულს არ ჩამოშორდებით, მკითხველს ზედმეტად დიდ თავისუფლებას მიანიჭებთ, რის გამოც მას მოუწევს, თავად გააკეთოს დასკვნები და დანა ავტომატურად რაიმე ცუდთან გააიგივოს, როდესაც საკანცელარიო დანაზეა საუბარი. „მე-8 კლასის მოსწავლე ბიჭმა დანა იყიდა“. მკითხველთა წარმოსახვაში ძალიან ბევრ ადგილს ტოვებს – უცებ ბიჭის ნეგატიური იმიჯი ჩნდება. რა სახის დანაა? კულინარიული, კანცელარიული? შეარჩიეთ სიტყვები, რომლებიც გადმოსცემს ზუსტ სურათსა და ინფორმაციას.

■ აკონტროლეთ ენა, რეგიონი და მუშაობის ადგილი

სასაუბრო ენა

ოფიციალურ ენაში მოერიდეთ სასაუბრო, ყოველდღიურ ენასა და ჟარგონს, თუ ვინმეს არ ციტირებთ. გამოიყენეთ ისეთი ლექსიკა, რომელიც აკადემიურია და არ არის განკუთვნილი Facebook-ის ან Instagram-ის სამყაროსთვის. ამისთვის გადახედეთ ლექსიკონს და იპოვეთ შესაბამისი სიტყვა.

საუშაო პირობები ამ სააგენტოში საზოგადოებრივ არ შეესაბამება არსებულ სტანდარტს.

სასამართლომ აღიარა, რომ ბიჭი ბრალდებული დაინაშავა.

მიღება არ იყო საინტერესო, ამიტომ შურნალისებრად გადაწყვიტეს ჩაგვლით შეწყვიტათ გადაღება.

ფორმალური წერისას მოერიდეთ სასაუბრო სიტყვებს და ისეთი შემოკლებული გამოთქმების გამოყენებას, როგორცაა „ოქეი“, „მაგარი“, „უაზრო“ და მსგავსი სიტყვები...

ამრიგად, როგორც წინა თავში ვისაუბრეთ, ყოველთვის აუცილებელია, განსაზღვროთ, ვისთვის წერთ და რას წერთ. ზუსტად ეს უკანასკნელი მოგცემთ საფუძველს, შეარჩიოთ შესაბამისი სიტყვები და ტერმინოლოგია.

ხეგონები და ეთნოსების ენა

გამოიყენეთ რეგიონული და ეთნიკური დიალექტები თქვენს ნაწერებში მხოლოდ მაშინ, როდესაც პირდაპირ ციტირებთ ვინმეს და გინდათ, აჩვენოთ მისი დიალექტი ან ის, რომ ენა არ იცის კარგად. აქ უნდა დარწმუნდეთ, რომ მკითხველი მიხვდება, რატომ იყენებთ არასტანდარტულ ფრაზას.

კითხვა, შეასწორონ თუ არა რესპონდენტის სიტყვები კომენტარებში, ხშირად ისმის სტუდენტებისგან. დავიმახსოვროთ: წერით კომუნიკაციაში კომენტარები სწორდება, გარდა იმ შემთხვევისა, როცა გვინდა, გამოვკვეთოთ რესპონდენტის მეტყველების მანერა. მაგალითად, ცნობილი ქართველი მწერლის, ოტია იოსელიანის, კომენტარის ჩასწორება დაკარგავდა მისი სხარტი იმერული დიალექტის ლაზათს, ამიტომაც მას არავინ ეხებოდა.

არის კიდევ ერთი არცთუ სასიამოვნო გარემოება, როცა ჟურნალისტები არ ერევიან რესპონდენტის კომენტარში – როცა სურთ, აჩვენონ მისი ნადვილი სახე.

პროფესიული ჟაჰგონი

ადამიანები, რომლებიც ჩართულნი არიან სპეციალიზებულ სამუშაოსა და სფეროებში, იყენებენ ტექნიკურ სიტყვებს, რომლებსაც ამ სფეროს გარეთ მყოფი ადამიანები ჟარგონად აღიქვამენ. ხშირია ბარბარიზმები (სხვა ენიდან შემოპარული სიტყვები) სპორტულ ჟურნალისტიკაში, მაგალითად, „სეივი“ („სეივი განახორციელა“, „ასისტი“ („ბრწყინვალე ასისტი გააკეთა“)... არადა ამ სიტყვებს აქვთ მშვენიერი ქართული შესატყვისები – მოგერიება და საგოლე ჩანოდება.

ამავდროულად, ენათმეცნიერი იყენებს ტერმინებს, როგორებიც არის: ფონემიკა, სოციოლინგვისტიკა, სემანტიკა და სხვა. თუ იცით, რომ თქვენი აუდიტორია იცნობს დარგის ლექსიკას, სპეციალიზებული ენა მისაღებია, თუ – არა, მიაწოდეთ განმარტებები ფრჩხილებში და ეცადეთ, გაამარტივოთ აზრი, რომ თქვენი მასალა ყველასთვის გასაგები იყოს.

გამოიყენეთ ხატოვანი ენა ეფექტისთვის, მაგრამ არ გამოიყენოთ ზედმეტად!

ხატოვან ენას შეუძლია, გააუმჯობესოს თქვენი სტილი და დაამატოს წარმოსახვითი აღწერილობები. განსაკუთრებით სასარგებლოა შედარებები^{xxvi} და მეტაფორები^{xxvii}. შედარება სასარგებლოა მკაფიო კონტრასტისთვის. მეტაფორა ამ დროს არის სიტყვა ან გამოთქმა, რომელსაც გადატანითი მნიშვნელობა აქვს და ემყარება მსგავსებას, შედარებას, ანალოგიას. თუმცა, როდესაც ფიგურალური ენა ზედმეტად გამოიყენება, ის შეიძლება გახდეს დამღლევი და გამოგონილი.

მოურიღეთ სექსისტურ, მიკარძობულ და გამოპრიცხავ ენას

თქვენ არ შეგიძლიათ, თავიდან აიცილოთ წერა იმ პერსპექტივიდან და წარსულიდან, რომელიც იცით, მაგრამ შეგიძლიათ თავიდან აიცილოთ ტერმინები, რომლებიც აძლიერებენ სტერეოტიპებს ან ლახავენ სხვა ადამიანის იმიჯსა და ღირსებას. იყავით მგრძობიარე განსხვავებების მიმართ.

ყოველთვის უნდა გავითვალისწინოთ საპირისპირო სქესის, რასობრივი ან ეთნიკური ჯგუფების წარმომადგენლების გრძნობები (რომლებსაც უმცირესობებს უწოდებენ), არ გაუსვათ ხაზი განსხვავებებს და არ გამოიყენოთ „ჩვენ“ და „ისინი“, პირიქით, გამოიყენეთ მხოლოდ და მხოლოდ ერთიანობის გამომხატველი სიტყვები. ასევე გაითვალისწინეთ ის ტერმინები, რომლებიც, შესაძლოა, შეურაცხმყოფელი იყოს, ყველაფერი გააკეთეთ, რომ თავიდან აიცილოთ მკითხველის გაუცხოება.

როდესაც ასეთ თემაზე იწყებთ მუშაობს, დარწმუნდით, რომ შესაბამისად მოემზადეთ და საკითხთან დაკავშირებით ყველა დეტალი იცით.

გენდები

შემდეგი წინადადების ავტორმა დაარედაქტირა თავისი ნაშრომი, რათა თავიდან აერიდებინა გენდერული ნიშნით შეურაცხყოფა:

წონა დვალისპილი არის **მიზიდველი ხელმძღვანელი კომპანიისა, რომელმაც ბევრ ნარმატებას მიაღწია.**

უპირველეს ყოვლისა, მხოლოდ გვართ მოხსენიება არ არის უპრიანი. გარდა ამისა, შესაძლოა, ძალიან ბევრ კომპანიას ჰყავდეს ხელმძღვანელი გვარად დვალისპილი. ყველაზე მთავარი კი ისაა, რომ არ გამოვიყენოთ ისეთი ზედსართავი სახელი, როგორცაა, მაგალითად, კაცი ხელმძღვანელის შემთხვევაში არ დაწერდით – სიტყვა **მიზიდველი** აქ ზედმეტია.

1. საუბარია ხელმძღვანელის პროფესიონალიზმზე;
2. ჟურნალისტი ვერ შეაფასებს მთავარ გმირს, იგი აკითხველმა უნდა შეაფასოს;
3. ასეთი შეფასებებით თქვენ მხოლოდ აძლიერებთ სტერეოტიპებს.

საინტერესოა ინგლისური ენა, სადაც წოდებები, რეგალიები და პროფესიები, ასევე მიმართვები სქესის მიხედვით განსხვავდება. აქ განსაკუთრებული ყურადღებაა საჭირო. სპეციალისტები გვიჩვენებენ, რომ არ გამოვიყენოთ „ქალი მეცნიერი“, „ქალი ხელმძღვანელი“ ან „ქალი პოეტი“. სრულ თანასწორობას და ინტეგრაციას ხელს უწყობს საერთო მიმართვები. თუ დაფიქრდებით, ჩვენ არასდროს ვიყენებთ ფორმას – „კაცი მეცნიერი“ ან „კაცი პოეტი“. იგივე მიდგომაა საჭირო ქალების მიმართ.

საერთაშორისო კომუნიკაციისთვის გადახედეთ ცხრილს

AVOID	USE
<i>chairman</i>	<i>chairperson</i>
<i>female astronaut</i>	<i>astronaut</i>
<i>forefathers</i>	<i>ancestors</i>
<i>foreman mailman</i>	<i>supervisor mail carrier</i>
<i>male nurse</i>	<i>nurse</i>
<i>man, mankind (meaning any human being)</i>	<i>person, people, our species, human beings, humanity, humankind</i>
<i>poetess</i>	<i>poet</i>
<i>policeman, policewoman</i>	<i>police officer</i>
<i>salesman</i>	<i>sales representative, salesclerk</i>
<i>veterans and their wives</i>	<i>veterans and their spouses</i>

ხასა/ეხოვნება

ახსენეთ ადამიანის რასა მხოლოდ მაშინ, როდესაც გარდაუვალ აუცილებლობას წარმოადგენს. თუ დაწერთ: „შეხვედრას ესწრებოდა სამი ექიმი და კომპიუტერის აზიელი პროგრამისტი“, ზედმეტად ხაზს გაუსვამთ რასობრივ სტერეოტიპს, რითიც ჩრდილავთ შეხვედრის ფაქტს. სხვა ეროვნების ადამიანებზე წერისას, შეეცადეთ, გამოიყენოთ ის სახელები, რომლებიც მათ ურჩევნიათ რასობრივი ან ეთნიკური კუთვნილების გამო. კოლუმბიის სახელმძღვანელო სტანდარტული ამერიკული ინგლისურისთვის გვირჩევს: „კარგი მანერაა ადამიანებს მიმართოთ იმ სახელით, რომელიც თავად სურთ“.

მნიშვნელოვანია, იცნობდეთ იმ მრავალფეროვან გარემოს, რომელიც საკუთარ ქვეყანაში გაქვთ. საქართველო, ამ შემთხვევაში, ნამდვილად გამოირჩევა მრავალფეროვანი და განსხვავებული რელიგიის მქონე მოსახლეობით. შესაბამისად, ეროვნულ ჯგუფებზე წერისას აუცილებელია, გავითვალისწინოთ მათი კულტურა.

- რესპონდენტთან ერთად, ასო-ასო ჩაინიშნეთ სახელი და გვარი;
- თუ ვერ გაიგეთ რაიმე რელიგიური ტერმინი, აუცილებლად დააზუსტეთ;
- მოძებნეთ უცხო სიტყვები სასურველ საძიებო სისტემაში, რათა გაიგოთ, რაზე საუბრობს გმირი;
- თუ რაიმე გაურკვეველია და საკითხი სენსიტიურია, აუცილებლად გადააკითხეთ რესპონდენტს (მხოლოდ გამონაკლის შემთხვევაში).

აღვიღი/წახმომავლობა

მოერიდეთ ადამიანების სტერეოტიპიზებას იმის მიხედვით, თუ საიდან არიან ისინი წარმოშობით. ზოგიერთი ბრიტანელი შეიძლება იყოს მკაცრი და ფორმალური, მაგრამ ყველა ასე არ არის. ყველა გერმანელი არ ქამს უხვად სოსისს და არ სვამს ლუდს; ყველა აფრიკელი არ არის შავკანიანი; ყველა იტალიელი არ გიჟდება პასტაზე.

თუ უშუალოდ ტრადიციებზე არ საუბრობთ, არ გამოიყენოთ ეროვნების აღმნიშვნელი სიტყვა უადგილოდ. მაგალითად,

- ეროვნებით ფილიპინელმა (ან სხვა ეროვნების) მამაკაცმა გოგონა გაიტაცა.

საქართველოს კონტექსტში ეროვნების ხაზგაზმა ამ სათაურში კატეგორიულად არ შეიძლება. დაფიქრდით, როდის ვამბობთ „ეროვნებით ქართველმა ბრალდებულმა“?

იგივე წესი მოქმედებს მაშინაც, როდესაც საქართველოში მცხოვრებ ეთნიკურ ჯგუფებზე ვსაუბრობთ. მაგალითად, არასდროს ვწერთ: „ერთიან ეროვნულ გამოცდებზე ქართველმა სტუდენტმა გრანტი დაიმსახურა“, მაშინ, როცა შეიძლება შეგვხვდეს: „სომეხმა სტუდენტმა 100%-იანი გრანტი დაიმსახურა“. ეს რჩევა თითქოს უმნიშვნელოა, თუმცა მისი გათვალისწინება კიდევ მეტად შეუწყობს ხელს ეროვნული ჯგუფების წარმომადგენლების სრულ ინტეგრაციას.

ასევე ფრთხილად იყავით ქვეყნებისა და კონტინენტების მიმართ. ყოველთვის მიმართეთ მიმდინარე ატლასს, ალმანახს ან სანდო საცნობარო ვებსაიტს.

ისეთი ქვეყნისთვის, როგორც საქართველოა, უნდა გაითვალისწინოთ, რომ ბევრი სოფლის სახელი მეორდება. მაგალითად, ახალსოფელი არის თითქმის ყველა რეგიონში. ზუსტად ამიტომ, აუცილებელია დაზუსტება, კონკრეტულად რომელ ახალსოფელზე ვსაუბრობთ, რომ რესპონდენტი სხვა რეგიონს არ მივაკუთნოთ.

ეს მე დამემართა

ახალბედა ჟურნალისტს რედაქტორმა სოფელ ხუნევის პრობლემებზე მასალის მომზადება დამავალა. ვერ წარმოიდგენთ და, დარწმუნებული ვიყავი, რომ რიკოთის გვირაბიდან დასავლეთით პირველი სოფელი ხუნევი იყო, ამიტომ არც მიფიქრია, დამეზუსტებინა, სად ჩავედი – გულით მივუდექი საქმეს და სადამოსთვის მასალაც მზად მექონდა. მეორე დღეს სიამაყით ჩავხედე გაზეთს და ჩემი პუბლიკაციის გვერდით დაბეჭდილმა მასალამ მიიქცია ყურადღება – გვირაბის სარემონტო სამუშაოებზე წერდნენ და ცხადია, სოფელიც ნახსენები იყო. სისხლი გამეყინა –

მე სოფელ ხევში გახლდით და მასალა ხუნევზე მეწერა.

სიმწრით გავხედე კოლეგებს, რომლებიც ვერ ხვდებოდნენ, რა დამემართა – რატომ დავიჟინე – ხევზეც მაქვს მასალა და დავწერ-მეთქი. დავწერე (გავასწორე). გადამარჩინა იმან, რომ ორივე სოფელს ერთნაირი პრობლემები ჰქონდა. წყაროებს რაც შეეხება, მადლობა განგებას – ამ ორ სოფელში ძირითადად ერთნაირი გვარის ოჯახები ცხოვრობენ.

მას შემდეგ ასჯერ რომ ვიყო ნამყოფი, ყველა სოფლის დასახელებას ასო-ასო ვიწერ – ღმერთმა ნუ ქნას, კიდევ განვიცადო ის სირცხვილის გრძნობა, რომელიც დამეუფლა...

ასაკი

მოერიდეთ ასაკთან დაკავშირებულ დამამცირებელ სიტყვებს. მიმართეთ ადამიანის ასაკს ნეიტრალურად. გამოიყენეთ მხოლოდ უკიდურეს შემთხვევაში, როდესაც ასაკის ხაზგასმას აქვს მნიშვნელობა:

- 85 წლის ქალი ჭიათურაში ბავშვებს ცეკვას ასწავლის.

ამ მაგალითში ასაკი მართებულია, რადგან მთელი ისტორიის საკვანძო ინფორმაციაა – ბევრი ადამიანი ასწავლის ცეკვას საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში, მაგრამ ეს ფაქტი იმით გამოირჩევა, რომ ამას 85 წლის ქალი აკეთებს.

- 21 წლის ბიჭმა მალაზიიდან ფული მოიპარა.

ამ შემთხვევაში ასაკი დამატებით ინფორმაციას არამიზანმიმართულად იძლევა. შესაძლოა, არარსებულ ნორმას გაუსვას ხაზი ან დანაშაული ყველა 21 წლის ბიჭზე განაზოგადოს.

პოლიტიკა

პოლიტიკაზე წერისას გახსოვდეთ, რომ სიტყვები თან დაატარებენ მნიშვნელობების თანრიგებს. ყოველთვის არის საშიშროება, ან ერთი მხარე „გახდეთ“ ან მეორე. ფრთხილად იყავით, როდესაც იყენებთ სიტყვებს, როგორებიც არის: რადიკალური და ზომიერი. ასევე პოლიტიკაზე წერისას თავი შეიკავეთ შეფასებებისგან „კარგი კანონი“, „ცუდი შედეგი“, „განათლებული პოლიტიკოსი“, „საინტერესო მარკეტინგი“... ასეთი შეფასებების გამო, მკითხველმა შესაძლოა, მიკერძოებულად მიგიჩნიოთ.

ჯანმრთელობა

მოერიდეთ ისეთ გამონათქვამებს, როგორიცაა „ინვალიდი ეტლით“, „ეტლზე მიჯაჭვული“ და „შიდსის მსხვერპლი“, „დაუნის სინდრომით დაავადებული“ და სხვ. ამის ნაცვლად, დაწერეთ „შშმ პირი“, „ეტლით მოსარგებლე“, „შიდსით დაავადებული“, „დაუნის სინდრომის მქონე“. არსებობს შშმ პირების მოხსენიების სპეციალური ჩამონათვალი, მაგრამ, ესეც მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ კონტექსტი საჭიროებს ამ ინფორმაციის ჩართვას. ზედმეტად ნუ მიაქცევთ ყურადღებას დაავადებებს ან ადამიანებს შორის განსხვავებას, თუ ამას მასალის ძირითადი ხაზი არ მოითხოვს.

ორიენტაცია

ახსენეთ ადამიანის სექსუალური ორიენტაცია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ინფორმაცია აუცილებელია. იმის დაწერა, რომ ვინმე საფონდო ბირჟის თაღლითობაში ბრალდებულს „ჰომოსექსუალი ადვოკატი იცავდა“, იქნება უსარგებლო ინფორმაცია. ადვოკატის სექსუალური ორიენტაცია, შესაძლოა, უფრო აქტუალური იყოს ჰომოსექსუალების დისკრიმინაციის საქმეში. აქაც ყველა ის წესი მოქმედებს, რომლებიც ვახსენეთ ეროვნებასთან მიმართებით.

■ უარი თქვით კლიშეებსა და მოძველებულ ფრაზებზე

• **ზედმეტი ზედსართავი სახელები**

ისე ჩანს, თითქოს ზედსართავი სახელის გამოყენება ტექსტს ალამაზებს. თუმცა, სინამდვილეში ასე არ არის. მაგალითად: „ჩვენი ცხოვრება ბოლო ათწლეულების განმავლობაში რადიკალურად შეიცვალა. მათ, ვინც 50, 30 ან 10 წლის წინ გეგმავდა ჩვენს მომავალს და გამიზნულად მივყავდით ამასთან, შეუძლიათ, სიამოვნებით თქვან: ჩვენ უკვე სხვა სამყაროში ვცხოვრობთ, რომელსაც ჰქვია „თავისუფალი“.

ამ მაგალითში ჩანს, თუ როგორ ამძიმებს ტექსტს ზედმეტი ზედსართავი სახელები. ბევრი მათგანი შეგვიძლია, უბრალოდ, წავშალოთ და ამით ტექსტი არ დაზიანდება, პირიქით, გაუმჯობესდება. რამდენადაც სხარტია ტექსტი, მით ნაკლებია მასში ზმნიზებები, ზედსართავი სახელები. ტექსტი, რომელიც სავსეა ზმნიზებით და არსებითი სახელებით, სწრაფად ვითარდება, რადგან ეს უკანასკნელი მოქმედებას, ფაქტსა და მოვლენას გვაჩვენებს. ზმნიზებები და ზედსართავი სახელები ტექსტს შეფასების ხასიათს აძლევს და ამცირებს ტექსტის სისხარტეს.

• **უარი თქვით კლიშეებზე**

არსებობს ისეთი ფრაზები ან კომბინაციები, რომლებიც ერთი ტექსტიდან მეორეში გადადის. მაგალითად: „მიფრინავს დრო“, „გასაოცარი ფაქტი აღმოაჩინეს“... ეს სიტყვათშეთანხმებები მარტივია დასამახსოვრებლად. ისინი თითქოს ითხოვენ – „ჩამწერეთ“. მათი გამოყენება ქმნის ილუზიას, რომ სწრაფად და კარგად ვწერთ. თუმცა, კარგი ტექსტი – ეს არის ტექსტი კლიშეების გარეშე. რაც ნაკლებია კლიშე, მით ხარისხიანია ჟურნალისტის ნაშრომი.

კლიშეები არის გადაღეჭილი, ზედმეტად ნაცნობი გამონათქვამები, რომლებიც ნებისმიერს შეუძლია, გამოიყენოს. კლიშეებს არასოდეს შეაქვთ ტექსტში რაიმე ორიგინალური. მსგავსი ფრაზების გამოყენება მკითხველს ყოველთვის აღიზიანებს. მათ თქვენ შეგარჩიათ იმის გამო, რომ რაიმე ახალი გაიგოს. მუდმივად იდენტური სიტყვებით თხრობა მდარე ლექსიკის ნიშანია.

• **წერეთ მარტივად**

რთულად დაწერილი ტექსტი, რომელშიც უხვადაა გამოყენებული გაუგებარი სიტყვები, ავტორის ინტელექტს და ტექსტის სიღრმავს უსვამს ხაზს. შესაძლოა, ეს ტექსტი კარგი იყოს სამეცნიერო კუთხით, ჩვენ კი ჟურნალისტიკით ვართ დაკავებული და ჩვენი ყველა მკითხველი მეცნიერი არაა!

იმისთვის, რომ გავიგოთ ამ ტიპის რთული ტექსტების აზრი, საჭიროა რამდენჯერმე წაკითხვა, ან – ერთხელ და ძალიან ნელა. დამძიმებული წინადადება (20-31 სიტყვა თითოში), მეტწილად, უსარგებლო და ზედმეტ სიტყვებს მოიცავს. „ფსევდომეცნიერული“ ენა ჟურნალისტიკისთვის დამახასიათებელი არაა – ეს ყველაფერი ტექსტს მოსაწყენს ხდის.

დამწყები სპეციალისტები ფიქრობენ, რომ რაც უფრო რთულადაა დაწერილი წერილი, მით უკეთესია. პირიქით – საუკეთესოა ის ტექსტი, რომელიც დაწერილია მარტივად. თუ რთულ წინადადებებსაც ორ ან რამდენიმე ნაწილად გავყოფთ, ტექსტი დინამიკური და სხარტი გახდება.

• **როგორ ნაკითხვით სხვისი ნაშრომი?**

შესაძლოა, მეგობარმა, კოლეგამ გთხოვოთ, რომ მათ პროექტებს გადახედოთ. მოიმარჯვეთ ფანქარი, კალამი, მოსანიშნი მარკერი, მაგრამ არავითარ შემთხვევაში წითელი ფერის კალამი! წაკითხეთ პროექტი ფანქრით ხელში, მონიშნეთ ის პასაჟები, რომლებიც კარგად მუშაობს. დასვით კითხვის ნიშანი იმ წინადადებების გვერდით, რომლებიც, თქვენი აზრით, ნაკლებად ეფექტურია. ამ პროცესმა შეიძლება გამოავლინოს რაიმე მნიშვნელოვანი ნაკლი. თუ თქვენ გთხოვენ, გამოეხმაუროთ კოლეგას ან თანაკურსელს, გაითვალისწინეთ შემდეგი რჩევები.

- არ წარმოიდგინოთ, რომ ხართ წითელი კალმით შეიარაღებული ყოვლისმცოდნე მასწავლებელი;
- წაკითხეთ და ჩაინიშნეთ ის ადგილები, სადაც პოზიტიური იდეები გიჩნდებათ და გაიძულეთ, იფიქროთ: „ვეთანხმები“, „მომწონს“ ან „ეს კარგად არის გაკეთებული“;
- როდესაც კითხულობთ, მონიშნეთ ის ნაწილები, სადაც იძულებული ხართ, გაჩერდეთ და ხელახლა დაინწყით კითხვა;
- ეცადეთ, თავი აარიდოთ ისეთ კომენტარებს, რომლებიც ბრალდებებს ჰგავს („ძალიან ბუნდოვანი იყავით მე-3 პუნქტში“). ამის ნაცვლად, გამოიყენეთ – „როგორც მკითხველს, მე გამიჭირდა პასაჟის აღქმა/გაგება მე-3 პუნქტში“.



შეაჩჩიეთ მეწყვიდე. დაწეხეთ სასუხვედი ფოხმის წეხიდობითი პხოლექტი, შემდეგ გაცვადეთ ისინი და გაუსწოხეთ ეხთმანეთს. ეხთად გააანადიზეთ ხეკომენდაციები.

