

მიაჯ კოხაძე
ხატუნა მაისაშვილი

მედიისა და უმჯობესების
სწავლის მეთოდები



**მედიისა და კომუნიკაციის
კვლევის მეთოდები**

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი

მაია ტორაძე
ხათუნა მაისაშვილი

მედიისა და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები

*სახელმძღვანელო უმაღლესი
სასწავლო დანესებულებებისთვის*



უნივერსიტეტის
გამომცემლობა

სახელმძღვანელო განკუთვნილია უმაღლესი სასწავლო დაწესებულებების სოციალური-პოლიტიკური და ჰუმანიტარული მიმართულებების სტუდენტებისთვის. სახელმძღვანელო მოიცავს მედიისა და კომუნიკაციების კვლევების ყველაზე თანამედროვე მიდგომებს და ავტორების მიერ შედგენილ მეთოდურ ნაწილს: სავარჯიშოებსა და დავალებებს.

რეცენზენტები: დოქტორი **მარინა მუსხელიშვილი**
დოქტორი **ელდარ იბერი**

გამოცემულია ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის საუნივერსიტეტო საგამომცემლო საბჭოს გადაწყვეტილებით.

© ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2019
ISBN 978-9941-13-842-3 (pdf)

სარჩევი

წინათემა	7
ნაწილი პირველი	
თავი 1	
მეცნიერება და კვლევა	11
თავი 2	
მედიისა და კომუნიკაციათმცოდნეობის კვლევები: რას ვიკვლევთ? რა შეგვიძლია ვიკვლიოთ? რატომ ვიკვლევთ?	17
თავი 3	
მიდგომები მედიისა და კომუნიკაციის კვლევებში	24
ნაწილი მეორე	
თავი 4	
ჟანრული, ანუ დისკურსული ანალიზი – ტექსტები როგორც კვლევის საგანი	26
თავი 5	
სემიოლოგიური ანალიზი, როგორც ანალიტიკური მიდგომა	35
თავი 6	
რიტორიკული ანალიზი, როგორც ანალიტიკური მიდგომა	65
თავი 7	
იდეოლოგიური კრიტიციზმი, როგორც ანალიტიკური მიდგომა	99
ნაწილი მესამე	
თავი 8	
კვლევის ელემენტები	116

ნაწილი მეოთხე

თავი 9

კონტენტანალიზი, როგორც საკვლევე ტექნიკა 156

თავი 10

ინტერვიუ, როგორც საკვლევე ტექნიკა 175

თავი 11

შემთხვევის ანალიზი – კონკრეტული

მაგალითის შესწავლა 185

ნაწილი მეხუთე

მეთოდური ნაწილი

სემიოლოგიური სავარჯიშოს ნიმუში 204

ბოლოთქმა 262

გამოყენებული ლიტერატურა 263

მადლობა

ავტორები საგანგებო მადლიერებას გამოთქვამენ თსუ-ის სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის პროფესორის, აკადემიური დოქტორის მარინა მუსხელიშვილისა და ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორის ელდარ იბერის მიმართ, რომელთა რჩევებმა და რეკომენდაციებმა კრიტიკულად შეგვახედა ჩვენი ნაშრომისთვის და სახელმძღვანელოს სასწავლო ღირებულება ფასდაუდებლად აამაღლა.

ასევე მადლობას ვუხდით თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტისა და საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტის ყველა იმ სტუდენტს, რომელთა მონაწილეობითაც იხვეწებოდა ამ სახელმძღვანელოში მოცემული სავარჯიშოები და დავალებები.

საგანგებო მადლობა:

პოლიტიკის მეცნიერებათა, კომუნიკაციათმცოდნეობისა და ფსიქოლოგიის მაგისტრს (მიუნსთერის ვილჰელმის უნივერსიტეტი, გერმანია) მაია გოგოლაძეს, რომელმაც თავაზიანად დაგვრთო ნება, გამოგვეყენებინა მის მიერ გერმანული პრესიდან შესრულებული თარგმანები.

წინათქმა

წინამდებარე წიგნი წარმოადგენს სახელმძღვანელოს უმაღლესი სასწავლებლების იმ სტუდენტებისთვის, რომლებიც შეისწავლიან მედიასა და კომუნიკაციათმცოდნეობას. ცნება „მედიაში“ ვგულისხმობთ არა მხოლოდ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, არამედ იმ მედიუმების ერთობლიობასაც, რომლებიც თავიანთი ბუნებით „პოსტმასობრივი“ მედიის პროდუქტები არიან. კომუნიკაციათმცოდნეობას კი განვიხილავთ, როგორც მნიშვნელობის მქონე ინფორმაციის გადაცემის პროცესს, რომლის ძირითად კომპონენტად შეგნებულად გამოვყოფთ შეტყობინებას და მასში ჩადებულ მნიშვნელობებს.

სწავლების რომელი საფეხურისთვის არის განკუთვნილი ეს სახელმძღვანელო?

უპირველეს სამიზნე აუდიტორიად დავსახეთ მაგისტრატურის საფეხურის სტუდენტები, და სახელმძღვანელოს შინაარსიც თავისი კომპლექსურობით – როგორც თეორიული, ისე პრაქტიკულ-მეთოდოლოგიური ნაწილი – სწორედ ერთიან სამაგისტრო სასწავლო კურსს მივუსადაგეთ. თუმცა რამდენიმე ჩვენი კოლეგისგან, რომლებიც სახელმძღვანელოს შინაარსის განვითარებას თვალს ადევნებდნენ, მოვისმინეთ რჩევები, რომ ამ წიგნში შესული ზოგიერთი ნაწილი გამოსადეგი იქნებოდა სწავლების საბაკალავრო საფეხურისთვისაც – შესაბამისი მომიჯნავე სასწავლო კურსების ფარგლებში.

იმ გარემოების გათვალისწინებით კი, რომ მედია და კომუნიკაციათმცოდნეობა თანამედროვე გაგებით ინტერდისციპლინური დარგებია, სახელმძღვანელო კარგი შენაძენი იქნება იმ სტუდენტ-

ტებისთვისაც, რომლებიც ეუფლებიან პოლიტიკის მეცნიერებას, სოციოლოგიას, ენათმეცნიერების სოციალურ და კულტურულ ასპექტებს და სხვ.

რა არის ახალი ამ წიგნში?

უპირველესად – მედიისა და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდის რეკონცეპტუალიზაცია; ავტორები კვლევის მეთოდს განვიხილავთ, როგორც მსოფლმხედველობრივი მიდგომისა და საკვლევე ოპერაციების/პროცედურების ერთობლიობას. სახელმძღვანელოში გაერთიანებულია მედიისა და კომუნიკაციის შესახებ სწავლებების კონცეპტუალური, ოპერაციული და გამოყენებითი ასპექტები, ანუ ერთ სასწავლო კურსში ეფექტურად გამოიცდება მთელი ის პროფესიული ცოდნა, რომელიც სტუდენტმა უმაღლეს სასწავლებელში სწავლისას დააგროვა.

ამ სახელმძღვანელოში შემოგთავაზებთ შემდეგი მიდგომების განხილვას: სემიოლოგიური ანალიზი, რიტორიკული ანალიზი, იდეოლოგიური ანალიზი თავიანთი განშტოებებით და ნიშანდობლივებით; ანუ იმ თეორიულ ჩარჩოებს, რომელთა ფარგლებშიც შესაძლებელია მედიისა და კომუნიკაციის პროდუქტების კრიტიკული განხილვა.

საკვლევ ოპერაციულ ტექნიკებს შორის განსაკუთრებული ყურადღება დავუთმეთ კონტენტანალიზს და მის ნაირსახეობებს, ინტერვიუსა და მის ქვესახეობებს, ასევე კონკრეტული შემთხვევის ანალიზს, ე.წ. **case study**. ამ საკვლევ სისტემატიზებული პროცედურების არჩევანი, უპირველესად, განაპირობა მედიისა და კომუნიკაციათმცოდნეობის ტექსტების ანალიზის პრიორიტეტმა, რაც წარმოადგენს კიდევ ამ სახელმძღვანელოს სპეციფიკას.

ცალკე თავი ეთმობა კვლევის ძირითად ელემენტებს.

კონცეპტუალურად სახელმძღვანელო იყოფა ორ ნაწილად: ა) თეორიულ ნაწილად და ბ) მეთოდურ ნაწილად; ეს უკანასკნელი მოიცავს: დავალებებს, ტექნიკურ ინსტრუქციებს დავალებების შესასრულებლად, ავტორების მიერ შედგენილ სავარჯიშოებს და კვლევების ცალკეული ეტაპების პროცედურების ნიმუშებს.

ნაწილი პირველი

თავი 1

მეცნიერება და კვლევა

კვლევა – რაობა და ნიშან-თვისებები

ამ თავში რამდენიმე მნიშვნელოვან შეკითხვას უნდა გავცეთ პასუხი. ეს შეკითხვები ბუნებრივად უჩნდება ყველა დამწყებ მკვლევარს:

- რა არის კვლევა?
- ჰგავს თუ არა ერთმანეთს ყველა ტიპის კვლევითი პროცესი?
- რით ჰგავს და რა განასხვავებს სხვადასხვა ტიპის კვლევებს ერთმანეთისგან?
- თეორიული ველის რა არეალს მოიცავს მედიისა და კომუნიკაციის პროცესის კვლევები?
- რა განსაკუთრებული ნიშან-თვისებები აქვს მედიისა და კომუნიკაციათმცოდნეობის ველში განხორციელებულ კვლევებს?

პასუხები ყველა ამ შეკითხვაზე არსებობს, თუმცა არა ცალსახა და მარტივი. სწორედ ამიტომ ვწერთ ამ წიგნს, რომ შეძლებისდაგვარად ამომწურავი – ყოველ შემთხვევაში, დამაკმაყოფილებელი მაინც, – პასუხი გავცეთ ახალგაზრდა მკვლევარების შეკითხვებს.

კვლევა არის რაიმე ახლის აღმოჩენის მცდელობა, და კვლევა არის ოპერაციული პროცესი ამ ახლის აღმოსაჩენად. სამეცნიერო-კვლევით საქმიანობას ერთადერთი მიზანი აქვს: ახალი სამეცნიერო

რო ცოდნის შექმნა და მიღება. რეალობის შესახებ არსებული თუ მოპოვებული ობიექტური ცოდნა სწორედ მეცნიერული კვლევის პროცესში გამოიშუშავდება, თეორიულ სისტემაში ლაგდება და აიხსნება. ქართულ და რუსულ ენებში სიტყვები „კვლევა“ და „исследование“ ერთი ფუძისანი არიან – წარმოდგებიან სიტყვიდან „კვალი“ (რუს. „след“) და აღნიშნავენ განსაზღვრული ფენომენის კვალდაკვალ მიდევნებას, ამ ფენომენის ბუნების დადგენას, მისი მდგომარეობის შესწავლასა და ანალიზს სხვადასხვა გარემოებებში. სან ფრანცისკოს უნივერსიტეტის პროფესორ-ემერიტუსი არტურ ასა ბერგერი ინგლისურენოვანი „research“-ის განსაზღვრებისას მიუთითებს მის ლათინურ ძირზე: კვლევა აღნიშნავს „რაღაცის ძიებასა და აღმოჩენას; იგი წარმოდგება ლათინური სიტყვა-კომპოზიტიდან: re- (ხელახლა, განმეორებით, კიდევ ერთხელ) და cercier (ძებნა, ძიება). იქმნება ჯაჭვი: კვლევა გულისხმობს ინფორმაციის მოძიება/მოძებნას რაღაცის შესახებ, ინფორმაციის მოძიება და მისი სისტემატიზება რაღაც ახლის აღმოჩენით სრულდება, ახლის აღმოჩენა ახალ ცოდნას ქმნის, ახალ ცოდნას კი ახალი თეორია და პრაქტიკა მოაქვს შედეგად.

იგივე ბერგერი თავის პოპულარულ სახელმძღვანელოში „მედიისა და კომუნიკაციის კვლევების მეთოდები“ (Berger, A. A., *Media and Communication Research Methods*, SAGE, 2010) შესავალშივე „აშინაურებს“ სტუდენტებისთვის ცნებას „კვლევა“. იგი ავლებს პარალელს ყოველდღიურ ყოფით კვლევასა და სამეცნიერო კვლევას შორის და გამოჰყოფს ერთი თანრიგის პოლარულად განსხვავებულ ნიშან-თვისებებს. ბერგერის აზრით, ყოველდღიური კვლევა ინტუიციურია, საღ აზრზე დაფუძნებული, ერთი კონკრეტული შემთხვევით განპირობებული, ერთი კონკრეტული მომენტის საჭიროებით აღძრული, შერჩევითი, ხატოვანი აზროვნებით ნაკარნახევი, მიმართული პერსონალური გადაწყვეტილების მიღებისკენ. რაც შეეხება მეცნიერულ კვლევას, მის მახასიათებლებს ბერგერი ამგვარად აყალიბებს: მეცნიერული კვლევა თეორიაზე და-

ფუძნებული, სტრუქტურირებულია, სისტემატიზებული, დაგეგმილი, ობიექტური, ემპირიულ-ლოგიკური და მიმართულია რეალობის შეცნობისკენ (Berger, 2010: 18).

ჩვენი აზრით, ბერგერის მიერ გამოყოფილი ეს მახასიათებლები განსაზღვრულ ინტერპრეტაციას საჭიროებს. ნიშანდობლივი განსხვავებები ყოფით კვლევასა და მეცნიერულ კვლევას შორის თვალნათელია, მაგრამ რა ზოგადი ბუნებისაა განსხვავება? პასუხი ცალსახაა – მეთოდოლოგიური. მეთოდოლოგია ამ შემთხვევაში გულისხმობს მსოფლმხედველობრივი მიდგომისა და საკვლევ ტექნიკის სინთეზს. სწორედ მეთოდოლოგიაა ის საერთო საფუძველი, რომელსაც ეყრდნობა ყველა კვლევა, რაოდენ სპეციფიკურიც უნდა იყოს იგი.

მეცნიერული კვლევა ნიშნავს მომავალში გახედვას, მომავლის განჭვრეტას არსებულ ცოდნაზე დაყრდნობით. ყველაზე ახალბედა და გამოუცდელმა მკვლევარმაც კი იცის, რომ იდეის განვითარება ჩანაფიქრიდან ამოცანის გადანყვეტამდე ხორციელდება დაგეგმილად, გეგმაზომიერად, მანამდე არსებული ცოდნის სწორი გამოყენებით, ვინაიდან მეცნიერებას განგრძობითი და მემკვიდრეობითი ხასიათი აქვს. მეცნიერულ ნაშრომს სწორედ ის გარემოება განასხვავებს პოლიტიკური ან სხვა დისკურსის ნაშრომებისგან, რომ მასში გადმოცემული ცოდნა ემპირიულ-ლოგიკურია, არასტატიკური და ექვემდებარება განვითარებას, მიღებას ან უარყოფას.

მეცნიერული კვლევა ნიშნავს ობიექტურ კვლევას. დაუშვებელია ფაქტების უგულვებელყოფა მხოლოდ იმიტომ, რომ მკვლევარს ან მათი ახსნა უჭირს, ან ვერ პოულობს გზას მათი პრაქტიკული გამოყენებისთვის. მკვლევარმა კვლევასთან, საკვლევ საკითხთან დაკავშირებულ ყველა ფაქტს, მოვლენას, ფენომენს თანაბარი შესაძლებლობა უნდა მისცეს, განხილულ იქნან ერთი მეთოდოლოგიით, ანუ ერთი მიდგომითა და ტექნიკით.

მეცნიერულ კვლევას თავისი განსაკუთრებული ჭეშმარიტებითი ასპექტები აქვს. კვლევაში დაუშვებელია ჭეშმარიტებად მივიღოთ ისეთი გარემოებები, რომლებიც ბუნდოვანია და ექვემდებარება ემპირიულ დაკვირვებას, მაგრამ კანონზომიერებას არ ემორჩილება. კვლევა სწორედ ამგვარი მოვლენების კანონზომიერებით აღგორითმში მოქცევას ისახავს მიზნად.

მეცნიერული კვლევა და სხვა კვლევითი პარადიგმები

ჩემი პირადი გამოცდილებით, უნივერსიტეტებსა და სხვა უმაღლეს სასწავლებლებში, რომლებშიც განვითარებულია აკადემიური წერის სწავლების მეთოდები, განსაკუთრებით – აკადემიური და საკვალიფიკაციო ნაშრომების ჟანრობრივი სტრუქტურის სწავლება, სტუდენტებს უჩნდებათ კიდევ ერთი, სრულიად ლოგიკური შეკითხვა: ჩვენთვის ცხადია, რითი განსხვავდება მეცნიერული კვლევა ყოფითი კვლევისგან, მაგრამ რით განსხვავდება [სოციალური მეცნიერებების] აკადემიური სამეცნიერო კვლევა პოლიტიკის ანალიზისგან, პოლიტიკის კვლევისგან, კლასიკური დაგეგმვისგან, საჯარო ადმინისტრირების სფეროში ჩატარებული კვლევებისგან, ჟურნალისტური კვლევისგან?

ამ შემთხვევაში პასუხი ბევრად უფრო რთულია, თუმცა არა შეუძლებელი. სირთულე განპირობებულია ობიექტური გარემოებებით – თითოეული ეს პარადიგმა თითქმის მსგავს საკვლევ მეთოდებს იყენებს თითოეული მათგანი ობიექტურობაზე აცხადებს პრეტენზიას, რაც იმას ნიშნავს, რომ მეთოდოლოგია ამ შემთხვევაში ვერ გამოგვადგება იმ საზომად, რა საზომის ფუნქციაც მან ყოფითი და სამეცნიერო კვლევების გამიჯვნის შემთხვევაში შეასრულა. ეს პარადიგმები ასპექტებითაც ძალიან ჰგვანან სამეცნიერო კვლევას. მათ წიაღში შესრულებულ ნაშრომებს ისევე ახასიათებთ კონცეპტუალური, პრაქტიკული და გამოყენებითი ასპექტები, როგორც მეცნიერულ კვლევას. მაგალითად, საზოგადოებრივი აზრის

კვლევებისას გამოყენებული მეთოდოლოგიური ინსტრუმენტარული სრულიად შეესაბამება მეცნიერული კვლევებისას გამოყენებულ ინსტრუმენტებს, მაგრამ საზოგადოებრივი აზრის ყველაზე უფრო მასშტაბური და ამომწურავი, მეთოდოლოგიურად ყველაზე უნაკლო კვლევაა კი ვერ გამოდგება მეცნიერული კვლევის მაგალითად. სამეცნიერო ნაშრომი შეიძლება დაეყრდნოს ამგვარ კვლევებს; სამეცნიერო ნაშრომმა შეიძლება გამოიყენოს ამგვარი სოციოლოგიური კვლევის ცალკეული მონაკვეთები, როგორც მორეული.

მაშ, რა კრიტერიუმებით შეგვიძლია, გავმიჯნოთ ეს პარადიგმები ერთმანეთისგან? ჩემი აზრით, ყველაზე უფრო რაციონალურ სქემას იმ შემთხვევაში მივიღებთ, თუ აკადემიურ სამეცნიერო კვლევას, პოლიტიკის ანალიზს, კლასიკურ დაგეგმვას, საჯარო ადმინისტრირებასა და ჟურნალისტიკას რამდენიმე კრიტერიუმის მიხედვით განვიხილავთ: (1) განზრახვითობა (ძირითადი ამოცანა); (2) ვინ არის „კლიენტი“; (3) ზოგადი სტილი; (4) დროითი ჩარჩოები.

თვალსაჩინო მაგალითისთვის სტუდენტებს ყოველთვის ვთავაზობდი აკადემიური კვლევისა და ჟურნალისტური კვლევის შედარებას ამ ოთხი მახასიათებლის მიხედვით. ჟურნალისტიკას ვირჩევდით მხოლოდ იმ მოსაზრებით, რომ სტუდენტურ აუდიტორიაში მომავალი მედიის სპეციალისტები ისხდნენ.

სოციალური/კულტურული/მედიური მეცნიერებების ველში ჩატარებული აკადემიური კვლევის ძირითადი ამოცანა მდგომარეობს იმ ახალი თეორიების შექმნაში, რომელთა მიზანიც არის საზოგადოებისა და საზოგადოებრივი ინსტიტუციების უკეთ გაგება; ჟურნალისტური კვლევის მიზანი არის საზოგადოებრივი ყურადღების ფოკუსირება, მიმართვა კონკრეტულ სოციალურ პრობლემაზე, საკითხზე.

მეცნიერული კვლევის „კლიენტი“ სამეცნიერო თანამეგობრობაა, სხვა მეცნიერები და მკვლევრები არიან, რომლებიც კვლევის ავტორის თანაბრად ემსახურებიან „ჭეშმარიტების დადგენას“, ანუ ჭეშმარიტებას იმ გაგებით, რა გაგებითაც მას პარადიგმა განსაზღვრავს. ჟურნალისტებისთვის კლიენტი, ზოგადად, საზოგადოებაა (მიმღები აუდიტორია/სამიზნე აუდიტორია/მყიდველი აუდიტორია და ა. შ.).

ზოგადი სტილის მიხედვით, აკადემიური სამეცნიერო კვლევა იყენებს ზუსტ მეთოდოლოგიას თეორიების ჩამოსაყალიბებლად და გამოსაცდელად, ჟურნალისტური კვლევა კი უფრო მეტად აღწერილობითი ბუნებისაა, ანალიტიკურ სიღრმეს მოკლებული.

ეს ორი კვლევა დროითი განზომილებითაც განსხვავდება ერთმანეთისგან: თუკი მეცნიერულ კვლევას დროითი შეზღუდვები, ფაქტობრივად, არ გააჩნია, ჟურნალისტური კვლევა საჯარო უნდა გახდეს იმ კონკრეტულ მომენტში, როცა საკითხი აქტუალურია.

ამავე სქემით შეიძლება შევადაროთ ერთმანეთს აკადემიური კვლევა და პოლიტიკის ანალიზი; აკადემიური კვლევა და კლასიკური დაგეგმვა და ა. შ.

თავი 2

მედიისა და კომუნიკაციათმცოდნეობის კვლევები: რას ვიკვლევთ? რა შეგვიძლია ვიკვლიოთ? რატომ ვიკვლევთ?

ნიგნის ამ თავის მიზანია ტოტალური დაზვერვა იმ ველზე, რომელსაც მედიისა და კომუნიკაციათმცოდნეობის დარგი ჰქვია; დაზვერვის ამოცანაა მთელი დარგის „ტოპოგრაფიული რუკის“ შედგენა, რათა ახალგაზრდა მკვლევარმა ადვილად გაიგნოს გზა საკმაოდ რთულ შინაარსობრივ რელიეფზე.

სტუდენტებს, რომლებიც მედიისა და კომუნიკაციათმცოდნეობის კვლევის მეთოდებს ჟურნალისტიკისა და მასკომუნიკაციის სწავლების საბაკალავრო საფეხურის შემდეგ გადიან, უფრო უადვილდებათ საკვლევე ველის აღქმა, თუმცა ჩვენი სახელმძღვანელოს მიზანი არ არის მხოლოდ ახალი, უფრო ზედა საფეხურის შექმნა მედიის სპეციალისტებისთვის, – წინამდებარე კურსი თანაბრად გასაგები უნდა იყოს ყველა იმ სტუდენტისთვის, რომელმაც „მედიისა და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები“ აირჩია. სწორედ ამიტომ, ცალკე თავად შემოგვაქვს იმ მეცნიერული პარადიგმების განხილვა, რომელში მუშაობაც მოუწევთ ახალგაზრდა მკვლევრებს, მიუხედავად მათი პირველადი განათლებისა.

კომუნიკაციათმცოდნეობა: პროცესის სკოლა და მნიშვნელობის სკოლა

ჯონ ფისკი წიგნში „შესავალი კომუნიკაციათმცოდნეობაში“ (Fiske:2012) შესავალშივე წერს, რომ კომუნიკაცია ადამიანის საქმიანობათაგან ერთ-ერთია, რომელსაც ყველა აღიარებს, მაგრამ ცოტას თუ შეუძლია მისი განსაზღვრება კმარად და დამაკმაყოფი-

ლებლად. კომუნიკაციად განიხილება – ავტოკომუნიკაცია (ინტრაპერსონალური კომუნიკაცია, რაიმეს აღქმა, განსჯა, შეფასება საკუთარ თავში); ერთმანეთთან საუბარი (ინტერპერსონალური კომუნიკაცია), ურთიერთობა ჯგუფს შიგნით (ჯგუფური კომუნიკაცია), ინფორმაციის გაცვლა-გავრცელება მასობრივი საშუალებებით, ლიტერატურული კრიტიკა, რეცენზირება – ჩამონათვალი უსასრულოა. ასევე უსასრულოა იმ მედიურ თუ საკომუნიკაციო პლატფორმათა ჩამონათვალი, რომელშიც კომუნიკაციის ტიპების ეს პირამიდა მოქმედებს: აუდიტორიული ურთიერთობა, დიპლომატიური მოლაპარაკებები, სიტყვით გამოსვლა საჯაროდ, ბეჭდური თუ ელექტრონული მედიის გამოყენება – ინფორმაციის გასავრცელებლად თუ რაიმე პროდუქტის, სერვისის ან საკითხის პოპულარიზაციისთვის, სოციალური მედია და მისი ნაირსახეობა, სოციალური ქსელები, ქსელური ან ვიდეო თამაშები... საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები იმდენად სწრაფად ვითარდება, რომ ეს ჩამონათვალი, შესაძლოა, სულ რამდენიმე თვეში გამდიდრდეს ახალ-ახალი პლატფორმებით. ასევე მრავალფეროვანია კომუნიკაციის ტიპები შეტყობინების ბუნების თვალსაზრისით – რა შეტყობინება გადაიცემა კომუნიკაციის პროცესში: არავერბალური თუ ვერბალური, ჟესტებით თუ ტექსტური სახით?

სწორედ ეს უსასრულობა გახლავთ ის დაბრკოლება (კომუნიკაციათმცოდნეობის „შესასწავლი საგნის“ დადგენის თვალსაზრისით), რომელსაც აკადემიური წრის წარმომადგენლები აწყდებიან: შეიძლება თუ არა – ან რამდენად შეიძლება – ტერმინი „შესწავლის საგანი“ მოვარგოთ ადამიანური კომუნიკაციის მრავალსახოვან და მრავალფეროვან ბუნებას? ან რამდენად შესაძლებელია სახის გამომეტყველებისა თუ მიმიკების შესწავლის დაკავშირება ლიტერატურულ კრიტიკასთან? და როცა ჯონ ფისკი ამ გარემოებებზე მიუთითებს, იგი ასკვნის: ეს საფუძველს ქმნის დასკვნისთვის, რომ კომუნიკაცია არ არის „საგანი“ ამ სიტყვის აკადემიური გაგებით, არამედ წარმოადგენს მეცნიერების, სწავლულობის ინტერდის-

ციპლინურ არეალს. კომუნიკაცია ექვემდებარება შესწავლას, მაგრამ მის ყოველმხრივ შესასაწავლად ჩვენ გვესაჭიროება რამდენიმე დისციპლინური მიდგომა.

არსებობს კომუნიკაციათმცოდნეობის ორი ძირითადი სკოლა: პირველი მათგანი კომუნიკაციას განიხილავს, როგორც შეტყობინებების გადაცემას, ანუ პროცესს, რომელშიც ჩართულები არიან: შეტყობინების გადამცემები და მიმღებები, რომლებიც აწარმოებენ შეტყობინებაში ჩადებული კოდებისა და ნიშნების კოდირებასა და დეკოდირებას; არხები, რომელთა მეშვეობითაც ხდება შეტყობინების გადაცემა; ასევე შეტყობინების გადაცემის სიზუსტესა და ეფექტურობას. თუკი კომუნიკაციის ეფექტი განსხვავდება დაგეგმილი ან განზრახული ეფექტისგან, ან განზრახულზე მცირეა, მაშინ ამ სკოლის მიმდევრები ამბობენ, რომ კომუნიკაცია არ შედგა და კომუნიკაციის პროცესში ეძებენ იმ ეტაპს ან რგოლს, რომელზეც მოხდა „ჩავარდნა“ კომუნიკაციაში. ამ სკოლას „პროცესის სკოლას“ უწოდებენ.

მეორე მეცნიერული სკოლა კომუნიკაციას განიხილავს, როგორც მნიშვნელობის შექმნასა და მის გაცვლას. ეს სკოლა ფოკუსირებულია ტექსტების როლზე კულტურაში. იგი იყენებს ისეთ ტერმინებს, როგორებიც არის: სიგნიფიკაცია (ნიშანდება), აღნიშვნა, აღსანიშნი და აღნიშნული, ნიშანთა სისტემა, მნიშვნელობების თანრიგები, კოდები, როგორც ნიშნებისგან შემდგარი სისტემები და სხვა. მთავარი, რაც განასხვავებს ამ სკოლას „პროცესის სკოლისგან“ არის ის, რომ კომუნიკაციის ეს ხედვა არ მიიჩნევს კომუნიკაციას შეუმდგარად მაშინაც კი, როცა კომუნიკაციის ეფექტი არ აქვს ან მოსალოდნელზე/დაგეგმილზე ნაკლები ეფექტით სრულდება; ანუ „მნიშვნელობის სკოლა“ არ აღიარებს „კომუნიკაციურ ჩავარდნებს“, არამედ მიიჩნევს, რომ კომუნიკაცია ყველა შემთხვევაში შედგა, მაგრამ ეფექტი მიღწეულ ვერ იქნა გამგზავნისა და მიმღებს შორის არსებული კულტურული განსხვავებულობის გამო. ამ სკოლის წარმომადგენლებისთვის კომუნიკაციის შესწავლა

არის ტექსტისა და კულტურის შესწავლა. მისი მთავარი მეთოდური მიდგომა არის სემიოტიკური, და სწორედ ამ მიზეზის გამო ამ სკოლას სემიოტიკურ სკოლას უწოდებენ. პროცესის სკოლა ახლოს დგას სოციოლოგიასთან, ფსიქოლოგიასთან, სხვა სოციალურ მეცნიერებებთან, ხოლო სემიოტიკური სკოლა უფრო მეტად ენათმეცნიერებას უახლოვდება. პირველი ფოკუსირებულია კომუნიკაციის აქტებზე, მეორე – შეტყობინებაზე, მის მნიშვნელობებზე.

პროცესის სკოლა „სოციალურ ინტერაქციას“ განმარტავს, როგორც პროცესს, რომლის დროსაც ერთი ადამიანი უკავშირდება სხვა ადამიანებს, მოქმედებს მათ ქცევაზე, აზრებზე ან ინვევს ემოციურ რეაქციას... სემიოტიკა კი სოციალურ ინტერაქციას განიხილავს იმგვარ ინტერაქციად, რომელში ჩართული ადამიანები განსაზღვრული საზოგადოების ან კულტურის წარმომადგენლები/წევრები არიან.

ამ ორ სკოლას განსხვავებული შეხედულება აქვს საკუთრივ შეტყობინებაზეც. პროცესის სკოლა შეტყობინებას განიხილავს იმ „რალაცად“, რაც კომუნიკაციის პროცესში გადაიცემა. ამ სკოლის მიმდევრების აზრით, განზრახვას (ინტენციას) უპირველესი მნიშვნელობა ენიჭება შეტყობინების არსის ჩამოსაყალიბებლად. გამგზავნის განზრახვა შეიძლება იყოს გაცხადებული ან განუცხადებელი, ცნობიერი ან არაცნობიერი, მაგრამ ყველა შემთხვევაში იგი უნდა იყოს ანალიზს ქვემდებარე. შეტყობინება არის ის, რასაც გამგზავნი კომუნიკაციაში დებს ნებისმიერი საშუალებით.

მეორე მხრივ, სემიოტიკისთვის, შეტყობინება არის ნიშნებისგან აგებული კონსტრუქცია, რომელიც მიმდებთან ინტერაქციის პროცესში მნიშვნელობას იძენს და/ან ქმნის. გამგზავნი, რომელიც განისაზღვრება, როგორც „შეტყობინების გადამცემი“, აქ ნაკლებად მნიშვნელოვანია. აქცენტი ინაცვლებს ტექსტზე, თუ როგორ „იკითხება“ იგი. კითხვა არის მნიშვნელობების აღმოჩენის პროცესი, რომელიც ხორციელდება, რეალიზდება მაშინ, როცა მკითხველი ინე-

ტერაქციაში შედის ან ურთიერთობს („მოლაპარაკებებს აწარმოებს“) ტექსტთან. ეს ტერმინი – „მოლაპარაკების წარმოება“ აღნიშნავს პროცესს, რომლის დროსაც მკითხველი თავისი კულტურული გამოცდილების ამა თუ იმ ასპექტს არგებს ტექსტის შემადგენელ კოდებსა და ნიშნებს. ამ მოლაპარაკებებში შედის იმის გაგებაც, რის შესახებ მოგვითხრობს ტექსტი. ჩვენ შეგვიძლია, ჩვენი თვალთ ვნახოთ, როგორ სხვადასხვაგვარად აშუქებს სხვადასხვა გაზეთი ერთსა და იმავე მოვლენას, რათა აღვიქვათ, თუ რა მნიშვნელობის არის ეს გაგება, სამყაროს ეს ხედვა, რომელსაც გაზეთები თავიანთ მკითხველებს უზიარებენ. მკითხველები, რომლებსაც ერთმანეთისგან განსხვავებული სოციალური გამოცდილება აქვთ, ან სხვადასხვა კულტურებს მიეკუთვნებიან, ერთსა და იმავე ტექსტში სხვადასხვა მნიშვნელობებს ნახავენ.

მედიის შესახებ თეორიების ძირითადი სახეობები

კომუნიკაციის არსში ჩანვდომა და პირველადი კლასიფიკაცია თავისთავად მოითხოვს საკვლევი ველის კიდევ უფრო წვრილ უზნებად დაყოფას. ერთ-ერთი მიდგომა, რომელიც მედიისა და კომუნიკაციის ველზე კიდევ ერთ ავთენტურ „სამეფოს“ ქმნის, არის მედიისა და კომუნიკაციის თეორიები. დენის მაკქუეილი წიგნში „მაკქუეილის კომუნიკაციის თეორია“ (2012) წერს: „თუ თეორიას განვმარტავთ, როგორც იდეების სისტემას, რომელიც ქმნის ფენომენს, ხსნის ქმედებას ან აყალიბებს წინაპირობებს, მაშინ შეიძლება მინიმუმ ხუთი თეორია დასახელდეს, რომლებიც აქტუალური იქნება მასობრივი კომუნიკაციისთვის“. მაკქუეილის კლასიფიკაცია შემდეგი ხუთი ტიპის თეორიას აერთიანებს; ესენია: სოციალურ-მეცნიერული, კულტურული, ნორმატიული, ოპერაციული და ყოველდღიური თეორია.

მედიის სოციალურ-მეცნიერული თეორია გვთავაზობს მასობრივი კომუნიკაციის ბუნების ზოგად ახსნას, აღწერს მის ფუნქციონირე-

ბას, ფუნქციონირების სპეციფიკას და ფუნქციონირების შედეგად მიღებულ ეფექტებს. სოციალურ-მეცნიერული თეორია თავის წიაღში აყალიბებს მასობრივი კომუნიკაციის, მათ შორის – მასმედიის, ბუნების, არსის, ფუნქციონირებისა და ეფექტების შესახებ მეცნიერულ საფუძვლებს, რომლებიც ემყარება სისტემატიზებულ და ობიექტურ დაკვირვებას მედიასა და სხვა შესაბამის წყაროებზე. ეს თეორია დიდწილად ენათესავება სოციოლოგიას, ფსიქოლოგიასა და პოლიტიკას. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მედიის სოციალურ-მეცნიერული თეორია შეისწავლის ისეთ საკითხებს, როგორებიც არის: კომუნიკაციის მოდელები, მედიაინსტიტუციები, მედიის ეფექტები, გავლენები, საზოგადოებრივი აზრი და მედია, დღის წესრიგის შექმნა მედიაში, აუდიტორიის კვლევა და სხვ.

კულტურული თეორია თავისი არსით უფრო მრავალფეროვანია. ზოგჯერ ის თავისი ფორმებით შეფასებითია და ისწრაფვის კულტურული არტეფაქტების დიფერენცირებისკენ, თვისებრიობის ზოგიერთი კრიტერიუმის მიხედვით. ამ თეორიის ფარგლებში შეისწავლება მედიური ტექსტების განზომილებები, ტექსტების კლასები, ტექსტის ასპექტები: რიტორიკა, პოეტიკა, ეროტიკა; ტექსტის სინტაგმური და პარადიგმული სტრუქტურები, შედარების თანრიგები, ტექსტური კოდები და სხვ.

თეორიის მესამე სახეობას მაკჟუეილი ნორმატიულს უწოდებს. მისი განმარტებით, ეს თეორია ორიენტირებულია იმაზე, თუ როგორ უნდა ოპერირებდეს მედია შემონმებისა და აღწერის საფუძველზე. ეს თეორია იმდენად არის მნიშვნელოვანი, რამდენადაც დიდ როლს ასრულებენ კანონისმიერი და ეთიკური განზომილებები მედიაინსტიტუციის ლეგიტიმაციასა და ჩამოყალიბებაში. ნორმატიული თეორია კონცენტრირებულია მედიის შესახებ კანონებზე, რეგულაციებზე, ეთიკის კოდექსებსა და საჯარო დებატების აუცილებლობაზე. შესაბამისად, ამა თუ იმ საზოგადოების წიაღში შექმნილი ნორმატიული თეორიები შეისწავლიან თავიანთ მედიას კანონმდებლობის, მარეგულირებელი ნორმების, მედიური

პოლიტიკის, ეთიკის კოდექსებისა და საჯარო დებატების ჭრილში. ნორმატიული თეორია შეისწავლის მედიისა და მასობრივი კომუნიკაციების სხვა ინსტიტუციების ფუნქციონირების ნორმატიულ და მარეგულირებელ საფუძვლებს განსაზღვრული სოციალური ღირებულებების სისტემაში.

მეოთხე თეორია არის ოპერაციული თეორია, რომელიც შეისწავლის იმ პრაქტიკულ იდეებს, რომლებსაც მედიისა და მასობრივი კომუნიკაციის ველის პრაქტიკოსები თავიანთი სამუშაოს შესრულებისას იყენებენ. მედიის შემთხვევაში, ოპერაციული თეორია ემსახურება გადანყვეტილებების მიღებას ისეთი ძირეული ამოცანების გადაჭრისას, როგორებიც არის: ახალი ამბების შერჩევა, სელექცია, სისტემატიზაცია, მათი განთავსების დიზაინი, ასევე რეკლამის ეფექტური დიზაინის შექმნა და ასე შემდეგ. ზოგჯერ ის შესაძლოა, ნორმატიულ თეორიასთან გადაიკვეთოს, მაგალითად, ისეთ საკითხებში, როგორებიცაა: ჟურნალისტური ეთიკა და პრაქტიკული კოდექსები.

დაბოლოს, არსებობს ყოველდღიური თეორია, რომელიც დაფუძნებულია ადამიანების მიერ მედიის ინდივიდუალური გამოყენების ცოდნაზე, ანუ ყოველდღიური თეორია აღნიშნავს ცოდნას, რომელიც თითოეულმა მედიამომხმარებელმა თავისი პირადი გამოცდილებით შეიძინა. ეს გამოცდილება კი მომხმარებელს საშუალებას აძლევს, აირჩიოს ის მედიუმი, რომელსაც იგი ყოველდღიურად კითხულობს, უსმენს, უყურებს; გაიგოს, როგორ „იკითხება“ რეალურად კონტენტი, როგორ იშიფრება მისი შინაარსი და როგორ ურჩევნია თავად მომხმარებელს, როგორ იღებს მას, რა სხვაობას აღიქვამს იგი მედიის ჟანრებს შორის.

ჩვენ მიერ მაკჟუეილის კლასიფიკაციაზე დაყრდნობით გამოყოფილი თეორიის ტიპები განსხვავებულ ტექნიკებს საჭიროებენ, როცა საქმე მათ კვლევას ეხება.

თავი 3

მიდგომები მედიისა და კომუნიკაციის კვლევებში

მედიისა და კომუნიკაციის კვლევების მეთოდის რეკონსტრუქციის ტუალიზაცია

ამ სახელმძღვანელოს ავტორები ცნებას „მეთოდი“ განვიხილავთ, როგორც მსოფლმხედველობრივი მეცნიერული მიდგომისა და საკვლევის ტექნიკის სინთეზს, მათ ერთობლიობას, რითაც კიდევ ერთხელ ხაზს ვუსვამთ იმ ველის სპეციფიკას, რომელსაც ჩვენი ნაშრომი შეეხება.

წინამდებარე სახელმძღვანელოში ცალ-ცალკე ფენომენებად განვიხილება მიდგომები და პროცედურები/ტექნიკა.

მიდგომას ვუწოდებთ იმ მსოფლმხედველობრივ და დოქტრინალურ თეორიულ ჩარჩოს, რომელშიც შევისწავლით და ვიკვლევთ მედიას – მისი რომელიმე ასპექტის მიხედვით, და, სწორედ, ეს კონკრეტული საკვლევი ასპექტები (მკვლევრის ინტერესთან ერთად) განაპირობებს მიდგომის არჩევას.

ტექნიკას კი ვუწოდებთ იმ ჩამოყალიბებულ სისტემატიზებულ მექანიზმებს, რომელთა კანონების მეშვეობითაც ვოპერირებთ ცვლადებითა და მონაცემებით არჩეული მიდგომის ფარგლებში.

მედიისა და კომუნიკაციის კვლევები – საკუთრივ მათი ბუნებიდან გამომდინარე – მრავალი მეცნიერული მიდგომის ფარგლებში ხორციელდება. მაგალითად, როცა მკვლევრის ინტერესს წარმოადგენს კონკრეტული დისკურსული ერთეულის შესწავლა და ანალიზი, მიდგომა შეიძლება იყოს სემიოლოგიური/სემიოტიკური, ხოლო საკვლევ ტექნიკად გამოვიყენოთ მედიური ტექსტის კონტენტ-ანალიზი

და/ან ჩაღრმავებული ინტერვიუები; ან: თუკი მკვლევარს აინტერესებს მედიის, როგორც სოციალურ-კულტურული ინსტიტუციის ფუნქციონირების შესწავლა, მიდგომა შეიძლება იყოს სოციოლოგიური, ხოლო საკვლევ ინსტრუმენტად გამოვიყენოთ სტანდარტიზებული ან ნახევრად სტანდარტიზებული კითხვარი. ან: თუკი მკვლევარი შეისწავლის ძალაუფლებისა და უთანასწორობის საკითხს მედიაში, მაშინ შესაძლებელია, მან მიდგომად გამოიყენოს იდეოლოგიური კრიტიციზმი (იდეოლოგიური ანალიზი), ხოლო საკვლევ ტექნიკად – კითხვარი/ანკეტა (ღია და დახურული შეკითხვების მონაცვლეობით). ან – წარმოვიდგინოთ, რომ მკვლევარს აინტერესებს მედია, როგორც სხვადასხვა პოლიტიკური კულტურების რეპრეზენტაციის პლატფორმა, მაშინ მიზანშეწონილია, რომ მან მიდგომად გამოიყენოს იდეოლოგიური ანალიზი (კერძოდ, მისი ერთ-ერთი განშტოება – იდენტობითი კულტურების ანალიზი), ხოლო საკვლევ ტექნიკად – სინთეზური (რაოდენობრივ-თვისებრივი) კონტენტანალიზი.

სწორედ ამგვარ ნიშანდობლივებზე დაყრდნობით შეგვიძლია განვაცხადოთ, რომ მედიისა და კომუნიკაციათმცოდნეობის კვლევებში აუცილებელია მეთოდიკის არსის ხელახალი კონცეპტუალიზაცია – მისი, როგორც მიდგომისა და ტექნიკის ერთობლიობის განხილვა.

ნაწილი მეორე

თავი 4

ქანრული, ანუ დისკურსული ანალიზი – ტექსტები როგორც კვლევის საგანი

წინა ქვეთავში მივუთითეთ, რომ მედიის შესახებ არსებულ თეორიებს შორის ერთ-ერთია კულტურული თეორია. მედიატექსტების კვლევა ამ თეორიისა და ამ სწავლების ფარგლებში თავსდება.

ტექსტების კვლევა გამორჩეულ ადგილს იკავებს მედიურ კვლევებში, მრავალი ფაქტორიდან გამომდინარე.

ერთ-ერთ განმაპირობებელ ფაქტორად დავასახელებდით იმ გარემოებას, რომ მედიატექსტი, როგორც პარადიგმა, არის ტექსტების კლასების ერთობლიობა. მიუხედავად იმისა, რომ ტექსტის ყველაზე უფრო ფართო და მისაღები განმარტება ტექსტისადმი თითქმის უნიფიცირებულ მიდგომას გულისხმობს – „ტექსტი არის მნიშვნელობების აქტუალიზებული, ამოქმედებული პოტენციალი“ – რაც იმას გულისხმობს, რომ თითქოს არ არსებობდეს არავითარი კონვენციური შეზღუდვა ტექსტის მოცულობის მხრივ, გადმოცემის საშუალებების (მედიუმისა და არხების) მხრივ, მისი ნიშნობრივი შემადგენლობის მხრივ, მისი ფუნქციური თუ სტრუქტურული შემადგენლობა-დანიშნულების მხრივ. ტექსტების განვითარების ისტორია იცნობს ტექსტების კონკრეტულ გამოვლინებებს, ფორმებს, რომლებიც დიდი ხნის განმავლობაში ინარჩუნებდნენ მყარ ნიშან-თვისებებს.

როდესაც ვამბობთ, მაგალითად, ჟურნალისტიკას ან ლიტერატურას, ვგულისხმობთ მხოლოდ ემპირიულ გამოცდილებას, რადგა-

ნაც თავად ამ ტერმინების წარმოშობისა და დამკვიდრების ისტორია კაცობრიობას ჯერ არ დაუნერია. პარადოქსია, რომ ოდესღაც არსებობდნენ ლიტერატურის, ჟურნალისტიკის ნიშანდობლივი გამოვლინებები ტექსტების სახით, არსებობდნენ ინსტიტუციები და პრაქტიკა, და არ არსებობდნენ თავად მათი განმაზოგადებელი ტერმინები.

ტექსტი შეიძლება იყოს: ლიტერატურული ნაწარმოები, კინემატოგრაფიული ნაწარმოები, ჟურნალისტური ქმნილებანი, რიტუალური ხასიათის შეტყობინებები, პროპაგანდისტული პოსტერები, სარეკლამო ნამუშევრები...

დღეს ლიტერატურას, ჟურნალისტიკას, კინემატოგრაფს და სხვ. მაკროდისკურსებს უწოდებენ, რომლებიც მიკროდისკურსებად – ჟანრებად და ქვეჟანრებად, ანუ ტექსტების კლასებად იყოფიან. მაგალითად, ლიტერატურა იყოფა პროზად, პოეზიად და დრამატურგიად; ან: დისკურსულ და არადისკურსულ ნამუშევრებად (დისკურსულია პროზა, ნოველისტიკა, დრამატურგია; არადისკურსულია პოეზია). ჟურნალისტიკა, როგორც მაკროდისკურსი, იყოფა: საინფორმაციო ჟანრებად, ანალიტიკურ ჟანრებად და პუბლიცისტიკად; ან: საინფორმაციო და მხატვრულ ჟანრებად. მედია, როგორც მაკროდისკურსი, იყოფა შემდეგ მიკროდისკურსებად: ახალი ამბების ჟურნალისტიკა, საზოგადოებასთან ურთიერთობები და რეკლამა; თანამედროვე სამყაროში არსებობს კიდევ სხვა ალტერნატიული ხედვები მედიის მიკროდისკურსების შესახებ.

განვსაზღვროთ, რას ვგულისხმობთ ფუნქციასა და სტრუქტურაში. მიუხედავად იმისა, რომ ფუნქციური და სტრუქტურული ხედვებისა და მიდგომების გარჩევა ხშირად არ არის ადვილი საქმე, არსებობენ ტექსტური თვალსაჩინოებები, რომელთა მაგალითზეც ადვილად ხდება ფუნქციური ასპექტების გამიჯვნა სტრუქტურულიდან. ავიღოთ ისეთი მედიური მიკროდისკურსი, როგორიც არის რეკლამა. ფუნქციურად რეკლამას აქვს პროდუქტის ან მომ-

სახურების გაყიდვის ფუნქცია. რაც შეეხება სტრუქტურულ მახასიათებლებს, სარეკლამო ტექსტი შეიძლება იყენებდეს ბექდურ, ვიზუალურ ან აუდიომედიას; შეიძლება ჰქონდეს ან არ ჰქონდეს დროითი ან სივრცობრივი მახასიათებლები; იყენებდეს სხვადასხვა მექანიზმებს: იყოს პირდაპირი მიწვევა, შეიცავდეს აღწერილობას, ალუზიებს და ა.შ. ამ შემთხვევაში სტრუქტურასა და ფუნქციას შორის, რასაკვირველია, არსებობს ბმა, თუმცა ეს ბმა უფრო იმაში გამოიხატება, რამდენად ეფექტურად მოქმედებს სტრუქტურა ფუნქციის კმარობაზე (საკმარისობაზე). სტრუქტურა ფუნქციის შესაბამისად აიგება და ფუნქცია ქმნის სტრუქტურას. თუმცა ძნელი სათქმელია, რომელი მათგანია ცოდნის ობიექტი.

თანამედროვე მედიატექსტის ანალიზის თეორეტიკოსები ენდრიუ ბერნი და დევიდ პარკერი (Burn, Andrew & Parker, David) ჟურნალისტიკისა და მედიის სკოლებისთვის განკუთვნილ სახელმძღვანელოში „მედიატექსტების ანალიზისას“ (Analysisng Media Texts, 2003, 2013) – რეკომენდაციის სახით უთითებენ, რომ თანამედროვე მედიური ტექსტების კვლევა მულტიმოდალური უნდა იყოს, ხოლო მულტიმოდალურობა თავისი ფესვებით სოციალურ სემიოტიკაში მიდის (Burn, Parker, 2003: 5). ბერნი და პარკერი მხოლოდ სანახევროდ შეიძლება იქნან მიჩნეულნი ამ ტერმინის ავტორებად. სოციალური სემიოტიკის პრიმატის აღიარება მედიურ კვლევებში ჰოჯსა და კრესს ეკუთვნის (Hodge and Kress, 1988). სოციალური სემიოტიკა წარმოადგენს თეორიას ნიშანთა ქმნალობის შესახებ, რომლის მიხედვითაც კომუნიკაციის ყველა აქტი სოციალურია თავისი ბუნებით (იქვე). ამ თეორიაში ნიშნის შემქმნელს მუდმივად ამოძრავებს სოციალური ინტერესი, ანუ მოტივაცია, ანუ განზარხვა/ინტენცია კომუნიკაციის დასამყარებლად; ამ სოციალური ინტერესის უფრო კონკრეტულად იდენტიფიცირების მიზნით, მკვლევრები მასში გამოყოფენ: საჭიროებას, წარმოაჩინოს რაიმე საგანი, ფაქტი ან მოვლენა, წარმოაჩინოს რწმენა ან ცრურწმენა, სტერეოტიპები, ან საკუთარი თავი. ჰოჯისა და კრესის ეს თეორია

მოგვიანებით გააღრმავეს კრესმა და ვან ლიუვენმა (2001) და ჯი-უვიტმა და კრესმა (2003).

საბოლოოდ, სამივე ამ საეტაპო ნაშრომის გაერთიანებით, შეიძლება მივიღოთ: მედიატექსტის ანალიზის სამი განშტოება:

- დისკურსული ანალიზი (ჟანრული ანალიზი/მეტყველებითი ანალიზი);
- ორიენტაციის ანალიზი – თხრობის მიმართულება, რაც პრინციპულად ახლოა იდეოლოგიურ ანალიზთან;
- რეპრეზენტაციის ანალიზი – რაც მოიცავს კონკრეტული ნიშნის წარმოჩენის ანალიზს.

ამ ქვეთავში უპრიანი იქნება, ჟანრულ-მეტყველებით ანალიზზე შევჩერდეთ უფრო დანვრილებით, ხოლო ორიენტაციის ანალიზსა და რეპრეზენტაციის ანალიზს ამავე სახელმძღვანელოს შემდეგ თავებში განვიხილავთ – რეგიტობის შესაბამისად – „სემიოლოგიურ ანალიზში“ და „იდეოლოგიურ ანალიზში“.

თეორიამ მედიაჟანრების შესახებ არცთუ გრძელი, მაგრამ წინააღმდეგობრივი გზა განვლო. წინააღმდეგობრიობაში უპირველესად ვგულისხმობთ იმ განსხვავებულ მიდგომებს, რომლებზე დაყრდნობითაც ევროპული და ამერიკული მედიასკოლები ემნიდნენ ტექსტების კლასებსა თუ კლასიფიკატორებს. ევროპულ (მათ შორის, თავიდან რუსულ, შემდეგ კი საბჭოთა) სისტემაში ჟანრები წარმოდგენილნი იყვნენ, როგორც (1) ინფორმაციული, (2) ანალიტიკური და (3) მხატვრულ-პუბლიცისტური; ხოლო ამერიკული მედიასკოლა მათ დაყოფას უფრო მარტივად ახდენდა: ახალი ამბები და ე.წ. „ფიჩერი“, ანუ ანალიტიკური და მხატვრულ-პუბლიცისტური ერთობლიობაში. ამ დაყოფას განაპირობებდა მედიის განვითარების ისტორია და ამ განვითარების თავისებურებები.

ნარმოვიდგინოთ, რომ თქვენი, როგორც მკვლევრის, ინტერესის საგანია ტექსტის ფაქტოლოგიური საფუძვლის სპეციფიკის შესწავლა – რას წარმოადგენს ფაქტი ისეთ ფაქტზე ორიენტირებულ მიკროდისკურსში, როგორიც არის, მაგალითად, რეპორტაჟი.

კლასიკური ჟანრული ანალიზი ნიშნავს ნიშანდობლივის შეპირისპირებას ცნებობრივ, ანუ განზოგადებულ თეორიულ მოდელთან, სქემასთან. ამ შემთხვევაში ახალგაზრდა მკვლევარს შეუძლია, კრიტიკულად გადახედოს რეპორტაჟის თეორიასა და პრაქტიკას სხვადასხვა მედიაკულტურაში. საბჭოთა მედიათეორია რეპორტაჟს მიაკუთვნებდა ინფორმაციული ჟანრების რიგს, რომლის მთავარი მახასიათებელი იყო „დასწრების ეფექტის“ შექმნა ავტორის მიერ. უფრო ზუსტად, ვ.დ. პელტი (1980; „საბჭოთა პერიოდული პრესის თეორია და პრაქტიკა“, გამომცემლობა „პროსვეჟენიე“, მოსკოვი) აღნიშნავდა, რომ რეპორტაჟი შეუძლებელი და წარმოუდგენელია ორი ეფექტის გარეშე – თვალსაჩინოებისა (დასწრების ეფექტი) და თანამონაწილეობისა (ემოციურობის ეფექტი). ამ ჟანრის საფუძველს, როგორც ყველა საინფორმაციო ჟანრისა, წარმოადგენს ფაქტი, მოვლენა, რომლის შესახებაც ჟურნალისტმა ოპერატიულად უნდა უამბოს თავის მკითხველს. საბჭოთა და მოგვიანებით რუსული მედიათეორიის მიხედვით, რეპორტაჟისთვის აუცილებელია ოპერატიულობა.

რუსი თეორეტიკოსი მარინა შოსტაკი თავის წიგნში მედიაჟანრების შესახებ მიუთითებს: „მთლიანობაში რეპორტაჟი წმინდა წყლის შემოქმედებითი ნაწარმოებია, რომლისთვისაც ერთნაირად მნიშვნელოვანია თვითსიცხადე და ობიექტურობის ეფექტი, თუმცა ნაწარმოებების მთავარი განსაკუთრებულობა მდგომარეობს ფაქტის სუბიექტური გადმოცემით“.

რას შეიძლება გულისხმობდეს შოსტაკი ფრაზაში „განსაკუთრებულობა მდგომარეობს ფაქტის სუბიექტურ გადმოცემაში“? რას ნიშნავს საინფორმაციო მიკროდისკურსის სუბიექტურობა? რამდენ

ნად თავსებადია ერთმანეთთან ე.წ. „ინფორმაციული რეპორტირება“ და „სუბიექტურობა“? პასუხი ამ კითხვაზე ალბათ ისევ ჟანრის რაობაში უნდა ვეძებოთ. როგორც ვ. პელტის, ისე ა. ტერტიჩნის, ს. გურევიჩის, ისე მ. შოსტაკის დეფინიციებში, **რეპორტაჟი არის ცოცხალი, დინამიკური მონათხრობი იმ მოვლენის შესახებ, რომლის მონმე და/ან მონაწილე ჟურნალისტი თავად იყო თავიდან ბოლომდე.** რეპორტაჟი შეეხება ისეთ მოვლენას, რომელიც შემჩნევადია და რომლის შესახებაც თხრობა, ამბის მოყოლა ღირებულია. შემჩნევის ფენომენიდან თხრობამდე ფაქტმა და მოვლენამ უნდა გაიაროს მთხრობელის ავტოკომუნიკაციის ფილტრი, ანუ, სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ავტორმა თავად უნდა აღიქვას ინტრაპერსონალურ კომუნიკაციაში რეპორტაჟის თითოეული დეტალის მნიშვნელობა და მოძებნოს ისეთი სიტყვები, რომლებიც ყველაზე უკეთ შექმნის დასწრებისა და ემოციური თანაგანცდის ეფექტს. სწორედ ეს გარემოება უნდა იგულისხმებოდეს უპირველეს ყოვლისა შოსტაკისეულ განმარტებაში.

მედიის თეორეტიკოსი ა. ბობკოვი სახელმძღვანელოში „საგაზეთო ჟანრები“ (2005) წერს, რომ „ჩვენს თანამედროვეობაში ეს ჟანრი [იგულისხმება რეპორტაჟი – ხ. მ.] სულ უფრო მეტად ხდება პუბლიცისტური ფორმა. რეპორტაჟში მთავარი ხდება ჟურნალისტის თვალთახედვის კუთხე, ჟურნალისტი ცდილობს, მკითხველს უჩვენოს ფაქტის, მოვლენის განვითარების სურათი მისი განვითარების ყველა ეტაპზე – თავიდან ბოლომდე“. რეპორტაჟის დინამიზმს შეიძლება ვუნოდოთ „მოვლენის ისტორია“, დოკუმენტური სისრულე და სიზუსტე განვითარებაში.

საკუთრივ რეპორტაჟის შიგნით ს. გურევიჩი გამოჰყოფს მის რამდენიმე ქვეტიპს. კერძოდ: მოვლენასთან დაკავშირებულ რეპორტაჟს, რომელიც წარმოადგენს დეტალიზებულ საინფორმაციო შენიშვნას, და მისთვის უმთავრესია ოპერატიულობა; შემეცნებით რეპორტაჟს – მისი მიზანია რაიმე ფენომენის შეცნობა მისი დეტალურად აღწერის მეშვეობით (მაგალითად, თავად გურევიჩი ამ

ქვეტიპის ნიმუშად გვისახელებს რეპორტაჟს მუზეუმიდან, ნიგნოსაცავიდან და ა. შ.); პრობლემური რეპორტაჟი – თხრობა, რომელიც აიგება ფაქტების არა მხოლოდ დეტალურად ჩვენებით, არამედ მათი გაანალიზებით, რათა ჟურნალისტი თავის მკითხველთან ერთად ჩასწვდეს ამა თუ იმ სოციალურად მნიშვნელოვანი პრობლემის არსს.

მარინა შოსტაკი იყენებს ამგვარ მეცნიერულ მეტაფორას რეპორტაჟის შესახებ: „ხდომილება – ეს არის რეპორტაჟის ერთ-ერთი სინონიმი... კარგი რეპორტაჟის დეტალები გვაძლევენ მოძრაობის სახეს, მის ხატს, აღნიშნავენ ერთი მდგომარეობიდან მეორეში, ერთი რიტმიდან მეორეში გადასვლის ნახნაგებს. არა აღწერილობის ჯაჭვი (ზედმეტი ვითარებითობა და გარემოებითობა ვნებს რეპორტაჟს), არამედ მუდმივი მოქმედების, სიტუაციის ცვალებადობის, მისი განვითარების სურათი უნდა იყოს რეპორტაჟის მამოძრავებელი“ (შოსტაკი, 2005: 11).

რეპორტაჟის დამახასიათებელ ნიშან-თვისებებად ა. ბობკოვი ასახელებს შემდეგს:

- მოვლენების გაშლა დროში;
- მოვლენის დაყოფა ეტაპებად;
- აუცილებელი ემოციური ფონი;
- დეტალების დამუშავება;
- მიმდინარე მოვლენის იმწუთიერობის ეფექტის შექმნა რეპლიკებითა და ეპიზოდებით;
- შეგრძნებადი ავტორის „მე“;
- ჩქარი ტემპორიტმი;
- მოვლენის დასრულებული სახე.

როგორც ზევით აღვნიშნეთ, რეპორტაჟი იმ იშვიათ ჟანრთა შორის აღმოჩნდა, რომელმაც დიდი ხნის განმავლობაში შეინარჩუნა მიკროდისკურსული ნიშან-თვისებები მთელი მსოფლიოს მედიაკულ-

ტურაში. ამ ქვეთავშივე მიმოვიხილავთ რეპორტაჟის იმ ნიშან-თვისებებს, რომლებსაც გერმანული სკოლა რეპორტაჟს მიაწერდა.

მედიის გერმანელი თეორიტიკოსები და პრაქტიკოსი ჟურნალისტები მას „ჟანრების მეფეს“ უწოდებენ. მიუხედავად იმისა, რომ რეპორტაჟი – თავისი კლასიკური განმარტებით – რეალურ ფაქტზე, ხდომილებაზე დაფუძნებული ჟანრია, თანამედროვე გერმანულ მედიაში საკუთრივ „რეპორტაჟის ფაქტოლოგიური საფუძველი“ დავის საგანს წარმოადგენს. თეორეტიკოსებისა და პრაქტიკოსების ნაწილი მიიჩნევს, რომ ტექსტი, რომლის წამყვანი ნიშან-თვისება არის ავტორის, რეპორტიორის აღქმის უნარი, მისი პირადი თვისებები და მისი პირადი ემოციები, არ შეიძლება განხილულ იქნას საინფორმაციო შენიშვნის თუ ანგარიშის მსგავსად და მიეკუთვნოს ტექსტების იმავე კლასს, რომელსაც ეს უკანასკნელნი მიეკუთვნებიან.

რასაკვირველია, რეპორტაჟის დოკუმენტურ ბუნებაზე ყველა თანხმდება, ევროპული და გერმანული ტრადიციით, რეპორტაჟი არის დოკუმენტური ჟანრი და მისი შეთხზვა, გამოგონება შეუძლებელია. ჟურნალისტი ვერნედ დე ინკა ამბობს, რომ „რეპორტაჟს მივიჩნევ როგორც ინტერპრეტაციის ნაირსახეობას, რადგანაც ავტორის ხელწერა, რეპორტაჟში ფაქტობრივი მასალის, გარემოებების წარმოდგენის მისი პერსონალური ხერხი ბევრად დიდ როლს თამაშობს, ვიდრე ნებისმიერი სხვა ინფორმაციული ჟანრი.“

გერმანელ მედიამკვლევართა ჯგუფი „Projektteam Lokaljournalisten“ რეპორტაჟების მიმოხილვისას, ანუ რეპორტაჟების პრაქტიკული ველის განზოგადებისას, ასკვნიან, რომ:

- (1) რეპორტაჟის ფაქტობრივი საფუძველი მხოლოდ რეფერენციაა კონკრეტულ ხდომილებაზე, ანუ მისი დოკუმენტურობის დადასტურება;

- (2) ავტორისეული ცოცხალი ხედვა და ემოციები ზრდის ჟანრის სუბიექტივიზაციას. ამავე ანგარიშში ავტორები – ბექდური რეპორტაჟების გვერდით – განიხილავენსატელევიზიო რეპორტაჟებსაც, რომლებშიც ავტორისეული ხედვის გადმოცემას კამერის კუთხე და გადაღების პლანი ემსახურება;
- (3) რეპორტაჟის ავტორი ცოცხლად აღწერს ფაქტს, მიუხედავად იმისა, რომ იგი ამას საკუთარ ემოციებზე დაყრდნობით ახორციელებს. აქ კი აშკარად შეინიშნება ამ ჟანრის სუბიექტივიზაციის მომენტი. ამიტომაც იგი აღიქმება, ერთი მხრივ, როგორც ინფორმაციული ჟანრი, ხოლო, მეორე მხრივ, როგორც პირად აზრსა და მოვლენის აღქმაზე დამოკიდებული ჟანრი. რეპორტაჟის გერმანული პრაქტიკა იცნობს ისეთ პარადოქსულ ჟანრს, როგორიც არის „მოსაზრებებზე დაყრდნობილი რეპორტაჟი“.

როგორც ჩანს, ფაქტის ცნება მედიურ ტექსტში განსხვავდება ფაქტი-ხდომილებისგან, იმისგან, რაც სოციალურ რეალობაში ხდება და რასაც ფაქტს სხვა სამეცნიერო თუ არასამეცნიერო პარადიგმები უწოდებენ. რეპორტაჟის შესახებ თეორია ამტკიცებს, რომ ფაქტი სოციალურად და კულტურულად კონსტრუირებადი ცნებაა. სწორედ ამიტომ გვხვდება ხშირად მედიატექსტების კვლევებში ისეთი ანალიტიკური ბმები და ჯაჭვები, როგორებიც არის: ფაქტის, მოვლენისა და ნარატივის ურთიერთშეპირისპირება, ფაბულისა და სიუჟეტის მკვეთრი გამიჯვნა; ეპიკური და ლირიკული მოვლენების დიქოტომიურ წყვილად წარმოჩენა; სიუჟეტის, როგორც მოვლენათა პარადიგმისა და სიუჟეტის, როგორც მოვლენის მიღმა პარადიგმის; ნარატოლოგია კი სიუჟეტოლოგიას უპირისპირდება.

თავი 5

სემიოლოგიური ანალიზი, როგორც ანალიტიკური მიდგომა

სემიოლოგიის არსი და მისი ძირითადი ელემენტი – ენა და დის- კურსი

რა არის სემიოლოგია? სემიოლოგია/სემიოტიკა როგორც მეცნიერება შეიძლება განიმარტოს, როგორც მეცნიერება ნიშანთა შესახებ. მეცნიერება, რომელიც განიხილავს რეალობას, როგორც ნიშანთა ერთობლიობას; მეცნიერება, რომელიც შეისწავლის და იკვლევს ამ ნიშნებს, ნიშანთა ცხოვრება საზოგადოებასა და კულტურაში. მისი საგანია შესწავლა და დადგენა იმისა, როგორ ჩნდებიან ნიშნები ენასა და კულტურაში, იყენებენ ადამიანები ნიშნებს და როგორ ფუნქციონირებენ თავად ნიშნები კონკრეტულ კულტურულ გარემოში.

