

ანალიტიკური ჟურნალისტიკის ჟანრების ტრანსფორმაცია სამაუწყებლო მედიაში

ნათია სორდია
სტუ-ს დოქტორანტი

რეზიუმე

ჟურნალისტური ტექსტი საინტერესო, ორიგინალური, დამაჯერებელი ჟანრული განსახიერების მუდმივი ძიების პროცესშია. ტრადიციული ჟურნალისტური ჟანრები განიცდის სახეცვლილებას და თანდათან ყალიბდება ახალი სპეციფიკური ფორმები. ამ ტრანსფორმაციაზე გავლენას შემდეგი გარემოებები ახდენს - როგორც ჟანრის, ასევე მედიატექსტის ფუნქციონირების ახალი პირობები და ლინგვისტური ფაქტორები, ასევე ჩვენ გარშემო სამყაროს გაგება, მედიის თანამედროვე საშუალებების განვითარება და სხვ. მასმედიის როლი გასულ საუკუნეში განუზომლად გაიზარდა. აუდიტორიისთვის მნიშვნელოვანი ცნობების მიწოდების ფუნქციამ მას საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედების საშუალებაც მისცა და ამა თუ იმ მოვლენის, ფაქტის ან ინსტიტუტების მიმართ მოსახლეობის დამოკიდებულების ჩამოყალიბებასაც შეუწყო ხელი. ჟურნალისტიკის კონკრეტული ჟანრების ტრანსფორმაციამ კი ერთგვარი ახალი ფორმებიც შექმნა, რომელმაც შეძლო გამოსახვის ახალი საშუალებების პოვნა და იმ სტილში ჩამოყალიბება, რაც როგორც მედიის, ასევე აუდიტორიის ახალ მოთხოვნებს აკმაყოფილებს.

საკვანძო სიტყვები: ჟურნალისტიკა, ჟანრები, ანალიტიკა, ტრანსფორმაცია, მედია, საზოგადოებრივი აზრი

TRANSFORMATION OF ANALYTICAL JOURNALISM GENRES IN BROADCAST MEDIA

Natia Sordia
PhD student of GTU

SUMMARY

Journalistic text is in the process of constantly searching for interesting, original, convincing genre embodiments. Traditional journalistic genres are changing and new specific forms are gradually being formed. This transformation is influenced by the following circumstances - new conditions and linguistic factors in the functioning of both the genre and the media text, as well as understanding of the surrounding world, the development of modern media tools, etc. The role of the media has increased immeasurably over the last century. The function of providing important information to the audience allowed it to influence public opinion and helped shape the attitude of the population towards a

particular event, fact or institution. The transformation of specific genres of journalism also created a kind of new forms that were able to find new means of expression and form in a style that meets the new needs of both the media and the audience.

Key words: Journalism, genres, analytic, transformation, media, public opinion

შესავალი

ჟანრი ტრადიციული ცნებაა, მაგრამ დღეს განსაკუთრებით აქტუალურად დგას საკითხი როგორც ჟურნალისტიკის თეორიაში ზოგადი კონცეფციის გარკვევის აუცილებლობის შესახებ, ასევე თავად ჟანრების შინაარსის შესახებ. მეცნიერები და მკვლევრები სულ უფრო ხშირად მსჯელობენ იმის თაობაზე, რომ თანამედროვე ჟურნალისტიკა ხასიათდება ფენომენით, რომელსაც ჩვეულებრივ ჟანრების შერევას, დიფუზიას უწოდებენ. მისი არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ჟურნალისტურ მასალებში ჟანრული განსხვავებები საინფორმაციო ნაკადებში სულ უფრო და უფრო ნაკლებად შესამჩნევად ჩნდება. მედიის ჟანრების თანამედროვე სისტემა განიცდის ფუნდამენტურ ცვლილებებს, რომლებიც ჟანრთა გავრცელებასთან, ჟანრების სინთეზთან, ჟანრთა საზღვრების წაშლასთან, ახლის გაჩენასთან ან ზოგიერთი მათგანის პრაქტიკულ გაქრობასთანაა დაკავშირებული.