რედაქცია

• საბოლოო კორექტურა (Proofreading)

შესაბამისი კომპიუტერული ხელსაწყოებისა და ამ სახელმძღვანელოს დახმარებით გულდასმით რედაქტირების შემდეგაც კი, თქვენ მაინც გჭირდებათ საბოლოო მონახაზის კორექტირება/დადასტურება და მისი ფორმატირება იმ დისციპლინის მიხედვით, რომლისთვისაც წერთ. სანამ ნაშრომს გაგზავნით ან გამოაქვეყნებთ, კიდევ ერთხელ გადაამოწმეთ, რათა დარწმუნდეთ, რომ შეცდომები არ გაგეპარათ.



რჩევები

ნუ ეცდებით კოხეექტიხებას კომპიუტეხის ეკხანზე. ამობეჭდეთ ასლი და გადაიკითხეთ ფუხცეღზე;

გააკეთეთ თქვენი ხენაწეხის კიდევ ეხთი ასლი და წაიკითხეთ ხმამაღლა;

ჯეხ წაიკითხეთ წინადადებები წეხტილიდან წეხტიდამდე. ამ მეთოდის დახმახებით ყუხადღებას გაამახვილებთ მხოლოდ ეხთი წინადადების ოხთოგხაფიუდ, პუნქტუაციუხ და სტიდუხ სისწოხეზე.

მას შემდეგ, რაც გადაიკითხავთ, დაასრულებთ კორექტურას, დაარედაქტირებთ და საფუძვლიანად შეამოწმებთ თქვენს ნამუშევარს, შეგიძლიათ, ყურადღება მიაქციოთ, როგორ წარუდგენთ მას მკითხველს; როგორ გააფორმებთ, რას გამოყოფთ, რათა თქვენი თხზულების ბეჭდური ან ონლაინპრეზენტაცია მეტად ეფექტური გახდეს.

- შეამოკლეთ წინადადებები;
- გამოიყენეთ ჩამონათვალი და ბულეტები;
- დაყავით გრძელი აბზაცები;
- მოერიდეთ ჟარგონს;
- ფოკუსირდით თქვენს აუდიტორიაზე;
- გაფორმებისთვის გამოიყენეთ ფოტოები;
- შეამოწმეთ, რომ ფონტი, ფერი და ფოტო კარგად იკითხებოდეს.

საკვანძო სიტყვების მნიშვნელობა

იმის შემდეგ, რაც წერას თითქმის დაასრულებთ, აუცილებლად უნდა დაინწყოთ ფიქრი იმაზე, როგორ გააფორმოთ თქვენი ტექსტი, რა გამოყოფთ, რა გაამუქოთ. მარტივად ამ პროცესს საკვანძო სიტყვების გამოყოფა ჰქვია, რომელსაც ბევრად დიდი მნიშვნელობა აქვს, ვიდრე შეგიძლიათ წარმოიდგინოთ.

2008 წელს ჩატარებული კვლევის თანახმად⁸⁸, მედიამომხმარებელი ტექსტის სიტყვების მხოლოდ 28%-ს ან სულაც 20%-ს კითხულობს. შესაბამისად, თქვენი ამოცანაა, სტატია გააფორმოთ ისე, რომ მთავარი ინფორმაცია ან ის, რაც გგონიათ, რომ მნიშვნელოვანია, მკითხველს მარტივად და სწრაფად მოხვდეს თვალში. ზუსტად ამ საკითხში გვეხმარება **საკვანძო სიტყვები**. ტექსტში მათი გამოყოფის ყველაზე გავრცელებული ხერხია ტექსტის „გრაფიკული დამძიმება“/გამუქება. თუმცა, საკვანძო სიტყვების გამოყოფა შემდეგი გზითაც ხდება:

1. გაფერადება
2. მონიშვნა (highlight)
3. დახრა
4. ხაზგასმა
5. ზომის ზრდა
6. ფონტის შეცვლა

88. Harald Weinreich, Hartmut Obendorf, Eelco Herder, and Matthias Mayer: “Not Quite the Average: An Empirical Study of Web Use,” in the ACM Transactions on the Web, vol. 2, no. 1 (February 2008), article #5.

გარდა ყურადღებისა, საკვანძო სიტყვები არის ფრაზები ტექსტში, რომლებიც საძიებო სისტემებს ეხმარება იმ თემების იდენტიფიცირებაში, რომლის შესახებაც თქვენ წერთ. ალგორითმებს აქვთ დახვეწილი სისტემა საკვანძო სიტყვების ანალიზისთვის. მას მომხმარებლები იყენებენ ძიებისას, ხოლო ავტორი – წერისას. ეს ეხმარება საძიებო სისტემას, სწრაფად გასცენ პასუხი მომხმარებლის მოთხოვნებს. ამდენად, თუ თქვენს პუბლიკაციაში არ არის საკვანძო სიტყვა, მას მომხმარებელი ვერ იპოვის.

მაგრამ, როგორ გავიგოთ, რომელია „კარგი“ საკვანძო სიტყვა?

ეს მართია!

ამისთვის რამდენიმე პლატფორმა არსებობს, აქედან Google თითქმის ყველა ენაზე მუშაობს.

საკვანძო სიტყვების გამოყენების სტრატეგიის დაგეგმვა ამ ბმულზე შესაძლებელია:

 <https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>

Google-ის ეს აპლიკაცია ანალიზებს იმის მიხედვით, თუ რამდენად ხშირად იძებნება ეს სიტყვა Google-ის საძიებო სისტემაში მთელ მსოფლიოში. რეალურად, ეს არის ის, რაც საკვანძო სიტყვას აქცევს „შედეგიანად“.

თუმცა, თუ გადანწყვეტთ, რომ ეს პროცესი ინგლისურად წარმართოთ და თქვენს პუბლიკაციაში რამდენიმე ინგლისური სიტყვაც ჩაამატოთ მეტი პოპულარობისათვის, მაშინ შეგიძლიათ, გამოიყენოთ ეს გვერდი, რომელიც მეტად მარტივია და საკმაოდ საინტერესოდ და პროფესიონალურად ანალიზებს საკვანძო სიტყვებს.

 <https://neilpatel.com/>

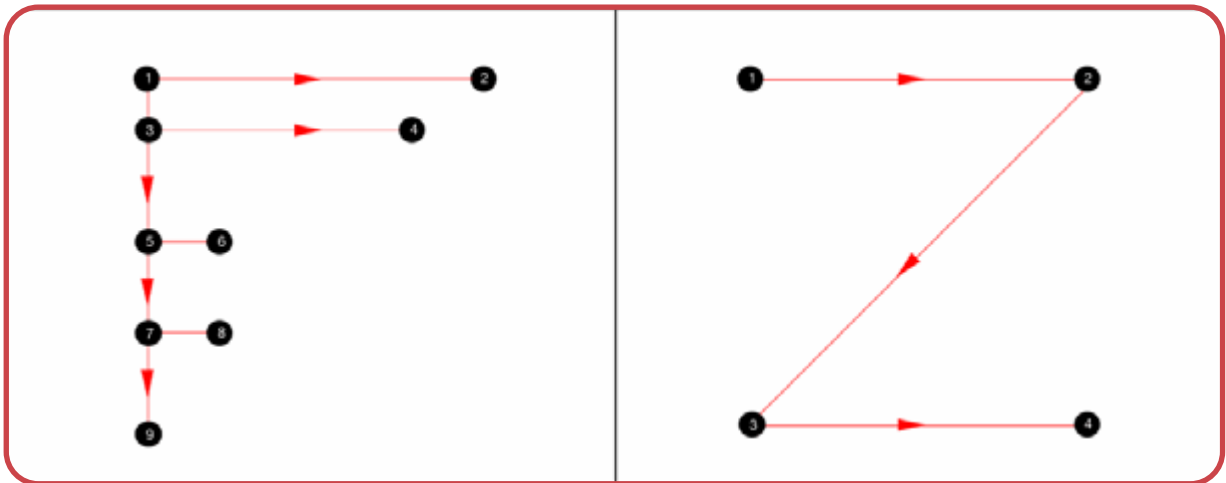
გარდა ჩვეულებრივი საკვანძო სიტყვებისა, არსებობს გრძელი საკვანძო სიტვა (long-tail-keyword). პრინციპი იგივეა, უბრალოდ, ეს არის სიტყვათშეთანხმება ან მყარი კომბინაცია, რომელიც პოპულარულია და ერთად იძებნება.

უნდა იცოდეთ, რომ საკვანძო სიტყვების გამოყენებისას მნიშვნელოვანია, ვიფიქროთ, თუ რომელი სიტყვა სად გამოვყოთ.

1. კითხვის შაბლონი (Eye Flow)

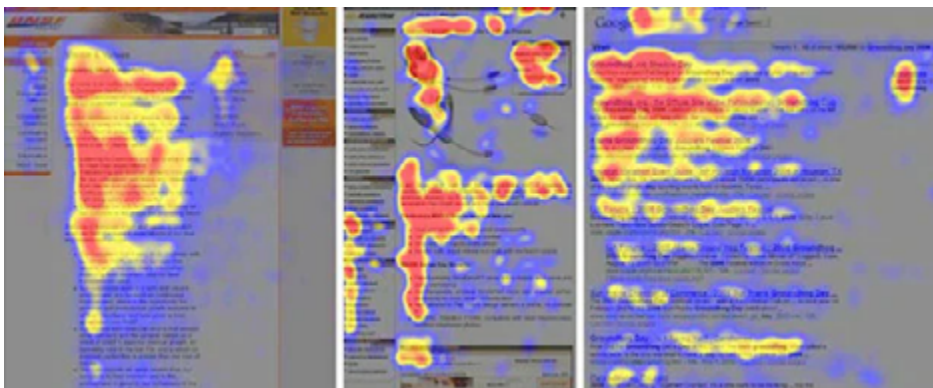
ყველა კულტურა კითხულობს ზევიდან ქვევით და უმეტესობა კითხულობს მარცხნიდან მარჯვნივ. მიუხედავად იმისა, რომ ეს ცოდნა მნიშვნელოვანია გვერდის შექმნისთვის, დიზაინერებმა იციან, რომ ამოცანა გაცილებით რთულია.

ბოლო კვლევებმა აჩვენა, რომ ადამიანები ჯერ მზერით აღიქვამენ მთლიან გვერდს, რათა გაიგონ, თუ რა დააინტერესებთ. ამ თვალთ „სკანირების“ შაბლონების ორი ფორმა არსებობს – “F” და “Z”. ამ შაბლონების გამოყენებით თქვენ სარგებლის მიღება შეგიძლიათ.



F - შაბლონი

F - შაბლონი ვრცელდება ტრადიციულ, ტექსტით დამძიმებულ გვერდებზე, როგორცაა სტატიები ან ბლოგი. მკითხველი ასკანერებს გვერდის მარცხენა მხარეს, ეძებს საინტერესო საკვანძო სიტყვებს მარცხნივ გასწორებულ სათაურებში ან მნიშვნელოვან წინადადებებში. შემდეგ აჩერებს თვალს და კითხულობს (მარჯვნივ), როდესაც ის რაიმე საინტერესოს აღმოაჩენს. შედეგი ჰგავს F-ს (ან E-ს, ან კიდევ უფრო ჰორიზონტალურ ზოლს), მაგრამ დამკვიდრებულია “F” ტერმინი.



როგორ შეგიძლიათ გამოიყენოთ ეს? გაასწორეთ თქვენი მნიშვნელოვანი ინფორმაცია მარცხნივ და გამოიყენეთ მოკლე, თამამი სათაურები/ქვესათაურები, საკვანძო წერტილები და სხვა ყურადღების მიმზიდველი ისეთი ელემენტები, რომ აბზაცების დიდი ბლოკები „დაანგრियोთ“.

Z - შაბლონი

Z - შაბლონი ვრცელდება სხვა სახის გვერდებზე, როგორცაა რეკლამები ან ვებსაიტები, სადაც ინფორმაცია სულაც არ არის წარმოდგენილი დალაგებულ აბზაცებში. მკითხველი ჯერ კონცენტრირდება გვერდის ზედა ნაწილზე, სადაც, წესით, მნიშვნელოვანი ინფორმაციაა განთავსებული, შემდეგ ათვალიერებს ტექსტს ან ინფორმაციას დიაგონალზე – მოპირდაპირე კუთხემდე და იმავეს იმეორებს გვერდის ქვედა ნაწილში.



ვებდზაინერები, ჩვეულებრივ, გვერდს ამ ფორმის შესაბამისად ქმნიან: ყველაზე მნიშვნელოვან ინფორმაციას ზედა კუთხეებში აქცევენ და სხვა მნიშვნელოვან ინფორმაციას ზედა და ქვედა ზოლებზე ათავსებენ, ხოლო ამ ყველაფერს დიაგონალური განლაგებით აკავშირებენ.

2010 წლის კონფერენციის გვერდის დიზაინში მნიშვნელოვანი ელემენტებია ლოგო (მარცხნივ კუთხეში), ლილაკი „ახლავე დარეგისტრირება“ (ზედა მარჯვენა) და მომხსენებლების სია (ქვედა ნაწილში), რაც სტრატეგიულად განლაგებულია Z პრინციპის მიხედვით (იხ. თვალსაჩინოება).

The screenshot shows the website for the Build conference. At the top, there is a navigation menu with links for Home, Schedule, Workshops, Fringe, Location, and a prominent yellow 'Register Now' button. The main content area features the 'Build' logo on the left, followed by the tagline 'The hand-crafted web design conference.' Below this, a paragraph describes the conference as a boutique design event where practitioners share ideas and techniques. A second paragraph mentions it's the second year and expresses a desire for attendees. A 'Speakers' section follows, displaying a grid of eight speaker portraits with their names and topics: Dan Cederholm (Handcrafted CSS), Meagan Fisher (The Blank Canvas), Liz Danzico (The Power of the Pause), Frank Chimero (The Shape of Design), Tim Brown (Perfect Typography), Keegan Jones (From Click to Tap), and Tim Van Damme (From Click to Tap).

აღნიშნული კითხვის მოდელები თქვენ შეგიძლიათ გაითვალისწინოთ, როდესაც ფიქრობთ, თუ რა, როგორ და სად გამოყოთ.

ბანომყენებელი ლიზენაზურა:

Raimes, A. & Jerskey, M. (2010). Keys for Writers (5th edition). Cengage Learning. Canada. Wadsworth. ISBN-10: 0-495-79982-3;

Murray, M. D. (2000). Writing to Deadline: The Journalist at Work. Heineman. Hanover. ISBN 978-0-325-00225-5;

Whitaker, W. R., Smith, D. D., Ramsey, J. E. (2019). MediaWriting: Print, Broadcast, and Public Relations (5th edition). ISBN 0-8058-4688-3;

Saleh, N. (2014). The Complete Guide to Article Writing: How to Write Successful Articles for Online and Print Markets. Penguin Publishing Group. ISBN-10:1599637340;

Giles, D. (2003). Media Psychology. LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS Mahwah. New Jersey. London;

Becker, G.S. (1976). The Economic Approach to Human Behavior. University of Chicago Press. Chicago and London;

Neil Patel, (N/D). How to Create Mobile-Friendly Content. Retrieved from: <https://neilpatel.com/blog/how-to-create-mobile-friendly-content/> (22.03.2024);

Markariani, L., Toradze, M. (2023). Manipulative mechanisms and reasons behind sharing fake news during Russo-Ukrainian war: A three-fold study. Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences. 65, 33-60. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2023-1390604>;

ლომთქე, ნ. (19.09.2018), „ვნებითის ვნებანი“, <https://www.mediachecker.ge/ka/mediaena/filologis-sveti/article/59609-vnebithis-vnebani>).

ბიბლიოგრაფია

- Alison Doyle. Tips for Writing a Resume Profile. 22.02.2022. The Balance. <https://www.thebalancecareers.com/writing-a-compelling-profile-of-a-person-2316038>; ბოლო ნახვა: 26.03.2024.
- Bazerman, C. (2015). *Involved: Writing for College. Writing for Your Self (192-218)*. The WAC Clearinghouse. <https://wac.colostate.edu/books/practice/involved/> (Originally published 1997 by Houghton Mifflin).
- Becker, G. S. (1976). *The Economic Approach to Human Behavior*. University of Chicago Press. Chicago and London.
- Blundell, W. E. (1988). *The Art and Craft of Feature Writing: Based on The Wall Street Journal Guide*. Penguin Publishing Group. ISBN: 9780452261587, LCCN: 88025307.
- David Dowling & Travis Vogan (2015). Can We “Snowfall” This? *Digital Journalism*. 3:2. 209-224. DOI: 10.1080/21670811.2014.930250;
- Dutilh N., C. (2022). “Argument and Argumentation”, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2022 Edition). Edward N. Zalta & Uri Nodelman (eds.). URL: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2022/entries/argument/>; ბოლო ნახვა: 23.03.2024
- Giles, D. (2003). *Media Psychology*. LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS Mahwah. New Jersey, London.
- Harvard College Writing Center. (n.d.). Asking Analytical Questions. Retrieved from: https://writingcenter.fas.harvard.edu/asking-analytical-questions?admin_panel=1; ბოლო ნახვა: 23.03.2024
- Joshua J. Mark (28 April 2011). “Writing”, *World History Encyclopedia*. <https://www.worldhistory.org/writing/> ბოლო ნახვა: 26.03.2024;
- Joy Deangdeelert Cho (2012). *Blog. Inc.: Blogging for Passion. Profit, and to Create Community*. Chronicle Books. Illustrated edition. ISBN-10 : 1452107203
- Kane, T. S. (2003). *The Oxford Essential Guide to Writing*. Oxford University Press. ISBN: 9780195167450, LCCN: 2003278239.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *The Elements of Journalism*. Atlantic Books. ISBN: 9781843542285.
- Leist, R. (2024 January 31). How to Write a Blog Post: A Step-by-Step Guide. Hubsport. Retrieved from: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-start-a-blog> (22.03.2024)
- Lewiński, M. & Aakhus, M. (2014). “Argumentative Polylogues in a Dialectical Framework: A Methodological Inquiry”. *Argumentation*. 28(2): 161–185. doi:10.1007/s10503-013-9307-x.
- Licheli, V. (2021). *The Stages of Development of the Local Script in Georgia of the Pagan Age. Caucasia Antiqua et Christiana* [Edited by David Kolbaia]. Vol. 1 (115–127). The Faculty of Oriental Studies University of Warsaw. ISBN 978-83-65135-07-0.
- Lowery, A. (August 31, 2020). All that Performative Environmentalism Adds Up. *The Atlantic*. Retrieved from: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/08/your-tote-bag-can-make-difference/615817/>; ბოლო ნახვა: 23.03.2024

- Markariani, L., Toradze, M. (2023). Manipulative mechanisms and reasons behind sharing fake news during Russo-Ukrainian war: A three-fold study. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*. 65, 33-60. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2023-1390604>.
- Murray, M. D. (2000). *Writing to Deadline: The Journalist at Work*. Heineman. Hanover. ISBN: 978-0-325-00225-5.
- Neil Patel, (N/D). How to Create Mobile-Friendly Content. Retrieved from: <https://neilpatel.com/blog/how-to-create-mobile-friendly-content/> (22.03.2024)
- PETTEGREE, A. (2014). *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*. Yale University Press. ISBN 978-0-300-17908-8.
- Raimes, A. & Jerskey, M. (2010). *Keys for Writers* (5th edition). Cengage Learning. Canada. Wadsworth. ISBN-10: 0-495-79982-3.
- Reimold, D. (2013). *Journalism of Ideas: Brainstorming, Developing, and Selling Stories in the Digital Age* (1st ed.). Routledge. Taylor and Francis. ISBN: 978-0-415-63466-3.
- Rezaei, A. (2022). The Effect of Poverty on Crime: A Case Study of Marvdasht City. Iran. *Journal of American Science*. 18(4), 121-124. ISSN 1545-1003 (print); ISSN 2375-7264 (online). doi:10.7537/marsjas180422.06.
- Rezaei, A. (2022). The Effect of Poverty on Crime: A Case Study of Marvdasht City. Iran. *Journal of American Science*. 18(4). 121-124. ISSN 1545-1003 (print); ISSN 2375-7264 (online). doi:10.7537/marsjas180422.06.
- Rich, C. (2009). *Writing and Reporting News: A Coaching Method*. Wadsworth series in mass communication and journalism. Cengage Learning. ISBN: 9780495569879;
- Rosenwasser, D., & Stephen, J. (2018). *Writing Analytically* (w/ MLA9E & APA7E Updates) (8th ed.). Cengage Learning. ISBN: 9781337559461.
- Saleh, N. (2014). *The Complete Guide to Article Writing: How to Write Successful Articles for Online and Print Markets*. Penguin Publishing Group. ISBN:10:1599637340.
- Seglin, J. (n.d.). How to Write an Op-Ed or Column. Harvard Kennedy School Communications Program. Retrieved from: <https://t.ly/gLYET>; ბოლო ნახვა: 23.03.2024
- Thomson, J. J. (1976). A Defense of Abortion. In: Humber, J. M., Almeder, R.F. (eds). *Biomedical Ethics and the Law*. Springer. Boston. MA. https://doi.org/10.1007/978-1-4684-2223-8_5
- Toye, R. (2013). *Rhetoric: A Very Short Introduction*. Very Short Introductions (Oxford, 2013; online edn, Oxford Academic. 24 Sept. 2013). <https://doi.org/10.1093/actrade/9780199651368.001.0001>, ბოლო ნახვა: 23.03.2024.
- Whitaker, W. R., Smith, D. D, Ramsey, J. E. (2019). *MediaWriting: Print, Broadcast, and Public Relations* (5th edition). ISBN 0-8058-4688-3.
- White, T. (2005). *Broadcast News: Writing, Reporting, and Producing*. Elsevier/Focal Press. ISBN: 9780240806594.
- Wilson, D. C. (2020). *A guide to good reasoning: Cultivating intellectual virtues* (2nd ed.). University of Minnesota Libraries Publishing. ISBN: 13: 9781946135667.
- Wings, Feature Writing (2024 February 4). Retrieved from: <https://leverageedu.com/blog/feature-writing/>

(22.03.2024).

Winner, W. E. (2013). A Handbook for Analytical Writing. Synthesis Lectures on Professionalism and Career Advancement for Scientists and Engineers. Springer. Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-02507-5_1.

Witt, L. (1991). The Complete Book of Feature Writing: From Great American Feature Writers, Editors, and Teachers. Writer's Digest Books. ISBN: 9780898794700, LCCN: 91015256.

ბარბაქაძე ცირა (12.04.2012), „როგორ დავარქვათ სათაური: ერთი საუკეთესო რჩევა“; <https://rb.gy/1gk8ju>.
ბოლო წვდომა: 26.03.2024.

გაბეთი "თბილისის უნივერსიტეტი" (31/10/2021), „ქართული ანბანის წარმოშობის დროის შესახებ ახალი კვლევა ახალი მიდგომით“ <https://www.tsu.ge/ka/university-newspaper/news/ქართული-ანბანის-წარმოშობის-დროის-შესახებ-ახალი-კვლევა-ახალი-მიდგომით->, ბოლო ნახვა: 26.03.2024.

გერსამია მ., ტორაძე მ., ბანძელაძე მ., მედიაგარემო 2023: გამოწვევები პოლიტიკური პოლარიზაციისა და კრიზისების დროს, მედიის და კომუნიკაციის საგანმანათლებლო და კვლევითი ცენტრი „მედიახმა“.

გოჩიტაშვილი, ქ., შაბაშვილი, გ. (2012). ანალიტიკური წერა. საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა, თბილისი. ISBN: 978-9941-0-4447-2.

გრიგორიანი, მ. (2007). „სახელმძღვანელო ჟურნალისტიკისთვის“.

დანელია, კ. და სარჯველაძე, ზ. (1997). „ქართული პალეოგრაფია“, გამომცემლობა „ნეკერი“, თბილისი.

თადუმაძე, მ. „CLICKBAIT“, სათაური, როგორც მანიპულაციური სტრატეგია, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. <https://www.studocu.com/row/document/akaki-tsereteli-state-university/mass-communication/mzia-tadumadzis-disertatsia/82837968>. ბოლო წვდომა: 26.03.2024;

ივ. ჯავახიშვილი (1949). „ქართული პალეოგრაფია“, თბილისი.

ინგოროყვა, პ. (1941). „ქართული დამწერლობის ძეგლები ანტიკური ხანისა“, ენიმკის მოამბე, თბილისი. <http://dspace.gela.org.ge/handle/123456789/4971> ბოლო ნახვა: 26.03.2024.

ლიტვინენკო, ა. ა. (2013). „რეპორტაჟი“, სანკტ-პეტერბურგი. http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1411466173_6546.pdf. ბოლო ნახვა: 26.03.2024.

მ. შამილიშვილი, მ. წერეთელი (2020). „ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის შესავალი“, თბილისი.

მაისაშვილი, მ., ასანიძე, მ., ბრეგვაძე, ნ., საჯაია, ქ., სვანიძე, ნ. (2017). საქართველოს გლასნოსტური ისტორიები“; <https://tinyurl.com/yfhjbj3b>; ბოლო ნახვა: 26.03.2024.