ნებისმიერი ტექსტი წარმოადგენს ნიშანთა და მათ მნიშვნელობათა ამოქმედებულ პოტენციალს. თითქმის ყველა მენტალური იდეა, ყველა საგანი, ყველა მოვლენა, ყველა ფენომენი თუ ყველა მოქმედება შეიძლება სხვა რამით (სიტყვით, ბგერით, ჟესტით, გრაფიკული მონახაზით, საგნით და ა. შ.) იქნას აღნიშნული. მთავარია ის კანონზომიერება, ფიზიკური თუ ემპირიული ანალოგია, ასოციაციური და ლოგიკური ბმა ან ის კონვენციური კანონები, რომლებიც აღსანიშნსა და აღნიშნულს ერთმანეთთან აკავშირებენ.

სემიოლოგია, როგორც დამოუკიდებელი სამეცნიერო პარადიგმა, ენათმეცნიერებას გამოეყო. თუმცა, გამოყოფამდეც და მას შემდეგაც ენისა და მეტყველების ფენომენების სემიოლოგიურმა ხედვამ დიდად გაამდიდრა ლინგვისტიკა და საკუთრივ ცნება „ენის“ ფუძემდებლური თუ ოპერაციული განსაზღვრებები. მაგალითად:

„ენა არის ნიშნითი სისტემა, რომელიც გამოიყენება კომუნიკაციისა და შემეცნების მიზნით“;

„ენა არის ნებისმიერი ფიზიკური ბუნების მქონე ნიშნითი სისტემა, რომელიც ასრულებს საკომუნიკაციო (საურთიერთობო) და შემეცნებით ფუნქციებს ადამიანის საქმიანობის პროცესში“;

„ენა არის ნიშნითი სისტემა, რომლის მეშვეობითაც ხორციელდება ადამიანებს შორის ურთიერთობა ყველა დონეზე – აზროვნების დონეზე, ინფორმაციის შენახვისა და გადაცემის დონეზე“;

„ენა არის ისტორიულად ჩამოყალიბებული და მუდმივად განვითარებადი საკომუნიკაციო სისტემა, რომელიც იყენებს განსაზღვრული წესებით დალაგებულ ნიშნებს“;

„ენა არის ნებისმიერი ნიშნების სისტემა, მათ შორის, მაგალითად, მათემატიკური სიმბოლოებისა და არავერბალური კომუნიკაციის შესტებისა“;

„ენა არის ნებისმიერი ნიშნების (მათ შორის – ხმოვანი ნიშნების) ერთობლიობა, რომლებიც გამოხატავენ და გადმოგვცემენ აზრებსა და გრძნობებს“.

ალბათ, ეს მაგალითები საკმარისია იმისათვის, რომ მივხვდეთ, ენის რა ასპექტს შეეხება სემიოლოგია – არა ენას, როგორც საუკუნეების განმავლობაში ჩამოყალიბებულ აზრობრივ და სიტყვიერ მარაგს, არა მის მორფოლოგიას, არამედ მეტყველებას, მეტყველების ინდივიდუალურ აქტს, ანუ დისკურსს, მასში ჩადებულ (კოდირებულ) მნიშვნელობებს. თუმცა, ამ ცნებასაც – „დისკურსი“ სჭირდება დამატებითი განმარტება.

ტერმინ „დისკურსს“ იმდენად ფართო განმარტებითი ველი აქვს, რომ მისი განსაზღვრება თითოეულ შემთხვევაში მხოლოდ სრული კონტექსტის გათვალისწინებით ხდება შესაძლებელი, მაშინაც კი,

თუ ეს ცნება ერთი პარადიგმის შიგნით შემავალ ელემენტებში გვხვდება. მაგალითად, იმავე კომუნიკაციათმცოდნეობაში, – ამ პარადიგმის შიგნით დისკურსად შეიძლება იწოდებოდეს ჟანრი, ტექსტის რომელიმე ნაირსახეობა ან ტექსტების კლასი.

ფრანგი ენათმეცნიერი პოლ სერიო განასხვავებს ცნება „დისკურსის“ რამდენიმე გაგებას. მაგალითად:

- დისკურსი – ეს არის ეკვივალენტი ცნებისა „მეტყველება“, ანუ ნებისმიერი კონკრეტული გამონათქვამი;
- დისკურსი – პრაგმატიკის თეორიის მიხედვით (ჩ. მორისის თეორია) – ეს არის გამონათქვამის გავლენა მის მიმღებზე, რაც გულისხმობს გამონათქვამის სუბიექტს, ადრესატს, გამონათქვამის ადგილსა და დროს, ანუ მომენტს;
- დისკურსი ნიშნავს საუბარსაც, რომელიც განიხილება, როგორც გამონათქვამის ძირითადი ტიპი;
- ბენვენისტისთვის დისკურსი უპირისპირდება თხრობას, ნარატივს – ეს არის მეტყველება, რომელსაც მეტყველების სუბიექტი ითვისებს [Серио 1999: 26–27].

მიუხედავად განმარტებების მრავალრიცხოვნებისა და მრავალფეროვნებისა, ყველაზე უფრო რელევანტური ენათმეცნიერ გიუნთერ კრესის მიერ შემოთავაზებული დეფინიციაა. ნაშრომში *Linguistic Processes in Sociocultural Practice (Australia: Deaken University Press, 1985)* კრესი დისკურსის ამგვარ განმარტებას გვთავაზობს: „ინსტიტუციებსა და სოციალურ ჯგუფებს თავიანთი სპეციფიკური მნიშვნელობები და ღირებულებები აქვთ, რომლებსაც ისინი სისტემურად იყენებენ ენაში... ენისა და მეტყველების სწორედ ამ სისტემურად ორგანიზებულ ფორმებს ვუწოდებ დისკურსს. დისკურსი... გამოხატავს ინსტიტუციებისთვის დამახასიათებელ მნიშვნელობებსა და ღირებულებებს“.

დღეს სემიოლოგია მოიცავს რამდენიმე საგნობრივ სფეროს: საკუთრივ ნიშნები, როგორც მნიშვნელობის მატარებლები; კოდები, ანუ სისტემები, რომლებშიც ნიშნები გარკვეული წესით არიან ორგანიზებულები; კულტურა, რომლის ფარგლებშიც ხდება ამ ნიშნებითა და კოდებით ოპერირება.

თუკი თავდაპირველად სემიოლოგია ორიენტირებული იყო ენის შესწავლაზე, მოგვიანებით, სემიოლოგიური მეთოდოლოგია მთლიანად ნიშნობრივი სისტემების ანალიზზე განივრცო. მეოცე საუკუნის 60-იანი წლებიდან სემიოლოგიური მიდგომები კომუნიკაციისა და მედიის კვლევებზეც გავრცელდა.

სემიოლოგიის ფუძემდებლები, პიონერები და მათი მიგნებები. ნიშანთა სისტემების კლასიფიკაცია დღეს

სემიოლოგიის სათავეებთან შვეიცარიელი ლინგვისტი ფერდინანდ დე სოსიური (1857-1913) და ამერიკელი მათემატიკოსი და ფილოსოფოსი ჩარლზ სანდერს პირსი (1839-1914) იდგნენ. მოგვიანებით სემიოლოგიის თეორიის განვითარებაში თავიანთი განსაკუთრებული წვლილი ფრანგმა მეცნიერმა, კულტუროლოგმა როლან ბარტმა, ფრანგმა ფილოსოფოსმა კლოდ ლევი-სტროსმა, რუსმა ენათმეცნიერებმა ვლადიმირ პროპმა და რომან იაკობსონმა შეიტანეს. სოსიური ჟენევაში დაიბადა, გამოჩენილი ბუნებისმეტყველი მეცნიერების ოჯახში. 1875 წელს მან ჟენევის უნივერსიტეტში დაიწყო ფიზიკისა და ქიმიის, ბერძნული და ლათინური ენების გრამატიკის შესწავლა. 1876 წელს მან სწავლა ლაიფციგის უნივერსიტეტში განაგრძო ინდოევროპული ენების განხრით. 1878 წელს, სწორედ, ლაიფციგში დაიბადა სოსიურის პირველი მონოგრაფია „ხმოვნების პრიმიტიული სისტემები ინდო-ევროპულ ენებში“ (*Primitive System of Vowels in Indo-European Languages*). დოქტორის აკადემიური ხარისხი კი მოიპოვა დისერტაციის – „ნათესაობითი ბრუნვა სანსკრიტში“ დაცვის შემდეგ. ათი წლის განმავლობა-

ში სოსიური სპეციფიკურ ენებს შეისწავლიდა – თითქოსდა ზოგადი ენათმეცნიერების საპირისპიროდ, მაგრამ, საბოლოოდ, ამ გზამ იგი სწორედ ზოგადი ენათმეცნიერების წიაღში ახალი თეორიის აღმოჩენამდე მიიყვანა. 1891 წელს სოსიური ჟენევაში დაბრუნდა – აქ ასწავლიდა იგი სანსკრიტსა და ისტორიულ ენათმეცნიერებას. ჟენევის უნივერსიტეტმა შესთავაზა სოსიურს ლექციებს გაძღოლა ზოგად ენათმეცნიერებაში 1906-1911 წლებში. 1913 წელს სოსიური გარდაიცვალა ისე, რომ მას არც უცდია თავისი სალექციო კურსებისთვის სისტემატიზებული ნაშრომის სახე მიეცა. თუმცა, სოსიურის გარდაცვალებიდან, სამი (ზოგიერთი წყაროს მიხედვით – ორი) წლის შემდეგ გამოქვეყნდა მისი ნაშრომი „კურსი ზოგად ენათმეცნიერებაში“ – იმ ხელნაწერზე დაყრდნობით, რომელიც გამომცემლობაში სოსიურის ორმა მადლიერმა სტუდენტმა მიიტანა. ხელნაწერი წარმოადგენდა სტუდენტების მიერ ჩაწერილ სოსიურის ლექციებს და სხვა სალექციო ჩანაწერებს. სამეცნიერო სამყარო ეჭვქვეშ არ აყენებს სოსიურის პიონერობას, თუმცა დღემდე დავობს იმის შესახებ, რამდენად ავთენტური იყო ეს ხელნაწერი – რა ეკუთვნოდა მასში სოსიურს და რა იყო ინტერპრეტირებული მისი სტუდენტების მიერ.

რა იყო ახალი სოსიურის ამ ნაშრომში?

ნაშრომი შეეხებოდა ლინგვისტურ ნიშანს, რომელსაც სოსიური განმარტავდა როგორც აღმნიშვნელისა და აღსანიშნის ურთიერთმიმართების შედეგს.

ჩვენ, – წერდა სოსიური (გვ.34), – ენას განვიხილავთ, როგორც ნიშნებისგან შემდგარ სისტემას, რომლის შესწავლაც შესაძლებელია როგორც სინქრონულად (ენა, როგორც მოცემულ მომენტში არსებული სრული სისტემა), ასევე დიაქრონულად (ენობრივი სისტემა – ისტორიული განვითარების პერსპექტივიდან).

ნიშანს წარმოქმნიან: აღმნიშვნელი (სოსიურისეული აბრევიატურით – **Sr**, რაც წარმოადგენს შემოკლებულ ვერსიას **signifier**-ისა – ავტ.), ბგერითი ხატი თუ მისი გრაფიკული ეკვივალენტი და აღნიშნული (სოსიურისეული აბრევიატურით – **Sd**, რაც წარმოადგენს შემოკლებულ ვერსიას **signified**-ისა), ცნება ან მნიშვნელობა (გვ. 36-38).

ურთიერთმიმართება აღნიშნულსა და აღმნიშვნელს შორის პირობითია (გვ. 37-38). სხვადასხვა ენები სხვადასხვა სიტყვებით აღნიშნავენ ერთსა და იმავე საგანს. არავითარი ფიზიკური ბმა ან ურთიერთკავშირი არ არსებობს აღნიშნულსა და აღმნიშვნელს შორის.

ამგვარად, ენა არის ფორმალური ურთიერთმიმართებების სისტემა. ეს კი ნიშნავს იმას, – წერდა სოსიური, – გასაღები ენის სტრუქტურაში ჩასაწვდომად და მის გასაგებად, არის განსხვავება. ერთი ბგერა განსხვავდება მეორესგან (მაგალითად, *პ* განსხვავდება *ბ*-სგან; ერთი სიტყვა განსხვავდება მეორესგან (მაგალითად, **pat** და **bat**); ერთი გრამატიკული ფორმა განსხვავდება მეორესგან (მაგალითად, (გაიქცა – (**has run**) – გაიქცევასგან (**will run**)). სოსიურის მთავარი მიგნება იყო ის, რომ არცერთ ლინგვისტურ ერთეულს (სიტყვა იქნებოდა ის თუ ბგერითი ერთეული) თავისთავად მნიშვნელობა არ გააჩნია: თითოეული ერთეული მნიშვნელობას იძენს მხოლოდ სხვა ერთეულებთან შეთანხმებისას ან დაკავშირებისას, ანუ კონტექსტში: მაგალითად, შედარებაში). როდესაც ვსაუბრობთ მნიშვნელობის მიმნიჭებელ კონტექსტზე, მნიშვნელოვანია, გავიაზროთ ის, რომ სოსიური განსხვავებას, ანუ ნეგატიურ მიმართებას, იღებდა ამის საფუძვლად. მაგალითად, სოსიურისეული გაგებით, ნიშანი „მდიდარი“ თავის მნიშვნელობას მხოლოდ მაშინ შეიძენდა, თუ იგი მიმართული იქნებოდა მეორე, რევერსული ნიშნისკენ „ღარიბი“, ხოლო „მხიარული“ მხოლოდ იმ შემთხვევაში გახდებოდა მნიშვნელობის მატარებელი,

თუ მას შევუპირისპირებდით ოპოზიტს „სევდიანი“. ნიშნის „კაცი“ მნიშვნელობას ასევე ვიპოვიდით ამ ნიშნის მიმართებებით საკუთრივ სისტემის შიგნით: კაცი და არა ქალი, კაცი და არა ბიჭი, კაცი და არა მხეცი, კაცი და არა რაიმე საგანი. სოსიურმა გამოჰყო ენაში ორი ასპექტი: ფორმალური ენა და მოქმედი ენა, ანუ მეტყველება *langue* და *parole* (გვ.29). თანამედროვე გაგებით, სოსიურისეული მეტყველება სხვა არაფერია, თუ არა დისკურსი.

თითოეული გამონათქვამი, სოსიურის აზრით, რომელსაც ჩვენ ვიყენებთ, ეფუძნება კოლექტიურ ქცევას ან საზოგადო შეთანხმებას. სოსიურმავე შემოიტანა მეცნიერებაში მოტივირებული მნიშვნელობის ცნება. მაგალითად, ჩვენ ნიშანს განვიხილავთ როგორც მოტივირებულს, როდესაც თვალსაჩინოდ აღსაქმელია კავშირი და კანონზომიერება აღმნიშვნელსა და აღნიშნულს შორის, მაგალითად, ბგერათმიმბაძველობის შემთხვევაში – „ჰამ-ჰამ“ ან „კაკ-კუკ“ (გვ. 29-30).

სოსიურის ორპოლუსიანი სისტემისგან განსხვავებით, ჩარლზ პირსმა ნიშნების ტრიადული მოდელი (სამგანზომილებიანი მოდელი) შექმნა. სოსიურისგან განსხვავებით, პირსის ნიშანი არ არის მხოლოდ ენობრივი სისტემის ნაწილი. ის სოციალური რეალობის რეპრეზენტაციაა. ამიტომ პირსის ნიშანი შემდეგი საკვანძო ელემენტებისგან შედგება:

- 1) „რეპრეზენტამენი“ – ეს არის ფორმა, რომელსაც ნიშანი იძენს;
- 2) „ინტერპრეტანტი“ – მნიშვნელობა, აზრი, რომელსაც ნიშანი წარმოქმნის;
- 3) „რეფერენტი“ – გარე ობიექტი ან მენტალური იდეა, რომელსაც ნიშანი მიემართება.

როგორც ვხედავთ, აქ მთავარი იდეა არის ის, რომ არაფერი არ შეიძლება განხილული იქნას როგორც ნიშანი, ვიდრე იგი არ ინტერპრე-

ტირდება ინდივიდუუმის მიერ როგორც ნიშანი, ანუ ნიშანი მხოლოდ მაშინ არსებობს, როცა იგი აღქმის კონტექსტში იჩენს თავს.

პირსის სემიოტიკისა და სოსიურის სემიოლოგიის შედარებისას აღმოვაჩინეთ, რომ პირსის რეპრეზენტამენი სოსიურის აღმნიშვნელია, ხოლო რეფერენტი – აღნიშნული. რაც შეეხება „ინტერპრეტანტს“ – ეს რგოლი სოსიურთან არ გვხვდება, ეს პირსის მიერ აღმოჩენილი ელემენტია – აღმქმელის აზრი და მისი კუთვნილი მნიშვნელობა, თუმცა ზოგიერთი მეცნიერის აზრით, ის ფენომენი, რასაც სოსიურმა განსხვავება უწოდა, სწორედ პირსის ინტერპრეტანტის ზონაში მდებარეობს.

ნიშნების თავისებურებები

	ხატ-ნიშანი	ინდექსი	სიმბოლო
ნიშანდების ხერხი	ფიზიკური მსგავსება	ასოციაციური, მიზეზობრივი ბმა	შეთანხმებული პირობები
ნიშნის მაგალითები	სურათი, ნახატი, ქანდაკება, კარიკატურა	კვამლი/ცეცხლი; სიმპტომი/დაავადება; კვალი თოვლზე/ობიექტი; თოფის ხმა ტყეში/ადამიანი ტყეში.	სიტყვები, ანბანი, რიცხვები, სანოტო სისტემა, დროშები, ქიმიური ელემენტების აღმნიშვნელი სიმბოლოები
შეცნობის ხერხი	შეიძლება დაინახო	შეიძლება გაიგო, მიხვდე	აუცილებელია შეისწავლო

თვალსაჩინოება 1.

ორივე მეცნიერის იდეას, რომ შეუძლებელია ამა თუ იმ ნიშნის მნიშვნელობის გაგება ნიშნების სისტემაში შემავალ სხვა ნიშნების მნიშვნელობასთან შენონის გარეშე, მივყავართ ერთ დასკვნამდე: ენის სოციალურ და კულტურულ საფუძვლებამდე. მნიშვნელობის შექმნის, კონსტრუირებისა და ჩამოყალიბების კუთხით სწორედ კულტურა ხდება განმსაზღვრელი ფაქტორი.

პირსმა სამი ტიპის ნიშნის არსებობა ივარაუდა: იკონური ნიშნის (ხატ-ნიშნის), ინდექსური ნიშნის (ასოციაციურის) და ნიშან-სიმბოლო (კონვენციური, კულტურულ შეთანხმებაზე დაფუძნებული ნიშნის).

თვალსაჩინოებაში მოცემული თავისებურებების უფრო დეტალურად განმარტების მიზნით, შემოგთავაზებთ თითოეული ნიშნის უფრო განვრცობილ დახასიათებას.

ხატ-ნიშანი – ნიშნის ტიპი, რომელსაც ახასიათებს მკაფიო ფიზიკური მსგავსება მის მიერ აღნიშნულ საგანთან ან ცნებასთან. ხატ-ნიშანს წარმოადგენს ადამიანის, საგნის ან სცენის ფოტო, კარიკატურა, ნახატი; ასევე – ადრეული პერიოდის ასოითი სისტემები, იეროგლიფები ხატ-ნიშნების გამოყენებას ეფუძნება. თანამედროვე სემიოლოგია ასონიშნებს ნიშანსიმბოლოთა კატეგორიას მიაკუთვნებს.

ნიშანი ინდექსი – ეს არის ნიშნის ტიპი, რომელიც ამჟღავნებს ფუნქციურ კავშირს ალსანიშნ ობიექტთან. მაგალითად, კვამლი ცეცხლის ნიშან-ინდექსია, კვალი – ნადირის, თოფის ხმა – ადამიანის, ნალი – ცხენის და ა. შ.

ნიშან-სიმბოლო – ნიშნის ტიპი, რომელსაც არანაირი მსგავსება ან ანალოგი არ გააჩნია იმ საგანთან, იდეასთან ან კონცეპტთან, რომელსაც იგი აღნიშნავს: ანბანი, ციფრები, სანოტო სისტემა და სხვ.

სწორედ ეს უკანასკნელია ყველაზე სპეციფიკური. ამგვარი ნიშნების შექმნა ადამიანთა გარკვეული ურთიერთშეთანხმების შედეგია,

ესაა წესების ერთობლიობა იმის შესახებ, თუ როგორ გამოვიყენოთ ესა თუ ის ნიშანი. უწინარეს ყოვლისა, ეს ადამიანის მიერ შექმნილი და გამოყენებული, პრაქტიკაში დანერგილი ნიშნებია. მაგალითად, ყველამ ვიცით, რა ბგერებს შეიცავს ასო-ნიშნები: „ა“, „ბ“, „გ“ და ა.შ., მაგრამ თუ ვიტყვით სიტყვას „მაგიდა“ ან მტკიცებას „მაგიდა დგას“, არცერთი ასასახი საგანი – არც სიტყვა და არც აზრი – ნიშან-სიმბოლოს არ დაემსგავსება. უბრალოდ, ადამიანები თანხმდებიან, რომ ამა თუ იმ ნიშნით მეტყველებაში ესა თუ ის საგანი ან იდეა აღნიშნონ. ამგვარი პირობითობისა და განზოგადოებულობის გამო ნიშან-სიმბოლოებს მხოლოდ ადამიანები აღიქვამენ. ცხოველებს მხოლოდ ხატ-ნიშნებისა და ინდექსების აღქმა შეუძლიათ.

თანამედროვე ამერიკელი სემიოლოგი რობერტ მ. საილერი (**Robert M. Seiler: 2016**) ცდილობს, დამატებითი განზოგადება შემოიტანოს ნიშანთა სისტემის კლასიფიკაციის კრიტერიუმებში. იგი უკვე დამკვიდრებულ სისტემაში განასხვავებს მოტივირებულ და არამოტივირებულ ნიშნებს. მისი აზრით, მოტივირებულია ნიშანი, რომელშიც იკვეთება ბუნებრივი ურთიერთმიმართება აღნიშნულსა და აღსანიშნს შორის, ანუ ხატნიშანი და ნიშან-ინდექსი, ხოლო არამოტივირებულ ნიშნად იგი განიხილავს ნიშან-სიმბოლოებს, ანუ კონვენციურ ნიშნებს და მათ სისტემებს.

1973 წელს რაიმონდ ფირტმა პირსის სამ ნიშანს კიდევ ერთი დაუმატა. მისი აზრით, ეს არის „სიგნალი“, ანუ ნიშანი, რომელიც თანმიმდევრულ მოქმედებაში გამოიხატება და მოპირდაპირე მხრიდან პასუხს მოითხოვს. თუმცა, ფირტის ეს მიგნება ჯერჯერობით საყოველთაოდ აღიარებული არ არის. ნიშან-სიმბოლოები ე.წ. კოდებს ქმნიან. ეს არის სისტემა აზრის სრულყოფილად გამოსახატავად (მაგ., ამა თუ იმ ენის კოდი, მათემატიკური სიმბოლოები, მორზეს ანბანი, საგზაო ნიშნების კოდი, მეზღვაურთა სასაუბრო კოდი – ალმებით, ნოტების სისტემა და ა.შ.).

მნიშვნელობის თანრიგები. როლან ბარტი

დღეს სემიოლოგია განასხვავებს მნიშვნელობის ორ თანრიგს – დენოტაციურსა და კონოტაციურს.

დენოტაცია არის ნიშნის პირდაპირი მნიშვნელობა, ხოლო კონოტაცია არის მნიშვნელობები, რომლებსაც ნიშანს ის საზოგადოება და კულტურა ანიჭებს, რომლებშიც ეს ნიშანი ცოცხლობს და მოქმედებს.

მაგალითად, ნიშანი მწვანე დენოტაციურად წარმოადგენს სხივური სპექტრის ერთ-ერთ ფერს, სხვა ექვს ფერთან თანაბრად. ხოლო კონოტაციურად, კონტექსტიდან გამომდინარე, ვაწყდებით მნიშვნელობების ფართო სპექტრს: მწვანე – დოლარი; მწვანე – ისლამი; მწვანე – პოლიტიკური მოძრაობა, რომლის მთავარი იდეა ბუნების დაცვა და მდგრადი განვითარებაა; მწვანე კონტინენტი – ავსტრალია და სხვ. ანუ კონოტაციური მნიშვნელობები – ეს არის მეტაფორები, მეტონომიები, სიმბოლური მნიშვნელობები, ანუ ის მნიშვნელობები, რომლებსაც კონკრეტული კულტურული კონტექსტი ქმნის, განსაზღვრულ იდეოლოგიაზე დაყრდნობით.

მნიშვნელობის თანრიგების ცნება სემიოლოგიაში ფრანგმა ენათმეცნიერმა და კულტუროლოგმა როლან ბარტმა (Roland Barthes, 1915-80) დაამკვიდრა.

ბარტის მეცნიერული მოღვაწეობა ენის ფილოსოფიაში (უფრო კონკრეტულად – სოციოლოგიისა და ლექსიკოლოგიის სინთეზურ შესწავლაში) შეიძლება, სამ ფაზად დაიყოს. პირველი ფაზა – ეს იყო ბარტის მიერ ბურჟუაზიული კულტურის სტერეოტიპების დემისტიფიკაციის მცდელობა. ბარტი იკვლევდა კავშირებს წერასა და ბიოგრაფიას შორის: იგი შეისწავლიდა სალიტერატურო ენის ისტორიულ პირობებს და წერის თანამედროვე პრაქტიკების სირ-

თულებს. სწორედ ამ პერიოდს განეკუთვნება ბარტის პირველი სერიოზული ნაშრომი *Writing degree Zero* („წერა ნულოვანი წერტილი“, 1953).

მომდევნო წლებში, კერძოდ, 1954-56, ბარტმა შექმნა ესსეების სერია ჟურნალისტის *Les Lettres nouvelles*, რომელშიც მან წამოაყენა „თვის მითოლოგიის“ კონსტრუქტი. ბარტი იკვლევდა, როგორ გადადიან პოპულარულ კულტურაში დენოტაციური ნიშნები ახალ მნიშვნელობით დონეზე, კონოტაციურზე, და იქცევიან მითებად, სიმბოლოებად, რომლებსაც ნიშნების ის ფართო სისტემა ქმნის, რომელსაც, თავის მხრივ, საზოგადოება აყალიბებს. მოგვიანებით, კერძოდ კი 1957 წელს, ბარტმა შექმნა ნაშრომი ე.წ. „ყოველდღიური“ ნიშნების (მაგალითად, სტრიპტიზი, ხორცი და ღვინო, ახალი სიტრონის და ა. შ.) შესახებ და მას „მითოლოგიები“ უწოდა. ბარტისეულ „მითს“ არაფერი საერთო არ აქვს მითის კლასიკურ გაგებასთან (მითი ლეგენდის მნიშვნელობით). ბარტი ყოველდღიური ცხოვრებიდან იღებდა „შეუმჩნეველ“ ფენომენებს, როგორც ადამიანის რუტინული ცხოვრების განუყოფელ ნაწილს, და ახდენდა მათ დეკონსტრუქციას, რათა ეჩვენებინა, რომ ის თვალსაჩინო კონოტაციები, რომლებსაც ეს ნიშნები თავიანთ თავში ატარებენ, რამდენად ზედმინვენით არის კონსტრუირებული კულტურის მიერ.

მითოლოგიებს მოჰყვა „სემიოლოგიის ელემენტები“ (1964) და „მოდის სისტემა“ (1967), რომლებშიც ბარტმა დაამტკიცა, რომ სოსიურის მიერ შექმნილი მოდელები, გარდა ენისა, კულტურულ ფენომენებსაც ესადაგება.

ბარტის შემოქმედების მესამე ფაზის დასაწყისი აღინიშნა ნაშრომით *S/Z* (1970). კონცეპტუალურად, ეს იყო გადანაცვლება სოსიურისეული სემიოლოგიიდან „ტექსტის“ თეორიაზე – ტექსტი კი ბარტმა განსაზღვრა როგორც აღნიშნულისა და სიმბოლოების ურთიერთქმედების არე. ბარტისთვის ტექსტი იყო მნიშვნელობე-

ბის ამოქმედებული პოტენციალი – ის, რაც შეიძლება დაინეროს, შეიძლება წაიკითხოს, რაც შეიძლება ხელმეორედ გადაინეროს დღეს (ანუ ის, რაც აქტიურად მოიხმარება მკითხველის მიერ), ის, რაც არასდროს გადაინერება და მხოლოდ კითხვისთვის გამოსაყენებლად რჩება (რაც პასიურად მოიხმარება), ანუ ტექსტი ბარტისთვის იყო ისეთი რამ, რაც ყოველ ახალ მოხმარებაზე ახალი შეფასებისთვის ქმნიდა საფუძველს.

S/Z იყო ბარტის მიერ ბალზაკის ნოველის *Sarrasine*, წაკითხვა. „სარაცინზე“ დაყრდნობით, ბარტმა გამოთქვა მოსაზრება, რომ ნებისმიერი ტექსტი შეიძლება განვიხილოთ როგორც ერთგვარი ქსელი, რომელიც ხუთი კოდის მუდმივი ურთიერთმიმართებით იქმნება: ეს კოდებია აქციონარული (მოქმედებითი), სემური, ჰერმენევტიკული, რეფერენციული და სიმბოლური.

ამ კოდების არსი შემდგომში მდგომარეობს:

- 1) აქციონარული, ანუ პროაირეტიკული კოდი, – ეს არის ფაბულა, მოქმედებების თანმიმდევრობა, მოქმედი გმირების მოტივაცია სამოქმედოდ.
- 2) სემა, ანუ სემური კოდი – ის ნიშნები, რომლებიც ამ კოდში ერთიანდებიან გადმოგვცემენ გმირების, პერსონაჟების ნამდვილ სახეს, ატმოსფეროს, რომელშიც ვითარდება მოქმედება.
- 3) ჰერმენევტიკული – ეს არის ტექსტის მთავარი შეკითხვა, თავსატეხი, გამოცანა, რომელსაც პასუხი უნდა გასცეს ნარატივის საერთო განვითარებამ. სწორედ ჰერმენევტიკული კოდი „ნარმართავს“ სიუჟეტს.
- 4) რეფერენციული კოდი – მას ბარტმა მეცნიერების, ცოდნის ხმა უწოდა. ამ კოდში გაერთიანებული ყველა ის ნიშანი, რომლებიც გამოხატავენ უკვე არსებულ ცოდნას და ტექსტში შემოდიან შედარებების ან ასოციაციების სახით.

ეს არის მეცნიერების, რელიგიის, გამოცდილების ავტორიტეტი ტექსტში.

- 5) სიმბოლური კოდი – ეს არის ასოციაციების დაუსრულებელი ველი, რომლებსაც ტექსტის ესა თუ ის რიტორიკული ელემენტები ქმნიან.

შემოქმედების მესამე ფაზაზე სცადა ბარტმა, სემიოლოგიაში შემოეტანა კიდევ ერთი პარადიგმა – რომელიც შედგებოდა „იდეოლოგიურისა“ და „ესთეტიკურის“ წყვილისგან, რომლებიც, ბარტის აზრით, ბინარულ ოპოზიციებს ქმნიდნენ; ასევე მეცნიერების ენისა და წერის ენის დაპირისპირებული წყვილი – პირველი მათგანი ბარტის აზრით, წარმოადგენდა სტაბილური მნიშვნელობების ენას, ხოლო მეორე – დეკონსტრუქციისა და დისპერსიის.

სინტაგმა და პარადიგმა

ნიშნები ორგანიზებულნი არიან სისტემებში და ამით ისინი ქმნიან კოდებს. ნიშნებს შორის მიმართება, წერდა სოსიური, შეიძლება იყოს სინტაგმური ან/და პარადიგმული.

პარადიგმის მაგალითია ანბანი, რომელიც წარმოადგენს ნიშნების ნაკრებს ამა თუ იმ სიტყვის შესაქმნელად. პარადიგმის მაგალითია მათემატიკური სიმბოლოების ნაკრებიც, რომელთა გამოყენებითაც ნებისმიერი მათემატიკური ოპერაციის შესრულება შეგვიძლია. ასევე, პარადიგმა შეიძლება ვუნოდოთ გრამატიკულ კატეგორიას – არსებითი სახელების ბრუნებას იმ ენებში, რომლებსაც ბრუნების კატეგორია გააჩნიათ. ამა თუ იმ ბრუნვას სინტაქტიკური კანონზომიერების მიხედვით ვირჩევთ. პარადიგმაა, ასევე, მაგალითად, ქართული ენის ლექსიკონი, მისი თეზაურუსი, რომლიდანაც კომუნიკაციის პროცესში სიტყვებს ვირჩევთ. როგორც მოყვანილი მაგალითები ცხადყოფს, აუცილებელია, რომ პარადიგმის ყველა ელემენტს ახასიათებდეს განსაზღვრული საერთო ნიშან-თვისებები, რათა პარადიგმის შემადგენელ ელემენტებად

იქცნენ. პარადიგმის ელემენტები ექვემდებარებიან ამორჩევას, რათა კონკრეტულ გარემოებაში მნიშვნელობა შეიძინონ. მას შემდეგ, რაც ადამიანი ერთი პარადიგმიდან ელემენტებს აირჩევს და მას მეორე პარადიგმის ელემენტებთან შეაერთებს, შედეგად იღებს სინტაგმას. სინტაგმა სხვა არაფერია, თუ არა პარადიგმის შიგნით არჩეულ ნიშანთა კომბინაცია, ჯაჭვი, რომელსაც აქვს მნიშვნელობა. რუს კომუნიკაციათმცოდნეს, მიხაილ ნაზაროვს, სინტაგმისა და პარადიგმის ნიმუშად მოჰყავს სამოსი. ჩვენი ყოველდღიური სამოსი, წერს იგი, წარმოადგენს სინტაგმას ქუდების, შალსტუხების, კაბების, შარვლების პარადიგმებიდან.

სინტაგმების ფორმირება განსაზღვრულ კანონზომიერებებს ემორჩილება. ენის სფეროში ამ კანონზომიერებებს, როგორც ზევით აღვნიშნეთ, სინტაქსის ან გრამატიკას უწოდებენ.

მედიური და კომუნიკატივისტიკის ტექსტებსაც გამოკვეთილი პარადიგმულ-სინტაგმატური სტრუქტურა ახასიათებს. თუმცა ეს განზომილებები სპეციფიკურია, რადგან სინტაგმაცა და პარადიგმაც, როგორც ზოგადი ფენომენები, კომუნიკაციისა და მედიის კვლევებში განსაკუთრებულ ოპერაციულ მნიშვნელობებს იძენენ.

ზედაპირულად რომ ვთქვათ, სინტაგმა არის კონკრეტული მოქმედებების ან მტკიცებების ამსახველი გამონათქვამების ჯაჭვი, ანუ არის ფაბულა, ხოლო პარადიგმა წარმოადგენს იმ ბინარულ ოპოზიციას (ამ კონკრეტულ შემთხვევაში – სისტემას, რომელიც შედგება ორი საპირისპირო მნიშვნელობის ელემენტისგან), რომლის შეპირისპირება ქმნის სინტაგმებს. ამ სტრუქტურალისტურ პარადიგმას ისევ სოსიურის განსხვავებასთან მივყავართ. მაგალითად, მედიური ტექსტის სიუჟეტს და მის სინტაგმებს შეიძლება, განაპირობებდეს შემდეგი ბინარული ოპოზიციის მნიშვნელობები, მათ შორის არსებული კონტრასტი:

ნესრიგი – ქაოსი;
სიმეტრია – ასიმეტრია;
ბალანსი – არასტაბილურობა;
მაღალი ხარისხი – დაბალი ხარისხი;
ძვირი – იაფი;
ერთეული – მასობრივი;
მოსალოდნელი – სპონტანური;
მეცნიერება – ფსევდომეცნიერება;
ცენტრალური – პერიფერიული და სხვ.

რუსი ენათმეცნიერი და სოციოლინგვისტი ვლადიმირ პროპი ტექსტის მორფოლოგიური კვლევის პიონერი იყო. მას მიაჩნდა, რომ ვინაიდან რეალურ – ფიზიკურ თუ სოციალურ – სამყაროში ყველაფერს აქვს აგებულება, ყველაფერშია მორფოლოგიური ნესრიგი, ერთეულების მთლიანობად შეკვრის ტენდენცია, სისტემატიზაციისკენ სწრაფვა, იგივე რამ უნდა ხდებოდეს და დაიკვირვებოდეს ტექსტებშიც. 1927 წელს პროპმა გამოსცა ნაშრომი „ჯადოსნური ზღაპრის მორფოლოგია“, რომელშიც მან ემპირიულ მასალაზე დაყრდნობით, დაამტკიცა ზღაპრის აგებულებასთან, მის შინაარსობრივ სტრუქტურასთან დაკავშირებული ოთხი ჰიპოთეზა. ჰიპოთეზების წამოყენებამდე პროპმა შეისწავლა 530 ზღაპრის შინაარსი და დაჰყო ისინი სიუჟეტურ, მოტივაციურ ფრაგმენტებად, რათა შესაძლებელი გამხდარიყო ნაერთი შინაარსის განზოგადება რაიმე კონკრეტული კრიტერიუმის მიხედვით. პროპმა აღმოაჩინა, რომ ზღაპრებში ერთგვაროვანი ქმედებები სხვადასხვა პერსონაჟს მიეწერება, რაც შესაძლებლობას იძლევა, ზღაპარი მოქმედი პირების ფუნქციების მიხედვით იქნას შესწავლილი, ანუ განზოგადების კრიტერიუმად პროპისთვის იქცა ფუნქციის ფენომენი. ფუნქციაში პროპი გულისხმობდა მოქმედი პირის ქმედებას, რომელიც განისაზღვრება მისი მნიშვნელობით მოქმედების განვითარების კუთხით.

პროპის ჰიპოთეზები შემდეგი ფორმულირებით ჩამოყალიბდა:

- 1) ზღაპრის მუდმივ, მყარ ელემენტებს წარმოადგენს მოქმედი პირების ფუნქციები იმისდა მიუხედავად, ვის მიერ და როგორ სრულდება ისინი. ისინი ქმნიან ზღაპრის შემადგენელ ნაწილებს.
- 2) ჯადოსნური ზღაპრის ფუნქციების რაოდენობა შეზღუდულია (პროპმა ისინი 31 ელემენტამდე დაიყვანა).
- 3) ფუნქციების თანმიმდევრობა ყოველთვის ერთნაირია.
- 4) ყველა ჯადოსნური ზღაპარი აგებულია მიხედვით ერთ-გვაროვანია.

პროპი წერს, რომ ზღაპარი ყოველთვის საწყისი სიტუაციიდან (ამოსავალი წერტილიდან) იწყება. მთხრობელი ჩამოთვლის ოჯახის წევრებს, ან ასახელებს მთავარ გმირს და მას სახელით და მდგომარეობით (ღარიბი/მდიდარი; ლამაზი/მახინჯი; უფროსი ვაჟი/ნაბოლარა და სხვ.) გვაცნობს. მიუხედავად იმისა, რომ ეს სიტუაცია არ წარმოადგენს ფუნქციას, იგი მაინც უმნიშვნელოვანესი მორფოლოგიური ელემენტია. ზღაპრის დასაწყისის მნიშვნელობა უფრო ცხადი ზღაპრის დასასრულისას ხდება. პროპი ამ ელემენტს ამოსავალ სიტუაციას უწოდებს.

ამოსავალ სიტუაციას თან მოსდევს შემდეგი ფუნქციები (ფუნქციებს წარმოგიდგენთ დედანთან ძალიან დაახლოებული ტექსტით, თუმცა მაგალითებს სხვადასხვა ერების ფოლკლორიდანაც ვურთავთ – ავტ.):

- 1) **ოჯახის ერთ-ერთი წევრი შინიდან მიდის.** ეს შეიძლება იყოს უფროსი თაობის პირი. მაგალითად: მშობლები სამუშაოდ მიდიან ყანაში, ვაჭარი მამა უცხო მხარეში მიდის, მეფე სალაშქროდ მიემგზავრება და ფეხმძიმე მეუღლეს ტოვებს და სხვ. განშორების გამძაფრებულ ფორმას წარმოადგენს მშობლების სიკვდილი. შესაძლებელია, შინიდან

მიდიოდეს უმცროსი თაობის პირიც, მაგალითად, სასეინოდ, გოგონებთან ერთად ტყეში კენკრის საკრეფად, სათევზაოდ და სხვ.

- 2) **გმირს აკრძალვას უწესებენ.** ეს ფუნქცია განაპირობებს თხრობის სინტაგმების მთელ ჯაჭვს. აკრძალვა, პირობის ჩამორთმევა, დაფიცება, განსაზღვრული ცდუნებისგან დაცვა წარმოადგენს გმირის პირველ გამოცდას: „არ გაბედო ამ ოთახში შეხედვა“, „ძამიკოს გაუფრთხილდი, ეზოდან არ გახვიდე“, „თუ ბაბა-იაგა მოვა, ხმა არ ამოილო, დადუმდი“; „შინიდან არ გახვიდე, თორემ ბოროტი დედინაცვალი რამეს გავნებს“ და ა.შ. .
- 3) **გმირი აკრძალვას არღვევს.** დარღვევის ფორმები აკრძალვის ფორმების შესაბამისია. ამ ეტაპზე ზღაპრის ნარატივში, ანუ სინტაგმების ჯაჭვში, ჩნდება ახალი პირი, რომელსაც პროპი მავნებელს ან არამზადას უწოდებს. მისი როლი – ბედნიერი ოჯახის სიმშვიდის დარღვევაა, უბედურების თავს დატეხვა და ა. შ.
- 4) **მავნებელი (არამზადა) ვითარების დაზვერვას იწყებს.** დაზვერვა შეიძლება იყოს საიდუმლოს გათქმისკენ მოწოდება, მუქარა, დატყუება და სხვ. გველემაში კითხულობს: „ვინ მეტყვის, საით წავიდნენ უფლისწულები?“, მღვდელი ივანს ეკითხება: „როგორ შეძელი ასე სწრაფად მომჯობინება?“ მზაკვარი ცოლი ივანს ეფერება და ეკითხება: როგორ ხდება, რომ სუფრა სულ გაშლილია?“, ბოროტი დედინაცვალი ინტერესდება, სად ცხოვრობს მისი გერი გოგონა და დასაზვერად თავის ერთგულ მსახურს აგზავნის და სხვ.
- 5) **მავნებელი იღებს ცნობებს მსხვერპლის შესახებ.** მაგალითად: პრიკაზჩიკის შეკითხვაზე ვაჭრის ცოლი ივიწყებს ქმრის აკრძალვას და პირდაპირ პასუხობს: „ოქროს კვერცხები ჩვენსა ქოჩორა დედალს მოაქვს“; აქვე შეიძლება განვიხილოთ დედინაცვლის დიალოგი სარკესთან – მიუხედავად იმისა, რომ დედინაცვალი სარკეს პირდაპირ არ

ეკითხება გერის შესახებ, სარკე პასუხობს: ყველაზე ლამაზი შენი გერია, რომელიც ტყეში შვიდ გოლით ძმასთან ერთად ცხოვრობსო.

- 6) **მავნებელი (არამზადა) ცდილობს, მოატყუოს თავისი მსხვერპლი, რათა დაეპატრონოს მის საკუთრებას.** ამ ფუნქციაში ხშირად გვხვდება, როცა მავნებელი იცვლის სახეს (სხვა არსებად გარდაიქმნება), მოქმედებს ან დარწმუნებით, ან ძალადობით.
- 7) **მსხვერპლი ტყუვდება და ამით უნებლიედ ეხმარება მავნებელს.** ამ ფუნქციაში ხშირად გვხვდება მოტყუებით დადებული გარიგება. მაგალითად, კაშჩი ეუბნება მეფე ბერნდის: „მომეცი ის, რაც გაქვს, მაგრამ არ იცი, რომ გაქვს“ და ბერენდიც თანხმდება, მისცეს ის, რაც აქვს, მაგრამ არ იცის. თუმცა მოგვიანებით, მეფე ბერენდი აღმოაჩინს, რომ ომსა და ლაშქრობაში გადაკარგულმა არც კი იცოდა, რომ შინ ნანატრი ვაჟიშვილი ელოდებოდა.
- 8) **მავნებელი ზიანს აყენებს ოჯახის ერთ-ერთ წევრს.** პროპის აზრით, ეს უმნიშვნელოვანესი ფუნქციაა, სახლიდან წასვლა, აკრძალვის დარღვევა, საიდუმლოს გათქმა ამ ფუნქციას ამზადებს. აქ კვანძი იკვრება. მავნებლობის ფორმები სხვადასხვაგვარია:
- ა) მავნებელი ადამიანს იტაცებს;
 - ბ) მავნებელი იტაცებს ან ძალით ართმევს ჯადოსნურ საგანს;
 - გ) მავნებელი ჯადოსნური საშუალების განადგურებას ცდილობს (დედინაცვალი ბრძანებს ჯადოსნური ძროხის დაკვლას);
 - დ) აფუჭებს მოსავალს;
 - ე) აჯადოებს ვინმეს;

ვ) ატუსაღებს ვინმეს;

ზ) ნაძალადევი ცოლ-ქმრობით იმუქრება;

თ) აწამებს ღამღამობით (ქაჯი ყოველ ღამე მიდის ქალ-
წულთან და ძუძუს სწოვს);

ხანდახან ეს ფუნქცია გვხვდება მოდიფიცირებული სახით: ოჯახის ერთ-ერთ წევრს რაღაც არ აქვს, მაგრამ უნდა, რომ ჰქონდეს.

- 9) **გმირს ატყობინებენ უბედურების ან დანაკარგისა და ზიანის შესახებ.** მას სთხოვენ ან უბრძანებენ, წავიდეს და უბედურების დამძლევი საშუალება იპოვოს. მაგალითად, მეფე უბრძანებს ივანე ცისკარს, სამდევეთში იპოვოს მისი ქალიშვილები, რომლებსაც ცხრათავიანი დევი „ჰაერში მოაწივლებდა“.
- 10) **გმირი თანხმდება ამ დავალებაზე და ხდება მაძიებელი.**
- 11) **გმირი ტოვებს სახლს კონკრეტული მიზნითა და ფუნქციით.** მას გზაზე მრავალი განსაცდელი ელოდება. ამ ეტაპზე ზღაპრის ნარატივში შემოდის ახალი პირი, მას დამსაჩუქრებელი ან დონორი ეწოდება. გმირი დონორისაგან – გარკვეული გამოცდის ჩაბარების შემდეგ იღებს ჯადოსნურ საშუალებას, რომლითაც შესაძლებელი ხდება უბედურების გაუვნებლყოფა.
- 12) **გმირს უწყობენ გამოცდას, დაკითხვას, თავს ესხმიან, რითაც მზადდება საფუძველი ჯადოსნური საშუალების მისაღებად.** დამსაჩუქრებლის განწყობა გმირისადმი არ არის იმთავითვე კეთილგანწყობილი. ბევრ ზღაპარში დამსაჩუქრებელი სწორედ გმირის გადასარჩენად ჩნდება, ხოლო ბევრში – გმირი თავისი გამჭრიახობის წყალობით მოიპოვებს ხოლმე მის კეთილგანწყობას.

- 13) **გმირი რეაგირებს დამსაჩუქრებლის ქმედებებზე.** ეს ფუნქცია სხვადასხვა გვარად, ხშირ შემთხვევაში – მოდიფიცირებულად ვლინდება სხვადასხვა ზღაპრის ტექსტში. მაგალითად, გმირი:
- ა) უძლებს გამოცდას;
 - ბ) პასუხობს პოტენციური დამსაჩუქრებლის შეკითხვებზე;
 - გ) მომაკვდავს ბოლო სურვილს უსრულებს და ამის გამო საჩუქრდება;
 - დ) გმირი თავაზიანად პასუხობს სალამზე და სხვ.
- 14) **გმირის განკარგულებაში ხვდება ჯადოსნური საშუალება. ჯადოსნური საშუალება შეიძლება იყოს: ცხოველი, საგანი, ზებუნებრივი თვისება და ა. შ.** ჯადოსნური საშუალება გმირს დონორისგან ან უშუალოდ გადაეცემა ან დონორი უთითებს, სად შეიძლება გმირმა მონახოს ეს ჯადოსნური საშუალება, რომელიც მას ძიებისას გამოადგება. ჯადოსნური საშუალება შეიძლება იყოს საჭმელი ან სასმელი, რომელიც გმირს ამ ზებუნებრივ ძალას ანიჭებს.
- 15) **გმირი ჯადოსნური საშუალების დახმარებით ძიების ადგილას აღმოჩნდება.** მაგალითად, მიფრინავს ფრთოსან რაშზე ამხედრებული, მიჰყავს ფასკუნჯს (ამ დროს ხშირად ვხვდებით გარიგებას გმირსა და ჯადოსნურ ფრინველს შორის: „გზაში გამომკვებე, ხარის ხორცი წამოიღე, თორემ ვერ ვიფრენო“), უხელოს უფეხო მიჰყავს, კატა ზღვას ძაღლის ზურგზე შემომხტარი გადაცურავს და სხვ.
- 16) **გმირი და მავნებელი უშუალოდ შეებმებიან ერთმანეთს.** უშუალოდ შეებმაც სხვადასხვაგვარად ვლინდება – ეს შეიძლება იყოს ღია ორთაბრძოლა, შეჯიბრი, გამოცანების გამოცნობა, თამაში უცნაური პირობებით და სხვ.
- 17) **გმირს დაღს ასვამენ.** ეს ფუნქცია თავს იჩენს იმ ზღაპრებში, რომლის სიუჟეტშიც აუცილებელია გმირისა და თვითმარქვიას კონტრასტი და მათი შეპირისპირება. თვითმარქვია შეიძლება იყოს უფროსი ძმა, რომელიც უმ-

ცროსს ძმას (გმირს) განსაცდელში (მაგალითად, ქვესკნელში ან ორმოში) ტოვებს, თვითონ კი ძმის კუთვნილი გვირგვინის ან საცოლის დაპატრონებას ცდილობს; შეიძლება იყოს უცხო მტერიც. მაგალითად, გმირი ბრძოლისას იჭრება; მეფის ასული გმირს ბრძოლის წინ შუბლზე ჰკოცნის და ნაკოცნის ადგილას ვარსკვლავი გამოისახება; პრინცესა აძლევს გმირს თავის ბეჭედს, ჭრილობას თავისი ცხირსახოცით უხვევს და სხვ.

- 18) **მავნებელი დამარცხებულია: ღია ორთაბრძოლაში, პაექრობაში, თამაშში, ან გმირი მას ჭკუით სჯობნის და მოტყუებით კლავს.** ეს ფუნქცია წინა ფუნქციის ლოგიკური გაგრძელებაა. როგორც წესი, გმირი დამსაჩუქრებლის ამ ჯადოსნური საშუალების დახმარებით ამარცხებს მავნებელს.
- 19) **უბედურება ან დანაკლისი აღმოფხვრილია.** ეს ფუნქცია მხოლოდ იმ შემთხვევებში აქტუალიზდება, თუკი გმირი მოახერხებს მავნებლის დამარცხებას.
- 20) **გმირი ბრუნდება.** მან მასზე დაკისრებული მისია შეასრულა და გამარჯვებული დაბრუნდა, თავისი კუთვნილი ჯილდოს ან დანაპირების მისაღებად.
- 21) **გმირი იდევნება.** ამ ფუნქციას იმ შემთხვევაში ვაწყდებით, თუკი დამარცხებული მავნებელი ცოცხალი გადაურჩა გმირს, ან მავნებელს გამოუჩნდა დამხმარეები.
- 22) **გმირი თავს აღწევს დევნას.** ამ ფუნქციის ამოქმედება ხდება დონორების, დამსაჩუქრებლებისა და მშველელების დახმარებით, რომლებიც გმირს ოდესღაც გაკეთებული მადლისთვის მადლითვე პასუხობენ: ან ფიზიკურად ეხმარებიან, ან რჩევით, ან ჯადოსნური საშუალებით.
- 23) **გმირი ბრუნდება ან თავის ქვეყანაში ან სხვა ქვეყანაში – მაგრამ მას ვერ ცნობენ.** როგორც წესი, გმირი ბრუნდება შეცვლილი სახით, გარეგნობით, შეცვლილი ვინაობით. მაგალითად, ივანე ცისკარი ბრუნდება და შეგირდად დგება

მჭედელთან, რომელთანაც თვითმარქვიას ხელმწიფის ასულის ბეჭედი მოაქვს და ითხოვს მსგავსის დამზადებას.

- 24) **ჩნდება ცრუ გმირი (თვითმარქვია), რომელიც იმ ჯილდოზე აცხადებს პრეტენზიას, რომელიც ნამდვილ გმირს ეკუთვნის.** როგორც ზევით, წინა ფუნქციის განხილვისას აღვნიშნეთ, თვითმარქვია პრეტენზიას შეიძლება აცხადებდეს გმირის ქონებაზე, მის საცოლეზე, ტახტზე ან გვირგვინზე.
- 25) **გმირი რთული ამოცანის წინაშე დგას – მან თავისი ნამდვილობა უნდა დაამტკიცოს.** იგი უნდა იცნონ და აღიარონ, ამისათვის კი მას რთული დავალებების შესრულება უწევს.
- 26) **ამოცანა შესრულებულია, თავსატეხი ამოხსნილია.**
- 27) **გმირს ცნობენ.** გმირს ცნობაში ოდესღაც დადებული ნიშანი ეხმარება. მაგალითად, ხელმწიფის ასულის ნაკოცნის დაღი, ან მისი ნაჩუქარი ცხვირსახოცი, ბეჭედი და სხვ.
- 28) **მავნებელი ან ცრუ გმირი – თვითმარქვია მხილებულია.**
- 29) **გმირს ახალი სახე ეძლევა ან იბრუნებს თავის პირვანდელ სახეს.**
- 30) **მტერი (მავნებელი, არამზადა და მისი თანამზრახველები) დასჯილია.**
- 31) **გმირი ირთავს ცოლს და ტახტზე მეფდება.**

პროპის მიგნებები, ტექსტის მორფოლოგია, მოქმედი პირების ფუნქციები არ დარჩენილა მხოლოდ ფოლკლორის თეორიაში. ლიტერატურათმცოდნეებიც, ტექსტოლოგებიც მალევე მიხვდნენ, რომ ვლადიმირ პროპმა შექმნა სინტაგმების უნივერსალური სისტემა, რომლის განვრცობაც განსაზღვრული კანონზომიერებით ან ანალოგიურობით სხვა ტიპის ტექსტებზეც შეიძლებოდა, სწორედ პროპისეული სინტაგმური ანალიზით შეისწავლა ეგრეთ წოდებული „სასიყვარულო რომანების“ მორფოლოგია და ტექსტის/ნარატივის სტრუქტურა ჯენის რედუეიმ (Janis Radway: 1984).

პარადიგმის ცნება სემიოლოგიაში უკავშირდება სტრუქტურალისტურ სკოლას და მის ყველაზე ერთგულ წარმომადგენელს კლოდ ლევი-სტროსს. თუმცა ვიდრე უშუალოდ ლევი-სტროსიეულ პარადიგმაზე ვისაუბრებდეთ, მიმოვიხილოთ სტრუქტურალიზმი, როგორც 50-იანი წლების საფრანგეთში დაბადებული ფილოსოფიური მიმართულება. ზოგიერთი მეცნიერის აზრით, სტრუქტურალიზმის გაჩენით ფრანგულმა ფილოსოფიამ ისევე რადიკალურად შეიცვალა მიმართულება და კალაპოტი, როგორც ფიზიკამ ნიუტონიდან აინშტაინამდე. რას შეხედეს ეჭვით სტრუქტურალისტებმა კლასიკურ ფილოსოფიაში? – უპირველესად მის ღირებულებრივ იერარქიას, აზროვნების ერთგვაროვნებას, ცოდნის აბსოლუტიზმს, საზრისს, ჭეშმარიტებას, სუბიექტს... სწორედ ამ სიფართოვიდან გამომდინარე, სტრუქტურალიზმი არ შეიძლება მივიჩნიოთ ერთგვაროვან, ვინროკალაპოტიან სწავლებად, იქამდეც, რომ ზოგიერთი მეცნიერი არაკორექტულად და არამეცნიერულად მიიჩნევს სტრუქტურალიზმის სახელდებას, როგორც ერთიანი ფილოსოფიური სკოლისა, ისინი უმალ სტრუქტურალიზმს არქმევენ საქმიანობას, რომელიც წარმოადგენს „განსაზღვრული რაოდენობის სააზროვნო ოპერაციების მონესრიგებულ თანმიმდევრობას“.

ლევი-სტროსმა – მეცნიერმა, რომელიც სტრუქტურულ ანთროპოლოგიას შეისწავლიდა, – ყურადღება მიაქცია იმ ფაქტს, რომ სხვადასხვა ხალხის კულტურაში არსებობს ის ფარული საფუძვლები, რომლებსაც წესრიგში მოჰყავთ ერთი შეხედვით შემთხვევითი ადამიანური ფენომენები. მან მითების შინაარსში აღმოაჩინა ზოგადი, საერთო ფორმები, რომლებსაც „არაცნობიერი სტრუქტურები უწოდა, რომლებიც საფუძვლად უდევს თითოეულ საზოგადოებრივ წესჩვეულებასა და ადატს“. ლევი-სტროსი წერდა, რომ ამ სტრუქტურების აღმოჩენა შესაძლებელია კულტურის ყველა სფეროში, როგორც რთული მთლიანი სტრუქტურისა – ღირებულებების, ტრადიციების, მათგან გამომდინარე ჩვევების, უნარების – რომლებიც ადამიანმა, როგორც იმ კონკრეტული საზოგადოების წევრმა შეიძინა.

ფრანგი ფილოსოფოსი წერდა, რომ, კულტურის სპეციფიკიდან გამომდინარე, თითოეული ადამიანი უკვე გამზადებულს იღებს ყველაფერს და მას მხოლოდ ამ გამზადებულის ათვისება უწევს. ეს კარგად ჩანს ენის მაგალითზე. ინდივიდუუმს არ სჭირდება საკუთარი ენის გამოგონება პირადი გამოცდილების გადმოსაცემად. მას გამზადებული ენა ხვდება. სიტყვების წარმოთქმისას ადამიანი გამოხატავს არა იმას, რასაც ცნობიერება კარნახობს, არამედ იმას, რასაც კარნახობს ენა, როგორც მზა სტრუქტურა. თუკი სტრუქტურალიზმს სემიოლოგიური ტერმინებით ავხსნით, გამოდის, რომ ადამიანმა იცის ყველაფერი როგორც „აღმნიშვნელი“, თუმცა წინასწარ არ იცის, რის შესახებ წარმართება საუბარი ყოველ კონკრეტულ მომენტში. და საკუთრივ საუბარი რას წარმოადგენს? სტრუქტურალიზმის კიდევ ერთი წარმომადგენელი მიშელ ფუკო, საუბარს განმარტავდა, როგორც „ჩვეულებებისა და მანერების კოდებში უკვე დაფიქსირებული ნიშნების გაცვლას“.

სემიოლოგიის იდეებზე დაყრდნობით, ლევი-სტროსი ენას განიხილავდა, როგორც „პრივილიგიურულ ინსტრუმენტს ნიშნითი სისტემების ჩამოსაყალიბებლად და როგორც მითის სამაგალითო/სანიმუშო მოდელს.“ მითოლოგია, ლევი-სტროსის მიხედვით, არის არაცნობიერი მენტალური ოპერაციების ველი, საპირისპირო იდეების, ცნებების დაძლევის ლოგიკური ინსტრუმენტი. მითის სპეციფიკურ ლოგიკას ავტორი ბრიკოლაჟს ადარებს – მიზნის მიღწევა შემოვლითი პარადოქსული გზებით (14). სტროსის იდეა გულისხმობდა იმას, რომ აზროვნებისა და სოციალური ცხოვრების სტრუქტურები არ არის დამოკიდებული ინდივიდუალურ ცნობიერებაზე და არჩევანზე. მითის მეშვეობით ხდება თავისებური კოდირებული „შეტყობინებების“ ტრანსლაცია კულტურიდან ინდივიდზე. და ამ უკანასკნელის ფუნქციაა რეალურ ცხოვრებაში დაკვირვებადი წინააღმდეგობებისა და ბინარული ოპოზიციების დაძლევა მითის მეშვეობით.

მითის მიმართ სტრუქტურალისტების დამოკიდებულებიდან გამომდინარე, დამწყებ მკვლევარებს უჩნდებათ შეკითხვა – როგორ უნდა იკვლიოს მან მითი? ამგვარ ფარდობით განმარტებაში როგორ უნდა ამოიკითხოთ მან მთავარი, რაც კონკრეტულ საკვლევ ტექნიკებს დაეკვემდებარება? პასუხი ასეთია: მკვლევარმა უნდა შეისწავლოს მითის სტრუქტურა, ნიშნების ორგანიზაცია მითში, გამოავლინოს მასში ბინარული ოპოზიციური წყვილების როლები და მნიშვნელობა.

მაგალითად, ნებისმიერ ტექსტს აქვს ნიშნების თანმიმდევრობა, რომლებიც ტექსტის ფაბულას ქმნიან, თუმცა ტექსტის სიუჟეტს ქმნის სწორედ ბინარულად დაპირისპირებული ცნებების ურთიერთმიმართება: სიკეთისა და ბოროტების, ცენტრისა და პერიფერიის, ფორმალურისა და არსებითის და ა. შ. დაპირისპირება. სწორედ ამგვარი სტრუქტურების მეშვეობით იქმნება ტექსტის შინაარსი.

მითი, როგორც დისკურსის ინსტრუმენტი

მითის ცნებას როლან ბარტისეული გაგებით მივმართავთ. ბარტისთვის მითი მნიშვნელობის ერთ-ერთი თანრიგია. მითი არის გამონათქვამი, სიტყვა, სახე ან ხატი, რომლის შესახებაც შეიძლება მოუთხრო მიმღებს და რომლითაც პოლიტიკა ან კულტურა ხსნის რეალობის განსაზღვრულ აპსექტს. ბარტისთვის მითი ურთიერთდაკავშირებული ცნებების ჯაჭვია. ბარტი ამტკიცებს, რომ დომინანტური დისკურსი მითები მეშვეობით ისტორიის ბუნებრივ პროცესად წარმოჩენას ცდილობს, ანუ დომინანტური დისკურსი (მითის მთხზველი ჯგუფის დისკურსი) ცდილობს, განსაზღვრული ფაქტი, მოვლენა ან ტენდენცია წარმოაჩინოს, არა როგორც მის მიერ დანახული და მის მიერ კონსტრუირებული, არამედ როგორც თავისთავად, ბუნებრივად არსებული (Fiske: 84-85).

ზოგადეროვნული მითები, ჯგუფური მითები („მათი“ და „ჩვენი“ მითები), ფსევდომითები, „მითი-კომმარები“, „მითი-იდილიები“, ფსევდომითები – პოლიტიკური დისკურსის განუყოფელი ნაწილია.

ამ ჩამონათვალში პირველი სამი რეფერენციული თვალსაზრისით ჯგუფდება, ხოლო „მითი-იდილიები“ და „მითი-კომმარები“ – აქსიოლოგიური თვალსაზრისით. შესაძლოა, არსებობდეს ზოგადეროვნული „მითი-იდილია“ და ჯგუფური „მითი-კომმარი“. „მითი-იდილიებისა“ და „მითი-კომმარების“ საფუძველი ღირებულებრივია – პირველნი დადებით ღირებულებებს ამკვიდრებენ, ხოლო მეორენი გამობენ უარყოფით ღირებულებებს (გამომდინარე მათი შემქმნელების ინტერესებიდან).

მითი-იდილიები (მაგალითად: თავისუფალი ბაზარი, როგორც პანაცეა, დასავლურ ცივილიზაციასთან მიერთება-ასოცირება, ჩრდილოატლანტიკურ ალიანსთან ასოცირება, საქართველოს აღორძინება ქრისტიანობის მეშვეობით და სხვ.) ხატავენ სასურველ იდილიურ სურათს ან საცხოვრებელ, გადამრჩენელ უტოპიას. მითი-კომმარი ნერგავს შიშს მომავლის წინაშე, აბსოლუტურ ნიშნულამდე აჰყავს შეთქმულების იდეა, ახდენენ ბოროტი ძალის პერსონიფიცირებას და იმ პერსონის დემონიზაციას (მიმდინარე ქართულ პოლიტიკურ დისკურსში ესენი არიან – რუსეთუმეები, ოლიგარქები, მედასავლეთეები, მედია და არასამთავრობო ორგანიზაციები).

მითოლოგემა-ანტროპონიმებში გამოიყენება არქეტიპული როლური ოპოზიცია, ანტაგონიზმი: გმირი – არამზადა; კეთილი – ბოროტი; თავისუფალი – მონა და სხვ.

როგორც წესი, ამგვარი მითები ან გარდამავალ პოლიტიკურ ეტაპზე გამოიყენება ან პოლიტიკური ბრძოლის პიკურ მომენტში. გარდამავალ ეტაპზე ხდება წინა ხელისუფლების პერსონების დესაკრალიზაცია, ხოლო მიმდინარე პოლიტიკურ ბრძოლაში – ოპონენტის დემონიზაცია, რისი მიზანიც ოპონენტის ვერბალური გა-

ნადგურებაა, რასაც შედეგად საზოგადოებრივი აზრის შესაბამის ყალიბში ფორმირება მოსდევს. ამ დისკურსულ სტრატეგიას „ანი-ჰილაციის“ სტრატეგია ეწოდება.

ეს სტრატეგია ფართო კონოტაციურ ზონას იყენებს. მასში შედიან: ემოციური კონოტაციები (იდილია-კომმარი), იდეოლოგიური კონოტაციები (ჩვენნიანი – არაჩვენნიანი, უცხო), ფიდეისტური შეფასებები (მჯერა – არ მჯერა).

თუმცა არც პოლიტიკაში და არც უფრო ფართოდ – კულტურაში არ არსებობს უნივერსალური მითები. არსებობენ გაბატონებული და დაქვემდებარებული დისკურსის მითები, არსებობს კულტურა და არსებობს კონტრკულტურა ან სუბკულტურა, რომლებიც მეინსტრიმული კულტურის წიაღში შექმნილ მითებს თავისას უპირისპირებს.