ძირითადი ნაწილი

ჟანრი ჟურნალისტური ტექსტის არსებითი პარამეტრი და კლასიფიკაციის ყველაზე მნიშვნელოვანი ერთეულია, ეფექტური ფორმაა თანამედროვე რეალობის ასახვისთვის, ამ რეალობის ობიექტების შესაფასებლად, საკუთარი თვალსაზრისის გამოსახატავად, თუმცა თანამედროვე პირობებში ეს ამოცანები სულ უფრო რთულდება. მკაცრი კონკურენცია მოითხოვს ფაქტების წარმოდგენის და მოსაზრების გადმოცემის ორიგინალური გზების ძიებას. მედიის ახალი ფორმების გაჩენამ და ინტერნეტმა მედიის ტრადიციული ტიპების მუშაობის სტილი შეცვალა, ახალი მედია, განსაკუთრებით სოციალური ქსელები და ბლოგოსფერო, უფრო პოპულარული გახდა, ახალი ტიპების გაჩენამ და ტრადიციულში ცვლილებებმა განაპირობა ჟანრის გადახედვა. ჟანრებსაც „მოუწიათ“ ტრანსფორმაცია, შედეგად, ამ ფორმამ შეძლო გამოსახვის ახალი საშუალებების გამოჩენა და იმ სტილით ჩამოყალიბება, რომელიც

აკმაყოფილებს როგორც მედიის, ასევე აუდიტორიის ახალ მოთხოვნებს. ამრიგად, ჟანრულ სისტემაში ცვლილებები ძირითადად განპირობებულია თანამედროვე მასმედიის ფუნქციონირების თავისებურებებით, რამაც ტრადიციების გადახედვა და მათი ეფექტური ფორმირება მოითხოვა.

გაზეთს, რადიოს, ტელევიზიასა და ონლაინ-მედიას განსხვავებული ჟანრობრივი სპეციფიკა აქვს. ჟურნალისტიკაში ჟანრები ინფორმაციულად და ანალიტიკურად იყოფა. დაყოფის ეს პრაქტიკა, ჩვენი დაკვირვებით, დროისა და ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად, თანდათან შეიცვალა და მათ შორის ზღვარი სულ უფრო მკვეთრად გახდა, განსაკუთრებით სატელევიზიო პრაქტიკაში. მაგრამ არსებითად არ შეცვლილა ძირითადი წყალგამყოფი - თუკი ახალი ამბების რეპორტიორები და წამყვანები მაყურებელს აცნობენ ინფორმაციას, ფაქტს, პუბლიცისტიკა და ანალიტიკა უფრო შეფასებაზე, ანალიზსა და თვალსაზრისის გამოხატვაზეა ორიენტირებული, ის არის ავტორის შეხედულება და მისი მიზანია, მაყურებელი გარკვეულ დასკვნამდე მიიყვანოს.

ანალიტიკური ჟურნალისტიკის ჟანრებში გამოყენებული ტექსტი, როგორც პუბლიცისტური ტექსტი, პირობითად შეიძლება ორ ქვესახეობად დაავიყოს - ესენია **ანალიზი და თვალსაზრისი**. მათ შორის მთავარი სხვაობა ავტორის მონაწილეობაა. უფრო კონკრეტულად რომ განვმარტოთ: მოვლენის შესახებ თხრობა, აუდიტორიისათვის ამბის მოყოლა, თუ „რა მოხდა“ - ახალი ამბავია, იგივე news. „რა მოხდა და რატომ“ - ფაქტების შეჯერება და დასკვნის გამოტანა - ანალიზია. ხოლო ის, თუ რას ვფიქრობ მე ან კონკრეტული პირი მომხდარის შესახებ, ეს უკვე თვალსაზრისია, მოსაზრებაა, იგივე „ოფინიონი“.

„ოფინიონის“ ყველაზე გავრცელებული ფორმები ბეჭდურ მედიაში სარედაქციო წერილი, იგივე ედიტორიალი, თვალსაზრისი, ესე, ოპ-ედი, სტუმრის მოსაზრება, მოსაზრების სვეტია (Column); რედაქცია ხშირად მიმართავს ედიტორიალს, რომლის ავტორები მთავარი რედაქტორები და სარედაქციო საბჭოს წამყვანი წევრები არიან; მისი მიზანია აუდიტორიას კონკრეტული მოვლენის, ფაქტის ან პრობლემის შესახებ სუბიექტური მოსაზრება შესთავაზოს და კონკრეტული ქცევისკენ განაწყობს, იქნება ეს გარკვეული აზრის ჩამოყალიბება თუ რომელიმე კანდიდატის მხარდაჭერა არჩევნებში. ედიტორიალი სუბიექტურია, მაგრამ არგუმენტები ფაქტებს ეყრდნობა, მათი ერთობლიობა ავტორისთვის ხელსაყრელ პოზიციას ამყარებს. მიუხედავად იმისა, რომ ედიტორიალს ზოგჯერ ერთი ავტორიც ჰყავს (მაგალითად, ნიუ იორკ ტაიმსი აქვეყნებს ედიტორიალებს როგორც სარედაქციო საბჭოს - Editorial Board-ის, ასევე კონკრეტული ავტორის ხელმოწერით)