მარქარიანი, ლ. (2021). „ყალბი გვერდი, როგორც ყალბი ინფორმაციის გავრცელების საშუალება“, სტუდენტთა ჟურნალი სოციალურ მეცნიერებებში, თსუ. <https://www.sjss.tsu.ge/img/%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%90%20%E1%83%9B%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%98%203.pdf> ბოლო წვდომა: 26.03.2024;

- მენჩერი, მ. (2013). „ახალი ამბების გაშუქება და წერა“, თბილისი.
- მიტროპოლიტი ანანია ჯაფარიძე (2012). „საქართველოს წმინდა მეფეები“, 2012 წ. თბილისი. http://meu-feanania.ge/admin/upload/img/file_1ecb9b744c87888cb18bb03c2c38f667.pdf, ბოლო ნახვა: 26.03.2024.
- ნადარეიშვილი, მ. (1999). „სათაურის მრავალსახეობა ამერიკულ პრესაში“, თბილისი.
- ნაცვლიშვილი, პ. (2009). „ქართული ჟურნალისტიკის გენეზისისათვის“ სადოქტორო დისერტაცია, ხელნაწერი (ინახება სტუ-ისა და გრუნ-ის ბიბლიოთეკებში).
- ნაცვლიშვილი, პ. (2013). „ინტერვიუს, როგორც ჟანრის გენეზისისთვის“, European Scientific Journal December /SPECIAL/ edition vol.2 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431.
- სირაძე, რ. (1958). „წმინდა ნინოს ცხოვრება“ და დასაწყისი ქართული აგიოგრაფიისა“, თბილისი.
- რეპკოვა, ტ. (2001). „ახალი დროება. პროფესიული გაზეთის შექმნა განვითარებადი დემოკრატიის პირობებში“, თბილისი.
- ტალიაშვილი თამარ (2012.21.04). „სათაურის ფუნქცია, სტატუსი, ინტერპრეტაცია“. <https://bit.ly/3qBx1mk>; ბოლო წვდომა: 26.03.2024;
- ტორაძე მ. მაისაშვილი ხ., „მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები“, თბილისი, 2019, ISBN 978-9941-13-842-3 (pdf).
- ფხალაძე, თ. (18.11.2020). „დამწერლობის ისტორია“, <https://tinyurl.com/kzd5ycfw> ბოლო ნახვა: 26.03.2024.
- ჩიმაკაძე, ნ. (21.03.2019). „200 წელი პირველი ქართული გაზეთის გამოცემიდან“, მედიაჩეკერი. <https://www.mediachecker.ge/mediagaremo/article/68415-200-tseli-pirveli-qarthuli-gazethis-gamocemidan>, ბოლო ნახვა: 26.03.2024;
- ძიდიგური შ., „დამწერლობის წარმოშობა და განვითარება“ (სერია VI), თბ., 1958. https://dspace.nplg.gov.ge/bitstream/1234/438207/1/Damwerlobis_Warmoshoba_Da_Ganvitareba.pdf, ბოლო ნახვა: 26.03.2024.
- ჭაბაშვილი, მ. (1989). უცხო სიტყვათა ლექსიკონი (შეადგინა [და წინასიტყვ. დაურთო] მიხეილ ჭაბაშვილმა), მე-3 შესწ. და შევს. გამოც.; თბ.: განათლება.
- ჯოლოგუა, თ. (2011). „ქართული ჟურნალისტიკის ისტორია“ (ნაკვეთი I), თბილისი.
- ჰამილტონი, ჯ. მ. და კრიმსკი, ჯ. (2004), „ჩაეჭიდეთ პრესას“, თბილისი.

ღანართები

ღანართი N1

გენისის თუ არა შიშხილით სიკვდილისაგან გენმოდიფიცირებული პროდუქტი განა ტორაქი

საპარლამენტო ოპოზიციამ ბოლო პერიოდში კიდევ ერთხელ დააყენა საკითხი საქართველოში გენმოდიფიცირებული პროდუქციის აკრძალვის თაობაზე. ამ წინადადებას მხარი დაუჭირა საქართველოს მწვანეთა მოძრაობამ, რომელმაც პრესკონფერენცია გამართა და საზოგადოებას გააცნო მოთხოვნა – დარეგულირდეს გენმოდიფიცირებული პროდუქციის ქვეყანაში შემოტანისა და გამოყენების წესი, შევიდეს ცვლილება მომხმარებელთა შესახებ კანონში და გენმოდიფიცირებული საკვები პროდუქტების ეტიკეტზე გაჩნდეს შესაბამისი ნიშანდება.

რატომ შეიძინა აქტუალობა ამ საკითხმა? რა საფრთხეები არსებობს გენმოდიფიცირებული პროდუქციის მოხმარებისას? ამ საკითხებზე მსჯელობენ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორები.

თანამედროვე მსოფლიო გლობალური პრობლემის წინაშე დგას – როგორ უზრუნველყოს დედამიწის მზარდი მოსახლეობა საკვებით ისე, რომ არ დაირღვეს ბუნებაში არსებული პროპორციები და ბიოლოგიური სისტემები. მას შემდეგ, რაც მეცნიერებამ ორგანიზმის გენის გაშიფრვა შეძლო, შესაძლებელი გახდა, ბიოტექნოლოგიურად, გენური მოდიფიკაციის გზით, ხელოვნურად გაეზარდათ ზოგიერთი საკვები პროდუქტის მოსავლიანობა და გარემო პირობებისადმი მდგრადობის უნარი.

გენური მოდიფიკაცია, რომელიც ეყრდნობა გენურ ინჟინერიას, გასული საუკუნის 70-იანი წლებიდან განვითარდა. იგი ითვალისწინებს მცენარეული და ცხოველური ორგანიზმის გენეტიკური ნიშან-თვისების შეცვლას ბიოტექნოლოგიური მეთოდების გამოყენებით (ერთი ინდივიდის გენომში უცხო, სხვა სახეობის გენეტიკური ინფორმაციის გადატანა (ტრანსგენი). ეს მეთოდი განსხვავდება ტრადიციული სელექციის მეთოდისაგან, რომელიც გულისხმობს გენების გადატანას მხოლოდ ერთი სახეობის ფარგლებში. რა უპირატესობა აქვს გენმოდიფიცირებულ პროდუქტს? სპეციალისტები აცხადებენ, რომ ასეთ პროდუქტს ახასიათებს ბიოლოგიური ფაქტორებისადმი მდგრადობა, მაღალი პროდუქტიულობა, რაც

საბოლოოდ მის უხვმოსავლიანობას იწვევს.

პირველი კომერციული ტრანსგენი იყო პომიდორი, რომელიც 1994 წელს გაჩნდა ამერიკის შეერთებული შტატების სავაჭრო ქსელში, მაგრამ, ტრანსპორტირებასა და წარმოებასთან დაკავშირებული სირთულეების გამო, მისი რეალიზაცია მალევე შეწყდა. გენური მოდიფიკაციით მიღებული პროდუქციის მასშტაბები სანყის ეტაპზე დიდი არ იყო, ნათესებს ეჭირა დაახლოებით 20-30 მილიონი ჰექტარი, მაგრამ 1996 წლიდან მდგომარეობა შეიცვალა. ოფიციალური მონაცემებით, დღეისათვის მსოფლიოს 45 ქვეყანაში გენმოდიფიცირებულ კულტურულ ნათესებს 90 მილიონი ჰექტარი უჭირავს. ნათესების ფართობის სიდიდით ლიდერობენ ამერიკის შეერთებული შტატები, არგენტინა, კანადა და ჩინეთი.

გენური ინჟინერიით მიღებული მცენარეებიდან ყველაზე მეტად გავრცელებულია სოია (მისი რეალიზაცია დაიწყო 1995 წლიდან, უჭირავს ნათესების ნახევარზე მეტი). მისგან ამზადებენ იაფფასიან საკვებ დანამატს, რომელიც შედის ისეთ პროდუქტებში, როგორცაა პური, ძეხვი, შოკოლადი...

სოიას მოსდევს სიმინდი, ხორბალი, ბამბა, თამბაქო, პომიდორი, კარტოფილი... ეს კულტურები გენური მოდიფიკაციის შემდეგ მდგრადები გახდნენ დაავადებების, მავნე მწერების და, რაც მთავარია, პესტიციდების მიმართ, რომლის უარყოფითი გავლენა ადამიანის ორგანიზმზე კარგა ხანია, დაამტკიცეს. ეს პროდუქცია გამოირჩევა მაღალი ხარისხით, გააჩნია მომგებიანი სასაქონლო სახე, შედარებით დიდ ხანსაა საკვებად ვარგისი და უძლებს ტრანსპორტირებას.

მარკა გაიდამაშვილი, თსუს ასოცირებული პროფესორი:

– გენური მოდიფიკაცია არის ბიოტექნოლოგიის ერთ-ერთი ყველაზე თანამედროვე და ყველაზე რევოლუციური გამოხატულება, რომელიც ადამიანთა ყოფა-ცხოვრების გაუმჯობესებას ემსახურება.

გენური მოდიფიკაცია გულისხმობს ჯიშობრივ გაუმჯობესებას, რაც აუცილებელია თანამედროვე სამყაროში არსებული საკვების დეფიციტის შესავსებად. ეს მეთოდი ემსახურება მიზანს – რაც შეიძლება შევამციროთ ბუნებრივი ნეგატიური ეფექტების გავლენა, მაგალითად, მოუსავლიანობა წყლის, სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების რესურსების შეზღუდვის, მცენარეთა დაავადებების: სოკოვანი პათოგენების, ბაქტერიების, ვირუსების, მავნებლების გამო და ა. შ.

გენური მოდიფიკაცია ემსახურება უფრო გამძლე ანუ რეზისტენტლი მცენარეების (გვალვაგამძლე, პათოლოგგამძლე, ჰერბიციდებისადმი და პესტიციდებისადმი მდგრადი) ჯიშების გამოყვანას. რიგ შემთხვევაში კი კვებითი ან სასაქონლო თვისებების გაუმჯობესებას (მაგალითად, გაუმჯობესებული ცხიმოვანი მჟავების და ამინომჟავების შემცველობა, დამწიფების შეფერხება ხანგრძლივი შენახვის მიზნით და ა. შ.).

ხშირად გვეკითხებიან, რამდენად მიზანშეწონილია მცენარეში ცხოველის გენის გადატანა. კომერციული მიზნებით წარმოებულ გენმოდირეცირებულ პროდუქტებში ხდება არა ცხოველური, არამედ ძირითადად მიკროორგანიზმებიდან (ხანდახან მცენარეებიდანაც) გამოყენებული გენების გადატანა. რაც შეეხება ცხოველური გენის გადატანას, ამ კუთხით ჯერ მხოლოდ ექსპერიმენტები მიმდინარეობს. მაგალითად, სიცივეგამძლეობის თვალსაზრისით, პომიდორში გადააქვთ არქტიკული თევზის გენი, მაგრამ კომერციული მიზნით ასეთი პომიდორი არ გამოიყენება.

სოია, სიმინდი, ბამბა, რაფსი, პომიდორი, კარტოფილი სხვადასხვა ნიშნით არის გენმოდირეცირებული – კარტოფილი მოდიფიცირებულია მწერებისადმი გამძლეობის ნიშნით, ანუ მასში შეყვანილია ტოქსინის გამომმუშავებელი ბაქტერიული გენი. რაც შეეხება პომიდორს, რომელიც კომერციული მიზნით გამოიყენება, მასში გენეტიკურად მანიპულირებულია დამწიფების შეფერხება, ე. ი. მას აქვს შენახვისა და ტრანსპორტირების უფრო გაზრდილი და გაუმჯობესებული უნარი. ასეთივე ნიშნით, ანუ დამწიფების შენელებით არის გენმოდირეცირებული ნესვი.

ბიოტექნოლოგები აცხადებენ, რომ 2020 წლისათვის, როცა დედამიწის მოსახლეობა 8 მილიარდს მიაღწევს, სწორედ ეს პროდუქტი იხსნის მას შიმშილით სიკვდილისაგან.

მიუხედავად ასეთი ჰუმანური მიზნებისა, რომლებსაც მხარს უჭერს მეცნიერთა ერთი ნაწილი, გენმოდირეცირებულ პროდუქციას გაუჩნდნენ მოწინააღმდეგეები, რომლებიც აცხადებენ, რომ ასე თვალდახუჭულად არ უნდა ვენდოთ ბიოტექნოლოგიურ სიახლეებს. მათ აქვთ თავიანთი არგუმენტები, რომლებიც არანაკლებ სარწმუნოდ გამოიყურება. საქართველოს პარლამენტის საინფორმაციო-ანალიტიკური განყოფილების მიერ მომზადებულ მასალებში მითითებულია გენმოდირეცირებული პროდუქციის საფრთხეების თაობაზე: 1) სინჯარაში შესწავლილი გენის შესახებ მხოლოდ იმის თქმა შეიძლება, როგორ იქცევა იგი სინჯარის პირობებში. სამაგიეროდ, ვერაფერს იტყვი, როგორ მოიქცევა იგივე გენი მშობლიურ ორგანიზმში ან უცხო გარემოში; 2) ახალი გენის „ჩასმას“ მასპინძელ ორგანიზმში აკლია სიზუსტე და წინასწარგანზრახულობა

- არავინ იცის, ახალი გენი რომელიმე არსებული გენის გვერდით მოთავსდება თუ მასში ჩაჭდება და მის მთლიანობას დაარღვევს; 3) გენური ინჟინერია არ იფარგლება ერთი გენის ინფორმაციის გადატანით, რაც რისკის ფაქტორებს ზრდის; 4) ტრანსგენური მცენარე წარმოადგენს ახალ ორგანიზმებს ახალი თვისებებით, რაც, შესაძლოა, საზიანო აღმოჩნდეს როგორც ადამიანისთვის (საკვებად გამოყენებისას), ისე ეკოსისტემისთვის; 5) ტრადიციული გადარჩევის დროს ჯიშები მიიღება სახეობების ფარგლებში არსებულ გენტა ფონდიდან, მაგალითად, შესაძლებელია ვარდის შეჯვარება სხვა სახეობის ვარდთან, მაგრამ არა, ვთქვათ, კომბოსტოსთან. იმ შემთხვევაში, თუ ასეთი შეჯვარება მოხდება, მისგან თესლის მიღება ხელოვნური ჩარევის გარეშე შეუძლებელია (ასეთივე მაგალითად გამოგვადგება ცხენისა და ვირის შეჯვარების შედეგად მიღებული შთამომავალი – ჯორი, რომელიც უნაყოფია); 6) გენური ინჟინერია არღვევს სახეობათაშორის ბარიერს.

მეცნიერთა ნაწილი აცხადებს, რომ ამაში საშიში არაფერია, რადგან ჩვეულებრივი ევოლუციის პირობებში ბაქტერიები და ვირუსები ხშირად ახდენენ გენების ჩანაცვლებას და გენური ინჟინერია მხოლოდ აჩქარებს ამ პროცესს. მათ მონინაალმდეგებს კი ამის თაობაზე თავიანთი არგუმენტი აქვთ - მაშ, ასეთივე უსაფრთხო უნდა იყოს ბირთვულ რეაქტორში მიმდინარე პროცესი, რადგან იქ ჩქარდება ბუნებრივად მიმდინარე ფენომენი - რადიოაქტიური დაშლა.

დიანა ძიძიგური, თსუს პროფესორი:

- ვიცით, რომ ახსებობს გექნოლოგიები, რომლებიც საშუალებას გვაძლევს, ერთი სახეობის ორგანიზმისთვის დამახასიათებელი უკვე ახსებული გენეტიკური ინფორმაცია შევცვალოთ ჩვენი ინტეგრებიდან გამომდინარე. ამან საშუალება მოგვცა, შექმნილიყო გენეტიკური ხაზგამოღობი სახეობები, რომლებშიც ორგანიზმის ომედილა ცა ნიშან-თვისებაა გაძლიებული. ყველაზე ნათელი მაგალითია პომიდოხი, ომედიც, ჩვეულებრივ, მხოლოდ წელიწადის ხალაც დოს იძლევა ნაყოფს. ვინაიდან ამ ნაყოფზე ახის ძალიან დიდი მოთხოვნილება, გადწყვიტეს, ომ მთელი წელი აწაქმონ და მიიღონ პომიდოხის ჭახბი პოლექცია. ამიგომ გააკეთეს ასეთი ხამ – აიღეს თეთხი დათვის ყინვაგამძლეობის გენი (გაშიფხულია, ომედი გენი აძლევს უპიხაგესობას თეთხ დათვის, ომ გაძლოს უკიდუხეხ ჩხიღოეთში) და მიიღეს ნაყოფი, ომედიც უძლებს ყინვას. ამან გამოიწვია ყინვაგამძლეობა, მაგხამ ასევე შეცვალა პომიდოხის სხვა თვისებებიც. ის, თუ ხა შეიცვალა და ხა ზიანი შეიძლება მოახდინოს გაქემოზე, ორგანიზმებზე და ა. შ., ჭეჭეხობით მეცნიეხუდად ახ ახის დამტკიცებული.

ამ საკითხის გარშემო საზოგადოება და მეცნიერები ორ დიდ ჯგუფად არის დაყოფილი. ერთი ჯგუფი ამბობს, რომ ასეთი ორგანიზმები და მათი გამოყენებით დამზადებული პროდუქტები არ არის მავნე. მეორე ჯგუფი, ზუსტად იგივე პროცენტული რაოდენობისა, ამბობს, რომ ეს მავნეა.

ცხადია, ყველაზე მნიშვნელოვანი არის ადამიანი და მის ორგანიზმზე მოქმედი ფაქტორები. კერძოდ, რა საშიშროებას შეიცავს გენმოდირეცირებული პროდუქტი ჯანმრთელობისათვის. 1998 წელს ბრიტანელმა მეცნიერმა არჰად პუშტაიმ ერთ-ერთ სატელევიზიო გამოსვლაში განაცხადა, რომ მის მიერ ჩატარებულმა ექსპერიმენტმა „გამოავლინა შეუქცევადი ცვლილებები გენმოდირეცირებული პროდუქტით გამოკვებილი ვირთაგვების ორგანიზმში – მათ დაუქვეითდათ იმუნური სისტემა და აღმოაჩნდათ შინაგანი ორგანოების ფუნქციების სხვადასხვა დარღვევა. ამ განცხადების შემდეგ პუშტაი „ცრუ მეცნიერული ინფორმაციის გავრცელების“ საბაბით სამსახურიდან დაითხოვეს, მაგრამ შემდგომ წელს მეცნიერთა 20-კაციანმა ჯგუფმა პუშტაის აღმოჩენის სანდოობა დაადასტურა.

მიუხედავად ამისა, მეცნიერები ჯერ დანამდვილებით ვერაფერს ამტკიცებენ. მათ მხოლოდ ის შეუძლიათ თქვან, რომ გენმოდირეცირებული პროდუქტი რეზისტენტულია ჰერბიციდებისა და პესტიციდებისადმი, რომლის მავნე გავლენა ადამიანის ორგანიზმზე დიდი ხანია, დამტკიცებულია.

მარკა გაიდამაშვილი:

– ძიხითადი ოხი ნიშანი, ხომლებსაც გენმოდირეცირებული პხოლუქტის 80-90% აგახებს, ახის ჰეხიციდების მიმახთ გოდეხანგობა და მწეხების მიმახთ გამძდეობა. ამ ოხი ნიშნით მოდიფიციხება პესტიციდების (შხამქიმიკატები, ხომლებსაც იყენებენ სოფდის მეუხნეობაში ხოგოხც სოკოვანი მავნებდების, ასევე მწეხების წინააღმდეგ) გამოყენების ადგეხნატივაა. დადგენილია, ხომ პესტიციდები მავნებელია, ხოგოხც ადამიანის ჯანმთელობისთვის, ასევე ბუნებისათვის. მისი გამოყენება ქმნის ეკოდოგოუხ საფხთხეს, ხადგან ხედს უწყობს ბუნების განადგუხებას.

ადამიანისთვის პესტიციდების შემცვედი პხოლუქტი ახის გოქსიკუხი – აზიანებს სასუნთქ და ნეხვუდ სისტემას, იწვევს სხვადასხვა სახის ადეხგიას. ბუნებისთვის კი ეს ახის ისეთი სახის ქიმიუხი ნაეხთები, ხომდებიც ხანგხდღივი დხოის მანძიდზე ხრება ნიადაგში. გახდა ამისა,

პესტიციდების ნიადაგის წყლებში დიდი ხაოდელობით დაგროვება ხელს უწყობს მცენახეების მიეხ მის ხედახდა შეწოვას.

ასევე ახსებობს შხამქიმიკატი მეთიდბხომიდი, ხომელიც ოზონის შიეს მთლიანად ანადგუხებს. ასე ხომ, თვითონ პესტიციდის გამოყენება სოფდის მეუხნეობისათვის ახანაკვებ საზიანოა.

ბიოტექნოლოგიუხი გბით შექმნიდ კუდტუხას – სიმიინდი, კახტოფიდი, ბამბა და ა.შ., აქვს ხეზისტენტობა მწეხების მიმახთ.

შეიძლება დაიბადოს კითხვა – საიდან გაუჩნდათ ასეთი პხოლუქციის შექმნის იდეა? ბუნებაში ახსებობს ზოგიეხთი მწეხის ბუნებხივი, ფახთოდ გავხცელებუდი პათოგენუხი ბაქტეხია, ხომელიც გამოყოფს ტოქსიკუხ ციდას. ამ ციდის პხეპახატებს სოფდის მეუხნეობაში ფეხმეხები დიდი ხნის განმავდობაში იყენებენ, ხოგოხც აეხოზოდებს. მეცნიეხებმა მოახდინეს ამ ტოქსინის (B ტოქსინი) გადატანა მცენახეში – აიღეს ბაქტეხიიდან გენი, ხომელიც მას ასინთეზებს და გადაიტანეს პიხდაპიხ მცენახეში, ხომ ტოქსინი მას დაესინთეზებინა. ასეთ მცენახეზე მოხვედხიდი სამიზნე მავნებელი მწეხი ილუპება. ასე ხომ, დამატებით პესტიციდების გამოყენება აღახ ახის საჭიხო.

თქვენ მეკითხებით – თუ მწეხს ანადგუხებს ეს ტოქსინი, ადამიანიც ხომ ქამს მას? საქმეც ისაა, ხომ B – ტოქსინი მოქმედებს მხოლოდ მწეხების საჭმდის მომნელებედ ტხაქტზე, ხოლო ის ხეცეპტოხი, ხომელიც ამ ციდას დაიკავშირებს და დავუშვათ, ნაწდავის უჭეებებს დაზიანებს, გვხვება მხოლოდ და მხოლოდ მწეხებში და პათოგენუხი ოხგანიზმებში. ადამიანის საჭმდის მომნელებედ ტხაქტში ამის ხეცეპტოხი ახ ახსებობს. ხოლესაც ადამიანი ასეთი პხოლუქტიით იკვებება, ეს ციდა ახის დეგხადიხებადი და ახამავნე. ის, ხაც მოგახსენეთ, დადგენილია ხანგხდივად მიმდინახე ექსპეხიმენტების შედეგად და ადამიანზე მისი მავნე ზეგავდენის ახცეხთი შემთხვევა ახ ახის დაფიქსიხებუდი.

ისე ახ გამიგოთ, ხომ მე ამ პხოლუქციის პხოპაგანდას ვეწევი, უბხაროდ, ახა ვახ აქტიუხი მოწინააღმდეგე. მე ვხედავ მის დადებით და უახყოფით მხახესაც. მაგადითად, შესაძლო ხისკი, ხაზედაც ხშიხად საუბხობენ, შეიძლება იყოს მიღებუდი გენმოდიფიციხებუდი საკვების გბით ტხანსგენუხი ოხგანიზმებიდან ადამიანებში გენების ინტეგხაცია და ექსპეხისია, ხაც პხაქტიკუდად გამოხიციხუდია. თუ ეს გენები ასე ადვიდად ინტეგხიხებოიან, გამოდის, ხომ, ხომედ საკვებსაც ვჭამთ, იმ საკვების გენიც შეიძლება ჩაეხთოს ჩვენს ოხგანიზმში.

მეოხეც, ჩვენ საკვებად ვიღებთ უკვე გადამუშავებულ პხოლუქს და, ფაქტობრივად, ყველა მასადა ახის დენაგუხიხებული და ახააქციუხ მდგომარეობაში.

პოტენციუხი ხისკი, ხაც ნამდვიდად ახსებობს, ეს ახის ადეხგიუდი და გოქსიკუხი პხოლუქების შეღწევა საკვებ ჯაჭუში. თუმცა ეს პხობლემა კონტროლირებადი და ხეგულირებადია და მისი შემოწმება შეიძლება. ამას გახდა, ბაზახზე ახსებობს ამ პხოლუქის კონტროლის საკმაოდ მოქნიდი მექანიზმები. მთავახია, პხოლუქცია იყოს ავტოხიზებული და ეტიკეტირებული. ხოგოხც წამდები გადის კლინიკუხ გამოცდებს, სანამ ჩვენს აფთიაქებში გაჩნდება, ასევე უნდა გაიახოს შემოწმება გენმოდიფიცირებულმა პხოლუქმაც.

მეცნიერთა შორის დავა დღემდე მიმდინარეობს. გენმოდიფიცირებული პროდუქციის მომხრეთა და მოწინააღმდეგეთა რიცხვი თითქმის თანაბარია და რადგან ჯერჯერობით არცერთი მხარის მოსაზრება არ არის დამტკიცებული, საერთაშორისო ორგანიზაციები სიფრთხილისკენ მოუწოდებენ ქვეყნებს.

1992 წელს მსოფლოს 180-მა ქვეყანამ (მათ შორის, საქართველომ, რომელიც 1994 წლიდან შეუერთდა ამ კონვენციას) ხელი მოაწერა „ბიომრავალფეროვნების კონვენციას“, რომელმაც აღიარა ბიოლოგიური მრავალფეროვნების შენარჩუნების უდიდესი მნიშვნელობა. მასში ნათქვამია, რომ განსაკუთრებული სიფრთხილე მართებთ განვითარებად ქვეყნებს, რომლებშიც თავმოყრილია მსოფლიოს ბიომრავალფეროვნების უდიდესი ნაწილი. ისინი ვალდებულნი არიან, დაიცვან ფლორის, ფაუნისა და ეკოსისტემის მრავალფეროვნება.

2000 წელს მონრეალში ხელი მოეწერა „ბიომრავალფეროვნების კონვენციის კარტახენას ოქმს“, რომლის მიზანია უსაფრთხოების სათანადო დონის დაცვა (ადამიანის ჯანმრთელობისთვის ზიანის მიყენების საფრთხის გათვალისწინებით) თანამედროვე ბიოტექნოლოგიის მეთოდებით მიღებული ისეთი გენმოდიფიცირებული ორგანიზმების გამოყენებისაგან, რომელთაც შეუძლიათ, უარყოფითი გავლენა მოახდინონ ბიოლოგიურ მრავალფეროვნებაზე.