ქვემოთ მოხმობილი ციტატები ქართველი პოლიტიკოსის ივლიანე ხაინდრავას წერილიდან თვალსაჩინოდ გვიჩვენებს პოლიტიკური მითების მაცოცხლებელ დისკურსულ და ნარატიულ ჩარჩოებს. ამ ჩარჩოების მიღმა ეს დისკურსი შესაძლოა, უბრალო სემანტიკურ ხმაურად იქცეს ან აფუნქციური გახდეს.

„2003 წლის 16 ნოემბერს ვმონაწილეობდი მაღალი დონის საერთაშორისო კონფერენციაში ბერლინში, სადაც სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებისათვის დახმარების ახალი პროგრამების თაობაზე გაიმართა მსჯელობა. სრულმა შეუსაბამობამ განსახილველ საკითხებსა და იმხანად თბილისში მიმდინარე პროცესებს შორის თავდაპირველად გამაოცა, შემდეგ კი იმდენად აღმამფოთა, რომ სიტყვა ვითხოვე, – CNN-ს მაინც არ უყურებთ-მეთქი, წარმოდგენა თუ გაქვთ, თბილისში რა ხდება? აქ რაღაც ვირტუალური სამყარო შეგიქმნიათ, რომელსაც რეალობასთან არანაირი კავშირი არ გააჩნია; თქვენს შემყურეს, ერთი სული მაქვს, ამ კომფორტულ გარემოს გავეცალო და ჩემს ხალხს დავუბრუნდე, თბილისის წვიაშიან ქუჩებში, სადაც სწორედ ამ დღეებში წყდება ქვეყნის ბედი.

მკვეთრი გამოსვლა გამომივიდა – პოლიტკორექტულობის ზღვარზე და მკვეთრსავე პასუხს ველოდი. ნურას უკაცრავად – სხდომაზე საერთოდ არავის დაუძრავს კრინტი საქართველოში განვითარებულ მოვლენებზე; მხოლოდ შესვენებისას რამდენიმე ნაცნობი თუ უცნობი მონაწილე მოვიდა ჩემთან, მოჩვენებითი თანაგრძნობის ნიშნად მხარზე ხელი მომიტყაპუნა და დამმოძღვრა: გამოცდილი კაცი ხარ და ხომ უნდა გესმოდეს – აბა ვინ, თუ არა შევარდნაძეო?!

ერთი კვირის თავზე შევარდნაძე აღარ იყო საქართველოს პრეზიდენტი, ხოლო კიდევ ორიოდ კვირაში ისევ მიმინვიეს ბერლინში (სხვა ფორმატში) – შენ ამას წინათ რაღაცას ამბობდი საქართველოზე და ეგებ კარგად აგვიხსნა, მანდ რა მოხდაო...“ (ივლიანე ხაინდრავა. „ვინ? როგორ? რატომ?“. სიტყვა, 2007. N1);

„... [2007 წლის 7 ნოემბრის შემდეგ] მაშ ასე: საქართველოში ახალი რეალობაა, რაც მორიგი მითების აღმოცენების მომასწავებელია. სააკაშვილი თავისი გარემოცვითურთ თხზავს მითს „შეთქმულეების“, „სახელმწიფო გადატრიალების მცდელობის“, „რუსეთის აგენტების“ შესახებ და უნიგნურობის გამო ჰგონია, რომ ესეც პირველად ხდება პოსტსაბჭოთა ქვეყნებისა თუ, შესაძლოა, მსოფლიო ისტორიაშიც კი. მიუხედავად იმისა, რომ არცერთმა ოფიციალურმა პირმა დასავლეთში თბილისის მოვლენებში „რუსული კვალი“ სარწმუნო ვერსიად არ მიიღო, სხვა რა დარჩენია საქართველოს პრეზიდენტყოფილს თავისი დანაშაულის ასახსნელად თუნდაც ადგილობრივი მოხმარებისთვის? ვაი, რომ ამით კიდევ უფრო ადასტურებს საკუთარი ნატურის საეჭვო თვისებებს (რომელ პარანოიდალურ მმართველს არ ანუხებს მოჩვენებები მისი პერსონის წინააღმდეგ შეთქმულებათა უწყვეტი ჯაჭვის შესახებ?), მმართველობის ავტორიტარული წესის მიმართ ერთგულებას (რომელ დიქტატორს არ გაუთამამებია სახელმწიფო გადატრიალების აღკვეთის სცენარი?). ხოლო გარემოცვა ყოველთვის მზადაა, „შეთქმულეების“ ახალი დეტალები გაანდოს და „შეთქმულთა“ ახალ-ახალი სიები მიაწოდოს, რათა საკუთარი ერთგულება, სიფხიზლე და

შეუცვლელია დაუდასტუროს. ნათელია, რომ ეს მითი ცოტას თუ გაახსენდება, თუკი საქართველოს ახალი პრეზიდენტი ეყოლება 6 (ან 20) იანვარს. და თუ არა? „ფოლადის ლედის“ ფაქტურამდე დამსახურებულად დანიშნაურებულმა ჩვენმა სპიკერმა [ნინო ბურჯანაძემ – ხ. მ.] 13 ნოემბრის პარლამენტის ბიუროს სხდომაზე განაცხადა, რომ საარჩევნო კამპანიის დასრულებამდე ოპოზიციის არცერთი ლიდერი და ნოემბრის დემონსტრაციების ორგანიზატორი არ იქნება დაპატიმრებული...

აშშ-ში კი სააკაშვილის შესახებ მითის მსხვერველს არ ეგუებიან და მის კორექტირებულ ვერსიას ამუშავებენ: ნახეთ, რა მალე მოეგო გონს ეს ნიჭიერი, ერთგული და ჩვენთან ნასწავლი ყმანვილიო, როგორ იყოჩაღა, როცა დანიშნა ვადამდელი საპრეზიდენტო არჩევნები და გააუქმა საგანგებო მდგომარეობა; ის ხომ უთუოდ გამოსწორდება არჩევნების შემდეგ: საკუთარ ხალხს საკუთარ თავზე მეტად შეიყვარებს, „ცუდ ბიჭებს“ თავისი გარემოცვიდან „ცუდსავე“ ადგილს მიუჩენს, ოპოზიციის რუსეთის აგენტობაში „მამხილებელი“ ფილმის ავტორებს კუთხეში დააყენებს, ოპოზიციის ლიდერებს კი თითო კათხა ლუდზე მიინვევს თავის ახალ რეზიდენციაში, „ამორეცხავს“ ჩარეცხილ შემოქმედებს და ღირსების ორდენით დააჯილდოებს, ყველას დაუბრუნებს წართმეულ ან ხელისუფლებისთვის ძალით ნაჩუქარ ქონებას და ზედ კიდევ თითო კუბურ მეტრ შემას დაუმატებს, ყველა ტელეარხს სრულ თავისუფლებას მიანიჭებს, ხოლო ჟურნალისტებს მკერდში ჩაიკრავს, ზოგს კი მამობრივი სიყვარულის ნიშნად შუბლზე (ან პირზე) აკოცებს. შეიძლება „დეზერტირების ბაზარიც“ კი აღადგინოს, ხოლო მედეას ძეგლი – სოხუმის, პრომეთესი კი ცხინვალის დე-ფაქტო ხელისუფლებებს აჩუქოს...“ (იქვე).

თავი 6

რიტორიკული ანალიზი, როგორც ანალიტიკური მიდგომა

რიტორიკის რაობა

რიტორიკას, ძირითადად, მჭევრმეტყველების თეორიად, ორატორული ხელოვნების შესახებ მეცნიერებად მოიხსენიებენ¹, მჭევრმეტყველება და ორატორობა კი თავის თავში გულისხმობს სიტყვით დარწმუნებას, რომელიც ადამიანების დამოკიდებულებების ან ქცევის შეცვლის, აუდიტორიაზე ზემოქმედების მიზანმიმართული მცდელობაა².

არისტოტელეს განსაზღვრებით, „რიტორიკა უნდა იყოს ყოველი საგნის შესატყვისი დამაჯერებლობით განხილვის უნარი. ეს კი არცერთი სხვა ხელოვნების საქმე არაა, რადგან ყველა სხვა ხელოვნება არის გარკვეული საგნის ცოდნა და დასაბუთება, მაგალითად, მედიცინა – ჯანმრთელობისა და ავადმყოფობისა, გეომეტრია – სიდიდეებისა და შემთხვევითი თვისებებისა, არითმეტიკა – რიცხვებისა, ასევე სხვა მეცნიერებანი და ხელოვნებანი. რიტორიკა კი ნებისმიერი საგნის დამაჯერებლად განხილვის უნარია“³.

რაკილა რიტორიკა დარწმუნების, დასაბუთებისა და არგუმენტაციის ხელოვნებაა და ის სხვადასხვა საგანსა და მეცნიერებას ერთნაირად უკავშირდება, მათ შორის ლოგიკურად უნდა ვიგულისხმოთ ისეთი მეცნიერებები, როგორებიცაა პოლიტოლოგია, ფსი-

¹ უცხო სიტყვათა ლექსიკონი (შემდგ. მ. ჭაბაშვილი), თბ., 1989, გვ. 441.

² <http://dictionary.css.ge/content/persuasion> (ბოლო ნახვა 4. 12. 2017).

³ „რიტორიკა“, არისტოტელე, 1981, თბ., რედ. აკაკი ურუშაძე, თარგ. თამარ კუკავა, გვ. 25.

ქოლოგია, სოციოლოგია, ლინგვისტიკა, კომუნიკაციური ლინგვისტიკა, ლიტერატურათმცოდნეობა და სხვა დარგები. იმ დარგთა შორის კი, რომლებიც რიტორიკას, როგორც სიტყვიერი დარგების ხელოვნებას, იყენებს, უნდა გამოვყოთ ჩვენთვის საინტერესო სეგმენტი – კომუნიკაცია და მისი ერთ-ერთი „იარაღი“ – მედია ტექსტი, რომლისთვისაც რიტორიკული არგუმენტაციის თეორია მთავარი საყრდენია აუდიტორიაზე გავლენის მოსახდენად.

მეცნიერთა აზრით, რიტორიკული ანალიზი არის კრიტიკის ფორმა, რომელიც რიტორიკის პრინციპებს იყენებს ტექსტს, ავტორსა და აუდიტორიას შორის ურთიერთქმედების (დამოკიდებულების) შესამოწმებლად. თავის მხრივ, რმედიატექსტი არის „ნიშნებისა და კოდების აღმნიშვნელი სისტემა, რომელიც არსებითია კომუნიკაციის აქტისთვის“¹. ტექსტს, როგორც სტრუქტურას, ერთმანეთისგან განსხვავებული ნიშნები შეიძლება ჰქონდეს: იგი შეიძლება იყოს ფილმის, მეტყველების, სახვითი ხელოვნების ნიმუშისა და ხმოვანი ჩანაწერის სახით და არსებობდეს თავისთავად, გამგზავნისა და მიმღებისაგან დამოუკიდებლად². ამდენად, რიტორიკული ანალიზი შეიძლება გამოყენებულ იქნას პრაქტიკულად ნებისმიერი ტექსტის ან გამოსახულების – სიტყვის, ესსეს, რეკლამის, პოემის, ფოტოსურათის, ვებგვერდის გაანალიზებისას, რაც ამ შემთხვევაში ჩვენი ინტერესის საგანია.

როგორ მოვიდა რიტორიკული ანალიზი მედიატექსტამდე?

რიტორიკის ისტორიისთვის

რიტორიკა სათავეს იღებს ძვ. წ.-აღ.-ის მეხუთე საუკუნეში, როცა ათენის დემოკრატიულმა სისტემამ და სასამართლო კულტურამ

¹ „საკვანძო ცნებები კომუნიკაციაში“; ტიმ ო სალივანი, ჯონ ჰერტილი, ჯონ ფისკე; 1983; <http://mediapedia.ge/term/text> (ბოლო ნახვა 4. 12. 2017).

² იქვე.

მჭევრმეტყველების და რიტორიკული სიტყვათწყობის ჩამოყალიბება განაპირობა.

სხვადასხვა ისტორიული წყარო მიუთითებს, რომ რიტორიკის პირველი სახელმძღვანელო სირაკუზელმა ბერძენმა – კორაქსმა და ტისიამ (ძვ. წ.-აღ.-ის 450–440 წ.) შექმნეს (სწორედ ისინი დაუმონებია არისტოტელეს თავის ტრაქტატში „რიტორიკა“ და ამით გამხდარან ცნობილნი), ხოლო დარწმუნება რიტორიკის საგნად პირველად კორაქსს გამოუყვია. მასვე შეუმუშავებია ეფექტური დისკუსიის საფეხურები: 1) აუდიტორიის ყურადღების მიპყრობა, 2) თეზისის წარდგენა მსმენელის წინაშე; 3) მსჯელობა თეზისის დასაცავად; 4) დასკვნა. სწორედ ამ საფეხურებს დაეყრდნო შემდგომში რიტორიკული თეორიები, რომელმაც განვითარების რამდენიმე ეტაპი განვლო.

რიტორიკის, როგორც მეცნიერების, ფუძემდებლად მიიჩნევა ძველი ბერძენი ფილოსოფოსი არისტოტელე (ძვ. წ.-აღ.-ით 384–322 წ.), რომელმაც რიტორიკა განიხილა, როგორც დარწმუნების ხელოვნება. მის ნაშრომს „რიტორიკა“ (ძვ. წ.-აღ.-ით 329–323 წ), არაერთი სამეცნიერო კვლევა და თეორია დაეფუძნა და ფილოსოფოსთა თაობებისთვის სახელმძღვანელოდ მიიჩნეოდა საუკუნეების განმავლობაში მანამ, სანამ მე-16 საუკუნეში მის მიმართ მიდგომა არ შეიცვალა და რიტორიკას მხოლოდ „კარგად თქმის ხელოვნება“ არ უწოდეს. ამ პერიოდში რიტორიკას ჩამოსცილდა დარწმუნების, მსჯელობის, აუდიტორიასთან კომუნიკაციის მახასიათებლები და მისი მეშვეობით მხოლოდ ტექსტის სტილისტური ხერხების ამოცნობა-დაზუსტება ხდებოდა.

რიტორიკამ, როგორც მეცნიერებამ, მესამედ გასული საუკუნის მეორე ნახევარში განიცადა ცვლილება და ანტიკური რიტორიკის საფუძველზე ჩამოყალიბდა ახალი მიმდინარეობა – ნეორიტორიკა, რომელიც პირველად ბელგიელმა მეცნიერმა შაიმ (ხაიმ) პერელმანმა შემოიტანა. როგორც მეცნიერები მიიჩნევენ, იმ ლინ-

გვისტურ და ლოგიკურ მიმდინარეობებს შორის, რომლებმაც ნეორიტორიკას ნიადაგი მოუმზადა, არის ტრანსფორმაციული ლინგვისტიკა (ზ. ჰარისი) და იელმს ლევის კონოტაციის თეორია, იაკობსონის შრომები და ბრიუსელის რიტორიკული სკოლა (პერელმანი), რომელმაც შემოიტანა ტერმინი – ახალი რიტორიკა (ც. ბარბაქაძე, 2015)¹.

2.1. არისტოტელეს რიტორიკა და თანამედროვეობა

არისტოტელემ თავისი ნაშრომი სამ ნაწილად დაჰყო: პირველ ნაწილში ის განიხილავს რიტორიკის, ანუ ორატორული ხელოვნების პრობლემატიკას; მეორეში განხილულია ეთიკის საკითხები, ხოლო მესამეში – სტილი, რაშიც ის მოიაზრებს, რომ სტილი ნიშნავს არა იმას, რასაც ორატორი ამბობს, არამედ იმას – როგორ ამბობს.

არისტოტელეს რიტორიკის ძირითად მიზნად დარწმუნება მიაჩნდა, მეორეულ მიზნად კი – თავდაცვა. მისი აზრით: „დასაბუთება, ისევე, როგორც თავდაცვა, საჭიროა იქ, სადაც მსჯელობის საგანი სადავოა, ან ორაზროვანი, ან დაუდგენელი, რადგან, სადაც ყოველივე გარკვეულია, იქ აღარც მსჯელობაა საჭირო“².

არისტოტელემ რიტორიკა დაჰყო ორ ძირითად ნაწილად: საჯარო გამოსვლა და ლოგიკური დისკუსია. მანვე განმარტა, რომ, მიუხედავად იმისა, რომ აზროვნების ყველა სფეროს აქვს დარწმუნების საკუთარი საშუალებები, რიტორიკა არის სასარგებლო ყველა სფეროსთვის.

¹ ც. ბარბაქაძე, „ახალი რიტორიკის (ნეორიტორიკა) თეორიული საფუძვლები“, 2015, <https://semioticsjournal.wordpress.com/2015/07/31/%E1%83%AA%E1%83-%98%E1%83%A0%E1%83%90-%E1%83%91%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%91%E1%83%90%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%AB%E1%83%94-%E1%83%AE%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%A0%E1%83-98%E1%83%A2%E1%83%9D/> (ბოლო ნახვა 4.12 2017).

² „რიტორიკა“, არისტოტელე, 1981, თბ., რედ. აკაკი ურუშაძე, თარგ. თამარ კუკაია, გვ. 19.

არისტოტელეს აზრით, ყოველ სიტყვას, მათ შორის, ორატორულს, სამი ნაწილი აქვს: შესავალი, შინაარსი და დასკვნა, სადაც შესავლის დანიშნულებაა ნაწარმოების მიზნის ნათელყოფა, დასკვნა კი სიტყვას დასრულებულ სახეს აძლევს. ის რიტორიკული სიტყვის სამ მხარეს გამოყოფს: 1) ორატორი (ავტორი), 2) რის შესახებაც ორატორი საუბრობს (ტექსტი) და 3) ის, ვის მიმართაცაა სიტყვა (ტექსტი) მიმართული (აუდიტორია). ეს უკანასკნელი მას, ისევე, როგორც მის მიმდევრებს, მნიშვნელოვან კომპონენტად მიიჩნია, რადგან ყოველი სიტყვა და ტექსტი, რომელსაც ჰყავს მსმენელი ან მკითხველი, იმ დატვირთვას ატარებს, რასაც მისგან აუდიტორია მოითხოვს.

არისტორტელე გვთავაზობს დარწმუნების სამ საშუალებას, რომელსაც უწოდებენ: ეთოსს, პათოსს და ლოგოსს¹. მათგან ეთოსი თანამედროვე კომუნიკაციაში (სხვა, მაგალითად, სოციალურ და პოლიტიკურ 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 (ცხ.1).

მას შემდეგ, რაც არისტოტელეს რიტორიკულმა პრინციპებმა შუა საუკუნეების კრიტიკა გამოიარა, გაჩნდა ახალი მიმდინარეობა, რომელმაც, ფაქტობრივად, გაიმეორა ბერძენი ფილოსოფოსის მოსაზრებები და მთლიანდ დაეფუძნა ანტიკური რიტორიკის საკვანძო კონცეფციებს.

¹ არტურ ასა ბერგერის „მედის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები: თვისებრივი და რაოდენობრივი მიდგომის შესავალი“, მესამე გამოცემა, SAGE, 2014.

ცხრილი. 1

დარწმუნების საშუალება	დარწმუნების საფუძველი
ეთოსი	ორატორის პერსონალური თვისება (დამაჯერებლობა)
პათოსი	ორატორი აღვივებს მსმენელის ემოციებს
ლოგოსი	ლოგიკური არგუმენტები გამოსვლაში

ქართველი მკვლევარი ც. ბარბაქაძე აღნიშნავს, რომ „რიტორიკული დოქტრინის თანამედროვე ინტერპრეტაცია აისახა მრავალ ლექსიკონში, მათ შორის, გრეიმასისა და კურტესის ლექსიკონში, რომელიც გამოიცა 1979 წელს. განმარტებაში მითითებულია, რომ: რიტორიკა წარმოადგენს ტექსტის (დისკურსის) მეცნიერებადელ თეორიას, განპირობებულს იმ კულტურული კონტექსტებით, რომლის ჩარჩოებშიც ის ვითარდებოდა. ჩვენს დროში რიტორიკის აღორძინება აიხსნება სემიოტიკის გავლენით, ტექსტის პრობლემატიკისადმი ინტერესით. ძველი რიტორიკის ზოგიერთი თეორიული მხარე შეესაბამება დღევანდელ აქტუალურ ამოცანებს და საჭიროებს გადახედვას.“¹

როგორია არგუმენტაციის თანამედროვე პრინციპები? პერელმანი მას ასე აყალიბებს²:

¹ ც. ბარბაქაძე, „ახალი რიტორიკის (ნეორიტორიკა) თეორიული საფუძვლები“, 2015, <https://semioticsjournal.wordpress.com/2015/07/31/%E1%83%AA%E1%83-%98%E1%83%A0%E1%83%90-%E1%83%91%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%91%E1%83%90%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%AB%E1%83%94-%E1%83%AE%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A2%E1%83%9D/> (ბოლო ნახვა 4. 12. 2017).

² <http://iliauni.edu.ge/uploads/other/1/1472.pdf> (ბოლო ნახვა: 12. 2017).

- არგუმენტაციის მიზანი არის დარწმუნება;
- არგუმენტაცია საკომუნიკაციო პროცესში მიმდინარეობს;
- არგუმენტაცია აუცილებლად ითვალისწინებს აუდიტორიას;
- არგუმენტაცია, ძირითადად, ორიენტირებულია ლოგოსის შესწავლაზე, თუმცა არ უარყოფს ეთოსისა და პათოსის მნიშვნელობას;
- არგუმენტაციისთვის ამოსავალი წერტილი არ არის ქეშმარიტების დადგენა;
- არგუმენტაცია იყენებს საყოველთაოდ მიღებულ მოსაზრებებს აუდიტორიასთან ადაპტაციის მიზნით;
- არგუმენტაცია გულისხმობს ინტელექტუალური კონტაქტის არსებობას მეტყველსა და მსმენელს შორის;
- არგუმენტაციული დისკურსი არის ნებისმიერი სტრუქტურის მქონე დისკურსი, რომელიც იყენებს სხვადასხვა არგუმენტაციულ ტექნიკას;
- არგუმენტაციის სფერო არ არის ზუსტი მეცნიერება.

თუ გადავხედავთ არგუმენტაციის არისტოტელესეულ პრინციპებს, დავინახავთ, რომ პერელმანი მისგან არცთუ ისე შორსაა წასული.

რიტორიკისა და ნეორიტორიკის კიდევ ერთ საერთო მახასიათებელზე მიუთითებენ მკვლევრები, როცა ორატორის სტრატეგიასა და არგუმენტაციის ხარისხს ადარებენ. ისინი ამტკიცებენ, რომ რიტორიკის ამ ორი კომპონენტის ეფექტურობას აუდიტორია განსაზღვრავს.

2.2. რიტორიკა და კომუნიკაცია

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, არისტოტელე აუდიტორიასთან კომუნიკაციისას რიტორიკული სიტყვის სამ მხარეს გამოყოფს: 1) ორატორი (ავტორი), 2) ტექსტი, რის შესახებაც ორატორი სა-

უბრობს და 3) აუდიტორია, ვის მიმართაცაა ტექსტი მიმართული. ამ სქემას მთლიანად თანხვედბა ცნობილი ლინგვისტის რომან იაკობსონის (Roman Jakobson) ფორმულირება და ეს თანხვედრა ასე გამოიყურება: ორატორი არის ვერბალური ან არავერბალური ტექსტის ავტორი (ანუ, იაკობსონის მიხედვით, ინფორმაციის გამგზავნი); ტექსტი, რაზეც ის საუბრობს – შეტყობინება (მესიჯი), რომელიც გარკვეული ნიშნებით (სიტყვებით, კოდებით) გადაიცემა, ხოლო აუდიტორია – ინფორმაციის მიმღები.

კონტექსტის შეტყობინება (მესიჯი)

გამგზავნი _____ მიმღები
(აუდიტორია)

(მიმწოდებელი) კონტაქტის კოდი (მედიუმი)

იაკობსონის აზრით¹, კომუნიკაცია შეიცავს მესიჯს, რომელსაც ერთი პირი უგზავნის მეორეს. მესიჯი გადაეცემა კონტაქტის (მედიუმის) საშუალებით, რომელიც წარმოადგენილია კოდის სახით (ვთქვათ, ინგლისურ ენაზე) და განიხილება იმ კონტექსტში, რომელშიც ისაა მოცემული. ამდენად, მესიჯი „pass the syringe“ (მიანოდეთ შპრიცი) სხვა რამეს ნიშნავს საავადმყოფოში და სხვას – ბნელ ხეივანში. ასე რომ, კონტექსტით თამაშები მნიშვნელოვან როლს ასრულებს კომუნიკაციის პროცესში.

იაკობსონი ვარაუდობს, რომ მესიჯებს შეიძლება ჰქონდეთ მთელი რიგი ფუნქციები:

¹ არტურ ასა ბერგერის „მედის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები: თვისებრივი და რაოდენობრივი მიდგომის შესავალი“, მესამე გამოცემა, SAGE, 2014.

1. **საცნობარო (საინფორმაციო, რეფერენტული) ფუნქცია (referential function)** – ეს მოიცავს იმ გარემოს, რომელშიც ინფორმაციის მომწოდებელი იმყოფება;
2. **ემოციური ფუნქცია (emotive function)** – მოიცავს ემოციებს, რომელსაც ინფორმაციის მიმწოდებლები გამოხატავენ.
3. **პოეტური ფუნქცია (poetic function)** – მათ მიერ ისეთი ლიტერატურული ხერხების გამოყენებას, როგორცაა მეტაფორა და მეტონიმია¹.

ამ მოსაზრებებში არ იცვლება ერთი აუცილებელი და მნიშვნელოვანი ფაქტორი – აუდიტორია, რომელიც განაპირობებს ტექსტის შინაარსსა და ფორმას (მათ შორის, ლინგვისტურს). მკვლევრები თანხმდებიან, რომ რიტორიკული ტექსტის მთავარი სამიზნე არის მსმენელი (მკითხველი) და ამდენად, ტექსტის სტრუქტურა, ლექსიკა, პათოსი მთლიანად მასზეა მორგებული.

ამავე სქემაში მოიაზრება ლასუელის 5 კითხვა, რომელსაც რიტორიკული ანალიზისას მკვლევარი აუცილებლად დასვამს: ვინ (ამბობს)? რას ამბობს? რა არხებით (ამბობს)? ვის აწვდის (ტექსტს)? რა ეფექტით (აწვდის ტექსტს)?

ბერგერი წერს, რომ მან 5 ფოკუს-პუნქტი ლასუელის კითხვებისა და იაკობსონის მოდელისაგან დამოუკიდებლად შეიმუშავა, იდეაში კი ყველა ეს მოდელი ერთსა და იმავე ფუნდამენტურ ელემენტს შეიცავს.

არტურ ასა ბერგერი² ლასუელის კითხვებს და იაკობსონის კომუნიკაციურ სქემას უპირისპირებს საკუთარ მოსაზრებებს და ანალიზისთვის მორგებულ ცხრილს გვთავაზობს:

¹ იქვე.

² არტურ ასა ბერგერის „მედის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები: თვისებრივი და რაოდენობრივი მიდგომის შესავალი“, მესამე გამოცემა, SAGE, 2014.

ლასველი	ბერგერი	იაკობსონი
ვინ?	ხელოვანი/შემქმნელი	გამგზავნი
რას ამბობს?	ხელოვნების ნიმუში (ტექსტი)	მესიჯი
რა არხით?	მედია (შუამავალი)	კონტაქტი
ვის აწვდის?	აუდიტორია	მიმღები
რა ეფექტით?	საზოგადოება	მნიშვნელობა

განვიხილოთ მოდელის თითოეული ელემენტი კონკრეტული ტექსტის მაგალითზე:

ავილოთ საქართველოს ეროვნული გმირის, მერაბ კოსტავას მიერ თბილისში, კინოს სახლთან წარმოთქმული სიტყვა 1989 წლის 11 ოქტომბერს:

„მამულიშვილნო! ძმანო და დანო!

რუსეთის იმპერიის ისტორიაში დამთავრდა შემოკრებისა და ინტეგრაციის დრო. რუსეთის იმპერიას ყავლი გასდის! ახლა იწყება რუსეთის დეზინტეგრაციის და დაშლის ჟამი. ასეთი იყო ნებისმიერი იმპერიის ისტორია; ჯერ შემოკრება ამ ერის, იმპერიის განმახორციელებელი ერის გარშემო, ინტეგრაცია, გაფართოება, გაბერვა და შემდეგ დაშლა ცალკეულ სახელმწიფოებად. ასე დაიშალა, მეგობრებო, მაკედონელის იმპერია, ესპანეთის, ფილიპე II-ის იმპერია. იგივე მოელის რუსეთის იმპერიასაც.

ძმანო და დანო!

იმპერია მოითხოვს გარკვეულ დაკვირვებას. რუსეთის ფედერაციის მთავრობა, ქვეცნობიერად თუ ცნობიერად, ხვდება, რომ ასეთი დიდი სახელმწიფოს, სისხლით შექმნილი, სხვადასხვა ერის ძვლებზე აშენებული და ასე გაბერილი სახელმწიფოს არსებობა, მისი მართვა, მისი პოლიტიკურ-ეკონომიკური მთლიანობის შენარჩუნება შეუძლებელია და იგი დაიშლება. საქართველო ბუნებით უპირისპირდება რუსეთის იმპერიას და მის ვერაგულ ბუნებას. ეს პირდაპირი დაპირისპირებაა, მეგობრებო! მიუხედავად იმგვარი საშიში გეოგრაფიული ადგილისა, როგორიც საქართველოს არგუნა განგებამ, საქართველოს აქვს სურვილი იმპერიას ჩაასოს ისარი გულში. ასე რომ, დღევანდელი აქციის მიზანი, სწორედ, ისრის გაყრის ტოლფასია.

საქართველო ღირსია, რომ ჰყავდეს ეროვნული არმია!

ძმანო და დანო! ჩვენი ახალგაზრდები აპირებენ საპროტესტო აქციის ჩატარებას, რათა არ წავიდნენ დამპყრობლის არმიაში. მოგახსენებთ, რომ ნატოს კავშირი შედგარია დემოკრატიული პრინციპებით, რადგან იგი შედგება ეროვნული არმიების კავშირისაგან. საბჭოეთში კი თავიდანვე ეცადნენ ზემოთ ნათქვამი პრინციპის მოშლას. ქართველი ერის ნებაა უარის თქმა დამპყრობლის არმიაში სამსახურზე“.

ლასუელის, იაკობსონისა და ბერგერის სქემის მიხედვით ტექსტი შეიძლება ასე დაიშალოს:

<p>ვინ ამბობს ხელოვანი/შემქმნელი გამგზავნი</p>	<p>მერაბ კოსტავა, საქართველოს ეროვნული გმირი, საქართველოს დამოუკიდებლობისთვის მებრძოლი დისიდენტი, რომელსაც აქვს საზოგადოების ნდობა, ფლობს მდიდარ ლექსიკას, აქვს ქარიზმა, ორატორისთვის დამახასიათებელი ხმა</p>
<p>რას ამბობს? ხელოვნების ნიმუში (ტექსტი) მესიჯი</p>	<p>მოუწოდებს საზოგადოებას ერთიანობისა და იმპერიის წინააღმდეგ ბრძოლისაკენ, მხარს უჭერს ეროვნული არმიის შექმნას და ახალგაზრდების მოთხოვნას – არ ჩადგნენ საბჭოთა არმიის სამსახურში. მთავარი მესიჯი/ციტატა: „საქართველო ღირსია, რომ ჰყავდეს ეროვნული არმია! ქართველი ერის ნებაა უარის თქმა დამპყრობლის არმიაში სამსახურზე“. მესიჯს აქვს როგორც საცნობარო (ინფორმატიული), ასევე ემოციური და პოეტური ფუნქცია</p>
<p>რა არხით? მედიუმი (შუამავალი) კონტაქტი</p>	<p>იყენებს საზოგადოების თავშეყრის ადგილს – მიტინგს, სადაც თავმოყრილია ათასობით ადამიანი; არის პირდაპირი კომუნიკაცია.</p>
<p>ვის აწვდის? აუდიტორია მიმღები</p>	<p>საზოგადოება, რომელიც 1989 წლისთვის იბრძვის საქართველოს დამოუკიდებლობისთვის. ამდენად, ორატორისთვის მისაღებია მეტყველების ერთგვარი პათეტიკური სტილი.</p>

	<p>ციტატა: „მამულიშვილნო! ძმანო და დანო! რუსეთის იმპერიის ისტორიაში დამთავრდა შემოკრებისა და ინტეგრაციის დრო. რუსეთის იმპერიას ყავლი გასდის! ახლა იწყება რუსეთის დეზინტეგრაციის და დაშლის ჟამი“.</p>
<p>რა ეფექტით? საზოგადოება მნიშვნელობა</p>	<p>თუ გავიხსენებთ, ეს იყო ეროვნული მოძრაობის აზვირთების პიკი. საზოგადოება მიტინგებითა და სხვა საპროტესტო გამოსვლებით ცდილობდა პროტესტის გამოხატვას. ორატორის სამიზნე აუდიტორია იყო დამოუკიდებლობის იდეით გაერთიანებული ადამიანების დიდი ჯგუფი. ამდენად, მისი, როგორც სანდო ლიდერის, გამოსვლა სწორად შერჩეული ლექსიკითა და ემოციური მუხტით, არგუმენტირების სხვადასხვა მეთოდით (კონკრეტული მაგალითის გამოყენებით, ანალოგიისა და მიზეზშედეგობრივი კავშირის მოშველიებით), მნიშვნელოვანი იყო და გავლენას ახდენდა საზოგადოებაზე.</p>

ანალოგიურად შეიძლება იქნას განხილული ნებისმიერი ტექსტი – სიტყვა, ესე, რეკლამა, პოემა, ფოტოსურათი, ვებგვერდი და ა.შ. თუ ამას დავამატებთ კიდევ რობერტ რუთის (Robert L.root Jr) 1987) მიერ შემუშავებულ ორ ელემენტს – საუბრის მიზანსა და მოდელს, მივიღებთ ტექსტის სრულ რიტორიკულ კრიტიკას.

მედიატექსტის რიტორიკული ანალიზი

რიტორიკული ანალიზი არ არის ლიტერატურული ნაშრომის შეჯამება ან სამეცნიერო სტატია, არც ნაშრომის მნიშვნელობის გაგებაა რიტორიკული ანალიზის მიზანი. იგი მოითხოვს კრიტიკული ანალიზის უნარს იმისთვის, რომ მთლიანი გასაანალიზებელი ტექსტიდან გამოიყოს მნიშვნელოვანი მახასიათებლები იმის საჩვენებლად თუ რა ხერხებს მიმართავს ავტორი აუდიტორიაზე გავლენის მოსახდენად. ანუ რიტორიკული ანალიზი არის – ვაჩვენოთ არა ის, თუ რას წერს (რაზე საუბრობს) ავტორი, არამედ ის, თუ როგორ წერს (როგორ საუბრობს) და რა სტრატეგიებს იყენებს მიზნის მისაღწევად. არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ მათ განსხვავებული აუდიტორია ჰყავთ და, აქედან გამომდინარე, განსხვავებული მიზნები აქვთ სამეცნიერო სტატიის, მხატვრული ტექსტის და მედიატექსტის ავტორებს – მათი სტრატეგიებიც განსხვავებულია და ხერხებსაც განსხვავებულს იყენებენ.

რა ხერხებია რიტორიკული ანალიზისთვის ყველაზე დამახასიათებელი? რით განსხვავდება ის მედია ტექსტის დისკურსული ანალიზისგან? თუკი დისკურსის ანალიზი ტექსტობრივი მასალის დეტალურ ანალიზს გულისხმობს და ამ განმარტებაში ტექსტობრივი მასალა გაგებულია ფართოდ, როგორც: ინტერვიუსა თუ ფოკუს-ჯგუფის ჩანაწერი, მედია ანგარიში ან კონსულტაციის ჩანაწერი, ვერბალური ან ნიშანთა ენა თუ ესა თუ ის კონკრეტული მოვლენა¹, რიტორიკული ანალიზი მოითხოვს კრიტიკული ანალიზის უნარს იმისთვის, რომ მთლიანი (გასაანალიზებელი) ტექსტიდან გამოვყოთ ნაწილები და გავაანალიზოთ თუ როგორ წერს ავტორი და რა სტრატეგიებს იყენებს მიზნის მისაღწევად².

¹ <http://dictionary.css.ge/content/discourse-analysis>

² <https://tutorial.dasa.ncsu.edu/wp-content/uploads/sites/29/2015/06/RhetoricalAnalysis.pdf>

რიტორიკული ანალიზის გაფართოებული ხედვა დაამკვიდრა ბარი ბრამეტმა (Barry Brummet). თავის წიგნში: „რიტორიკა და საზოგადოების კულტურა“ („Rhetoric and Popular Culture“) ის წერს: „საზოგადოების მიერ რიტორიკის აღქმის ცვლილება ბადებს კითხვას – რა შეიცვალა რიტორიკის თვალსაზრისით XVIII საუკუნიდან დღემდე? დღეს ნიშნები ადამიანებზე სხვანაირად ახდენს გავლენას და ამიტომაც ჩვენ ყოველდღიურად მიღებულ ტექსტებს რიტორიკულს ვუნოდებთ. იყო თუ არა 200 წლის წინ ამის საჭიროება? გვაჩვენა თუ არა რიტორიკულმა თეორიებმა, რომ ეს ასე იყო, მაგრამ ჩვენ ამას დღემდე ვერ ვაანალიზებდით? სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, რიტორიკაზე შეხედულება თეორიის ცვლილებებს უკავშირდება თუ სამყაროს ცვლილებას?“ – და იქვე პასუხობს: ორივე – სამყაროც და რიტორიკის ცნებაც – შეიცვალა. ბრამეტი გვაჩვენებს, თუ რა მიმართებაშია რიტორიკული თეორია საზოგადოებრივ კულტურასთან და მეტიც, მასმედიასთან¹.

მკვლევრები შინაგანი მეტყველებიდან სიტყვის წარმოქმამდე (დანერამდე) რიტორიკის ხუთ ეტაპს გამოჰყოფენ: 1. ინვენციას (Inventio (ლათ.), რაც აღმოჩენას, გამოვლენას, პოვნას, მოძებნას ნიშნავს და რიტორიკული ტექსტის სისტემატიზაციას ახდენს (მთავარი სათქმელის (მესიჯის) გააზრება, დარწმუნებისთვის სათანადო არგუმენტების მოძიება, აუდიტორიის მოთხოვნის შესაბამისი ტექსტის შექმნა); 2. დისპოზიციას – (Dispositio (ლათ.), რომელიც თავდაპირველი მნიშვნელობით ბრძოლისთვის ჯარის განლაგების გეგმას ნიშნავს², ჩვენ შემთხვევაში კი გამოიყენება ტექსტის რიტორიკული აგებისას, როცა სწორად განლაგებული და საჭირო ადგილზე ჩასმული არგუმენტები ტექსტს მეტ დამაჯერებლობას მატებს (დაისმის კითხვა „სად ჩავსვათ?“); 3. ელოკუ-

¹ არტურ ასა ბერგერის „მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები: თვისებრივი და რაოდენობრივი მიდგომის შესავალი“, მესამე გამოცემა, SAGE, 2014.

² სამოქალაქო განათლების ლექსიკონი. <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=6&t=16214>

ცია – (elocutio (ლათ.), რომელიც ნიშნავს გამოთქმას. მისი მეშვეობით ხორციელდება სიტყვების შერჩევა და შეხამება რიტორიკის ძირითადი ცნებების, კატეგორიების, ტროპების და ფიგურების გამოყენებით. ზეპირად გააზრებული სიტყვა ენობრივად ფორმდება, აზრი გადადის სიტყვაში (დაისმის კითხვა „როგორ ვთქვათ?“), 4. მემორიო – Memoria (ლათ.), რაც გახსენებას ნიშნავს და ძირითადად საჯარო გამოსვლისას ტექსტის (სიტყვის) დამახსოვრებას გულისხმობს (დაისმის კითხვა „როგორ დავიმახსოვროთ?“) და 5. აქცია – Actio (ლათ.), რომელიც შესრულებას, საჯაროდ სიტყვით გამოსვლას ნიშნავს (დაისმის კითხვა „როგორ ვიმოქმედო გამოსვლისას?“) ხუთივე ელემენტი რიტორიკის წესებში შედის.

ც. ბარბაქაძე მიიჩნევს, რომ „ჩვენს დროში რიტორიკის აღორძინება აიხსნება სემიოტიკის გავლენით, ტექსტის პრობლემატიკისადმი ინტერესით. ძველი რიტორიკის ზოგიერთი თეორიული მხარე შეესაბამება დღევანდელ აქტუალურ ამოცანებს და საჭიროებს გადახედვას“. მისივე აზრით, „რიტორიკის ერთი ნაწილი, რინვენციადრ წოდებული, მოითხოვს ღრმად შესწავლას, ხოლო რიტორიკის მეორე ნაწილი – ელოკუცია – დღეს განიცდის განახლებას!“¹

რიტორიკული ანალიზისთვის მნიშვნელოვანი ფაქტორი – ელოკუცია, აზრის გამოსათქმელად სიტყვების შერჩევის შესაძლებლობას იძლევა. თავად არისტოტელე ორატორულ სიტყვას ფერწერას ადარებდა, სადაც საჭიროა შუქ-ჩრდილის გამოყენება და მეტაფორის, ეპითეტის და სხვა მხატვრული ხერხების ჩართვა, რაც სიტყვის პათოსს აძლიერებს.

¹ ც. ბარბაქაძე „ახალი რიტორიკის თეორიული საფუძვლები“. <https://semioticsjournal.wordpress.com/tag/%E1%83%9C%E1%83%94%E1%83%9D%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A2%E1%83%9D%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%90/>

მარტინ მედჰარსმა (Martin J. Medhurst) და ტომას ბენსონმა (Thomas W. Benson) თავიანთი წიგნის („რიტორიკული განზომილებები მედიაში“ (კრიტიკული პრეცედენტების კრებული)“ (1984)) შესავალში ჩამოთვალეს რიტორიკული ტერმინების განმარტებანი (რა თქმა უნდა, მედიასთან მიმართებაში). ამ სიის ადაპტირებული ვარიანტი ასეთია:

1. განზრახ (გააზრებულად) დარწმუნება;
2. სოციალური ღირებულებები და ტექსტში აღმოჩენილი სიმბოლიკური ფორმების ეფექტი (რამდენად გამიზნულადაა ისინი განთავსებული);
3. ხერხები, რითაც ხელოვნება უკავშირდება აუდიტორიას;
4. დამარწმუნებელი ხერხები, რომელთაც მოქმედი პირები იყენებენ დრამატულ და თხრობით ტექსტებში;
5. ტექსტების სახეების და ჟანრების შესწავლა;
6. თეორიები ადამიანების სიმბოლიკური ურთიერთკავშირის შესახებ – შემოთავაზებული სიმბოლიკურ ნამუშევართა ავტორების მიერ;
7. იდეალი ადამიანებს შორის კომუნიკაციის წარმართვისათვის;
8. შესწავლა იმისა, თუ რა ხდის ტექსტს ეფექტურს (პრაგმატულს)¹.

თუ განვაგრძობთ ზემოთ მოყვანილი მაგალითის რიტორიკულ ანალიზს, ტექსტი შეიძლება დავშალოთ ფრაზებად, რომელშიც ამოვიკითხავთ – რა რიტორიკული ხერხებით ახერხებს ორატორი აუდიტორიის ყურადღების მიპყრობას:

1) მერაბ კოსტავა ქმნის აუდიტორიისთვის შესაფერ ტექსტს (ინვენცია) და მიმართვას იწყებს ფრაზით: „მამულიშვილნო! ძმანო

¹ არტურ ასა ბერგერის „მედის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები: თვისებრივი და რაოდენობრივი მიდგომის შესავალი“, მესამე გამოცემა, SAGE, 2014.

და დანო!“ – რიტორიკული წესების მიხედვით, ის სწორად არჩევს მიმართვის ფორმას, რადგან, იცნობს აუდიტორიას და მისთვის მისაღებია მეტყველების ერთგვარი პათეტიკური სტილი. მიმართვა იწყება მთავარი მესიჯის პირველი ნაწილის გახშიანებით: „რუსეთის იმპერიის ისტორიაში დამთავრდა შემოკრებისა და ინტეგრაციის დრო. რუსეთის იმპერიას ყავლი გასდის! ახლა იწყება რუსეთის დეზინტეგრაციის და დაშლის ჟამი“.

2) ორატორი იყენებს დისპოზიციას, როცა საჭირო დროს და ადგილზე იყენებს შესაფერის არგუმენტებს მოსაზრების გასაძლიერებლად: „ასეთი იყო ნებისმიერი იმპერიის ისტორია; ჯერ შემოკრება ამ ერის, იმპერიის განმახორციელებელი ერის გარშემო, ინტეგრაცია, გაფართოება, გაბერვა და შემდეგ დაშლა ცალკეულ სახელმწიფოებად. ასე დაიშალა, მეგობრებო, მაკედონელის იმპერია, ესპანეთის, ფილიპე II-ის იმპერია. იგივე მოელის რუსეთის იმპერიასაც“.

3) ამავე მიმართვაში ვხვდებით ელოკუციის მაგალითსაც, როცა მთავარი აზრი – აქციის მონაწილეებს გაულრმავოს იმპერიის მიმართ პროტესტის გრძნობა და დაარწმუნოს, რომ ამგვარი აქციები სწორედ ამ მიზანს ემსახურება: „საქართველო ბუნებით უპირისპირდება რუსეთის იმპერიას და მის ვერაგულ ბუნებას. ეს პირდაპირი დაპირისპირებაა, მეგობრებო! მიუხედავად იმგვარი საშიში გეოგრაფიული ადგილისა, როგორც საქართველოს არგუნა განგებამ, საქართველოს აქვს სურვილი იმპერიას ჩაასოს ისარი გულში. ასე რომ, დღევანდელი აქციის მიზანი, სწორედ, ისრის გაყრის ტოლფასია“.

დღეისათვის მედიატექსტის გასაანალიზებლად მკვლევრები იყენებენ არაერთ ტერმინს, რომელიც ამა თუ იმ ფრაზის აღქმისათვის შეიძლება გამოდგეს: ალიტერაცია, რითმა, დეფინიცია, მეტაფორა, მეტონიმია, შედარება, მაგალითების მოყვანა, ირონია – ყველა ეს ხერხი შესაძლოა ერთ ტექსტში შეგვხვდეს და გამოიკვე-

თოს. რიტორიკული ანალიზის ავტორმა უნდა იცოდეს, ტექსტის რა ნაწილი რომელ რიტორიკულ ხერხს შეესაბამება და რომელი სიმბოლიკური ფორმა რა ეფექტისთვისაა მასში განთავსებული. ანალიტიკოსი ასევე უნდა არჩევდეს დამარწმუნებელ ხერხებს, რომელიც აუდიტორიას გამიზნულად უკავშირდება¹.

მაგალითად მოვიყვანოთ ვახუშტი კოტეტიშვილის მიერ 1992 წელს ვაჟა-ფშაველასადმი მიძღვნილი სიტყვები: „ვაჟა არ იყო არც ლამაზი, არც მოხდენილი, იყო ახოვანი. მთელი ფიგურა – არქაული. იგი კი არ დადიოდა, იზლაზნებოდა, როგორც გერალდიკური ნადირი. და ფსევდონიმი კი ცოტას ამბობს? – ვაჟა-ფშაველა, – ამ მაგარ სიტყვაში და უფრო ა-ნით დაბოლოვებაში ჩანს დედამიწის ძალა. მისი გაქანება ჰორიზონტს როდი საჭიროებს. ვერტიკალურად იძვრის მისი სტრიქონი: რიყიდან ლურჯ კლდემდე. ეს არის მისთვის სიმტკიცის ორი პუნქტი“ (თ. ჩხენკელი, 2009)². ამ პატარა მონაკვეთში გამოყენებულია ეპითეტი („ვაჟა... იყო ახოვანი“), შედარება („იგი კი არ დადიოდა, იზლაზნებოდა, როგორც ჰერალდიკური ნადირი“), მეტაფორა (ვერტიკალურად იძვრის მისი სტრიქონი: რიყიდან ლურჯ კლდემდე“), და ა.შ.

იმის მიუხედავად, რომ ნაშრომს შეიძლება ბევრი მიზანი ჰქონდეს, ჩვენ ერთზე ვახდენთ ფოკუსირებას, ანუ განვსაზღვრავთ – რა არის ნაშრომის მთავარი მიზანი – გასართობადაა? ინფორმირებისთვისაა? დასარწმუნებლადაა? ცოდნისა და წერიტი შესაძლებლობების დემონსტრირებისთვისაა? რა არის თავად შენი მიზანი? რა მოლოდინი აქვს აუდიტორიას და ახდენს თუ არა ეს გავლენას იმაზე, თუ როგორ განსაზღვრავ (აღწერ) შენს მიზანს.

¹ არტურ ასა ბერგერის „მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები: თვისებრივი და რაოდენობრივი მიდგომის შესავალი“, მესამე გამოცემა, SAGE, 2014.

² თ. ჩხენკელი, „ტრაგიკული ნიღბები“; თბ., 2009, გვ. 10.

აქვე უნდა გაანალიზდეს, ვისთვისაა დაწერილი თავად ნაშრომი, რომელსაც ვაანალიზებთ და ვისთვის ინერება ის ესე, რომელზეც ჩვენ ვმუშაობთ. აუდიტორიისთვის აუცილებელია: რას წერ, რამდენს წერ, როგორ აყალიბებ, რა ჟანრში წერ (მემუარი, ესე, იმეილი, წარწერა, განცხადება, შენიშვნა, გამოსვლა). ყველაფერზე გავლენას ახდენს სამიზნე აუდიტორია, რომელიც ინტერპრეტაციას გაუკეთებს შენს ნაწერს მისი მოლოდინისა და გამოცდილების მიხედვით.

ტექსტის ანალიზისას, პირველ რიგში, უნდა დავრწმუნდეთ, რომ დაწვრილებით გვაქვს ნაკითხული აკადემიური სტატიები (სამეცნიერო ნაშრომები) და გვესმის ნაკითხულის ძირითადი არსი. ცხადია, უნდა ვეცადოთ, გამოვიცნოთ ავტორის თეზისი და მისი მთავარი არგუმენტი. როგორც კი მთავარ სათქმელს მივაგნებთ, უნდა დავიწყოთ ტექსტის რიტორიკული ანალიზი.

კოლუმბიის უნივერსიტეტის მკვლევრები გვთავაზობენ კითხვებს, რომლებიც უნდა დაუსვა საკუთარ თავს სტატიის კითხვის დროს:

1. რა არის თეზისი და რა არის მთავარი არგუმენტი, რომელსაც ავტორი წარმოადგენს?
2. რა აირჩია ავტორმა შესასწავლად და რატომ?
3. რა არის ავტორის მიზანი? ინფორმირება? დარწმუნება? თუ კრიტიკა?
4. ვინ არის ავტორის სამიზნე აუდიტორია?
5. როგორ ალაგებს ავტორი მის მოსაზრებებს? ქრონოლოგიურად?
6. როგორ იყენებს ავტორი ლექსიკას (შერჩეული სიტყვები, სტრუქტურა, აკურატულობა, ფორმალურია თუ არაფორმალური? ტექნიკური ენა სლენგის წინააღმდეგ?)
7. იყენებს თუ არა დიალოგებს? ციტირებებს? რატომ?
8. არის თუ არა მნიშვნელოვანი საკითხები განმეორებული?

9. როგორია ტექსტის წინადადებრივი სტრუქტურა? არის მასში ფრაგმენტები და საჭირო (აუცილებელი) ამონარიდები? არის ის დეკლარაციული, იმპერატიული ექსკლამაციური? რა ეფექტი აქვს ასეთ სტრუქტურას?
10. იყენებს თუ არა მწერალი პუნქტუაციას ეფექტის შესაქმნელად (დახრილი, ხაზგასმა), რომელ პუნქტუაციის ნიშნებს იყენებს ავტორი და როდის?

მთავარი იდეა ამ კითხვებზე პასუხის გაცემისას არის იმის გაგება, თუ რატომ ირჩევს ავტორი ამ ხერხებს. ამიტომაც, როდესაც პასუხობ კითხვას, ვინ არის მისი სამიზნე აუდიტორია, დარწმუნებული უნდა იყო, რომ ითვისისწინებ, თუ რატომ წერს ავტორი სპეციალურად ამ აუდიტორიისთვის.

თუკი უკვე გაანალიზებულია წყაროები, ნაპოვნია რიტორიკული სტრატეგიები, რომელსაც ავტორი იყენებს და გვაქვს პასუხები ზემოთ აღნიშნულ კითხვებზე, მკვლევარი იწყებს საკუთარი თეზისის ჩამოყალიბებას და პასუხების გაცემას უკვე საკუთარ კითხვებზე.

ანალიზის წერის დროს გასათვალისწინებელია:

1. რა მიზნის მიღწევა გსურთ, რა გინდათ თქვით ავტორის რიტორიკული არჩევანის შესახებ? ხდის თუ არა ავტორის რიტორიკული არჩევანი მის სტატიას ძლიერს/სუსტს?
2. თეზისის არჩევის (ამოცნობის) შემდეგ სცადეთ ლოგიკურად დაანყოთ თქვენი ამოცნობილი (იდენტიფიცირებული) რიტორიკული სტრატეგია. მაგალითად, შეგიძლიათ დაიწყოთ იმით, თუ რისი თქმა სურს ავტორს სამიზნე აუდიტორიისთვის და რატომ აირჩია ავტორმა დაენერა მათთვის საინტერესო საკითხზე. შემდეგ თქვენ შეგიძლიათ ამოიცნოთ (აღმოაჩინოთ, იპოვოთ) კონკრეტული სტილისტური არჩევანი, როგორცაა ლექსიკა, ფორმალური/არაფორმალური ენა და

ა.შ. ამ ყველაფრის იდეაა ერთი რიტორიკული ანალიზის ხერხიდან მეორეზე ლოგიკური გადასვლა.

3. თითოეული მიზნისთვის იქონიეთ ერთი ისეთი მთავარი წინადადება, რომელიც ნათელს მოჰფენს (ცხადს გახდის) იმ თემის რიტორიკული სტრატეგიის მიზანს, რომელიც თქვენ უნდა განიხილოთ. ეს დაენმარება სხვას, ამოიცნოს არგუმენტი, რომელსაც თქვენ აყალიბებთ და მეტად მოქნილი გახადოს ის.
4. გონებაში იქონიეთ, რომ როდესაც ავტორები იყენებენ განსხვავებულ სტრატეგიებს მიზნის მისაღწევად, შენ ასევე გჭირდება არა მარტივად მათი შეჯამება, არამედ ამ სტრატეგიების ანონვა და გაანალიზება. მაგალითად, იმის მაგიერ, რომ უბრალოდ თქვა, რომ, ავტორი იყენებს ფორმალურ ენას მის ესეში, თქვი, თუ რა ეფექტი ჰქონდა ფორმალური ენის გამოყენებას. ამით თქვენ არა მარტო ამოიცნობთ რიტორიკულ სტრატეგიას, არამედ აანალიზებთ მის მიზანს.
5. როგორც ყველა აკადემიური ნაშრომში, შეამოწმეთ გრამატიკა, გადასვლის სიმარტივე, მოქნილობა და ლოგიკური არგუმენტაცია¹.

მოცემული კითხვების მიხედვით შეიძლება აიგოს ერთგვარი ცხრილი, რომლის შევსების შემდეგაც მედიატექსტის სრულ რიტორიკულ ანალიზს მივიღებთ:

რას აკეთებს ავტორი	რატომ აკეთებს ავტორი
ავტორის თეზისი და მთავარი იდეა	რატომ ირჩევს ავტორი ამ თეზისს ან იდეას შესასწავლად?
რა არის ავტორის მიზანი? დარწმუნება? ინფორმირება? კრიტიკა? თუ კიდევ სხვა?	რატომ ირჩევს ავტორი ამ მიზანს და რა ეფექტს ქმნის ეს?

¹ <https://tutorial.dasa.ncsu.edu/wp-content/uploads/sites/29/2015/06/RhetoricalAnalysis.pdf>

ვინ არის ავტორის სამიზნე აუდიტორია?	არსებობს თუ არა მიზეზი, რის გამოც ავტორმა აირჩია კონკრეტულად ეს აუდიტორია?
როგორ დააღაგა ავტორმა მისი იდეები (მოსაზრებები)? ქრონოლოგიურად? ლოგიკურად?	გამოიწვია თუ არა იდეების (მოსაზრების) ამ განლაგებამ (სტრუქტურამ) და ავტორის მიერ ამ მოსაზრებების (იდეები) განვითარებამ რაიმე ეფექტი? რა მიზანი აქვს? რატომ განაღაგა მისი არგუმენტები ამ თანმიდევრობით?
რა ლექსიკას იყენებს ავტორი – ფორმალურს თუ არაფორმალურს? ტექნიკურ ენას თუ სლენგებს? ლექსიკა, არგუმენტირებულობა (სიტყვების წყობა) აკურატულობა? არის თუ არა რომელიმე სიტყვა განმეორებული?	რატომ იყენებს ავტორი ამგვარ ლექსიკას? რა ეფექტი აქვს მას?
წინადადების როგორ სტრუქტურას იყენებს ავტორი? ფრაგმენტებია თუ ციტატები (საჭირო, აუცილებელი ამონარიდები)? წინადადებები დეკლარაციულია, იმპერატიული თუ ექსკლამაციური?	რა ეფექტი აქვს წინადადების ამგვარ სტრუქტურას?
ავტორი დიალოგებს იყენებს თუ ციტატებს?	რატომ იყენებს ავტორი დიალოგებს ან ციტატებს?
არის თუ არა სხვა მნიშვნელოვანი რიტორიკული სტრატეგია, რომელიც შენ აღმოაჩინე (შეამჩნიე)?	რატომ არის ისინი გამოყენებული

რიტორიკული ანალიზის თეზისის მტკიცებულებები (ჩამოყალიბების წესები)

როგორ უნდა ჩამოყალიბდეს თეზისი რიტორიკული ანალიზისთვის? მთავარი, რაც ასეთ დროს უნდა გავითვალისწინოთ, ისაა, რომ ჩვენ მიერ ჩამოყალიბებული თეზისი: ა) გამოხატავდეს პოზიციას; ბ) ქმნიდეს სადისკუსიო თემას; გ) გამოხატავდეს ერთ მთავარ იდეას; დ) ფოკუსირდებოდეს ერთ თემაზე¹. მაგალითად: „იმის მიუხედავად, რომ X, ისტორიულ ფაქტებთან ერთად, დასარწმუნებლად ბევრ ლოგიკურ არგუმენტს იყენებს, მკითხველებს ეჭვი შეაქვთ მის ობიექტურობაში სარკასტული ტონის გამო“ ან „Y-ის მცდელობა – დაარწმუნოს აუდიტორია, რომ მოცემული ტექსტი გაუმართავია, წარუმატებელია მისი უემოციო ლექსიკისა და გაბრაზებული ტონის გამო“...

მკვლევრები გვიჩვენებენ, რომ ტექსტის რიტორიკული ანალიზის დროს თავიდან უნდა ავარიდოთ პირველი პირის გამოყენება, მაგალითად, „მე მჯერა“, „მე ვფიქრობ“, „მიმაჩნია“ და ა.შ. ანალიზი, რომელსაც ჩვენ ვთავაზობთ აუდიტორიას, უნდა განამტკიცებდეს ჩვენს დასკვნებს და რიტორიკულ სტრატეგიებს, უნდა გვაძლევდეს ინფორმაციას ტექნიკაზე (წერის სტრატეგიაზე), რომელსაც ვაანალიზებთ და უნდა ვაჩვენებდეთ ამ ტექნიკის გავლენას ტექსტის ეფექტურობაზე. ბ. ეკლ გრეი (Bethany Ekle Gray)² გვასწავლის, რომ ძლიერი თეზისი ხშირად უნდა მოიცავდეს სიტყვებს: რადგან, ამდენად, ამიტომ, მიუხედავად ამისა და ა.შ. მაგალითად: „X ეფექტურად არწმუნებს აუდიტორიას, რადგან, სტატისტიკის და კვლევების გამოყენებასთან ერთად, იყენებს ემოციურ ისტორიებს“, ან „Y იყენებს პირად ისტორიებს და მოგვითხრობს მის ვრცელ კვლევაზე ამ არეალში, რათა დაარწმუნოს მკითხველები

¹ <https://ttu1301.files.wordpress.com/2011/09/thesis-statements-handout.pdf>

² იქვე.

მის სანდოობაში. ეს შეესატყვისება ეთოსის ხერხს, რასაც ემატება მისი მეგობრული ტონი და ქმნის ეფექტურ არგუმენტს... (რადაციისთვის)". იგივე ავტორის მოსაზრებით, კარგი თეზისი არ არის:

- თემის მარტივი მტკიცებულება;
- ფართო მტკიცებულება;
- ფაქტებზე და სტატისტიკაზე დაფუძნებული მტკიცებულება;
- გასაანალიზებელი ესსეს შეჯამება;
- იმის მტკიცებულება, თუ რის გაკეთებას აპირებ ესსეში.

იგი გვთავაზობს სუსტი თეზისების მაგალითებსაც: „აბორტი დიდი ბოროტებაა“, „ვაპირებ, რომ გავარკვიო, როგორ იყენებს ავტორი პათოსს, ეთოსს და ლოგოსს აუდიტორიის დასარწმუნებლად“ და ა.შ. იგივე ავტორი ანალიზსა და შეჯამებას (თეზისს) შორის განსხვავების დასანახად გვთავაზობს მაგალითებს:

1. **შეჯამება** (თეზისი): „სმიტი ამბობს, რომ გლობალურ დათბობას უარყოფითი ეფექტები აქვს და რომ ჩვენ უნდა გვადელევებდეს ჩვენი მსოფლიოს მომავალი“.

რიტორიკული ანალიზი: „სმიტი გვანვდის გლობალური დათბობის რამდენიმე ნეგატიურ შედეგს და სვამს ძახილის ნიშნებს. ის იყენებს პუნქტუაციას, რათა გამოკვეთოს, გამოაღვიძოს აუდიტორიაში პრობლემის აქტუალობის შეგრძნება და მკითხველი დააფიქროს პლანეტის მდგომარეობაზე გლობალური დათბობისას“.

2. **შეჯამება** (თეზისი): ჯონსონი იყენებს ფორმალურ (ოფიციალურ, აკადემიურ) ენას მის ნაშრომში და თითქმის არ იყენებს არაფორმალურ გამოთქმებსა და სიტყვებს.

რიტორიკული ანალიზი: ჯონსონი იყენებს ფორმალურ ენას. მაგალითად, ის კამათობს საჯარო სკოლების არათანაბარი დაფი-

ნანსების საკითხებზე და წერს, რომ ეს იწვევს: „საშინელ დაუბალანსებლობას მდიდარ და გაღარიბებულ გაერთიანებებს შორის (27)“. ფორმალური, აკადემიური წერის სტილის გამოყენებით ის წარმოადგენს საკუთარ თავს, როგორც სანდო ავტორს (ამით ქმნის ეთოსის კლასიკურ ფორმას)“.

ამდენად, მედია ტექსტის რიტორიკული ანალიზის თეზისის ჩამოყალიბებისას უნდა გავითვალისწინოთ, რომელ სტრატეგიასა და ტექნიკაზე ვმსჯელობთ, რამდენად ეფექტურია ეს ტექნიკა და რატომაა საუკეთესო შედეგის მომტანი.

საინაუგურაციო მიმართვა, როგორც რიტორიკის ჟანრი

ვინაიდან ამერიკულ პოლიტიკურ კულტურაში პრეზიდენტების საინაუგურაციო მიმართვის ტრადიცია, დიდი ხანია დამკვიდრდა, შესაბამისად, აქვე გამოიმუშავდა და დამკვიდრდა ამ ჟანრის ფუნქციონირების ნორმები და პრინციპები. აქედან გამომდინარე, საინაუგურაციო მიმართვის ანალიზს სწორედ ამერიკულ მასალაზე დაყრდნობით წარვმართავთ (*American Perspectives: The United States in the Modern Age.* – Washington, D. C.: USIA; <http://www.pub.whitehouse.gov/search/white-house-publications>).

პრეზიდენტის საინაუგურაციო სიტყვა წარმოადგენს ეპიდექტიკურ რიტორიკას, რომელიც, არისტოტელეს თანახმად, არის სეფესიტყვა, წარმოთქმული საზეიმო შემთხვევის გამო, ამაღლებული სტილის სიტყვა, რომელშიც მრავლად გამოიყენება კონოტაციური და სუპერლატიური ხერხები.

საპრეზიდენტო რიტორიკის სპეციალისტები კ. კემპბელი და კ. ჯეიმისონი მიიჩნევენ, რომ საინაუგურაციო სიტყვა თავისი პროტოჟანრის ყველა ნიშან-თვისებას სრულად ინახავს: ის წარმოადგენს საზეიმო ცერემონიის უმთავრეს ელემენტს, მასში გააზრებულია წარსული და მომავალი ერის ანმყოს ფონზე, წარმოითქმება

ქება ყველაფრისადმი, რაც აერთიანებს ერს და საზოგადოებას, იყენებს დახვეწილ ლიტერატურულ სტილს (რომელიც ხასიათდება მეტაფორებით, იმ ყველაფრის ჰიპერბოლიზებით, რაც ისედაც ცნობილია საზოგადოებისთვის, ოღონდ ნეიტრალურ კონტექსტში) (Campbell, Jamieson, 1986).

რ. ჯოსლინი საინაუგურაციო მიმართვას ახასიათებს, როგორც „უსაფრთხო რიტორიკას“ (riskless rhetoric – სიტყვასიტყვით რიტორიკა რისკის გარეშე) (Joslyn 1986: 316). ეს ნიშნავს, რომ საინაუგურაციო მიმართვა არ შეიცავს პოლემიკურ გამონათქვამებს (როგორც აღნიშნავს ელენა შეიგალი, საინაუგურაციო სიტყვებში შეუძლებელია იპოვო მტკიცებები, რომლებსაც საზოგადოების რომელიმე წევრი არ დაეთანხმებოდა); მასში არ არის ისეთი რამ, რაც გამომწვევი ან ალტერნატიული ღირებულებების შემთავაზებელი იქნებოდა).

ეს ყველაფერი ნათლად მიუთითებს, რომ ჟანრი უკიდურესად რიტუალურია და ფატიკურობა ინფორმაციულობას აღემატება.