გადაწყვეტილება და პოზიცია ჯგუფურია და ედიტორიალსაც გაზეთში განცალკევებული ადგილი აქვს, რაც ემსახურება იმ ალქმის შენარჩუნებას, რომ ის წარმოადგენს რედაქციის შეხედულებას და ახალი ამბებისგან განსხვავებით, მოსაზრებაზეა დაფუძნებული;

ინგლისურენოვან პრესაში, როგორც წესი, ედიტორიალებს წერდნენ არა რეპორტიორები, არამედ ის პირები, რომლებსაც ჰქონდათ მეტი გამოცდილება და, შესაბამისად, მეტი ნდობა. საზოგადოებაზე გავლენის და ზემოქმედების მოსახდენად ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერი იარაღი, ახალი ამბებისგან განსხვავებით, სწორედ მოსაზრების გვერდებია. ასეთი ფორმის გამოყენებით მედია ლეგიტიმურად ცდილობს, გავლენა მოახდინოს პოლიტიკური სისტემის დღის წესრიგზე და გადაწყვეტილებებზე არამარტო ცალკეული საკითხებისა და პოლიტიკური აქტორების შესახებ მოსაზრების მკაფიოდ დაფიქსირებით, არამედ პრობლემებისა და პოლიტიკური მოვლენებისთვის აქტუალობის მინიჭებით, მათი ფორმირებით და რედაქციის პოზიციის შესაბამისი ინტერპრეტირებით. სარედაქციო წერილებში მასმედიის საშუალებები არა მხოლოდ აქტუალურ ამოცანებს აყენებენ წინა პლანზე, არამედ მათ ასევე შეუძლიათ მიანიჭონ გარკვეული შესაბამისობა სხვადასხვა საკითხს და მოვლენას დეტალებზე, ამბის მონაწილეებზე ან პრობლემის მასშტაბურობაზე მეტი ხაზგასმით. ასეთი აქცენტის დასმის შესაძლებლობა უკვე მიუთითებს ავტორის მოსაზრებაზე და ტოვებს ინტერპრეტირების საშუალებას.

სვეტისთვის, ედიტორიალისგან განსხვავებით, დამახასიათებელია მცირე მოცულობა, მასალის მიწოდების ემოციური და მკვეთრად გამოხატული სუბიექტური სტილი. აქ განმსაზღვრელია ავტორის პოზიცია, მისი თვალთ დახაზული მოვლენა ან პრობლემა. თემატური მრავალფეროვნების მიხედვით, საავტორო სვეტი შესაძლოა იყოს ფილოსოფიური, სოციალურ-პოლიტიკური, მოვლენის ამსახველი; მისი ყველაზე გავრცელებული ფორმებია რედაქტორის სვეტი, მოსაზრების სვეტი, რჩევების სვეტი და თემატური სვეტი. რაც მთავარია, ის აუცილებლად გამოხატავს მოვლენისა თუ ფაქტის ავტორისეულ ხედვას. საავტორო სვეტში სწორედ ავტორის მიერ სუბიექტურ პრიზმაში დახაზული მოვლენა გამოდის წინა პლანზე და არა უბრალოდ ფაქტების შეჯერება და კონსტატაცია.

ოპ-ედი, როგორც სახეობა, ასევე მოსაზრების ყველაზე ხშირად გამოყენებული ფორმაა. მას ერთი კონკრეტული ავტორი ჰყავს და შეიძლება ეს ავტორი არ იყოს მედიასაშუალების თანამშრომელი. უფრო ხშირად ოპ-ედს მონვეული ავტორები წერენ და ამ ფორმის სახელწოდებაც მისი დანიშნულებიდან გამომდინარეობს - op-ed, ანუ opposite of

the editorial page (სარედაქციო გვერდის მოპირდაპირედ); ეს სახელი განსაზღვრავს ბეჭდურ გამოცემაში ამ ფორმის განთავსების ადგილსაც და დანიშნულებასაც - ის, როგორც წესი, ედიტორიალის საპირისპირო გვერდზე იბეჭდებოდა და ასევე ედიტორიალში წარმოდგენილი მოსაზრების საპირისპირო არგუმენტებს წარმოაჩენდა.

ამ ტიპის ანალიტიკურ ფორმებს, როგორც წესი, აქვს:

- სათაური, შესავალი, შინაარსი და შეჯამება, ისევე, როგორც ახალი ამბების შეტყობინებას, რეპორტაჟს ან ესეს

- პრობლემის/საკითხის ახსნა

- საწინააღმდეგო მოსაზრებისა და თვალსაზრისის მიმოხილვა

- მწერლის/ავტორის მოსაზრებების პუნქტობრივად გადმოცემა მოცემულ პრობლემასთან დაკავშირებით

- გადაჭრის ალტერნატიული გზების შეთავაზება

- მოკლე და კონკრეტული შეჯამება, რომელიც ავტორის მოსაზრებას დამაჯერებლად ამყარებს.