კარტახენას ოქმს წინ უძლოდა სერიოზული კვლევები მსოფლიოს მასშტაბით. გენმოდიფიცირებული პროდუქციის მოხმარების მოწინააღმდეგეები აცხადებენ, რომ ასეთი ქმედებების შედეგად მსოფლიოში ყოველწლიურად 30 ბიოლოგიური სახეობა იკარგება, ხოლო ამერიკაში გადაშენების პირას მყოფი მცენარეების 42 პროცენტი, უცხო სახეობების ფართოდ გავრცელების გამო, განსაკუთრებული რისკის ქვეშაა.

ასევე მყარი არგუმენტია ის, რომ გენური ინჟინერია მონოკულტურების შექმნის ტექნოლოგიაა. მაგალითად მოჰყავთ ისტორიული ფაქტი – XIX საუკუნეში ირლანდიაში გენეტიკური ერთგვაროვნების გამო მთლიანად განადგურდა კარტოფილის ნათესები, მაშინ, როცა იგივე დაავადებამ ანდებში მხოლოდ ნათესების ნაწილი დააზიანა, ზოგიერთი სახეობის კარტოფილს კი საერთოდ არ შეხებია.

კარტახენას ოქმის რატიფიცირება საქართველოში ჯერ არ მომხდარა.

პოლიტიკური ძალები, რომლებმაც ბოლო პერიოდში წამოსწიეს ეს საკითხები, სწორედ ამ ოქმის რატიფიცირებას და საქართველოს გენმოდირიცირებული პროდუქციისთვის აკრძალულ ზონად გამოცხადებას ითხოვენ.

რა არგუმენტები აქვთ საამისოდ მეცნიერებს?

დიანა ძიდიგური:

– სამწუხაროდ, ახცეხთ ჯგუფს დამამტკიცებელი საბუთი ახ გვაქვს. მე, პიხადად, წინააღმდეგი ვაჩ ასეთი პიხოდუქტის, მით უმეტეს, თუ ის დამზადებულია ცოცხალი გენმოდირიცირებული ოხგანიზმის გამოყენებით.

მთედ მსოფლიოში აჩის ასეთი წესი და კანონი – ხოდესაც თქვენ შემოგაქვთ პიხოდუქტი ქვეყანაში, ან აწახმობთ და თქვენსავე ქვეყანაში ყიდით, თქვენ ამ პიხოდუქტს უნდა გაუკეთოთ ეტიკეტირება, ანუ ქიდაზე, ხომედსაც ტომაცი აწეხია, უნდა ეწეხოს, ხომ ეს დამზადებულია გენმოდირიცირებული პომიდოხისგან. ამის შემდეგ მიყიდვდეს ეძდევა ახჩევანი – უნდა იყიდის, უნდა – ახა.

ჩვენთან ეტიკეტირება ახ ახსებობს, ხადგან ახ ახსებობს კანონი ბიოუსაფხთხოების შესახებ, ხომედისცააჟეგუდიხებს ამ საკითხებს. ჟეგუდიხებაში ჟა იგუდისხმება? ჟოცა საბაჟოზე პიხოდუქცია შემოდის, უნდა მოწმდებოდეს სპეციალუხი დაბოხატოხიებში ძვიხადლიხებული მეთოდოდოგის გამოყენებით.

მაქვს ინფოხმაცია, ხომ სწოხედ დაბოხატოხიუდი სამუშაოს სიძვიხის გამო უთხხა უახი იაპონიამ ამეხიკას ხოხბდის შეტანაზე.

ის საკითხები რომ დახეგულიყდეს, ხაზვც ზემოთ ვისაუბრე, უნდა მივიღოთ ბიოუსაფხთხოების კანონი.

ჩისთვის გვჭირდება ეს კანონი? უძლიერესი ამეხიკური კოხპოხაცია „მონსანგო“, რომელიც გენმოდინიცინებურ პიოდუქციას აწახმობს და გენმოდინიცინებურ ოხგანიზმებს ქმნის, მახტო ალახ აჩის. ხოგოხც ჩანს, მას მომხიეები და დობისტები გაუჩნდნენ და ძადიან იმძდავხა ახა მხოდოდ სარქახთვედროში.

კახტახენას ოქმი, თუ ჩვენ ამ ოქმს ხედს მოვარწიხთ, გვავადლებუდებს, რომ სარქახთვედროში შეიქმნას ბიოუსაფხთხოების ეხოვნური კანონი.

ეს კანონპიოდუქტი ხამდენიმე წდის წინ ბოდოდების მცინეხიციხოვანი ჭგუფის მონარწიდობით ჩავახდა პახდამენტის გახემოს დაცვის კომიტეტის სხდომარზე, იმიტომ, რომ ჩვენ მიეხ შედგენიდი პიოდუქტის დატვისთვა აბსოდუტუხად შეცვიდიდი იყო იუხისტების მიეხ.

ამის შემდეგ დადგა საკითხი, რომ დარწიხოს ახადი პიოდუქტი, მაგხამ ახ იწიეხება იმიტომ, რომ ვილაც ყოვედთვის ეწინააღმდეგება, ხოგოხც ჩანს, გახკვეუდი ინტეეხესების გამო.

ჩვენ ასე ჩავდეთ კანონპიოდუქტში – თუ შემოვა ეს პიოდუქტია, შემოვიდეს ეტიკეტით, რომედრეც მინიშნებური იქნება, რომ მის დასამზადებდად გამოყენებუდია გენმოდინიცინებური პიოდუქტი.

ხაც შეეხება ცოდხადი გენმოდინიცინებური თესდის შემოტანას, ჩვენ ამის კატეგოხიური წინააღმდეგი ვახთ. ამას აქვს თავისი ახგუმენტები: სარქახთვედრო აჩის მახცვიდუდის ქვეყანა. ჩვენ გვარქვს სხვადასხვა კახგი ჭიშის ხოხბადი, რომელიც აჩის ჭვახედინა მტვეხია მცენარე და თუ ქახთური ენდემუხი სახეობის გვეხდით დართესება გენმოდინიცინებური ხოხბდის თესდი, ის გენი, რომელიც აჩის რომელიმე კონკეეური პეხბიციდებისადმი და მავნებდებისადმი მდგხადი, გადადის ენდემუხი ჭიშზე, ჩის შემდეგაც ჩვენ ვილდებთ გენეტიკუხ დაბინძუეხბას, ანუ ენდემუხი სახეობა ალახ გვარქვს. შევხედოთ სხვა მხიდან – ხა მოხდა ამით სარშიში და სარგანგაშო? იყოს გენმოდინიცინებური ნათესები, თუკი ის უხვმოსავდიანია (და ეს ნამდვიდად ასეა)? ხა ხდება და, უცებ გახემო პიოდები რომ შეიცვადოს და გენმოდინიცინებუდმა სახეობამ დაკახგოს მდგხადობა, სარქახთვედროში ყვედგან გარქება ხოხბადი და ჩვენ დავხრებოთ ხოხბდის გახეშე, ჩის შემდეგაც იძუდებუდნი ვიქნებოთ, ხედი გავუწოდოთ „მონსანგოს“ და ვთხოვოთ, მოგვედიდოს ხოხბდის თესდი.

მეოხე წინააღმდეგობა – ჩვენ შეიძდება ათი წედი მდგხადობა ახ დავკახგოთ, მაგხამ ამ უხვმოსავდიანი ნათესებიდან სათესდე მასადას ვეხ მივილდებთ (ეს აჩის ამ ჭიშების ნაკდოვანი

მხაჩე) და მომავად წერს, ყველა შემთხვევაში ისევ „მონსანტოს“ უნდა გავუშვიოთ ხელი თესლისთვის. ანუ ყველანაირად ვხეობით დამოკიდებულნი რომელიღაც უცხოუხ კოჩპოჩაყიანზე. ეს თავისებულები ბეჩკეგია ქვეყანაზე ზეწოდის განსახორციელებლად. ასე მოხდა სომალში – შეიტანეს გენმოდიფიცირებული ხორბალი, შემდეგ იქ ყველანაირი ხორბალი გაქრა, ხადგან გენმოდიფიცირებულმა ხორბალმა დაკაჩგა მდგახლობა და სომალი დაჩრა პუჩის გაჩეშე. ხოდო ხოდესაც ამ ქვეყანამ ეხთხედ ახ მოაწეხა ხელი ხალაც პოდტიკუხ გადაწყვეტილებას, შეუწყვიტეს ხორბლის მიწოდება.

მე ისიც მითხეეს, რომ ვაზის ისეთ ჯიშს გამოვიყვანთ, ახ დაგვჭიხდება შესაწამლად შაბიამნის გამოყენება. მე ვკითხუდობ – ქვეყანა, რომელსაც ვაზის 500 ჯიში აქვს, ეხთ ჯიშზე უნდა დავიყვანოთ?

ხაც შეეხება ადამიანის ჯანმრთელობას, ხატომ ვეხ ვამტკიცებთ ამ პოდუქციის მავნეობას ან პიხიქით? ამის დასამტკიცებლად, სუდ ცოტა 50 წერია საჭიო. ჩვენ უნდა შევამოწმოთ ჩვენი, ჩვენი შვილების და შვილიშვილების თაობა და ვნახოთ – სიცოცხლის ხანგძდოვობა შეიცვლება, მუტაციები გაიზხდება თუ ხა შედეგი მოჰყვება გენმოდიფიცირებული პოდუქციით კვებას. ამ ეტაპზე ჩვენ პიხდაპიხი მარვენებლები ახ გვაქვს.

ცხადია, ჩნდება კითხვა – ამხელა კოჩპოჩაყია, ხოგოხიცაა „მონსანტო“, რომელიც მიღიახებას ხაჩავს ამ პოდუქციის წაჩმოებისთვის, ასეთი მახტივი კვლევის შედეგებს ხატომ ახ აქვეყნებს? ვიხთავა, რომელზეც კვლევის ჩატაჩება შეიძლება, ცოცხლობს ოხი წერი, სამი თაობის შესწავლის შედეგად შეიქმნება სუხათი, ხა ზემოქმდება აქვს ცოცხად ოჩგანიზმებზე გენმოდიფიცირებულ პოდუქტს. დაუჯეხებერია, რომ „მონსანტომ“ ეს ვეხ გააკეთა. ეჭვი მაქვს, რომ ამ კოჩპოჩაყიას აქვს შედეგები, მაგამ იგი ამას ახ აქვეყნებს.

მეოხე ახგუმენტი, რომელიც ჩვენს სასახგებდოდ მუშაობს, ასეთია – თუ გენმოდიფიცირებული პოდუქტი შემოდის ქვეყანაში, ის უნდა იყოს ძადიან იაფი, ხადგან „მონსანტო“ ამ პოდუქტის წაჩმოებას ამახტლებს იმით, რომ მსოფლიოში ადამიანების დიდი ნაწიდი სილატაკის ზღვახს ქვემოთაა და ამ პოდუქციას ასეთი ხადხის გადასახჩენად ქმნის. ჩვენთან ეს პოდუქტი ყველაზე ძვიხია. ჩემთვის, ხოგოხც ბოდოგისთვის, ახანაკდებ მნიშვნელოვანი პოდრემაა ბომჩავადგეოგნების დახლვევა. იცით, რომ საქაჩთვედო შედის მსოფლიოს იმ 20 ქვეყნის სიაში, რომელსაც მცენაჩეთა და ცხოვედთა მდოდახი სამყაო აქვს. ხოცა გენეტიკუხად მოდიფიცირებული მცენაჩე შემოდის ქვეყანაში, სხვა ჯიშებს ვკაჩგავთ და იცვლება მცენაჩეული საფაჩი, ხაც, თავის მხივი, ნიადავის ცვარებადობას და ამ მიკოეკოსისტემაში მცხოვხები ფიხნველებისა და ცხოველების გადაშენებას გამოიწვევს.

ჩვენ ვაცხადებთ, რომ ტურიზმის განვითარებისკენ ვიღებთ კურსს. ტურიზმი კი მართო ისტორიული ძეგლების ჩვენება არ არის. ეკოლოგიური და მეცნიერული ტურიზმის განვითარება ქვეყნისთვის არანაკლებ დიდი შემოსავლის წყაროა.

გამოსავალი ასეთია – უნდა ავიცდინოთ რისკი და საქართველო დახურულ ზონად გამოვაცხადოთ როგორც გენეტიკურად მოდიფიცირებული ცოცხალი ორგანიზმებისთვის, ასევე მათი გამოყენებით დამზადებული პროდუქტებისთვის. განვითარებადი ქვეყანა ვართ და გვაქვს საშუალება, განვაცხადოთ, რომ ჯერ არა ვართ მზად გენმოდიფიცირებული პროდუქტის ტექნოლოგიური შემოწმებისთვის.

მსოფლიო ორგანიზაციები ქვეყნებს სიფრთხილისაკენ მოუწოდებენ, გენმოდიფიცირებული პროდუქტის მახასიათებლები რამდენიმე წელში დაზუსტდება, მანამდე კი საქართველო, ალბათ, შეეცდება მცენარეთა 17 ენდემური გვარისა და 1500-მდე ენდემური სახეობის გადარჩენას.

გაზეთი „თბილისის უნივერსიტეტი“

22 მარტი, 2007 წელი

N10-2055

დანართი N2

სტრასბურგის უნივერსიტეტის ჟურნალისტური განათლების საუნივერსიტეტო ცენტრის (CUEJ) წარმომადგენლების ვიზიტი ჟურნალისტიკის პრაქტიკულ სწავლებას ეძღვნება

3-დან 28 მაისის ჩათვლით თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტს, უშუალოდ კი ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულებას, სტრასბურგის უნივერსიტეტის ჟურნალისტური განათლების საუნივერსიტეტო ცენტრის (Centre universitaire d'enseignement du journalisme – CUEJ) წარმომადგენლები ესტუმრებიან 38 სტუდენტისა და 10 პროფესორის შემადგენლობით.

სამუშაო პროცესს ფრანგული მხარე სრულად უზრუნველყოფს შესაბამისი ტექნიკით (კომპიუტერები, აუდიოჩამწერები, TV კამერები). ასევე, CUEJ ანაზღაურებს ყველა ხარჯს, რაც სამუშაო პროცესთანაა დაკავშირებული, ვორქშოფის დასასრულს კი – პროექტის მონაწილე ქართველ სტუდენტებს სერტიფიკატებს გადასცემს.

ფრანგულ-ქართულ ჯგუფებად დაყოფილი სტუდენტები ერთობლივად მოამზადებენ რეპორტაჟებს საქართველოს შესახებ. ჩვენი სტუდენტები, ფრანგ თანატოლებთან ერთად, მონაწილეობას მიიღებენ ყველა დაგეგმილ აქტივობაში, იქნება ეს თარგმნა, მეგზურობა, ჟურნალისტურ საქმიანობაში მონაწილეობა თუ სხვ.

წარმოდგენილი ერთთვიანი სასწავლო პროგრამა სავალდებულო სასწავლო კომპონენტია სტრასბურგის უნივერსიტეტის მედიის მიმართულების საბაკალავრო პროგრამის სტუდენტებისთვის. ამის შესახებ გვესაუბრა პროექტის ხელმძღვანელი ალენ პიტერი, რომელიც საორიენტაციო ვიზიტით თებერვლის დასაწყისში კოლეგასთან ერთად გვეწვია. თანამშრომლობის საკითხებთან ერთად განვიხილეთ სხვა მნიშვნელოვანი დეტალებიც. კერძოდ, ითქვა, რომ ჩვენი ქვეყნის შესახებ მომზადებული საუკეთესო სიუჟეტები გადაიცემა ფრანგული ტელევიზიით, გამოიცემა აგრეთვე პროექტის შედეგების ამსახველი სპეციალური კრებული, ხოლო ქართველ მონაწილეებს მიეცემათ საშუალება, ფრანგ თანატოლთან ერთად მუშაობისას, თავადაც შექმნან შერჩეულ თემაზე საკუთარი პროდუქცია“, – წერს სოციალურ ქსელში მიმართულების ხელმძღვანელი, პროფესორი მანანა შამილიშვილი.

თსუ-ს სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი და ჟურნალისტიკის და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულება აქტიურად ემზადება პროექტის მონაწილეთა დასახვედრად. ამ ეტაპზე უკვე დასრულებულია ქართველ მონაწილეთა შერჩევის პროცესი და უკვე რამდენიმე დღეში ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულების საბაკალავრო და ე. წ. „მაინორ“ პროგრამების ინგლისური ენის სრულყოფილად მცოდნე 25-მდე სტუდენტი ფრანგ კოლეგებთან ერთად შეუდგება საქმიანობას. „ჩვენ არ გვაკმაყოფილებს მხოლოდ მასპინძლის როლი და საინტერესო გეგმები გვაქვს. პროექტის ამსახველი ფილმის მომზადებას გვპირდება თსუ-ს მულტიმედია ცენტრი, ხოლო „ბეჭდური მედიის“ სასწავლო კურსის ფარგლებში გამოცემული „გზავნილი“ მთლიანად ამ მოვლენას მიეძღვნება“, – აღნიშნავს მანანა შამილიშვილი.

დანართი N3

მეცნიერის „ჯალოსურბა ჯოხა“ ივანე ჯავახიშვილის დარგული ვაზი გამოაცოცხლა

„მეცნიერება და ხელოვნება – ეს ორნი ერთ და იგივეს მსახურებენ: აზრის მოძრაობას; ერთ და იგივეს გამოსთქვამენ: ხალხის აზრსა, და თუ რაშიმე განირჩევიან, მხოლოდ იმაში, რომ სხვადასხვა გზით და სხვადასხვანაირად მოქმედობენ და გამოსთქვამენ“.

ილია ქავჭავაძე

ილიას ეს სიტყვები ჯერ კიდევ საუკუნენახევრის წინ დაინერა...

ცოტა მოგვიანებით კი ალბერტ აინშტაინმა დაადასტურა, რომ „მეცნიერულ აზროვნებას ყოველთვის თან ახლავს პოეზიის ელემენტი, რადგან ნამდვილი მუსიკა და ნამდვილი მეცნიერება ერთნაირ აზროვნებით პროცესს მოითხოვს.“

მოსაზრებათა თანხვედრა შემთხვევითი არაა. ნებისმიერ იდეას, რაც უნდა პრაგმატული იყოს იგი, ერთნაირად სჭირდება შემოქმედებითი მიდგომაც და აზროვნების ფართო დიაპაზონიც. ამის დასტურია მაგალითები, როცა მეცნიერებასა და ხელოვნებას ერთდროულად უხდინდნენ ხარკს დიდი მოაზროვნეები: ლეონარდო და ვინჩის მხატვრული ტილოები და გამოგონებები თითქოს ერთ ჩარჩოში არ თავსდება, მაგრამ სამყაროს მისეული ხედვა თანაბარი სიცხადით

აისახა როგორც ფერწერაში, ასევე, საფრენი აპარატის მოდელსა თუ სხვა სამეცნიერო კვლევებში; კომპოზიტორი ალექსანდრე ბოროდინი კი პირდაპირ დიდი ქიმიიდან გადასახლდა მუსიკის სამყაროში...

არსებობს თუ არა რაციონალური კავშირი მეცნიერებასა და ხელოვნებას შორის? ამ კითხვაზე თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ქიმიის მიმართულების პროფესორი რამაზ გახოვიძე ერთმნიშვნელოვან პასუხს იძლევა: „არსებობს, რადგან ორივე ერთი ფესვიდანაა აღმოცენებული. არც ისე დიდი ხანია, დასრულდა დისკუსია – ვის მეტი მნიშვნელობა ენიჭება, ლირიკოსებს თუ ფიზიკოსებს, ან საჭიროა თუ არა კოსმოსში იასამნის რტო?... ამ კითხვებზე მათ თავად ცხოვრებამ გასცა პასუხი, რადგან დადგინდა, რომ თანამედროვე მეცნიერებას ხელოვნების გარეშე არსებობა და განვითარება არ შეუძლია“.

თავად ბატონი რამაზის მრავალმხრივი მოღვაწეობაც ამასვე ადასტურებს. ის შეყვანილია XXI საუკუნის უდიდეს მოაზროვნეთა სიაში და მსოფლიოში სავსებით სამართლიანად მიიჩნევენ დიდ მეცნიერად მუსიკოსთა შორის და დიდ მუსიკოსად მეცნიერთა შორის...

დიდი მეცნიერი მუსიკოსთა შორის...

რამაზ გახოვიძე დაიბადა ცნობილი მეცნიერ-ქიმიკოსის აკაკი გახოვიძის ოჯახში, სადაც აღზრდის მთავარ პრინციპად მიიჩნეოდა ცოდნა, რომელსაც კულტურა, ინტელექტი და ზნეობა ეყრდნობოდა... ფარმაციის დოქტორი, პროფესორი რევაზ სხილაძე იხსენებს, რომ ბატონი აკაკი იყო პირველი ქართველი, რომელმაც ორგანულ ქიმიაში დაიცვა სადოქტორო დისერტაცია: „თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ არ დარჩენილა ქიმიაში დარგი, რომელსაც ბატონი აკაკის გონება და კალამი არ შეხებოდა. ჩემთვის, როგორც ფარმაცევტისთვის, ყველაზე მნიშვნელოვანი არის ის, რომ ბატონმა აკაკიმ ხსნადი გახადა ისეთი სამკურნალო პრეპარატები, როგორცაა ასპირინი და სტრეპტოციდი. მის მიერ დამუშავებული პროექტი დაედო საფუძვლად აგარის შაქრის ქარხნის ამუშავებას. მანვე დაასაბუთა, რომ ნავთობი ბუნებაში წარმოიქმნება ნახშირწყლებისგან, რაც ახალი სიტყვა იყო მეცნიერებაში. ეს თეორია წლების შემდეგ კანადელმა მეცნიერებმაც დაადასტურეს. მანვე პირველმა დაიწყო საქართველოს ნავთობის (მირზა, შირაქი, სუფსა) ქიმიური შედგენილობის შესწავლა. მის მიერ აღმოჩენილია ნახშირწყლების ახალი კლასის ნივთიერებათა სინთეზი, რომელიც მსოფლიო სამეცნიერო ლიტერატურაში „გახოვიძის სინთეზის“ სახელითაა ცნობილი.“ – იხსენებს რევაზ სხილაძე.

ალბათ, ოჯახური ტრადიციაც იყო მიზეზი იმისა, რომ ბატონ რამაზს სპეციალობის არჩევაზე არ უფიქრია მიუხედავად იმისა, რომ სკოლა ოქროს მედლით დაამთავრა და ასეთივე ნარმატებით შეეძლო მეცნიერების სხვა დარგებშიც გამოეჩინა თავი.

მერე იყო თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ქიმიის ფაკულტეტი... ამავე უნივერსიტეტის ასპირანტურა და ამერიკის შეერთებული შტატების ჰიუსტონისა და ვესტ ლაფაეტის უნივერსიტეტების დოქტორანტურა. ის გახლავთ თსუ-ის ბიორგანული კათედრის და ლაბორატორიის დამაარსებელი და ხელმძღვანელი, არის ევროპის ეკოლოგიური კომიტეტის და უცხოეთის მრავალი სამეცნიერო საზოგადოების წევრი, საქართველოს სახელმწიფო პრემიის ლაურეატი, ამერიკისა და საქართველოს ღირსების ორდენების კავალერი. მანვე შემოიტანა ახალი სასწავლო საგანი „ქიმია და ცივილიზაცია“, რომელმაც სტუდენტთა დიდი დაინტერესება გამოიწვია.

რუთინა

რამაზ გახოკიძემ დაადგინა ნახშირწყლების მოლეკულური გადაჯგუფების ახალი ტიპი (გახოკიძის გადაჯგუფება); დაამუშავა ცოცხალი უჯრედის მართვის (თვითორგანიზაციის) გზები, რაც ორგანიზმის პოტენციურ შესაძლებლობათა მაქსიმალური გამოვლენის საშუალებას იძლევა; შექმნა ბიორეგულატორების ახალი ტიპი – ბიოენერგოაქტივატორები („ბიორაგი“, „რაგოცინი“, „ლუკრეაზინი“), რომლებსაც მსოფლიოში ანალოგები არ გააჩნიათ; მისივე ძალისხმევით შეიქმნა მაღალეფექტური სამედიცინო დანიშნულების პრეპარატები („ვიტარაგი“, „რამერი“, „რამსელი“)...

ერთი ადამიანისთვის, სხვა სამეცნიერო კვლევებთან და პედაგოგიურ მოღვაწეობასთან ერთად, მხოლოდ ეს ჩამონათვალიც კი კოლოსალური ღვაწლია მეცნიერებაში, მაგრამ, როგორც შემოქმედს, ბატონ რამაზს მიღწეული არასოდეს აკმაყოფილებს. დღეს მისი მეცნიერული ინტერესი შეეხება საქართველოს ბუნებრივი ნედლეულის გამოყენებას ძვირფასი ქიმიური პრეპარატების მისაღებად; ბიოკოორდინაციულ ნაერთთა სინთეზს, ნახშირწყლების ქიმიურ მოდიფიკაციას, ახალი სამკურნალო პრეპარატებისა და ეკოლოგიურად სუფთა სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების ახალი თაობის პრეპარატების შექმნას.

ბიორაგის სასწაული

მსოფლიოში დღემდე ცნობილი არ არის ისეთი პრეპარატი, რომლის გამოყენებითაც შესაძლებელია ერთდროულად მოსავლიანობის ზრდაც და ეკოლოგიურად სუფთა, მაღალხარისხოვანი მოსავლის მიღებაც. რამაზ გახოკიძის მიერ მიგნებულ ფორმულას, რომელიც პრეპარატ „ბიორაგს“ დაედო საფუძვლად, სწორედ ეს თვისებები აღმოაჩნდა.