იმის გამო, რომ შეტყობინებაში არ არის სიახლე, კომუნიკაციის აქტის მონაწილეების ყურადღების ფოკუსი სხვა კომპონენტზე ინაცვალებს: მნიშვნელოვანია არა იმდენად შინაარსი, არამედ წარმოთქმის ფაქტი. სწორედ ამაში მდგომარეობს საინაუგურაციო სიტყვის, როგორც ჟანრის უმნიშვნელოვანესი და უნიკალური თავისებურება: იგი არის არა მხოლოდ მეტყველებითი, არამედ პოლიტიკური მოქმედება.

თუ მეტყველებით აქტებს ჟანრების ტიპებს დავუკავშირებთ, მივალთ დასკვნამდე, რომ საინაუგურაციო სიტყვა პოლიტიკური პერფორმატივების რიგს განეკუთვნება. საინაუგურაციო სიტყვის პერფორმატიულობის საფუძველს წარმოადგენს პრეზიდენტის ფიცი, რომელიც თავისთავად უკვე არის ტექსტი-პერფორმატივი. იგი, ამავე დროს, გვევლინება მთელი სიტყვის ბირთვად, ხოლო

თავად სიტყვა უბრალოდ ამ ფიცის გაფართოებული ვერსიაა. აშშ-ის ისტორიას ახსოვს ერთი შემთხვევა, როცა მთელი საინაუგურაციო სიტყვის ტექსტი მხოლოდ ფიცამდე იქნა დაყვანილი: ჯორჯ ვაშინგტონის მეორე საინაუგურაციო მიმართვა.

კემპბელი და ჯეიმისონი გამოჰყოფენ საინაუგურაციო სიტყვის ოთხ მახასიათებელს: ა) რიტორიკულად აუდიტორიის გაერთიანება ერთ ერად; ერი განიხილება მოწმედ და სრულუფლებიან მონაწილედ ახალი პრეზიდენტის ლეგიტიმაციის პროცესისა; ბ) მიმართვა წარსულისადმი, როგორც ერის ტრადიციული ღირებულებების წყაროსადმი; გ) იმ პოლიტიკური პრინციპების დეკლარაცია, რომლითაც მომავალი ადმინისტრაცია იხელმძღვანელებს; დ) საკუთრივ პრეზიდენტის ინსტიტუტისთვის კანონიერი ძალის კიდევ ერთხელ მინიჭება (Campbell, Jamieson 1986).

ამ მტკიცებას ახალ მტკიცებამდე მივყავართ: საინაუგურაციო სიტყვა ოთხ ძირითად ფუნქციას ასრულებს: ინტეგრაციულს, ინსპირაციულს, დეკლარაციულს და პერფორმაციულს.

ინტეგრაციული ფუნქციის ნიმუშებია:

Let us then... (მაშ, მოდით...);

fellow-citizens... (თანამოქალაქეებო);

unite with one heart and one mind (გავერთიანდეთ ერთი გულითა და ერთი გონებით (თომას ჯეფერსონი);

The oath taken in the presence of the people becomes a mutual covenant. My promise is spoken: yours unspoken, but not the less real and solemn (ფიცი, დადებული ხალხის თანდასწრებით, ურთიერთშეთანხმება ხდება. ჩემი დაპირება წარმოთქმულია, თქვენი

– წარმოუთქმელი, მაგრამ მასზე არანაკლებ ნამდვილი და წმიდა-
თანმიდა) (ბ. ჰარისონი);

In your hands, my fellow citizens, more than mine, will rest the final
success or failure of the course. Will you join in that historic effort?
(თქვენს ხელშია, ჩემო ძვირფასო თანამემამულეებო, უფრო მეტად,
ვიდრე ჩემს ხელში, ამ კურსის წარმატება ან წარუმატებლობა. ხომ
შემოუერთდებით ამ ისტორიულ მცდელობას?) (ჯ.ფ. კენედი);

Let us resolve that we the people will build an American opportunity
society, in which all of us – white and black, rich and poor, young
and old – will go forward together arm in arm ((მოდი, გადავწყვი-
ტოთ, რომ ჩვენ, ხალხი, ავაშენებთ ამერიკული შესაძლებლობების
საზოგადოებას, რომელშიც თითოეული ჩვენგანი – თეთრი და შა-
ვი, მდიდარი და ღარიბი, ახალგაზრდა და მოხუცი – მხარდამხარ
ივლის წინ) (რ. რეიგანი).

ინსპირაციული ფუნქციის ნიმუშებია:

We dare not forget today that we are heirs of that first revolution
(დღეს ჩვენ არ გვაქვს უფლება დავივიწყოთ, რომ პირველი რევო-
ლუციის მემკვიდრეები ვართ) (ჯ.ფ. კენედი);

There is a man here who has earned a lasting place in our hearts –
and in our history. President Reagan, on behalf of our nation, I thank
you for the wonderful things that you have done for America (არის
ერთი კაცი, რომელმაც სამუდამოდ დაიმსახურა ადგილი ჩვენს
გულებსა და ჩვენს ისტორიაში. პრეზიდენტო რეიგან, მთელი ერის
სახელით, მადლობას მოგახსენებთ იმ გასაოცარი საქმეებისთვის,
რომლებიც ამერიკისთვის ჩაიდინეთ) (ჯ. ბუში);

Compared with the perils which our forefathers conquered because
they believed and were not afraid, we have still much to be thankful

for (ჩვენ დღემდე დიდად ვართ დავალებულნი ჩვენი წინაპრებისგან, რადგან მათ უდიდეს საფრთხეებს სძლიეს, იმიტომ რომ სწამდათ და არ ეშინოდათ) (ფ.დ. რუზველტი);

This ceremony is held in the depth of winter. But, by the words we speak and the faces we show the world, we force the spring (ეს ცერემონია შუა ზამთარში იმართება, მაგრამ იმ სიტყვების გამო, რომელსაც ჩვენ ვეუბნებით და იმ სახეების გამო, რომლებსაც მსოფლიოს ვუჩვენებთ, ჩვენ გაზაფხულის მოსვლას ვაჩქარებთ) (ბილ კლინტონი);

Our nation is posed for greatness (ჩვენი ერი/ქვეყანა მოწოდებულია, იყოს დიადი) (რონალდ რეიგანი);

Great nations like great men must keep their word. When America says something, America means it (დიდმა ერებმა, ისევე, როგორც დიდმა კაცებმა, სიტყვა არ უნდა გატეხონ. ამერიკა სიტყვის პატრონია) (ჯ. ბუში);

Not change for change sake, but change to preserve America's ideals – life, liberty, the pursuit of happiness (არა ცვლილება ცვლილებისთვის, არამედ ცვლილება ამერიკული იდეალების შენარჩუნებისთვის – სიცოცხლე, თავისუფლება, ბედნიერებისკენ სწრაფვის (ბ. კლინტონი).

დეკლარაციული ფუნქციის ნიმუშებია:

We must act and act quickly (ჩვენ უნდა ვიმოქმედოთ და უნდა ვიმოქმედოთ სწრაფად) (ფ. დ. რუზველტი);

We must be strong, for there is much to dare (ჩვენ უნდა ვიყოთ ძლიერები, რამეთუ კიდევ ბევრი გაბედული ნაბიჯია გადასადგმელი) (ბ. კლინტონი);

And so, my fellow Americans, ask not what your country can do for you: Ask what you can do for your country (ამრიგად, ჩემო თანამემამულე ამერიკელებო, საკითხავი ის კი არ არის, რისი გაკეთება შეუძლია თქვენთვის თქვენს ქვეყანას, არამედ ის, თქვენ რისი გაკეთება შეგიძლიათ მისთვის) (ჯ. ფ. კენედი).

პერფორმატიული ფუნქციის ნიმუშებია:

With this pledge taken, I assume unhesitatingly the leadership of this great army of our people dedicated to a disciplined attack upon our common problems (გპირდებით, რომ უყოყმანოდ ჩავუდგები სათავეში ჩვენი ხალხის დიად არმიას, რათა დარაზმულად შევეუტიოთ ჩვენს საერთო პრობლემებს) (ფ. დ. რუზველტი);

To that work I now turn with all the authority of my office (ამ სამუშაოსთვის მე ავამუშავებ ჩემი კაბინეტის მთელ ძალმოსილებას) (ბ. კლინტონი);

Your strength can compensate for my weakness, and your wisdom can help to minimize my mistakes (თქვენს ძალას ჩემი სისუსტის კომპენსირება შეუძლია, თქვენი სიბრძნე კი მინიმუმადე დაიყვანს ჩემს შეცდომებს) (ჯ. კარტერი);

The old ideas are new again because they're not old, they are timeless: duty, sacrifice, commitment and patriotism (ძველი იდეები ისევ იქცნენ ახალ იდეებად, რადგან ისინი ძველი კი არა, დროის მიღმა იდეებია: ვალდებულება, თავგანწირვა, ერთგულება/თავდადება და პატრიოტიზმი) (ჯ. ბუში).

გამოსახულების რიტორიკული ანალიზი

მედიატექსტი, ცხადია, მხოლოდ ესეი, საინაგურაციო მიმართვა ან სხვა ტიპის ვერბალური ან დანერვილი მასალა არ არის. ტექსტი ახ-

ლავს ფილმებს, სატელევიზიო და რადიო სიუჟეტებს, რეკლამებს, რომლებიც, სხვა ტიპის გამომსახველობით ფორმებთან (ხმის ეფექტი, მსახიობების საუბრის მანერა, მიმიკა, სხეულის ენა, მუსიკა) ერთად, ტექსტსაც იყენებს.

არტურ ასა ბერგერი ამას ვიზუალური გამოსახულების ტექსტუალურ დანამატებს უწოდებს და გამოკვეთს მის მახასიათებლებს¹:

- ისინი შედგებიან ვიზუალური ნიშნებისაგან (სიმბოლოები, მინიშნებები, იკონები, ინდექსი, ნიშნები);
- ისინი წარმოადგენენ რალაც რეალურს, ან არარეალურს – წარმოსახვითს;
- ისინი მოიცავენ ან რაიმე ობიექტს, ან ადამიანებს სხვადასხვა ადგილზე, ან ზოგჯერ სიტყვებსაც;
- ისინი, ძირითადად, შთაბეჭდილებას ახდენენ მათზე, ვინც მას უყურებს;
- მათ აქვთ საშუალება, აჩვენონ გადაცემული ინფორმაციის მნიშვნელობა და დაუმატონ მას ქვეტექსტი;
- ისინი ხშირად აღძრავენ ემოციას.

როგორ ხდება რეკლამის ტექსტუალური დანამატის რიტორიკული ანალიზი? ბერგერი გვთავაზობს, დავაკვირდეთ²:

- როგორია რეკლამის ან გამოსახულების ზოგადი ფონი?
- რა შეიძლება ითქვას გამოსახულების შესახებ? რა არის მისი ძირითადი თემა?
- რა ნიშნები, სიმბოლოები და მინიშნებები შეგვიძლია ვიპოვოთ გამოსახულებაში?

¹ არტურ ასა ბერგერის „მედის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები: თვისებრივი და რაოდენობრივი მიდგომის შესავალი“, მესამე გამოცემა, SAGE, 2014.

² იქვე.

- რა არის გამოსახულების პირველადი მესიჯი? არის თუ არა მასში მეორეხარისხოვანი მესიჯები?
- რა არის გამოსახულების მესიჯის აზრი (მითითება)?
- რა არის გამოსახულების მესიჯის დამატებითი მინიშნება (ქვეტექსტი)?
- რა შეგრძნებას და დამატებით მნიშვნელობას ქმნის გამოსახულება?
- რა ინტერტექსტუალური (სტრიქონებსშორისი) მესიჯები შეიძლება ვიპოვოთ მასში (თუ ასეთი საერთოდ მოიძენება)?
- რა როლს თამაშობს მასში ცარიელი სივრცე?
- რა როლს თამაშობს განათება გამოსახულებაზე?
- რა ფერები შეიძლება ვიპოვოთ სარეკლამო გამოსახულებაში? როგორ იყენებენ ამ ფერებს?
- როგორია გამოსახულებაში მოცემული ადამიანების იმიჯი? რა აცვიათ? რა მიზანი აქვთ მათ?
- როგორი გამომეტყველების (მიმიკის, ემოციის) პოვნა შეიძლება გამოსახულებაზე აღბეჭდილი ადამიანების სახეზე? რას გადმოსცემს მათი სახეები?
- რა კულტურული კოდი შეიძლება ვიპოვოთ გამოსახულებაში?
- როგორია ელემენტების განლაგების (მოწყობის) მნიშვნელობა გამოსახულებაში?
- როგორი ბალანსი შეიძლება ვიპოვოთ გამოსახულებაში – ღერძული თუ ასიმეტრიული?
- რას გამოკვეთს გამოსახულება?
- როგორია გამოსახულების ტონი? როგორ არის საგანი წარმოჩენილი?
- როგორი კადრები შეიძლება ვიპოვოთ გამოსახულებაში? მსხვილი პლანი თუ ძალიან მსხვილი პლანი?
- რა პროდუქტი იყიდება სარეკლამო გამოსახულებაში (რეკლამისთვის)?

- როგორ ფიქრობთ, ვინაა გამოსახულების (რეკლამის) სამიზნე აუდიტორია?
- რა გარნიტურაა გამოყენებული გამოსახულებაში? რატომაა ეს გარნიტურა შერჩეული?
- დამაჯერებლობის რა ვიზუალური ტექნიკა შეიძლება ვიპოვოთ გამოსახულებაში?
- რა შეგიძლიათ იპოვოთ გამოსახულებაში ისეთი, რასაც შემქმნელები ვერ მიხვდნენ და მნიშვნელობა ვერ მიანიჭეს?

გარდა ამისა, სარეკლამო ტექსტის რიტორიკული ანალიზის დროს უნდა დავაკვირდეთ, დარწმუნების რა ხერხს იყენებენ მისი შემქმნელები, რომელი რიტორიული ხერხებია გამოყენებული აუდიტორიის ყურადღების მისაზიდად.

თავი 7

იდეოლოგიური კრიტიციზმი, როგორც ანალიტიკური მიდგომა

მედიური ტექსტის/შეტყობინების ანალიზისას ამერიკელი კომუნიკაციათმცოდნე არტურ ასა ბერგერი განასხვავებს ოთხ დოქტრინას: სემიოლოგიურ ანალიზს; იდეოლოგიურ ანალიზს; სოციოლოგიურ ანალიზს და ფსიქოანალიზს. გამომდინარე იმ გარემოებებიდან, რომ, ჩვენი აზრით, სოციოლოგიური ანალიზი დიდწილად ეფუძნება იდეოლოგიურ ანალიზს, ხოლო ფსიქოანალიზი დიდწილად მოიცავს ანალიზის სემიოლოგიურ და სტრუქტურალისტურ მიდგომებს, წინამდებარე სახელმძღვანელოში სტუდენტებს მხოლოდ ორი მიდგომის – სემიოლოგიურისა და იდეოლოგიურის დეტალურ შესწავლას ვთავაზობთ, რომლებიც გარკვეულ საფუძვლად იქცევა სოციოლოგიური ანალიზისა და ფსიქოანალიზისთვის.

ეს ანალიტიკური მიდგომები სუფთა სახით თითქმის არ გვხვდება. იდეოლოგიური მიდგომა ხშირად გვევლინება, როგორც დომინანტური მიდგომა, რომელიც დამატებით ინსტრუმენტად იყენებს სემიოლოგიურ და სოციოლოგიურ ანალიზს. ასევე, საკმაოდ ხშირია, როცა ფსიქოანალიზის დომინანტობის პირობებში ინსტრუმენტად არის გამოყენებული სემიოლოგიური ანალიზი, ანუ ტექსტში მოცემული და კოდირებული ნიშნების ინტერპრეტაცია ხდება ფსიქოანალიტიკური მიდგომის პარადიგმაში.

თუკი სემიოლოგიური ანალიზი კონცენტრირებულია საკუთრივ ტექსტზე და მასში კოდირებულ მნიშვნელობებზე, იდეოლოგიურ ანალიზს მეტად აინტერესებს ტექსტის ბმა მედიის მფლობელების, დომინანტური კლასის, გაბატონებული დისკურსის ინტერესებთან. იდეოლოგიური კრიტიციზმი სვამს შეკითხვებს: რამდე-

ნად უკავშირდება მედიური ძალაუფლება პოლიტიკურ ძალაუფლებას? ვისი ინტერესების გამყარებას, ვისი ხედვის გამყარებას ემსახურება მედიური ტექსტი? ვისი თვალთ უყურებს მედია მოვლენებს და გადმოსცემს ფაქტებს?

სწორედ ამ კონცენტრაციიდან გამომდინარე, იდეოლოგიური კრიტიციზმი თავის თავში მოიცავს მრავალ ურთიერთგადამკვეთ იდეოლოგიურ ჩარჩოს, მიდგომასა და კულტურას.

იდეოლოგიური კრიტიციზმი, როგორც წერს არტურ ასა ბერგერი თავის წიგნში *Media Analysis Techniques (California University Press, 2013)*, პრაქტიკულ მედიაკვლევებში ვლინდება რამდენიმე სახით: მარქსისტული ანალიზით; ფემინისტური ანალიზით; იდენტობის ანალიზითა და პოლიტიკური კულტურების ანალიზით.

მარქსისტული ანალიზი

მეცნიერული სიზუსტისთვის აუცილებელია იმის თქმა, რომ ახალგაზრდა მკვლევრებმა ერთმანეთისგან უნდა განასხვავონ მარქსიზმი, როგორც მსოფლმხედველობრივი დოქტრინა, და ე.წ. ვულგარული მარქსიზმი – ანუ ის, რადაც მარქსიზმი პრაქტიკულმა პოლიტიკამ გადააქცია საბჭოთა კავშირში, კუბასა თუ ჩრდილოეთ კორეაში. იდეოლოგიურ ანალიზში მარქსიზმი განიხილება, როგორც გერმანული ფილოსოფიის ერთ-ერთ ყველაზე თვალსაჩინო პარადიგმა, რომელმაც უდიდესი გავლენა იქონია კაცობრიობის აზროვნებაზე.

ბერგერი ამბობს, რომ მარქსიზმმა, როგორც სოციალურ გარდაქმნათა თეორიამ, მარცხი განიცადა, მაგრამ მის შეხედულებებსა თუ პოსტულატებს თანამედროვე საზოგადოებაში მასმედიის ფუნქციონირების შესახებ დღესაც ბევრი მიმდევარი ჰყავს. უშუალოდ მარქსისტული თეორია ემყარება დებულებას, რომლის თანახმადაც კაპიტალისტურ საზოგადოებაში პროდუქციის წარმოე-

ბის წესი სოციალურ კონფლიქტზეა დამყარებული. კომუნიკაციის საშუალებები და კულტურა ასეთ საზოგადოებაში ასახავს იმ ადამიანთა ღირებულებას და ნორმებს, რომლებიც წარმოების საშუალებებს ფლობენ. ამ საშუალებათა ფლობა კი იგივეა, რაც ეკონომიკური, პოლიტიკური და სამხედრო ძალა. ამიტომ გაბატონებული კლასიდან მომდინარეობს გაბატონებული იდეოლოგიაც, რომლითაც ხელმძღვანელობს მასმედია. იგი ავრცელებს და განამტკიცებს ამ იდეოლოგიას და კლასთა შორის მოჩვენებითი თანხმობის სიტუაციას ქმნის.

ნეომარქსისტების აზრით, მასმედიის ინდუსტრია კარგად მოერგო კაპიტალისტური წარმოების წესს და მედიის მეპატრონეები ნაციონალური და საერთაშორისო მაშტაბის მწარმოებლებად იქცნენ. მასმედია ამკვიდრებს და განამტკიცებს ისეთ იდეებსა და მსოფლხედვას, რომელიც გამორიცხავს მმართველი ფენების შეხედულებათა ალტერნატიული აზრის გავრცელებას, რითაც ხელს უშლის ოპოზიციური პოლიტიკური ძალების ფორმირებასა და სოციალურ ცვლილებებს. ნეომარქსისტები ამტკიცებენ, რომ თანამედროვე კაპიტალისტურ საზოგადოებაში მმართველი ფენების სასარგებლოდ მოქმედებს „სახელმწიფო იდეოლოგიური აპარატი“, რომელიც სინერგიულად აერთიანებს მასმედიასა და სადამსჯელო სახელმწიფო აპარატს. ამ სინერგიით იქმნება ჰეგემონიური კულტურაც, რომელიც მსჭვალავს მთელ საზოგადოებას და შეგნებულად ამკვიდრებს გაბატონებული ელიტის იდეოლოგიას. დაბალ ფენებს ამგვარად ორგანიზებულ საზოგადოებაში უკმაყოფილდებით „ყალბი მოთხოვნილებები“ მაგ., ეძლევათ ხელფასი, ექმნებათ გართობის საშუალება და ამგვარად უყალიბდებით ყალბი ცნობიერება, რომელიც არსებული სოციალური სისტემის სასურველობის ილუზიას ქმნის. თავის მხრივ, „ყალბი ცნობიერება“ შლის საზღვრებს სხვადასხვა ფენებს შორის და ყალიბდება ერთგანზომილებიანი „იდეალური საზოგადოება“. ადამიანთა ცნობიერებით მანიპულაციის ამ საყოველთაო პროცესში, ნეომარქსისტ-

ტების აზრით, მთავარ როლს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები ასრულებენ („ინფორმაციული საზოგადოება“ ე. იბერი. გვ. 49-50.).

მარქსისტული თეორია ეფუძნება დაუსრულებელ კლასობრივ კონფლიქტს – დაუსრულებელს კომუნისტური საზოგადოების ჩამოყალიბებამდე. საზოგადოებისა, რომელშიც კლასები გაქრებიან და კლასთა გაქრობასთან ერთად გაქრება მათ შორის კონფლიქტი.

ორი კლასი, რომელთაც კარლ მარქსი თავის ნაშრომში ეხება, არის: ერთი მხრივ, ბურჟუაზია, რომელიც ფლობს წარმოების საშუალებებს, ფაბრიკა-ქარხნებს, რომელნიც ქმნის მმართველ კლასს და მეორე მხრივ, პროლეტარიატი, მუშათა უზარმაზარი მასა, რომელსაც ბურჟუაზია უწევს ექსპლუატაციას და რომლის მდგომარეობაც ყოველდღიურად უარესდება.

მარქსისტული თეორიის მიხედვით, ბურჟუაზია კლასობრივ კონფლიქტს, ამ კონფლიქტის გამწვავებას იმით არიდებს თავს, რომ პროლეტარიატს უწერგავს „მმართველი კლასის იდეებს“, როგორც არის, მაგალითად, „self-made man“-ის იდეოლოგია, ასევე იდეას იმის შესახებ, რომ ამა თუ იმ საზოგადოების სოციალური და ეკონომიკური უთანაბრობა, კლასთა ქონებრივი დისპოზიცია არის „ბუნებრივი“ და არა „ისტორიული“. თუკი სოციალური განლაგება, საზოგადოების სოციალური ორგანიზაცია ბუნებით არის მოცემული, იგი არ შეიძლება მოდიფიცირებული იქნას, აქედან გამომდინარე – მოცემული წესრიგი ადამიანმა უნდა მიიღოს როგორც „გარდაუვალი“, ღვთისგან თუ ბუნებისგან დადგენილი და ასე შემდეგ. მარქსისტები კი ამტკიცებენ, რომ მოცემულ საზოგადოებაში მოცემულ დროს არსებული სოციალური განლაგება ისტორიულია, ანუ ადამიანის მიერ არის შექმნილი და, ამდენად, მისი შეცვლა ადამიანს შეუძლია.

ერთ-ერთი მიდგომა, რომელსაც მართველი კლასი იყენებს, მდგომარეობს იმაში, რომ იგი არწმუნებს ყველას, რომ ამ საზოგადოებაში არავითარი კლასი არ არსებობს ან კლასი რაღაც შემთხვევითა და არაარსებითს წარმოადგენს. შეერთებულ შტატებში გაბატონებულია ამერიკული საზოგადოების მითი, როგორც „უკლასო“ საზოგადოებისა. ეს მითი ეფუძნება იმ გარემოებას, რომ ამერიკულ საზოგადოებაში მართლაც არ არსებობდა მემკვიდრეობითი არისტოკრატია და შედარებით მაღალი კლასის წარმომადგენლები ყოველთვის მეგობრულ ურთიერთობებს ამყარებდნენ დაბალი კლასის წარმომადგენლებთან. მარქსისტებისათვის ის გარემოება, რომ უმსხვილესი კორპორაციის პრეზიდენტი დამლაგებლის ან მეკარის სახელით მიმართავს, ნიშნავს რეალურად არსებული სოციალური ურთიერთობების შენიღბვას, კამუფლაჟს.

ბერგერი წერს, რომ მარქსისტებისათვის ამერიკული მედია საშუალებაა იმისათვის, რომ ადამიანების ყურადღება მოაღუნოს, გზას ააცდინოს, ჩამოაშოროს რეალობას – რასიზმს, სექსიზმს, სილატაკეს, დაუბინდოს მათ გონება მმართველი კლასისთვის სასურველი იდეებით. რიგ შემთხვევებში, მედია საზოგადოებას სთავაზობს ისეთ გმირებს, რომლებიც გამოსატყვევენ ბურჟუაზიულ, მმართველი კლასისათვის მისაღებ ხაზს, გმირებს, რომლებსაც საზოგადოება მიჰყვება, მათით ინტერესდება წიგნებში. ზოგადად რომ ვთქვათ, მედია ან ემსახურება კლასობრივ კონფლიქტის შენიღბვას, ან გვევლინება მმართველი კლასის აპოლოგეტად, რათა არ დაუშვას არსებული წეს-წყობილების შეცვლა.

მარქსისტებისთვის კი კლასების არსებობა ფაქტია, დაპირისპირებული კლასების წევრები იყოფიან ორ ურთიერთდაპირისპირებულ, ერთმანეთის მოძულე და ურთიერთგანადგურებისკენ მიმართულ ბანაკად. მარქსი წერდა, რომ „საზოგადოება სულ უფრო და უფრო მკვეთრად იხლიჩება ორ დიდ ბანაკად, ორ დიდ კლასად, რომლებიც ერთმანეთს უპირისპირდებიან: ბურჟუაზიად და პროლეტარიატად“. ამ დიალექტიკის გადაჭრა მარქსისტებისთვის გარ-

დაუვალაია, ადრე თუ გვიან, იმ შემთხვევაშიც კი, თუკი მმართველი კლასის ხელში არსებული მედია ახერხებს კლასობრივი კონფლიქტის თავიდან არიდებას, დროებით – ასე იტყოდნენ მარქსისტები.

1968 წელს ფრანგმა მარქსისტმა ანრი ლეფებვრმა, კლასობრივი კონფლიქტისა და მმართველი კლასის მანიპულაციური ტაქტიკების შესწავლისას, შექმნა კონცეფცია იმის შესახებ, რომ კაპიტალისტურ საზოგადოებაში მცხოვრები ადამიანები „ტერორის“ მდგომარეობაში ცხოვრობენ. იგი შემდეგნაირად ხსნის თავის ამ მიგნებას. პირველი – ნებისმიერი საზოგადოება, რომელსაც რადიკალური კლასობრივი განსხვავებები ახასიათებს, რომელსაც ერთი მუჭა პრივილეგირებული ადამიანები მართავენ, ხოლო უმრავლესობა სიღატაკეში ცხოვრობს, იძულებულია, საკუთარი მდგომარეობა შეინარჩუნოს მასების იძულებითა და დარწმუნებით. მეორე, საზოგადოება ამგვარი კლასობრივი სტრატეგიკაციით იძულებულია იყოს უკიდურესად რეპრესიული და ამ მიზნით გამოიმუშაოს რეპრესიის შენიღბვის დახვეწილი მეთოდები, და ის ადამიანები, რომლებიც არაფერს ეჭვობენ (ანუ კრიტიკულად არ უყურებენ რეალობას, ან იდეოლოგიურად სენსიტიურები არ არიან), აქციოს ან თვითრეპრესიის, ან სხვათა რეპრესიის ინსტრუმენტად. ლეფებვრი წერდა, რომ საბოლოოდ, ჩვენ მივდივართ „ტერორისტულ საზოგადოებად“, რომელშიც „თანაარსებობენ და ერთმანეთს ერწყმიან იძულება და თავისუფლების ილუზია; ... ერორისტულ საზოგადოებაში ტერორი ყოველთვის გაფანტულია, ძალადობა ყოველთვის ლატენტურია (ფარულია), წნეხი ყოველი მხრიდან ვლინდება საზოგადოების წევრებზე, ადამიანებს მხოლოდ ზეადამიანური ძალისხმევით შეუძლიათ ამ წნეხის არიდება და მისი სიმძიმის გადატანა; ... საზოგადოების თითოეული წევრი ტერორისტი ხდება, რადგანაც თითოეულს სურს იყოს ძალაუფლებაში.“

ეს მტკიცება, რომ კაპიტალისტურ საზოგადოებაში მცხოვრები ადამიანები გამუდმებული, უწყვეტი ტერორის მდგომარეობაში ცხოვრობენ, ძალიან ბევრ მკვლევარმა ზედმეტად ექსტრემისტულად, ანუ უკიდურესად გაზვიადებულად აღიქვა. თუმცა სწორედ ამ მტკიცებამ ახსნა, რატომ განიცდიან ადამიანები გამუდმებულ შფოთს თავისი დღევანდლობისა თუ მომავლის გამო.

დღევანდელი პერსპექტივიდან შევხედოთ ამ მტკიცებას. ლეფებვრმა ეს სიტყვები იმ დროს დაწერა, როცა მარქსიზმი მორალურ უპირატესობას ფლობდა ყველა სხვა იდეოლოგიასთან შედარებით. 70-იანი წლებიდან, ფილოსოფიური და იდეოლოგიური მიდგომების ნაცვლად, საზოგადოებაში გაბატონდა ე.წ. სოციოლოგიური მიდგომები. რას ნიშნავს ეს? ეს ნიშნავს, რომ სოციოლოგიურმა სკოლებმა უარყვეს საზოგადოების მარქსისტული სტრატეგიკაცია, მათთვის მიუღებელი აღმოჩნდა აბსტრაქციების ის ხარისხი, რომელიც ახასიათებდა მარქსიზმს, მათთვის მიუღებელი აღმოჩნდა კლასებად დაყოფის მარქსისტული კრიტერიუმები. სოციოლოგებმა სოციალური და კულტურული კაპიტალის კუთხით შეხედეს თითოეულ კლასს და აღმოაჩინეს, რომ ბურჟუაზიასა და პროლეტარიატშიც არსებობს სხვადასხვა გრადაცია: მაგალითად, რას წარმოადგენს საშუალო კლასი? ვინ არიან ელიტები? რომელ კლასს განეკუთვნებიან კვალიფიცირებული მუშები, რომელთა შემოსავალი უტოლდება საშუალო კლასის შემოსავალს? ვინ არის საბჭოთა ინტელიგენცია ან ნომენკლატურა? იქნებ მარქსიზმი წმინდა წყლის ევროპული (გერმანული) ხედვაა?

გზა, რომლითაც ლეფებვრი „ტერორიზებულ საზოგადოებამდე“ მივიდა, გადიოდა მარქსის მიერ დამკვიდრებულ ტერმინზე – „გაუცხოება“. ეს ტერმინი აღნიშნავს სეპარაციას, გამოყოფას და დისტანცირებას. იგი მომდინარეობს სიტყვიდან **alien**, რომელიც ნიშნავს „უცხო“ იმ საზოგადოებაში, ერთობაში, რომელთანაც არავითარი კავშირი და ბმა არ გააჩნია“; იგი უცხოა სხვებისთვის, იმავე საზოგადოების წევრებისთვის. ეს ცნება ერთ-ერთი ცენტრა-

ლურია მარქსიზმის გასაგებად, რომელიც გულისხმობს გაუცხოებას კაპიტალისტურ-ეკონომიკური სისტემისაგან. კაპიტალიზმს შეუძლია აწარმოოს მატერიალური სიკეთე ადამიანთა დიდი რაოდენობისათვის, მაგრამ იგი იმავდროულად შობს გაუცხოებას და ამ გაუცხოებით ზიანდება ყველა კლასი, იმისდა მიუხედავად ცნობიერებს ამას ის თუ არა. გაუცხოება, როგორც ფენომენი უკავშირდება ცნობიერებას. ადამიანები, რომლებიც ცხოვრობენ გაუცხოების მდგომარეობაში, იტანჯებიან „ცრუ ცნობიერებით“. იმ ცნობიერებით, რომელსაც აყალიბებს ის იდეოლოგია, რომელიც გაბატონებულია მათ აზროვნებაში. თუმცა შესაძლებელია, არსებობდეს არაცნობიერი გაუცხოებაც, როცა ადამიანი არ აღიარებს რომ გაუცხოებულია.

ამრიგად, ადამიანები გაუცხოვდებიან თავიანთი სამუშაოსაგან, მეგობრებისგან, საკუთარი თავისგან. ადამიანის სამუშაო, რომელიც უმნიშვნელოვანესია თვითიდენტიფიკაციისთვისა და თვითობის განცდის შესაქმნელად, მისგან ცალკეედება და დესტრუქციულ, დამანგრეველ ძალად იქცევა. მუშები საკუთარ თავებს ობიექტებად აღიქვამენ იმ ობიექტებად, რომელზეც ზემოქმედებენ.

მაქრსისტების თანახმად, ამ სიტუაციაში მასმედიას გადამწყვეტი როლი ეკისრება – მან უნდა შექმნას მომენტალური, მყისიერი კმაყოფილება გაუცხოებულ სულებს, მან უნდა გამოიყვანოს გაუცხოებული ადამიანი გაჭირვების შეგრძნებიდან, ისეთი ინსტრუმენტების საშუალებით, როგორიც არის რეკლამა, უნდა გაუმძაფროს სურვილი ამა თუ იმ ნივთისა და სიკეთის დაუფლებისა, რითაც კიდევ უფრო მეტ ადამიანს უბიძგებს უფრო მეტი მუშაობისაკენ, მაშინ სულ უფრო მეტი ადამიანი გრძნობს გაუცხოების განცდას.

ყველაფრის დასაქონლება აყალიბებს მომხმარებლურ საზოგადოებას, რეკლამა ამ საზოგადოების ჩამოყალიბების მთავარი ინსტრუმენტია. მარქსისტული შეხედულებით, რეკლამა შფოთს ზრდის, რეკლამა აიძულებს ადამიანს, დაიჯეროს, რომ მას მარ-

თლა სჭირდება რეკლამირებული პროდუქტი, თუნდაც სინამდვილეში არც კი არსებობდეს ამ პროდუქტისა თუ მომსახურების ობიექტური საჭიროება.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ძირითად ფუნქციას საზოგადოების პოლიტიზაცია, საზოგადოებრივ აზრზე აპელირება, მოვლენების მრავალნახნაგოვანი გაშუქება, ღირებულებების ჩამოყალიბება და სხვა, წარმოადგენს. მას შეიძლება სხვადასხვა მიზანი ჰქონდეს, იყოს ობიექტური ან არაობიექტური.

იდენტობითი პოლიტიკა – ფემინიზმი, როგორც იდენტობითი პოლიტიკის ერთ-ერთი ნაირსახეობა

როგორც აღვნიშნეთ, მიუხედავად იმისა, რომ მარქსისტული აზროვნება და მისეული პოლიტიკური ფილოსოფია ფართოდ არ გავრცელებულა ამერიკულ საზოგადოებაში, ამერიკულ და სხვა ლიბერალურ მეცნიერებებში, მარქსისტულმა მიდგომებმა დიდი გავლენა იქონია ამერიკულ პოლიტიკურ კულტურაზე. ფაქტი ის არის, რომ მარქსისტული დოქტრინის უარყოფამ ან მისმა ინტერპრეტაციამ ამერიკელი მეცნიერების მიერ საფუძველი დაუდო ისეთი ანალიტიკურ-იდეოლოგიური მიდგომების ჩამოყალიბებას, როგორებიც არის: იდენტობითი პოლიტიკა და პოლიტიკური კულტურების თეორია. აზროვნების ეს ტიპი, როგორც მიიჩნევს კარლ მანჰაიმე (1936), ძალიან ახლოს დგას უტოპიურ, ან მარქსისტულ-უტოპიურ აზროვნებასთან. ის, რითაც ეს იდეოლოგიური ხედვები განსხვავდება მარქსიზმისგან, არის აბსტრაქტიზმის შედარებით დაბალი ხარისხი, როცა საზოგადოება განიხილება არა როგორც ორკლასიანი პარადიგმა, არამედ როგორც რამდენიმე, მეტ-ნაკლებად მრავალრიცხოვანი ჯგუფისგან შემდგარი ერთობა.

იდენტობის ანალიზი ეფუძნება მკაფიო იდენტობითი საზღვრებით შემოფარგლული ჯგუფების შესწავლას. ჯგუფებს გააჩნიათ როგორც ანთროპოლოგიური, ისე სოციოლოგიური საფუძველი: მა-

გალითად, ჯგუფები, რომლებიც იქმნებიან ეთნიკური ან რასობრივი ნიშნით, ემყარებიან ანთროპოლოგიურ საფუძველს, ხოლო ჯგუფები, რომელთა შექმნაც განპირობებულია იდენტობის სოციალური კატეგორიებით, ემყარებიან სოციალოგიურ ნანამძღვრებს – ფემინისტური ჯგუფები, ლგბტ თემიდან წამოსული ჯგუფები, კონტრკულტურაზე დაფუძნებული ჯგუფები და ასე შემდეგ.

იდეოლოგიური კრიტიციზმის ერთ-ერთ მიმართულებას წარმოადგენს ფემინისტური კრიტიციზმი. ფემინისტური კრიტიციზმი შეისწავლის გენდერის სოციალურ კონსტრუირებას საზოგადოებაში. ფემინისტური კრიტიციზმი მედიაში ცდილობს პასუხი გასცეს შემდეგ შეკითხვებს:

- რა როლი აქვთ განკუთვნილი ქალებს მედიურ ტექსტებში? რამდენად შეესაბამება ეს მედიურად გაშუალებული და კულტურულად კონსტრუირებული როლი ქალების რეალურ მდგომარეობას როგორც ყოველდღიურ ცხოვრებაში, ისე ბიზნეს სამყაროში?
- გვხვდება თუ არა მედიაში ქალის ექსპლუატაცია, როგორც მამაკაცის სექსუალური ჟინისა და გარყვნილების ობიექტისა (ე.წ. „სექსპლუატაცია“)?
- რას ნიშნავს, იყო ქალი ანდროცენტრულ კულტურაში (ანუ კულტურაში, რომელშიც კაცი დომინირებს)?
- ამყარებს თუ არა მედია ანდროცენტრული კულტურის მიერ შექმნილ მითს, რომ ქალების არაუპირატესი მდგომარეობა ბიზნესში და სამუშაო ადგილას კომპენსირდება მათი უპირატესობით ყოველდღიურ, ყოფით და ოჯახურ ცხოვრებაში?

ფემინისტურ კვლევებში, როგორც უთითებენ ლესლი სტივზი და მერილინ კრაფტონ სმიტი (H. Leslie Steeves and Marilyn Crafton Smith; *Class and Gender in Prime-Time Television Entertainment:*

Observation From a Socialist Feminist Perspective“ (1987)), შეინიშნება განსხვავებული მიდგომები ლიბერალ ფემინისტებსა და სოციალისტ (მარქსისტ) ფემინისტებს შორის. სოციალისტი ფემინისტები, ლიბერალი თანამოაზრეებისგან განსხვავებით, აღიარებენ, რომ სწორედ კლასობრივი სისტემა, რომელიც კაპიტალისტურ საზოგადოებაში არსებობს, მთლიანად არის პასუხისმგებელი ქალთა ჩაგვრის გამო. თუმცა იმავდროულად, სოციალისტი ფემინისტებიცა და ლიბერალი ფემინისტებიც ეთანხმებიან ე.წ. „რადიკალ ფემინისტებს“, რომ პატრიარქატისთვის დამახასიათებელი გენდერული ჩაგვრა კაპიტალიზმამდე ბევრად ადრე არსებობდა.

როგორ ვხედავთ, ფემინისტური კრიტიციზმი, როგორც იდენტობითი კრიტიციზმის ერთ-ერთი ნაირსახეობა, მჭიდრო კავშირშია მარქსისტულ იდეოლოგიურ კრიტიციზმთან. თუმცა, იდენტობითი კულტურებისა და იდენტობითი პოლიტიკის მკვლევრები აღნიშნავენ, რომ ფემინიზმი სხვა იდენტობით პოლიტიკებზე ნაკლებად ექვემდებარება ერთიან ხედვას. ამის დასტურად მათ მოჰყავთ ფემინისტური მოძრაობის ის ფრთა, რომელიც კაცების ბატონობის, დომინაციას პრობლემას არა ისტორიაში, არა სოციალურ ურთიერთობებში, არა საზოგადოების კლასობრივ სტრუქტურაში, არამედ კაცის სხეულში, მათ გენიტალიებში ხედავს. ფალოცენტრული თეორიის თანახმად, საზოგადოებაში არსებული ინსტიტუციები, როლი, რომელსაც კაცები ასრულებენ საზოგადოებაში, ქალების რეპრეზენტაცია მედიასა თუ ხელოვნებაში განპირობებულია კაცის სექსუალური ბუნებით, მისი ფალოსის ძალაუფლების ძალით. ამ ფრთის წარმომადგენელი ფემინისტები ასევე საუბრობენ ე.წ. „კაცის მზერის“ შესახებ – იმ სოციალური თუ კულტურული უპირატესობის შესახებ, როცა კაცს შეუძლია, ღიად შეხედოს ქალს, როგორც ვნების ობიექტს. „კაცის მზერა“ არ არის მხოლოდ ფიზიოლოგიური აქტი, არამედ კაცის თვალით დანახული ქალი მედიაშიც აისახება, როგორც ქალის „ნამდვილი სახე“. რადიკალი ფემინისტები აპროტესტებენ იმ გარემოებას, რომ ძალიან ბევრი

ქალი კრიტიკის გარეშე იღებს თავის საკუთარ სახეს, კაცის თვალით დანახულს და ცდილობს დაემსგავსოს ანდროცენტრული მედიითა თუ ხელოვნებით შექმნილ ქალს.

ფემინისტებისთვის მედია ის ინსტრუმენტია, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ჰუმანისტური პრინციპების გავრცელება, რათა დაცული იქნას გენდერული პარიტეტი საზოგადოების ცხოვრების ყველა სფეროში. მასმედია ხელი უნდა შეუწყოს ქალის ახალი ცხოვრებისეული მოდელის პროპაგანდას, უზრუნველყოს იმ ტექნოლოგიების გამოყენება, რომლებიც განაპირობებს ქალის სოციალური სტატუსის ცვლილებას, აგრეთვე, სხვადასხვა ქვეყნის ქალთა გამოცდილების გაზიარებას.

პოლიტიკური კულტურა, მედია და კომუნიკაცია

ოთხი პოლიტიკური კულტურის თეორია, რომელიც ამერიკელ პოლიტოლოგს აარონ ვილდავსკის ეკუთვნის, წარმოადგენს ბრიტანელი სოციალური ანთროპოლოგის მერი დუგლასის **grid-group theory**-ს გაგრძელებას. მერი დუგლასის აზრით, ინდივიდუუმის სოციალურ ცხოვრებაში ჩართულობის ფარგლები შეიძლება ადეკვატურად გამოიხატოს სოციალობის ორი განზომილებით: ჯგუფურით და ე.წ. წესებისა და ვალდებულებების მორჩილებითი ქცევით (**grid**). ამ შემთხვევაში ცნება „ჯგუფური“ აღნიშნავს სოციალიზაციის იმ ფარგლებს, იმ მოცულობას, რომლითაც ინდივიდუუმი ჩართულია (ინკორპორირებულია) საზღვრებით შემოფარგლულ ერთეულში. რაც უფრო მეტია ჩართულობა, მით მეტია ალბათობა იმისა, რომ ინდივიდუუმის გადაწყვეტილება ემორჩილება ჯგუფის არჩევანს. **Grid** (სიტყვა-სიტყვით: ცხაური) აღნიშნავს იმ ხარისხს, რომლითაც ინდივიდუუმის ცხოვრებას განსაზღვრავს გარედან თავს მოხვეული ვალდებულებები. რაც მეტად ექვემდებარება, ემორჩილება ინდივიდუუმი გარედან თავს მოხვეულ წესებსა და ვალდებულებებს, მით ნაკლებად არის ინდივიდუუმი გახსნილი

თავისი საკუთარი აზრის საზოგადოების წინაშე წარსადგენად ან მასზე სამსჯელოდ.

იმ დროს, როცა მერი დუგლასი „ცხაურ-ჯგუფის თეორიას“ ქმნიდა, აარონ ვილდავსკი შეისწავლიდა ინტერესთა ჯგუფებს ამერიკულ საზოგადოებაში. ემპირიული მონაცემები, ინტერესთა ჯგუფების შექმნის ისტორიები მას ვერ აძლევდა საკმარის საფუძველს, რათა გამოეკვეთა ჯგუფის ან განსაზღვრული პოლიტიკური კულტურის შექმნის წინაპირობები ან მექანიზმები. ვილდავსკი იდგა უკვე ჩამოყალიბებული, კონკრეტულ აღწერას დაქვემდებარებული, კონკრეტული მახასიათებლების მქონე ჯგუფების წინაშე, თუმცა არ ჩანდა ის სოციოლოგიური წინაპირობები, რომლებმაც ამა თუ იმ ჯგუფის ჩამოყალიბება სწორედ ამ წესებითა და ამ ფარგლებით განსაზღვრეს.

მერი დუგლასის ნაშრომმა, ფაქტობრივად, მეთოდოლოგია შესთავაზა ვილდავსკის. ვილდავსკიმ იდეური სუბსტანციების ძიება დუგლასის მიერ შემოთავაზებული ორი ლერძის გადაკვეთაზე დაიწყო: (1) **ჯგუფის საზღვრების სისუსტე, სიძლიერე და (2) გარედან თავს მოხვეული მოთხოვნების, ვალდებულებების, წესების სიმრავლე ან სიმცირე.**

1982 წელს გამოქვეყნებულ ნაშრომში „Conditions for a Pluralist Democracy, or Cultural Pluralism means More Than One Political Culture in a Country” ვილდავსკიმ გამოჰყო პოლიტიკური კულტურის ოთხი ტიპი:

1. ფატალიზმი;
2. იერარქიული ელიტიზმი;
3. ინდივიდუალიზმი;
4. ეგალიტარიზმი.

ფატალიზმი – ესაა მსოფლმხედველობა, რომლის თანახმადაც, სამყაროს ყოველგვარი ხდომილება და ადამიანის მოქმედება წინასწარ არის მკაცრად განსაზღვრული, ყველაფერი გარდაუვალია, რადგან გამორიცხულია შემთხვევითობა, შესაძლებლობა, ალბათობა და თავისუფლება. ვილდავსკის აზრით, ფატალიზმი, როგორც პოლიტიკური კულტურა, ხასიათდება ჯგუფის საზღვრების **სისუსტით** და **მრავალი** ვალდებულებითა და წესით.

იერარქიული ელიტიზმი – ესაა კონცეფცია, რომლის მიხედვითაც სახელმწიფოს მართვა უნდა იყოს და პრაქტიკულად არის კიდევ „პოლიტიკური კლასის“, ანუ პოლიტიკური მართვის ხელოვნებაში კომპეტენტური ხალხის საქმე. ელიტისტური კონცეფციები ზოგიერთ შემთხვევაში ეჭქვეშ აყენებს ხალხის მიერ ხელისუფლების კონტროლის მართლზომიერებას და მიზანშეწონილობას, ხოლო ზოგჯერ კი პრაქტიკულ რეალობას. ელიტიზმი ასევე შესაძლებელია გაგებული იქნას, როგორც სწრაფვა კარიერული წინსვლისკენ, როგორც სოციალური მობილობა ორივე მიართულებით. კარიერული წინსვლის საქმეში მნიშვნელოვანი კომპონენტია მასშედი. მისი ესა თუ ის არხი მუდმივი ინსტრუმენტია იმ ადამიანის ხელში, ვინც ერთი საფეხურიდან მეორე საფეხურზე ადის. ვილდავსკის ხედვით, იერარქიული ელიტიზმი გამოირჩევა ჯგუფის საზღვრების სიმტკიცით და მრავალრიცხოვანი წესების დაცვის ვალდებულებით.

ინდივიდუალიზმი – არის ერთდროულად მორალური, პოლიტიკური და სოციალური მსოფლმხედველობა, რომელიც ხაზს უსვამს ინდივიდუალურ თავისუფლებას, პიროვნების პირველხარისხოვან მნიშვნელობას, პირად დამოკიდებულებას და აღიარებს „საკუთარი თავის იმედად ყოფნის“ პრინციპს. ინდივიდუალიზმი უპირისპირებს საკუთარი თავის, პიროვნების ჩახშობის იდეას. განსაკუთრებით თუ ეს ჩახშობა განხორციელებულია საზოგადოების ან სახელმწიფოს მიერ. აარონ ვილდავსკის კლასიფიკაციაში ინდივიდუალიზმი, როგორც პოლიტიკური კულტურა ხასიათდება ჯგუფ-

ფის სუსტი საზღვრებითა და მცირერიცხოვანი წესების დაცვის ვალდებულებით.

ეგალიტარიზმი – არის სოციალური თანასწორობის კონცეფცია. მასში უმთავრესია უნარებისა და მოთხოვნილებების, შეტანილი წვლილისა და ანაზღაურების თანაფარდობის პრობლემა. ეგალიტარიზმი მოიაზრებს ისეთ საზოგადოებას, სადაც არსებული დიფერენციაციის პირობებში განაწილების ნორმა, აგრეთვე სოციალური სტატუსის მიღწევის შესაძლებლობა საზოგადოების ყველა წევრისათვის თანაბარია. როგორც პოლიტიკური კულტურა, ეგალიტარიზმი გამოირჩევა ჯგუფის საზღვრების სიმტკიცით და მცირერიცხოვანი წესების დაცვის ვალდებულებით.

ოთხი პოლიტიკური კულტურა მედიაში

არტურ ასა ბერგერი, ანალიზებდა რა მედიასა და პოპულარულ კულტურას – კონკრეტულ ფილმებზე, სატელევიზიო შოუებსა და სარეკლამო პროდუქციაზე დაყრდნობით, აღნიშნავდა, რომ განსხვავებული იდეოლოგიური პოზიციის მატარებელი ადამიანები სხვადასხვა რამეებს ხედავენ მედიურ ტექსტებში, რაც ძალიან ართულებს მედიის თვისობრივ კვლევას. თუმცა, აღნიშნავდა ბერგერი, არსებობს იმგვარი მედიური ნიმუშები, რომელთა ნამდვილი მნიშვნელობა მხოლოდ იდეოლოგიური კრიტიციზმის პრიზმაშია შესაძლებელი, მით უმეტეს, რომ პოლიტიკური სისტემები დიდად განაპირობებენ მედიური სისტემის ბუნებას. დღევანდელი დასავლური პოლიტიკური კულტურა წარმოადგენს იერარქიული ელიტიზმისა და ინდივიდუალიზმის ნაზავს. ის მედიური სისტემები, რომლებიც განვითარების ლიბერალურ მოდელს ირჩევენ, ასევე ხდებიან ამ პოლიტიკური კულტურის შემადგენელი და განუყოფელი ნაწილი.

ქართულ მედიურ კულტურაში ეს ტენდენცია ყველაზე მკაფიოდ რეალთი შოუების მაგალითზე ჩანდა. სიუჟეტური ხაზის მიხედვით, ქართულ რეალთი შოუებში შემდეგი სურათი იკვეთება:

უკანასკნელი გმირი – „ოდისეადას“ ტიპის რეალთი შოუ; მისი გამარჯვებული უკაცრიელი, ღმერთისა და კაცისგან მიტოვებული კუნძულიდან დაფნის გვირგვინით თავდამშვენებული ბრუნდება – როგორც არა მხოლოდ ადამიანების, არამედ ბუნებისა და სტიქიის მომთვინიერებელი. შოუს იდეის მიხედვით, ეს უნდა იყოს განსაკუთრებული თვისებების მატარებელი ადამიანი, წარმოუდგენლად გამძლე, ახალ გარემოსთან ადაპტაციის გამორჩეული უნარით: აბა ვინ უფრო მალე დაივინყებს ცივილიზაციას? გამარჯვებული სხვებზე უფრო სწრაფად ივიწყებს აზროვნებას საზოგადოებრივი მორალით (წინააღმდეგ შემთხვევაში – დაილუპები, წააგებ); იგი სხვებზე უფრო სწრაფად გადაერთვება „თავის გადარჩენის“ რეჟიმზე ე.წ. „კულტურულ ჯუნგლებში“.

„ამტანი“, „მდიდრები და ღარიბები“, „ყაზარმა“, „ჯეობარი“ – სიუჟეტურად რეალთი შოუების ისეთ ტიპს მიეკუთვნებიან, რომელიც დრამატურგიულად თამაშის კონკრეტულ წესებზეა აწყობილი. თავად რეალთი შოუში მონაწილეობს ეგრეთ წოდებული მოდერატორი, რომელიც მსაჯის, მენტორი, შემფასებლის ფუნქციას ასრულებს, რომელიც ადგენს წესებს, ამონმებს მათ შესრულებას, გამოთქვამს თავის აზრს და ამით დამატებით სიმწვავეს ანიჭებს შოუს მსვლელობას. მოდერატორი – შოუს დრამატურგიის კატალიზატორია, რომელიც აჩქარებს ან ანელებს სანახაობის განვითარებას. ამგვარი რეალთი შოუების გამარჯვებული ხდება ადამიანი, რომელიც არა მხოლოდ გამძლეა, არამედ ადამიანი, რომელიც ალღოს უღებს განსაზღვრულ სისტემას, სოციალურ ურთიერთობათა იერარქიას და ისწრაფვის ამ იერარქიული ბარიერების დაძლევისკენ.

„დასი“, „კანდიდატი“, „შეგირდი“, „იდეა, ფული და ერთი შანსი“ – ეს არის პროფესიული კასტინგის მოდელირებული, მასობრივ კულტურაში გადასული ვარიანტი. რეალთი შოუს მონაწილეები იბრძვიან რეალური სამუშაო ადგილისთვის, რეალური ინვესტიციისთვის თავიანთ იდეაში. აქ მენტორის ფუნქცია ოდნავ განსხვავე-

ბულია, მაგალითად, „ამტანის“ მოდერატორის ფუნქციისგან. რაც შეეხება შოუს გამარჯვებულს, ეს არის ადამიანი, რომელიც რეალურად (და არ მხოლოდ რეალითი შოუსთვის მოგონილ ან დადგმულ) იერარქიაში შედის და იმკვიდრებს ადგილს. როგორც ვხედავთ, ქართული რეალითი შოუები იდეოლოგიურად სრულიად თავსდებიან დასავლეთში გაბატონებულ იდეოლოგიურ პარადიგმაში: ინდივიდუალისტური და ელიტისტური პოლიტიკური კულტურების გადაკვეთაზე. აქ ინდივიდი მკვეთრად იმიჯნება ფატალიზმისა და ეგალიტარიზმისგან. „უკანასკნელ გმირში“ ინდივიდუალიზმი ამარცხებს ფატალიზმს, ხოლო ეგალიტარიზმი (ყველას თანასწორობა) იმთავითვე უარყოფილია, როგორც დასაშვები კულტურული გარემოს სახითაც კი.

გარდა პოლიტიკური კულტურებისა, ქართულ რეალითი შოუები ასევე იმეორებენ ლიბერალური პოლიტიკური სისტემისთვის დამახასიათებელ შაბლონს: ადამიანის ემოციების, სურვილების, ინსტინქტების დასაქონლებას, როცა შოუს ჰყიდის ცრემლები, ტანჯვა, აკრძალვები, ღამლამობით „მოპარული სექსი“ და ა. შ.

შოუს მსვლელობისას იკვეთება, რომ სიუჟეტური ხაზის მიხედვით რეალითი შოუები ერთდროულად არის როგორც სერიალური, ისე სერიული ტიპის – ანუ, მთლიანი შოუს ამბავი ვითარდება და გრძელდება ყოველდღიურად; ხოლო მიკრონარატივები (სკანდალები, გაუგებრობები, ერთ პერსონაჟზე აგებული ამბები) მთავრდება განსაზღვრულ დროით მონაკვეთში.

ნაწილი მეოთხე

თავი 8

კვლევის ელემენტები

ამ თავში განვმარტავთ მეცნიერული კვლევის ოთხ ელემენტს, რომლებიც შესაძლებელია, სრული კომპლექტით არ შეგხვდეთ ყველა ტიპის კვლევაში, მაგრამ მათი ცოდნა აუცილებელია ყველა მკვლევარისთვის, რათა საჭიროების შემთხვევაში იგი სწორად გამოიყენოს და ამოიცნოს.

ესენია: ცნებები/კონსტრუქტები, ცვლადები, გაზომვა და სკალირება.

ცნებები და კონსტრუქტები

ცნება, როგორც კვლევითი ტერმინი, აღნიშნავს იმ აბსტრაქტულ იდეას, რომელიც მიიღება ნიშანდობლივების განზოგადებითა და დაკვირვებების შეჯამებით. ცნებებს აქვთ თავიანთი პარამეტრული თვისებები: სახელწოდება, არსი, ასოციაციური ბმები, ღირებულებრივი ასპექტები და სხვ.

მოეუხმოდ რამდენიმე მაგალითს:

შეგვიძლია, ავიღოთ „გაზეთი“. ცნების დონეზე ეს სიტყვა აღნიშნავს დაკვირვებადი (ანუ ნიშანდობლივი) ობიექტების (კონკრეტული გაზეთების) ფართო მრავალფეროვნებას, მარტივად რომ ვთქვათ, ყველა გაზეთს, რომელიც კი გამოცემულა მსოფლიოში: ყოველდღიურსა თუ ყოველკვირეულს, პარტიულს, ხარისხიანს თუ მასკულტურულს, შავ-თეთრსა თუ ფერადს, ფურცელს, ორ-

გვედიანსა თუ მრავალგვერდიანს... პარამეტრული თვისებებით, გაზეთი შეიძლება მოვიაზროთ, მოძრავი საბჭოელო ტექნოლოგიის, სეკულარული შინაარსისა და განსაზღვრული პერიოდულობის ნაერთ ცნებად.

მეორე – მაგალითად ავიღოთ უფრო აბსტრაქტული – „ჰარმონია“. ზემოთ ჩამოთვლილი მახასიათებლების მიხედვით, შეგვიძლია შემდეგნაირად განვმარტოთ ცნება „ჰარმონია“: ჰარმონია გულისხმობს კავშირს, ურთიერთდამოკიდებულებას, ერთიანობას, თანაზომადობას პარადიგმის „მსგავსი-განსხვავებული“ ფარგლებში, განსაზღვრული ნესრიგის შედეგს, თანახმიანობას, კონფლიქტისა და დისონანსის არარსებობას.

როგორც ვნახეთ ზემოთმოყვანილი მაგალითებიდან, ნიშანდობლივები თავადაც წარმოადგენენ ცნებებს ან ქვეცნებებს, რაც მიგვანიშნებს იმაზე, რომ ცნების გენერალიზაცია ნიშანდობლივებიდან დამოკიდებულია მკვლევრის ინტერესსა და ამოცანაზე.

ამგვარ ცნებებს, რომლებიც: (1) პირდაპირ და უშუალოდ არ დაიკვირვებიან, ანუ აბსტრაქტიზების მაღალი ხარისხი აქვთ; (2) ქვეცნებებისგან შედგებიან ან წარმოადგენენ ცნებების კომბინაციას; (3) საგანგებო მიზნით იქმნებიან – საკვლევო ინტერესიდან გამომდინარე, – „კონსტრუქტი“ ეწოდება.

კონსტრუქტის მაგალითებია „სარედაქციო პოლიტიკა“, „მედიის ჩართულობა“, „მედიის ეფექტი“ და სხვ.

თითოეულ კვლევაში ცნებები და კონსტრუქტები განსაზღვრული მიზნით გამოიყენებიან – მათ შორის განსაზღვრული ურთიერთმომართებითი კანონზომიერების დასადგენად. კვლევის სწორედ ამ ფაზაში ცნებები და კონსტრუქტები სტატუსს იცვლიან და **ცვლადების** სახელით გვევლინებიან.

ცვლადები და მათი ბუნება

მედიისა და კომუნიკაციათმცოდნეობის კვლევებში ანალიზის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული ხერხი არის ურთიერთკავშირის გამოვლენა ცვლადებს შორის.

საკუთრივ ტერმინი „ცვლადი“ სოციალურმა და კულტურულმა კვლევებმა მათემატიკისა და ლოგიკისგან ისესხეს, თუმცა – ოდნავ შეცვლილი მნიშვნელობით. თუკი მათემატიკაში ცვლადში იგულისხმება სიმბოლო, რომლის ადგილასაც ნებისმიერი რიცხვი შეიძლება ჩავსვათ, ჩვენს დარგში ცვლადი გულისხმობს საკვლევი მოვლენების, ფენომენების იმ თვისებას ან დამოკიდებულებას/მიმართებას, რომლებსაც ახასიათებთ ინტენსივობის დაბალი ან მაღალი ხარისხი, რაც თავისთავად ნიშნავს იმას, რომ შესაძლებელია მათი დაყვანა/რედუცირება გარკვეულ რიცხვით მნიშვნელობამდე. მაგალითად, ნიშან-თვისებას „ასაკი“ მრავალი მნიშვნელობა შეიძლება ჰქონდეს (მაგალითად, გარკვეული კლასიფიკაციით: 18 წლამდე და 18-ს ზემოთ, რაც ნიშნავს თვისებრივ დაყოფას არასრულწლოვნებად და სრულწლოვნებად; ასევე შესაძლებელია დაყოფა შემდეგი მნიშვნელობებით: სკოლამდელი პერიოდი, ადრესკოლის პერიოდი, გვიანი სკოლის პერიოდი და ა. შ. – ამ შემთხვევაში ჩვენ გვინტერესებს ასაკობრივი ჯგუფები სრულწლოვნებამდე და მათი დამახასიათებელი თვისებები); ნიშან-თვისება „ბიოლოგიური სქესი“ ორ მნიშვნელობამდე დაიყვანება – მდედრობითი სქესი და მამრობითი სქესი. კიდევ ერთი მაგალითი: მედია შეიძლება რამდენიმე მნიშვნელობამდე დაიყვანოს: ბეჭდური, ტელემედია, რადიო, ელექტრონული მედია და სხვ; ან მედია – როგორც სოციალური ინსტიტუტი; მედია – როგორც ტექსტების ერთობლიობა; მედია როგორც განსაზღვრული ოპერაციული ტექნიკების ნაერთი და სხვ.

ცვლადის ცნება პირობითია, ვინაიდან იგი დამოკიდებულია საკვლევი საკითხის ან ფენომენის ბუნებაზე, მაგალითად, რამდენად

შესაძლებელია ამ ცვლადის დაყოფა, დაწილადება და სხვ., ასევე დამოკიდებულია გაზომვის სისტემებზე, რომელთა შესახებაც ჩვენ ქვემოთ ვისაუბრებთ.

მედიისა და კომუნიკაციის კვლევების სისტემაში არსებობს განსაზღვრული კლასიფიკაცია ცვლადებისთვის, რომლის გამოყენებაც მნიშვნელოვნად გვიიოლებს საკვლევ ტექნიკებს და პროცედურებს.

მამ ასე: კვლევებისას, ძირითადად, ორი ტიპის ცვლადს ვაწყდებით: დამოუკიდებელს და დამოკიდებულს, თუმცა არსებობენ მათი ქვეტიპებიც – დამოუკიდებელი ცვლადების ქვეტიპებს საკონტროლო ცვლადი და პრედიქტორული ცვლადები ეწოდება, ხოლო დამოკიდებული ცვლადისას – კრიტერიული. ასევე არსებობს დამოუკიდებელი და დამოკიდებული ცვლადების დაყოფა დისკრეტულ და განგრძობით ცვლადებად.

თავიდანვე შემოგთავაზებთ მათ განმარტებებს:

დამოუკიდებელი ცვლადი – ეს არის ის ცვლადი, რომლის მნიშვნელობის მართვა მკვლევარზეა (ანუ ჩვენზე) დამოკიდებული, საკვლევი საკითხიდან გამომდინარე; ხოლო დამოუკიდებელია ის ცვლადი, რომლებიც აღინუსხება, აღირიცხება ან რეგისტრირდება.

საკონტროლო ცვლადი კი ის ცვლადია, რომელსაც მკვლევარი დამოუკიდებელი ცვლადის სიმყარისა და ვარგისიანობის დასადგენად იყენებს – როცა მკვლევარს სურს დარწმუნდეს, რომ კვლევის შედეგები სწორედ მის მიერ არჩეული დამოუკიდებელი ცვლადისგან მიიღება და არა რომელიმე სხვა წყაროდან ან სხვა გარემოებიდან.

რაც შეეხება პრედიქტორულ და კრიტერიულ ცვლადებს, ისინი წყვილში გვხვდებიან, როგორც დამოუკიდებელი და დამოკიდებული ცვლადები. ის ცვლადი, რომელიც მკვლევრის მიერ გამოიყენება, როგორც მიზეზობრივი ფაქტორი რაიმე შედეგის წინასწარ სა-

ვარაუდოდ, იწოდება პრედიქტორულ ცვლადად, ხოლო ცვლადი, რომელიც ნავარაუდევია, იწოდება კრიტერიულად. მაგალითად, ვარაუდში „კაცები უფრო ხშირად კითხულობენ გაზეთებს, ვიდრე ქალები“ პრედიქტორული ცვლადია მკითხველთა სქესი, ხოლო კრიტერიული გაზეთის კითხვა. ამავე ვარაუდში შეგვიძლია გამოვკვეთოთ საკონტროლო ცვლადების შესაძლებლობები. როცა მკვლევარს სურს დარწმუნდეს, რომ სწორედ სქესი განაპირობებს გაზეთის კითხვის ინტენსივობას, მას საკვლევ ველში შემოაქვს ისეთი საკონტროლო ცვლადები როგორც არის: ასაკი, განათლება, სოციალური გარემო, პროფესიული ინტერესი და რწმუნდება, რომ სწორედ სქესი განაპირობებს შედეგს და არა სხვა კონტექსტური მახასიათებლები. საკონტროლო ცვლადი ის ცვლადია, რომლის შედეგებზე გავლენის მოსპობაც სურს მკვლევარს.

დისკრეტული ეწოდება ცვლადს, რომელიც არ წილადდება და მხოლოდ მთელი მნიშვნელობით არის წარმოდგენილი: ადამიანი, მედიური წყარო, კომუნიკაციის ტიპი და სხვ. ხოლო განგრძობადია ცვლადი, რომლის მნიშვნელობაც შეიძლება წარმოდგენილი იქნას წილადი მნიშვნელობით: მაგალითად, რაიმე მოვლენის ინტენსივობა, შეფასებული ქულათა სისტემით და სხვ.