ამ ზოგადი წესების არსებობა პუბლიცისტური შინაარსის თითქმის ყველა მედიატექსტს ეხება, მათ შორის იმ სინთეზურ ფორმას, რომელსაც ემპირიული დაკვირვება აჩვენებს: ედიტორიალი და სვეტი, მოსაზრების გამომხატველი ფორმები, რომლებმაც ათწლეულების განმავლობაში თავი საგაზეთო ფურცლებზე დაიმკვიდრა, დღეს ბეჭდური ფორმით, ძირითადად, გამოცემების ონლაინგვერდებზე გვხვდება. სატელევიზიო მედიაში კი ის მთლიანად ახალი ფორმით ინაცვლებს და პოლიტიკური მიმომხილველების, ანალიტიკური გადაცემების წამყვანების მონოლოგის სახით გვევლინება.

დასკვნა

თანამედროვე სატელევიზიო მედიაში მონოლოგი ახალ ტენდენციას ამკვიდრებს - ეს არის ედიტორიალის (სარედაქციო წერილის) და საავტორო სვეტის (ან მოსაზრების სვეტის) ერთგვარი სინთეზი, რადგან ერთდროულად გამოხატავს როგორც რედაქციის (შემოქმედებითი ჯგუფის) პოზიციას, თანხედრაშია მთელი სატელევიზიო არხის სარედაქციო პოლიტიკასთან და ამავდროულად, მკვეთრად ინდივიდუალისტურია და კონკრეტული წამყვანის (ტელეპერსონის) სუბიექტურ თვალთახედვას გვთავაზობს მიმდინარე მოვლენების შესახებ. სწორედ მონოლოგი-შესავალი არის ანალიტიკური ჟანრების, თვალსაზრისზე დაფუძნებული სახეობების ერთგვარი სინთეზი, რაც ადასტურებს

სხვადასხვა დროს მედიის შესწავლით დაინტერესებულ მეცნიერთა შრომებში გამოთქმულ ვარაუდს, რომ ჟანრების საზღვრები სულ უფრო ბუნდოვანი ხდება და სახეზეა მათი ერთგვარი შერწყმა, დიფუზია. წლებთან ერთად ჟურნალისტიკა არა ახალ ამბებზე დაფუძნებული, არამედ მოსაზრებებზე დაფუძნებული გახდა, ბეჭდურმა და სატელევიზიო მედიამ ამბების მიწოდების სუბიექტური, არგუმენტირებული და სასაუბრო სტილი აირჩია. ამისთვის კი საუკეთესო ფორმად იქცა ანალიტიკური ჟურნალისტიკა, რომლებმაც თავისებური ტრანსფორმაცია განიცადა და თანამედროვე სატელევიზიო სივრცეში საავტორო სვეტის და ედიტორიალის ერთგვარი სინთეზი მივიღეთ, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს მოსაზრებას თანამედროვე მედიაში ჟურნალისტიკის ჟანრების საზღვრების არასტაბილურობაზე.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. გერსამია, მ. „ელემენტარული ნაწილაკები ჟურნალისტიკაში“. სახელმძღვანელო, თბილისი, 2011
2. გერსამია, მ. თანამედროვე საგაზეთო სტატიის სახეები, ედიტორიალი და ოპ-ედი, შრომების კრებული ჟურნალისტური ძიებანი, XII, თბილისი, 2009
3. მაღალურაძე, თ. ახალი ამბების და ანალიტიკური ჟურნალისტიკა, სტუ, 2017
4. ოსეფაშვილი, დ. პუბლიცისტის ჟანრთა ტრანსფორმაცია თანამედროვე ქართული პრესის მიხედვით, ნიგნი, თბილისი, 2004
5. Another Tutorial By:: Alan Weintraut | PDF | Essays | Newspapers. (n.d.). Scribd. Retrieved April 8, 2024
6. Firmstone, J. (2019, March 26). Editorial Journalism and Newspapers' Editorial Opinions. Oxford Research Encyclopedia of Communication. Retrieved 8 Apr. 2024
7. Le, Élisabeth, Editorials and the Power of Media: Interweaving of socio-cultural identities (Discourse Approaches to Politics, Society and Culture)
8. Fortunato, John A. Making Media Content, New York, Routledge, 2005
9. Hullock, S. M. Editorial and opinion: The dwindling marketplace of ideas in today's news, Westport, CT: Praeger, 2007
10. Kavanagh, J., Marcellino, W., Blake, J. S., Smith, S., Davenport, S., & Tebeka, M. G. (2019). News in a Digital Age: Comparing the Presentation of News Information over Time and Across Media Platforms.