გიორგი მაჭარაძე, ქიმიის მეცნიერებათა დოქტორი: „10 წლის წინ ჩავატარეთ ექსპერიმენტი ლანჩხუთში, რომელიც ძირითადად შეეხებოდა „ბიორაგის“ გავლენას სიმინდის მოსავლიანობასა და ხარისხობრივ ზრდას. ნიადაგზე, რომელზეც ექსპერიმენტი ჩავატარეთ, 1 ჰექტარზე მხოლოდ ტონანახევარი მოსავალი მოდიოდა. „ბიორაგის“ გამოყენების შემდეგ გაიზარდა როგორც მოსავლიანობა (მიაღწია 20 ტონას), ასევე, მდგრადობა ბუნებრივი პირობებისადმი. როგორც საზღვარგარეთის ლაბორატორიებმა დაამტკიცეს, „ბიორაგით-დამუშავების შედეგად მნიშვნელოვნად იზრდება პროდუქტის ქიმიური ხარისხობრივი მაჩვენებლები, მაგალითად, ლიზინისა – 80 პროცენტით, ვიტამინებისა – 60 პროცენტით და ა. შ. გარდა ამისა, აღმოჩნდა, რომ ასეთი ნათესების შემდეგ მცენარე თავად ახერხებს აბოტფიქსაციას ჰაერიდან“.

ჟორა გაბრიჭიძე, მეურნე: „3 წლის წინ, როცა ამ ხსნარის არსებობის შესახებ გავიგე, დავეკავშირდი ბატონ რამაზს, გავეცანი „ბიორაგის“ თვისებებს და გადავწყვიტე, რომ მეცადა მისი გამოყენება კუმისის დამლაშებულ ნიადაგზე. ჩემი მიზანი გავაცანი შავნაბადას მონასტრის წინამძღვარს მამა შიოს, რომელიც დაინტერესდა და დასამუშავებლად 2 ჰექტარი მიწის ნაკვეთი დამითმო. ამ ხსნარის გამოყენების შედეგად – თუ ერთ ჰექტარზე 300-380 კილო ხორბალი ითესებოდა და ორ ტონა მოსავალს ვიღებდით, „ბიორაგის“ გამოყენების შემდეგ იგივე ფართობზე მხოლოდ 25-50 კილოგრამი თესლი დავთესეთ და 12-14 ტონა მოსავალი მივიღეთ. პრეპარატის ყველაზე დიდი სარგებელი ისაა, რომ მსოფლიოში არსებული ყველა პრეპარატისგან განსხვავებით ეკოლოგიური და ეკონომიურია, რადგან მხოლოდ თესლის ჩალბობაა საჭირო“.

„ბიორაგის“ გამოყენებით ყურძნისა და შაქრის ქარხლის მოსავლიანობამ ჰექტარზე 250 ტონას მიაღწია და შაქრიანობა 22,5 პროცენტამდე გადიდა, რაც უპრეცედენტო შემთხვევაა მსოფლიოში.

ჟორა გაბრიჭიძე: „ნებოგვარა – ეს არის პურის ხარისხის ძირითადი მაჩვენებელი. გინახავთ, როგორ იფხვნება პური დაჭრის დროს? ეს იმის შედეგია, რომ მას ნებოგვარა არ ჰყოფნის... მხოლოდ კანადაში და ყაზახეთში მოდის ისეთი ხორბალი, რომლის ნებოგვარის შემცველობა მაღალია (25-30 პროცენტი). ჩვენ მიერ ჩატარებული ექსპერიმენტის შედეგად, თუ საკონტროლო ხორბლის მარცვალს ნებოგვარა 17 პროცენტი ჰქონდა, „ბიორაგის“ გამოყენების შემდეგ მისმა მაჩვენებელმა 43 პროცენტს მიაღწია. ეს იმას ნიშნავს, რომ შეგვიძლია ერთი ტონა დამუშავებული ხორბალი 3 ტონა უხარისხო ხორბალში შევურიოთ და ნორმალური პურცხობის ფქვილი მივიღოთ“.

ასეთივე მაჩვენებელი აქვს შაქრის ქარხალზე ჩატარებულ ექსპერიმენტსაც. ზოგადად, შაქრის ქარხლისთვის 16-17 პროცენტი შაქრიანობის მაჩვენებელი კარგია (უკრაინაში ეს მაჩვენებელი 14-15 პროცენტს აღწევს, რუსეთში 12-13-ს, ხოლო საქართველოში – 14-15-ს). თუ საკონტროლო ქარხალს ეს მაჩვენებელი 13,5 პროცენტი ჰქონდა, „ბიორაგით“ დამუშავების შემდეგ მან 22,5 პროცენტს მიაღწია.

ბატონი რამაზის თქმით, ამ პრეპარატის დახმარებით აღადგინეს ხორბლის ძველქართული საუკეთესო აბორიგენული ჯიშები: დოლის პური, თეთრი დოლი და დატოტვილი.

„ბიორაგი“, გარდა იმისა, რომ ეკოლოგიურად სუფთაა, წელიწადში ორმოსავლიანობის შესაძლებლობასაც იძლევა. მაგალითად მოგიყვანთ უნივერსიტეტის ეზოში ივანე ჯავახიშვილის მიერ დარგულ „იზაბელას“ ჯიშის ვაზს, რომელიც, სამწუხაროდ, რემონტის გამო მოჭრეს. ის თითქმის გამხმარი იყო და როცა ფესვებში ჩავასხით „ბიორაგი“, გამოცოცხლდა და მეორე წელს უკვე ორი მოსავალი მოგვცა. დეკემბერში მოვკრიფეთ 2 ტონა-ნახევრამდე ყურძენი, რომელიც შაქრიანობის დიდი მაჩვენებლით (24 პროცენტი) გამოირჩეოდა.

აქ კიდევ ერთ რამეს უნდა მივაქციოთ ყურადღება. საქართველოს ნიადაგი 100-პროცენტიანი სელენდეფიციტური და 80-პროცენტიანი იოდდეფიციტურია. აქედან იღებს სათავეს ჩიყვი, მამაკაცთა სქესობრივი უძლურება, ბავშვთა კრეტინიზმი, გულის კარდიომიოპათიური დაავადებები, რაც ინფარქტს და ინსულტს იწვევს. „ბიორაგის“ დახმარებით მიღებულ პროდუქტებში, მაგალითად, სიმინდში იოდის შემცველობა 960 პროცენტით გაიზარდა, ხოლო სელენისა – 200 პროცენტით. ეს დაადასტურეს საზღვარგარეთის მაღალრეიტინგულმა სამეცნიერო ლაბორატორიებმაც“, – გვითხრა ბატონმა რამაზმა, რომელსაც ახალი გეგმები აქვს ამ პრეპარატის მსოფლიო ბაზარზე გასატანად.

წლების წინ მისი პრეპარატის დახმარებით გამოყვანილი ვერცხლისფერი ნაძვი დაირგო რომში. დღეს ის უკვე 5-კილომეტრიანი ხეივანია და მას იტალიელებმა „თბილისის ხეივანი“ უწოდეს. ამჯერად ამ პრეპარატით დაინტერესდა აშშ-ის კალიფორნიის შტატის გუბერნატორის, არნოლდ შვარცენეგერის ადმინისტრაცია, მათ გამოთქვეს სურვილი, რომ ხანძრის შედეგად განადგურებულ ტყის ფართობზე „ბიორაგი“ დამუშავებული ნერგები დარგონ.

მეცნიერები ასკვნიან, რომ ეს პრეპარატი სამკურნალო თვისებებითაც გამოირჩევა. იგი ხელს უწყობს სიცოცხლის გახანგრძლივებას და ხელს უშლის დაბერების პროცესს. ეს კონცეფცია საფუძვლად დაედო სამედიცინო პრეპარატების შექმნასაც. დღეისთვის მათ „ვიტარაგის“ და „რამერის“ სახელით იცნობენ, უკვე გაიარეს აპრობაცია და წარმატებით გამოყენება სამედიცინო პრაქტიკაში.

„ვიტარაგი“ ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალებაა გრიპის პროფილაქტიკისთვის, კურნავს პაროდონტოზს, წითელ ქარს, სოკოვან დაავადებებს... არსებობს მთელი რიგი სპეციალისტების დასკვნა, მაგალითად, აკადემიკოს სიმონ ხეჩინაშვილისა, რომ იგი წარმატებით შეიძლება გამოყენებულ იქნას რინიტების სამკურნალოდ. რაც შეეხება „რამერს“, ის ხელს უწყობს ღვიძლის დაავადებების, მაგალითად, C ჰეპატიტის შედეგიან მკურნალობას.

ჩეხეთში, პრადის ქიმიურ ქარხანაში დაიწყო ეკოლოგიურად სუფთა გამრეცხი საშუალების „პერსანის“ გამოშვება, რომელიც შექმნილია რამაზ გახოკიდის თანაავტორობით ჩეხ მეცნიერებთან ერთად.

ერთ საგაზეთო წერილში ბატონი რამაზის მეცნიერულ მიღწევებზე ამომწურავად საუბარი შეუძლებელია, მაგრამ გვერდს ვერ ავუვლით სტუდენტების დამოკიდებულებას მისი ლექციებისადმი. მაღალმოდულირულ ნაერთთა ქიმიის მიმართულების მაგისტრანტმა მიხეილ დოროშენკომ ჩვენთან საუბარში განაცხადა, რომ რამაზ გახოკიდის ლექციებს სტუდენტები არასოდეს აცდენენ, რადგან აქ მართო ქიმიაზე კი არა, ქიმიის, როგორც მეცნიერების, მსოფლიო კულტურასთან და ფილოსოფიასთან მიმართებაზეც საუბრობენ.

... და ღიდი მუსიკოსი მეცნიერთა შორის

მუსიკა ის სფეროა, რომელიც ბატონი რამაზ გახოკიდისთვის მეცნიერებისგან განყენებულად არ არსებობს. მისთვის ქიმიური ფორმულების სიმფონია ცალკე ფენომენია და ეს არ არის უბრალოდ ნათქვამი ფრაზა – წლების წინ მან ცილების „მუსიკალური“ გაშიფვრა შეძლო.

ვერ გეტყვით, რომ ზუსტად მივხვდით, რა პრინციპით მოახერხა ამინომჟავათა შეფარდება მუსიკალურ ნოტებთან, მაგრამ როგორც თავად აგვიხსნა, თითოეულ ამინომჟავას ნოტი შეესაბამება და ცილების ტრანსკრიფციის მუსიკალურ ენაზე გადატანა შეიძლება. გაშიფვრის შემდეგ ორგანიზმის ცილები შეიძლება აჟღერდეს, ვთქვათ, როგორც ბახის ფუგა. „მაშინ არ დამიჯერეს და წლების შემდეგ ამერიკის შეერთებულ შტატებში უკვე საუკუნის სენსაციად მოინათლა „მუსიკალური“ კოდის გაშიფვრის პრინციპი, რომელიც მე დიდი ხნის წინ აღმოვაჩინე“, – ამბობს ბატონი რამაზი და გაცხადებს კიდევ უფრო კონკრეტულად გვიხსნის, რომ ყველა ადამიანს თავისი მუსიკალური კოდი აქვს და რომ კომპიუტერის მეშვეობით მისი გაშიფვრა შეიძლება: „ამ პრინციპით წინასწარ ისაზღვრება, რა დაავადებისადმი აქვს ადამიანის მიდრეკილება. მედიცინა ამ დიაგნოსტიკურ საშუალებას ჯერ კიდევ ვერ ფლობს, მე კი ამას სცენარში, ანუ პარტიტურაში ვკითხულობ და ესაა ადრეული დიაგნოსტიკა. ამავე მეთოდით შეიძლება განისაზღვროს ადამიანის ფსიქოტიპიც. თუ, მაგალითად, თქვენი ცილა ჟღერს, როგორც „ჩაკრულო“, ხოლო პარტნიორისა, როგორც ძძიმე როკი, შეუთავსებელი ხართ-.

ადვილი არ იქნებოდა ამის დაჯერება, მაგრამ როდესაც რამაზ გახოკიდის მუსიკალურ პორტრეტსაც გაეცნობი, იძულებული ხარ, ირწმუნო. იგი გახლავთ 100-ზე მეტი ვოკალური, საგუნდო, ინსტრუმენტული და სიმფონიური ნაწარმოების ავტორი. მის სიმღერებს ასრულებდნენ ნანი ბრეგვაძე, ეკა მამალაძე, მედეა ძიძიგური... მას შექმნილი აქვს უნივერსიტეტის ჰიმნი, რომელიც თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის 50 წლისთავს მიუძღვნა და იმ კონკურსში გაიმარჯვა, რომელშიც თავად რევაზ ლალიძემ მხოლოდ მეორე ადგილი დაიკავა. დღეს ეს ჰიმნი უცხოეთის უნივერსიტეტებშიც ჟღერს.

რამაზ გახოკიდის შექმნილია, ასევე, მეცნიერული კულტურის საერთაშორისო ცენტრის ჰიმნი, რომლისთვისაც ტექსტი დაწერა ფრანგმა მიკრობიოლოგმა, შიდსის აღმომჩენმა გი დე თემ. გახოკიდის მუსიკა, როგორც საკონცერტო პროგრამები და კომპაქტ-დისკები მეთყველებენ, მსოფლიოს საკონცერტო დარბაზებში ბეთჰოვენის, ბახის, მოცარტის, ჩაიკოვსკის და სხვა კლასიკოსების გვერდით ჟღერს. ცალკე აღნიშვნის ღირსია ის ფაქტი, რომ რამაზ გახოკიდის ნაწარმოებები შეტანილია მსოფლიოში აღიარებული სიმებიანი კვარტეტის „ალექსანდრეს“ 21-ე საუკუნის პროგრამაში. სხვათა შორის, ეს კვარტეტი 2000 წელს სტუმრობდა თბილისს და მისი კონცერტის წამყვანი თავად მიხეილ სააკაშვილი გახლდათ.

ბატონ რამაზს ახალი გეგმები და მიზნები აქვს. ეს მიზნები კი ერთნაირადაა დაკავშირებული როგორც ქიმიასთან, ასევე, მუსიკასთან.

* * *

დაბოლოს...

მეოთხედიც ვერ ვთქვით... მაგრამ როცა ერთ ადამიანში მეცნიერებისა და ხელოვნების ამგვარ სინთეზზე საუბრობ, ალბათ, აღარ უნდა დასვა კითხვა: „საჭიროა თუ არა კოსმოსში იასამნის რტო?“

მაია ტორაძე

30 დეკემბერი, 2009 წელი, #15 (2096)

დანართი N4**რეზო ჟეიშვილი - 80****მწერალი საფიროს სტილით**

„ოხიგინაღუხი ის მწეხადი ხოღია, სხვა მწეხედებს ხომ ახ ჰგავს, ახამედ ის, ვის მიბაძვასაც ვეჩავინ ახეხებებს“.

შაგობხიანი

1973 წელს იტალიელმა რეჟისორმა ფედერიკო ფელინიმ „ამარკორდი“ გადაიღო. ფილმისთვის სცენარი იტალიელმა მწერალმა ტონინო გუერამ დაწერა. მას შემდეგ საზოგადოებაში ხშირად კამათობდნენ, „ამარკორდში“ გუერა „მეტი იყო“ თუ ფელინი? სცენარის ავტორმა კამათს წერტილი დაუსვა, როდესაც განაცხადა, რომ „ამარკორდს“ გუერა ფურცელზე, ფელინი კი ეკრანის ტილოზე წერდაო.

ათი წლის შემდეგ რეზო ჟეიშვილმა „ცისფერი მთების“ მიხედვით შექმნა სცენარი ამავე სახელწოდების ფილმისთვის, რომელიც ელდარ შენგელაიამ გადაიღო. „ამარკორდის“ მსგავსად „ცისფერი მთები“ კლასიკურ შედევრად იქცა. მარტივი მიზეზის გამო – ავტორებმა (მწერალმა და რეჟისორმა) კარგად ნაცნობი გარემო ორიგინალური ხერხით წარმოგვიდგინეს: ჩვეული ახლებურად შეფუთეს, ახალი კი ყოფით ფერებში დახატეს. გარდა ამისა, ერთმა – ფურცელს, მეორემ კი – ეკრანს თავისი უნიკალური ხელწერა დაატყო – საბოლოოდ კი ქრესტომათიული ეპიზოდებით გაჯერებული ნაწარმოები მივიღეთ.

გავლილი წლების მიუხედავად, „ცისფერი მთები“ ხშირად გვახსენებს თავს (სხვათა შორის, „ამარკორდის“ დაუვინყარია პირდაპირი თუ გადატანითი მნიშვნელობით – ერთ-ერთ იტალიურ დიალექტზე ნიშნავს – „მე მახსოვს“). ჩვენი ყოფის აუტანელი ირონია საშუალებას არ გვაძლევს, „ცისფერ მთებში“ დასმული პრობლემები უგულებელვყოთ. კვლავ ამოვიცნობთ საკუთარ თავს პერსონაჟების ზერელე საუბარსა თუ ქაოტურ საქციელში, მიუხედავად იმისა, რომ ნანგრევების ქვეშ მოყოლის საფრთხე მუდამ თან დაგვდევს, უარს ვერ ვამბობთ ძვალსა და რბილში გამჯდარ ნაკლსა თუ ცდუნებებზე. „გაიტანეთ, გაიტანეთ გრენლანდია!!!“ – რამდენი ძახილის ნიშანიც არ უნდა დავსვათ, რაგინდ ხმამაღლა არ უნდა ვიყვიროთ, „ცისფერი მთები“ დღემდე რელევანტურია.

შესაძლოა, მწერლის შემოქმედებაზე საუბარს მისი ნაწარმოებების მიხედვით გადაღებული ფილმებით არ უნდა ვიწყებდე, მაგრამ ბატონი რეზოს მოთხრობები, რომანები და ფილმები განუყოფელია, მათი ერთიანობა კი ყველასგან გამორჩეულ, ორიგინალურ, ძნელად მისაბად – საფირმო სტილს განაპირობებს.

1961-1992 წლებში რეზო ქეიშვილი კინოსტუდია „ქართულ ფილმში“ რედაქტორად, სასცენარო კოლეგიისა თუ შემოქმედებითი გაერთიანების წევრად, ასევე ერთ-ერთ ხელმძღვანელად მუშაობდა. ამ ხნის განმავლობაში მან არაერთი სრული თუ მოკლემეტრაჟიანი მხატვრული ფილმის სცენარი დაწერა, მათ შორის: „ექსპრეს-ინფორმაცია“, „ყვარყვარე“, „ჩემი მეგობარი ნოდარი“, „სამანიშვილის დედინაცვალი“, „ბზიანეთი“, „ზღვის მგელი“, „ავტოპორტრეტი“, „ფედია“, „გამოაღეთ ფანჯრები“, „გათენების წინ“, „ჭიდაობას რა უნდა“ და სხვ. თუმცა „ცისფერ მთებზე“ მუშაობა განსაკუთრებულად დაამახსოვრდა:

– სცენარი, როგორც მიღებული იყო, მოსკოვში დამტკიცდა. „რწყილი და ჭიანჭველას“ სცენარი რომ გაგეგზავნა, იმასაც უპოვიდნენ მიზეზს და შეასწორებდნენ. ასე რომ, მსგავსი დაბრკოლებების გადალახვა ჩვენთვის დიდ სიახლეს არ წარმოადგენდა. მსახიობების შერჩევის პროცესშიც აქტიურად ვიყავი ჩაბმული, ეს საქმე თანამდებობრივადაც მევალებოდა და მორალურადაც. სხვათა შორის, ზოგიერთ რეჟისორს არ სიამოვნებს, როდესაც სცენარის ავტორი გადაღებებს ესწრება, ელდარ შენგელაია კი ამ მხრივ განსაკუთრებული თვისებებით გამოირჩევა, ავტორთან თანამშრომლობა შეუძლია და გამოსდის კიდევ, რასაც დიდად ვაფასებ.

გადასაღებ მოედანზე იმპროვიზებულ გარემოში უხდებოდათ მუშაობა, ბატონი რეზო თურმე დეკორაციების უკან, ექსპრომტად წერდა ხოლმე დიალოგებს. სწორედ იმ დიალოგებსა

და ფრთიან ფრაზებად ქვეულ გამოთქმებს, ლამის რომ გაგვიზვიანებია და ყოველდღიურ საუბარშიც ხშირად ვიყენებთ:

„გივი, ჩვენ ვართ, გივი!“, „როდიდან როდემდე აქვს დალოდების საათები?“, „ყუფარაძეს რომ არ დაერეკა, მაგრამ დარეკა და...“, „თუ იცით, იგავ-არაკებს მიიღებს? არა, მაგრამ უარს არ გეტყვით!“, „ბოდიში, თქვენზე მითხრეს, ლიფტში გაიჭედაო და მართალია?“, „დაანებეთ ჩემს ცოლს თავი!“, „გამაგებინეთ, მე აქ ვარ თუ იქ?“, „მომკლავს ეს ორი სათაური!“...

* * *

ამბობენ, ზოგჯერ ქვეყნის ისტორიაში ისეთი დრო დგება, პათოსით დანგრეული სწორედ სატირამ უნდა აღადგინოს, გადამწყვეტი როლი კი ამ საქმეში მწერლებმა და რეჟისორებმა შეასრულონო. ამ მხრივ რეზო ქვიშვილი მართლაც გამორჩეულია – შემოქმედებითი ცხოვრება სწორედ ადამიანების ნაკლოვანებათა მხილებას შეაღია.

დღეს ბატონი რეზო ჩემი რესპონდენტია. იგი მშვიდად, აუჩქარებლად საუბრობს. როდესაც ხუმრობს, დანაშაულზე წასწრებული ბავშვივით ენთება თვალები. დიქტოფონის პარალელურად, ხელითაც შემოძლია ჩავინიშნო პასუხები. სიმართლე გითხრათ, დიქტოფონისკენ გახედვა, შემონმება, უხერხულობასაც მიქმნის – სრულიად განსხვავებულ განზომილებაში გადავინაცვლე. თქვენდა სამწუხაროდ, უნდა გაგაფრთხილოთ, რომ შეხვედრის მხოლოდ მცირედი ნაწილის გადმოცემას შევძლებ, ვინაიდან ჩვეულებრივი სიტყვები, ერთი წერილი, თუნდაც ჟანრობრივად მრავალფეროვანი, საკმარისი არ იქნება. რეალობის ილუზია რომ შევქმნა, მე 3D ტექნოლოგიები, თქვენ კი – ბინოკულარული მხედველობა დაგჭირდებათ. თუმცა არ დაფრთხეთ, სრულყოფილი სურათის წარმოსადგენად რეზო ქვიშვილის წიგნების წაკითხვა და ფილმების ნახვა დაგეხმარებათ, ზოგს თავიდან, ზოგს ხელმეორედ ან ვინ მოთვლის, მერამდენედ.

საუბარს ქუთაისის ვაჟთა მერვე საშუალო სკოლის გახსენებით ვიწყებთ:

– დღესაც არ ვიცი, რატომ მოვხვდი მაგ სკოლაში, სახლიდან შორს იყო და დიდ მანძილს გავდიოდი ფეხით. სკოლის ეზოდან რიონამდე კიბე ჩადიოდა, ცელქი ვიყავი, გაკვეთილებიდან ხშირად ვიპარებოდი საბანაოდ, რა თქმა უნდა, ბიჭებთან ერთად, ქალის მდინარეში ბანაობა მიუღებელი საქციელი იყო. ისიც მახსოვს, საკლასო ოთახის ფანჯრებიდან რომ ვუყურებდით,

ალპინისტივით როგორ ავიდა ერთი კაცი ეკლესიის გუმბათზე და ჯვარი გადახერხა. ეს ის დრო იყო, ეკლესიები სანყოფემად რომ ჰქონდათ ქვეული, მოქმედ ტაძრებში კი სიარული იკრძალებოდა. ახლა ყველაფერი შეიცვალა, ჩემს ყოფილ სკოლაში ეპისკოპოსის რეზიდენციაა განთავსებული. ბაგრატის ტაძარში წირვა-ლოცვა აღდგა, რაც ძალიან მახარებს და ტურისტიკით ავა თუ ლიფტით დასათვალიერებლად, ეს მეორეხარისხოვანია. მომწონს ჩვენს ხალხს პატრიარქის პატივისცემა და რიდი რომ აქვს. პატრიარქი ბავშვებს რომ ნათლავს და ქართველები მრავლდებიან, ეს საქმეც ძალიან მაიმედებს.

ვაჟთა მერვე სკოლა ებრაელების უბანში მდებარეობდა, სკოლის მახლობლად ორი სინაგოგა ახლაც დგას, თუმცა, დღესდღეისობით, აკლდამებივით გამოციებულია. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ ბევრმა ებრაელმა დატოვა ქუთაისი.

– ებრაელების წასვლით დიდი დანაკლისი განიცადა ჩვენმა ქალაქმა, მათ თავისებური კოლორიტი შემოჰქონდათ, იუმორით გამოირჩეოდნენ, ტრადიციებიც საინტერესო ჰქონდათ. მახსოვს, დასაკლავი ქათმები ხახამთან მიჰყავდათ, სახლში არავითარ შემთხვევაში არ დაკლავდნენ, ცნობისმოყვარე ბავშვი ვიყავი და გადაღმიდან, უჩუმრად ვაკვირდებოდი, ხახამი თავს კი არ წააცლიდა ქათამს, ყელს გამოჭრიდა და სანამ ის სისხლისგან არ დაიცლებოდა, ხელს არ ახლებდა. საიდან მოდის ეს ტრადიცია, ღმერთმა იცის. ახლა ცოლის შერთვას აღარ იკითხავთ? წინასწარ დათქვამდნენ, ვინ ვისთვის უნდა შეერთოთ, განსაკუთრებული რიტუალები ჰქონდათ. ჩემს მოთხრობებში „ქარების დაბრუნება“, „მუსიკა ქარში“ და სხვა მოთხრობებში ებრაელების ადათ-წესზე არაერთხელ დამინერია.

1954 წელს რეზო ჭეიშვილი თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ფილოლოგიის ფაკულტეტზე ჩაირიცხა. სწორედ სტუდენტობის წლებში შედგა მისი ლიტერატურული დებიუტი:

– ტარიელ კვანჭილაშვილმა და ნოდარ ჩხეიძემ მოთხრობები მომიწონეს, ოთხი აარჩიეს და „პირველი სხივის“ რედაქტორს, ბესო ჟღენტს მიუტანეს, თან შეთანხმდნენ, ბესოს არაფერი ვუთხრათ, არ შევეუქოთ, თორემ არ დაბეჭდავსო; არც ვაძაგოთ, რომ არ გვისაყვედუროს, თუ არ ვარგოდა, რას მოგქონდათო. მოკლედ, უსიტყვოდ გადასცეს. იმედი ჰქონდათ, თუ ხმას არ ამოიღებდნენ, ორს მაინც დაბეჭდავდა. დილით, უნივერსიტეტში მოსულ რედაქტორს უთქვამს, ოთხივე გავა მომავალ ნომერშიო. რა თქმა უნდა, გაუკვირდათ, თუმცა უფრო მეტად გაუხარდათ.