უფრო მეტი ინფორმაციისთვის, შევეხებით ცვლადების დაყოფის კიდევ ერთ სისტემას, რომელიც უფრო მოდიფიცირებულია დეტალების გამოყოფის თვალსაზრისით. ამ სისტემის მიხედვით, ცვლადების თავდაპირველი დაყოფა ხდება ექსპერიმენტულ და ნეიტრალურ (ანუ არაექსპერიმენტულ) ცვლადებად. ექსპერიმენტული ცვლადები იყოფიან დამოუკიდებელ და დამოკიდებულ ცვლადებად, ხოლო არაექსპერიმენტულები – უცვლელებად და ცვალებადებად.

დამოუკიდებელი ცვლადი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც მიზეზი (ფაქტორი), ხოლო დამოუკიდებელი როგორც შედეგი (რეზულტატი) დამოუკიდებელი ცვლადის გავლენისა.

რით გამოირჩევიან არაექსპერიმენტული ცვლადები ექსპერიმენტულისგან? ისინი გამოხატავენ შესასწავლი/საკვლევი ობიექტის იმ თვისებებსა და მიმართებებს, რომლებიც თანაბრად მოქმედებენ და დაიკვირვებიან როგორც ექსპერიმენტულ ველში, ისე საკონტროლო ჯგუფებში. სწორედ ამიტომ უწოდებენ მათ ნეიტრალურებს. მედიური კვლევების დიდი ნაწილი ნეიტრალურ ცვლადებს ეყრდნობა, განსაკუთრებით ის კვლევები, რომლებიც მედიურ ტექსტებს შეისწავლიან.

როგორც ზევით აღვნიშნეთ, ნეიტრალური ცვლადები იყოფიან – უცვლელებად და ცვალებადებად. უცვლელები ეწოდებათ იმ ცვლადებს, რომელთა შესახებაც ვიცით, რომ ისინი მთელი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში არ შეიცვლებიან. ანუ, სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ისინი ნაკლებად საჭიროებენ კონტროლს მკვლევრის მხრიდან. რაც შეეხება, ცვალებად ცვლადებს, ისინი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში იცვლებიან და სწორედ ეს ცვლილებებია საინტერესო მკვლევრისთვის.

თვალსაჩინო მაგალითები ცვლადებისთვის

განვიხილოთ რამდენიმე კონკრეტული მაგალითი.

ვარაუდი 1: ის უფროსკლასელები, რომლებიც უფრო ხშირად უყურებენ ინტელექტუალურ სატელევიზიო თამაშებს (რა? სად? როდის?; ცოდნა ფულია; ეტალონი და სხვ.), უფრო მეტ მზაობას ავლენენ სასწავლო მასალის ათვისების პროცესში (იგულისხმება – ვიდრე ვიდრე ის უფროსკლასელები, რომლებიც არ უყურებენ/ან ნაკლებად უყურებენ სატელევიზიო ინტელექტუალურ შოუებს).

კვლევა შეიძლება ჩატარებული იყოს როგორც ექსპერიმენტულ, ასევე ნეიტრალურ ველზე.

რა ცვლადები გვაქვს?

დამოუკიდებელი ცვლადები – (1) ის უფროსკლასელები, რომლებიც უყურებენ ინტელექტუალურ შოუებს; (2) ის უფროსკლასელები, რომლებიც ნაკლებად უყურებენ ან საერთოდ არ უყურებენ სათამაშო ინტელექტუალურ შოუებს.

დამოკიდებული – მზაობა (ის გამოიხატება შეფასებებში).

დამოუკიდებელი ცვლადი დისკრეტულია, ანუ იგი მხოლოდ მთელ რიცხვებში გამოიხატება და არა ნილადებში. რაც შეეხება დამოკიდებულ ცვლადს, მისი რიცხვითი მნიშვნელობები მთლიანად არის დამოკიდებული გაზომვის სისტემაზე (მაგალითად, რამდენქულიან სკალაზე გავზომავთ მზაობას?). შესაძლებელია, ეს ცვლადი განგრძობადიც აღმოჩნდეს, ანუ დაექვემდებაროს დანილადას.

რომელი დამატებითი ცვლადებით შეიძლება ამ მიზეზ-შედეგობრივი კავშირის შემოწმება? რა ცვლადების შემოტანა შეიძლება ექსპერიმენტში?

- სქესი (გოგონები/ბიჭები)?
- ალზრდის თავისებურებები სკოლის გარეთ? მაგალითად, უფროსკლასელები, რომელთა ინტერესების ჩამოყალიბებაში მშობლები არიან ჩართულები? უფროსკლასელები, რომლებიც ამ შოუებს მშობლებთან ერთად უყურებენ?.... ან...

ის, რაც არ იცვლება ექსპერიმენტშიც და ნეიტრალურ ველზეც, არის ინტელექტუალური სათამაშო შოუები – ისინი ერთი და იგივე უნდა იყოს, სხვა შემთხვევაში კვლევა არავალიდური იქნება.

ვარაუდი 2. უფროსი ასაკის მკითხველებს უფრო ნაკლები დრო სჭირდებათ გრძელი ანალიტიკური მედიატექსტების აღსაქმევლად, ვიდრე უმცროსი თაობის მკითხველებს.

ვარაუდი ორ ცვლადს აკავშირებს ერთმანეთთან – მკითხველის ასაკს და მედიატექსტის აღქმის დროს. ეს კვლევა წმინდა წყლის ექსპერიმენტული კვლევაა; კორელაციას ასაკსა და დროს შორის სხვა, ნეიტრალურ პირობებში ვერ მივიღებთ.

დამოუკიდებელ ცვლადებად გვაქვს ორი ასაკობრივი ჯგუფის მკითხველები, ხოლო დამოკიდებული ცვლადია დრო.

ჰიპოთეზის აგება. ჰიპოთეზების კლასიფიკაცია ცვლადების ბუნების მიხედვით.

ლიტერატურის მიმოხილვის შემდეგ, მკვლევრები მიდიან ექსპერიმენტულ ვარაუდამდე, დაშვებამდე, რომელიც შეეხება იმ ურთიერთკავშირს, რომელიც, მათი აზრით, არსებობს ორ ცვლადს შორის. ამ ურთიერთკავშირს ისინი ჰიპოთეზის სახით აწყობენ. ჰიპოთეზის გამოკვეთა აუცილებელი ელემენტია კვლევისათვის.

ჰიპოთეზა – ეს არის მეცნიერული ვარაუდი, რომელსაც მკვლევარი გამოთქვამს ამა თუ იმ ფაქტის, მოვლენის, პროცესის ასახსნელად, რომლებიც ან უნდა დადასტურდეს ან უნდა უარყოფს.

წინასწარი ჰიპოთეზა დიდად განაპირობებს მთელი კვლევის პროცესის შინაგან ლოგიკას. თუმცა ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ჰიპოთეზა აუცილებლად უნდა მოერგოს კვლევის შედეგებს.

ჰიპოთეზა რამდენიმე ტიპად შეიძლება დაიყოს, გამომდინარე იქიდან, რა ტიპის ვარაუდებს გამოთქვამს მკვლევარი მასში ჩართულ ცვლადებთან დაკავშირებით.

აღწერითი ჰიპოთეზები – როგორც წესი, აღწერითი ჰიპოთეზები ახასიათებენ ზოგადი ერთობლიობის გავრცელებას ერთი რომელიმე ცვლადის ან ორი მომიჯნავე ცვლადის მიხედვით (ამგვარი ჰიპოთეზის მაგალითია ვლადიმირ პროპის ჰიპოთეზა „ჯადოსნური

ზღაპრის მორფოლოგიაში“). აღწერითი ჰიპოთეზის გამოცდა ხდება წილის სტატისტიკური შეფასების ჩვეულებრივი მეთოდებით.

სტრუქტურული ჰიპოთეზები – აღწერენ სტატისტიკური ურთიერთკავშირების სტრუქტურას ცვლადების შინაარსობრივ ბლოკში.

ჰიპოთეზები ცვლადებს შორის ფუნქციურ ან მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებზე. ამგვარი ჰიპოთეზები შეეხება დამოუკიდებელი ცვლადების გავლენას დამოკიდებულზე.

ჰიპოთეზები დამოუკიდებელ ცვლადებს შორის ურთიერთკავშირებზე. ჰიპოთეზა ვარაუდობს, რომ ცალკეული დამოუკიდებელი ცვლადები დამოკიდებულზე გაშუალებულად მოქმედებენ, სხვა, ფარული დამოუკიდებელი ცვლადების მეშვეობით. ამგვარი ჰიპოთეზის შესამოწმებლად ყველაზე უფრო ხშირად გამოიყენება საკონტროლო ცვლადები.

ჰიპოთეზები, რომლებშიც ნავარაუდევია განსაზღვრული ცვლადების ურთიერთდამოუკიდებლობა. სტატისტიკური დასკვნის ლოგიკის თანახმად, ცვლადების თითოეულ წყვილთან მიმართებით შეიძლება არსებობდეს ჰიპოთეზა მათი სტატისტიკური დამოუკიდებლობის შესახებ (ნულოვანი ჰიპოთეზა). ნულოვანი ჰიპოთეზის უარყოფა სტატისტიკური შემოწმების პროცესში ნიშნავს, რომ ცვლადებს შორის არსებობს მნიშვნელოვანი სტატისტიკური დამოკიდებულება. მაგალითად, იმ მედიაორგანიზაციების წილი, რომლებიც საგრანტო დაფინანსებაზე არიან ორიენტირებულნი, არ არის დამოკიდებული მედიაორგანიზაციის რაობასა და სარედაქციო პოლიტიკაზე.

რა შეიძლება იყოს ჰიპოთეზების წყარო? – პრაქტიკაში შექმნილი ცოდნა და უნარ-ჩვევები; ანალოგიები – ცოდნის გადმოტანა ერთი ტიპის ნაცნობი მოვლენიდან საკვლევ მოვლენაზე; ინტუიცია.

რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევები. გაზომვა და მისი დონეები.

მედიისა და კომუნიკაციის კვლევები, ისევე როგორც ყველა სხვა დარგის კვლევა, შეიძლება იყოს რაოდენობრივი და თვისებრივი.

რაოდენობრივი კვლევების მაგალითებია: სატელეფონო გამოკითხვა, ინტერნეტგამოკითხვა, გამოკითხვა ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით. გამოკითხვის მთავარი ინსტრუმენტის კითხვარი, რომელიც შეიძლება იყოს სტანდარტიზებული ან ნახევრად სტანდარტიზებული. მედიურ კვლევებში რაოდენობრივ ტექნიკებს მიაკუთვნებენ რაოდენობრივ კონტენტანალიზსაც, თუმცა არსებობს თვისებრივი ან სინთეზური კონტენტანალიზიც.

თვისებრივი კვლევების მაგალითებია: ჩაღრმავებული ინტერვიუ, კონკრეტული შემთხვევის ანალიზი, ე.წ. ქეის სტადი, ფოკუსჯგუფი, პანელური დისკუსია და სხვა ლონგიტუდინური კვლევები, თვისებრივი კონტენტანალიზი, ველზე დაკვირვება და სხვ.

რაოდენობრივი კვლევები გამოიყენება უფრო დიდი მოცულობის შერჩევისთვის, ხოლო შერჩევა თვისობრივი კვლევებისთვის შედარებით მცირე ზომისაა. როგორც რაოდენობრივ, ისე თვისებრივ კვლევებს ესაჭიროებათ კვანტიფიკაციის განსაზღვრული სისტემის შექმნა თითოეული კვლევისთვის. კვანტიფიკაცია, როგორც პროცედურა, ეფუძნება ორ აუცილებელ ელემენტს – გაზომვასა და სკალირებას.

გაზომვის იდეა ძალიან მარტივია: მკვლევარი საკვლევ ობიექტებს, ფენომენებს, მოვლენებს განსაზღვრულ რიცხვით მნიშვნელობას ანიჭებს, განსაზღვრული წესების მიხედვით. ჩვენც სწორედ ამ წესებს შევხებით. მედიისა და კომუნიკაციის კვლევებში სხვადასხვა ინტენსივობით ვხვდებით გაზომვის სხვადასხვა ტი-

პებსა და დონეებს: ნომინალურს (სახელდებითს), რიგობითს, ინტერვალურსა და კოეფიციენტურს, ანუ შენონვითს.

ნომინალური დონეზე ხდება ადამიანების, საგნების ან მახასიათებლების დანომვრა. ციფრები ამ შემთხვევაში მხოლოდ შესაბამისი კატეგორიების იარლიყებია და არავითარი შინაარსობრივი ბმა არ აქვს თვისების ხარისხთან. უიმერსა და დომინიკს (გვ. 51) გაზომვის ამ დონის დასახასიათებლად მაგალითად მოჰყავთ შემთხვევა ფიზიკური მეცნიერებიდან. მაგალითად, ისინი ამბობენ, რომ კლდეები, ძირითადად, სამ კატეგორიად იყოფა: 1. ვულკანური; 2. ნალექოვანი წარმოშობის და 3. მეტამორფული. კლდეები, რომლებიც მოხვდებიან მე-3 კატეგორიაში, სულაც არ არიან უფრო კლდოვანნი, ვიდრე პირველ და მეორე კატეგორიაში მოხვედრილი კლდეები. ნომინალური გაზომვის სხვა მაგალითებია: ნომრები საფეხბურთო მაისურებზე, მოქალაქეების საიდენტიფიკაციო ბარათების ნომრები და სხვ. მედიისა და კომუნიკაციის ველში ნომინალური გაზომვის ამგვარი მაგალითი შეიძლება მოვიშველიოთ: „კომუნიკატივისტიკა იცნობს მედიუმის სამ ნაირსახეობას: (1) წიგნს, (2) გაზეთს, (3) ფილმს...“. ამ მტკიცებაში 1-2-3 მხოლოდ ისტორიულ პერსპექტივას ასახავს და არა თვისების ინტენსივობის კლებას ან მატებას.

გაზომვის რიგობითი დონე გულისხმობს განსხვავებულ განზომილებებს, უმცირესიდან უდიდესამდე. იმავე უიმერსა და დომინიკს მაგალითად მოჰყავთ ცვლადი „სოციალ-ეკონომიკური სტატუსი“ ოჯახების კატეგორიზაციის პროცესში შემდეგი კლასების მიხედვით: დაბალი კლასი, საშუალოზე დაბალი, საშუალო, საშუალოზე მაღალი და მაღალი. ამ რანგირებაში 1 შეესაბამება დაბალს, 2 – საშუალოზე დაბალს, 3 – საშუალოს, 4 – საშუალოზე მაღალს, ხოლო 5 – მაღალს.

მედიისა და კომუნიკაციის სფეროდანაც შეგვიძლია მოვიხმოთ თვალსაჩინო მაგალითი – კონსტრუქტი „კამპანიების ეფექტურო-

ბა სოციალურ მედიაში“ და ეფექტი დავითვალოთ ფუნქციონალით უზრუნველყოფილი ოპციონების (გაზიარება, კამპანიაში მონაწილეობა დაგეგმილი ან დაუგეგმავი სახით და სხვ.) მიხედვით – უმცირესიდან უდიდესამდე.

გაზომვის ამ დონეზე აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ შემდეგი გარემოება – რიგობით დონეზე გაზომვა თავის თავში გულისხმობს რანგირებას/კლასიფიკაციას გარკვეული თვისების ხარისხის მიხედვით, განსხვავებით ნომინალური დონისაგან, თუმცა გაზომვის რიგობით დონეზე არანაირი მახასიათებელი არ მიუთითებს დისტანციაზე ორ მომიჯნავე მახასიათებელს შორის.

როცა მონაცემების სკალირებას რიგობითი სკალის ყველა მახასიათებელი აქვს და მომიჯნავე მონაცემებს შორის განსხვავება თანაბარია (ერთნაირი ღირებულება), მოქმედებაში შემოდის გაზომვის ინტერვალური სკალირება. ინტერვალური სკალირების ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითია ტემპერატურა. სითბოს ერთი და იგივე რაოდენობაა საჭირო ობიექტის გასათბობად 30-დან 40 გრადუსამდე და 50-დან 60-მდე. სკალირების ამ ტიპის სერიოზული ნაკლია რეალური ნულოვანი წერტილის უქონლობა, რაც იმას ნიშნავს, რომ მკვლევარს არ შეუძლია პროპორციის შემცველი მტკიცების დაშვება და გამოყენება. ინტერვალური სკალირება ყველაზე ხშირად მაშინ გამოიყენება მედიურ კვლევებში, როცა მკვლევარს აინტერესებს მედიის მიერ გამოწვეული ან მედიის მიერ არსებული განსაზღვრული განწყობების თვისობრივი ცვლილებები განსაზღვრული ინტერვალის მიხედვით.

გაზომვის კოეფიციენტური დონე ხასიათდება ინტერვალური დონის ყველა მახასიათებლით, რასაც კიდევ ერთი, მნიშვნელოვანი უპირატესობა ემატება: რეალური ნულოვანი წერტილის არსებობა კვანტიფიკაციის სისტემაში.

სკალირება. სპეციალიზებული სკალირებები. თერსტოუნის, ლაიკერტისა და გუტმანის სკალები. სემანტიკური დიფერენციალი, როგორც სოციალური განწყობების და ატიტუდების გაზომვის მეთოდი

რა არის სკალა/სკალირება? სკალირება – ეს არის ის წესი, რომელიც განსაზღვრავს, როგორ და რაზე დაყრდნობით მიეკუთვნება თითოეულ შესასწავლ ობიექტს გაზომვის პროცესში შესაბამისი რიცხვითი მნიშვნელობა.

გაზომვების ტიპების მიხედვით, რომელთა შესახებაც ზემოთ ვისაუბრეთ, სკალები შეიძლება იყოს: ნომინალური, რიგობითი, ინტერვალური და მეტრიკული (რიცხვითი).

თერსტოუნის სკალა

ერთ-ერთი იმ სამი ძირითადი სკალიდან, რომლებიც ტრადიციულად გამოიყენება ატიტუდების გასაზომად. სკალა ატარებს ლუის ლეონ თერსტოუნის სახელს (1887-1953), რომელმაც ე. ჩეივსთან თანაავტორობით შეიმუშავა ატიტუდების საზომი პირველი ინსტრუმენტი (*The Measurement of Attitudes*, 1929), რითაც საფუძველი დაუდო ფსიქომეტრიკის განვითარების ახალ ეტაპს. საკუთრივ ტერმინი „თერსტოუნის სკალა“ აღნიშნავს როგორც თავად თერსტოუნის მიერ კონსტრუირებულ სკალებს, ასევე ამავე ტიპის ყველა სკალას. მისი ეკვივალენტური ტერმინია „თერსტოუნის ტოლი ინტერვალების მეთოდი“.

თერსტოუნის სკალის აგება მოიცავს შემდეგი ოპერაციების რიგს:

1) დიდი რაოდენობით მტკიცებების შეკრება შესასწავლი საკითხის არსის შესახებ; 2) ბუნდოვანი, ორაზროვანი ან მკვლევრისთვის საინტერესო მტკიცებების დუბლირებული მტკიცებების გამო-რიცხვა;

3) დარჩენილი გამონათქვამების, მტკიცებების დალაგება ექსპერტთა ჯგუფის მიერ 11 კატეგორიის მიხედვით – კეთილგანწყობილი ან კეთილგანუწყობელი დამოკიდებულების ხარისხის მიხედვით (ამასთან – ექსპერტი არ ითვალისწინებს საკუთარ დამოკიდებულებას);

4) შედეგების სტატისტიკური დამუშავება (თითოეული გამონათქვამის საშუალო მნიშვნელობის გამოთვლა და დისტრიბუციის შეფასება);

5) გაზომვის თანაბარინტერვალური სკალის საბოლოო ფორმირება, რომელშიც განთავსებულია დაახლოებით 20 გამონათქვამი, მტკიცება: ა) მტკიცებები, რომელთა შესახებაც ექსპერტების მოსაზრებები დაახლოებით მსგავსი იყო და ბ) მტკიცებები, რომლებიც ხვდებიან თითქმის ტოლ ინტერვალებში განწყობის სკალაზე; ამასთან, თითოეულ ვერბალურ პუნქტს შეესაბამება რიცხვითი მნიშვნელობა სკალაზე, რომელიც ექსპერტების შეფასებების საფუძველზე იქმნება.

ნიმუში

ნარმოიდგინეთ, რომ ვიკვლევთ საკითხს: მედიაში დასაქმებული პირის, ჟურნალისტის ლოიალობა იმ მედიაკომპანიის მიმართ, რომელშიც იგი მუშაობს. ვირჩევთ ჩვენთვის რელევანტურ შერჩევას, დასაქმებულ ჟურნალისტთა კონტინგენტს, და მათ ვანვლით შემდეგ ინსტრუქციას:

ინსტრუქცია

ძვირფასო ბატონო/ქალბატონო! თქვენ მიიღეთ ბარათები მოსაზრებებით, რომლებიც ცხადყოფენ თქვენს დამოკიდებულებას იმ მედიაკომპანიის მიმართ, რომელშიც მუშაობთ. ასევე, თქვენ გეძლევათ ციფრების ტაბულა გრადაციით 1-დან 11-მდე. თითოეული

ციფრი – ეს არის თქვენ მიერ გამოთქმული მოსაზრების, მტკიცების შეფასება. თქვენი ამოცანაა, განსაზღვროთ თქვენი დამოკიდებულება (ატიტუდი) მოსაზრების/მტკიცების მიმართ და ყველა წარმოდგენილი მტკიცება დაალაგოთ გრადაციის მიხედვით. გრადაცია 11 აღნიშნავს მაქსიმალურად პოზიტიურ შეფასებას, გრადაცია 1 – მაქსიმალურად ნეგატიურს, ხოლო 6 – ნეიტრალურს. გთხოვთ, მოსაზრებები დაახარისხოთ მხოლოდ მათი შინაარსის მიხედვით. მსჯელობების რაოდენობა თითოეულ გრადაციაში განსხვავებული იქნება. დიდი მადლობა თანამშრომლობისთვის.

- მედიაკომპანიის მენეჯმენტისა და მასში დასაქმებული ჟურნალისტების ინტერესები შემთხვევათა უმრავლესობაში ერთმანეთს არ ემთხვევა;
- როგორც წესი, დაქირავებული ჟურნალისტის დამატებით ძალისხმევას მედიაკომპანიის ადმინისტრაცია სათანადოდ არ აფასებს;
- მედიაკომპანიის მენეჯერები პრობლემებს თანამშრომლების თანდასწრებით არ განიხილავენ, ვინაიდან ეს აკნინებს მათ ავტორიტეტს;
- თუკი მედიამენეჯერს ან რედაქტორს თავი თანამშრომლებისგან შორს უჭირავს, მისი დავალებების შესრულებას თანამშრომლები უფრო მეტი პასუხისმგებლობით ეკიდებიან;
- სამუშაო და შემოქმედებითი პროცესის უკეთ წარსამართავად აუცილებელია თანამშრომლების პრობლემების ცოდნა;
- მედიამენეჯერმა მუდმივად უნდა აკონტროლოს თანამშრომლები;
- ხელმძღვანელს შეუძლია, აპატიოს თანამშრომლებს იმ წესების დარღვევა, რომლებსაც ისინი უგნურად მიიჩნევენ;
- კონფლიქტი თანამშრომლებს შორის, თუკი ის საქმიან სფეროს არ შეეხება, არ აისახება მედიაკომპანიის ფუნქციონირებაზე;

- მედიაკომპანიაში უფრო მნიშვნელოვანია გავლენიანი ადამიანების კეთილგანწყობის მოპოვება, ვიდრე წარმატების მიღწევა პროფესიული შრომით;
- თანამშრომლები, რომლებიც მხოლოდ დავალებების შესრულებით არიან დაკავებულნი, საქმეს ზედმეტი თავგამოდებით ვნებენ;
- მედიამენეჯერებმა თანამშრომლების წინაშე აღებული ვალდებულებები უნდა შეასრულოს, მიუხედავად ტექნიკური ან ფინანსური სიძნელეებისა;
- მედიაკომპანიის ადმინისტრაციამ არ უნდა მიიღოს ისეთი გადაწყვეტილებები, რომლებსაც თანამშრომლების უმრავლესობა არ ეთანხმება;
- პრემიის დანიშვნისას ადმინისტრაციამ უნდა გაითვალისწინოს თანამშრომლის სოციალური მდგომარეობა;
- დაუშვებელია, რომ ერთმა თანამშრომელმა ათჯერ მეტი შეღავათი მიიღოს ადმინისტრაციისგან, ვიდრე სხვებმა;
- ჟურნალისტის ან რედაქტორის წარმატება დამოკიდებულია მის ურთიერთობებზე მედიაკომპანიის მფლობელებთან და არა მის კვალიფიკაციაზე;
- დაკისრებული ვალდებულებების ხარისხიანი შესრულება აუცილებელი და საკმარისი პირობაა თანამშრომელი ჟურნალისტის კარიერული წინსვლისთვის;
- დასაშვებია, რომ რედაქტორმა ან მედიაკომპანიის მფლობელმა შეღავათი გაუწიოს კარგ თანამშრომელს და საყოველთაო წესები დაარღვიოს ამით;
- მეგობართა კოლექტივში მუშაობა სასიამოვნოა, მაგრამ იგი ძნელად სამართავია;
- თუკი თანამშრომელი ჟურნალისტის აზრით, რედაქტორის მიერ რომელიმე განსაზღვრული პუბლიკაციის გამოქვეყნებას შეუძლია ზიანი მიაყენოს კომპანიას, თანამშრო-

მელმა რედაქტორი ამის შესახებ წინასწარ უნდა გააფრთხილოს;

- ყურნალისტად მუშაობას კარგი და სასარგებლო კავშირები უნდა მოჰქონდეს და არა პროფესიული აღიარება;
- გამორჩეულ თანამშრომლად ყოფნა ხელს არ უწყობს კოლეგებთან კარგი ურთიერთობების შენარჩუნებას;
- თუკი რედაქციის სამუშაო პროცესი სასიამოვნოა, ტექნიკური სირთულეები პრობლემა არ არის;
- თუკი მედიაორგანიზაციის საქმიანობაში ყველა არსებული შემოქმედებითი თუ პროფესიული გაერთიანება ჩაერთვება, იგი უფრო წარმატებული იქნება;
- მედიაკომპანიის თანამშრომლებს უფლება აქვთ მოითხოვონ რედაქტორის ან პროდიუსერის შეცვლა, თუკი იგი არ შეესაბამება დაკავებულ პოზიციას;
- ის თანამშრომლები, რომლებიც ცდილობენ ადმინისტრაციის კეთილგანწყობის მოპოვებას, კოლეგებისთვის სანდოები არ არიან;
- თუკი თანამშრომელი უმაღლესი კლასის სპეციალისტია, მედიაკომპანიის მმართველები უფრო ღმობიერად მოეკიდებიან მის ნაკლს;
- თუკი სამუშაო ადგილამდე მოსვლას საათნახევარი სჭირდება, ნებისმიერი საქმე დამლელი და უინტერესო გახდება;
- მე ყოველთვის გულმოდგინედ ვარჩევ ტანსაცმელს, რომლითაც სამუშაოზე უნდა მოვიდე;
- დავალების დაგვიანებით ჩაბარება არცთუ ისე დიდი ცოდვაა;
- თუკი რომელიმე რედაქტორი ან პროდიუსერი არცთუ კეთილსინდისიერად ასრულებს თავის მოვალეობას, თანამშრომლებმა ამის შესახებ არ უნდა აცნობონ კომპანიის მფლობელს;

- თანამშრომლებს აქვთ უფლება, იცოდნენ, რა ანაზღაურებას იღებენ მათი რედაქტორები და ადმინისტრაციის თანამშრომლები;
- თუკი ერთობლივ წვეულებაზე რედაქტორი შეგპირდათ, რომ ხვალ ლექციაზე გაცდენებს არ აღრიცხავს, აზრი არ აქვს მეორე დღეს სამსახურში მისვლას.

მონაცემების დამუშავება

მონაცემების დამუშავება იწყება რელევანტური მტკიცებების არჩევით. შეფასება ეძლევათ მხოლოდ მტკიცებებს № 1, 3, 4, 5, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 31, 32. დანარჩენები არ ითვლება, რადგან ისინი კვლევის ნამდვილი მიზნების შენიღბვას ემსახურება. იმისდა მიხედვით, რომელ გრადაციას მიეკუთვნა ესა თუ ის მოსაზრება/მტკიცება, მას ენიჭება შესაბამისი ქულა.

გრადაცია	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
ქულა	+5	+4	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	-4	-5

თუკი ცდისპირმა დააგროვა 54-დან 90 ქულამდე, მისი ლოიალობა ორგანიზაციის მიმართ ფასდება როგორც მაღალი, 18-დან 54 ქულამდე – როგორც საშუალო, -18-დან +18-მდე როგორც დაბალი, ხოლო დიაპაზონი -18-დან -90-მდე ნიშნავს იმას, რომ იგი სრულიად არალოიალურია.

ლაიკერტის სკალა

Likert scale – ასევე ერთ-ერთი ატიტუდების გასაზომი საში ძირითადი სკალიდან, რომელიც 1932 წელს რენსის ლაიკერტმა შექმნა.

ამ ტიპის სკალებს განეკუთვნება როგორც საკუთრივ ლაიკერტის მიერ კონსტრუირებული სკალები, ისე ნებზემიერი, ანალოგიური ალგორითმით შექმნილი სკალა. მისი სინონიმია: ლაიკერტის შესაჯამებელი შეფასებების მეთოდი. ლაიკერტის სკალა არის გაზომვის რიგობითი სკალა: იგი საშუალებას გვაძლევს, დავადგინოთ და ერთმანეთს შევადაროთ სხვადასხვა ადამიანების მიერ გამოთქმული განწყობების ინტენსივობა. სტატისტიკური პროცედურებიდან დასაშვებია მედიანას დადგენა მნიშვნელობების დისტრიბუციისას, ასევე რანჟირებითი კორელაციის კოეფიციენტის გამოთვლა. ლაიკერტის სკალა, როგორც წესი, ხუთსაფეხურიანია.

სკალის შექმნა შემდეგ პროცედურებს მოიცავს: 1) მტკიცებების, მოსაზრებების ფართო სიმრავლის შექმნა, რომლებიც გამოხატავენ სხვადასხვა ნიუანსს საკვლევი საკითხის შესახებ; 2) ორაზროვანი, ბუნდოვანი ან თემასთან დაუკავშირებელი მტკიცებების გაფილტვრა; 3) დარჩენილი მტკიცებების შეფასება ხუთქულიან სკალაზე (მტკიცებებთან დათანხმება-დაუთანხმებლობის საფუძველზე); 4) სტატისტიკური დამუშავება; 5) საბოლოო სკალის ჩამოყალიბება.

სტატისტიკური პროცედურებიდან დასაშვებია ფაქტორული ანალიზის გამოყენება, ვინაიდან ლაიკერტის სკალის საფუძველში დევს დაშვება იმისა, რომ სკალაში ჩართული თითოეული მტკიცება არის ფუნქცია ატიტუდის ერთსა და იმავე პარამეტრისგან.

ნიმუში

ნარმოვიდგინოთ, რომ ვატარებთ მედიურ კვლევას. შევისწავლეთ ოთხი წყარო. ანალიზის პირველ ეტაპზე ჩავატარეთ კონტენტანალიზი. ეს არის ანალიზი თვისებრივი კონტენტანალიზის პრიორიტეტით, რომლის შედეგადაც გამოიკვეთა თემატური ჩარჩოები/სქემატები (ტექსტის კომპრესიის შედეგად მიღებული), რომლებსაც მიმართავს ქართული მედია აფხაზური საკითხის მედიური რეპრეზენტაციისას.

1. აფხაზეთში დაძაბული და/ან უმართავი კრიმინალური სიტუაციაა.
2. აფხაზეთში მძიმე ეკონომიკური მდგომარეობაა.
3. თხილის მოსავლის აღების სეზონი ქართველებზე ნადირობის სეზონს ემსგავსება.
4. კრიმინალის პიკი აფხაზეთში ტურისტულ სეზონს ემთხვევა.
5. საქართველოს ხელისუფლებამ არ იცის და არ შეუძლია თუ როგორ აწარმოოს ეფექტური პოლიტიკა აფხაზეთის მიმართ.
6. საქართველოს ხელისუფლების პოლიტიკა და ქმედებები არათანმიმდევრულია რუსი სამშვიდობოების მიმართ.
7. საერთაშორისო ორგანიზაციების ქმედება არაეფექტურია ქართულ-აფხაზური კონფლიქტის რეგულირების პროცესში.
8. პარტიზანები – ერთადერთი მოტივირებული ძალაა აფხაზეთის დასაბრუნებლად.
9. აფხაზეთის ლეგიტიმური ხელისუფლების პოზიცია: აფხაზეთი მხოლოდ ძალისმიერი გზით (ომით) დაბრუნდება.
10. ჩრდილოკავკასიურ სოლიდარობას დიდი და საშიში გავლენა აქვს აფხაზეთის და საქართველოს ურთიერთობაზე.
11. აფხაზეთი – საქართველოს ხელისუფლების რიგითი „რეგიონული“ პრობლემაა, ასლან აბაშიძის აჭარული სეპარატიზმით გამოწვეული პრობლემის მსგავსი.
12. პოლიტიკური პარტიები და ექსპერტები ხედავენ აფხაზეთთან და აფხაზეთთან დიალოგის შესაძლებლობას აფხაზეთისთვის საინტერესო ინიციატივების შეთავაზებით.
13. საერთაშორისო სავაჭრო და ინფრასტრუქტურული პროექტები – აფხაზეთის საქართველოში ინტეგრაციის რეალური შანსია.
14. აფხაზეთის საკითხი ქართულ პოლიტიკაში მხოლოდ წინასწარჩვენო პერიოდში აქტიურდება.
15. აფხაზეთის დე-ფაქტო ხელისუფლების ნაცვლად რუსეთი მოქმედებს.

16. რუსული პოლიტიკა აფხაზეთის მიმართ არის არა აფხაზეთის დამოუკიდებლობის ხელშეწყობა, არამედ აფხაზეთის დაპყრობა.
17. რუსული ინვესტიცია აფხაზეთში არის არა ინვესტიცია, არამედ სახელმწიფო ქონების ძარცვა, მიტაცება.
18. ქართულ-აფხაზურ კონფლიქტს საფუძვლად ეროვნულ-იდენტობითი კონფლიქტი უდევს.
19. ქართულ-აფხაზურ ურთიერთობებში მთავარი სტატუსის საკითხია.
20. აფხაზები უმაღლეს კონფედერაციას დასთანხმდებიან, ვიდრე ფედერაციულ მოწყობას.
21. აფხაზეთის ხელისუფლება შეშფოთებულია აფხაზეთის მოსახლეობის ეთნიკური სიჭრელით.
22. აფხაზეთის ხელისუფლება სხვა „გარე პატრონს“ ეძებს.
23. აფხაზეთში ერთობის წევრებს არ აქვთ თანასწორი სამოქალაქო უფლებები.
24. სერგეი ბალაფში – „გალელი ქართველებისა და გაგრელი სომხების პრეზიდენტი“.
25. ვარდების რევოლუციის ექსპორტი აფხაზეთში შესაძლებელია.
26. ვარდების რევოლუციის ექსპორტი აფხაზეთში შეუძლებელია.
27. კოდორის ხეობის, როგორც ზემო აფხაზეთის პიარი, არის ავანტიურა და არა კონსტრუქციული პოლიტიკური გადაწყვეტილება.
28. კოდორის ხეობისთვის ზემო აფხაზეთის სტატუსის მინიჭება აფხაზეთის დაბრუნებისკენ გადადგმული ნაბიჯია.
29. საქართველოს ხელისუფლება გაუაზრებელ ნაბიჯს დგამს და ბლოკავს ქართულ-აფხაზურ არაფორმალურ დიალოგს.
30. აფხაზეთი – ერთი რუსული დიდი სამხედრო ბაზაა.
31. გალი გარიყულია როგორც ქართველების, ისე აფხაზების მხრიდან.

32. ქართულ მხარეს მხოლოდ დიპლომატიურ ფრონტზე შეუძლია ბრძოლა – აფხაზეთის აღიარების შესაჩერებლად.
33. აგვისტოს ომის დასასრული მკვდარი წერტილია ქართულ-აფხაზურ ურთიერთობებში.
34. აფხაზეთის ლეგიტიმური მთავრობა აპირებს ეთნიკურად აფხაზი მოქალაქეების გადმობირების კამპანიას.
35. ოკუპაცია რადიკალურად ცვლის ურთიერთობის სურათს.

მონაცემების დამუშავება

როგორც სქემატიკებიდან ჩანს, ეს 35 ჩარჩო აღწერს საქართველოსა და აფხაზეთს შორის ურთიერთობის ფორმებს და მათ განმაპირობებელ ვარიანტებს.

ამის შემდეგ ჩვენ ავირჩიეთ 12 რესპონდენტი, რომლებსაც შევთავაზეთ, ზემოთ ჩამოთვლილი ჩარჩოების მნიშვნელობების მიხედვით, პასუხი გაეცათ შეკითხვისთვის: **რამდენად არის სქემატაში გადმოცემული ფაქტი/მოვლენა დამოკიდებული საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებზე.** მათ პასუხები უნდა გაეცათ 5-ქულიან სკალაზე დაყრდნობით, რომლის ციფრობრივი მახისიათებლები შემდეგ მნიშვნელობას მიიღებდნენ:

- (1) – სრულიად არ არის დამოკიდებული;
- (2) – უმნიშვნელოდ არის დამოკიდებული;
- (3) – საშუალოდ არის დამოკიდებული;
- (4) – მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული;
- (5) – სრულიად დამოკიდებულია.

გარდა ამისა, ჩვენ გვანტერესებდა, ფაქტორული ანალიზის ტექნიკით განგვესაზღვრა, რამდენად შესაძლებელი იყო მოცემული

ჩარჩოების/სქემატების ლოგიკურად მიბმა ფაქტორებთან, რომლებიც ახსნიდნენ ქართულ-აფხაზური ურთიერთობების ტიპოლოგიას. საშუალო ქულა მოდათი გამოითვალა:

1. აფხაზეთში დაძაბული და/ან უმართავი კრიმინალური სიტუაციაა – 1;
2. აფხაზეთში მძიმე ეკონომიკური მდგომარეობაა – 1;
3. თხილის მოსავლის აღების სეზონი ქართველებზე ნადირობის სეზონს ემსგავსება – 2;
4. კრიმინალის პიკი აფხაზეთში ტურისტულ სეზონს ემთხვევა – 1;
5. საქართველოს ხელისუფლებამ არ იცის და არ შეუძლია თუ როგორ აწარმოოს ეფექტური პოლიტიკა აფხაზეთის მიმართ – 5;
6. საქართველოს ხელისუფლების პოლიტიკა და ქმედებები არათანმიმდევრულია რუსი სამშვიდობოების მიმართ – 4;
7. საერთაშორისო ორგანიზაციების ქმედება არაეფექტურია ქართულ-აფხაზური კონფლიქტის რეგულირების პროცესში – 3;
8. პარტიზანები – ერთადერთი მოტივირებული ძალაა აფხაზეთის დასაბრუნებლად – 4;
9. აფხაზეთის ლეგიტიმური ხელისუფლების პოზიცია: აფხაზეთი მხოლოდ ძალისმიერი გზით (ომით) დაბრუნდება – 5;
10. ჩრდილოკავკასიურ სოლიდარობას დიდი და საშიში გავლენა აქვს აფხაზეთის და საქართველოს ურთიერთობაზე – 1;
11. აფხაზეთი – საქართველოს ხელისუფლების რიგითი „რეგიონული“ პრობლემაა, ასლან აბაშიძის აჭარული სეპარატიზმით გამონვეული პრობლემის მსგავსი – 5;
12. პოლიტიკური პარტიები და ექსპერტები ხედავენ აფხაზეთთან და აფხაზებთან დიალოგის შესაძლებლობას აფხაზებისთვის საინტერესო ინიციატივების შეთავაზებით – 5;
13. საერთაშორისო სავაჭრო და ინფრასტრუქტურული პროექტები – აფხაზეთის საქართველოში ინტეგრაციის რეალური შანსია – 4;

14. აფხაზეთის საკითხი ქართულ პოლიტიკაში მხოლოდ წინასა-არჩევნო პერიოდში აქტიურდება – 5;
15. აფხაზეთის დე-ფაქტო ხელისუფლების ნაცვლად რუსეთი მოქმედებს – 1;
16. რუსული პოლიტიკა აფხაზეთის მიმართ არის არა აფხაზეთის დამოუკიდებლობის ხელშეწყობა, არამედ აფხაზეთის დაპყრობა – 2;
17. რუსული ინვესტიცია აფხაზეთში არის არა ინვესტიცია, არამედ სახელმწიფო ქონების ძარცვა, მიტაცება – 1;
18. ქართულ-აფხაზურ კონფლიქტს საფუძვლად ეროვნულ-იდენტობითი კონფლიქტი უდევს – 4;
19. ქართულ-აფხაზურ ურთიერთობებში მთავარი სტატუსის საკითხია – 4;
20. აფხაზები უმაღლეს კონფედერაციას დასთანხმდებიან, ვიდრე ფედერაციულ მოწყობას – 4;
21. აფხაზეთის ხელისუფლება შეშფოთებულია აფხაზეთის მოსახლეობის ეთნიკური სიჭრელით – 2;
22. აფხაზეთის ხელისუფლება სხვა „გარე პატრონს“ ეძებს – 1;
23. აფხაზეთში ერთობის წევრებს არ აქვთ თანასწორი სამოქალაქო უფლებები – 1;
24. სერგეი ბალაფში – „გალელი ქართველებისა და გაგრელი სომხების პრეზიდენტი“ – 1;
25. ვარდების რევოლუციის ექსპორტი აფხაზეთში შესაძლებელია – 2;
26. ვარდების რევოლუციის ექსპორტი აფხაზეთში შეუძლებელია – 3;
27. კოდორის ხეობის, როგორც ზემო აფხაზეთის პიარი, არის ავანტიურა და არა კონსტრუქციული პოლიტიკური გადაწყვეტილება – 5;
28. კოდორის ხეობისთვის ზემო აფხაზეთის სტატუსის მინიჭება აფხაზეთის დაბრუნებისკენ გადადგმული ნაბიჯია – 5;

29. საქართველოს ხელისუფლება გაუზარებელ ნაბიჯს დგამს და ბლოკავს ქართულ-აფხაზურ არაფორმალურ დიალოგს – 5;
30. აფხაზეთი – ერთი რუსული დიდი სამხედრო ბაზაა – 2;
31. გალი გარიყულია როგორც ქართველების, ისე აფხაზების მხრიდან – 4;
32. ქართულ მხარეს მხოლოდ დიპლომატიურ ფრონტზე შეუძლია ბრძოლა – აფხაზეთის აღიარების შესაჩერებლად – 5;
33. აგვისტოს ომის დასასრული მკვდარი ნერტილია ქართულ-აფხაზურ ურთიერთობებში – 2;
34. აფხაზეთის ლეგიტიმური მთავრობა აპირებს ეთნიკურად აფხაზი მოქალაქეების გადმობირების კამპანიას – 5;
35. ოკუპაცია რადიკალურად ცვლის ურთიერთობის სურათს – 2.

საშუალოს გამოთვლის შემდეგ თითოეული მტკიცების მიხედვით, მონაცემები მუშავდება ფაქტორული ანალიზით.

გუტმანის სკალა

Guttman scaling – ასევე ერთ-ერთი ატიტუდების გასაზომი სამი ძირითადი სკალიდან, რომელიც გუტმანმა შეიმუშავა. მისი სინონიმია გუტმანის სკალოგრამა ან ანალიზური სკალოგრამა.

ძირითადი დაშვება, რომელიც გუტმანის სკალის საფუძველში დევს, არის ის, რომ ატიტუდი წარმოადგენს განსაზღვრულ ერთგანზომილებიან სტრუქტურას, ხოლო რესპონდენტის პასუხები, რომლებიც ამ ატიტუდს გამოხატავენ, სკალაზე უნდა წარმოადგენდნენ განსაზღვრულ იერარქიასა და ურთიერთკავშირს. გუტმანის აზრით, ეს ნიშნავს, რომ რესპონდენტი განსაზღვრული დამოკიდებულებით, ანუ ატიტუდით, ეთანხმება ერთ გამონათქვამს და არ ეთანხმება მეორეს. ანუ: გამონათქვამები წარმოადგენენ განსაზღვრული რიგის მქონე კომპლექტს.

მეთოდი ეფუძნება ჰომოგენობის (ერთგვაროვნების) პრინციპს, ხოლო საკუთრივ სკალა კუმულაციური ხასიათისაა: პუნქტები იმგვარად არის ფორმულირებული (ჩამოყალიბებული) და წესრიგში მოყვანილი, რომ რესპონდენტის მიერ ნებისმიერი მათგანის არჩევა ჰიპოთეტურად გულისხმობს ავტომატურ თანხმობას უფრო დაბალი რანგის სხვა დანარჩენ პუნქტებთან. ატიტუდების გაზომვა გამოიხატება იმაში, რომ რესპონდენტი ირჩევს სკალაზე მოთავსებულ გამონათქვამებს, რომლებიც მისთვის მისაღებია, ამასთან იგი სარგებლობს მხოლოდ დიქტომიური პასუხებით: დიახ – არა; თანახმა ვარ – არ ვარ თანახმა. ატიტუდის შეფასებას წარმოადგენს სკალის განსაზღვრული პუნქტის შეფასება. თუკი ჩვენთვის, მკვლევარებისთვის, ცნობილია რესპონდენტის მიერ მიღებული ჯამური ქულა, შეიძლება, გამოვიცნოთ მისი პასუხები ყველა მტკიცების მიხედვით.

გუტმანის სკალირება შემდეგი პროცედურებისგან შედგება: 1) ვაყალიბებთ მტკიცებების სიას; 2) რეგისტრირდება/აღინუსხება თითოეული მტკიცების მიღება-მიუღებლობა; 3) ტარდება სტატისტიკური დამუშავება თითოეული მტკიცების მიხედვით; 4) იფილტრება გამოუსადეგარი პუნქტები; შეცდომა არ უნდა აღემატებოდეს 10%-ს; 5) დარჩენილი პუნქტები წესრიგდება შემდეგი წესით: პირველ ადგილზე გადის პუნქტი, რომელმაც ყველაზე მეტი „დიახ“ ან „თანახმა ვარ“ მიიღო. მას შემდეგ პუნქტი, რომელმაც ყველაზე ნაკლები დადებითი პასუხი მიიღო, შემდეგ კი პუნქტები, რომელსაც თითქმის არავინ ან საერთოდ არავინ არ დაეთანხმა.

ნიმუში

ჩვენ ვიკვლევთ საზოგადოების დამოკიდებულებას „ყვითელი ყურნალების“ მიმართ. ფოკუს-ჯგუფების შედეგად გამოიკვეთა რამდენიმე მტკიცება:

ა. „ყვითელი ჟურნალები“ მედიაბაზრის ყველაზე პოპულარული პროდუქტია;

ვეთანხმები (1) არ ვეთანხმები (0)

ბ. „ყვითელ ჟურნალებს“ არ აქვთ ეთიკური სტანდარტები;

ვეთანხმები (1) არ ვეთანხმები (0)

გ. „ყვითელ ჟურნალებში“ მხოლოდ გამოგონილი ან გაბუქებული ამბები იბეჭდება;

ვეთანხმები (1) არ ვეთანხმები (0)

დ. „ყვითელი ჟურნალები“ ერთადერთი მედიაპროდუქტია, რომელმაც თავდაპირველი სახე შეინარჩუნა;

ვეთანხმები (1) არ ვეთანხმები (0)

სემანტიკური დიფერენციალი

საკუთრივ ტერმინი „სემანტიკური დიფერენციალი“ წარმოადგენს ბერძნულ-ლათინურ კომპოზიტს: **semantikos** – აღმნიშვნელი და **differentia** – განსხვავება. სემანტიკური დიფერენციალის მეთოდი სუბიექტური სემანტიკური სივრცეების აგების მეთოდია. მის ფუნქციონირებად გვევლინება ამერიკელი ფსიქოლოგი ჩარლზ ოსგუდი, რომელმაც სამეცნიერო საზოგადოებას თავისი მეთოდი 1952 წელს წარუდგინა. გამოიყენება კვლევებში, რომლებიც შეეხება ადამიანის (ანუ სუბიექტურ) აღქმასა და ქცევას, სოციალური განწყობების ანალიზისას ფსიქოლოგიასა და სოციოლოგიაში, ასევე მედიურ კვლევებში, როცა მკვლევრები მედიურ ეფექტებს და აუდიტორიის აღქმებს ან ქცევას შეისწავლიან, რეკლამასა და ესთეტიკაში – ანუ იმ სფეროებში, სადაც არსებობს სუბიექტური მოტივაციების კანონზომიერების გამოყვანის მოთხოვნა. სემანტიკური

დიფერენციალის მეთოდი – ეს არის კონტროლირებული ასოციაციებისა და სკალირების პროცედურების კომბინაცია, რომლის დროსაც საკვლევი ობიექტები (ცნებები, გამოსახულებები, პერსონაჟები, კონსტრუქტები) ბიპოლარული გრადუალური სკალების (სუთ- ან შვიდქულიანი) მეშვეობით ფასდება. ამ სკალების პოლუსები წარმოადგენს ვერბალურ ცნებებს. თუმცა კვლევების პრაქტიკაში გვხვდება შემთხვევები, როცა სკალების პოლუსებად გამოიყენება გრაფიკული ოპოზიციები, ფერწერული სურათები ან ფოტოპორტრეტები, ანუ ხატ-ნიშნები ან ნიშან-ინდექსები.

ნიმუში

თემა: გლასნოსტის აღქმა ქართულ საზოგადოებაში. მეთოდი: ჩალრმავებული ინტერვიუ. ჩალრმავებული ინტერვიუ 9 რესპონდენტთან ჩაინერა.

პირველი ეტაპი – პირველ ეტაპზე ჩალრმავებული ინტერვიუს ტექსტები სიტყვა-სიტყვით გაიშიფრა, ხოლო მეორე ეტაპზე მოხდა მათი დამუშავება პანელურ განხილვაზე. ცდის პირებად შეირჩა პოლიტიკის ფსიქოლოგიაში გაცნობიერებული, მაგისტრის ხარისხის მქონე 24 პირი. მათ დაევალათ ინტერვიუების ტექსტის დამუშავება კომპრესიის მეთოდით. კომპრესიის შედეგად გამოიყო შემდეგი 50 სქემატა (ჩარჩო):

1. მასსოვს რუსულენოვანი გლასნოსტი. რუსეთში საინფორმაციო სივრცე მეტად გაიხსნა.
2. გლასნოსტის დროს თავისუფლად ვკითხულობდი იმას, რაც უკვე მქონდა მალულად ნაკითხული.
3. საქართველოში იმ დროისთვის არ არსებობდა დიდი რაოდენობის აკრძალული ლიტერატურა.
4. საქართველოში გლასნოსტმა დაიგვიანა.
5. ქართული მედია არ ყოფილა მონინავე.

6. გლასნოსტურ ისტორიებში აქცენტი კეთდებოდა წარსულზე, რაც დაფარული იყო, და არა აწმყოზე ან მომავალზე.
7. გლასნოსტი იყო სიმართლის თქმა წარსულის შესახებ.
8. გლასნოსტი იქცა საქართველოში არა სიმართლის დადგენის, არამედ შურისძიების ინსტრუმენტად (ვინ ვინ ჩაუშვა, ვინ ვინ დააბეზლა და ა.შ).
9. 30-50-იანი წლების რეპრესიების შესახებ მაინც მედიიდან ვიგებდით, მიუხედავად იმისა, რომ ბებია-ბაბუის თაობის ოჯახის წევრები რეპრესირებულები გვყავდა. მათ გლასნოსტი ახალი თაობის „სხვაგვარად მოაზროვნების“ გამოსავლენი კამპანია ეგონათ.
10. გლასნოსტმა ახალი ჟღერადობა შესძინა ზვიად გამსახურდიას აღიარებას. გააჩინა გაორებული დამოკიდებულება გამსახურდიასა და დისიდენტური მოძრაობის მიმართ.
11. გლასნოსტმა დაბადა პირველი მითები საქართველოს დამოუკიდებლად არსებობის შესახებ: „ბალახს შევჭამთ“, „მარტო ბორჯომი და ჭიათურის მანგანუმი გვეყოფა დამოუკიდებლად არსებობისთვის“.
12. იწერებოდა არა სიმართლე, არამედ ის, რაც უნდოდათ. ხშირად იბეჭდებოდა გამონაგონი.
13. გლასნოსტმა გამოაშაქარავა ეთნიკური კონფლიქტები.
14. გლასნოსტმა შემოიტანა სოციალური ცხოვრების ხალისი – „ჟურნალ-გაზეთებს მოუთმენლად ველოდებოდით“.
15. გლასნოსტური ისტორიები ჰგავდა იმას, რასაც დღეს სერიალებში ვგულისხმობთ: ყოველდღე ვკითხულობდით ისტორიებს, რომლებიც თითქოს ერთმანეთს აგრძელებდა.
16. გლასნოსტური ისტორიები – დღევანდელი გადასახედიდან – მასკულტურა იყო.
17. გლასნოსტურ ისტორიებში მომწონდა კითხვა არცთუ შორეული დროის შესახებ, რომლის გაგრძელებაც ჩემი იმდროინდელი ცხოვრება იყო.

18. გლასნოსტური ისტორიების გმირები სულთ ძლიერი ხალხი იყო – ისეთი იდეების მატარებლები, რომელთა გამოც ისინი საშინელ საბჭოთა სისტემას უპირისპირდებოდნენ.
19. გლასნოსტური ისტორიების გმირები ჰაკიოგრაფიულ პერსონაჟებს ჰგავდნენ. მონამეობრივი ცხოვრება და აღსასრული ამ ამბების აუცილებელი ელემენტი იყო.
20. გლასნოსტის მიერ ისტორიის გადწერა თითქოს იყო ახსნა ან პასუხი შეკითხვაზე, თუ რატომ ვცხოვრობდით ისე, როგორც ვცხოვრობდით; ან რამ წარმოშვა ის, რას არ მოგვწონდა.
21. გლასნოსტი იყო მე-20 საუკუნის დიდი რეფორმა.
22. ქვეყანა მომზადებული იყო დანგრევისთვის.
23. სისტემა დაანგრია ინფორმაციული სივრცის გახსნამ.
24. გლასნოსტმა გააღვიძა მე-19 საუკუნის ქართული მედიის და ნაციონალიზმის საუკეთესო გამოცდილება.
25. ქართული ჟურნალისტიკა ჰგავდა ორსახიან იანუსს, ერთი სახით ემსახურებოდა საბჭოთა იდეოლოგიას, მეორე სახით კი – ქართული კულტურის პოპულარიზაციას და გავრცელებას.
26. ქართველი ჟურნალისტები გლასნოსტმა უხერხულ მდგომარეობაში ჩააყენა. ისინი საერთოდ ვერ მიხვდნენ, რის შესახებ უნდა ეწერათ. ისინი მიეზნენ „ავტორიტეტიან“ რესპონდენტებს.
27. გლასნოსტმა შეცვალა ავტორის ფენომენი მედიაში. ჟურნალისტი აღარ განიხილებოდა ავტორად. ავტორები იყვნენ ინტელიგენციის წრიდან.
28. გლასნოსტი ქართველი ჟურნალისტებისთვის იყო ახალი შესაძლებლობები, რათა მათში გაძლიერებულყო მოქალაქე, რომელიც ახლებურად იაზროვნებდა.
29. ამ პერიოდის ჟურნალისტიკისთვის დამახასიათებელია ახალი ნარატივები, პატრიოტული, ნაციონალისტური.

30. გაიღვიძა ეროვნულმა თვითშეგნებამ: 1956 წელს ქართველები იცავენ სტალინის ძეგლს, როგორც 1978 წელს იცავენ ქართულ ენას!
31. მედიაზე გავლენას იძენენ არაფორმალეები და ჟურნალისტები „ტოვებენ“ მედიას.
32. გლასნოსტურ თავისუფლებას ახასიათებს იდეოლოგიური წნეხის პარადოქსი: კომუნისტები ათავისუფლებენ მედიას, არაფორმალეები კი წნეხავენ მას და მასზე თავის გავლენას ამყარებენ.
33. გლასნოსტამდელი საბჭოთა ქართული გამოცემები იყო მაღალი ხარისხის.
34. საზოგადოება არ აღმოჩნდა მზად ახალი გმირებისა და დროშის მისაღებად.
35. გლასნოსტმა ღირსშესანიშნავი თარიღების საკუთარი კალენდარი მოიტანა – ახალი დღესასწაულებით, ახალი გლოვის დღეებით.
36. ეროვნულმა მოძრაობამ წარსულს გადაუსვა ხაზი, წარსული გახდა ნოსტალგია.
37. ინტელიგენცია და საზოგადო მოღვაწეები გაუცხოვდნენ ეროვნული მოძრაობისგან.
38. გორბაჩოვის გლასნოსტი საეჭვო რეპუტაციის ფუნქციონერებს ეკუთვნის.
39. დანგრევისთვის გამზადებულ ქვეყანას ხელი ჰკრეს და დაანგრეს.
40. გლასნოსტის წინამორბედი იყო ხრუშჩოვი და მისი ოტწეპელი.
41. პრესა ერთმანეთს ეჯიბრებოდა იმაში, ვინ მეტ ლაფს შეასხამდა საბჭოთა ხელისუფლებას.
42. გლასნოსტმა მტერი და მოყვარე, გმირი და არამზადა ახალ პარადიგმაში დააწყო.
43. რელიგიური ლიტერატურის ბეჭდვა დაიწყო. იბეჭდებოდა ფსალმუნები და ქადაგებები.

44. გლასნოსტმა საზოგადოებაში ენთუზიაზმი გააჩინა, დამოუკიდებლობის, თვითგამორკვევის იდეა დაიბადა.
45. საქართველოში წმინდა პოლიტიკური გამოცემები გამოჩნდა.
46. საქართველოს დამოუკიდებლობის თემა, შეიძლება ეს იყო ილუზია, შეიძლება ეს იყო არასწორად გაგებული, მაგრამ არასოდეს არ იყო წარსული.
47. გლასნოსტმა მომავლის გარანტიას დაუდო საფუძველი.
48. ჩვენ გავიხსენით მსოფლიოსთვის, რეალურად პირველად გაგვიჩნდა სიტყვის თავისუფლება.
49. როდესაც ჩვენ „პერესტროიკას“ ვინყებდით გვეგონა, ნორმალურ დემოკრატიულ ევროპასთან მივდიოდით, თუმცა ვერ მივედით.
50. გლასნოსტის ბოლო პერიოდში ბევრმა ცენტრალურმა გაზეთმა დათმო პოზიციები და წინა პლანზე გადმოვიდა პროვინციული პრესა.

მეორე ეტაპი: ექსპერიმენტის მეორე ეტაპზე ავირჩიეთ 10 ცდის პირი და ისინი ორ ფოკუს-ჯგუფად (5-5 ცდის პირი თითოეულში) დავყავით და ვთხოვეთ, კომპრესიის შედეგად გამოყოფილი სქემატები დაეჯგუფებინათ შინაარსობრივი კატეგორიების მიხედვით იმგვარად, რომ არცერთი მათგანი არ აღმოჩენილიყო კლასიფიკაციის მიღმა. ფოკუს-ჯგუფების შედეგად გამოიყო შემდეგი შინაარსობრივი კატეგორიები:

- **ზოგადად გლასნოსტის აღქმა;**
- **გლასნოსტური მედია;**
- **გლასნოსტური შინაარსი.**

ამ დაჯგუფების შემდეგ ფოკუს-ჯგუფების მონაწილეებს შევთავაზეთ სემანტიკური დიფერენციალის შევსება, რომელიც ანტაგონისტური მნიშვნელობის მქონე ზედსართავებისგან შედგებოდა:

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

სემანტიკური დიფერენციალი (7-ქულიანი)

ცდის პირი 1

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით -- ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

ცდის პირი 2

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

ცდის პირი 3

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- - კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ---- ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

ცდის პირი 4

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

ცდის პირი 5

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

ცდის პირი 6

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

ცდის პირი 7

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

ცდის პირი 8

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

ცდის პირი 9

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

ცდის პირი 10

ზოგადად გლასნოსტი

რუსული ----- ქართული

პროგრესული ----- რეაქციული

მართული ----- სპონტანური

წარსული ----- მომავალი

გლასნოსტური მედია

პროფესიული ----- კლიენტელისტური

დაგეგმილი ეფექტებით ----- დაუგეგმავი ეფექტებით

გლასნოსტური შინაარსი

კონიუნქტურული ----- თავისუფალი

ნამდვილი ----- გამონაგონი

სამართლიანი/მართალი ----- შურისმაძიებლური

მონაცემები ექვემდებარება სტატისტიკურ დამუშავებას.

ნაწილი მეხუთე

თავი 9

კონტენტანალიზი, როგორც საკვლევი ტექნიკა

კონტენტანალიზი, როგორც სპეციფიკური საკვლევი მეთოდი და ტექნიკა, ხშირად გამოიყენება კომუნიკაციის კვლევის სფეროში. მეთოდის პოპულარულობა აიხსნება იმით, რომ მისი მეშვეობით მიღებული შედეგები ვალიდური (მყარი/სანდო) და ეფექტურია კომუნიკაციის პროდუქტების შინაარსის კვლევისთვის.

უფრო კონკრეტულად რომ ვთქვათ, კონტენტანალიზი წარმოადგენს მედიური და კომუნიკაციური დისკურსის შემადგენელი ცალკეული, ვერბალური თუ არავერბალური, განსაზღვრული შინაარსის მქონე სტიმულების რაოდენობრივ და თვისობრივ ანალიზს: მათი გამოყენების სიხშირესა და გამოყენების კონტექსტს.

როგორც მიუთითებენ როჯერ უიმერი და ჯოზეფ დომინიკი (Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick, 2011), კონტენტანალიზის პირველ ნიმუშად შეიძლება მივიჩნიოთ 1743 წელს შვედეთში გამოქვეყნებული 90 ჰიმნის ანალიზი (დორვინგი, 2009). თანამედროვე კონტენტანალიზი სათავეს იღებს მეორე მსოფლიო ომის ეპოქიდან, როცა მოკავშირეთა სადაზვერვო შენაერთები გულდასმით აკვირდებოდნენ და აღნუსხავდნენ ევროპის რადიოსადგურებზე აჟღერებული სიმღერების ტიპებსა და რაოდენობას. ისინი ერთმანეთს ადარებდნენ გერმანული სადგურებიდან გადმოცემულ მუსიკას ოკუპირებული ევროპის სხვა სადგურებიდან გადმოცემულს და ამის საფუძველზე, სანდოობის გარკვეული ხარისხით, ადგენდნენ ცვლილებებს ძალების კონცენტრაციის მხრივ კონტინენტზე. წყნარი ოკეანის საომარ თეატრში კომუნიკაცია იაპონია-

სა და სხვადასხვა კუნძულებზე განთავსებულ ბაზებს შორის მკაცრად გასაიდუმლოებული და კოდირებული იყო; თუმცა შეტყობინების მოცულობის გაზრდა მიანიშნებდა, რომ ბაზებზე ახალი ოპერაციები მზადდებოდა.

დაახლოებით იმავე დროს კონტენტანალიზი გამოიყენებოდა ისტორიული დოკუმენტების ავტორების ვინაობის დასადგენად. ამ კვლევებისას მკვლევრები ითვლიდნენ განსაზღვრული სიტყვებისა და სიტყვათშეთანხმებებისას რაოდენობას საექვო ავთენტურობის დოკუმენტებში და ადარებდნენ მათ და მათ სიხშირეს იმავე სიტყვებს ისეთი დოკუმენტებიდან, რომელთა ავტორების ვინაობა ცნობილი და დადასტურებული იყო. მაგალითად, სწორედ კონტენტანალიზის გამოყენებით დადგინდა ჯეიმზ მედისონის ავტორობა „12 ფედერალისტური ფოლიანტისა“ (მარტინდეილი და მაკკენზი, 1995). ამ მართლაც დეტექტივურმა შემთხვევებმა რაოდენობრივი კონტენტანალიზის სარგებლიანობა საბოლოოდ დაამტკიცა.

კონტენტანალიზის გამოყენება კომუნიკაციის უფრო ფართო ველზე მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ ფიქსირდება – მკვლევრები კონტენტანალიზს გახეთქსა და რადიოებში პროპაგანდის შესასწავლად იყენებენ. 1952 წელს ბერნარდ ბერელსონმა გამოაქვეყნა ნაშრომი „კონტენტანალიზი საკომუნიკაციო კვლევებში“, რომელშიც აღნიშნა, რომ ამ ტექნიკამ, როგორც საკვლევა ინსტრუმენტმა, პოლიტიკის მკვლევრებს შორის აღიარება მოიპოვა.

კონტენტანალიზის განსაზღვრება

კონტენტანალიზს მრავალი განსაზღვრება აქვს. უოლიცერი და ვინირი (Walizer and Wienir, 1978) მას განსაზღვრავენ, როგორც სისტემატიზებულ პროცედურას ჩანერილი ინფორმაციის შინაარსის გასაანალიზებლად. 2000 წელს კერლინგერმა (Kerlinger) ყველაზე ტევადი განსაზღვრება შესთავაზა კოლეგებს: კონტენტანალიზი არის კომუნიკაციის სისტემატიზებულად, ობიექტურად და

რაოდენობრივად შესწავლისა და ანალიზის მეთოდი ცვლადების გაზომვის მიზნით. 2004 წელს კრიპენდორფის (Krippendorf) მიერ შეთავაზებული განსაზღვრების მიხედვით, კონტენტანალიზი წარმოადგენს საკვლევ ტექნიკას მონაცემებსა და მათ კონტექსტს შორის მყარი მიმართებების დასადგენად.

კერლინგერის განსაზღვრება მოიცავს სამ ცნებას, რომლებიც დამატებით განმარტებას საჭიროებენ.

პირველი: კონტენტანალიზი *სისტემატიზებულია*. ეს ნიშნავს, რომ გასაანალიზებელი შინაარსი ირჩევა დადგენილი წესების მიხედვით; ნიმუშების შერჩევა ექვემდებარება დადგენილ პროცედურებს და თითოეულ ნიმუშს სხვათა თანაბარი შანსი აქვს, ანალიზში იყოს ჩართული. უფრო მეტიც, საკუთრივ შეფასების პროცესიც სისტემატიზებული უნდა იყოს. თითოეული ნიმუში გაანალიზებული იქნება ერთი მეთოდითა და ერთი მიდგომით. სისტემატიზებული შეფასება ნიშნავს იმას, რომ მთელი კვლევისთვის, თითოეული ნიმუშისთვის მხოლოდ და მხოლოდ ერთი ინსტრუქცია იქნება გამოყენებული. სხვა პროცედურების გამოყენება ანალიზში შედეგების გაღრმავებას მოემსახურება.

მეორე: კონტენტანალიზი *ობიექტურია*, რაც ნიშნავს იმას, რომ კვლევის მიგნებები არ ასახავს მკვლევრის პირად იდიოსინკრაზიებსა და მიკერძობებულობას. ანალიზმა იგივე შედეგები უნდა აჩვენოს მაშინაც კი, როცა კვლევას სხვა მკვლევარი ჩაატარებს. ცნებების ოპერაციული, ანუ სამუშაო, განსაზღვრებები და ცვლადების კლასიფიკაციის წესები უნდა იყოს იმდენად დეტალურად დამუშავებული, იმდენად ზუსტი და არაორაზროვანი, რომ სხვა მკვლევრებმა, თუკი ისინი ამ კვლევით პროცესს გაიმეორებენ, იგივე შედეგები მიიღონ და იგივე დასკვნები გამოიტანონ. თუმცა აქ არ იგულისხმება სრულყოფილი ობიექტურობა, რადგან ანალიზის ერთეულებსა და მათ შესაბამის შინაარსობრივ კატეგორიებს მკვლევარი ინდივიდუალური, ანუ სუბიექტური არჩევანის შედეგად ირჩევს.

მესამე: კონტენტანალიზი *რაოდენობრივია*. კონტენტანალიზის მიზანი ტექსტში მოცემული შეტყობინებების ზუსტი და აკურატული რეპრეზენტაციაა. რაოდენობრიობა კი ძალიან მნიშვნელოვანია ამ ამოცანის შესასრულებლად, რადგან იგი მკვლევარებს სიზუსტის ძიებაში ეხმარება. მაგალითად, მტკიცება „პოლიტიკური კრიზისის დროს პოლიტიკოსების გამოსვლების 70 პროცენტი მტრის ხატს ქმნის და მტრის დემონიზებას ახდენს“ უფრო ზუსტია, ვიდრე მტკიცება: „პოლიტიკოსების უმრავლესობა მტრის ხატით მანიპულირებს“. გარდა ამისა, რაოდენობრიობა მკვლევარებს შედეგების ზუსტად წარმოჩენისა და შეჯამების შესაძლებლობას აძლევს, რაც რაოდენობრივი სტატისტიკური პროცედურების მეშვეობით მიიღწევა. თუმცა რაოდენობრიობით გატაცებამ მკვლევარებს არ უნდა დაუხშოს კონტენტის (შინაარსის) თვისობრივი კრიტერიუმებით შეფასების პოტენციალი. გარკვეული სიტყვა-გასაღებების მექანიკური ერთობლიობა, რაოდენ მრავალრიცხოვანიც უნდა იყოს ის, კონტენტის გაუთვალისწინებლად, არაფრის მომცემია მკვლევართათვის და თემის/საკითხის ანალიზისთვის.

კონტენტანალიზის სახეობები

კონტენტანალიზი ტექსტის ანალიზის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ტექნიკა და ტექნოლოგიაა. განასხვავებენ კონტენტანალიზის სამ სახეობას: რაოდენობრივს (ე.წ. „სიხშირითი“), თვისებრივს (ე.წ. „რელაციურს“) და სინთეზურს. როგორც სახელწოდებებიდან ჩანს, რაოდენობრივ კონტენტანალიზში წინა პლანზე გამოდის ისეთი ცნებები, როგორც არის შერჩევის ბუნება (ცალკეული სიტყვების, ტექსტების ან მისი ნაწილების), სიხშირე, სტატისტიკური კორელაციები და სხვ.; თვისებრივში კი – სიმბოლოები, მათი კონტენტის და ინტერპრეტაცია. მ.დ. უაიტმა და ე. მარშმა (White M. D., Marsh E. E. Content Analysis: a Flexible Methodology // Library trends. 2006. N 1 (55). P. 35–36.) ამგვარი განსხვავებები დაანუსხვეს რაოდენობრივ და თვისებრივ კონტენტანალიზს შორის: (იხ. ცხრილი 1):

რაოდენობრივი და თვისებრივი კონტენტანალიზის მახასიათებლები:

შედარების პარამეტრი/ რაოდენობრივი /თვისებრივი

კვლევითი მიდგომა /დედუქციური/ ინდუქციური

კვლევითი ორიენტაცია/ პოზიტივიზმი/ ჰერმენევტიკა, ჰუმანისტური ტრადიცია

მიზანი /სანდო განზოგადოების განხორციელება, ანალიზი / ინტერპრეტაცია

შერჩევა / სისტემატიზებული, ძირითადად შემთხვევითი /წინასწარგანზრახული, მიზანმიმართული

კოდირების პროცესი/ კოდირების სქემა მუშავდება ანალიზამდე/-კოდირების სქემა მუშავდება ანალიზის პროცესში

კოდები / ობიექტური და მკაფიოდ ფორმულირებული კრიტერიუმები/ დომინირებს სუბიექტური კომპონენტი

ჰიპოთეზების და კვლევითი საკითხის გამოცდის საფუძვლები / სიხშირითი, სტატისტიკური მნიშვნელობის ტესტები / „ჩაზრდილობა“

კონტენტანალიზის გამოყენება/კონტენტანალიზის საფეხურები

როგორც წესი, კონტენტანალიზი რამდენიმე საფეხურად (ეტაპად) მიმდინარეობს. ქვემოთ ეს ეტაპები გარკვეული თანმიმდევრობით არის მოცემული, თუმცა სავალდებულო არ არის ამ თანმიმდევრობის მკაცრად დაცვა. მაგრამ ეტაპების ის თანმიმდევრობა, რომელიც სახელმძღვანელოებშია (მათ შორის, წინამდებარე სახელმძღვანელოშიც) გადმოცემული, მაინც ყველაზე უფრო ზოგად წესად მიიჩნევა.

1. საკვლევი საკითხის ან კვლევის ჰიპოთეზის ჩამოყალიბება – რას ვიკვლევთ და/ან რა წინასწარი დაშვებით ვიკვლევთ.
2. უნივერსუმის განსაზღვრა საკითხში – ეს არის განსახილველი შინაარსის ჩარჩოები.
3. პოპულაციის შერჩევა (პიროვნებები, საინფორმაციო წყაროები).
4. ანალიზის ერთეულის შერჩევა და განსაზღვრა (სიტყვა, სიტყვათშეთანხმება, წინადადება ან წინადადებათა ჯგუფი, შესტი და სხვ.).
5. გასაანალიზებელი შინაარსის კატეგორიების იდენტიფიცირება/შექმნა (ანალიზის ერთეული კონკრეტულ შინაარსობრივ კონტექსტში).
6. კვანტიფიკაციის სისტემის ჩამოყალიბება (დათვლის სისტემის განსაზღვრა – ანუ რომელი სტატისტიკური პროცედურით დაითვლება ანალიზის ერთეულები).
7. შინაარსის კოდირება – თითოეულ ერთეულზე მკვლევარი ქმნის აღწერის/კოდირების ბარათს და ამ ერთეულს კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე უკეთებს კლასიფიკაციას. შემდეგ ეტაპზე კოდირების პროცესში მონაწილე მინიმუმ ორი ადამიანი ადგენს, რამდენად შეესაბამება ანალიზის ერთეული განსაზღვრულ შინაარსობრივ კატეგორიას და ამ ეტაპზევე დგინდება მონაცემების ვალიდურობა ჰოლსტის ფორმულის მიხედვით (ფორმულას ქვევით განვიხილავთ).
8. შეგროვებული მონაცემების ანალიზი.
9. კვლევის დასკვნებისა და მიგნებების ჩამოყალიბება.

საკვლევი საკითხის ფორმულირება/ჩამოყალიბება

ერთ-ერთი ყველაზე სერიოზული საფრთხე, რომელსაც თავის თავში კონტენტანალიზი მალავს, არის „დათვლა დათვლის გამო“. ანალიზის მიზანი მკაფიოდ უნდა იყოს ჩამოყალიბებული, რათა

თავიდან იქნას აცილებული უმიზნო ვარჯიში მონაცემების შეგროვებისას და მათი დათვლისას.

მაგალითად, ამოსუნთქვების ან შორისდებულების დათვლა კონკურენტი პოლიტიკოსების მეტყველებაში სრულიად უფასური შრომაა. კონტენტანალიზი იმიტომ არ ტარდება, რომ განსაზღვრული მონაცემები არსებობს და ამ მონაცემების დათვლა შესაძლებელია. ის, რასაც ვიკვლევთ, საზოგადოებრივად ღირებული უნდა იყოს.

ანალიზი მკაფიოდ ჩამოყალიბებული საკვლევე საკითხით ან ჰიპოტეზით იწყება. საკითხის წარმოშობის წყარო შესაძლოა იყოს მიმდინარე პოლიტიკური მომენტი, არსებული უახლესი ისტორია, პოლიტიკის თეორიის აქტუალიზება მიმდინარე პოლიტიკურ მომენტში, ან სოციალურ-პოლიტიკური ცვლილებები.

მაგალითისთვის: ა) ერთი და იგივე ცნებების მოხმარება ერთსა და იმავე პოლიტიკოსის დისკურსში საარჩევნო კამპანიისას და ხელისუფლებაში მოსვლის შემდეგ, ანუ წინასაარჩევნო და არჩევნების შემდგომ რეჟიმში; ბ) ერთი სიტყვა-გასაღები ერთმიმართულებიან და ორმიმართულებიან საკომუნიკაციო ნაკადში – ანუ საჯარო გამოსვლებსა და მედიურ ინტერვიუებში და სხვ.

აირჩევს მკვლევარი საკვლევ საკითხსა თუ ჰიპოთეზას, ეს რამდენიმე ფაქტორზეა დამოკიდებული. კერძოდ: ა) მკვლევრის მიერ ველის ცოდნის ხარისხზე; ბ) საკუთრივ საკვლევე თემის ფარგლებზე, რომელიც ყოველთვის არ იძლევა შესაძლებლობას, წინასწარ ჩამოყალიბდეს დაშვება ჰიპოთეზის სახით; გ) მკვლევრის მიერ საკითხის უფრო ფართო პერსპექტივაში ხედვაზე, ვიდრე ამას ერთი ჰიპოთეზა სთავაზობს მას.

უნივერსუმის გასაზღვრა

როგორც აღვნიშნეთ, კონტენტანალიზის ეს ეტაპი წარმოადგენს საკვლევი მასალის დროითი და კონტექსტური ჩარჩოების განსაზღვრას. მაგალითად, თუ მკვლევარს აინტერესებს პოპულარული პოლიტიკოსების საჯარო გამოსვლების ანალიზი, მან უპირველესად უნდა დაადგინოს, რა ფარგლებს მოიცავს „პოპულარობა“ – 5 ყველაზე რეიტინგულ პოლიტიკოსს, 10-ს თუ 30-ს? გასათვალისწინებელია ისიც, დროის რა მონაკვეთში არიან ეს პოლიტიკოსები პოპულარულები? დროითი რა ჩარჩო უნდა აიღოს ამ დროს მკვლევარმა? განვლილი 6 თვე თუ წელიწადი? იქნებ მეტი? ან: თუ მკვლევარი ინტერესდება პოლიტიკოსების ტელევიზიებში გამოჩენით, აქ თავად ცნება ტელევიზიაც დასადგენია: რა იგულისხმება ტელევიზიაში – იგულისხმებიან მხოლოდ ეროვნული მაუწყებლები თუ შეზღუდული სამაუწყებლო არეალის მქონე საკაბელო სადგურებიც? რა აინტერესებს მკვლევარს სატელევიზიო გაშუქებაში – მხოლოდ საღამოს პრაიმტაიმული ეთერები თუ დღის შოუებიც?

სწორედ ამგავარი გარემოებების დადგენა და განსაზღვრა წარმოადგენს უნივერსუმის განსაზღვრის ეტაპს.

კონტენტანალიზისთვის შესაბამისი, ყველაზე უპრიანი უნივერსუმის დასადგენად ორი განზომილება გამოიყენება: თემის/საკითხის არეალი (მისი დასახელება და კონტექსტური ბმები) და დროითი ჩარჩოები. თემის არეალი ლოგიკურად უნდა უკავშირდებოდეს საკვლევ საკითხს და კვლევის მიზნებს. მაგალითად, თუ მკვლევარი სწავლობს ეროვნულ/ნაციონალისტურ ნარატივს ქართველი პოლიტიკოსების დისკურსში, მან, რასაკვირველია, კვლევა მეოცე საუკუნის 80-იანი წლების ბოლოს მასალებიდან უნდა დაიწყოს, როცა ეროვნული მოძრაობის ლიდერები, მომავალი სახელმწიფოებრივ-პოლიტიკური ელიტა, ასპარეზზე გამოჩნდა და მედიის დღის წესრიგის შექმნაზე განაცხადა პრეტენზია. დროითი ჩარჩო

ებიც იმგავრად უნდა იყოს შერჩეული, რომ მკვლევარს განსაზღვრული ტენდენციის ჩვენება გონივრულად კმარ დროში მიეცეს.

შერჩევა

უნივერსუმის განსაზღვრის შემდეგ ხდება შერჩევის მოდელის განსაზღვრა. პოლიტიკური დისკურსის ანალიზისას შერჩევა სპეციფიკურია, საკვლევი პოპულაციიდან გამომდინარე – როგორც წესი, აქ შერჩევა მრავალეტაპიანია. პირველ ეტაპზე შეიძლება მოხდეს წყაროების შერჩევა, ანუ იმ საინფორმაციო წყაროების, რომლებიც პოლიტიკური დისკურსის მატარებელ პლატფორმებად გვევლინებიან, შემდეგ ეტაპზე კი მოხდეს თარიღების შერჩევის ზომის დადგენა. ამოცანის სპეციფიკურობიდან გამომდინარე, შერჩევა შეიძლება იყოს მიჯრითი, ან იყოს გარკვეული ბიჯით.

მოვიყვანოთ შერჩევის ორივე ტიპის მიზანშეწონილობის მაგალითი. მაგალითად, ქართული პოლიტიკის მკვლევართა შორის ცნობილია, რომ 2012 წლის საარჩევნო კამპანიაში გარდატეხა 2012 წლის 21 მაისს მოხდა, როცა ქართული ოცნების კოალიციის ლიდერმა ბიძინა ივანიშვილმა ღია წერილით მიმართა პრეზიდენტ სააკაშვილსა და ხელისუფლებას. სწორედ ამ დღიდან იქცა ქართული ოცნება მედიური დღის წესრიგის წარმმართველი. ამ წერილის შინაარსის, მასში მოცემული შეტყობინებების შესწავლისა და ანალიზის მსურველთ მიჯრითი შერჩევის გამოყენება მოუწევთ: მათ უნდა შეისწავლონ როგორც საკუთრივ წერილის სრული ტექსტი, ასევე ყველა საინფორმაციო წყაროს ამ ხდომილებასთან უახლოესი გამოშვება.

ხოლო თუ მკვლევარი დაინტერესებულია დროის უფრო ხანგრძლივ მონაკვეთში განფენილი პოლიტიკური დისკურსის შესწავლით (მაგალითად იმით, რა ტიპის ცვლილება განიცადა რომელიმე პოლიტიკური პარტიის წინასაარჩევნო პროგრამის სარეკლამო რეპრეზენტაციამ სატელევიზიო გაშუქებაში), მაშინ მკვლევარმა უნდა მიმართოს შერჩევის სამსაფეხურიან მოდელს:

1. საინფორმაციო წყაროების შერჩევა. თუ მკვლევარი ზოგადეროვნულ არჩევნებს (მაგალითად, საპარლამენტოს) აშუქებს, ამ ეტაპზე მან, უპირაინია, აირჩიოს ის ტელეარხები და სამაუწყებლო კომპანიები, რომლებიც მთელ ქვეყანას მოიცავენ, ანუ ეროვნული მასშტაბის მაუწყებლები, ვინაიდან პოლიტიკური პარტიები საპარლამენტო არჩევნებისას საკუთარი პროგრამის ყველაზე ეფექტურ იმიჯს სწორედ ამ არხებზე უშვებენ. თუ მკვლევარი აშუქებს ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნებს, მაშინ ამ ეტაპზე ოპტიმალური იქნება შერჩევაში ადგილობრივი (რეგიონული) მაუწყებლებიც ჩართოს.
2. თარიღების შერჩევა. შერჩევის ამ ეტაპზე მოცემული უნივერსუმის ფარგლებში შესაძლოა, მიჯრითი შერჩევა იქნას გამოყენებული, შესაძლოა, მკვლევარმა შემთხვევით შერჩევას მიმართოს.
3. შინაარსის შერჩევა. აქ ირჩევა ყოველი სიუჟეტი, ყოველი სარეკლამო კლავი, რომელიც მკვლევრისთვის საინტერესო პოლიტიკურ გაერთიანებას, სუბიექტს შეეხება, მიუხედავად მისი ზომისა და ქრონომეტრაჟისა.

ანალიზის ერთეულის შერჩევა

კონტენტანალიზის შემდეგი ეტაპი ანალიზის ერთეულის არჩევაა. ანალიზის ერთეული კონტენტანალიზის უმცირესი, მაგრამ უმნიშვნელოვანესი ელემენტია. რადგანაც დისკურსი, შესაძლოა, გადმოცემული იყოს სხვადასხვა საკომუნიკაციო მატარებლებისა და პლატფორმების მეშვეობით, ამიტომ – ამ არხების მრავალფეროვნებიდან გამომდინარე, – ანალიზის ერთეულის ტიპებიც სწორედ არხების სპეციფიკას უნდა მივუსადაგოთ. მაგალითად, წერილობითი შინაარსის შემთხვევაში, ანალიზის ერთეულად შეიძლება მკვლევარმა აიღოს ერთი კონკრეტული სიტყვა, სიტყვათშეთანხმება, წინადადება ან წინადადებათა ჯგუფი, თემა. სატელევიზიო ან კინემატოგრაფიულ ანალიზში, შესაძლოა, ზემოხსენებული მი-

დგომა შენარჩუნდეს, მაგრამ არჩევანი გაცილებით იზრდება და ფართოვდება. აქ შეიძლება ანალიზის ერთეულად მკვლევარმა აირჩიოს პერსონაჟი, ქმედება (განსაზღვრული აქტი) და სხვ.

მკვლევრის ვალდებულებაა, მკაფიოდ განსაზღვროს ანალიზის ერთეული როგორც სამუშაო, ოპერაციული ცნება, ანუ ანალიზის ერთეული უნდა ექვემდებარებოდეს განმარტებადებელ კანონზომიერებებს. მაგალითად, როცა მკვლევარი შეისწავლის პოლიტიკოსის დამოკიდებულებას ოპოზიციის მიმართ, იგი თავის მიერ არჩეულ ანალიზის ერთეულს ამგვარ განსაზღვრებას აძლევს: „სიტყვა-გასაღებად, ანუ ანალიზის ერთეულად, აღებულია ყოველი სიტყვა ან სიტყვათშეთანხმება, ან წინადადება, რომლებითაც პოლიტიკოსი N ქმნის და წარმოაჩენს თავისი ოპონენტების პორტრეტს, სახეს, იმიჯს.“

პოლიტიკური დისკურსის კონტენტანალიზის თეორიაში ცნობილია ამერიკელი მკვლევრის პეისლის (1967) მიერ ჩატარებული კვლევა, რომლის საკვლევი საკითხი იყო საპრეზიდენტო კანდიდატების რიტორიკის შესწავლა. პეისლი სწავლობდა ცალკეული სიტყვების რაოდენობასა და ჯერადობას ოთხი ტელედებატის მიხედვით აშშ-ში 1960 წელს საპრეზიდენტო კანდიდატების, კენედისა და ნიქსონის გამოსვლებში. ანალიზის ერთეულად პეისლიმ აირჩია კანდიდატების დისკურსში ყველაზე ხშირად ხმარებადი ცნებები და სიტყვები: „ომი“, „შეტევა“ და „შეთანხმება“.

ცხრილი 2.

კენედი და ნიქსონი; სიტყვების სიხშირე
გამოყენების სიხშირე: ყოველ 2500 სიტყვაში
სიტყვა კენედი ნიქსონი
შეთანხმება 14 4
შეტევა 6 12
ომი 12 18

შინაარსობრივი კატეგორიები

ნებისმიერი კონტენტანალიზის გულისგული კატეგორიების ის სისტემა, რომელსაც მკვლევარი შინაარსის კლასიფიცირებისთვის იყენებს. უიმერისა და დომინიკის (2011: 165) მიხედვით, არსებობს შინაარსობრივი კატეგორიების შექმნის ორი გზა: ეგრეთ წოდებული გადაუდებელი კოდირებით იქმნება შინაარსობრივი კატეგორიები უშუალოდ მონაცემების წინასწარი შესწავლის შემდეგ. გადაუდებელი კოდირების შედეგად მკვლევარი იღებს კატეგორიების სისტემას, რომელიც ემყარება უშუალოდ მონაცემებიდან გამომდინარე ზოგად ფაქტორებსა და თემებს. თუმცა, მეორე მხრივ, არსებობს ა პრიორი კოდირების სისტემა, რომელიც მონაცემების შეგროვებამდე იქმნება და რომელსაც საფუძვლად განსაზღვრული თეორიული და კონცეპტუალური მოსაზრებები ედება. მაგალითად, საზოგადოებრივ ცნობიერებაში, გარკვეულ პრაქტიკაზე დაყრდნობით, არსებობს სტერეოტიპები საარჩევნო პროცედურების ან ეგზიტპოლების შედეგების მანიპულაციურად გამოყენების შესახებ, აქედან გამომდინარე, სრულიად შესაძლებელია, რომ მკვლევარმა მონაცემების შესწავლამდე შექმნას ეს შინაარსობრივი კატეგორიები და მოპოვებული მასალა ამ კატეგორიების მიხედვით გაანალიზოს.

თუმცა, კვლევითი პრაქტიკა უჩვენებს, რომ ძალიან ხშირად მეცნიერულად უფრო მყარი შედეგი კოდირების ამ ორი პრაქტიკის ურთიერთშერწყმას მოაქვს.

კატეგორიების ყველა სისტემა უნდა იყოს: ურთიერთგამომრიცხავი, სრული (ამომწურავი) და სანდო. კატეგორიების სისტემა ურთიერთგამომრიცხავია იმ შემთხვევაში, თუ ანალიზის ერთი ერთეული მხოლოდ და მხოლოდ ერთ კატეგორიაში თავსდება. თუკი მკვლევარი აღმოაჩენს, რომ ანალიზის ერთი ერთეული ერთდროულად ორ ან მეტ კატეგორიას შეესაბამება, მაშინ მის მიერ გამოყენებული კა-

ტეგორიზაციისა და კლასიფიკაციის საფუძვლები უნდა გადაიხედოს ან გადაისინჯოს. რაც შეეხება სისრულესა და ამომწურავობას, ეს ნიშნავს, რომ ანალიზის თითოეულ ერთეულს უნდა გააჩნდეს თავისი შესაბამისი კატეგორია. კატეგორიზაციის სანდოობა კოდირების პროცესში გამოიცდება, როცა კოდირების პროცესში მინაწილე ორი ან მეტი პირი ადგენს, რამდენად შეესაბამება ესა თუ ის სიტყვა-გასაღები (ანუ ანალიზის ერთეული) მკვლევრის მიერ წინასწარ დადგენილ შინაარსობრივ კატეგორიებს. ამ პროცედურას კოდირებათშორისი სანდოობის პროცედურა ეწოდება.

კატეგორიების ზუსტი განსაზღვრება ამცირებს შეცდომის ალბათობას და ზრდის სანდოობას. კატეგორიების სისტემის წინასწარი ტესტირება სასურველია კვლევის მონაცემების დამუშავებამდე. გამოცდილი მკვლევრები მიიჩნევენ, რომ სჯობს მკვლევარს წინასწარ ზედმეტად ბევრი შინაარსობრივი კატეგორია ჰქონდეს, ვიდრე ზედმეტად ცოტა.

კოდირება

კოდირება მიეკუთვნება კონტენტანალიზის ინსტრუმენტებს. შინაარსობრივი კატეგორიების განხილვის შემდეგ ადვილდება კოდირების არსში ჩანვდომა. კოდირებაა ის საკვანძო პროცედურა, რომლის დროსაც ხდება ანალიზის ერთეულების (სიტყვების ან ტექსტის ნაწილების) მიკუთვნება იმ კატეგორიებთან, რომელთა მეშვეობითაც ხორციელდება ანალიზი. ეს გარემოება განსაკუთრებით აქტუალურია თვისებრივი კონტენტანალიზის შემთხვევაში. კატეგორიების ჩამონათვალი ქმნის ტრანსკრიპტების ნაკითხვისა და ინტერპრეტაციის თავისებურ ლექსიკონს. განასხვავებენ ამ „ლექსიკონების“ რამდენიმე ტიპს, რომლებსაც საფუძვლად შინაარსობრივი კორელაციები და ჩანაცვლებები უდევს. კორელაციური ლექსიკონის საძირკველია სიხშირითობისა და ტექსტში სიტყვების რიგითობის კრიტერიუმი, – ამგვარი ლექსიკონი რაოდენობ-

რივი კონტენტანალიზს ესადაგება. კორეალციური მოდელი ტექსტის ინტერპრეტაციას მისსავე ტერმინებიდან გამომდინარე ხსნის, რაც იმას ნიშნავს, რომ ყველა საოპერაციო ერთეული ტექსტშივეა მოცემული და არ მოითხოვს ტექსტისმიდმიტ ასოციაციებს. რაოდენობრივ კონტენტანალიზს ხშირად უწოდებენ რეპრეზენტაციულს, რადგანაც ტექსტის ანალიტიკოსის ამოცანა ტექსტის ავტორის განზრახვის ადეკვატური რეპრეზენტაციაა. ლექსიკონს, რომელიც ეფუძნება ჩანაცვლებას, საძირკვლად სხვა ლოგიკა უდევს. ამოსავალ წერტილს წარმოადგენს დაშვება და ვარაუდი იმისა, რომ აქ თითოეული, რომელიმე შინაარსობრივ კატეგორიას მიკუთვნებული სიტყვა, არის ურთიერთჩამნაცვლებელი. მაგალითად, ნებისმიერი ამ სიტყვათაგან, რომელიც ტექსტში გვხვდება – „საზღვრები“, „ჰომინი“ და „ვალუტა“ – შეიძლება მივაკუთვნოთ კატეგორიას „სახელმწიფო“. აუცილებელი არ არის, ეს სიტყვები ერთ ჯგუფად, კონცენტრირებულად გვხვდებოდეს ტექსტში.

როგორც ვხედავთ, ანალიზის ერთეულის შინაარსობრივ კატეგორიაში მოთავსება, ანუ მისდამი მიკუთვნება არის კოდირება. ეს კონტენტანალიზის ყველაზე რთული ეტაპია, რომელიც, ყველა სხვა ეტაპთან შედარებით, უფრო მეტ დროს მოითხოვს. კოდირების პროცესში, ანალიზის ერთეულებისა და შინაარსობრივი კატეგორიების რაოდენობიდან გამომდინარე, როგორც წესი, 2-დან 6 პირამდე მონანილეობს. ამ პროცესში მონანილეები კარგად უნდა იცნობდნენ კვლევის მიზნებს, ამოცანებსა და მკვლევრის შეხედულებებს ანალიზის ერთეულების არჩევისა და შინაარსის კლასიფიკაციის კრიტერიუმებზე. ამ მიზნით მკვლევარი რამდენიმე საწვრთნელ სესიას აწყობს მეკოდირებთან ერთად. ამ სესიების დროს წვრთნიან მონანილეებს, აცნობენ უნივერსუმს, შერჩევას, ანალიზის ერთეულის დეფინიციას, შინაარსობრივი კატეგორიების ფარგლებს. მათ კოდირებისთვის სპეციალური ბარათები ურიგდებათ.

ქვემოთ წარმოდგენილია ამგვარი ბარათის ნიმუში.

სქემა 1.

კოდირების სტანდარტული ბარათი პოლიტიკოსების ტიპაჟების შესასწავლად ქართულ ანიმაციურ სერიალებში

პროგრამის დასახელება -----

1. პერსონაჟის ნომერი -----
2. პერსონაჟის სახელი ან მისი აღწერა -----
3. როლი
 - ა – მთავარი
 - ბ – მეორეხარისხოვანი
 - გ – სხვა (ინდივიდუალური)
 - დ – სხვა (ჯგუფური)
4. სახეობა
 - ა – ადამიანი
 - ბ – ცხოველი
 - გ – მოჩვენება
 - დ – რობოტი
 - ე – მოძრავი საგანი (ე.წ. ანიმირებული ობიექტი)
 - ვ – სხვა (მიუთითეთ)
5. სქესი
 - ა – ქალი
 - ბ – კაცი
 - გ – უსქესო
6. წარმოჩენის სპეციფიკა
 - ა – ფიზიკური და მეტყველებითი მსგავსება აღსანიშნ სუბიექტთან
 - ბ – ასოციაციური მსგავსება აღსანიშნ სუბიექტთან
7. ურთიერთმიმართების ბუნება აღსანიშნ ობიექტსა და პროტოტიპს შორის

- ა – ერთი იდენტიფიცირებადი პირის პროტოტიპი
- ბ – იდენტიფიცირებადი პირების კრებითი პროტოტიპი
- გ – იდენტიფიცირებადი პოლიტიკური და სოციალური ჯგუფის კრებითი ზოგადი სახე
- დ – სხვა (მიუთითეთ)

სანდოობა

სანდოობის ცნება ძალიან მნიშვნელოვანია კონტენტანალიზისთვის. კონტენტანალიზი მაშინ არის ობიექტური, როცა გაზომვები და პროცედურები არის სანდო. კვლევა კი მაშინ მიიჩნევა სანდოდ, როცა ერთი და იგივე მასალის განმეორებითი გაზომვა იმავე შედეგებსა და დასკვნებს იძლევა შედეგად. მეკოდირეთშორისი სანდოობა აღნიშნავს დამთხვევების, შეთანხმების დონეს/ხარისხს დამოუკიდებელ მეკოდირებებს შორის, რომლებიც ერთი და იგივე ინსტრუქციების გამოყენებით ერთსა და იმავე მასალების კოდირებას ახდენენ. სანდოობის მისაღები დონის მისაღწევად საჭიროა შემდეგი ღონისძიებები:

1. ანალიზში გამოყენებული კატეგორიების მაქსიმალური სიზუსტით განსაზღვრება.
2. კოდირების პროცესში მონაწილე პირების დეტალური ტრენინგების გამართვა, მკვლევრის უშუალო მონაწილეობით.
3. საპილოტე (საცდელი) კვლევის და მისი თანამდევი კოდირების ჩატარება.

როდესაც საპილოტე კვლევა, ანუ საცდელი ტესტი, დამაკმაყოფილებელ შედეგს იძლევა, მკვლევარს შეუძლია მთელი მონაცემების კოდირებას შეუდგეს. კოდირებათშორისი სანდოობა ყველაზე ხშირად ჰოლსტის ფორმულით გამოითვლება:

$$\text{სანდოობა} = 2M/N1+N2$$

ან ფორმულაში M იმ კოდირებული გადაწყვეტილებების რაოდენობაა, რომელზეც ორი მკვლევარი შეთანხმდა, ხოლო $N1$ და $N2$ პირველი და მეორე მკვლევრის მიერ კოდირებული გადაწყვეტილებების მთლიანი რაოდენობაა. მაგალითად, თუკი კოდირების პროცესში მონაწილე პირებმა გადაწყვეტილება 50 ნიმუშზე მიიღეს და აქედან 35-ზე შეთანხმდნენ, მაშინ სანდოობის კოეფიციენტი ამგვარ მნიშვნელობას მიიღებს:

$$\text{სანდოობა} = 2 (35)/50+50 = 70/100 = 0.7$$

ჰოლსტის მეთოდით სანდოობის გამოთვლის მეთოდი სწორხაზოვანია და ადვილად დასათვლელი. ჰოლსტის ფორმულა არ ითვალისწინებს იმ დამთხვევებს, რომლებიც წმინდა წყლის შემთხვევითობაა, ანუ იმ რაოდენობას, რომელიც წარმოადგენს ფუნქციას კატეგორიების რაოდენობისგან. უფრო ნათელი რომ იყოს, ორკატეგორიან სისტემაში შემთხვევითი დამთხვევების სანდოობა 50%-ს წარმოადგენს, 4-კატეგორიანში – 25 %-ს, 5-კატეგორიანში – 20 %-ს, ხოლო 10-კატეგორიანში – 10 %-ს. ამიტომ, ამ ყველაფრის გათვალისწინებით, სკოტმა (1955) შექმნა ე.წ. სკოტის პი ინდექსი, რომელიც შემდეგი ფორმულით გამოითვლება.

Scott's pi = % რეალური დამთხვევების – % მოსალოდნელი დამთხვევების/1 - % მოსალოდნელი დამთხვევები

სქემა 2.

ამ ინდექსის გამოყენებას ჰიპოთეტურ მაგალითზე გიჩვენებთ. წარმოვიდგინოთ, რომ ორ მეკოდირეს დაევალა ხუთ კატეგორიაში განალაგოს პოლიტიკოსების გამონათქვამები წინასაარჩევნო კამპანიის დროს გამოთქმული ცალკეული საპროგრამო დებულებები. დავუშვათ, რომ თითოეულის მიერ 100 ერთეულის კოდირების შემდეგ შემდეგი სურათი მივიღეთ:

მეკოდირე A (ჰორიზონტულად) მეკოდირე B (შვეულად)

კატეგორიები 1 2 3 4 5 უკიდურესი მთლიანი რაოდენობა

1 42 2 1 3 0 48

2 1 12 2 0 0 15

3 0 0 10 0 2 12

4 2 0 1 8 1 12

5 2 0 1 2 8 13

უკიდურესი მთლიანი რაოდენობა 45 16 15 13 11 100

მეკოდირეთა შორის რეალურად შეთანხმებული ერთეულების პროცენტული რაოდენობა გამოითვლება შემდეგი ფორმულით – დიაგონალზე მოცემული რიცხვები ($42+12+10+8+8 = 80$) ერთეულების რაოდენობაზე (100) გაიყოფა – $80/100=0.8$

რაც შეეხება მოსალოდნელ დამთხვევებს, აქ შედარებით რთული ფორმულა მოქმედებს. მისი გამოყვანა უფრო ადვილად აღქმადი იქნება, თუ ჩვენს წინა სქემას ოდნავ მოდიფიცირებულად წარმოვაჩინთ:

სქემა 3.

კატეგორიები უკიდურესი მთლიანი რაოდენობა მეკოდირე A-სთვის უკიდურესი მთლიანი რაოდენობა მეკოდირე B-სთვის უკიდურესი მთლიანი რაოდენობების ჯამი უკიდურესი რაოდენობების ნაერთი პროპორციები

1 45 48 93 $93/200=0.465$

2 16 15 31 $31/200=0.155$

3 15 12 27 $27/200=0.135$

$$413 \ 12 \ 25 \ 25/200=0.125$$

$$5 \ 11 \ 13 \ 24 \ 24/200=0.120$$

მთლიანად 100 200 200 1.00

მოსალოდნელი დამთხვევების პროცენტული რაოდენობა გამოითვლება უკიდურესი რაოდენობების ნაერთი პროპორციების კვადრატში აყვანით და კვადრატული მნიშვნელობების შეჯამებით:

$$\text{მოსალოდნელი დამთხვევების \%} = (0.465)^2 + (0.155)^2 + (0.135)^2 + (0.15)^2 + (0.10)^2 = 0.16 + 0.04 + 0.018 + 0.016 + 0.014 = 0.88$$

ახლა კი ჩვენ შეგვიძლია სკოტის pi-ს გამოთვლა:

$$\text{Scott's pi} = 0.8 - 0.88/1-0.88 = 0.719$$

პრაქტიკით დადგენილია, რომ კვლევა მიიჩნევა სანდოდ, თუ სანდოობის კოეფიციენტი 0.6-ს აღემატება.

მკვლევრების ნაწილი მიიჩნევს, რომ კვლევის სანდოობისა და მისი მიგნებების ვალიდურობისთვის აუცილებელია, რომ კვლევის ტექსტი საგანგებო ყურადღებას უთმობდეს და შეიცავდეს მეკოდირეთშორისი სანდოობის დეტალურ გამოთვლას. თუმცა უფრო ზოგად წესად დამკვიდრდა კვლევის საბოლოო ტექსტში მხოლოდ იმის მითითება, რომელი ფორმულით გამოითვალა სანდოობის კოეფიციენტი.

თავი 10

ინტერვიუ, როგორც საკვლევო ტექნიკა

რა განასხვავებს ტექნიკურ, მეთოდოლოგიურ ინტერვიუს შემოქმედებითი ჟურნალისტური ინტერვიუსგან? ეს შეკითხვა განსაკუთრებით აქტუალურია ახალგაზრდა ჟურნალისტებისთვის. თუმცა პასუხი ამ შეკითხვაზე ყველა მკვლევრისთვის საინტერესო უნდა იყოს. მამ ასე: არსებობს ინტერვიუ, როგორც საკვლევო მასალის, მონაცემების შეგროვების მეთოდი რესპონდენტების გამოკითხვის გზით, და არსებობს ინტერვიუ, როგორც ჟურნალისტის ჟანრი. გარდა მიზანშეწონილობისა, ინტერვიუს ამ ორ ტიპს განასხვავებს კიდევ სხვა განზომილებები.

ვინ არის და რა კრიტერიუმებით შეირჩევა რესპონდენტი ტექნიკური ინტერვიუსთვის და ჟურნალისტური ინტერვიუსთვის? ტექნიკური ინტერვიუსთვის რესპონდენტი უბრალოდ ცდის პირია, რომლის გამოცდილებაც მნიშვნელოვანია საკვლევო საკითხისთვის. შემოქმედებითი ინტერვიუსთვის რესპონდენტი აუცილებლად კონკრეტულ საკითხში და საკითხებში კომპეტენტური პირია, რომლის მოსაზრებებსაც, თვალსაზრისსა და განწყობებს მნიშვნელობა აქვთ საზოგადოების ინფორმირებისთვის და, ხშირ შემთხვევაში, საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებისთვის ამა თუ იმ საკითხზე.

რა ტიპის შეკითხვებს ვხვდებით ტექნიკურ ინტერვიუში და რას შემოქმედებითში? თუკი შემოქმედებით ინტერვიუში დასაშვებია მრავალი შეკითხვა, მრავალპლანიანი და მრავალთემიანი შეკითხვები, თუკი დასაშვებია კამათი და აზრთა გაცვლა-გამოცვლა ჟურნალისტსა და მის რესპონდენტს შორის, ტექნიკურ ინტერვიუში შეკითხვების რაოდენობა შეზღუდულია, ისევე, როგორც შეზღ-

უდულია შეკითხვების მნიშვნელობითი დიაპაზონი, კამათი მოდერატორს/მკვლევარსა და რესპონდენტს შორის დაუშვებელია.

ინტერვიუ, როგორც საკვლევო ტექნიკა, აერთიანებს რამდენიმე ტიპს, მათ შორის ძირითადი არის ორი, რომელთა მოდიფიცირებული ვარიანტებსაც წარმოადგენენ დანარჩენი ქვეტიპები – ეს არის პირისპირი ინტერვიუ, რომელსაც „ჩალრმავებულ“, ანუ ინტენსიურ ინტერვიუს ვუნოდებთ, და არის ჯგუფური ინტერვიუ, რომელსაც ფოკუს-ჯგუფს ვუნოდებთ.

ჩალრმავებული ინტერვიუ

ეს არის მკვლევრის პირისპირი საუბარი, კითხვა-პასუხი რესპონდენტთან. ჩალრმავებული ინტერვიუ იმართება მხოლოდ მაშინ და იმ შემთხვევაში, როცა მკვლევარი დარწმუნებულია, რომ მისთვის საინტერესო ინფორმაციას (ანუ პასუხს საკვლევ საკითხზე) ამ გზით მოიპოვებს და არა დოკუმენტების ანალიზით, მიმოხილვით ან დაკვირვების შედეგად. ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია ის გარემოება, რამდენად თავსდება და ესადაგება თვისობრივი ჩალრმავებული ინტერვიუ კონკრეტული კვლევის დიზაინს.

ყველაზე საგულისხმო რამ, რაც ახალგაზრდა მკვლევარმა უნდა დაიმახსოვროს ინტენსიური ინტერვიუს შესახებ არის ის, რომ ეს ინტერვიუ არ არის გამოკითხვა (**survey**). გამოკითხვის ანკეტის დიზაინი ძირფესვიანად განსხვავდება ჩალრმავებული ინტერვიუს შეკითხვებისგან სტილით, მიზნითა და მოსალოდნელი პასუხით.

ჩალრმავებული ინტერვიუს დროს რესპონდენტი თავის პირად ამბავს, თვალსაზრისს, დამოკიდებულებებს, განწყობებს თავისივე ენით უყვება მკვლევარს. ამ მონაცოლზე მიდევნებას, მასზე სათანადო რეაქციას, მართვას საგანგებო უნარები სჭირდება მკვლევრის მხრიდან. ცხადია, რომ ჩალრმავებულ ინტერვიუს მივამართავთ იმ შემთხვევაში, როცა ჩვენთვის საინტერესოა ინდივიდუალური

მის სუბიექტური ცოდნა, გამოცდილება, პრაქტიკა, მოტივაცია, განწყობა და ა. შ., ანუ ის, რაც არ გადმოიცემა სტანდარტიზებული კითხვარის მეშვეობით.

ჩვენი მრავალწლიანი კვლევითი გამოცდილება საშუალებას გვაძლევს, ვთქვათ, რომ ჩაღრმავებული ინტერვიუ არ არის ყველა მკვლევრის ტექნიკა – საგანგებო საკომუნიკაციო უნარების გარეშე მკვლევარს შესაძლოა, ბევრი მნიშვნელოვანი მომენტი გამოჩეს რესპონდენტის მონათხრობიდან. რა საგანგებო უნარებზე ვლაპარაკობთ ამ შემთხვევაში?

წარმატებული ინტერვიუერი უნდა იყოს:

1. მცოდნე. მკვლევარს სრულად უნდა ჰქონდეს გაცნობიერებული ინტერვიუს ფოკუსი. დამწყები მკვლევრისთვის დიდ მნიშვნელობას იძენს საპილოტე ინტერვიუების გამართვა ძირითადი ინტერვიუს წინ.
2. გაცნობიერებული ინტერვიუს ტექნიკაში. ამ უნარში ორ ასპექტს ვგულისხმობთ. პირველი მათგანი უკავშირდება იმ გარემოებას, როცა რესპონდენტს უჩნდება შეკითხვები მკვლევრის მიმართ. გარკვეულ მიზეზთა გამო, რესპონდენტი თავს იკავებს ამ შეკითხვების დასამისგან, ამიტომ მკვლევარი ვალდებულია, ინტერვიუს მსვლელობისას რესპონდენტს ხშირად ჰკითხოს, რაიმე შეკითხვა ხომ არ გაუჩნდა მას. მეორე ასპექტი არის მარტივი, მოკლე შეკითხვების დასმა რესპონდენტისთვის მაქსიმალურად ზოგად (ნორმატიულ) ენაზე, ყოველგვარი იდიომებისგან, ჟარგონისგან და დიალექტისგან თავის არიდებით.
3. მომთმენი. მკვლევარმა აუცილებლად უნდა დაასრულებინოს სათქმელი რესპონდენტს, გაგებით უნდა მოეკიდოს პაუზებს ან შეყოვნებებს მეტყველებისას. მაშინაც კი, თუ მკვლევარი ფიქრობს, რომ ზუსტი სიტყვის მოძებნაში დაეხმარება რესპონდენტს, სჯობს, ამ კეთილშობილური საქ-

ციელისგან თავი შეიკავოს, რადგან ამ „ზუსტ“ სიტყვაში ჩადებული მნიშვნელობა მკვლევრის სოციალურ-კულტურულ კაპიტალსა და განწყობებზე მიანიშნებს და არა რესპონდენტისა.

4. თანამგრძობი. მკვლევარი უნდა უსმენდეს ყურადღებით და არავერბალური კომუნიკაციის ნიშნებით გამოხატავდეს თავის პასიურ მონაწილეობას ინტერვიუში.
5. ბალანსის დამცველი კომუნიკაციისას. რათა ინტერვიუმ პასიური ხასიათი არ მიიღოს რესპონდენტის მხრიდან, მკვლევარმა რაც შეიძლება ცოტა უნდა ილაპარაკოს. მხოლოდ არსებითი სათქმელითა და ემპათიით კარგი მკვლევარი აქტიური ინტერვიუს წარმართვას შეძლებს.

ეს არის ის ზოგადი რეკომენდაციები, რომლებიც ყველა მკვლევარს ინსტრუქციის სახით ეძლევა. მაგრამ არსებობს შემთხვევები, როცა რესპონდენტები მკვლევრებს აბნევენ: არათანმიმდევრულობით და წინააღმდეგობრივი განწყობებით, ურთიერთგამომრიცხავი მტკიცებებით ერთი ინტერვიუს განმავლობაში. ამ გარემოების უყურადღებოდ დატოვება არ შეიძლება, რადგან იგი ვნებს ინტერვიუს შედეგს. ამ დროს მკვლევარი აუცილებლად უნდა ჩაერიოს კრიტიკული შენიშვნით, დაზუსტების მოთხოვნებით. რესპონდენტის ვინაობა ანონიმურია იმ საზოგადოებისთვის, რომელიც გამზადებულ კვლევას მიიღებს.

მომზადება ჩალრმავებული ინტერვიუსთვის

1. უპირველესად ჩამოწერეთ კვლევის ძირითადი საკითხები.
2. იფიქრეთ იმ შეკითხვებზე, რომელთა მეშვეობითაც შესაძლებელი იქნება ამ საკითხებზე პასუხის მიღება რესპონდენტისგან.
3. შეარჩიეთ ინტერვიუს ენა რესპონდენტის ვინაობიდან გამომდინარე (მაგალითად, სხვადასხვა დისკურსის გამოყე-

ნება მოუწევს მკვლევარს იმ გარემოებიდან გამომდინარე, სკოლის მოსწავლესთან ინერს ინტერვიუს თუ რომელიმე დარგის პროფესიონალისგან).

4. იზრუნეთ, რომ თქვენ მიერ შეკითხვებში გამოყენებულმა სიტყვებმა სტიმული და მოტივაცია გაუჩინოს თქვენს რესპონდენტს, პასუხი სრულად და პატიოსნად გააცეთ.
5. ეცადეთ, რომ თქვენს შეკითხვებში სიტყვა „რატომ“ ჩაანაცვლოთ სიტყვით „როგორ“ – „როგორ“ უბიძგებს რესპონდენტს, მოგიყვით თავისი ამბავი, ხოლო „რატომ“ ასოცირდება „ანგარიშის ჩაბარებასთან“ განსაზღვრული ქცევის გამო.
6. წინასწარ განსაზღვრეთ შეკითხვებში ის ემოციური ყალიბები და მათი გამომხატველი სიტყვები, რომლებიც „აიძულევენ“ თქვენს რესპონდენტებს უფრო დეტალიზებულად გადმოსცენ თავიანთი სათქმელი.
7. ინტერვიუ „გამახურებელი“ შეკითხვებით დაიწყეთ – აქ ვგულისხმობთ ისეთ შეკითხვას, რომელზეც რესპოდენტი ადვილად გიპასუხებთ, თუმცა არა მოკლედ. მხოლოდ ასეთი „გახურების“ შემდეგ იქნება მზად თქვენი თანამოსაუბრე, გიპასუხობთ თქვენთვის საინტერესო საკითხზე.
8. წინასწარ დაფიქრდით ინტერვიუს ლოგიკურ მიმდინარეობაზე. რა უნდა ჰკითხოთ პირველად? რით უნდა გააგრძელოთ ინტერვიუ ბუნებრივად და ლოგიკურად? შეკითხვების რა თანმიმდევრობა გახდის რესპონდენტს უფრო დამყოლს თქვენი ინტერესისადმი?

და რადგანაც ამ თავის დასაწყისში წამოვჭერთ საკითხი მსგავსებებსა და განსხვავებებზე ტექნიკურ და შემოქმედებით ჟურნალისტურ ინტერვიუებს შორის, დასასრულს ვიტყვით, რომ ტექნიკურ ინტერვიუში დაუშვებელია შემოქმედებითი ინტერვიუსთვის ყველაზე „მომხიბლავი“ ასპექტები. კერძოდ: როცა ჟურნალისტი უჩვენებს რესპონდენტს, რომ ენერგია მისგან მოდის, როცა ჟურ-

ნალისტი უჩვენებს რესპონდენტს, რომ იგი სულაც არ უჩვენებს თავს „კლინიკურად ნეიტრალურად“, რომ მისთვის მხოლოდ დოგმა და სიძულვილია მიუღებელი; როცა ჟურნალისტი ხაზგასმით წარმოაჩენს, რომ იგი ფლობს იმავე საკითხზე ინფორმაციას სხვა წყაროებიდან, რომლებიც საკითხს განსხვავებულად ინტერპრეტირებენ.

ფოკუსჯგუფი, როგორც საკვლევითი ტექნიკა

ფოკუსჯგუფი სხვა არაფერია, თუ არა ფოკუსირებული ჯგუფური ინტერვიუ, რომლის მიმდინარეობისას იკვთება მონაწილეების დამოკიდებულება მკვლევრისთვის საინტერესო საკითხის მიმართ. მაგალითად, ფოკუსჯგუფში შეიძლება განვიხილოთ, როგორ აფასებენ დისკუსიის მონაწილეები მედიის მფლობელთა გამჭვირვალების საკითხს ან მათ მიერ მედიის გამოყენების მიზანშეწონილობას და მოთხოვნილებას.

როგორც ჩანს, მოხმობილი მაგალითებიდან ფოკუსჯგუფში განიხილება ისეთი საკითხები, რომლებიც მხოლოდ ფოკუსირებული გამოკითხვისას დაიკვირვებიან. მიღებული ინფორმაცია იმდენად არის ღირებული, რამდენადაც ფოკუსჯგუფის მონაწილეები შეძლებისდაგვარად თავისუფლდებიან ვერბალური შტამპებისგან (ე.წ. კლიშირებული იდეოლოგიური განწყობებისგან) თავიანთ პასუხებში.

აღნიშნული საკვლევითი ტექნიკის გამოყენება პირველად ამერიკელმა სოციოლოგებმა რ. მერტონმა და პ. ლაზერსფილდმა სცადეს, რათა დაედგინათ რადიოგადაცემების ზემოქმედების ეფექტურობა ამერიკის მოსახლეობაზე. ეს მეთოდური ნოვაცია 1941 წელს შედგა. დღეს ფოკუსჯგუფები ფართოდ გამოიყენება არა მხოლოდ მედიაკვლევებში, არამედ სოციოლოგიაში, ფსიქოლოგიაში, ეკონომიკაში და სხვ.

რა მახასიათებლები აქვს ფოკუსჯგუფს?

- მონაწილეთა რაოდენობა – ფოკუსჯგუფის მონაწილეთა რაოდენობა მერყეობს 4-დან 10 მონაწილემდე. პრაქტიკაში, როგორც წესი, 10 მონაწილე არის მაქსიმალური ზედა ზღვარი; ხოლო ქვედა ზღვარი, მიუხედავად თეორიულად დათქმული 4 მონაწილისა, უფრო ხშირად 6 მონაწილით შემოიფარგლება.
- ჯგუფის შექმნის პრინციპი – ჯგუფი ყალიბდება კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე. მაგალითად, თუკი მკვლევარს აინტერესებს ახალი მედიატექნოლოგიების მოხმარების საკითხი, მაშინ უპრიანია ორი ასაკობრივი ფოკუსჯგუფის გამართვა – „ახალგაზრდული“ და „ასაკოვანი“ ფოკუსჯგუფების. ასევე – მკვლევრის ინტერესიდან გამომდინარე – შესაძლებელია ფოკუსჯგუფი მოეწყოს სქესის ნიშნით, მაგალითად, თუკი მკვლევარი სწავლობს ე.წ. „ქალურ და კაცურ თემებს ბლოგინგში“.
- ფოკუსჯგუფის ხანგრძლივობა – საკვლევი ამოცანებიდან გამომდინარე, მონაწილეთა რაოდენობიდან გამომდინარე, დასმული შეკითხვების რაოდენობიდან გამომდინარე, ფოკუსჯგუფი მერყეობს 1-დან 3 საათამდე.
- დისკუსიის წარმმართველი – მკვლევარი-მოდერატორი.
- სწორედ ფოკუსჯგუფის მოდერატორი უზრუნველყოფს თითოეული მონაწილის თანაბარ და სრულფასოვან მონაწილეობას დისკუსიაში.

ფოკუსჯგუფის მომზადება

ფოკუსირებული ინტერვიუ, როგორც ნებისმიერი სოციოლოგიური კვლევა, გულისხმობს:

- ა) ე.წ. „პროგრამის მომზადებას“, რომელშიც მკვლევარი ან მკვლევრები აყალიბებენ კვლევის მიზანს, ამოცანებს, ობიექ-

ტსა და საგანს, აგრეთვე ფოკუსჯგუფის მონაწილეთა რაოდენობასა და მოცულობას, სოციოლოგიური ინფორმაციის შეკრებისა და დამუშავების ინსტრუმენტარიუმს. ძალიან ხშირად დამწყები მკვლევრები სვამენ ერთობ ლეგიტიმურ შეკითხვას – პროგრამაში უნდა იყოს თუ არა ჰიპოთეზა ჩამოყალიბებული სახით? ამ საკითხთან მიმართებაში გამოცდილი პრაქტიკოსების აზრი ორად იყოფა. ერთი ნაწილი მიიჩნევს, რომ ფოკუსჯგუფი ზალიან კარგი ინსტრუმენტია ჰიპოთეზის გამოსაცდელად, ხოლო მეორე ნაწილი ფიქრობს, რომ ამ ეტაპზე ჰიპოთეზის ჩამოყალიბებული სახით გამოტანა ფოკუსჯგუფს წინასწარგანზრახული მიმართულებით წაიყვანს და შედეგი, შესაძლოა, არავალიდური აღმოჩნდეს.

- ბ) გუნდის მომზადებას, რომელშიც შედიან მკვლევარი, მოდერატორი და მოდერატორის ასისტენტი. ხშირად მკვლევარი და მოდერატორი ერთი და იგივე პირია. ასისტენტი ტენიკურ საქმეს აწარმოებს – ფოკუსჯგუფის აუდიო ან ვიდეორჩანანერს.
- გ) მონაწილეთა შერჩევას. მონაწილეთა ვინაობა დამოკიდებულია მკვლევრის ინტერესზე. მაგალითად, იმ შემთხვევაში, თუ მკვლევარს არ აინტერესებს კონკრეტული დემოგრაფიული მახასიათებლების მქონე რესპონდენტები, შესაძლოა, ფოკუსჯგუფის მონაწილეთა რეკრუტირება შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით (მაგალითად, სატელეფონო აბონენტების სიიდან) მოხდეს. ასევე საკმაოდ გავრცელებულია „თოვლის ზვავის“ პრინციპი, როცა შემთხვევით მხოლოდ ერთი მონაწილე აირჩევა, შემდეგ კი იგი ასახელებს კანდიდატს, რომელიც აკმაყოფილებს მკვლევრის მიერ დასახელებულ კრიტერიუმებს, ეს რესპონდენტი კი, თავის მხრივ, ასახელებს სხვა კანდიდატს. ასე გრძელდება იქამდე, ვიდრე ფოკუსჯგუფი მონაწილეთა სასურველ რაოდენობას არ მიაღწევს.

დ) გაიდლაინის, ანუ ორგანიზებული გეგმის შექმნა. იგი შედგება მისალმებიდან, ძირითადი წესების გაცნობიდან მონაწილეთათვის, საკითხების ფორმულირებიდან, რომლებიც აზრობრივ ბლოკებად იყოფა; გაიდლაინში ასევე მითითებულია დრო და განრიგი. გაიდი სრულდება მადლობის გადახდით მონაწილეთათვის.

ფოკუსჯგუფი – პროცესი

დისკუსიის წინ, როცა ერთმანეთისთვის უცნობი ადამიანები ერთ სივრცეში სათანამშრომლოდ იკრიბებიან, მკვლევარი, მოდერატორი და მისი ასისტენტი უშუალო ატმოსფეროს ქმნიან, ესაღმებიან მონაწილეებს და მადლობას უხდიან მონაწილეობისთვის.

სასურველია, მონაწილეები ისხდნენ დიდი მაგიდის ირგვლივ.

დისკუსიის დასაწყისში მოდერატორი მონაწილეებს აცნობს დისკუსიის მიზნებსა და ძირითად წესებს. ამის შემდეგ ფოკუსჯგუფის მონაწილეები წარადგენენ თავიანთ თავს და ეცნობიან ერთმანეთს.

ფოკუსჯგუფური განხილვა იწყება ღია შეკითხვებიდან, რომლებზე პასუხის დროსაც მონაწილეები გამოხატავენ თავიანთ დამოკიდებულებას, მოსაზრებას დასამული საკითხის შესახებ. დახურული შეკითხვები დაისმის დისკუსიის ბოლოს, რაც მკვლევარს საშუალებას აძლევს, მოახდინოს მიღებული პასუხების ფოკუსირება განსახილველი საკითხის კონკრეტულ ასპექტებზე.

მოდერატორი ჯგუფისთვის შეუმჩნევლად აკონტროლებს დისკუსიის მსვლელობას. დასაშვებია, რომ მოდერატორი დისკუსიის მსვლელობაში ჩაერიოს შემდეგი რეპლიკებით: „მაგალითს ხომ ვერ მოიყვანდით?“, ან: „იქნებ დაგეზუსტებინათ, რას გულისხმობთ“...

დისკუსიის დასასრულს მოდერატორი აჯამებს ჯგუფის მუშაობას.

დისკუსიის დასრულების შემდეგ ფოკუსჯგუფის ჩანაწერი იმიფრება, ანალიზი კეთდება სტენოგრამის საფუძველზე.

ფოკუსჯგუფის მოდიფიცირებულ ვარიანტს წარმოადგენს განგრძობადი პანელური დისკუსიები და კოჰორტული კვლევები. განგრძობადი პანელური დისკუსიების თავისებურება მათ ყოველწლიურად განმეორებადობაში მდგომარეობს. მაგალითად, საქართველოში მოქმედი საერთაშორისო კვლევებისა და გაცვლების ფონდი IREX წლების განმავლობაში – ქვეყანაში მედიათავისუფლების ინდექსის დადგენის მიზნით, მონაწილეთა ერთი და იგივე შემადგენლობით მართავდა ყოველწლიურ პანელურ დისკუსიებს, რომლებზეც ერთი და იგივე შეკითხვები დაისმოდა, და ამ შეკითხვებზე პასუხები თავის თავში მოიცავდა ინფორმაციას, რომლისგანაც ყალიბდებოდა მედიის თავისუფლების ინდექსი. კოჰორტული კვლევების თავისებურება იმაში მდგომარეობს, რომ მისი მონაწილეები უნდა წარმოადგენდნენ კოჰორტას.

დავალება:

დავუშვათ, თქვენი საკვლევი თემა არის „ჟურნალისტური განათლების დინამიკა საქართველოს უმაღლეს სასწავლებლებში დამოუკიდებელი საქართველოს კონტექსტში“. გაიაზრეთ თემა და უპასუხეთ შემდეგ შეკითხვებს:

1. გამოიყენებდით თუ არა ინტერვიუს ტექნიკას კვლევისთვის. თუ გამოიყენებდით – რომელ ტიპს და რატომ?
2. იმ შემთხვევაში, თუკი ინტერვიუირებას საჭიროდ მიიჩნევდით, რა ტიპის ფოკუსჯგუფს გამართავდით?
3. რამდენ ფოკუსჯგუფს გამოიყენებდით და რატომ?
4. აღნიშნულ საკითხზე მოამზადეთ პროგრამა ფოკუსჯგუფისთვის და გაიდი ჩაღრმავებული ინტერვიუსთვის.

თავი 11

შემთხვევის ანალიზი – კონკრეტული მაგალითის შესწავლა

შემთხვევის ანალიზი (case study) რაობა და მახასიათებლები

შემთხვევის ანალიზი მედიის სხვა კვლევებისაგან სისტემურად განსხვავებული კომპლექსური მეთოდია, რომელიც ასევე განსხვავებულ მიდგომებსა და ტექნიკებს საჭიროებს. ეს არის თვისებრივი კვლევის ერთ-ერთი ფორმა/კვლევითი სტრატეგია, რომლის მიზანია ცალკეული ფენომენის, ნიმუშის, შემთხვევის, სიტუაციის ემპირიული შესწავლა სხვადასხვა წყაროების გამოყენებით (Yin, 1994).

შემთხვევის ანალიზი დეტალურად შეისწავლის ინდივიდს, ორგანიზაციას, კულტურას ან მოვლენას. ამავე დროს ის „არ გამორიცხავს კვლევის სხვა მეთოდების გამოყენებას – ეს შეიძლება იყოს ინტერვიუ, ექსპერიმენტი, ქცევაზე დაკვირვება, ტესტირება და ა.შ“¹.

შემთხვევის ანალიზი, როგორც კვლევის მეთოდი, გამოიყენება მეცნიერების სხვადასხვა სფეროში – პედაგოგიკაში, მედიცინაში, ანთროპოლოგიაში, ფსიქოლოგიაში. იგი „მოიცავს კონკრეტული საკვლევო ობიექტის ახსნას და ინტერპრეტაციას, გარკვეულ თეორიებთან მიმართების დადგენის საფუძველზე, თუმცა აუცილებელია ფაქტების და მის შედეგად გაკეთებული დასკვნების ერთმანეთისგან მკაფიოდ გამოცალკევება. სხვა სიტყვებით, ნათლად უნდა ჩანდეს, სად არის ფაქტი და სად – ავტორისეული ვარაუდი“².

¹ <http://www.dictionary.css.ge/node/531>

² <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=6&t=16911>

- შერწყმულად გადმოსცემს მოვლენების აღწერასა და ანალიზს;
- ყურადღებას ამახვილებს ცალკეულ აქტორებზე, ან აქტორთა ჯგუფებზე და ცდილობს მოვლენების მათეული აღქმის გაგებას;
- გამოკვეთს შემთხვევასთან დაკავშირებულ კონკრეტულ მოვლენებს;
- მკვლევარი მთლიანად ჩართულია შემთხვევაში;
- ცდილობენ შემთხვევის მრავალფეროვნების, სიმდიდრის გადმოცემას ანგარიშის წერისას.

შემთხვევის ანალიზი კლასიფიცირდება რამდენიმე ტიპის მიხედვით: ინი (Yin 1984) განასხვავებს: ძიებით, აღწერით და ახსნით ანალიზს. ის განმარტავს შემთხვევის ანალიზს, როგორც ემპირიულ გამოკითხვას, რომელიც არგუმენტად არაერთ წყაროს იყენებს, რათა გამოიძიოს რაიმე თანამედროვე შემთხვევა (მოვლენა) მისი ნამდვილი კონტექსტით, რომელშიც საზღვრები შემთხვევასა და მის კონტექსტს შორის გარკვევით არ არის გამოკვეთილი. ეს განსაზღვრება ხაზს უსვამს იმას, თუ რით განსხვავდება შემთხვევის ანალიზი სხვა კვლევის სტრატეგიებისაგან. მაგალითად, ექსპერიმენტი გამოყოფს მოვლენას/შემთხვევას მისი ნამდვილი კონტექსტისაგან, გამოკითხვის ტექნიკა ცდილობს, განმარტოს ფენომენი ძირფესვიანი კვლევის/ძიების გზით, რათა შეამციროს გამოსაკვლევ საგანთა რიცხვის ცვალებადობა, შემთხვევის ანალიზი კი მოიცავს ერთეულ შემთხვევასაც, წარსულში მომხდარი ამბის კვლევასაც და ახლანდელსაც. ის ხშირადაა გამოყენებული პოლიტიკურ მეცნიერებებში და ეს მაგალითია მრავალი შემთხვევის შემსწავლელი ტექნიკისთვის.

მერიაში უთითებს 4 აუცილებელ მახასიათებელს შემთხვევის ანალიზის კვლევისთვის (უიმერი, დომენიკი, 144)¹:

¹ Roger D. Wimmer; Joseph R. Dominick "Mass Media Research" 2014; Wadsworth;

1) **დეტალურობა.** ეს ნიშნავს, რომ შემთხვევის ანალიზი ფოკუსირდება ერთ კონკრეტულ სიტუაციაზე, მოვლენაზე ან ფენომენზე, რაც მას კარგ მეთოდად აქცევს პრაქტიკული, ცხოვრებისეული პრობლემების შესასწავლად.

2) **აღწერითობა.** შემთხვევის ანალიზის საბოლოო შედეგი დეტალურად აღწერს მის მიერ შესწავლილ საგანს/თემას.

3) **ვერისტიკულობა.** შემთხვევის ანალიზი ეხმარება ადამიანებს, გაიგონ, რას სწავლობენ ისინი, ანუ რა არის მისი შესწავლის საგანი. მისი მიზანია, შემოიტანოს ამ მეთოდში ახალი ინტერპრეტაციები, ახალი პერსპექტივები, ახალი მნიშვნელობები და ხედვები.

4) **ინდუქციურობა.** უმეტესობა შემთხვევათა ანალიზებისა დამოკიდებულია ინდუქციურ კვლევაზე, პრინციპები და განზოგადებები წარმოიქმნება მონაცემების კვლევის შემდეგ.

მერიამი (1988) შემთხვევის შესწავლის ოთხ ძირითად სფეროს ან სახეობასაც გამოყოფს: ეთნოგრაფიული, ისტორიული, ფსიქოლოგიური და სოციოლოგიური.

ამ ოთხი ძირითადი სფეროდან მედიის კვლევებში უმეტესად პირველი ორი – ისტორიული და ეთნომეთოდოლოგიური კვლევა გამოიყენება, რასაც ემატება სხვა მეთოდები შემთხვევის სრული სურათის მისაღებად და კონტექსტის აღსაწერად. კვლევის ამ მეთოდის გამოყენებისას მასობრივი კომუნიკაციის კვლევებში მთავარი და პრინციპულია შემთხვევისა და მისი კვლევისადმი სწორი მიდგომა და გამართლებული ტექნიკის შერჩევა.