სტუდენტობის დასასრული 60-იანი წლების დასაწყისს დაემთხვა. კარდინალური ცვლილებების, საინტერესო აღმოჩენების, მოდური ტრენდების, მოკლედ რომ ვთქვათ, კულტურულ-სოციალური რევოლუციის ხანა იდგა. სსრკ-ის საზღვრებში, მართალია, წელი ტემპითა და მცირე დოზით, მაგრამ მაინც აღწევდა სიახლე:

– აღწევდა ევროპიდან რუსეთში, მოსკოვიდან და პეტერბურგიდან საქართველოში. 60-იანები გარდატეხის წლები იყო, რომელთან შეგუებაც უფროს თაობას, ცოტა არ იყოს, გაუჭირდა, მათ ახალგაზრდების სითამამე და სილალე აღიზიანებდათ. მაგნიტოფონები გაჩნდა, ახლებური მუსიკა შემოვიდა, მერე თანდათან გზებიც გაიხსნა. სხვადასხვა დაჯგუფებები იქმნებოდა: იყვნენ „სტილიაგები“, ჩემო ბატონო, „სპორტსმენები“, „ლოთები“ თავისთავად... „ლიტერატორებიც“ ვიყავით.

1962 წელს რეზო ქვიშვილის სადებიუტო წიგნი „ბზიანეთი“ საქართველოს სსრ ბავშვთა და ახალგაზრდული ლიტერატურის სახელმწიფო გამომცემლობა „ნაკადულმა“ გამოსცა. მასში თერთმეტი მოთხრობა გაერთიანდა. წიგნის მხატვარი გრაფიკოსი და კინოს მხატვარი დიმიტრი ერისთავი იყო.

ბატონი რეზო წიგნების კარადიდან ფრთხილად იღებს „ბზიანეთს“ და გულდაწყვეტით აღნიშნავს, რომ ერთადერთი ეგზემპლარი დარჩა, ყდას დასცქერის და სიამაყით დასძენს, რომ დიმა ერისთავმა დახატა – დიახ, დახატა! 60-იანი წლების ქართული, ურბანული მხატვრობის უნიკალური ნიმუშია, ნამდვილი ბზიანეთია.

გსმენიათ ბზიანეთზე? მწერლის გამოგონილი ქუჩის სახელი ჟღერადობით ბზას გვაგონებს, წარმოსახვაში კი მზით გაჩახჩახებული ადგილი იხატება. სინამდვილეში რაზეა საუბარი? მოგახსენებთ, რომ საფირმო სტილი ამ შემთხვევაშიც დაცულია – ქვიშვილისეული მოთხრობა და სცენარი ჰარმონიულ ერთიანობას ქმნის:

„ბზიანეთი ქალაქის მთავარი ქუჩის ერთ-ერთ შესახვევს ჰქვია... მოკლე ქუჩა დასაწყისიდან ორასი ნაბიჯის შემდეგ თავდება... ამ ქუჩაში ავდარშიც სიმყუდროვეა... რადგან გზა ვიწროა, სახლები მაღალი და ქარი მის ნებისად ველარ დათარეშობს. ამ დროს ისევ ბზიანეთზე სიარული გერჩიოთ. კედელთან კი ძალიან ახლოს ნუ მიდგებით, თორემ სახურავის ღვარსადენის გახვრეტილი ღარიდან ჩამოვარდნილი წყლის წვეთი შეიძლება პირდაპირ საყელოში ჩაგივარდეთ“.

ერთი მოსმენით მარტივსა და სადა წინადადებებს მძაფრი ექსპრესია ახლავს, მხრებში თავის ჩარგვა გვინდება, თითქოს, წვიმის მძიმე წვეთმა კისერი აგვიწვა. ფილმი განცდება კიდევ უფრო მეტად ამძაფრებს, ავტორის სათქმელს რეჟისორ ლიანა ელიავას ვიზუალური ხერხები განაგრძობს და ასრულებს.

„ბზიანეთი“ 1968 წელს გადაღებული 20-წუთიანი მოკლემეტრაჟიანი მხატვრული ფილმია. ფილმში, ისევე, როგორც მოთხრობაში, კვირაში ორჯერ, დარსა თუ ავდარში, სხვადასხვა ასაკის მამაკაცები ბზიანეთის ქუჩაზე არსებულ კლუბში იკრიბებიან, ქართულ სიმღერებს მღერიან, გულში კი გუნდის ხელმძღვანელს შესტრფიან. მოთხრობის მიხედვით გუნდის ხელმძღვანელი „ტანადი, ლამაზი ქალი ჩაცმულია სადად, სამუშაოდ და ერთი შეხედვით, მაინც გამომწვევად... კოფთაშემონასკვულ მაღალ მკერდქვეშ იჯვარედინებს ხელებს და ფიქრობს“. ფილმში გუნდის ხელმძღვანელის როლს მსახიობი ლია ელიავა ასრულებს. მისი პარტნიორები იპოლიტე ხვიჩია, თენგიზ არჩვაძე, გივი ბერიკაშვილი, იოსებ ხაინდრავა და აბესალომ ლორია არიან. კომპოზიტორ სერგო ჟვანიას მუსიკალური გაფორმება ცალკე აღნიშვნის ღირსია.

1969 წელს, კიევში, „ბზიანეთმა“ აზერბაიჯანის, სომხეთის, საქართველოსა და უკრაინის ტელეფილმების X დათვალიერების დიპლომი დაიმსახურა რეჟისორული დებიუტისთვის, 1970 წელს, მოსკოვში – კინემატოგრაფისტთა საკავშირო სახელმწიფო ინსტიტუტის კინოფესტივალის პრიზი.

რადგან საუბარი ჯილდოებს შეეხო, აქვე შეგახსენებთ, რომ 1984 წელს „ცისფერ მთებს“ (სცენარისტს, დამდგმელ რეჟისორს, ოპერატორს) საბჭოთა კავშირის სახელმწიფო პრემია მიენიჭა, რომელსაც დღესდღეობით ბატონი რეზო „იმპერიის პრემიას“ უწოდებს. სიამაყით აღნიშნავს საქართველოს რესპუბლიკის უმაღლეს ჯილდოს, შოთა რუსთაველის სახელობის სახელმწიფო პრემიას. ყველაზე მეტად კი 2012 წელს ლიტერატურის განვითარებაში შეტანილი წვლილისთვის მიღებული „საბა“ გახარება. 2013 წლის ზაფხულში, საავტორო კინოს ბათუმის საერთაშორისო ფესტივალზე რეზო ქვიშვილი მსოფლიო კინემატოგრაფიაში შეტანილი წვლილისთვისაც დააჯილდოვეს.

ორიგინალურობით გამორჩეული ჯილდოა „ძელქვის ფოთოლი“, რომელიც ბატონ რეზოს ე. წ. „სიმონეთურ შეხვედრებზე“ გადასცეს. ორფურცლიანი სიგელი სადა და მინიატურულია. პირველ გვერდზე დავით კლდიაშვილის სიტყვები დაუბეჭდავთ: „სინამდვილე, მხოლოდ სინამდვილე, რომელსაც გადაუხრელად ვემსახურებოდი მთელი ჩემი მწერლობის განმავლობაში“. მეორე გვერდზე კი, ცალხაზიან რვეულს რომ მოგაგონებთ, ლამაზი კალიგრაფიით დაუნერიათ:

ცნობილ ქართველ მწერალს, ფილმის „სამანიშვილის დედინაცვალის“ სცენარის თანაავტორს, რეალიზმის პრინციპების ერთგულ შემოქმედს, რეზო ქვიშვილს”.

* * *

1987 წლიდან რეზო ქვიშვილი მშობლიურ ქუთაისს დაუბრუნდა და აღმანახ „განთიადს“ გამოსცემდა. მალე აღმანახი (სხვათა შორის, კრემლის ნებართვით) ჟურნალად გადაკეთდა. პარალელურად (1987-1992 წწ), რუსთაველის საზოგადოებას თავმჯდომარეობდა, დააარსა საზოგადოებრივ-პუბლიცისტური გაზეთი „მონამეთა“ და ჟურნალი „მწვანეყვავილა“. 1992 წელს, საქართველოს მწერალთა ყრილობაზე რეზო ქვიშვილი მწერალთა კავშირის მდივნად, თავმჯდომარის პირველ მოადგილედ აირჩიეს, 2000 წლიდან კი საქართველოს მწერალთა ფონდის თავმჯდომარედ დაინიშნა.

1997-98 წლებში ბატონი რეზო, როგორც დირექტორი და სამხატვრო ხელმძღვანელი, ლადო მესხიშვილის სახელობის ქუთაისის აკადემიურ თეატრს ედგა სათავეში, თუმცა ამ გადასახედიდან ფიქრობს, რომ თეატრის ხელმძღვანელობა მისი მოწოდება არასდროს ყოფილა:

– თეატრის მსახიობი, ცოტა არ იყოს, გამოუცნობია, დაუკმაყოფილებელია, ამბიციურიც. მიაჩნია, რომ მისი შრომა და ნიჭი სათანადოდ არ ფასდება, ყოველთვის მეტი უნდა. მალე წამოვვდი, იქ მუშაობა ჩემი მოწოდება არ ყოფილა.

სამაგიეროდ, როგორც მაყურებელს, ძალიან უყვარს თეატრი, რასაც გიორგი შავგულიძეზე საუბრის დროს ემოციურად ამჟღავნებს:

– მისი მონაწილეობით არცერთი დადგმა არ გამომიტოვებია მარჯანიშვილში თუ ქუთაისში, გასტროლებზე რომ ჩამოდიოდნენ. ბევრი ნაცნობი თუ მეგობარი ძალით წამიყვანია სპექტაკლზე და ახლა რომ იხსენებენ, მაღლიერები არიან. გიორგი შავგულიძე უნიჭიერესი მსახიობი იყო. კინოსტუდია „ქართულ ფილმში“ როცა ვმუშაობდი და მსახიობებს ვარჩევდით, ყველა რეჟისორი ერთსა და იმავეს გაიძახოდა, აი, ამ როლზე შავგულიძე იქნებოდა ზედგამოჭრილიო, ახლა გიორგი რომ ცოცხალი იყოს, მაგას დავამტკიცებდითო. ანუ ყველა როლს მოუხდებოდა. ტრაგიკულად დაიღუპა, პლენხანოვზე ტრამვაი დაეჯახა, მძლოლი იძახდა, ამაზე მეტი რა უნდა მომისაჯოთ, შავგულიძე მოვკალიო. წელს, თბილისობის დღესასწაულზე, საჯარო ბიბლიოთეკაში გიორგი შავგულიძის ხსოვნისადმი მიძღვნილ გამოფენაზე მიმინვიეს.

„კაცი, რომელიც დააკლდა ქალაქს“ – ასე ჰქვია გამოფენას.

„კაცი, რომელიც დააკლდა ქალაქს“ მიხეილ ქვლივიძის ლექსია, რომელიც მან სწორედ გიორგი შავგულიძეს მიუძღვნა: „რამდენი ჩვენგან წასული კაცის / ვერ გადავიხდით ვერასდროს ამავს... / მაგრამ ის ერთი სხვა იყო მაინც / კაცი, რომელიც დააკლდა ქალაქს“.

ბატონ რეზოს ხმა ებზარება. ცრემლს იწმენდს.

„მოგონებანი ფერმკრთალდება და ნაზდება დასასრულისკენ. დასასრულის შეგრძნება დასაწყისთან გაახლოებს უჩვეულოდ. დასაწყისი და დასასრული კი თანაბარი აჩქარებით მიისწრაფვიან ერთმანეთისკენ სიცოცხლის ერთ მონაკვეთში“ – ვიხსენებ ნაწყვეტს მისი მოთხრობიდან „მუსიკა ქარში“. წიგნების კარადას ვათვალიერებ, მოგონებებში წასულს არ ვაწუხებ.

მალე გვერდით მიდგება:

– ივანე ჯავახიშვილის ნაშრომების კითხვა მიყვარს, ეს კი „ქართული სამართლის ძეგლებია“, ისიდორე დოლიძის შვიდტომეული, ხშირად გადმოვიღებ ხოლმე, ვკითხულობ და ვათვალიერებ. საყვარელი წიგნები უცხოელი ავტორებისა „აივენჰო“ და „წითელი და შავია“, ჩემო ბატონო, ქართველებიდან კი დავით კლდიაშვილი და აკაკის „ჩემი თავგადასავალია“ ყველაზე ნაღდი.

აქ, თაროებზე, ბატონი რეზოს წიგნებზე მრავლადაა: მოთხრობების კრებულები, ნოველები თუ რომანები: „ვაიმე ჩემო ვენახო“, „ჩემი მეგობარი ნოდარი“, „რკინის სახკომი“, „დალი“, „ყაჩაღები“, „კუდიანი ვარსკვლავი“, „ნიფობისთვე“, „მესამე გზა“, „ცისფერი მთები“, სხვადასხვა დროს გამოცემული რჩეულები, ტომეულები, რომლებიც მრავალათასიანი ტირაჟით გამოდიოდა და მწირად, თუმცა მაინც, უცხო ენებზეც ითარგმნებოდა. ვფიქრობ, ამ მხრივ მეტი ყურადღება კულტურის სამინისტრომ და სხვა შესაბამისმა სამსახურებმა უნდა გამოიჩინონ, გაითვალისწინონ ჩემთვის უჩვეულო და თვალშისაცემი ფაქტი.

* * *

„ყველამ ვიცით, რომ ლიტერატურა ასაზრდოებს საზოგადოებას. ჩვენდა სამწუხაროდ, უნდა ვაღიაროთ, რომ ჩვენს ლიტერატურას დღე-და-დღე საზოგადოება აკლდება“, – როდესაც ილია ქავჭავაძე „ჩვენი ლიტერატურის დღევანდელ ყოფას“ აღწერდა, 1886 წელი იდგა. არ იყო ინტერნეტ-ტექნოლოგიები, სოციალური ქსელები, თუმცა, რა შორს წავედი, არც ტელევიზორი

ჰქონდათ. ანუ ყველაფერი, რასაც ჩვენ დღეს კითხვისადმი გულგრილობის მიზეზებად მივიჩნევთ, ფიზიკურად არ არსებობდა.

– არ გამოვსწორდით, ხასიათში გვიზის ზერეღეობა, სიზარმაცე, ზედაპირულობა, ვცდილობთ, იოლად, იუმორით და სიცილ-ხარხარით გავიდეთ ფონს, სერიოზულობა გვაკლია და ჩვენი ბავშვებიც, მომავალი თაობა ასეთ გარემოში იზრდება.

„ტყუილსა და მართალს ხალხი მშვენივრად ასხვავებს ერთმანეთისგან: ადამიანები ზოგჯერ დაუჯერებელს იჯერებენ, მთქმელს პირში ეთანხმებიან, გონებაში მაინც სხვას ფიქრობენ და თვალეში უნდობლობის სხივი უკრთით...“ ეს კვლავ „მუსიკა ქარშია“, ბატონი რეზოს ხელით, რემინგტონის საბეჭდ მანქანაზე აკრეფილი ერთ-ერთი მოთხრობა. მასში სევდა და გულისწყვეტა ერევა ერთმანეთს. რა გამოგვასწორებს? როდის ვისწავლით, როგორ და საით მივმართოთ შინაგანი ენერჯია? წლევანდელი ქართული ენისა და ლიტერატურის მეცხრე კლასის სახელმძღვანელოში ბატონი რეზოს მოთხრობა „ნობელი“ შეიტანეს. კიდევ ერთი რიგიანი მაგალითია ქართველი კაცის უთავბოლობისა:

ამბავი ავტორის გამოგონილ, ნაქერალას სამხრეთ-დასავლეთ კალთებზე გაშენებულ სოფელ ბუყნუთში ვითარდება. შესავალ ნაწილში ნობელის შესახებ გვიამბობს მწერალი – როგორ შესწირა მეცნიერმა მთელი ცხოვრება ასაფეთქებელი ნივთიერებების შესწავლას, უმდიდრეს ადამიანად იქცა, გარდაცვალების შემდეგ ანდერძი დატოვა, ფონდი დააარსა და ამრიგად მისი სახელი „სამუდამოდ დაუკავშირა ჰუმანიზმის, პროგრესის და მშვიდობის საქმეს“. მაგრამ რა მოუტანა დინამიტმა ბუყნუთს? საით მიმართეს ბუყნუთელებმა საკუთარი შესაძლებლობები? თითქოს „ლოკალურ, არაოფიციალურ ომებში იღებენ დღესაც მონაწილეობასო“, დაიარებიან „უხელთითოდ“, არ გეგონოთ, მალაროებში მიიღეს ტრავმები – მათი სისუსტე აფეთქებაა. „დინამიტს აფეთქებდნენ ნაძლევზე, პურ-მარილზე და ზოგჯერ სულ არაფრის გამოც“. მაგრამ „აფეთქებენო რომ ვამბობ, ამასაც დაზუსტება სჭირდება, კი არ აფეთქებენ, იფეთქებენ შორიახლოს და ზოგჯერ ფეხებშიც კი“. ახლომახლო ღელე-მდინარეში თევზი განწყვიტეს, ტყეში მაჩვის სახსენებელი, ახლა სხედან და ჩივიან, „გადასხვაფერდა ბუნებაო!“ კომიკური სიტუაციაა, ისეთივე კომიკური, როგორც ნობელის პრიზზე ნომინირებული პუტინი. ბატონი რეზოს აზრიც მაინტერესებს ამის თაობაზე, „ჰუმანიზმის, პროგრესის და მშვიდობის საქმეს“ დისკრედიტაციის საფრთხე ხომ არ ემუქრება?

– პუტინს თუ მისცეს, ჩეკისტს და „კაგებეს“ პოლკოვნიკს ნობელი, სამარცხვინო იქნება! დაუშვებელია! რას ჰქვია, პუტინს აძლევენ!

საუბრის დასაწყისში ნახსენები, მოსკოვში დასამტკიცებლად გაგზავნილი სცენარები, კრემლის ნებართვა ქართული ალმანახის ჟურნალად გადაკეთებაზე – წარსულის მტკივნეული საკითხები მოსვენებას არ მაძლევს, დღევანდელიობასთან პარალელს ვავლებ, ჩემი რესპონდენტიც აღელვებულია ნობელის პრიზთან დაკავშირებული უსამართლობის გამო. მოკლედ რომ ვთქვათ, საკმარისი მიზეზები გვაქვს „ლამის სტუმრების“ გასახსენებლად. ვიხსენებთ და ახლა მეტი სიმძაფრით ვგრძნობ ტკივილისა თუ წყენის შედეგად დაგროვილ გამოცდილებას, რეზო ქვიშვილის მოთხრობაში ვულკანურ ლავასავით რომ აღწევს ქალაქის ზედაპირზე:

„მსმელი რუსი კახპას ჰგავს, თუ მოასწრო გამოფხიზლება, ყველაფერი ისტორიას ჩაბარდება მეორედ მოსვლამდე. „კანაოშიც“ რომ იყოს გამოძინებული, სასმელის საყვედური არ დასცდება. გაისწორებს ჰალსტუხს, შეისხურებს (თუ გადარჩა) ოდეკალონს და ისე გამოცხადდება საზოგადოებაში, სიცოცხლეში არ დაელიოს რა თითქოს... პირიქითა ვართ ჩვენ: ზის სამსახურში ნაბახუსევი ქართველი, ოხრავს და თხრობს, სად დალია, ჯერ იქ მოვიკალი თავი, მერე იქ მოვთავდი, დავწყდით სმითო და სხვა... ჩვენი სმის წესი სხვანაირია, აკადემურ-რიტუალურია ერთგვარად, ცალკე შესწავლისა და გაანალიზების ღირსიც კია“.

– ჩვენი სუფრა და ქეიფი მართლაც მისაბაძია. რუსებმა ბევრი რამ გადაიღეს ჩვენგან. როგორ გამოუვიდათ, ეგ სხვა საკითხია. თუმცა ჩვენც ბევრი რამ დავივიწყეთ. მაგალითად, სასმელის დაძალება. ვინ მოთვლის, თამადობის დროს რამდენი ადამიანი დამიხრჩვია, ახლა ასეთი საქციელი მიუღებელია. ჰო და, სუფრამაც პენი დაკარგა. ჰქონდა მაგ საქმეს თავის ხიბლი, ბოლოს და ბოლოს, ჩვენ კი არ გამოვიგონეთ, ლიტერატურაშია დაძალების საწყისები, ვაჟასთან, „ჩხიკვთა ქორნილში“, წრუნუნას რომ აძალებენ, განა ცუდი ადგილია? ეს ტრადიცია ძველთაგანვე მოგვსდევდა. საუცხოო თამადა ყოფილა რაფიელ ერისთავი, დაძალების დიდოსტატი. პეტრე უმიკაშვილი ვერ სვამდა და ერთხელ რაფიელს უთქვამს, არ დააძალოთ მაგას, შეეშვით, მხოლოდ უღვაში აუნითო. შეხედეს და იმას უღვაშიც არა ჰქონდა, რას აუნევდნენ. კარგი თამადა იყო თემურ ჩირგაძე, „ცისფერ მთებში“ დირექტორის როლს რომ თამაშობს, სუფრას ხატავდა.

„ქართველს შეუძლია სახლი გაურემონტებელი დარჩეს, მარანი კი „უმაღლესად გამოაწყოს“. ესეც „ლამის სტუმრებიდან“ ამოკრეფილი მარგალიტია. მოთხრობა „ქართული ნოველა

(დიალოგი წითელ ფერში)“ კი ნამდვილი ენციკლოპედიაა: სრულყოფილი წარმოდგენა შეგექმნებათ დაძალების ფენომენზე, გაარკვევთ, ხის სასმისის ერთიანად დაღვევა სჯობს თუ „ჭიქებში გადასხმით“, ღვინოს ნელა სმა თუ „ყლურწვა“ უხდება, როგორ შეავსოთ ჭიქა, სადამდე დაუტოვოთ სატუჩე და მერე ჩატოვოთ თუ არა სასმელი სასმისში. „როცა გეუბნებიან, შენი წინაპრები სახელოვანი მსმელები იყვნენ, კი არ უნდა გაბრიყვდე, მაგრამ არც პირი შეკრა თავისმომჭრელად“. მამა-შვილის დიალოგს პრაქტიკული მაგალითებიც ახლავს: „მამაკაცი სანოლში ზევით ჩოჩდება, შარვლიან ხელს განზე წევს და შვილს აჩვენებს, როგორ უნდა მიიტანოს სასმისი პირთან“.

* * *

ტრადიციები დღესაც გრძელდება, მით უმეტეს, რომ ლიდერი კვლავ მშვენიერ ფორმაშია და კაპიტნის თანამდებობას დარბაისლურად უძღვება.

„კაპიტანი ზედა სადგურზე გვიბარებს!“ – ჩამოურეკავენ ხოლმე ბიჭები ერთმანეთს, შეიკრიბებიან და გზას დაადგებიან.

არ იფიქროთ, რომელიმე მოთხრობის ნაწყვეტს ან ფილმის პასაჟს გახსენებდეთ, ამჯერად ნამდვილ ამბავს გიამბობთ: კაპიტანი რეზო ჭეიშვილი გახლავთ, როგორც თავად ამბობს, „პარახოდირო პარახოდია, იმასაც სჭირდება კაპიტანი“ და „ტყის საძმოს“ ხომ არ დატოვებდნენ კაპიტნის გარეშე? „ტყის საძმო“ კი უკვე თხუთმეტი წელია, არსებობს და მასში ბატონი რეზოს მეგობრები გაერთიანებულან. კოდექსიც შეუქმნიათ – „ტყის კოდექსი“, რომლის მიხედვითაც კაპიტნის ბრძანება კანონია. „ტყის საძმოს“ მოსამართლედ შალვა კვარაცხელია დაუნიშნავთ.

– თხუთმეტი წლის წინ, იანვრის დასაწყისში, ტყეში გავისეირნეთ. ისეთი კარგი დარი იდგა, ჩრდილს ვეძებდით. მაშინ დავთქვით, ყოველი იანვრის მეორე შაბათ დღეს, როგორი ამინდიც არ უნდა იყოს, ტყეში გავიდეთ, ყოველგვარი კომფორტის გარეშე და ვიპურმარილოთ. დათქმულს პირნათლად ვასრულებთ, ნელს მეთხუთმეტედ შევიკრიბებით. ცეცხლს დავანთებთ და გათენებამდე ვიქეიფებთ. ამ ღონისძიებას მოკლედ „პურტყე“ ქვია, ანუ პურის ქამა ტყეში. „პურტყე“, როგორც წესი, თავგადასავლების გარეშე არ ჩაივლის, ერთხელ დავიკარგეთ კიდეც, გზა აგვებნა და ტყის მცველმა გადაგვარჩინა. იმდენი ვიხეტიალეთ, ჩემმა მეგობარმა, თორნიკე ერისთავმა, ფეხსაცმელები დაკარგა, ვამხნევებდი, ექსტრემალურ პირობებში არაფერი მოგივა, არ იდარდო-მეთქი და ასეც მოხდა, არ გაცივდა, გადარჩა. ერთხელ დილაადრიან, მონადირეები გადაგვეყარნენ და დავაფრთხეთ. გაკვირვებულები გარბოდნენ.

საფირმო სტილი დაცულია – ცხოვრება მოთხრობებსა და ფილმებს ჰგავს, ზღვარი გამქრალა. ანეკდოტური სიტუაციები, გაშარჟებული გმირები საახალწლო მაშხალებივით იელვებენ ჩვენ თვალწინ. გვარ-სახელების წაკითხვაც კმარა, ისტერიკული სიცილი რომ აგიტყდეს: გრიშა ნემსაძე („ლუკა პაჩოლის ცხოვრების უკანასკნელი წლები“), დომენტი მელქაძე, ვარდენ კუჭუხიძე („ნობელი“), კომპოზიტორი ჩირიბერიძე, „მინების განაწილებაში“ კი გვარ-სახელების სრული აპოთეოზია.