ისტორიული და ეთნოლოგიური კვლევა შემთხვევის ანალიზში

ისტორიული კვლევა

ისტორია არის მეცნიერება წარსულის შესახებ. ეს იმას ნიშნავს, რომ ისტორიული (ადრინდელი შემთხვევის) კვლევის დროს უნდა დავეყრდნოთ დოკუმენტებსა და სხვა მასალებს, ხოლო თუ საქმე გვაქვს უახლოეს წარსულთან, შეგვიძლია პირველწყაროებთან ინტერვიუების ჩატარება და ინფორმაციის ასეთი ფორმით მიღება.

ჯ. პფაიფერი (1961) თავის სტატიაში „ისტორიული მიდგომა“ ისტორიული კვლევების შვიდ სახეობას გამოყოფს:

- ბიოგრაფიული კვლევა, რომელიც ეყრდნობა მნიშვნელოვანი ფიგურების ცხოვრებასა და ფსიქოლოგიას;
- მოძრაობის (movement) ან იდეის კვლევა, რომელიც ეფუძნება პოლიტიკური, ეკონომიკური თუ სოციალური იდეებისა და მოძრაობების შესწავლას;
- რეგიონული კვლევა, რომელიც ფოკუსირებულია კონკრეტული ქალაქის, რაიონის, რეგიონის, ერის შესწავლაზე;
- ინსტიტუციური კვლევა, კონცენტრირებულია კონკრეტული ორგანიზაციების შესწავლაზე;
- ე.წ. ისტორიის ნიმუშები (case history), კონკრეტული მაგალითის ან მოვლენის შესწავლა-კვლევა;
- შერჩეული კვლევა, რომელიც ერთიანი მოვლენების კომპლექსის კონკრეტულ ელემენტებს შეისწავლის;
- სარედაქციო კვლევები, რომლებიც კონკრეტული მასალების თარგმნასა და შესწავლას მოიცავს¹.

¹ არტურ ასა ბერგერის „მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები: თვისებრივი და რაოდენობრივი მიდგომის შესავალი“, მესამე გამოცემა, SAGE, 2014.

ისტორიის (ადრინდელი მოვლენის) მკვლევრები მათთვის საინტერესო საკითხზე აგროვებენ ყველანაირ ინფორმაციას: საგაზეთო და საჟურნალო სტატიებს, ჩანაწერებს, სამთავრობო სტრუქტურების მონაცემებს, ავტობიოგრაფიებს, ბიოგრაფიებს, და ამ ყველაფრის საფუძველზე აგებენ თხრობას. შემთხვევის ანალიზის დროს ამგვარი კვლევა ითვალისწინებს მოვლენის/ფენომენის წანამძღვარების კვლევას და გაცნობას, რომელიც, ფაქტობრივად, იძლევა მიზეზების მიგნების კარგ საშუალებას.

ბერგერი დამატებით გვთავაზობს სქემას, თუ როგორ შეიძლება ამ ტიპის კვლევის დროს გამოვიყენოთ ძირითადი და მეორეული წყაროები¹:

ძირითადი წყაროები	მეორეული წყაროები
საგაზეთო სტატიები	სხვა ისტორიკოსების სტატიები
დღიურები	მკვლევართა სტატიები და ნიგნები
სააგენტოების მონაცემები	ფილოსოფოსების იდეები
სიტყვით გამოსვლები	კომენტარები
ავტობიოგრაფიები	ბიოგრაფიული მასალები
ვიდეომასალა	პოპულარული კულტურა და მასმედია

ისტორიული კვლევისას უნდა გავითვალისწინოთ რამდენიმე გარემოება: 1) დავავინროვოთ ფოკუსი, რომ მოპოვებულ ზღვა მასალაში არ ავიბნეთ; 2) წინასწარ განვსაზღვროთ, მიგვიწვდება თუ

¹ იქვე.

არა ხელი ძირითად და მეორეულ წყაროებთან; 3) დავრწმუნდეთ, რომ მოპოვებული წყაროები უტყუარი და სანდოა;

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ისტორიულ კვლევასთან ერთად შემთხვევის ანალიზში კომპარატივისტულ/ისტორიულ-შედარებით მეთოდსაც იყენებენ, რომელიც სივრცულ განსხვავებას უსვამს ხაზს და პრობლემას ჰორიზონტალურ სივრცეში შეისწავლის (აქ, ახლა და ჩვენს გვერდით მიმდინარე მოვლენებს ისტორიული მოვლენების ფონზე).

ეთნომეთოდოლოგიური კვლევა

კვლევის ამ მეთოდის გამოყენებას მეცნიერები ნაკლები ენთუზიზმით უდგებიან, რადგან „არავის შეუძლია ამტიკიცოს დაზუსტებით: რა არის ეთნომეთოდოლოგია“¹. მეორე პრობლემა ისაა, რომ ზოგიერთ მკვლევარს ეს მეთოდი მიაჩნია საინტერესოდ, მაგრამ არა იმდენად მნიშვნელოვნად, რომ მასზე დრო დახარჯოს.

ტერმინი ეთნომეთოდოლოგია შემოიღო გამოჩენილმა სოციოლოგმა ჰაროლდ გარფინკელმა, როცა პირველად გამოიყენა სტატიისში: „ტერმინ „ეთნომეთოდოლოგიის“ საფუძვლები“. მეცნიერი ეთნომეთოდოლოგიის შესახებ რამდენიმე მნიშვნელოვან პასაჟს გვაძლევს:

- ეთნომეთოდოლოგიის ფოკუსს წარმოადგენს ადამიანების „ძირითადი“ ცოდნა სოციუმის შესახებ;
- ეთნომეთოდოლოგებს აინტერესებთ ადამიანების მიერ „დასკვნების ადეკვატური დასაბუთება“;

¹ არტურ ასა ბერგერი „მედის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები: თვისებრივი და რაოდენობრივი მიდგომის შესავალი“, მესამე გამოცემა, SAGE, 2014.

- ეთნომეთოდოლოგიებს აინტერესებთ ყოველდღიური ცხოვრების ის ნაწილი, რომელსაც, ძირითადად, საზოგადოებათმცოდნეები ყურადღების მიღმა ატარებენ¹.

ბერგერის განსაზღვრებით, ეთნომეთოდოლოგიის ინტერესის სფეროს წარმოადგენს, როგორ ფიქრობენ და იქცევიან ადამიანები ყოველდღიურ ცხოვრებისეულ სიტუაციაში. დაკვირვება უნდა მოხდეს არა ფოკუს ჯგუფებზე, არამედ ადამიანებზე მათ ჩვეულ გარემოში. ისინი მიიჩნევენ, რომ ადამიანებს აქვთ ალქმა, რომელსაც ყოველთვის არ გამოთქვამენ, თუმცა, სწორედ ეს ალქმა წარმოადგენს ადამიანების კონკრეტული ქცევების თუ გადანყვეტილებების საფუძველს. მკვლევარები იმას კი არ ცდილობენ, რომ ამ გზით მოახდინონ ყოველდღიური ცხოვრების ინტერპრეტირება, არამედ იპოვონ წესების და კოდების სისტემა, რომელთა მეშვეობითაც მოხდება გარკვეული ფორმულირებების ჩამოყალიბება სამყაროს მნიშვნელობის შესახებ².

კვლევის ამ მეთოდს შემთხვევის ანალიზისას იყენებენ მონაცემთა შეგროვების ეტაპზე, როცა აინტერესებთ ჩვეულებრივ სიტუაციაში ადამიანების ყოველდღიური საღი აზრის განსაზღვრა, მათი ყოველდღიური აქტივობების სოციალური თეორიებისადმი მიმართება და გარკვეული კოდირების სისტემის პოვნა მათ ქცევასა და გადანყვეტილებების მიღების პროცესზე დაკვირვების დროს.

ბერგერი გვიჩვენებს შემთხვევების შესწავლის ინტეგრირების მეთოდს. ეს მეთოდი, ისტორიულ და ეთნოლოგიურ კვლევებთან ერთად, მოიცავს შემთხვევის შინაარსის ანალიზსაც (კონტენტანალიზს), რომელიც სხვადასხვა გამოცდილებას აერთიანებს და შემდეგ ახდენს განზოგადებას მთლიანად ამ კვლევების შესახებ.

¹ იქვე.

² იქვე.

შემთხვევის ანალიზის ძლიერი და სუსტი მხარეები

მკვლევრები გამოყოფენ შემთხვევის ანალიზის ძლიერ და სუსტ მხარეებს.

ძლიერ მხარედ შეიძლება ჩაითვალოს რამდენიმე ასპექტი: მაგალითად, შემთხვევის ანალიზის მეთოდი არის ყველაზე სწორი და კარგად შერჩეული, როცა მკვლევარს სურს მოიპოვოს მდიდარი ინფორმაცია საკვლევ თემაზე. კვლევის ეს მეთოდი უზარმაზარი რაოდენობის დეტალებს გვანვდის სრული სურათის მისაღებად. შემთხვევის ანალიზი განსაკუთრებით ხელსაყრელია იმ მკვლევარისათვის, რომელიც ცდილობს, იპოვოს გასაღებები და იდეები უფრო ღრმა ძიებისთვის (საიმონი, 1985). ეს არ გულისხმობს იმას, რომ შემთხვევის ანალიზი მხოლოდ კვლევის საგამოძიებო ფაზაზე გამოიყენება. ეს მეთოდი ასევე უპირატესია აღწერითი და განმარტებითი მონაცემების შეგროვებისას.

შემთხვევის ანალიზის მეთოდი საშუალებას აძლევს მკვლევარს, გამოიყენოს მტკიცებულებების ფართო სპექტრი. აქ შეიძლება იყოს გაერთიანებული დოკუმენტები, არტეფაქტები, ინტერვიუები, პირდაპირი დაკვირვებები და ტრადიციული გამოკითხვებიც კი. ფაქტობრივად, რაც უფრო მეტი მონაცემთა წყაროა კვლევაში შეტანილი, მით მეტია შანსი, რომ იგი ვალიდური/სწორი იქნება¹. ეს მეთოდი, ასევე, იძლევა სხვა მსგავს სიტუაციებში და შემთხვევებში წვდომის საშუალებას და ამით სხვა მსგავსი შემთხვევების ინტერპრეტაციაში ეხმარება.

რაც შეეხება სუსტ მხარეებს: ადელმანის, ნისბეტის და უატის მიხედვით (Adelman et al. 1984; Nisbet and Watt 1984), შემთხვევის ანალიზის მონაცემები ძნელად დასალაგებელია, მაშინ, როცა სხვა კვლევის მონაცემების მონესრიგება სწრაფად შეიძლება.

¹ Roger D. Wimmer; Joseph R. Dominick . Mass Media Research. 2014; Wadsworth.

გარდა ამისა, არსებობს სამი ძირითადი კრიტიკის წყარო შემთხვევის ანალიზისთვის. პირველი კავშირშია ზოგადად სამეცნიერო მონაცემთა სიზუსტესთან. ინი (2003) ყურადღებას ამახვილებს, სიზუსტეზე: „ძალიან ბევრჯერ მომხდარა, რომ შემთხვევის ანალიზის მკვლევარს შეცდომა დაუშვია და ორაზროვან/საეჭვო მტკიცებულებას, ან მის მიკერძოებულ/არაობიექტურ შეხედულებებს გავლენა მოუხდენია მოძიებულ ინფორმაციასა და დასკვნებზე“. იგი წერს, რომ მარტივია ჩაატარო დაუდევარი შემთხვევის ანალიზი, ხოლო მკაცრი და ზუსტი შემთხვევის ანალიზი ძალიან დიდ დროსა და ძალისხმევას მოითხოვს (ვიმერი, დომენიკი, 144)¹.

მეორე კრიტიკული აზრი არის ის, რომ შემთხვევის ანალიზი ადვილად ვერ ერგება განზოგადებას, მაგრამ არ უნდა ვიფიქროთ, რომ ყველა შემთხვევის ანალიზის შედეგი არის განსაკუთრებული და უნიკალური. თუ მკვლევრის მთავარი მიზანია შექმნას სტატისტიკაზე დამყარებული დასკვნა, უფრო შესაფერისი იქნება რაიმე სხვა გზის გამოყენება. ხოლო თუ განზოგადებული თეორიული მჯელობაა მთავარი მიზანი, მაშინ ამ დავალებაზე შემთხვევის ანალიზი სავსებითაა მორგებული.

დაბოლოს, შემთხვევის ანალიზი ხშირად ძალიან შრომატევადია, დიდი დრო მიაქვს და ზოგჯერ იმდენად მასიური მონაცემების რაოდენობას აგროვებს, რომ ძნელია მისი შეჯამება და გადამონმება. ეს მეთოდი მიკერძოების რისკსაც მოიცავს განსაკუთრებით მაშინ, თუ მონაცემთა შეგროვებისას ინდივიდის მეხსიერებას ეყრდნობა. ამასთან, მკვლევრები ვალდებული არიან, წლები იცადონ კვლევის შედეგებისათვის, რომლებიც ძალიან იშვიათადაა ცუდად წარმოდგენილი (ვიმერი, დომენიკი, 145)².

¹ იქვე.

² Roger D. Wimmer; Joseph R. Dominick "Mass Media Research" 2014; Wadsworth.

შემთხვევის ანალიზის ჩატარება

შემთხვევის ანალიზისთვის წინასწარი მზადებისას მკვლევრები გვთავაზობენ, ვუპასუხოთ რამდენიმე კითხვას, რომელიც სავსებით მისაღებია მედიის კვლევების დროსაც. ადელმანის, ნისბეტის და სხვათა მოსაზრებით¹, მკვლევარმა პასუხი უნდა გასცეს:

- ზუსტად რა არის შემთხვევა?
- როგორ ხდება შემთხვევების იდენტიფიცირება და არჩევა?
- რა სახის შემთხვევის შესწავლასთან გვაქვს საქმე (რა მიზანი აქვს მას)?
- რა არის სანდო მტკიცებულება?
- რა არის ობიექტური მტკიცებულება?
- რას ნიშნავს სათანადო შერჩევის პროცესი დიდი რაოდენობით მიღებული მონაცემებიდან საბოლოო მონაცემების ამორჩევისთვის?
- როგორია სამართლიანი, სრული და სკურპულოზური ანგარიში?
- რა ვითარებაშია გამართლებული გამონაკლისი შემთხვევის აღება?
- როგორი შერჩევაა ყველაზე შესატყვისი?
- როგორ შევინარჩუნოთ ბალანსი უნიკალობასა და განზოგადებას შორის?
- რა ეთიკური საკითხები დგება შემთხვევის შესწავლისას?

ამ კითხვებს შეესაბამება შემთხვევის ანალიზის ჩატარების ეტაპებიც, მიუხედავად იმისა, რომ ეს ეტაპები არ არის ისე კარგად ჩამოყალიბებული, როგორც უფრო ტრადიციული ტექნიკების – გამოკითხვისა და ექსპერიმენტისას. უიმერი და დომინიკი 5 სტადიას

¹ <https://www.qwelly.com/group/sociology/forum/topics/shemtxveva>

გამოყოფენ: 1) დიზაინი, 2) წინასწარი კვლევა, 3) მონაცემთა შეგროვება, 4) მონაცემთა ანალიზი და 5) ანგარიშის დაწერა¹.

რას ითვალისწინებს თითოეული მათგანი მონოდებულის რჩევების მიხედვით:

1. დიზაინი – პირველი სირთულე, რასაც შემთხვევის ანალიზისას ვხვდებით, შესაბამისი კითხვის დასმაა. კვლევის დასაწყისში კარგია ისეთი კითხვები, რომლებიც „როგორ“ ან „რატომ“-ით იწყება. კვლევის შეკითხვა, რომელიც ნათლად და მკაფიოდაა ჩამოყალიბებული, მთლიანად აფოკუსირებს დანარჩენ მოქმედებას შემთხვევის ანალიზზე.

იმისთვის, რომ კითხვა სწორად დასვა, უნდა გაანალიზო, რა არის „შემთხვევა“? ერთია თუ რამდენიმე შემთხვევის ერთეულია? ტიპურია და ექვემდებარება განზოგადებას თუ არა და ა.შ. სწორად ჩამოყალიბებული კითხვა განსაზღვრავს შემდგომი ანალიზის საზომ ერთეულსაც.

აქვე გასათვალისწინებელია ხელმისაწვდომი სამეცნიერო ლიტერატურა, ვინაიდან მკვლევრებს სურთ, შეადარონ მათ მიერ მოპოვებული ინფორმაცია წინა კვლევის შედეგებს. ისინი გვაფრთხილებენ, რომ ზოგჯერ კარგი იდეაა, არ წახვიდე ძალიან შორს იმისაგან, რაც უკანასკნელ კვლევაში იქნა დაწერილი.

წინასწარი კვლევა

სანამ წინასწარი კვლევა ჩატარდება, შემთხვევის ანალიზის მკვლევარმა უნდა ჩამოაყალიბოს კვლევის პროტოკოლი, ანუ წინასწარ დაგეგმოს კვლევის თითოეული აქტივობა. კარგი მენეჯმენტი თავშივე იძლევა სწორად და სიღრმისეულად ჩატარებული

¹ Roger D. Wimmer; Joseph R. Dominick. Mass Media Research". 2014; Wadsworth.

კვლევის საფუძველს. პროტოკოლი აღწერს კვლევაში გამოსაყენებელ პროცედურებს და ითვალისწინებს მონაცემების შემგროვებელ ინსტრუმენტს ან ინსტრუმენტებს. იგი შეიცავს იმ პროცედურებს, რომლებიც მნიშვნელოვანია კონკრეტულ პიროვნებაზე ან ორგანიზაციაზე წვდომის უფლების მიღებისათვის და მეთოდებს ჩანაწერების მოპოვებისათვის. მასში ასევე შედის განრიგი მონაცემთა შეკრებისათვის და გამოკვეთს ლოგიკურ პრობლემებს. დომინიკი და ვიმერი იმის გათვალისწინებასაც კი გვიჩვენებენ, არის თუ არა ხელმისაწვდომი ახლო გარემოში ქსეროქსის მოწყობილობა მონაცემთა ასლების გასაკეთებლად, ან არის თუ არა საოფისე ადგილი მკვლევართათვის და რა რესურსებია საჭირო. პროტოკოლმა ასევე უნდა ჩამოთვალოს მთავარი კითხვები და შესაძლო საინფორმაციო წყაროები, რომლებიც საჭიროა ამ კითხვებზე პასუხების გასაცემად. თუ ინტერვიუებია გამოსაყენებელი, ამ შემთხვევაში პროტოკოლმა უნდა დააკონკრეტოს რა კითხვები უნდა იქნას დასმული და ვისთან.

პროტოკოლის ჩამოყალიბების შემდეგ მკვლევარმა უნდა დაიწყოს წინასწარი კვლევა. წინასწარი კვლევა გამოიყენება როგორც კვლევის დიზაინის, ასევე ჩასატარებელი პროცედურების დასახვეწად. საკითხები, რომლებიც გათვალისწინებული არ იქნება დიზაინის ფაზაში, შეიძლება გამოჩნდეს წინასწარი კვლევის დროს და შემდეგ წამოიჭრას პრობლემები პროტოკოლის ან კვლევის ლოჯისტიკაში. წინასწარი კვლევა ნებას აძლევს მკვლევარებს, გამოსცადონ მონაცემთა მოგროვების ახალი ტექნიკები ან დააკვირდნენ სხვა მოვლენებს რამდენიმე ცდის პერსპექტივიებიდან. წინასწარი კვლევის შედეგები გამოიყენება კვლევის პროტოკოლის გადასახედად და გასასწორებლად.

მონაცემთა შეგროვება

უიმერი და დომინიკი (2014: 146)¹ შემთხვევის ანალიზისას მინიმუმ ოთხი საინფორმაციო წყაროს გამოყენებაზე მიუთითებენ. ესენია:

1) **დოკუმენტები**, რომლებიც წარმოადგენს მდიდარ ინფორმაციულ წყაროს (აქ შეიძლება გამოყენებულ იქნას ნებისმიერი დოკუმენტი: ცხრილები, ისტორიული მონაცემები, ბროშურები, პოსტერები და ა.შ.);

2) **ინტერვიუ**. ზოგიერთი შემთხვევის ანალიზი იყენებს გამოკითხვით კვლევით მეთოდებს და სთხოვს რესპოდენტებს შეავსონ კითხვარი; სხვებმა შეიძლება გამოიყენონ ინტენსიური კითხვების დასმა;

3) **დაკვირვება/მონაწილეობა**, რომელიც კვლევის დამატებით ტექნიკას და მიდგომას მოითხოვს;

4) **ფიზიკური არტეფაქტი** – ხელსაწყოები და კომპიუტერიდან ამობეჭდილი მასალებიც კი. უმეტესობა მკვლევარებისა გვირჩევენს რამდენიმე მონაცემთა წყაროს გამოყენებას, რაც დასაშვებს ხდის კვლევის მონაცემთა ტრიანგულაციას (სამ ნაწილად გაყოფას) (რუბინი, 1984).

5) **მონაცემთა ანალიზი** – რაოდენობრივი კვლევის ტექნიკებისაგან განსხვავებით, არ არსებობს სპეციალური წიგნი მკვლევარისათვის მონაცემთა ანალიზის გზამკვლევადა. შესაბამისად, ეს სტადია ყველაზე რთულია შემთხვევის ანალიზის მეთოდის გამოყენებისას. ინი (2003) გვთავაზობს შემდეგ სისტემას: ნიმუშის დაწერა, ახნა-განმარტება და დროის სერია.

¹ Roger D. Wimmer; Joseph R. Dominick. Mass Media Research 2014; Wadsworth.

ახსნა-განმარტების ანალიტიკურ სტრატეგიაში მკვლევარი ცდილობს, რომ შემთხვევის შესახებ განმარტება შეადგინოს საკვლევ მიზნის მიზების/მიზებების დასახელებით. ამ მეთოდს აქვს რამდენიმე ფორმა. როგორც წესი, მკვლევარი ზოგიერთი პროცესის შესახებ ქმნის თავდაპირველ თეორიულ მოსაზრებას. შემდეგ საწყისი ანალიზის შემთხვევებს ადარებს აღნიშნულ მოსაზრებას, გადახედავს მას, აანალიზებს შემდგომ შემთხვევას და საჭიროების მიხედვით იმეორებს პროცესს.

დროის სერიების (time-series) ანალიზში, მკვლევარი ცდილობს, მონაცემები შეადაროს თეორიულ ტენდენციებს, რომელიც ნაწინასწარმეტყველები იყო კვლევის დაწყებამდე. თუ, მაგალითად, რამდენიმე ქალაქის გაზეთში მოხდა გაფიცვა, მკვლევარმა უნდა მოაგროვოს პროგნოზირებული ინფორმაცია, ამ სფეროში მოღვაწეთა ქცევის ცვლილებებთან დაკავშირებით და ჩაატაროს შემთხვევის ანალიზი, რათა გაიგოს თუ რამდენად დასტურდება აღნიშნული პროგნოზი.

6) ანგარიშის შედგენა: შემთხვევის ანალიზის ანგარიში რამდენიმე ფორმის არსებობს. ანგარიში შეიძლება იყოს ტრადიციული კვლევის ფორმატში – პრობლემა, მეთოდი, დასკვნები და დისკუსია – თუმცა, შეიძლება არატრადიციული მეთოდის გამოყენებაც. ზოგიერთი შემთხვევის ანალიზი შეეფერება ქრონოლოგიურ წყობას. ხოლო, შედარებითი შემთხვევის ანალიზი (comparative case studies) შეიძლება წარმოდგენილ იქნას შედარებითი პერსპექტივით. არ აქვს მნიშვნელობა თუ რომელი ფორმა აირჩევა საბოლოოდ, კვლევას უნდა გააჩნდეს ანგარიშის მიზანმიმართული აუდიტორია. შემთხვევის ანალიზის ანგარიში, რომელიც დაინერა პოლიტიკოსებისთვის განსხვავდება სამეცნიერო ჟურნალში გამოქვეყნებული ანგარიშისაგან (უიმერი, დომინიკი; 146)¹.

¹ Roger D. Wimmer; Joseph R. Dominick "Mass Media Research" 2014; Wadsworth.

არ არსებობს კონკრეტული ონლაინდამატება შემთხვევის ანალიზის შესწავლისთვის. თუმცა, ტრადიციული შემთხვევის ანალიზს შეიძლება ჰქონდეს ონლაინ კომპონენტი, როგორც ერთი ან რამდენიმე მონაცემთა წყარო. მკვლევარს უნდა შეეძლოს მეილის, ბლოგის, სოციალური მედიის ან სხვა ონლაინ დოკუმენტის ანალიზი, როგორც ტრადიციული შემთხვევის ანალიზის ნაწილი.

შემთხვევის ანალიზის მიდგომები და ტექნიკები მედიამკვლევრებისთვის

სტენფორდის უნივერსიტეტის მკვლევარი კეტლინ ეიზენჰარდი (Kathleen M. Eisenhardt) ნაშრომში "Building Theories from Case Study Research"¹ აღწერს შემთხვევის ანალიზის, როგორც კვლევის, თავისებურებას და აზუსტებს კვლევის ეტაპებს რელევანტური მასალის მოძიების და დასკვნების მისაღებად. აქვე გვთავაზობს შემთხვევის ანალიზის პროცესის ზოგიერთ მახასიათებელს, როგორცაა დაგეგმვა, პრობლემის განსაზღვრა, ჰიპოთეზის ჩამოყალიბება. ყველა ეს ეტაპი მოცემულია ცხრილში, რომლის მიხედვითაც შესაძლებელია ანალიზის პროცესის გეგმაზომიერი განვითარება:

ეტაპი	აქტივობა	მიზეზი
მომზადება	<ul style="list-style-type: none"> საკვლევი კითხვების ჩამოყალიბება; შესაძლო, პირველადი კონსტრუქცია; 	<ul style="list-style-type: none"> ფოკუსი ძალისხმევაზე; უზრუნველყოფს საფუძვლების უკეთ ჩამოყალიბებას;
შემთხვევის შერჩევა	<ul style="list-style-type: none"> პირველ ეტაპზე არც თეორია და არც ჰიპოთეზა; განსაზღვრული მოსახლეობა; 	<ul style="list-style-type: none"> ინარჩუნებს თეორიულ მოქნილობას; ზღუდავს ცვლილებებს და უფრო ამტკიცებს შიდა ინფორმაციას;

¹ http://euroac.ffri.hr/wp-content/uploads/2010/06/Eisenhardt_1989_Building-Theories-from-Case.pdf

ინსტრუ- მენტები და ოქმები	<ul style="list-style-type: none"> • მრავალჯერადი მონაცემების შეგროვების პროცესი; • ხარისხობრივი და რაოდენობრივი მონაცემები; • მრავალჯერადი კვლევები; 	<ul style="list-style-type: none"> • თეორიის დასაბუთებას ამტკიცებს მტკიცებულებების სამკუთხედის (ტრიანგულაცია) მეშვეობით; • მტკიცებულებების სინერგიული თვალსაზრისი; • ხელს უწყობს სხვადასხვა პერსპექტივას და აძლიერებს საფუძველს;
ველში შესვლა	<ul style="list-style-type: none"> • მონაცემთა შეგროვების და ანალიზის გადაფარვა საველე შენიშვნების ჩათვლით; • მონაცემთა შეგროვების მოქნილი მეთოდები; 	<ul style="list-style-type: none"> • აჩქარებს ანალიზს და გვაძლევს სასარგებლო შენიშვნებს მონაცემთა შეგროვებაში; • მკვლევარს აძლევს შესაძლებლობას გამოიყენოს თემები და უნიკალური შემთხვევების მახასიათებლები;
მონა- ცემთა ანალიზი	<ul style="list-style-type: none"> • შემთხვევის ანალიზის ფარგლები; • სხვადასხვა მეთოდით ჯვარედინი შემთხვევების ძიება; 	<ul style="list-style-type: none"> • ეცნობა მონაცემებს და წინასწარ თეორიას; • მკვლევარს საშუალებას აძლევს ჩაიხედოს პირველადი შთაბეჭდილებების მიღმა და დაინახოს მტკიცებულებები რამდენიმე ლინზის მეშვეობით;
ჰიპო- თეზის ჩამოყა- ლიბება	<ul style="list-style-type: none"> • მტკიცებულებების ინტერაქტიული ცხრილები თითოეული კონსტრუქციისთვის; • რეპლიკაცია, არა შერჩევა, ლოგიკა სხვადასხვა შემთხვევაში; • მტკიცებულების ძიება „რატომ“ კითხვისათვის ურთიერთობებს მიღმა 	<ul style="list-style-type: none"> • სხარტი კონსტრუქციის გამჟღავნება, სიზუსტე და გაზომვადობა; • ადასტურებს, ვრცელდება და ამძაფრებს თეორიას; • ქმნის შიდა სიმტკიცეს/სიზუსტეს
ლიტერა- ტურის მიმო- ხილვა	<ul style="list-style-type: none"> • შედარება განსხვავებულ ლიტერატურასთან; • შედარება მსგავს ლიტერატურასთან; 	<ul style="list-style-type: none"> • ქმნის შიდა სიმტკიცეს/სიზუსტეს, ამაღლებს თეორიულ საფეხურს და აძლიერებს საფუძველს; • ააქტიურებს გენერალიზაციას, აძლიერებს საფუძველს და; ზრდის თეორიულ საფეხურს
ფინა- ლამდე მისვლა	<ul style="list-style-type: none"> • თეორიული მრავალფეროვნება, თუ ეს შესაძლებელია 	<ul style="list-style-type: none"> • პროცესი სრულდება, როცა მარგინალური გაუმჯობესება მცირდება

განვიხილოთ კონკრეტული მაგალითი – რუსეთ-საქართველოს 2008 წლის აგვისტოს ომი – და შევეცადოთ შევადგინოთ კვლევის გეგმა მოცემული თეორიული მახასიათებლების და ცხრილის მიხედვით:

1. დიზაინი:

ა) *კვლევის კითხვის ჩამოყალიბება*; მაგალითად: „როგორ აისახებოდა ქართულ მედიაში აგვისტოს ომის გამომწვევი მოვლენები და ჩანდა თუ არა კონფლიქტის თავიდან აცილების მცდელობა?“ შეგვეძლო დაგვესვა ასეთი კითხვაც – „როგორ დაიწყო ომი?“, მაგრამ პასუხი ამ კითხვაზე ძალიან დაავიწროვებდა ანალიზის პერსპექტივას, გარდა ამისა, გავცდებოდით მედიის კვლევის ჩარჩოებს;

ბ) *სამეცნიერო ლიტერატურა ომის გაშუქებაზე*; ძიება ბიბლიოთეკებში, ონლაინ ბაზებსა და ელექტრონულ კატალოგებში (მაგალითად, თსუ-ის ბიბლიოთეკის ელექტრონულ რესურსებში (https://www.tsu.ge/ge/government/administration/departments/library/e_catalog/.) მოვამზადოთ მასალები შედარებისთვის;

გ) *საკვლევი მედიასაშუალებების განსაზღვრა*; რომელ მედიასაშუალებებში ვაკვირდებით მასალებს (ბეჭდური, ინლაინ გამოცემები თუ ტელევიზია);

დ) *კვლევის მეთოდების განსაზღვრა*; მოცემულ მაგალითში პირველ ეტაპზე კარგი იქნება ისტორიული კვლევა (ხელისუფლების განცხადებების, საგარეო პოლიტიკის ანალიზი და მიმოხილვა, სათანადო დადგენილებების, დოკუმენტების წინარე პირობების კვლევა), ომის დაწყების ისტორიის დეტალური ანალიზი, მეორე ეტაპზე რაოდენობრივი და თვისებრივი კონტენტანალიზი (მოძიებული მედია პროდუქტის შინაარსობრივი კვლევა) და მესამე ეტაპზე თვისებრივი კვლევის ფორმა – ჩალრმავებული ინტერვიუ (როგორი იქნება ეს ინტერვიუ – სტრუქტურირებული, ნახევრად-

სტრუქტურირებული თუ არასტრუქტურირებული, კვლევის პროცესში გამოიკვეთება) კონფლიქტოლოგებთან, მედიაექსპერტებთან, პროდიუსერებთან, მოქმედ ჟურნალისტებთან და ა.შ.

2. წინასწარი კვლევა – მონაცემთა შეგროვებისა და კვლევისთვის საჭირო ინსტრუმენტების განსაზღვრა, მკვლევრების შერჩევა, გეგმის შედგენა, კითხვარის ჩამოყალიბება და დედლაინების დადგენა.

3. მონაცემთა შეგროვება – შესასწავლი და გასაანალიზებელი მასალის მოძიება არქივებში, ბიბლიოთეკებსა და ონლაინ ბაზებში; ინტერვიუსთვის რელევანტური ფორმის მოძიება და რესპონდენტებთან საუბრები წინასწარ ჩამოყალიბებული კითხვარით.

4. მონაცემთა ანალიზი. თუ უკვე არსებობს ყველა მონაცემი – ანუ ხელთ გვაქვს დამუშავებული სამეცნიერო ლიტერატურა, კარგად ჩამოყალიბებული კვლევის მეთოდებით მიღებული მონაცემები (რაოდენობრივი და თვისებრივი), ჩატარებულია ინტერვიუები, შეგვიძლია უკვე საკვლევი ჰიპოთეზის ჩამოყალიბება და მონაცემთა ანალიზი, რომელმაც მიზეზ-შედეგობრივ კავშირზე უნდა გავვიყვანოს. არ უნდა დაგვავიწყდეს, მონაცემები შევადაროთ თეორიულ ტენდენციებს, რომელიც ნაწინასწარმეტყველები იყო კვლევის დაწყებამდე.

5. ანგარიშის შედგენა. ამ შემთხვევაში უპრიანი იქნება ანალიზის ანგარიშის/კვლევის ტრადიციულ ფორმაში დაწერა – პრობლემა, მეთოდი, დასკვნები და დისკუსია. კვლევის ანგარიშის სამიზნე აუდიტორია იქნება მედიამკვლევრები და ჟურნალისტები.

ნაწილი მეექვსე

მეთოდური ნაწილი

სემიოლოგიური სავარჯიშოს ნიმუში

ცნება „ხელისუფლება“

ავტორისგან: ეს ნიმუში განკუთვნილია პედაგოგებისთვის, ინსტრუქტორებისა და სტუდენტებისთვის. ნიმუში გვიჩვენებს: 1) რა მიზანს ისახავს სავარჯიშო – როგორ ავითარებს იგი სტუდენტის დაკვირვების უნარს, მნიშვნელობის თანრიგის აღმოჩენისა და დადგენის უნარს, ნიშანდობლივის განზოგადების უნარს; 2) როგორ უნდა შესრულდეს მსგავსი სავარჯიშო.

მიდგომა: სემიოლოგიური

ტექნიკა: თვისებრივი კონტენტანალიზი

სავარჯიშო შედგენილია ემპირიულ მედიურ მონაცემებზე დაყრდნობით. იგი გვიჩვენებს, რა კონოტაციური მნიშვნელობები შეიძლება ჰქონდეს ამ სიტყვას მედიურ ტექსტებში.

1. კოლექტიურ ცნობიერებაში ხელისუფლება გაუცხოებული კუთვნილების ობიექტია, რომელიც შეიძლება იყოს შექმნის, გადაცემის, მემკვიდრეობით მიღების, ჩუქების, დაკარგვის, ძალისმიერად მოპოვების ობიექტი (შევადართ ინგლისურენოვან ეკვივალენტებს: *possess, take, seize, keep, transfer, cede power, interchanges of power, hold, share, leave, claim, confer power*).
2. ენის ზედაპირულ სტრუქტურაში ხელისუფლება შეიძლება წარმოდგენილი იქნას, როგორც დამოუკიდებელი მოქმე-

დებების აგენტი (გადაეცეს მშვიდობიანად; შენარჩუნდეს რომელიმე ძალის ხელში და ა. შ.), თუმცა ცხადია, რომ ამ შემთხვევაში სიტყვა „დამოუკიდებლად“ წმინდა წყლის სინტაქტიკური ერთეულია, სემანტიკური და პრაგმატიკული თვალსაზრისით, „ხელისუფლება“ აქაც მანიპულაციების ობიექტია.

3. **ხელისუფლება შეიძლება წარმოდგენილი იყოს, როგორც სივრცეში გამოყოფილი ნაწილი, რომლის მიმართაც შესაძლებელია მოძრაობა, გადაადგილება, მასთან დაახლოება ან მისგან მოშორება:** *ხელისუფლებისკენ აღმასვლა, ხელისუფლების სათავეებთან ყოფნა, climbtopower, stayinpower, beoutofpower.*
4. **ხელისუფლება, როგორც ფიზიკური საგანი, რომელსაც სივრცობრივი პარამეტრები, ზომა/მასშტაბები და წონა ახასიათებს** (*ხელისუფლების პირამიდა, ხელისუფლების სამკუთხედი, ხელისუფლების მწვერვალი, ხელისუფლების სეგმენტი, ხელისუფლების სტრუქტურა, ხელისუფლების აისბერგი, უკიდევანო ხელისუფლება, ხელისუფლების სიძლიერე/სისუსტე, ხელისუფლების სიძიძიმე, line, angles, centersofpower, immense, ultimate, huge, exclusivepower; burden, concentrationofpower*).
5. **ხელისუფლების ვიზუალიზაცია, როგორც გაშლილი სივრცე, რომელშიც არსებობენ და მოქმედებენ პოლიტიკის სუბიექტები და ობიექტები, ვითარდება პოლიტიკური პროცესები** (*პოლიტიკის ველი, არეალი, არენა, ხელისუფლების გეოგრაფია, სახელისუფლებო ლანდშაფტი, შორიზონტი. Avenuesofpower, extensionofpower*).
6. **ხელისუფლება, როგორც ფიზიკური ობიექტი.** ხელისუფლების, როგორც ფიზიკური ობიექტის აღქმა, არქიტექტურული ნაგებობის მეტაფორითაც რეალიზდება (*ხელისუფლების ფასადი, ხელისუფლების კარკასი, ხელისუფლების ფუნდამენტი, ხელისუფლების საყრდენი, ხელისუფლების კულისები, ლაბირინთები, დემონტაჟი, ჩამოშლა, სიმყარე, halls, corridorsofpower, basesofpower, consolidate, crashpower*).

როგორც აღნიშნავს ელენა შეიგალი, ხელისუფლების მეტაფორიკაში ორი ურთიერთსანინააღმდეგო სახე იკვეთება – ერთი მხრივ, როგორც ზევით აღვნიშნეთ, ხელისუფლება აღიქმება როგორც ადამიანის ხელით შექმნილი მექანიზმი (ხელისუფლების ბერკეტები, საჭე, მართვის პულტი, საათის მექანიზმი, ხელისუფლების ზამბარა), ხოლო მეორე მხრივ იგი წარმოგვიდგება, როგორც ცოცხალი ორგანიზმი, ბუნებრივი მოვლენა (ხელისუფლების ფესვები, გაფურჩქვნა, მუტაცია, გადაგვარება). საკმაოდ ხშირად ხელისუფლების მდგომარეობის დასახასიათებლად პოლიტიკოსები და მედია იყენებენ ავადმყოფობისთვის დამახასიათებელ სიმპტომებს (ხელისუფლების პულსი, ხელისუფლების ატროფია ან დისტროფია, აგონია, კოლაფსი);

7. **ხელისუფლება, როგორც ერთი ინდივიდი** – ლექსემისთვის „ხელისუფლება“ დამახასიათებელია პერსონალიზაციის ვალენტობა: ხელისუფლებას აქვს სახე, ნაკვთები, ხელწერა, იგი აღწევს სიმნიფის ასაკს. მისთვის, როგორც ყველა ადამიანისთვის, დამახასიათებელია ჭირვეულობები და კაპრიზები, პასუხისმგებლობა, უძლურება, უუნარობა, უმწეობა, უცოდინრობა, დოგმატიზმი, ცინიკურობა.
8. **ხელისუფლება, როგორც ემოციოგენური ფაქტორი** – ხელისუფლება შეიძლება იყოს ვნების ობიექტი (უყვართ, ეტანებიან, ოცნებობენ, სწყურიათ, *lust, hunger for power*); ხელისუფლება წარმოგვიდგება, როგორც რაღაც მაგიური ძალა (ხელისუფლების ხიბლი, ხელისუფლების ჰიპნოზი, ხელისუფლების გამოცანები და თავსატეხები); ხელისუფლებას აქვს გემო და აქვს მიზიდულობის ძალა (იზიდავს, ხიბლავს, ალაფრთოვანებს). ამავე დროს, ხელისუფლებას შეუძლია, დააშინოს, დააფრთხოს, იმედები გაუცრუოს და სხვ.

სავარჯიშო. კულტურულ-დისკურსული ცნება „პოლიტიკოსი“

ანალიტიკური მიდგომა: სემიოლოგიური;

ტექნიკა: კონტენტანალიზი

სიტყვა-გასაღებად არჩეულია მედიურ მასალებში გამოყენებული სიტყვები ან სიტყვათშეთანხმებები, რომლებიც გამოხატავენ, აღწერენ და ახასიათებენ ცნებას „პოლიტიკოსი“. ინგლისურენოვანი, გერმანული და რუსული მედიაგამოცემებიდან აღებულია ანალიზის ერთეულების კმარი რაოდენობა.

achseltraeger – (მხრებზე მზიდავი) – ოპორტუნისტი;

amtsschimmel – (ადმინისტრაციული ობი) – ბიუროკრატია;

ankle-biters – მავნე წვრილი ბიუროკრატი (სიტყვასიტყვით „კოჭზე მკბენელი“);

apo-opa (სიტყვასიტყვით: **Ausserparlamentarische Opposition** – არასაპარლამენტო ოპოზიცია) – ძველი მემარცხენე; ან მემარცხენე ბაბუ;

apostle of hate – სიძულვილის მოციქული, ფანატიკოსი რასისტი პოლიტიკოსი;

bigwig – პარტიული „შიშკა“, პარტიული ბოსი;

blockierer – პოლიტიკოსი, რომელიც ეწინააღმდეგება საერთო პარტიულ ან ფრაქციულ გადაწყვეტილებას, ბლოკავს მას;

Boll Weevils (გრძელცხვირა მებამბე) – სამხრეთელი დემოკრატი, კონსერვატორული შეხედულებებით;

bomb thrower (ბომბარდირი) – უკომპრომისო პოლიტიკოსი;

boy Scout – გულუბრყვილო, მეოცნებე პოლიტიკოსი;

brass collar Democrat (ადამიანი მოკლე საბელზე) – დამჯერი დემოკრატი, რომელიც მონური მორჩილებით მიჰყვება პარტიულ ხაზს;

cookie pusher (striped-pants diplomat) – არაფრისმაქნისი სნობი პოლიტიკოსი, როგორც წესი, დიპლომატიურ სამსახურში; პროტოკოლური ღონისძიებების მოყვარული; „ზოლიანშარვლიანი პოლიტიკოსი“;

DiMiDo (სიტყვასიტყვით: **Dienstag, Mittwoch, Donnerstag** – სამშაბათი-ოთხშაბათი-ხუთშაბათი) – პოლიტიკოსი, რომელიც არ იწუხებს თავს ინტენსიური მუშაობით.

gerrymander – საარჩევნო მაქინატორი;

Great White Father – დიდი თეთრი მამა; ტერმინი, რომლითაც ამერიკის პრეზიდენტების პატერნალიზმს აშარუებენ;

hack – ჯაგლაგი;

hinterbänker (უკანამერხელი) – შეუმჩნეველი, უგავლენო პოლიტიკოსი; (შეიძლება შევადაროთ ქართულ მეტაფორას „მეცამეტე გოჭი“); პარლამენტარი, რომელიც მხოლოდ კენჭისყრაში მონაწილეობს;

hatchetman (ნაჯახიანი მკვლელი) – მომხრეების გადამბირებელი, პოლიტიკოსი, რომელიც ასრულებს ბინძურ საქმეს თავისი ლიდერისთვის გზის გასაწმენდად, პარტიის წევრების ნებისმიერი საშუალებებით დამანწყნარებელი;

influence peddler – გავლენით მოვაჭრე;

kongressitis (კონგრესომანია) – კონგრესების გამართვის მანია;

kooks and nuts – უკიდურესი ექსტრემისტები, რომლებიც პოლიტიკური მოუთმენლობით გამოირჩევიან;

laienspieler – მოყვარული მსახიობი, დრამირის წევრი, დილეტანტი;

law-and-order politiker (კანონისა და წესრიგის პოლიტიკოსი) – პოლიტიკოსი-პოპულისტი, რომელიც მკაცრ სახელმწიფო რეგულაციებს მოითხოვს კანონის დაცვის უზრუნველსაყოფად;

lahme ente (კოჭლი იხვი) – უნიათო პოლიტიკოსი ქალი;

limousine liberal (ლიბერალი ლიმუზინიდან) – მდიდარი ლიბერალი, რომელიც უქონელთა პრობლემებზე სწუხს;

nordlicht (ჩრდილოეთის ციალი) – ბავარიელი, ჩრდილოელი პოლიტიკოსი გერმანიის ჩრდილოეთიდან;

oilies – სანავთობო მრეწველობის ლობისტები კონგრესმენები;

pork barrel politics – მუქთამჭამელი, „ატკატებზე“ მომუშავე პოლიტიკოსი;

power broker – ძალაუფლების მაკლერი, პარტიული მაღალჩინოსანი, რომელიც აკონტროლებს პარტიის განსაზღვრულ ორგანიზაციებს; მას შეუძლია უზრუნველყოს საჭირო კანდიდატის მხარდაჭერა;

политические геронтократы – პოლიტიკური გერონტოკრატები, ხანდაზმული პოლიტიკოსები, რომლებსაც ძალაუფლება უპყრიათ;

polit-macker (პოლიტიკური შერევილი) – დამწყები პოლიტიკოსი, ფუნქციონერი;

parteisoldat (პარტიის ჯარისკაცი) – პოლიტიკოსი, რომელიც მრავალი წლის განმავლობაში ერთი პარტიის ერთგულია;

parlor pink (რადიკალი სალონიდან, ვარდისფერი) – მემარცხენე შეხედულებების პოლიტიკოსი, რომლის რადიკალიზმიც მხოლოდ ზეპურ თავყრილობებზე დისკუსიით ვლინდება;

rainmaker – ფართო შესაძლებლობების მქონე ლობისტი; ლობისტი-„ჯადოქარი“;

redneck – სამხრეთელი რასისტი კონსერვატორი;

rote Hexe – (წითელი ალქაჯი) – კომუნისტი ქალი პოლიტიკოსი;

San-Francisco democrat – ნიჰილისტი, პოლიტიკოსი-პესიმისტი;

президент – პრეზიდენტი, რომელმაც რეალობის შეგრძნება დაკარგა;

демунисты – დემოკრატები;

schwarzer (შავი) – კონსერვატიული ქრისტიანულ-დემოკრატიული პარტიის მომხრე;

закулисная дипломатия – კულისებსმიღმა დემოკრატია, არაოფიციალური პოლიტიკური მოლაპარაკებები, რომელთა შესახებ მედიას არ აცნობებენ;

говоришня (სალაყბო) – პარლამენტი, კრება, დაწესებულება, სადაც ხანგრძლივი და უშედეგო, უნაყოფო ლაპარაკით არიან დაკავებული;

poltrian – მყვირალა პოლიტიკოსი;

sonntagsredner (საკვირაო ორატორი) – პოლიტიკოსი, რომელიც მოსასმენად საამო, მაგრამ ცარიელი სიტყვებით გამოდის (სადღეგრძელოს წარმოთქვამს საკვირაო წვეულებაზე);

peanut politician – წვრილი ანგარებიანი პოლიტიკანი;

stehkragenpolitiker (პოლიტიკოსი გახამებული საყელოთი) – შეძლებული, განათლებული პოლიტიკოსი, ბურჟუა, რომელიც თავს აჩვენებს ღარიბების უფლებების დამცველად;

selbstbediener (თვითმომსახურე პოლიტიკოსი) – პოლიტიკოსი, რომელიც უცერემონიოდ იყენებს თავის პოლიტიკურ უფლებამოსილებებს პირადი ინტერესებისთვის;.

schoenwetterdemokrat (კარგი ამინდის/დარის პოლიტიკოსი) – პოლიტიკოსი, რომელიც ძნელბედობის დროს ღალატობს დემოკრატიულ პრინციპებს;

subversive Elemente – მემამბოხე პოლიტიკოსები, რომლებიც საბოტაჟს უწევენ საერთო პოლიტიკურ ხაზს;

wet-behind-the-ears politician – ტურჩებზე რძეშეუშრობელი პოლიტიკოსი;

whip (მათრახი) – პარტიული ლიდერის თანაშემწე, რომლის მთავარი ამოცანაა პარტიის წევრების ერთიანობის უზრუნველყოფა კონგრესში კენჭისყრის დროს;

промыватель мозгов – იდეოლოგიური დამუშავების სპეციალისტი;

wählerschlepper (საარჩევნო გამწვევი ტრაქტორი) – აგიტატორი არჩევნებზე;

киндерсюприз – ახალგაზრდა, გამოუცდელი პოლიტიკოსი;

თქვენი ამოცანაა, ისინი განათავსოთ შემდეგი შესაბამისი კატეგორიების მიხედვით:

1. სქესი;
2. ასაკი;
3. რეგიონული კუთვნილება;

4. პოლიტიკური საქმიანობა;
5. პოლიტიკური ორიენტაცია;
6. პოლიტიკური სტატუსი;
7. პოლიტიკური ფუნქცია;
8. პროფესიული საქმიანი თვისებები;
9. მორალურ-ეთიკური თვისებები.

სავარჯიშო. ანატოლი აგრანოვსკი. ექიმ ფიოდოროვის აღმოჩენა

ანალიტიკური მიდგომა: შერეული (დისკურსული, სემიოლოგიური და სტრუქტურალისტური); სინტაგმები და პარადიგმები

დავალება:

- 1) გაეცანით ნარკვევს.
- 2) შექმენით ნარკვევის ფაბულა – სინტაგმატური სტრუქტურების სახით.
- 3) ნარკვევის ტექსტში მოძებნეთ და გამოჰყავით ჯადოსნური ზღაპრის მორფოლოგიისთვის დამახასიათებელი პერსონაჟები და ფუნქციები, რომლებსაც ნარკვევის ავტორი მედიურ ტექსტში იყენებს.
- 4) ნარკვევის ტექსტში გამოყავით ყველა შესაძლო პარადიგმული წყვილი;
- 5) იფიქრეთ, აქვს თუ არა ნარატივის კატალიზატორი – ისეთი მოვლენა ან გმირის თვისება, რომელიც აჩქარებს ან ამძაფრებს ნარატივის განვითარებას. თუ აქვს, მიუთითეთ და პასუხი დაასაბუთეთ.

ინტელიგენცია რუსული სიტყვაა. იყო დრო, როცა ჩეხოვის მთარგმნელები ინგლისურ, გერმანულ და ფრანგულ ენებზე სირთულეებს აწყდებოდნენ ამ სიტყვის თარგმნისას. რასაკვირველია, იმ ენებში არსებობდა სიტყვები: „ინტელექტუალები“, „გონებრივი შრომის მუშაკები“, „კოპფ-არბაიტერები“... მაგრამ ის ცნებები არ ყოფილან დამძიმებულნი მორალურ-ეთიკური და საზოგადოებრივი მნიშვნელობებით. ეს რუსეთში გადიოდნენ ინტელიგენტები ხალხში, შემდეგ კი – ხალხთან ერთად დაიწყეს გამოსვლა ხალხიდან. ეს რუსულ ენაში აღარ ნიშნავს „ინტელიგენტობა“ მხოლოდ ოდენ განსწავლულობას. სწორედ ამიტომ არის ჩვენს ენაში შესაძლებელი ისეთი სიტყვათშეთანხმებების არსებობა, რომლებიც

სხვა ენებში არაბუნებრივად და აბსურდულად ჟღერენ: „ინტელიგენტური მუშა“ ან „არაინტელიგენტური მწერალი“.

აი, ეს არ უნდა დავივიწყოთ. არ უნდა ვიფიქროთ, რომ ადამიანს ინტელიგენტობა დიპლომთან ერთად ეძლევა, ერთხელ და სამუდამოდ. არ უნდა გვეგონოს, რომ მას – უნივერსიტეტის კურსადმათავრებულის სამკერდე ნიშნის მსგავსად – ხან დავიბნევთ მკერდზე, ხანაც – მოვიხსნით. არა, ეს ცნება, გარდა ზოგადი კულტურისა, გარდა სულიერი სიფაქიზისა, თავის თავში მოიცავს მაღალ შეგნებას და საზოგადოებრივ აქტიურობას – იმ თვისებებს, რომელთაც ადამიანები მთელი სიცოცხლის განმავლობაში და მთელი ცხოვრებით ამტკიცებენ.

თავად სიტყვა კი, ვიმეორებ, რუსულია. ფუძე ლათინური აქვს, თუმცა მაინც რუსულია. ფრანგები დღემდე ბრჭყალებში სვამენ ამ სიტყვას, როგორც უცხოენოვანს.

ინგლისელებთან იგი უფრო მყარად დამკვიდრდა, მაგრამ თუ ჩაიხედავთ „ვებსტერის“ განმარტებით ლექსიკონში, 1291-ე გვერდზე ნაიკითხავთ: „ინტელიჯენცია – რუსული *интеллигенция*...-დან“. ჩვენი ეს სიტყვა ისევე შევიდა სხვა ენებში, როგორც ძველ დროში «**самовар**» და «**степь**», როგორც რევოლუციის შემდეგ – «**большевик**» და «**совет**», და როგორც უკანასკნელ ხანს სიტყვა «**спутник**».

ამ სტატიაში მინდა მოგითხროთ ერთი რუსი ინტელიგენტის ოცნებებზე, ძიებებზე, ჩავარდნებზე, წარმატებებზე. მისი ბედი, ჩემი აზრით, საკმაოდ ბევრ რამეს გვასწავლის და ნამდვილად არ გახლავთ ინტერესმოკლებული. საჭიროა, დავწეროთ ექიმ ფიოდოროვზე. დროა.

მე ის 1960 წელს გავიცანი.

ეს იყო ახალგაზრდა კაცი მხარბეჭიანი, ენერგიული, უნაკლოდ ჩაცმული და ერთი შეხედვით ეტყობოდა – ჭკვიანი. მისი სახე ნე-

ბისყოფასა და მშვიდ თავდაჯერებულობას გამოხატავდა. გამოკვეთილი, ძლიერი ყვრიმალეები, მოკლე, ოდნავ აპრეხილი ცხვირი, ფართო, დამცინავი პირი და ჯიუტი ზღარბი თავზე. პირველივე შეხვედრიდან დამამახსოვრდა მისი მანერა – პასუხისას თუ მოსმენისას თანამოსაუბრისთვის პირდაპირ თვალეებში ცქერა.

ის ჩემთან მოულოდნელი თხოვნით მოვიდა. მას სჭირდებოდა ცნობა იმის შესახებ, რომ მას, ფიოდოროვს, არასდროს უთხოვია ჩემთვის, რომ მის შესახებ გაზეთში დამეწერა. ამგვარი ცნობის გარეშე, ფიქრობდა ფიოდოროვი, მასაც და მის მთელ სამუშაოსაც აღსასრული დაუდგებოდათ.

მამინ ფიოდოროვი ჩებოქსარიში მუშაობდა, ჰელმგოლცის სახელობის თვალის სნეულებათა სახელმწიფო ინსტიტუტის ფილიალში. სწორედ იქ გააკეთა მან იშვიათი ოპერაცია, საიდანაც მთელი მისი უბედურება დაიწყო. შეიძლება, თქვენ უკვე გსმენიათ ადამიანის თვალში ხელოვნური ბროლის ჩანერგვის შესახებ. ოპერაციამ კარგად ჩაიარა. ბოლოს და ბოლოს, ფიოდოროვი წელიწადზე მეტხანს ემზადებოდა მისთვის: ცდებს ბოცვრებზე ატარებდა, ხელმარჯვე ოსტატებს ეძებდა, ერთ-ერთი მათგანი ძალიან დაეხმარა ფიოდოროვს – ბროლი პლასტმასასგან დაამზადა. შედეგად – 12 წლის ლენა პეტროვამ, რომელიც ორი წლის ასაკიდან თანდაყოლილი კატარაქტის გამო მარჯვენა თვალით ვერ ხედავდა – უცებ თვალში გამოიხედა. წარმატება!

მერე ადგილობრივ გაზეთში ნარკვევი დაიბეჭდა: ექიმი ნოვატორი, ხელმარჯვე ოსტატი, გოგონა ჩუვაშური სოფლიდან – ყველაფერი საუკეთესოდ იყო წარმოჩენილი. მერე ეს ნარკვევი ერთ-ერთმა ცენტრალურმა გაზეთმა გადაბეჭდა, რომელშიც ექიმი-ნოვატორი შეცდომით ფილიალის დირექტორად მოიხსენიეს, რითაც სამუდამოდ აქციეს იგი მოქმედი დირექტორის მტრად... მთელი უბედურებაა, თუ თქვენს შესახებ გაზეთში დაწერენ! ცუდია, თუ გაგაკრიტიკებენ – ყველასთვის ცხადია. მაგრამ მოინანიებთ, და

მოგეტყვებათ. სხვა საქმეა, თუ შეგაქებენ – აუცილებლად გამოჩნდებიან ადამიანები, რომლებიც ამას არასდროს გაპატიებენ. მოკლედ, ექიმი ფიოდოროვი ჩებოქსარიში ტრივიალურად შეჭამეს. მოსკოვში ჩავიდა, გულისხმიერად არც იქ მიიღეს. მოგვიანებით მე შევხვდი ახალგაზრდა ექიმის მონინაალმდეგებს. ველოდი, რომ ბიუროკრატებს შევხვდებოდი, იქ კი მეცნიერები დამხვდნენ. წარმოიდგინეთ თქვენი თავი მათ ადგილას, ჩემო მკითხველო: რას იფიქრებდით? განა ღირს ამდენ ხმაურად ბიჭუშკას პირველი – შესაძლებელია, შემთხვევითი – წარმატება?! და თანაც, პირველი ხომ არ არის – მსგავსი ოპერაციები უკვე გააკეთეს ინგლისში, შეერთებულ შტატებში, გერმანიის დემოკრატიულ რესპუბლიკაში, ჩვენთანაც, მოსკოვში, ექიმი ფიოდოროვის ესპერიმენტამდე ერთი თვით ადრე, კარლ ცეისის ლაბორატორიის ბროლი ჩაუსვეს თვალში პაციენტს. ზედმეტად გამტანი ვინმეა ეს ფიოდოროვი, და მისი ისტორიაც მეცნიერულ მიღწევაზე მეტად თვითრეკლამას უფრო წააგავს.

ეს იყო ის „ხელისშემშლელი წვრილმანები“, რომელსაც დროდადრო აწყდება ყველა ლიტერატორი. დეტალები, რომლებიც, უმჯობესი იქნებოდა, არ ყოფილიყო, უმჯობესი იქნებოდა, არ შეგვემჩნია ან არ გვცოდნოდა. მე შემეძლო შეეკამათებოდი მათ – თანაც ბევრ რამეში. ბიჭუშკა კი არა, მეცნიერებათა კანდიდატი. ერთი ოპერაცია კი არა, უკვე ოთხი: კიდევ სამ პაციენტს ჩაუტარა მსგავსი ოპერაცია. და თანაც – მას ნამდვილად არ სურდა, რომ მასზე დაენერათ. მეგაზეთებმა ამ ოპერაციის შესახებ მისგან კი არა, ფილიალის დირექტორისგან შეიტყვეს – ეს უდავო ფაქტია.

და შორეული შედეგები? – მკითხეს მეცნიერებმა, – გოგონას რა დაემართება? რამდენად შეისისხლხორცებს მისი ორგანიზმი უცხო სხეულს? განა არ მოჰყვება ამას გართულებები? არ შეიძლება ხმაურის ატეხვა, სენსაციის გაბუქება, ათასობით ადამიანისთვის ფუჭი იმედის აღძვრა იქამდე, ვიდრე შორეული შედეგები არ იქნება გამოკვლევული მეცნიერულად.

- და რამდენ ხანს უნდა ველოდოთ ამ შედეგებს? – ვიკითხე მე.
- ხუთი წელიწადი მაინც....

და ხუთი წელიწადიც გავიდა. ჩებოქსარიმ დაკარგა ფიოდოროვი. რასაკვირველია, შემეძლო დამეწერა, რომ ფიოდოროვმა დაკარგა ჩებოქსარიმი მუშაობის შესაძლებლობა, მაგრამ სრულიად შეგნებულად ვწერ ასე. ძველი საქმეა, და უკვე შეიძლება ყველაფერს ფხიზელი თვალთ შევხედოთ.

თქვენ იცით, რა არის პროვინცია? საიდან მოდის პროვინცია? რა დააშავა ისეთი, რომ პროვინცია ერქვას? ჩებოქსარიმდე ფრენას დღეს იმდენივე დრო სჭირდება, რამდენიც უწინ კუნცევომდე ჩასვლას სჭირდებოდა. ახალ ამბებს იმ დღესვე იგებენ. იმავე გაზეთებს კითხულობენ, იმავე გადაცემებს უყურებენ, და სხვათა შორის, სახლებსაც ისეთივეს აშენებენ, როგორც, მაგალითად, ჩერიომუშკებში. როგორც ჩანს, არც მანძილი დედაქალაქიდან, არც სართულების რაოდენობა და არც ასფალტი აღარ გამოდგებიან პროვინციულობის საზომად, ზუსტად ისევე, როგორც განათლება აღარ არის ინტელიგენტობის საზომი. მაშ, რაშია საქმე? არ ვიქნები ორიგინალური, თუ ვიტყვი: აზრის უძრაობა აი, რა არის საზომი. აზრის დამოკიდებულება სხვაზე, საკუთარის უქონლობა და ცენტრზე უკან მოხედვა.

მოსკოველმა ოფთალმოლოგებმა ეჭვი გამოთქვეს? – ჩებოქსარული ფილიალისთვის ეს უკვე დირექტივაა. იქ შუბლი შეჭმუნენს – აქ უკვე ლაპარაკობენ, იქ სიტყვას იტყვიან – აქ დასკვნების გამოტანასა და გადაწყვეტილების მიღებას ჩქარობენ, იქ ცხვირს დააცემინებენ – და აქ დაცემინების ექო ჭექა-ქუხილად გრგვინავს. და აი, ოპერაციაც, რომლითაც გუშინ ასე ამაყობდნენ, დღეს უკვე „მექანისტურად“, „ანტიფიზიოლოგიურად“ და „ანტიპავლოგიურად“ კი მიიჩნევა.

უეცრად ფიოდოროვს შორეულ მივლინებაში აგზავნიან, დაბრუნებული ექიმი კი აღმოაჩენს, რომ ფასდაუდებელი ბოცვრები – პლასტმასათი თვალში – ერთიანად განყდნენ: მათ უბრალოდ აღარ აჭმევდნენ. ფილიალის დირექტორი პირადად აკვირდება იმ ავადმყოფებს, რომლებსაც ფიოდოროვმა გაუკეთა ოპერაცია. ამას ფიოდოროვის გარეშე აკეთებს (რაც თავისთავად აქამდე გაუგონარი რამ არის სამედიცინო პრაქტიკაში, ეთიკაზე რომ არაფერი ვთქვათ). და აკვირდება როგორ: პაციენტებს თვალის ფსკერს ბნელ ოთახში უმონმებს, შემდეგ კი მკვეთრ სინათლეზე გამოჰყავს და ტაბულას აძლევს წასაკითხად. ამ დროს მხედველობის სიმკვეთრე ორჯერ იკლებს, ვიდრე ის სინამდვილეშია (ეს მოგვიანებით არაერთხელ დადასტურდა ცდებით), მაგრამ დირექტორმა იცის: ცენტრში მისი მონაცემებით კმაყოფილნი იქნებიან. ამის გამო ნამდვილად ღირს პროფესიული ეთიკის უგულვებელყოფა. ამ დროს იტყვის კაცი: რა დროს ინტელიგენტობაა!

პოლემიკის არსი აღარავის ახსოვს, სამაგიეროდ, დარჩა ენების მიტან-მოტანა, ქირქილი, გაკილვა, შური, პირმოთნეობა. ექიმი ფიოდოროვი სამსახურიდან გაათავისუფლეს და ერთხმად თქვეს: ჩვენთან შეუცვლელი არავინაა! და ეს ძალიან ბრიყვულად გამოუვიდათ.

მაშინ – იმის გამო, რომ შორეული შედეგები არ მქონდა – მე არ შემეძლო დამენერა ექიმი ფიოდოროვის შესახებ. მაგრამ გაზეთი „იზვესტია“ ჩაერია მის საქმეში, და ფიოდოროვი სამსახურში აღადგინეს. აღდგენით კი აღადგინეს, მაგრამ ფიოდოროვმა ძალიან მალე დატოვა ჩებოქსარი, რადგან იცოდა, რომ იქ ძველებურად აღარაფერი იქნებოდა, მას, უბრალოდ, არ დაანებებდნენ ცდებისა და ექსპერიმენტების გაგრძელებას. ფიოდოროვმა საბუთები არხანგელსკის სამედიცინო ინსტიტუტში შეიტანა და წარმატებით გაიარა კონკურსი თვალის სნეულებათა კათედრის გამგის თანამდებობაზე. მეც რალაც გადაუდებელი საქმეები გამომიჩნდა... და

მაშინ, 1960 წელს, ჩვენი ისტორია ამრიგად დამთავრდა. არხანგელსკმა ფიოდოროვი მიიღო.

რასაკვირველია, პროვინცია არა იმდენად გეოგრაფიული ცნებაა, რამდენადაც სოციალური და ზნეობრივი. შეიძლება, დედაქალაქშიც გადააწყდეთ „მიყრუებულ ადამიანებს“, ხოლო ქვეყნის ყველაზე მიყრუებულ კუთხეში შეხვდეთ თვალშისაცემ, კაშკაშა ადამიანებს, ვისთვის მიბაძვაც მოგინდებათ. ფასდაუდებელია და ჯეროვნად დაუფასებელი მათი როლი. დღეს ყველა განსხვავება იშლება – ეს ყველამ იცის. ქალაქსა და სოფელს შორის, პერიფერიებსა და ცენტრებს შორის. ხანდახან ჩვენ ეს პროცესი ისე წარმოგვიდგება, თითქოს იგი თანდათანობითი იყოს. სინამდვილეში ეს პროცესი ნახტომებისგან შედგება, ეს პროცესი სხვა არაფერია, თუ არა რევოლუციური გზა. აი, დაფიქრდით, მაგალითად, რა გმირობა ჩაიდინა ოკულისტმა ვ.პ. ფილატოვმა, რომელმაც თავისი ქალაქი მსოფლიოს ოფთალმოლოგიურ დედაქალაქად აქცია. ეს იყო უზარმაზარი გადანაცვლება ცნობიერებაში, როდესაც თვალისჩინდაკარგულმა ადამიანებმა საკურნებლად ოდესას მიაშურეს – მოდიოდნენ სხვადასხვა ქვეყნებიდან, სხვადასხვა ქალაქებიდან.