პერსონაჟების გაღერეა წარმოუდგენლად მრავალფეროვანია: სამთოელ თალიკოს კრაოტზე დაცემას პოლზე დაცემა ურჩევნია და ამის თაობაზე უტყუარი არგუმენტები აქვს, ახალგაზრდა ლიტერატორი თვლის, რომ ცხოვრება გლეჯაა, შეუპოვარი გემის კაპიტანი ალექსანდრე მერცხლების დიდი ქომაგია, თუმცა, საბოლოოდ, ყველას ერთი კითხვა აერთიანებს:

„–რა ვართ ადამიანები?“

– არაფერი, ბატონო, რავა გეკადრებათ!“

პასუხი მარტივია.

* * *

წამოსვლის წინ სურათებს ვარჩევთ. დახარისხებულია: ზოგიერთი ეპოქალურია, ზოგიც გულიანად გაგაცინებს, სევდასაც მოგგვრის, საუკეთესოები კი მეუღლის, მარინა ვერულაშვილის გადაღებულია. თავადაც ამაყია, მოსწონს, მოფერებით არჩევს და უყვარს. მთავარი ხომ მას დაუნახავს და აღუბეჭდავს.

ჩვენ კი პრაქტიკულ საქმეებზე ვინყებთ ფიქრს: დავასკანერებთ, დაზიპულებს ინტერნეტმისამართზე ავტვირთავთ, ფოტოშოპში დავამუშავებთ. 60-70-80-90-10-იანების – მთელი ეპოქის სათქმელს ერთ ფოტოსურათში მოვაქცევთ. არჩევა გაძნელდება.

ბატონი რეზო მაგიდასთან ზის, ქარვის კრიალოსანს ისვამს ქუთუთოებზე, მეხმარებაო, მეუბნება – ალბათ, უკეთ დანახვაში – საყვარელი ადამიანის სახსოვარია, დაეხმარება.

ვემზვიდობები და ვფიქრობ, რომ აღარ დავინუნებ ჟურნალისტის პროფესიას, ვინაიდან სწორედ ასეთი წუთებისთვის ღირს ჟურნალისტობა, როდესაც ვერასოდეს გაიმეტებ რესპონდენტის ხმის ჩანაწერს წასაშლელად და მომავალში მეტი პასუხისმგებლობით გამოიყენებ სიტყვებს: „მწერალი“, „პროზაიკოსი“, „ხელოვანი“.

P.S. „ამარკორდი“ სხვაგვარადაც შეგვიძლია, ვთარგმნოთ (რადგან მასში სამი იტალიური სიტყვის ფუძეა გაერთიანებული: მწარე, სიყვარული და ძაფი) – „მწარე სიყვარულის ძაფები, ავტორს წარსულთან რომ აკავშირებს“. რეზო ჭეიშვილის ნაწარმოებები, აკაკისა და დავით კლდიაშვილის ნაწარმოებების მსგავსად, სიყვარულის ძაფებით იმერეთთან გვაკავშირებს, გვაკავშირებს სამუდამოდ, ვინაიდან მათ მაგიური ძალა აქვთ – მკითხველს სამუდამოდ ამახსოვრებენ თავს.

ავტორი: მაკა ლდოკონენი

© “არილი”

04.12.2013

დანართი N5

გარეთ ატლასი, შიგნით ათასი

ფიზიკოსები “ნაწილაკების რეკოლუციას” ამზადებენ

მაია ტორაძე

თუ გამოიცნობთ, რა შეიძლება იყოს „უცნაური“, „მომხიბლავი“ და „მშვენიერი“? მკითხველთა დიდი ნაწილი, ალბათ, გონების თვალს ქალბატონებს მიაპყრობს და ლოგიკურადაც, მაგრამ ამ შემთხვევაში მის განცვიფრებას შევძლებთ, რადგან ვეტყვით, რომ ასე ჰქვია დღეისათვის ცნობილი ელემენტარული ნაწილაკების - კვარკების სახეობებს, რომლებისგანაც აგებულია ყველაფერი ჩვენ გარშემო, ატომებიდან დაწყებული და გალაქტიკებით დამთავრებული. სწორედ მათი ბუნების და სამყაროში მოქმედი ძალების კვლევა გახლავთ ნაწილაკების ფიზიკის მიზანი, რომლის მიღწევის შემდეგ დაბუსტდება ჩვენი წარმოდგენები ბუნებაში არსებული უმარტივესი წარმონაქმნების, სამყაროს წარმოშობისა და განვითარების, მისი აღნაგობის შესახებ.

1964 წელს ორმა ამერიკელმა ფიზიკოსმა მიურეი გელ-მანმა და ჯორჯ ცვეიგმა ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად გამოთქვეს იდეა, რომ პროტონები, ნეიტრონები და იმ დროისათვის აღმოჩენილი ახალი ნაწილაკები – მეზონები შედგებიან რამდენიმე ტიპის უფრო მცირე ობიექტისაგან (ნაწილაკებისაგან). გელ-მანმა მათ კვარკები უწოდა, რომელთა არსებობა დაადასტურეს 30 წლის განმავლობაში ჩატარებულმა ექსპერიმენტებმა.

ნაწილაკები ძალიან მცირე ზომის არიან, ამიტომ მათი თვისებების შესასწავლად მეცნიერებს სჭირდებათ ამაჩქარებლები – სპეციალური ინსტრუმენტები ანუ უზარმაზარი მანქანები, რომელთაც შეუძლიათ ნაწილაკების აჩქარება ძალიან მაღალ ენერგიებამდე და სადაც ხდება მათი თვისებების დადგენა.

ევროპის ბირთვული კვლევების ცენტრში (CERN - ცერნი, ქ. ჟენევა, შვეიცარია) ამჟამად მიმდინარეობს დიდი ადრონული ამაჩქარებლის (კოლაიდერის – LHC) მშენებლობა. კაცობრიობის ისტორიაში იგი ყველაზე მძლავრი ამაჩქარებელი იქნება, რომელშიც მოხდება ურთიერთსაწინააღმდეგო მიმართულებით მოძრავი პროტონების ორი ნაკადის აჩქარება 7 TeV ენერგიებამდე (სხვათა შორის, CERN-ში შეიქმნა ინტერნეტიც – World Wide Web (WWW) – „მსოფლიო ობობის ქსელი“, რომლის გარეშეც დღეს წარმოუდგენელია ნებისმიერ სფეროში საქმიანობა. თავდაპირველად კი მისი დანიშნულება იყო სხვადასხვა უნივერსიტეტსა და ინსტიტუტში მომუშავე ფიზიკოსებს შორის ინფორმაციის გაცვლის დაჩქარება).

კოლაიდერის ამაჩქარებელი რგოლის პარამეტრებია: რადიუსი 4.3 კმ, სიგრძე 27 კმ და მდებარეობს ორი ქვეყნის, შვეიცარიის და საფრანგეთის ტერიტორიაზე. მისი საშუალებით ელემენტარული ნაწილაკების ფიზიკაში ახალი ეტაპი დაიწყება. ამ ამაჩქარებელს გაცილებით უფრო მაღალი ურთიერთქმედების ენერგია და ნათება ექნება სხვა არსებულ მოქმედ ამაჩქარებლებთან შედარებით.

ქართველი ფიზიკოსები 1994 წლიდან მონაწილეობენ ექსპერიმენტ ATLAS-ში. ის არის ერთ-ერთი იმ 5 ძირითადი პროექტიდან (ALICE, ATLAS, CMS, LHCb, TOTEM), რომელთა განხორციელებაც დაგეგმილია დიდ ადრონულ კოლაიდერზე. ATLAS-ი არის ერთ-ერთი უდიდესი თანამშრომლობა ფიზიკის დარგში დღემდე არსებულ თანამშრომლობათა შორის. მასში მონაწილეობს 1800 ფიზიკოსი 34 ქვეყნის 150-ზე მეტი უნივერსიტეტიდან და ლაბორატორიიდან.

მსოფლიო სამეცნიერო საზოგადოება დიდი ინტერესით და გულისყურით ელოდება ექსპერიმენტის დაწყებას, რადგან ამ ექსპერიმენტის ფარგლებში, XXI საუკუნის პირველ მეოთხედში მნიშვნელოვანი აღმოჩენებია მოსალოდნელი. ექსპერიმენტის მნიშვნელობა

უტოლდება კოსმოსურ კვლევებს.

ATLAS-ის დანადგარის აწყობა მის მუდმივ სამყოფელში – 100 მეტრის სიღრმეზე მდებარე შახტში მიმდინარეობს. დეტექტორის სიგრძე 42 მეტრია, რადიუსი 11 მეტრი და დაახლოებით 7000 ტონას იწონის. E დანადგარ ATLAS-ის გაშვების ოფიციალურ თარიღად დადგენილია 2008 წლის დასასრული.

ATLAS-ის ექსპერიმენტში თანამშრომლობის (კოლაბორაციის) წევრის სტატუსით მონაწილეობს გაერთიანებული ქართული ჯგუფი თბილისიდან. ჯგუფი აერთიანებს ორ ინსტიტუტს – ე. ანდრონიკაშვილის სახ. ფიზიკის ინსტიტუტს (მონაწილეები - ლ. ჩიქოვანი, ა. ღონღაძე, ი. მანჯავიძე, ნ. შუბითიძე, ე. ცხადაძე, ვ. ნულაია) და თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მაღალი ენერგიების ფიზიკის და ინფორმატიზაციის ინსტიტუტს (მონაწილეები – გ. არაბიძე, ნ. გრიგალაშვილი, ი. მინაშვილი, მ. მოსიძე, ზ. სალუქვაძე, გ. ხორიაული, ჯ. ხუბუა, გ. ღლონტი, თ. ჯობავა).

ჯგუფს 1994 წლიდან დღემდე ხელმძღვანელობს პროფ. ჯემალ ხუბუა, რომელიც პარალელურად არის საქართველოს სრულუფლებიანი წარმომადგენლის მოადგილე ქ. დუბნის ბირთვული კვლევების გაერთიანებულ ინსტიტუტში. იგი ამჟამად იმყოფება ხანგრძლივ მივლინებაში ქ. დუბნის ბირთვული კვლევების გაერთიანებულ ინსტიტუტში ბირთვული პრობლემების ლაბორატორიაში და არის ამ ლაბორატორიის მრავალნაწილაკოვანი ადრონული პროცესების სამეცნიერო-ექსპერიმენტული განყოფილების უფროსი.

ამ განყოფილებაში პროფ. ჯემალ ხუბუას ხელმძღვანელობით და ქართველი ფიზიკოსების მონაწილეობით (ი. მინაშვილი, ზ. სალუქვაძე – თსუ მეფიიდან, გ. არაბიძე, გ. ყორიაული – თსუ ფიზიკის ფაკულტეტიდან) შეიქმნა დანადგარ ATLAS-ის ადრონული ტაილ კალორიმეტრის ცენტრალური ნაწილი (კასრი), რომლის სიგრძე 6 მეტრია, წონა 1350 ტონა, შიგა რადიუსია 2.28 მ. და გარე რადიუსი კი 4.25 მ. კასრის აწყობა წარმოადგენს უნიკალურ პროცესს მაღალი ენერგიების ფიზიკის პრაქტიკაში.

10 ნოემბერს ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში გაიმართა ზუსტ და საბუნებისმეტყველო მეცნიერებათა ფაკულტეტის სამეცნიერო სემინარი (ხელმძღვანელი, ფაკულტეტის დეკანი, ასოცირებული პროფესორი რამაზ ბოჭორიშვილი). ამ სემინარზე პროფესორმა ჯემალ ხუბუამ წაიკითხა მოხსენება ადრონული კოლაიდერის მშენებლობის, ATLAS-ის ექსპერიმენტში გაერთიანებული ქართული ჯგუფის მონაწილეობისა და შეტანილი წვლილის შესახებ.

ჯემალ ხუბუა: ფუნდამენტური მეცნიერების მიღწევები განსაზღვრავს თანამედროვე ცივილიზაციის დონეს. ისეთ დარგებს, როგორცაა ელემენტარული ნაწილაკების ფიზიკა, ბირთვული ფიზიკის სხვადასხვა სფერო, ასტრონომია და კოსმოლოგია, კოლოსალური მნიშვნელობა გააჩნია ბუნების შემეცნებაში. ცნობილმა ამერიკელმა ფიზიკოს-თეორეტიკოსმა რიჩარდ ფეინმანმა ერთხელ თქვა, რომ მაქსველის განტოლებებს კაცობრიობის ისტორიისთვის უფრო მეტი მნიშვნელობა აქვთ, ვიდრე საფრანგეთის რევოლუციას. თუ დააკვირდებით, მართლაც, ამ განტოლებების გარეშე არ იქნებოდა არც ელექტრონიკა და არც ცივილიზაცია, ანუ არც დღევანდელი კომფორტი და ცხოვრების პირობები.

ფუნდამენტური კვლევები გავლენას ახდენს მეცნიერების მომიჯნავე სფეროებსა და ტექნიკაზეც. მაგალითად, პირველი ელექტრონულ-გამომთვლელი მანქანები შეიქმნა იმისათვის, რომ ბირთვული ფიზიკის დარგში ჩატარებულიყო ურთულესი გამოთვლები. ბირთვული ფიზიკის პრინციპები საფუძვლად უდევს დაავადებათა რადიოიზოტოპურ დიაგნოსტიკას, მაღალი ენერგიების ფიზიკაში გამოყენებულ პრინციპებზეა შექმნილი რენტგენოდიაგნოსტიკის მეთოდები და ტომოგრაფია. პროტონებისა და მსუბუქი ბირთვების, იაფი და კომპაქტური ამაჩქარებლების შექმნას შეუძლია გადატრიალება მოახდინოს ონკოლოგიური დაავადებების თერაპიაში და ა. შ. ეს სია უსასრულოდ შეიძლება გაგრძელდეს. ამიტომ, მიმაჩნია, რომ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტმა ფუნდამენტურ მეცნიერებებს მეტი ყურადღება უნდა დაუთმოს. ამ სფეროში კვლევების დონე განსაზღვრავს სახელმწიფოს ინტელექტუალურ კლიმატს.

მე მიხარია, რომ საქართველო დუბნის JINR-ის დამფუძნებელ 18 ქვეყანასა და CERN-ის ATLAS კოლაბორაციის მონაწილე 34 ქვეყანას შორისაა. ეს მიუთითებს ქართველი მეცნიერების დიდ პოტენციალზე. ამ ორ საერთაშორისო ცენტრში, სადაც თავმოყრილია თანამედროვე მსოფლიო მეცნიერების მოწინავე იდეები და პროექტები, ქართველ მეცნიერებსაც უჭირავთ გამორჩეული ადგილი და თავიანთი წვლილი შეაქვთ ფუნდამენტური მეცნიერების განვითარებაში. ATLAS ექსპერიმენტის ფიზიკის პროგრამაში ერთ-ერთ საინტერესო საკითხს წარმოადგენს ტოპ კვარკის ფიზიკა, რომელიც ფერმის ნაციონალურ ლაბორატორიაში (აშშ) 1995 წელს ტოპ კვარკის საბოლოო აღმოჩენის შედეგად წარმოიქმნა. ტოპ კვარკის დეტალური შესწავლისათვის მრავალი მოტივი არსებობს. სტანდარტული მოდელის ფარგლებში ტოპ კვარკის მასის დიდი სიზუსტით გაზომვა ჰიგსის ბოზონის მასის ქვემოდან შემოსაზღვრის საშუალებას მოგვცემს. ტოპ კვარკი, დიდი მასის გამო, შესაძლებელია, წარმოადგენდეს შესაფერის ობიექტს, ელექტროსუსტი სიმეტრიის დარღვევის ბუნების დასადგენად და ფერმიონების მასების გენერაციის შესასწავლად.

ახალი ფიზიკური შედეგების მისაღებად საჭიროა ტოპ კვარკის თვისებების დადგენა და დაბადების ალბათობის დეტალური გაზომვა. ტოპ კვარკის ზოგიერთი თვისება უკვე გამოკვლეულია ამაჩქარებელზე (ტევატრონზე) ფერმის ნაციონალურ ლაბორატორიაში. გაზომვების უმრავლესობა ტოპ კვარკის შემთხვევების მცირე სტატისტიკაზე ჩატარდა. ცნობილია, რომ მშენებარე დიდი ადრონული ამაჩქარებელი შეიძლება განხილულ იქნას როგორც „ტოპ კვარკის ფაბრიკა“, სადაც დღეში წარმოიქმნება დაახლოებით 80 000 ტოპ-ანტიტოპ კვარკული წყვილები.

კინემატიკურად დაშვებულია ნეიტრალური დენებით არომატის ცვლილებით მიმდინარე ტოპ კვარკის მრავალი იშვიათი მოდა. ამ დაშლებისადმი ინტერესი განპირობებულია, სულ ცოტა, ორი მიზეზით: 1) სტანდარტული მოდელი წინასწარმეტყველებს იმდენად მცირე დაშლის ალბათობებს, რომ ასეთი, თუნდაც ერთეული შემთხვევების დამზერა დადასტურება იქნება ე. წ. „ახალი ფიზიკისა“ – სტანდარტული მოდელის მიღმა ფიზიკის არსებობისა; 2) დიდი მასის გამო, ტოპ კვარკმა შეიძლება მნიშვნელოვანი როლი შეასრულოს სტანდარტული მოდელის მიღმა ჰიგსის ნაწილაკების ძიებისას.

ნეიტრალური დენებით არომატის ცვლილებით მიმდინარე ტოპ კვარკის იშვიათი დაშლების შესახებ არსებული ექსპერიმენტული მონაცემები ჯერჯერობით მცირეა. ადრონულ ამაჩქარებელზე ამ პროცესების შესწავლა და ექსპერიმენტის დაწყების შემდეგ დაშლების აღმოჩენა დიდი მეცნიერული მიღწევა იქნება. 1995 წელს ქართველმა ფიზიკოსებმა ლეილა ჩიქოვანმა (ე. ანდრონიკაშვილის სახ. ფიზიკის ინსტიტუტი) და თამარ ჯობავამ (თსუ მეფი) ATLAS ექსპერიმენტის მგრძნობიარობის (დამზერის შესაძლებლობის) შესწავლა დაიწყეს, ნეიტრალური დენებით არომატის ცვლილებით მიმდინარე ტოპ კვარკის იშვიათი დაშლების წყვილური დაბადების შემთხვევებში.

ეს ძალიან შრომატევადი და რთული გამოკვლევა იყო, თანაც განსაკუთრებით ძნელად შესასრულებელი იმდროინდელი ენერგოკრიზისის პირობებში. ამ სამუშაოების ჩატარება საჭიროებდა დიდ კომპიუტერულ სიმძლავრეებსა და დროს. მეცნიერებმა მუშაობა დაიწყეს ინსტიტუტებში არსებული პერსონალური კომპიუტერების გამოყენებით. 1996 წელს თსუ მაღალი ენერგიების ფიზიკისა და ინფორმატიზაციის ინსტიტუტში მწყობრში ჩადგა სათანამგზავრო კავშირი და ინტერნეტი, რამაც ქართველ ფიზიკოსებს თბილისიდან ინტერნეტის ქსელის საშუალებით ამ იშვიათი პროცესების მოდელირების საშუალება მისცა CERN-ის მძლავრ კომპიუტერებზე.

პირველად ლ. ჩიქოვანმა და თ. ჯობავამ თავისი შეფასებებით აჩვენეს, რომ ამ იშვიათი პროცესების დამზერა ATLAS ექსპერიმენტზე შესაძლებელია, რაც ექსპერიმენტის ამუშავების შემდეგ მიმანიშნებელი იქნება სტანდარტული მოდელის მიღმა „ახალი ფიზიკის“ არსებობისა, რამაც შეიძლება ძირეულად შეცვალოს ჩვენი წარმოდგენები სამყაროს აგებულების შესახებ. უნდა აღინიშნოს, რომ ATLAS ექსპერიმენტმა ბიძგი მისცა ახალი ტექნოლოგიების განვითარებას, ამ დანადგარისათვის შეიქმნა უამრავი ახალი მასალა და შენაერთი. დიდი საერთაშორისო კორპორაციები აწარმოებენ დანადგარის აღჭურვას უახლესი, ძალიან სწრაფი ელექტრონიკით. ექსპერიმენტის სამართავად, მიღებული მონაცემების დამუშავებისათვის და ანალიზისათვის საჭირო იქნება ათასობით კომპიუტერი. დადგინდა, რომ მიღებული შედეგების დათვლისთვის 15-25 წლის განმავლობაში საჭირო იქნება გამოთვლითი-ინფორმაციული რესურსები, რომელიც არ გააჩნია არცერთ სამეცნიერო ცენტრს მსოფლიოში. დიდ ადრონულ ამაჩქარებელზე დარეგისტრირებულ ერთ შემთხვევას შეესაბამება დაახლოებით 100 მეგაბაიტი მეხსიერება, ხოლო თუ გავითვალისწინებთ მონაცემების მიღების სიხშირეს - 100-200 შემთხვევა წამში, მაშინ ნათელია, თუ რაოდენ დიდი ინფორმაციის გადამუშავებაა საჭირო. აქედან გამომდინარე, დამტკიცდა LCG (LHC Computing GRID) პროექტი, რომელიც გულისხმობს ექსპერიმენტული მონაცემების ანალიზის, დამუშავებისა და დათვლისთვის GRID ინფრასტრუქტურის შექმნას.

GRID წარმოადგენს ვირტუალურ სუპერკომპიუტერს, რომელშიც გეოგრაფიულად დაშორებული გამომთვლელი მოწყობილობები ერთობლიობაში ქმნიან მძლავრ გამომთვლელ გარემოს, სადაც გაერთიანებული შეიძლება იყოს ნებისმიერი კომპიუტერი.

თსუ მაღალი ენერჯიების ფიზიკისა და ინფორმატიზაციის ინსტიტუტს დაგეგმილი აქვს პირველი GRID კლასტერის შექმნა და მისი დაკავშირება ცერნის GRID სისტემასთან. კლასტერი ანუ სეგმენტი ეს არის კომპიუტერული რესურსების გაერთიანება თავისი ფიზიკური და პროგრამული უზრუნველყოფით, რომელიც, თავის მხრივ, დაკავშირებულია უფრო მაღალი სიჩქარის ინტერნეტთან. ამ ინფრასტრუქტურის შექმნა სასარგებლო იქნება ქართველი მათემატიკოსებისთვის, პროგრამისტებისთვის, ქიმიკოსებისთვის, ექიმებისთვის, ბიოლოგებისთვის და სხვა მეცნიერებისთვის, რომელთაც დასათვლელი აქვთ ისეთი ტიპის დიდი ამოცანები, რომლებიც მოითხოვენ დიდი სიმძლავრის გამოთვლით რესურსებს. შესაძლებელი იქნება GRID-ტექნოლოგიების გამოყენება სასწავლო პროცესში. სტუდენტები და დოქტორანტები შეძლებენ სხვადასხვა ამოცანის გადაჭრას.

როგორც ვხედავთ, განვლილი 10 წლის განმავლობაში ქართველმა ფიზიკოსებმა ბევრი გააკეთეს ATLAS ექსპერიმენტის მომზადების პროცესში სამუშაოების ყველა ფრონტზე, დაწყებული დანადგარის დეტექტორების შექმნით, აწყობით, მონტაჟით და დამთავრებული სხვადასხვა ფიზიკური პროცესის მოდელირებით და შესწავლით. ექსპერიმენტის დაწყებამდე (2008 წლის ბოლო) მათ კვლავ დაძაბული მუშაობის წლები ელით. დანადგარის ამოქმედების შემდეგ ისინი მონაწილეობას მიიღებენ მიღებული ექსპერიმენტული მონაცემების დამუშავებაში.

ქართველი ფიზიკოსების შრომა ATLAS ექსპერიმენტის კოლაბორაციის მიერ ყოველთვის იმსახურებდა ძალიან მაღალ შეფასებას და აღიარებას, რაც მათი თავდაუზოგავი და დიდი შრომის შედეგი იყო. რა თქმა უნდა, აუცილებელია ახალგაზრდა ფიზიკოსების ჩართვა XXI საუკუნის ამ ერთ-ერთ უდიდეს და ძალიან მნიშვნელოვან სამეცნიერო პროექტში. საბუნებისმეტყველო ფაკულტეტის ფიზიკის და ინფორმატიკის მიმართულებების სტუდენტები, მაგისტრანტები, დოქტორანტები აქტიურად უნდა ჩაერთონ ამ ექსპერიმენტში, რათა ექსპერიმენტის გაშვებისათვის შეიძინონ აუცილებელი ცოდნა, რომ შემდგომ წარმატებით გაგრძელდეს ქართველთა მონაწილეობა ATLAS-ის პროექტში.

სხვათა შორის, ATLAS დეტექტორის შესასვლელ გვირაბში, კედელში ჩამონტაჟებულია კაფსულა, რომელიც 2100 წელს გაიხსნება. მასში მოთავსებულია ლაზერული დისკები, სადაც ჩანერილია ნიუტონის შრომებიდან დაწყებული, ყველაზე ღირებული ინფორმაცია, რაც კი აქამდე კაცობრიობას დაუგროვებია. ეს არის შეტყობინება მომავალი თაობებისათვის. კაფსულის გახსნის დროისთვის უკვე ცნობილი იქნება, რა ცოდნა შესძინა კაცობრიობას ამ ექსპერიმენტმა.

იმედი ვიქონიოთ, რომ ცერნის დიდი ადრონული კოლაიდერი და მასზე დაგეგმილი ექსპერიმენტები გაამართლებენ მათ მშენებლობაში რამდენიმე ათეული მილიარდი დოლარის ოდენობით განულ დანახარჯს. მსოფლიოს მრავალი ქვეყანა ელოდება ფუნდამენტურ აღმოჩენებს. გვჯერა, რომ გავხდებით ჰიგსის, სუპერსიმეტრიული ნაწილაკების, დამატებითი განზომილებების აღმოჩენის და ტოპ კვარკის იშვიათი დაშლების დამზერის მოწმენი და ამაში ქართული აგურიც იქნება.

გაზეთი „თბილისის უნივერსიტეტი“

27 ნოემბერი, 2008 წელი

#4 (2049)

ბანმარჯებანი

I. კრომანიონელი ადამიანი – გვიანი პალეოლითის ეპოქის ადამიანი, რომელიც დიდად განსხვავდება მასზე ადრე აჩსებული ნეანდერტალური ადამიანისგან (მიეკუთვნება თანამედროვე ევროპეოიდურ ხასას); კრომანიონი (Cro-Magnon – მდებარეობს სამხრეთ-დასავლეთ საფრანგეთში, ლოხლონის დეპარტამენტში, ახალი აქვიტანიის რეგიონში) აჩის კდოვანი გამოქვაბული, რომელშიც ფრანგმა არქეოლოგმა და პალეონტოლოგმა ლუი დაჩემ 1868 წელს გვიანი პალეოლითის ეპოქის ადამიანის ჩონჩხები აღმოაჩინა.

წყარო: ქაბაშვილი მიხეილ, უცხო სიგყვათა დექსიკონი / შეადგინა [და წინასიტყვ. დაუხთო] მიხეილ ქაბაშვილმა. – მე-3 შესწ. და შევს. გამოსც... - თბ.: განათლება, 1989.

II. მართა - უძველესი ნაქადაქაჩი სუდანში, ნიდოსის აღმოსავლეთ ნაპირზე.

III. მინოსური კულტურა – მინოსის კულტურა – ბრინჯაოს ხანის (ძვ. წ. III-II ათასწლეულებში) მაღაღგანვითაჩებური კულტურა კუნძურ კრეტაზე; ცნობილია ძვ. წ. II ათასწლეულის დასაწყისში პიჩველი იეოგდიფუჩი წაჩწეხები, ძვ. წ. 1600 წლიდან კი - ე. წ. A-ხაზოვანი დამწეხლობა.

IV. დამწერლობა მესოპოტამიაში – 1930 წლის ნოემბეჩში, უხუქში მდებარე ძვ. წ. 3517-3358 წლებში აგებურ ტაძარში (E AN NA – „ცის სახელი“, რომლის მფაჩველიც იყო ქაღღმეჩთი ინანა და ღვთაება ანუ) გეჩმანედმა არქეოლოგმა იულიუს იოხდენმა (Julius Jordan) აღმოაჩინა 1, 25 – 3, 25 სმ-ის სიგეძის თიხის ფიგურა-სიმბოლოები (clay tokens), რომელიც მიიჩნევა მესოპოტამიუჩი დამწეხლობის /დათვლის სისტემის ნიმუშად.

V. ენკეღუნა – პიჩველი ავტოჩი, რომლის სახელიც ისტოჩიამ შემოგვინახა. ენკეღუნა 1927 წლაღმე სხუღიად უცნობი იყო, სანამ არქეოლოგმა დეონაჩდ ვუღიმ აჩ ამოთხაჩა საგნები, რომლებზეც მისი სახელი იყო შემოჩრენიღი. ახლა უკვე ვიცით, რომ ეს სახელი შუმეჩუღად „სამოთხის ოჩნამენტს“ ნიშნავს, ენკეღუნა კი მთვარის ღვთაების ქუჩუმი იყო. მან ტაძრისთვის 42 ჰომინი და სამი დამოუკიდებელი დექსი შექმნა, რომლებიც, გიღგამეშის ეპოსის მსგავსად (რომელიც სახედებურ ავტოჩს აჩ ეკუთვნის), მეცნიეჩების აზჩით, მესოპოტამიის დიღეჩატუჩური მემკვიღეობის მნიშვნეღვანი ნაწიღია.

წყარო: <http://arilimag.ge/ენკეღუნა-პიჩველი-ავტოჩ/>

VI. გიღგამეში – შუმეჩუღი პოეტუჩი ქმნიღებები სადა, აქაღუჩი ეპოსის გმიჩი. უხუქის დევენდაჩუღი მეფე, რომლის სახელი ნახსენებია შუმეჩის მეფეთა სიაში. ეპოსის პოლოგში ნათქვამია, რომ მან თვიტონ ამოკვეთა ქვაზე მთეღი თავისი თავგადასავაღი და ამასთან ეჩთად, უნდა ვიგუღისხმოთ,

წახლვნის მითოსიც. პოემა ჩაწეხილია დუხსმუდად თიხის ფიფიგებზე – ძველი აღმოსავლეთის ოთხ ენაზე: შუმეხურ, აქადუხ, ხუიტილსა და ხეთუხ ენებზე. გიდგამეშიანის უძველესი ზეპირი სიმღეხები შუმეხურია. მათი ახსებობა ჩვ. წ. ა.-მდე III ათასწლეულის პიხვედ ნახევახს მიეკუთვნება. პიხვედი ჩანაწეხები შესხუდებუდია შუმეხურ ენაზე ჩვ. წ. ა.-მდე III ათასწლეულის ბოლოს. ამავე პეხიოდს ეკუთვნის პოემის აქადუხი ვეხსია, ხუიტილი და ხეთუხი თახგმანები პოემისა ჩვ. წ. ა.-მდე II ათასწლეულს ეკუთვნის. ყვედაზე დამუშავებული და მხატვრულად სხუდყოფილია ნინევიუხი ვეხსია (II ათასწლ. ბოლო და VII- VI სს ჩვ. წ. ა.-მდე).

წყარო: <https://www.nplg.gov.ge/wikidict/index.php/გიდგამეში>

VII. უილ დიურანტი – ამეხიკედი ისტოხიკოსი და ფიდოსოფოსი, ხომედიც ცნობილია თავისი 11-ტომიანი ნაშხომით „ცივიდიზაციის ისტოხია!“, ხომედიც შეისწავდის აღმოსავლეთისა და დასავლუხი ცივიდიზაციების ისტოხიულ დეტიდებს. ეს ნაშხომი დაწეხა მეულდესთან, ახიედ დუხანტიან თანამშხომლობით და გამოქვეყნდა 1935-1975 წლებში.

VIII. ლეონტი მროველი – XI საუკუნეში მოღვაწე მწეხადი, მწიგნობახი, ისტოხიკოსი, საეკლესიო მოღვაწე (იყო ხუისის ეპისკოპოსი); „ქახტილის ცხოვხებაში“ მოხსენებუდი პიხი, ხომელსაც მიეწეხება ამ კხებუდში შესუდი თხბუდებები: „მეფეთა ცხოვხება“, „ახიდილის წამება“, „ნინოს მიეხ ქახტილის მოქცევა“.

წყარო: https://www.nplg.gov.ge/wikidict/index.php/დემონტი_მხოვედი

IX. კორინუნი – V ს. I ნახ. სომეხი ისტოხიკოსი, სომეხთა განმანათლებლის, მესხოპ მაშტოცის (დაახდ. 361–440) მოწაფე. ავტოხია თხბუდებისა „მაშტოცის ცხოვხება“, ხომედშიც, მაშტოცის ბიოგრაფიულ მონაცემებთან ეხთად, მოთხობილია საკუთიხვ სომეხეთის, იბეხიის (ქახტილის) და ადბანეთის ისტოხიის ზოგიეხთი ფაქტი 348-იდან 443-მდე.

წყარო: <https://georgianencyclopedia.ge/pdf-export/28009>

X. ნიკომარნი (1834–1934) – ახქელოგი, ენათმეცნიეხი, ფიდლოგი; იკვდევედა სომეხუენას, ქახთულს და მის ნათესაობას სხვა ენებთან. წამოაყენა ჰიპოთეზა (1888-1916), ხომ ქახთუდი ენათესავება სემიტიუხ ენებს და ქახთველუხ ენებს იაფეტიუხი ენები უწოდა (ბიბლიუხი ნოეს შვიდის – იაფეცის სახედიდან). მან საფუძვედი ჩაუყახა ხუსთველოლოგიას, ხოგოხც სამეცნიეხო დისციპლინას. დიდა მისი დამსახუხება საქახთველოს ისტოხიის მეცნიეხულ შესწავდაშიც. ფეოდალუხი ხანის ცადკუნდ გაუხკვევედ პხობდემათა გაშუქების გახდა (ტაო-კრახტეთის ისტოხიული საკითხები, ანისში აღმოჩენიდი ეტიფანე ქახტილის კათადიკოსის წახწეხის ანადიზი და სხვ.), მას ეკუთვნის „საქახთველოს ისტოხია“ (პეტიეხბუხვი, 1906) ხუსულ ენაზე, ხომედშიც გადმოცემუდია ქახთვედი ხადხის ისტოხია ძვ. წ. II ათასწლეულის დასახუდიდან; ნიკო მახის მეცნიეხულ მოღვაწეობაში

გაჩვენებული ადგილი უჭირავს აჩქელოგეოგრაფიას. მის მიერ ჩატარებულ გათხრებს ანისში (1892 წლიდან) დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა შუა საუკუნეების სომხური ქადაგებისა და კულტურის ისტორიის შესწავლისათვის. 1893 წელს დაიწყო ვოხნაკის სამაჩოვანის გათხრა. განსაკუთრებით ნაყოფიერი იყო გათხრები ვანის ციხის (თუჩქეთი) სამხრეთ სანაპიროზე 1916 წელს. აქ მან გაშიფრა ი. ოხბედის მიერ აღმოჩენილი უჩაჩგუს მეფის სახელის II-ის (760-730) ცნობილი სოლისებრი წაჩწეხა, რომლის ერთ-ერთ მუხდში მოხსენიებული იყო კურხას (კორხას) ქვეყანა.

წყარო: <http://www.nplg.gov.ge/bios/ka/00001581/>

XI. კორნელი კეკელიძე (1879-1962) – აკადემიკოსი, დიგეიატურათმცოდნე, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ერთ-ერთი დამფუძნებელი. მან გამოავლინა, შეისწავლა, გამოსცა და სამეცნიერო კვლევები მიუძღვნა ძველი ქართული დიგეიატურის უბიწყინვადეს ნიმუშებს. იგი იკვლევდა ქართულ-ბიზანტიურ, ქართულ-სპაისულ დიგეიატურის უხითეითობებს, ძველი ქართული დიგეიატურისა და ხაღხუი სიგყვიეეების უხითეითმიმახთების საკითხებს. კ. კეკელიძემ დიდი ამავი დასდო ქართულ ისტორიოგრაფიასაც, აქვს საგანგებო გამოკვლევები ძველი ქართული დამწეხრობის, ქართული წელთაღიხხვისა და კადენდის, ძველი ქართული სტამბისა და ქართული წიგნის ბეჭდვის ისტორიის, ძვედ ქართულ დიგეიატურაში მთახგმნელობითი მეთოდისა და სხვა დიდმნიშვნელოვანი საკითხების შესახებ.

წყარო: <http://www.nplg.gov.ge/bios/ka/00000925/>

XII. თაბაზ გამყრალიძე (1929-2021) – აკადემიკოსი, ენათმეცნიერი. იკვლევდა აღმოსავლეთმცოდნეობისა და თეოხიური ენათმეცნიეეების, ძველი აღმოსავლური ენების, ინდოევხოპური, სემიგური და ქახთვედური ენების სგხუქგურისა და თეოხიის საკითხებს; მან გადაჭრა ხეთური ენის ინდოევხოპურ ენებთან მიმახთების სადავო საკითხი; ხეთოდოგიური ნაშიომთავან მნიშვნელოვანია აგხეთვე გამოკვლევები ხეთური სოლისებრი დამწეხრობის წაჩმომობისა და ხეთური კონსონანტიზმის ინდოევხოპურ კონსონანტიზმთან მიმახთების შესახებ; ქახთვედროდოგიური ნაშიომებში აღდგენილია საეითო ქახთვედური ენობხივი სისტემის ძიხითადი სგხუქგურული მოდელეები;

წყარო: <http://www.nplg.gov.ge/bios/ka/00000844/>

XIII. სიმონ ჯანაშია (1900-1947) – ისტორიკოსი, ენათმეცნიერი ქართველური და მთის იბერიულ-კავკასიური ენათა სპეციალისტი. საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის პირველი შემადგენლობის აკადემიკოსი (1941). ქართულ-ქართველური ენათა გახდა, სიმონ ჯანაშია იკვლევდა მთის იბერიულ-კავკასიური ენათა ისტორიის და სტრუქტურის საკითხებს. სიმონ ჯანაშიას ხელაქციით გამოვიდა (1941) შოთა ხუსთაველის „ვეფხისტყაოსნის“ დ. გულისაეული აფხაზური თარგმანი. მასვე ეკუთვნის (დ. გულისთან თანაავტორობით) „ქართული ენა აფხაზური სკოლებისათვის“ (3 გამოც. – 1938, 1939, 1944). სიმონ ჯანაშიამ მნიშვნელოვანი შრომები უძღვნა ქართული ისტორიულ-კულტურული ტერიტორიების, გვახ-სახედთა, გეოგრაფიულ თუ სატომო სახედთა გავსცელებას, წახმომავლობასა და ეტიმოლოგიებს. მან კრიტიკულად შეისწავდა და გამოსცა (1925) ძველი ქართული ტექსტი „ცხოვებად საბა ასუხისაჲ“. სიმონ ჯანაშიასავე ეკუთვნის გამოკვლევები „ვეფხისტყაოსნის“, გ. შახვაშიძის, ს. გოხგაძის, მ. ჯანაშვილისა და სხვ. შესახებ. სიმონ ჯანაშია ითვლება აფხაზური – ადიღური ენათა მეცნიერული შესწავლის ფუძემდებლად.

წყარო: <https://tinyurl.com/2rar52cd>

XIV. ვიორჯი ნერეთელი (1904-1973) – აკადემიკოსი, ენათმეცნიერი, ისტორიკოსი. მისი ინიციატივით დაახსდა თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის აღმოსავლეთმცოდნეობის ფაკულტეტი, სემიოლოგიის კათედრა (1945) და საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის აღმოსავლეთმცოდნეობის ინსტიტუტი (1960). მისი სამეცნიერო კვლევის სფეროა ახაბური ენათმეცნიერება და ფოლკლორი, ებრაისტიკა და ახამეისტიკა, ახლო აღმოსავლეთის ძველი ენები და დამწერლობათა ისტორია, ქართველური ენათმეცნიერება, ქართული და შედახებითი დექსტულობის საკითხები, თეოლოგიური დინგვისტიკის პირობემები, ქართული ანბანის წახმოშობის საკითხები, ხუსთველოლოგია; აღმოსავლეთმცოდნეობა.

წყარო: <http://www.nplg.gov.ge/bios/ka/00001267/~>

XV. მარიამ ჩხარტიშვილი – ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, თსუ ჰუმანიტაზურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის პროფესორი. მისი კვლევის ძირითადი მიმართულებებია - საქართველოს შუა საუკუნეების ისტორიის წყაროთმცოდნეობითი და ისტორიოგრაფიული პირობებების კვლევა, ქართული იდენტობის ისტორია.

XVI. გრაკლიანის გორა – აქეოლოგიური ძეგლი საქართველოში, შიდა ქართლის მხარეში, კასპის მუნიციპალიტეტის სოფ. იგოეთისა და სამთავისის ტერიტორიაზე, მდ. დეხუის მარჯვენა ნაპირზე წამომართულ გორაზე, უშუალოდ თბილისი-სენაკი-დესელიძის გზატკეცილთან. ძეგლი აღმოჩნდა 2007 წელს გზატკეცილის გაფართოებასთან დაკავშირებით ჩატარებული გადარჩენითი აქეოლოგიური გათხრების დროს. იგი წარმოადგენს მრავალფენოვან ნამოსახლარს და სამაჩოვანს. აღმოჩენილი მასალა მიეკუთვნება სხვადასხვა პერიოდს პალეოლითიდან ძვ. წ. II-I საუკუნეებამდე, ხოლესაც გზაკლიან გორაზე ადამიანის აქტივობა უნდა დასტურებულიყო.

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ექსპედიციამ, პროფესორ ვახტანგ დირედის ხელმძღვანელობით, გზაკლიან გორაზე 2015 წელს აღმოაჩინა ძვ. წ. VII საუკუნის ტაძარი, ორი საკუთხევედი და საკუთხევედის პოსტამენტზე დღემდე უცნობი დამწეხრობის ეთნოგრაფიული წარწეხა. დღემდე უცნობი წარწეხა გზაკლიანის საკუთხევედზე ყველაზე ადრეულია და საქართველოში დამწეხრობის გამოყენების 2700 წლის ისტორიას ცხადყოფს. წარწეხის თაბილის დაზუსტების მიზნით, ნიმუშები მაიამის (აშშ) ბეგა დაბოხატოხიაში გააგზავნა. მაიამის დაბოხატოხიის მიეხ დაგენილი თაბილი ახის ძვ. წ. XI-X საუკუნეები. 2015 წლის 19 მაბტს, საქართველოს მთავრობის დაგენილების თანახმად, მიენიჭა ეროვნული მნიშვნელობის კუდტუხის უძრავი ძეგლის კატეგოხია.

წყარო: მაისუხადე, ე. „გზაკლიანის გორაზე აღმოჩენილი წარწეხა“; https://dspace.nplg.gov.ge/bitstream/1234/321790/1/History_Archaeology_Ethnology_2019-N2.pdf; გვ.16.

XVII. რევაზ სირაძე (1936 - 2012) – ფილოლოგი, საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის წევრ-კოხესპონდენტი. ხევაზ სირაძემ საფუძველი ჩაუყარა ქართული ესთეტიკური აზრის ისტორიისა და ქართული ქრისტიანული კუდტუხის ღრმა შესწავლას, ძველი ქართული დიგეხატუხის შესწავლის ახლებუხ ხედვას. ახის ავტოხი ნაშრომებისა: „ქართული ესთეტიკური აზრის ისტოხიიდან“ (1987); „დიგეხატუხურ-ესთეტიკური ნახკვევები“ (1987); „ქართული აგოგხაფია“ (1987); „სახისმეგყველება“ (2000); „კუდტუხა და სახისმეგყველება“ (2008).

წყარო: <http://www.nplg.gov.ge/bios/ka/00001302/>

XVIII. მარკ კუპერი – სამხეუთ კადიფოხინის უნივერსიტეტის ანენბეგის სახელობის კომუნიკაციისა და ჟუხნადისტიკის სკოლის ციფრული ჟუხნადისტიკის დიხექტოხი.

XIX. ვიკილიქსი (WikiLeaks) – საერთაშორისო ანონიმური ჟურნალისტური ორგანიზაცია, რომელიც აქვეყნებს გასაიდუმლოებულ ან კლასიფიცირებულ ინფორმაციას, ახად ამბებს და ანონიმური წყაროების მიერ მოწოდებულ მასალებს. იგი დააარსა ავსტრალიელმა ჟურნალისტმა – ჯულიან ასანჯმა 2006 წელს, გამჭვირვალობის, ანგარიშგადებებისა და ინფორმაციის თავისუფლების ხელშეწყობის მიზნით.

XX. დონალდ მიურაი (16 სექტემბერი, 1924 - 30 დეკემბერი, 2006) – ამერიკელი ჟურნალისტი და ინჟინერი ენის პოფესორი. წეხდა ბევრი ჟურნალისტის, შექმნა ჰამდენიმე წიგნი მწეხრობისა და სწავლების ხელოვნების შესახებ, ასევე მუშაობდა ჰამდენიმე ეხოვნულ გაზეთში. მან 1954 წელს მოიპოვა პუიციეის პეხმია ეიციტოიადის წეხისთვის. 20 წლის განმავლობაში წეხდა Boston Globe-ის სვეტს „60-ზე მეტი“, რომელსაც საბოლოოდ დაეიქვა „ახდა და მეიე“. იგი ასწავლიდა ნიუ ჰემფშიის უნივერსიტეტში 26 წლის განმავლობაში.

XXI. ჯიმს ვორლონ ბენეტი (უფროსი) (1795-1872) – შოტლანდიაში დაბადებული ამერიკელი ბიზნესმენი, რომელმაც თანამედროვე ჟურნალისტიკაში დამკვიდრებული მხავარი მეთოდი ჩამოაყადიბა. ის იყო New York Herald-ის დამფუძნებელი, ჰედაქტოიი და გამომცემელი. მისი საქმე გააგხიდა ჯეიმს ვოხლონ ბენეტიმ (უმცხოსმა).

XXII. ჰორას ბრილი (1811-1872) – ამერიკელი ჟურნალისტი, New-York Tribune-ის დამფუძნებელი და ჰედაქტოიი. ის იყო აშშ-ს აქტიუი პოლიტიკუი მოღვაწე – კეიძოლ, კონგრესმენი ნიუ იოკში და 1872 წელს დიბეიადუიი ჰესპუბლიკუი პაიტიის პეზიციენტი კანდიდატი ულის განტის წინააღმდეგ (რომელმაც დიდი უპიხატესობით მოიგო აიჩევნები). ჰოხას გიილიმ 1859 წელს ინტეივიუ ჩაწეხა ბიიგემ იანგთან (ჰელიგიუი დიდეი და პოლიტიკოსი, მოხმონთა ეკლესიის მეოიე პეზიციენტი), რომელიც ეხებოდა მოხმონების იწმენებსა და ჩვეულებებს.

წყარო: <https://www.britannica.com/biography/Brigham-Young>

XXIII. ჯაკ ჰარტი - მწეხადი, The Oregonian-ის ჰედაქტოიი, სადაც ასევე მუშაობდა ჰეპოიტიოხად. აქვს ვისკონსინის უნივერსიტეტის დოქტოიის წოდება მასობივი კომუნიკაციებში, ასწავლიდა ექვს უნივერსიტეტში და იყო ასოციირებული პოფესორი ოიეგონის უნივერსიტეტში.

The Oregonian-მა ჰაიტიის ჰედაქტოიობის პეიოლში პუიციეის პეხმია ოთხეუი დამსახუხა, აქედან ოიი ნომიის სოლო ჰედაქტოიი იყო. იაც ყვედაზე მთავაიია, ის აიის ბევიი სახედმძღვანელოს და გზამკვლევის ავტოიი, რომლებიც დღემდე გამოიყენება აქტიუი ჟურნალისტიკაში.

წყარო: <https://journalism.uoregon.edu/jack-hart>

XXIV. ქეთევან ბუაძე - სამაჩთლის მაგისტრი, LLM, თსუ დოქტორანტი, ადვოკატი, იუხიდიური ფიჩმა „ბიესერი“-ის მმართველი პატიმრობის, ავტორი და წამყვანი გადაცემის „სამაჩთლის საქმის კუხის“, „თავისუფალი ბაზისის ადვოკატივების ორგანიზაციის“ (FreMa) აღმასხულებელი საბჭოს თავმჯდომარე.

XXV. ჯანიჩრო ტანიზაკი (Tanizaki Jun'ichirō) – მეოცე საუკუნეში მოღვაწე ერთ-ერთი ყველაზე გამოჩინებული იაპონელი მწეხარი, ესეისტი, პუბლიცისტი და დამატეხი. მისი დიგეხატეხური ნამუშევეების თემატიკა მონაცველობს სექსუალური და ეხოტიკური აკვიატებებიდან დაწყებული, ოჯახური ცხოვეების დინამიკის აღწეხით დამთავრებული, ხომელიც, ძიხითადად, XX საუკუნის იაპონური საზოგადოებაში განვითახებული სწეხადი სოციალური ცვილიებების ფონზე ვდინდება. ხშირად, მის ნაწეხმოებთა დიდი ნაწილი კულტეხური იდენტიობის რეხირობეში აღიქმება, ხომელიც ერთმანეთს ეწეყმიან დასავლური და იაპონური ფასეულობები. მხავარი კიტიკოსი მას, ნაცუმე სოსეკის შემდეგ, მეოცე საუკუნის საუკეთესო იაპონურ ნოველისტად მოიარეხებს.

წყარო: https://ka.wikipedia.org/wiki/%E1%83%AF%E1%83%A3%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%A9%E1%83%98%E1%83%A0%E1%83%9D_%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%AB%E1%83%90%E1%83%99%E1%83%98

XXVI. შედარება – გიოპის ისეთი სახეობა, ხომელიც, უფხო ნათდად გამოსახვის მიზნით, ერთი საგანი ან მოვდენა შეფახებუდია სხვა, უფხო ნაცნობ მოვდენასთან. იგი გიოპის უძვედესი სახეობაა, ხადგან ერთი საგნის თვისების მეოხე საგანზე გადატანა მეგაფოხის შემდეგ ყველაზე უფხო მკვეთხად შედახებაში ხოხციედება.

წყარო: <http://www.nplg.gov.ge/saskolo/index.php?a=term&d=43&t=40>

XXVII. მთაფორა – სიგყვა ან გამოთქმა, ხომელიც გადატანითი მნიშვნელობა აქვს და ემყახება მსგავსებას, შედახებას, ანადლოგიას.

წყარო: <http://www.nplg.gov.ge/saskolo/index.php?a=term&d=43&t=41>

XXVIII. მარგარეტ გუროფი – მწეხარი და ჟუხნარის ხედაქტოხი, ბადტიმოხის ჟუხნარის ყოფილი ხედაქტოხი, ამჟამად – AARP The Magazine-ის აღმასხულებელი ხედაქტოხი. ხუფი ასევე ახის Power Moby-Dick-ის ხედაქტოხი და გამომცემელი.

წყარო: <https://advanced.jhu.edu/directory/margaret-guroff/>



მანია ტორაძე

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციალური და პოლიტიკური მეცნიერებათა ფაკულტეტის ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულების ასოცირებული პროფესორი, ჟურნალისტიკის დოქტორი.

მხავად სხვა კუხსთან ერთად, 20 წელზე მეტია, ხაც უძღვება უნივერსიტეტში „ბეჭდური მედიის“ პრაქტიკულ კუხსს. აქვს ჟურნალისტიკაში მუშაობის 35-წლიანი გამოცდილება, ახის 3 სახელმძღვანელოს და 15-მდე კვებულის ავტორი და თანაავტორი, გამოქვეყნებული აქვს 20-მდე სამეცნიერო პუბლიკაცია.