დაახლოებით ერთი წლის წინ მოსკოვში ინჟინერ რატჩინს შევხვდი, ურალელს.

ჩრდილოეთისკენ მიმავალ გზაზე ის თავის მოსკოველ ბიძასთან გაჩერდა. ბიძა დიდხანს არწმუნებდა: „რად აიხირე ეს არხანგელსკი? იცხოვრე ჩემთან, მოსკოვში, და ოპერაციაც აქვე გაიკეთე – მთელი პროფესურა ხომ მოსკოვშია!“. რატჩინი არ დანებდა და მანც არხანგელსკში გაემგზავრა. ოპერაცია ფიოდოროვმა გაუკეთა. ძმისშვილისთვის თვალის ახელამ (პირდაპირი გაგებით) ბიძასაც აუხილა თვალი (ეს უკვე მეტაფორის თანრიგია). მისმა შეხედულებებმა პროვინციასა და პროვინციალებზე – როგორც ოკულისტები იტყვიან – აუცილებელი კორექცია განიცადა.

შეუძლებელია, არსებობდეს მეცნიერული პროვინცია, რადგანაც არ არსებობს მეორეხარისხოვანი მეცნიერება. ის, რაც არ არის ნამდვილი მეცნიერება, საერთოდაც არ შეიძლება მეცნიერება იყოს. შემიძლია, კმაყოფილებით აღვნიშნო, რომ ჩვენს ქვეყანაში ოფთალმოლოგია ფართო ფრონტით ვითარდება. დღეს შეუძლებელია, სერიოზულად შევაფასოთ მისი წარმატებები, თუ არ გავიხსენებთ ისეთი მეცნიერებების შრომებს, როგორებიც არიან: პროფესორი ბირიჩი მინსკიდან, პროფესორი ეროშევსკი კუიბიშევიდან, პროფესორი პოპოვი სმოლენსკიდან, პროფესორი შევალიოვი კიევიდან, პროფესორი ნესტეროვი ყაზანიდან – ჩამონათვალის გაგრძელება კიდევ ბევრი გვარ-სახელით შეიძლება. და მიუხედავად იმისა, რომ არხანგელსკელი დოცენტის, ფიოდოროვის, სამუშაოების შედეგებზე განსჯა ცოტა ნაადრევია, ყველა საფუძველი არსებობს იმისათვის, რომ ეს ქალაქიც იქცეს თვალის სნეულებათა მეცნიერების ერთ-ერთ ცენტრად. ჩებოქსარიში კი პაციენტები სხვა ქალაქებიდან აღარ ჩადიან. სამწუხაროდ, ასე მოხდა....

დაფიქრებულხართ, როგორ ხდება აღმოჩენები?

ყველაფერი იმით დაიწყო, რომ ფიოდოროვი საათების სახელოსნოს ეწვია... არა, იქნებ ამით არ დაწყებულა და დაიწყო იმით, რომ ფიოდოროვი დიდხანს ფიქრობდა თავისი სამუშაოსა და თავისი ცხოვრების შესახებ. ფიქრობდა სერიოზულად, ფიქრი მოსვენებას უკარგავდა, ვერ იძინებდა, წრიალებდა და ბევრს ეწეოდა. რატომ ცხოვრობს? რას მიაღწია? საით მიდის? შეიძლება, ეს მტანჯველი ფიქრები მაშინ შეეჩვია, როცა პირველი მარცხი წამოენია არხანგელსკში. მაშინ ოპერაციის შემდეგ პაციენტს თვალის ანთება განუვითარდა და ფიოდოროვი იძულებული გახდა, ხელოვნური ბროლი ამოეღო. რატომ მოხდა ასე? იქნებ, ყველას არ ერგება ერთი სტანდარტული მოდელი? თუ ასეა, მაშინ უკეთესი უნდა გააკეთოს, ახალი მოდელები მოძებნოს... კი ბატონო, მაგრამ სად ეძებოს? დიდი გაჭირვებით, როგორც იქნა, შესაბამისი შეკვეთა გააფორმა ინსტიტუტთან, რომელიც სამედიცინო აღჭურვილობას ამ-

ზადებდა, მაგრამ იქ, როგორც გამოჩნდა, სულ არ ეჩქარებოდათ ამ შეკვეთის დროულად შესრულება. „ასე ხომ მთელი ცხოვრება გაივლის, ფიქრობდა ფიოდოროვი, მე კი ერთ ადგილს ვტკეპნი!“.

დილით კი ფიოდოროვმა საათების სახელოსნოს მიაკითხა. ვილაცამ უთხრა, რომ იქ ერთი საქმიანი ბიჭი მუშაობს, ისიც ადგა და იპოვა ეს საქმიანი ბიჭი. ყველაფერი უამბო თავისი ჩანაფიქრის შესახებ. მისი აზრით, ახალი ბროლი უწვრილეს თაღებზე უნდა დამაგრებულყო თვალში. ამ შეხვედრის შემდეგ მესაათე ვიქტორ სმირნოვი ორი კვირის განმავლობაში საღამოობით იჯდა და მინიატურულ პრესს ამზადებდა კაპრონის ძაფების მოსახრელად. ახლა საჭირო იყო ორი შეუმჩნეველი ხვრელის გახვრეტა ბროლში – თაღების დასამაგრებლად. ფიოდოროვმა კიდევ ერთ „ცაციას“ მიაგნო, თეატრის ყოფილ მხატვარს. ბორის მიხაილოვიჩ ვენცენოსნოვი თვენახვერის განმავლობაში იუველირის სიზუსტით ჩარხავდა პანანინა იარაღებს ბროლის გასახვრეტად. თუმცა წარუმატებლად – მისი ხელსაწყოები ლითონისთვის იყო გამოსადეგი, პლასტმასაში კი თითქოს ჭაობში ეფლობოდნენ. ეს არაფერი, სამაგიეროდ, ფიოდოროვს ახსოვს, როგორ უანგარო ენთუზიაზმით ეხმარებოდა მას მოხუცი მხატვარი.

ფიოდოროვი მაიმაკსანის ქარხანაშიც მივიდა, და მეზრძმედეებმა პრესისტვის საჭირო ყალიბები ჩამოუსხეს. მერე ქარხანა „კრასნაია კუზნიცაშიც“ მივიდა, და ოსტატმა პაველ ლუკიანოვიჩ ტრეტიაკოვმა საოპერაციო მაგიდის ჩინებული მისადგამი დაუმზადა. ეს ყველაფერი – უფასოდ, უანგაროდ, მხოლოდ ადამიანური მადლობის სანაცვლოდ. ჯერ კიდევ იმ დროს, როცა ეს ყველაფერი ჯერ კიდევ დამზადების პროცესში იყო, ფიოდოროვი ბედნიერების საოცარმა განცდამ შეიპყრო, ბედნიერების მოლოდინის განცდამ, როცა ყველაფერი შესაძლებელი გგონია და ყველაფერი მართლაც რომ შესაძლებელი ხდება.

ფიოდოროვი ლენინგრადში ჩავიდა, საათების ქარხანაში, შეკრიბა იმ ცვლაში მომუშავე მუშები და ყველაფერი უჩვენა: ნახაზები, ხარჯთაღრიცხვა, სურათები. აი თვალის იდუმალი სიმრგვალე, აი მისი პოლუსები, აი მისი ეკვატორი... თვალი – მთელი სამყაროა, და თვალში მთელი სამყაროა ადამიანისთვის, სიბრალულს იმსახურებენ თვალისუჩინონი, მაგრამ მათი შველა შეიძლება, მთავარია, მარაგნაწილები გქონდეს... ოსტატები ხელიდან ხელში გადასცემდნენ ერთმანეთს პანანინა ბროლს, ლუპით ათვალიერებდნენ, და უმაღლესმა კონსილიუმმა – ხანგრძლივი კამათისა და სჯა-ბაასის შემდეგ – დაასკვნა: ბროლის გაბურღვა შესაძლებელია. მექანიკოსმა ნიკოლაი ვასილევჩი ლებედევმა უნიკალური პანანინა დაზგა დაამზადა. ყველაზე რთული წინ იყო – ჩამოსასხმელი ფორმები ბროლებისთვის. ამ საქმისთვის ხელის მოკიდებას ვერავინ ბედავდა. მხოლოდ ის თქვეს, რომ ოდესღაც მათ ქარხანაში ერთი ბერიკაცი მუშაობდა, მხოლოდ მას თუ შეეძლებოდა ასეთი ფორმების დამზადება – თუ ცოცხალი იქნებოდა, რასაკვირველია. რა გვარი იყო? კარანი. სად ვეძებო? – ვასილის კუნძულზე, სადღაც იქ ცხოვრობდა სარდაფში. ფიოდოროვმა ყველა სარდაფი ფეხდაფეხ შემოიარა, მერე კი მიხვდა, რომ მისამართების ბიუროში უნდა მისულიყო. ამ გვარის მატარებელი სულ ოთხი ადამიანი აღმოჩნდა მთელს ლენინგრადში. ბოლოსდაბოლოს, ფიოდოროვმა მიაგნო საჭირო ქუჩას, საჭირო სახლს, სადარბაზოს და ნანატრ სპილენძის ფირფიტას კარზე წარწერით: კარან ალექსანდრ მოდესტოვიჩ.

ამასობაში ახალი ბინა მიეღო თურმე კარანს. მოგვიანებით მე მას ვესტუმრე. ვნახე ეს ჩუმი, გამხდარი, ყვრიმალებჩაცვენილი მოხუცი. აი, ასეთი კაცი დახვდა ფიოდოროვს და ისე მიიღო, თითქოს დიდხანს ელოდა, ისე უსმენდა, ერთხელაც კი არ შეუწყვეტინებია. მხოლოდ მაშინ, როცა სახლში მისი ცოლი დაბრუნდა, კარანმა ხაზგასმით ხმამაღლა ჰკითხა ფიოდოროვს: „და როგორ მიპოვეთ? ქარხანაში გითხრეს? ხელის მოკიდება ვერავინ გაბედა? ესე იგი, ახსოვთ ბებერი კარანი!“

მოგვიანებით, ფიოდოროვმა კარანი არხანგელსკში მიიწვია, მადლობის რამენაირად გადასახდელად. და ძალიან ამაყი, ქათქათა თეთრ ხალათში გამონწყობილი ალექსანდრ მოდესტოვიჩი საავადმყოფოს დერეფნებში დადიოდა, ავადმყოფებს თვალებში აცქერდებოდა (იქ კი მისი ხელით დამზადებული ბროლები ისხდნენ), მედპერსონალს ხელის ჩამორთმევით ესალმებოდა, ექიმებს შტამპოვკას ასწავლიდა და თავი ისე ეჭირა, თითქოს აკადემიკოსი ყოფილიყოს – და იყო კიდევ თავისი საქმის აკადემიკოსი! „ეს რა არის იმასთან შედარებით, მე რომ ვავილოვთან ვმუშაობდი... სერგეი ივანიჩთან...“. პრესფორმები კი საუცხოო გააკეთა, უკანასკნელი გაპრიალება და დანახნაგება აბრეშუმით დაავიროგვინა, და ცვრის ნამივით გამჭვირვალე ბროლები მიიღო.

მეტი რა გითხრათ? დასჭირდა ფიოდოროვს ჰიდროფილური პლასტმასა, და ლენინგრადელმა მეცნიერმა-ქიმიკოსებმა ირინა არბუზოვამ და ლიდია მედვედევამ – თავიანთ კოლეგებთან ერთად – საზოგადოებრივ საწყისებზე დაიწყეს მისი სინთეზირება. „მხოლოდ 118-ე ცდაზე მივიღეთ მუშა პლასტმასა!“, – მითხრა ლიდია ივანოვნა მედვედევამ, – წარმოგიდგენიათ, 118-ემ! ქიმიკოსებს ახალი ცოდნა დასჭირდათ, თვალის ფიზიოლოგიის და მორფოლოგიის ცოდნა – დრეკადობა, წელვადობა, სიმყარე. ლიტერატურაში ასეთი მონაცემები არ აღმოჩნდა, როგორც ჩანს, ოდესღაც ამის ცოდნა საჭირო არ იყო“. მაშინ ფიოდოროვი მეცნიერ-ფიზიკოსებთან მივიდა, კუვშინსკისთან და ზახაროვთან, რომლებმაც სპეციალური ხელსაწყოები დაამზადეს და ყველა ანაზომი თვითონ შეასრულეს. უცებ ფიოდოროვს თავი ჩებოქსარელმა ოსტატმა მილმანმა შეახსენა, სწორედ იმან, ვინც პირველი ბროლი დაამზადა ფიოდოროვის ექსპერიმენტებისთვის. მან ახალი მოდელი გამოაგზავნა, სხვათა შორის, ერთობ პერსპექტიული. „დროც მქონდა და შემართებაც“, – იწერებოდა მილმანი. ლინზების ფორმების დახვეწაში ფიოდოროვს მეცნიერი ოპტიკოსი ნიჟინი დაეხმარა, თვალის სილრმის გასაზომი, საკუთარი ხელით დამზადებული ხელსაწყო

მეცნიერმა ექიმმა გორბანმა აჩუქა, ხოლო თხევადი სილიკონის პლასტმასა მოსკოველმა ქიმიკოსებმა კრასოვსკაიამ და სობოლევ-სკაიამ დაასინთეზეს. და ასე უსასრულოდ გრძელდებოდა...

ახლა, როცა თქვენ ბევრი რამ იცით, სწორედ რომ დროა, სიტყვა ჩემი გმირის ოპონენტებს დავეუთმო. აი, რას წერდა, მაგალითად, ერთ-ერთი მათგანი, პროფესორი, ცნობილი ოფთალმოლოგი:

„შემდგომი ბროლის ამოღების ოპერაცია დღეს ტექნიკურად ძალიან კარგად არის დამუშავებული. კატარაქტის (ასე ეწოდება ამ დაავადებას) ოპერაციის შემდეგ პაციენტების უმრავლესობა (მათი რაოდენობა კი ათასებს ითვლის) კარგად ხედავს სათვალის მეშვეობით. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ მორიგი საზღვარგარეთული „სენსაციის“ ეგიდით ფართოდ რეკლამირდება მეტი მავნებლობა მოაქვს, ვიდრე სარგებლობა“.

როგორც ხედავთ, კამათი ჯერ კიდევ გრძელდება.

თურმე ფიოდოროვის მეთოდი ჯერ ისევ „სენსაციურია“ იმ გაგებით, რომ მის შესახებ ერთობ მრავალფეროვანი ხმები ვრცელდება. მეცნიერები არ ჩქარობენ საბოლოო შეფასებას, სამაგიეროდ ზედმეტად ჩქარობენ ჟურნალისტები. აი, თუნდაც, სულ ახლახანს პრესაში გაიელვა სტატიამ, რომელშიც „უკანასკნელ სიახლედ“ ხუთი წლის ჩებოქსარიში გაკეთებული ოპერაცია სახელდება, და ისევ შუბლს იჭმუხნიდნენ სოლიდური პროფესორები, ისევ ადანაშაულებდნენ ფიოდოროვს თვითრეკლამაში, ისევ არ უნდოდათ გაეგოთ, რომ ამ სტატეიკის ავტორს ფიოდოროვი თვალთაც არ ენახა. მაგრამ, მეორე მხრივ, ეს პროფესორები არხანგელსკში არ ჩასულან, ფიოდოროვის ახალი მონაცემები არ უნახავთ და არც მისი ავადმყოფებით დაინტერესებულან. რაც შეეხება „მცდელობებს“, ისინი მართლაც უხვად აქვს ფიოდოროვს: უკვე სამოცდაორი ოპერაცია ჩაატარა!

კამათი სასარგებლო რამ არის, და ვერაფერს ცუდს ვერ ვხედავ იმაში, თუ ერთი მეცნიერი მეორეს გააკრიტიკებს. მით უმეტეს, რომ ის ოფთალმოლოგი, რომელმაც ფიოდოროვის წინააღმდეგ გაილაშქრა, სახელოვანი მეცნიერია, რომელსაც დიდი დამსახურება მიუძღვის სამამულო მეცნიერების წინაშე. მით უმეტეს, რომ მის ფრთხილ დამოკიდებულებას ფიოდოროვისადმი გარკვეული საფუძველი ჰქონდა. საზღვარგარეთ, უკონტროლობის, ყველაფრის გარეკლამებისა თუ დასაქონლების პირობებში, ამ ოპერაციის კეთება ხელობად გაიხადა ბევრმა დაბალკვალიფიციურმა ოკულისტმა, ამიტომ გართულებაც ბევრი იყო, თვალის კვდომის შემთხვევებიც, და სწორედ ამის გამო ხელოვნური ბროლის ჩასმის მეთოდი ეჭვქვეშ დადგა. საკამათო ნამდვილად იყო. მაგრამ უბედურება აქ სხვა რამ არის, – ის, რომ ამ შემთხვევაში კრიტიკოსისა და სკეპტიკოსის მოსაზრებები მთლიანად გაიზიარა ოფთალმოლოგთა საკავშირო საზოგადოების თავმჯდომარემ. იმავე პოზიციას იცავდა საბჭოთა კავშირის ჯანდაცვის სამინისტროს მთავარი ოკულისტი. სრულიად ეთანხმებოდა მათ საბჭოთა კავშირის სამედიცინო მეცნიერებათა აკადემიის ოფთალმოლოგიის პრობლემური შემთხვევების კომისიის თავმჯდომარეც. მარტივად რომ ვთქვათ, ყველა ეს თანამდებობა ერთმა კაცმა მოიარა, – იმ სახელოვანმა და დამსახურებულმა მეცნიერმა, ვისი სტატიიდანაც ციტატა შემოგთავაზეთ, – ის თავიდანვე ეწინააღმდეგებოდა ექიმი ფიოდოროვის მეთოდს.

იბადება კი მსგავს კამათში ჭეშმარიტება?

ღმერთმანი, იმის თქმა ნამდვილად არ შემიძლია, რომ ფიოდოროვს მუდმივად ხელს უშლიდნენ. მთელი ამ წლების განმავლობაში ჩვენ ერთმანეთი არ გვინახავს, თუმცა ხანდახან ვწერდი ხოლმე. და ის ყოველთვის ნახულობდა დროს ჩემთვის პასუხის მოსაწერად. ხუთი წლის განმავლობაში წერილების მთელი დასტა დამიგროვდა, ძირითადად – მხნე წერილებისა.

«Мы ломим, гнутся шведы... – მწერდა ერთ-ერთში ფიოდოროვი, – ჩვენი საშტატო ერთეულები შევსებულია..

ქიმიკოსიც გვყავს, ძალიან საქმიანი მექანიკოსიც. მექნიკოსად ა.მ. კარანი გავაფორმეთ. ამას წინათაც აქ იყო, საკუთარი კონსტრუქციის დაზგა ჩამოიტანა. ვფიქრობ, ძალიან გამოსადეგი დაზგაა.

კათედრაზეც კარგი კოლექტივი შეიკრიბა, კარგი ექიმები, სტუდენტები ოფთალმოლოგიური წრიდან. ჩვენმა ქირურგმა ვიტალი იაკოვლევიჩ ბიდილომ სულ ახლახანს აითვისა ოპერაციის სრული ტექნიკა, მაგრამ გამომგონებლობამაც გაიტაცა, რამდენიმე ახალი ინსტრუმენტი დაამზადა. ვიტალი ზახაროვი, სტუდენტი, ისე დახელოვნდა ბურღვასა და შედუღებაში, შტამპების დამზადებაში, რომ ჩვენ მას „სლესარ-ოფთალმოლოგი“ შევარქვით. ავადმყოფებიც გვეხმარებიან. ამას წინათ ჩვენს საავადმყოფოში ვიქტორ სმირნოვი მოხვდა (თუ გახსოვთ, მის შესახებ გწერდით – მესაათე) – ზოგადი ქირურგიის განყოფილებაში.... გუშინ კი ვეხდავ, უკვე ვალერიისთან ერთად ფუსფუსებს სახელოსნოში. ურალელმა ინჟინერმა (ცალმხრივი კატარაქტა ჰქონდა) ფოტოლაბორატორია მოგვიწყო, სტუდენტი ფიზიკოსი კი ქალაქ გორკიდან (მას უკვე გავუკეთე ოპერაცია) ოპტიკურ გათვლებს ასრულებს ჩვენთვის, ასპირანტი გოგონა ლენინგრადიდან კი სამეცნიერო სტატიებს გვითარგმნის ინგლისურიდან. კეთილი ადამიანების ძალიან უნამუსო ექსპლუატაციას ვეწევი...”

უკვე დიდი ხანი გასულიყო, რაც ჩემს გმირს მარტოხელა გამომგონებელი აღარ ერქვა. წერილებით თუ ვიმსჯელებთ, არხანგელსკში მას მხარს მთელი ინსტიტუტის კოლექტივი უჭერდა, პარტიის საოლქო კომიტეტიც, საოლქო აღმასკომიც, თქვენ წარმოიდგინეთ, მხარდამჭერები ჯანდაცვის საკავშირო სამინისტროშიც კი გამოუჩნდა, – ერთი სიტყვით, ფიოდოროვის ნაქცევა უკვე აღარ

იყო იოლი საქმე. მაგრამ ყოველი წინგადადგმული ნაბიჯი დიდი წვალეების, დაძაბულობის, თავდადებული შრომის შედეგად ეძლეოდა. და დღეს, როცა მის განვლილ გზას გადავხედავ, მეც კი მიკვირს, როგორ შეძლო ჩემმა ექიმმა ამ გზის ბოლომდე გავლა.

მაგრამ ხომ გაიარა...

ახლა კი ცოტა რამ „მავნებლობისა“ და „სარგებლის“ შესახებ.

ლენა პეტროვა უკვე მეათე კლასში სწავლობს, თვალში ჩასმულ ხელოვნურ ბროლზე უკვე აღარც კი ფიქრობს. ამ ცოტა ხნის წინათ ისევ ეწვია ფიოდოროვს: მეორე თვალზე კატარაქტა მოუშინიფდა. ფიოდოროვმა ახალი ოპერაცია გაუკეთა, მეორე თვალშიც ჩაუსვა ბროლი და ახლა, როგორც თავად ლენა მწერდა, „მთლიანად ხელოვნური გოგონა ვარ, რომელიც ორივე თვალით მშვენივრად ხედავს“. მე სხვა პაციენტებისგანაც ვიღებდი წერილებს. მ. ჩერნოუსოვი (არხანგელსკი): „ისევ ტრაქტორზე ვმუშაობ. თვალი არც მტკივა და არც მიწითლდება“; მ. კულიშენკო (კიევი): „ოპერაციის შემდეგ ოთხი წელიწადი გავიდა. ვხედავ ხის ზედაპირს, ქსოვილებს, მათზე უმცირეს ბუსუსებსაც კი“; ვ. გორბუნოვა (ყაზანი): „ოპერაციიდან მეოთხე დღეს, თვალზე სახვევი ამხსნეს, ყველაფრის ერთდროულად დანახვა მომინდა, და რაც პირველად დავინახე სუფთად, ეს ექიმი ფიოდოროვის სახე იყო“; პ. ლეტანიანი (ჩელიაბინსკი): „ყოველ დილით სიხარულით ვათვალეიერებ სამყაროს. ვიღებ ასანთის კოლოფს და ზედ ყველაფერს ვკითხულობ, ფაბრიკის სახელსაც კი. კომისიამ ისევ დამართო მემანქანედ მუშაობის ნება“...

როგორ შეიძლება იმის თქმა, რომ ფიოდოროვის მეთოდმა არ გაამართლა? რისკი არსებობს? რასაკვირველია არსებობს, როგორც ნებისმიერ ახალ საქმეში; ფიოდოროვს ორი უშედეგო თუ წარუმატებელი ოპერაციაც ჰქონდა (62-დან ორი): თვალზე ოპერაციის შემდეგ ანთება წავიდა, და ფიოდოროვს ბროლის ამოღებამ მოუწია. მაგრამ ჩვეულებრივ ოპერაციებსაც ხომ ახლავს თან გართუ-

ლებები, რომლებსაც – უკვე ოცი წელიწადია – მედიცინა ერთი და იმავე ტექნიკით ატარებს... ხელოვნურ ლინზაზე უარის თქმის მსოფლიო ტენდენცია? დიას, ზოგიერთ ქვეყანაში ეს ტენდენცია მართლაც შეინიშნებოდა, თუმცა მსოფლიოს უდიდესი ნოვატორი ოკულისტები: ჩოისი ინგლისიდან, ბინკჰორსტი ჰოლანდიიდან, ბარაკვერი ესპანეთიდან, რომლებთანაც ფიოდოროვი წერილობით ცვლის ინფორმაციას, მუშაობას აგრძელებენ. მათ უკვე ორი ათასზე მეტი ასეთი ოპერაცია ჩაატარეს. ვამთავრებ: სულ ცოტა ხნის წინ მოსკოვში, საბჭოთა კავშირის ჯანდაცვის სამინისტროში, განიხილებოდა მედიცინის მეცნიერებათა კანდიდატის, დოცენტ სვიატოსლავ ფიოდოროვის ნაშრომი. მე თავად ვესწრებოდი სხდომას და შემოძლია დარწმუნებით გითხრათ, რომ განხილვა სერიოზული, საქმიანი და კეთილგანწყობილი იყო. რასაკვირველია, განხილვაში მონაწილე მეცნიერებმა აღნიშნეს ნაშრომის ზოგიერთი ნაკლი, მაგალითად, კვლევის სუსტი ექსპერიმენტული ასპექტი, თუმცა ისიც თქვეს, რომ აუცილებელია ყველა პირობის შექმნა სწორედ ამ ასპექტის გასაძლიერებლად. მთლიანობაში კი გადაწყდა, რომ კვლევის ეს მიმართულება ნახალისდეს და კვლევები ყოველმხრივ განვითარდეს.

... დრო არ დგას ადგილზე. ამასობაში ხელოვნური ბროლის ჩასმის ოპერაცია უკვე ათასზე მეტ პაციენტს გაუკეთდა, „შორეული შედეგები“ უკვე თორმეტ წელიწადზე მეტხანს ითვლის. ლენა პეტროვა, ფიოდოროვის პირველი პაციენტი, უკვე მასწავლებელი თავისი სოფლის სკოლაში, გათხოვდა და ქორწილში, რასაკვირველია, ექიმი ფიოდოროვი ყველაზე საპატიო სტუმრად მიიწვია, კაცი, რომელმაც თვალის სინათლე აჩუქა. ფიოდოროვმა სადოქტორო დისერტაცია დაიცვა, პროფესორი გახდა და სათავეში ჩაუდგა დედაქალაქის ერთ-ერთი უმაღლესი სასწავლებლის კათედრას, მოსკოვში ერთ-ერთ უდიდეს კლინიკას ხელმძღვანელობს. ფიოდოროვის მოსკოვური კლინიკა აღჭურვილია უახლესი საოპერაციო მიკროსკოპებით, ტელე და რადიოსისტემებით, უახლესი ხელ-

სანყოებით. კიდევ რა გითხრათ? ფიოდოროვი მონაწილეობდა საერთაშორისო კონფერენციებში ჰოლანდიაში, ინგლისში, შეერთებულ შტატებში. ნიუ-იორკში, ჰოსპიტალში „მეიფლაუერი“ რამდენიმე ოპერაცია ჩაატარა. ბროლებიც კი საბჭოთა ჩაიტანა, ისეთები, რომლებზეც ოსტატმა პატარა ტექსტიც კი დაიტანეს. და როცა ამერიკელი ექიმები შეამოწმებენ ენ დილაბერტისა თუ ჯინ ეკგელის მხედველობას, რომელთაც ფიოდოროვმა თვალისჩინი დაუბრუნა, ბროლის კიდეზე ნახავენ წარწერას: «Сделано в СССР». 1965.

სავარჯიშო რიტორიკული ანალიზისთვის

- ა) გაეცანით ტექსტს და გააანალიზეთ იგი ლასველის, იაკობსონისა და ბერგერის სქემის მიხედვით;
- ბ) ჩასვით პასუხები მედიატექსტის რიტორიკული ანალიზის ცხრილში;
- გ) ზემოთ მოცემული ცხრილების დახმარებით დაწერეთ 500-700-სიტყვიანი ესსე რაბინდრანათ თაგორის რიტორიკის შესახებ.

აინშტაინისა და თაგორის დიალოგი¹:

1930 წლის 14 ივლისს აინშტაინი ბერლინში, საკუთარ სახლში მას-პინდლობდა ბენგალელ ფილოსოფოსს, მუსიკოსსა და ნობელის ლაურეატს რაბინდრანათ თაგორს. მათ შორის შედგა საუბრები იმ უძველეს შეუთავსებლობაზე, რომელიც იყო რელიგიასა და მეცნიერებას შორის.

ორ დიდ ადამიანს შორის გამართული დისკუსია გამოქვეყნდა 1931 წლის იანვარში;

თაგორი: ვიდრე შენ დაკავებული იყავი ორი უძველესი ერთეულის – სივრცისა და დროის კვლევის საკითხებით, მე ვკითხულობდი ლექციებს ადამიანის შინაგან სამყაროსა და ქეშმარიტების ბუნებაზე.

აინშტაინი: თქვენ გნამთ, რომ ღმერთი გამოყოფილია სამყაროსგან?

თაგორი: არა, იგი არაა გამოყოფილი, ადამიანის უსასრულო შინაგანი ბუნება აღიქვამს სამყაროს. შეუძლებელია რამე არსებობდეს, რაც არ გამომდინარეობს პიროვნულობიდან და ეს ამტკი-

¹ <https://www.mental.ge/2015/11/21/einstein-and-tagore/>

ცებს, რომ სიმართლე სამყაროს შესახებ არის ადამიანის პიროვნული სიმართლე.

აინშტაინი: არის ორი განსხვავებული შეხედულება სამყაროსა და ბუნების შესახებ: სამყარო მთლიანად დამოკიდებულია კაცობრიობაზე და რეალობა არსებობს ადამიანისაგან დამოუკიდებლად.

თაგორი: სწორედ მაშინ, როცა სამყარო ჰარმონიაშია ადამიანთან, ჩვენ აღვიქვამთ მის მშვენიერებას და ესაა რეალობა.

აინშტაინი: ეს ნმინდა ადამიანური კონცეფციაა სამყაროს შესახებ.

თაგორი: მთელი ეს სამყარო ადამიანური სამყაროა, მათ შორის მეცნიერული მოსაზრებებიც მეცნიერების პირადი დამოკიდებულებებია. სამყარო არ არსებობს ჩვენგან დამოუკიდებლად, იგი შეხედულებების სამყაროა, რეალობა პირდაპირ კავშირშია და სრულადაა დამოკიდებული ჩვენს ცნობიერებაზე. თუმცა ჩამოყალიბებულია მშვენიერებისა და გონიერების გარკვეული სტანდარტები, რომლებიც ქმნის ჭეშმარიტებას და ისინი ინდივიდის მარადიული სტანდარტებია, რომლებიც გამოცდილების შედეგად შეიქმნა.

აინშტაინი: მარადიული ინდივიდი ეს ადამიანური არსის რეალიზებაა.

თაგორი: დიახ, ერთი მუდმივი არსის. ამის გაცნობიერება საკუთარი ემოციებისა და ქმედებების ხარჯზე გვინევს. ჩვენ ვახდენთ უმაღლესი ინდივიდის რეალიზებას, რომელსაც არ გააჩნია არავითარი შეზღუდვა და აბსოლუტურად თავისუფალია ჩვენთვის ჩვეული ლიმიტებისგან. მეცნიერება ინტერესდება იმით, რაც არ შემოიფარგლება ცალკეული ინდივიდებით, ესაა უპიროვნო სამყარო. რელიგია კი ახდენს ამ სიმართლის აღქმას და აკავშირებს მას ჩვენს ღრმა შინაგან მოთხოვნილებებთან, აქ სწორედ ჭეშმარიტების ინდივიდუალური გაცნობიერება იძენს უდიდეს მნიშვნელობას. რელიგიას ჭეშმარიტებაში ღირებულებები შეაქვს. ჩვენ ვაყა-

ლიბებთ სიმართლედ ყველაფერ იმას, რასთანაც სულიერ ჰარმონიას ვგრძნობთ.

აინშტაინი: გამოდის, რომ არც სილამაზე და არც სიმართლე არ არსებობს ადამიანებისაგან დამოუკიდებლად.

თაგორი: არა.

აინშტაინი: ადამიანური არსებობა რომ შეწყდეს აპოლონი ბელვედერელი აღარ იქნება მშვენიერი?

თაგორი: არა!

აინშტაინი: გეთანხმები სილამაზესთან დაკავშირებით, მაგრამ არა ჭეშმარიტებასთან დაკავშირებით.

თაგორი: რატომაც არა? სიმართლის გააზრებაც ხომ ადამიანის გავლით ხდება.

აინშტაინი: მე არ შემიძლია ჩემი მოსაზრების დამტკიცება, მაგრამ ეს ჩემი რელიგიაა.

თაგორი: მშვენიერება მდგომარეობს სრულყოფილი ჰარმონიის მიღწევის იდეალში, რომელიც უმაღლესი არსებობაა. ჭეშმარიტება კი არის სრულყოფილი აღქმა უნივერსალური გონის. ჩვენ, ინდივიდები, ვუახლოვდებით მას საკუთარი შეცდომების, დაგროვილი გამოცდილებისა დარგახსნილი ცნობიერის წყალობით. სხვაგვარად როგორ წარმოგიდგენია სიმართლის შეცნობა?

აინშტაინი: დამტკიცება არ შემიძლია, რომ მეცნიერული სიმართლე ერთადერთი ჭეშმარიტებაა, რომ ადამიანების აღქმისგან დამოუკიდებლადაც არსებობს ობიექტური რეალობა, თუმცა ამის მყარად მწამს. პითაგორას თეორიები გეომეტრიაში ადგენს მიახლოებით ჭეშმარიტებას, რაც დამოუკიდებელია კაცობრიობის აღქმისაგან. ნებისმიერ შემთხვევაში, თუ არსებობს რეალობა ადამი-

ანისაგან დამოუკიდებლად, მაშინ უნდა არსებობდეს სიმართლე, რომელიც ამ რეალობას პასუხობს. თუ უარვყოფთ პირველს, მაშინ მოგვინევს უარვყოთ მეორეც.

თაგორი: უნივერსალურ არსებობაში გამოვლენილი ჭეშმარიტება არსებითად ადამიანური უნდა იყოს, სხვაგვარად, ჩვენ რისი გაცნობიერებაც არ უნდა შევძლოთ, იგი ვერასოდეს იქნება სიმართლე. რომ ავიდოთ მეცნიერული სიმართლე, იგი მიიღწევა ლოგიკის წყალობით და სწორედ იმ ადამიანური ორგანოს დახმარებით, რომელიც ფიქრებს წარმოშობს. ინდური ფილოსოფიის მიხედვით, ბრაჰმა არის აბსოლუტური სიმართლე, რომლის შეცნობაც ერთ დამოუკიდებელ, ინდივიდუალურ გონს არ შეუძლია და მას ვერც სიტყვებით აღწერ, იგი იქნება გაცნობიერებული მხოლოდ მას შემდეგ, რაც ინდივიდი საკუთარ უსასრულობაში შთაინთქმება. მაგრამ ამგვარი ჭეშმარიტება არ ეკუთვნის მეცნიერებას. იმ სიმართლის ბუნება, რაზეც ახლა ვდავობთ, არის გარესახე, ის, რაც ჩანს და ადამიანური გონისთვის მისაწვდომია. სწორედ ამიტომ ეს ადამიანური სიმართლეა, მას შეიძლება ვუნოდოთ ილუზია.

აინშტაინი: თქვენი კონცეფციის თანახმად, რომელიც შესაძლოა ინდური ფილოსოფიის საფუძველია, ეს არა ინდივიდების, არამედ მთელი კაცობრიობის ილუზიაა.

თაგორი: მეცნიერებაში ჩვენ ვემორჩილებით დისციპლინას, უარვყოფთ ყველა შეზღუდვას, რომელიც საკუთარმა გონმა დაგვინებს, ასეთი ფორმით ვუახლოვდებით ჭეშმარიტებას, რომელიც, საბოლოო ჯამში, გამოისახება უნივერსალური ადამიანის გონში. კაცობრიობა ერთიანობაა და მისი მთლიანი გონი ცდილობს ჭეშმარიტების რეალიზებას, ევროპული და ინდური აზროვნება ასეთი ფორმით ერთიანდება.

აინშტაინი: მთავარი პრობლემა აქ ისაა, არის თუ არა სიმართლე დამოუკიდებელი ცნობიერებისაგან.

თავორი: ის, რასაც ჩვენ ვუნოდებთ სიმართლეს, არის რაციონალური ჰარმონია რეალობის ობიექტურ და სუბიექტურ ფაქტორებს შორის, ორივე მათგანი კი მიეკუთვნება ზეადამიანს.

აინშტაინი: ჩვენ ვაკეთებთ რალაცეებს საკუთარი გონებით, თუნდაც ყოველდღიურ ცხოვრებაში. გონება აღიქვამს რეალობას მისგან დამოუკიდებლად, მაგალითისთვის, შეიძლება სახლში არავინ იყოს, მაგრამ ის მაგიდა იმავე ადგილზე რჩება, სადაც დავტოვეთ.

თავორი: კი, ეს რჩება ინდივიდუალური გონის გარეთ, მაგრამ არა უნივერსალური გონის გარეთ. მაგიდა არის აღქმადი ჩემ მიერ, ასევე აღიქმება იგივე სახის ცნობიერის მიერ.

აინშტაინი: თუნდაც არავინ იყოს სახლში, მაგიდა მაინც იარსებებს, მაგრამ ის უკვე შენი მხედველობის არეში არ იქნება. ჩვენ არ შეგვიძლია, ავხსნათ, რას ნიშნავს მაგიდის იქ არსებობა ჩვენგან დამოუკიდებლად. შესაბამისად, ჩვენი ბუნებრივი ხედვა ასეთია – რეალობა ადამიანისაგან დამოუკიდებლად არსებობს, თუმცა ამის დამტკიცება მეცნიერულად შეუძლებელია, მაგრამ ეს რწმენაა, რომელიც არავის აკლია, თვით ყველაზე პრიმიტიულ არსებებს. სიმართლეს ვუნოდებთ ზეადამიანურ ობიექტურობას. ეს შეუცვლელია ჩვენთვის, ესაარსიმართლე, რომელიც დამოუკიდებელია ჩვენი არსებობისგან, ჩვენი გამოცდილებისგან, ჩვენი გონისგან – ამდენად, არ შეგვიძლია ზუსტად ვთქვათ, ეს რას გულისხმობს,

თავორი: მაგიდა, როგორც ნივთი მხოლოდ გარესახეა, და თუ ადამიანის გონი არ იარსებებდა, ისიც შეწყვეტდა არსებობას. მაგიდის ფიზიკური რეალობა წარმოადგენს მბრუნავი ელექტრული ძალის ცენტრებს და, შესაბამისად, მიეკუთვნება ადამიანის გონებას. ჭეშმარიტების დადგენისას კონფლიქტია უნივერსალურ და ინდივიდუალურ გონს შორის. ეს უწყვეტი პროცესი მიმდინარეობს ფსიქოლოგიაში, მეცნიერებაში და ეთიკაში. ნებისმიერ შემთხვევაში, თუ არის სიმართლე, რომელიც აბსოლუტურად დამოუკიდებელია კა-

ცობრიობისგან, მაშინ ის ჩვენთვის საერთოდ არ არსებობს. არაა რთული ისეთი გონის წარმოდგენა, რომლისთვისაც მოვლენები მუსიკის ნოტების მსგავსად ვითარდება არა სივრცეში, არამედ მხოლოდ დროში. ასეთი სინამდვილე მუსიკალური რეალობის მსგავსი იქნება, რომლისთვისაც პითაგორას გეომეტრია ყოველგვარ აზრს დაკარგავს. არსებობს ფურცლის რეალობა, რომელიც შორსაა ლიტერატურული რეალობისგან. ჩრჩილის გონებისათვის, რომელიც ქალაქს შეექცევა, ლიტერატურა საერთოდ არ არსებობს, მაგრამ ადამიანური გონისათვის ლიტერატურა უდიდეს მნიშვნელობას იძენს. ზუსტად ასევე, თუ არსებობს რაიმე ტიპის ჭეშმარიტება, რომელსაც არ აქვს არც გრძნობისმიერი და არც რაციონალური კავშირი ადამიანის გონთან, ის დარჩება არაფრად, ვიდრე ჩვენ ვიარსებებთ ამ სახით და გვექნება ადამიანური გონება.

აინშტაინი: გამოდის, რომ მე მეტად რელიგიური ვარ, ვიდრე თქვენ.

თაგორი: ჩემი რელიგია ჩემს საკუთარ ინდივიდუალურ არსებობაში ზეადამიანურ ბუნებასთან და უნივერსალურ სულთან შერიგებაა.

სავარჯიშო რიტორიკული ანალიზისთვის

შეარჩიეთ თქვენთვის სასურველი სატელევიზიო რეკლამა და დაწერეთ 500-700-სიტყვიანი რიტორიკული ანალიზი ბერგერის მიერ მოცემული სქემის მიხედვით.

სავარჯიშო. პოლიტიკური კულტურები ტექსტში. ელიტიზმი და ინდივიდუალიზმი.

ანალიტიკური მიდგომა: იდეოლოგიური ანალიზი

ტექნიკა: თვისებრივი კონტენტანალიზი

დავალება:

1. გაეცანით ტექსტს;
2. მოძებნეთ ტექსტში ინდივიდუალიზმისა და ელიტიზმის პოლიტიკური კულტურების გამომხატველი კონსტრუქტები;
3. რა კონოტაციურ მნიშვნელობებს ატარებენ ისინი?
4. ერთმანეთთან შეაპირისპირეთ ინდივიდუალიზმისა და ელიტიზმის მატარებელი დისკურსული ნიშნები და დაადგინეთ ერთ-ერთი პოლიტიკური კულტურის დომინაცია ტექსტში.

ადამიანი-ჩრდილი

დირკ კურბიუვაითი, DER SPIEGEL, 25.5.2009 არავის გაუკეთებია გერმანიის ქრისტიან-დემოკრატიულ კავშირში ისეთი თავბრუდამხვევი კარიერა, როგორც ფილიპ მისფელდერს. იგი სწრაფად მიიწვეს მწვერვალისკენ, სანაცვლოდ კი კანცლერს საკუთარ თავს სთავაზობს, მუდამ მის განკარგულებაშია, მუდამ მის სამსახურშია.

ამბავი ადამიანზე პოლიტიკაში რუხი, მოღრუბლული დღე იყო, როცა ფილიპ მისფელდერმა შეება იგრძნო. იგი, ახალგაზრდული კავშირის თავმჯდომარე, იადე-ვეზერ-პორტის მშენებლობაზე გავიდა მდგომარეობის შესასწავლად. მალევე მოიწყინა. ნაცრისფერი ზღვა და ტალახიანი ქვიშა ყველგან ირგვლივ.

ოტო ვულფი, პენსიონერთა კავშირის თავმჯდომარეც, მასთან ერთად არის. შეიძლება ითქვას, საერთო გასვლა აქვთ, საერთო პარტიული ღონისძიება. მიდი-მოდინ სამშენებლო ქვიშასა და ტალახში, ლაპარაკობენ, ზღვის თავზე მოქუფრულ ღრუბლებს გაჰყურებენ. ანგელა მერკელის სატელეფონო კონფერენცია გაიხსენეს. მორიგი ღონისძიების შემდეგ ერთად იყვნენ ბისმარკის საფლავზე ვულფი და მისფელდერი, როცა კანცლერის უწყებიდან დაურეკეს. ანგელა მერკელი სატელეფონო კონფერენციას იწყებდა, თავის ერთგულ ჰილდეგარდ მიუღერთან სურდა კავშირზე გასვლა და ვერ ახერხებდა.

– ყველაფერი ჩართულია? – კითხულობდა მერკელი.

– სად არის ჰილდეგარდი? – მაღალი, აწივლებული ხმით გაჰკივის მისფელდერი, სამშენებლო მასალის პირამიდებსა და ნახევრად აყვანილ კედლებს შორის მერკელს აჯავრებს. ჩრდილოეთის ზღვიდან ქარი მოვარდა. უცებ ახარხარდა ორივე, მოხუციც და ახალგაზრდაც.

– ჰილდეგარდ! ჰილდეგარდ! – გაჰკივის ვულფი.

– ჰილდეგარდ! ჰილდეგარდ! – წინინებს მისფელდერი.

ისინი ხარხარებენ, ნელში იხრებიან, იკრუნჩხებიან. არაფერია მათთვის უმწეოდ გამყვირალ მერკელზე უფრო სასაცილო. ახარხარებულ სახეებზე ასაკი აღარ გაირჩევა. ისინი ახლა ბედნიერები არიან, თავისუფლები დაქვემდებარებისგან, რომელსაც მათგან პოლიტიკური სისტემა მოითხოვს; ქვეშევრდომობისგან, ხელქვეითობისგან, რომელსაც მათგან ანგელა მერკელი მოითხოვს; შეურაცხყოფისგან, დამცირებისგან, რომელსაც მისგან განიცდიან და სირცხვილისგან, რომელსაც საკუთარი თავის გამო განიცდიან. სიცილი წყდება. ისინი უბრუნდებიან საკუთარ სახეებს, საკუთარ ასაკს, საკუთარ როლებს. მისფელდერი ისევ მანქანაში ზის. რადიოდან მერკელის ნამდვილი ხმა ისმის. ოპელის თანამშრომლებთან

კანცლერის შეხვედრა პირდაპირ გადმოიცემა. მისფელდერი მობილურ ტელეფონს იღებს ჯიბიდან...

ასეთია მისფელდერი – ადამიანი პოლიტიკაში. აქამდე ყველაფერს კარგად ახერხებდა. არავის გაუკეთებია ასე ჩქარა კარიერა ქრისტიან-დემოკრატიულ კავშირში: იგი ახალგაზრდული კავშირის თავმჯდომარეა, ბუნდესტაგში ზის, კავშირის პრეზიდიუმის წევრია, პარტიული ძალაუფლების მწვერვალზე მასაც აქვს თავისი ადგილი. ჰელმუტ კოლს ადარებენ. ამბობენ, რომ შესაძლოა, ბუნდესკანცლერიც გახდეს. თუმცა ზოგი ამის გაგონებაზე სიცილით კვდება.

ხშირად ხედავენ მისფელდერს პარიზის მოედანზე. ბუნდესტაგიდან თავის ბიუროში ამ გზით მიდის. ცუდ ამინდში შავი პალტო აცვია, ქოლგა უჭირავს ხელში, მეორე ხელში – განუყრელი ყავისფერი ჩანთა. ირიბად გადაჭრის მოედანს, მიაბიჯებს ნელა, არაქათგამოცლილი. შორიდან მოხუცს ჰგავს. 29 წლის არის. ოცდაცხრიდან თექვსმეტი პოლიტიკაში იცხოვრა. რას ამსგავსებს ასე გატარებული ცხოვრება ადამიანს?

გასული ორი წლის განმავლობაში ბევრ შეხვედრაზე გამოვიდა სიტყვით, საკუთარ თავზე, საკუთარ როლზე და საქმეზე ილაპარაკა. მას ამ გამოსვლებისას არავინ უმაგრებდა ზურგს, არავინ ეგულეობდა პრეზიდიუმში დამცველი და მფარველი. პოლიტიკაში იშვიათად ხდება ასე. მისფელდერის ამბავი არის ამბავი სიტყვებზე, გადაყლაპულ და დავარცხნილ სიტყვებზე, რომლებიც კარიერას ემსახურებიან ან ანგრევენ; მის შინაგან ბრძოლაზე, მორჩილებასა და ბუნტზე. ეს არის ამბავი მისფელდერისა და მერკელის ურთიერთობაზეც... მერკელისა, რომლის ჩრდილიც არის მისფელდერი, რომელსაც განუწყვეტლივ თვალს ადევნებს და რომელსაც, სამწუხაროდ, შეუძლია გააბედნიეროს ან გააუბედუროს იგი.

18 დეკემბერი. ბერლინი. რესტორანი „Die Eselin von A“. მისფელდერი გახდა, 110-დან 98 კილოზე ჩამოვიდა. ჰელმუტ კოლს აღარ

ჰგავს. სიმსუქნე აბერებს. გამხდარი კი პატარა აბეზარ ბიჭს ჰგავს და არასოდეს ჰგავს იმ ასაკისას, რამდენისაც არის. იქნებ ოდესმე ბუნდესკანცლერიც გახდეს... ილიმის ირიბი ღიმილით უსიხარულო სახეზე, გაყინულ ნიღბად რომ ქცევია. ვინრო თვალეები აქვს, დიდი ყურები, მოკლე თმა. მონესრიგებულია, დავარცხნილი. მხოლოდ შუბლი აქვს მუდამ შეჭმუნული და უსწორმასწორო. მეგობრულია, იოლად საურთიერთო, ჭორაობს, იცინის, საკუთარ თავზეც კი – მეფე და ჯამბაზი ერთდროულად.

თევზს შეექცევა და ღვინოს აყოლებს. ერთი ჭიქა საკმარისია. პოლიტიკაში სუქდება ადამიანი... ყველგან ლუდით უმასპინძლებიან, ძეხვით, ნიდერზაქსებში – არყითაც... არა, კმარა... აღარ გასუქდება.

მონყენილობა პოლიტიკაში. მერკელი სოციალურ რეფორმებს ატარებს სოციალ-დემოკრატებთან ერთად. ქრისტიან-დემოკრატები კბილებს აღრჭიალებენ, მაგრამ ჩუმად არიან. ფრაქციის ხელმძღვანელი, ფოლკერ კაუდერი, თავის ხალხს ემუდარება, გონივრულად მოიქცნენ, ლოიალურები იყვნენ. მისფელდერი ამაზე ბრაზობს.

- ანგელა, გამადლობთ, რომ ხშირად მოდიხარ ჩვენთან ფრაქციაში, – კაუდერი მერკელს ელაქუცება მუდამ.
- ვერ ვგრძნობ განსაკუთრებულ მადლიერებას, – თავისთვის იღრინება მისფელდერი.

კაუდერი და მერკელი ერთად მღეროდნენ შობაზე: „ო, მხიარულო, ო, ბედნიერო...“

მისფელდერიც მღეროდა? რა თქმა უნდა, ისიც მღეროდა. მაშინ მისი ახალგაზრდული კავშირი აღფრთოვანებული იყო მერკელის რეფორმატორული თეზისებით, ლაიფციგური თეზისებით, რომელთაც ახლა უკვე ყავლი გაუვიდათ. არავინ ელოდა ახალგაზრდული კავშირის თავმჯდომარისგან ღია დაპირისპირებას, მაგრამ ზომიერი წინააღმდეგობა ყველასთვის მისაღები იქნებოდა.

მისფელდერი კი ასე მოიქცა: ხმა მისცა მერკელის რეფორმას ჯანდაცვის სისტემისთვის, მაგრამ არც შეუქია, არც გაუკრიტიკებია მერკელი, არც ყვითელ პრესაში ალაპარაკებულა, თუმცა ჟურნალისტები ემუდარებოდნენ, მიეცა მათთვის მასალა მერკელის წინააღმდეგ. არა, მისფელდერი ამას არ გააკეთებს. იცის, რასაც ამბობენ მასზე, ახალგაზრდული კავშირი დააძაბუნაო... თუნდაც ასე იყოს, თავად არ ჩახერგავს იმ გზას, რომელზეც უნდა იაროს და არ მოჭრის ტოტს, რომელზეც ზის. ისედაც უჭირს პარტიის თავმჯდომარესთან და ბუნდესკანცლერთან ურთიერთობა. ისე ჩაუქროლებს მერკელი, არც შეხედავს მისფელდერს. რახანია, მერკელს მასთან, როგორც პოლიტიკოსთან, არ უსაუბრია.

– რაზე საუბრობთ ხოლმე?

– ადამიანებს ვაფასებთ. ის მეუბნება, ვისზე რას ფიქრობს. მეც ჩემს აზრს ვეუბნები. ასე წარმოუდგენია მისფელდერს პოლიტიკოსების ნაყოფიერი საუბარი პოლიტიკაზე.

რამდენიმე დღის შემდეგ მანქანაში ზის და რიკლენჰაუზიდან ვალტროპში მიდის. უცებ ტელევიზიიდან ურეკავენ, ZDF-იდან, რამდენიმე სიტყვა უნდა თქვას სადაზღვევო რეფორმაზე. პარტიები კამათობენ ამ რეფორმაზე. მერკელი თავადაც მერყეობს. მისფელდერს არ უნდა, ვინმეს მხარე დაიკავოს. რაც ახლა მოხდება, პოლიტიკური კომუნიკაციის ტიპური ნიმუშია.

მანქანა სოფლის ქუჩაზე მიდის. მისფელდერი მოსასმენს ირგებს თავზე, თავის კავშირში რეკავს, ბერლინში. ბოლო ინფორმაცია უნდა მიიღოს თავისი ხალხისგან ამ დავის შესახებ.

– რა თქვა კანცლერმა? – ეკითხება თავისიანებს. მარჯვენა ხელში მეორე მობილური უჭირავს, სააგენტოების ინფორმაციას ამონმებს. 120 კილომეტრის სიჩქარით მართავს მანქანას. გადამღები ჯგუფი ვალტროპში ელოდება. საჭეს მარცხენა ხელით მართავს.

მანქანა ზიგზაგებს ხაზავს ტრასაზე, მაგრამ სწორი სიტყვები ახლა სიცოცხლეზე მეტს ნიშნავენ.

ყველაფერი რიგზეა, ვალტროპის მზიანი ცის ქვეშ დგას და ღია ეთერში ლაპარაკობს. ამბობს სრულიად არაფერს, უშინაარსო, ცარიელ სიტყვებს, რომლებზეც არავინ გაბრაზდება, რამდენიმე ახირებული მაყურებლის გარდა, რომელთაც არ სურთ საკუთარი სიცოცხლის თუნდაც რამდენიმე წუთის ფუჭად დახარჯვა.

მისფელდერს მესამე ტელეფონიც აქვს თან. მისი ცხოვრება ასეთია: ესემესები, იმეილები, ფეისბუქი, კომუნიკაცია, კომუნიკაცია... უსაზღვროდ და უკიდევანოდ, პაუზის გარეშე. სხვათა მიერ ნათქვამი სიტყვები მოედინებიან მისფელდერთან ყოველწუთიერად. ასევე ყოველწუთიერად გადასცემს მისფელდერი საკუთარ სიტყვებს ყველა მიმართულებით.

დრო პოლიტიკაში აღარ არის განგრძობადობა. მომხდარი მყისიერად იქცევა სიტყვად. მისფელდერის მობილური ვიბრირებს და მან იცის, რომ დადგა ახალი წუთი, ახალი მომენტი, რომელიც მისგან რეაქციას ითხოვს, ელის. მომენტების, ხდომილებების წუთიერება – ეს არის პოლიტიკა, და არა განგრძობადობა. არც არის განგრძობადობა ის, რაც მისფელდერს ესაჭიროება.

27 ნოემბერი, ბერლინი, კაფე „Einstein“. მისფელდერი საუზმობს. გახუხულ პურზე ლორი და ყველი უწყვია, ზემოდან კეტჩუპს ასხამს. მალე პარტიის ყრილობაა. ყრილობის პრეზიდენტის წევრობაზეა წარდგენილი მისი კანდიდატურა. ანგელა მერკელი წინააღმდეგია, მაგრამ იურგენრიუთგერსი, ნორდჰაიმვესტფალენის ხელმძღვანელი, სიამოვნებით აკეთებს ყველაფერს, რაც მერკელს არ სურს. პენსიონერთა კავშირიც ეხმარება, ოტო ვულფი. სხვა კანდიდატურა არ არის წარდგენილი, მაგრამ მისფელდერს გული კარგს არაფერს უგრძნობს. ნერვიულობს და სახე ემანჭება.

გასვლისას რაულ შტრუნცს შეეფეთა, ჰამბურგის სალამოს გაზეთის რედაქტორს. შტრუნცმა მასთან ინტერვიუ არ დაბეჭდა, თუმცა შიგ ბევრი არც არაფერი ეწერა. მისფელდერი იცინის. მედიის ენაზე ეს ნიშნავს, რომ ინტერვიუში მერკელი გაკრიტიკებული არ იყო. მისფელდერი მას აქებდა. მერკელის ქება ახლა ხელსაყრელია მისთვის. ისიც აქებს, სადაც ხელი მიუწვდება. და როგორ გრძნობს თავს ამ დროს?

– როგორც ჯამბაზი, – მეუბნება ქუჩაში, კაფე „აინშტაინის“ წინ, – როგორც პოფალა. სიმწრით იცინის და სულაც არ ჩანს მხიარული.

რონალდ პოფალა ქრისტიან-დემოკრატიული პარტიის გენერალური მდივანია და კანცლერის დაუზარელი მაქებარი.

2009 წლის 22 იანვარი. ისევ კაფე „Einstein“. ისევ ლორი და ყველი გახუხულ პურზე. მისფელდერი ძალიან კარგად გრძნობს თავს. გუშინ კანცლერმა დაიბარა. ახლა პრეზიდენტი და კანცლერს სჭირდება. დაიბარა და პოლიტიკაზე ილაპარაკეს, ანუ, როგორც ეს მისფელდერს ესმის, ვილაც-ვილაცებზე: პოლიტიკოსებზე, ჟურნალისტებზე, „შპიგელის“ ჟურნალისტებზეც, – სიამოვნებით ისრესს ხელებს მისფელდერი. უსაზღვროდ ბედნიერია. მაგრამ არ არსებობს პოლიტიკაში სტაბილური ბედნიერება... გეორგ ბრაუნს, მენარმეთა კავშირის თავმჯდომარეს, პენსიაზე აცილებდნენ. პარტიამ დიდი თავყრილობა მოაწყო და მისფელდერიც იქ იყო. განგებ გამოვიდა დარბაზიდან და ფოიეში დადგა, რომ დაენახათ, რომ ისიც აქ იყო. უცებ მერკელს მოჰკრა თვალი და ყველაფერი აერია. თუ მერკელი თბილად მიესალმება, მისფელდერის წონა პარტიაში გაიზრდება. თუ მერკელი ისე ჩაურბენს, რომ სალამსაც არ ეტყვის, რაც არაერთხელ მომხდარა, მისფელდერი ბევრ ქულას დაკარგავს თანაპარტიელთა თვალში. არა, უმჯობესია, ისევ დარბაზში დაბრუნდეს. ისე, კარგი იქნებოდა, ინდუსტრიის მამებს დაენახათ, ხელი ჩამოერთმიათ მისთვის... გამოადგებოდა. მისფელდერი დარბაზშია, მერკელიც შემოდის. ყველანი დგებიან და ტაშს უკრავენ. მისფელდერიც

უკრავს ტაშს, მიმოიხედავს, თითქოს ამბობს: „მიყურეთ, ტაშს ვუკრავ“. ჩვეულებრივი ღონისძიებაა, ჩვეულებრივი დღეა მისფელდერის ცხოვრებაში. მნიშვნელოვან ხალხს მოხვდა თვალში, მაგრამ მერკელის სახელობის ქულები ვერ დააგროვა.

ფილიპ მისფელდერი ბოხუმში გაიზარდა. მამამისი ხურო იყო. პოლიტიკამ მაშინ გაიტაცა, როცა გაიგო, არსებობდა ვიღაც ჰელმუტ კოლი, რომელიც გერმანელთა ერთიანობისთვის გზას ამზადებდა. ქრისტიან-დემოკრატთა ახალგაზრდულ კავშირში განვევრიანდა და თავმჯდომარეც გახდა. ისტორიკოსია, მაგრამ მისი ცხოვრება სააჩრევნო ბრძოლების რიტმში მიედინება კოლისთვის, მერკელისთვის, საკუთარი თავისთვის. ყველაზე დიდი სიამოვნებით პოლიტიკურ ბიოგრაფიებს კითხულობს. დაქორწინებულია, მალე მამა გახდება. საკუთარ შვილს ვერაფერს გადასცემს, პოლიტიკური ცხოვრების გამოცდილების გარდა.

რომ ჰკითხოთ, როგორ გაიკეთა ასე სწრაფად ასეთი ბრწყინვალე კარიერა, მხოლოდ ერთ რამეს გიპასუხებთ: ბეჯითი ვიყავი. მისფელდერი მუდამ გზაზეა, მუდამ მანქანაში ზის, ათიათასობით კილომეტრს გადის წელიწადში, მარტო ან თანაპარტიელებთან ერთად. 180 კილომეტრ/საათის სიჩქარით. გზაში ესემესებს წერს და იღებს, ახალ ამბებს კითხულობს. თანაკავშირელები შენობით ელაპარაკებიან, ასეთი წესია ახალგაზრდულ კავშირში. გაბრაზებით კი ბრაზდება, როცა საკუთარ თანაშემწეში ეშლებათ.

– მიყვარს პარტიული ღონისძიებები, – ამბობს მისფელდერი, მაგრამ არასდროს მქონია სურვილი, რომ ამ ღონისძიებებით გერმანიაში რამე უკეთესობისკენ შემეცვალა.

ასობით შეხვედრაზე ყოფილა, მაგრამ არცერთ მათგანზე არსობრივად არ უსაუბრია.

ერთხელ მითხრა: „არც პროგრამა მაქვს, არც თვალთახედვა“. გამომიტყდა: „არასდროს მქონია სურვილი, სამყარო უკეთესობისკენ შემეცვალა“. არ მალავს, რომ გამორიცხული არ არის, მისი უფლებამოსილების სფერო ოდესმე გაიზარდოს. ერთად ვახშობისას აღიარა: მე ძალაუფლებისთვის მეზრძოლი პოლიტიკოსი ვარ. არ მოიძებნება გერმანიაში მეორე პოლიტიკოსი, რომელიც ასე ღიად და უტიფრად განაცხადებდა თავისი უშინაარსობის, სიცარიელისა და ძალაუფლებისაკენ სწრაფვის შესახებ. მისფელდერი კომუნიკაციის სპეციალისტია, სხვა არაფერი იცის, სხვა არაფერი შეუძლია.

საგნობრივი და არსობრივი ცოდნა მეორე პლანზე მყოფი სპეციალისტების საქმეა – ამბობს მისფელდერი. ეს შრომის განაწილებაა. მას წინა პლანი ხვდა წილად. სიცარიელე თითქმის წარმატების წინაპირობაა. ვინც ბევრი იცის, ბევრს ფიქრობს და ორჭოფობს, მყარი შეხედულებები და პრინციპები აქვს, პრეტენზიები საკუთარი სიტყვების სანდოობისა და საფუძვლიანობისადმი. ძალაუფლება კი ბუნდოვან, არაფრისმთქმელ სიტყვებს მოითხოვს, რომ ვერავინ ჩაეჭიდოს, რათა ვერავინ გამოგედავოს, ვერავინ მოგთხოვოს პასუხი.

ძალაუფლების მოყვარული მისფელდერი არ ჰგავს კაცს, რომელსაც ძალაუფლების პყრობა შეუძლია. მხრებში მოხრილი, მოშვებულის, ნელი ნაბიჯით აედევნება პოლიტიკოსთა ჯგუფს. ჩუმად და ყველაზე ბოლო ლაპარაკობს. თუმცა, როცა საჭიროდ მიიჩნევს, ზუსტად და ხმამაღლა ამბობს სათქმელს. ეს ისწავლა პოლიტიკაში – თავდაჭერილობა. მისფელდერი შემგროვებელია და არა ფორმის მიმცემი. აგროვებს გამოცდილებას და შეგროვილით თავისი ოცნების, ძალაუფლებაზე ოცნების, სასახლეში შედის. მან მერკელის ყოველი ჟესტი იცის, ხმის ყოველი ტონი, ყოველი ჩალიმება, შეშფოთების გამომხატველი ნიშანი, ყოველი სიტყვის მნიშვნელობა. უყურებს, უსმენს და ისრუტავს... ისრუტავს მერკელს.

პრეზიდენტის სხდომაზე ისევ იკამათეს სამედიცინო დაზღვევის რეფორმაზე. მერკელმა ფრაქციის თავმჯდომარეს, ფოლკერკაუდერს, ჰკითხა, როგორ მიიღებენ რეფორმას დეპუტატებიო.

– არ დაგვთანხმდებიან, – უპასუხა კაუდერმა.

– მოდით, მისფელდერს ვკითხოთ, – თქვა მერკელმა, – ისიც ფრაქციის წევრია. როგორ მოიქცევიან დეპუტატები?

– ბოლოსდაბოლოს დაგვეთანხმებიან.

– ასე, ასე, – იბღვირება მერკელი.

– ცუდად მომექეცი, ძმაო, – საყვედურობს კაუდერი მისფელდერს სხდომის შემდეგ დარბაზიდან გასვლისას.

– ცხოვრებამ მასწავლა, პოლიტიკაში ცხოვრებამ, – ამბობს მისფელდერი, – ჩუმად ვარ და ვისმენ. მერკელს არ უნდა საკუთარი პოზიციის გამოთქმა. დასავლეთის რეგიონების ხელმძღვანელები ჩასაფრებულები არიან, ემინია. როცა საჭიროა, მის სათქმელს ვამბობ. მას შემდეგ, რაც ოპელის სესხის საკითხზე დავუპირისპირდი, აღარ მეგობრობს ჩემთან, აღარ მიბარებს და მესაუბრება, მაგრამ, როცა საჭიროა, ვახსენდება.

მისფელდერმა იცის, რომ მისი დრო ჯერ არ დამდგარა. არ აქვს იმედი, რომ უახლოესი არჩევნების შემდეგ, რომელიმე სამინისტროს ჩაიბარებს. არა უშავს, ჯერ ახალგაზრდაა, მოიცდის. მოიცდის და მოძებნის, სად არის სუსტი რგოლი ძალაუფლების ჯაჭვში, სად შეიძლება განწყვიტოს და ვის შეიძლება ჩაენაცვლოს. რომელი სამინისტრო დასუსტდება. სად მეტი შანსი ექნება. ერთი სიტყვით, მისი გეგმა ასეთია: ჩაუსაფრდება, დააკვირდება, მსხვერპლს შეარჩევს და უცაბედად შეუტევს, თავს დაატყდება, დაამარცხებს და მის ადგილს დაიკავებს. უფრო კეთილშობილური გეგმებითაც დაიარებიან ადამიანები

ცისქვეშეთში, მაგრამ, არც მისფელდერია ერთადერთი, ვინც ასეთ არაკეთილშობილურ გეგმებს დაატარებს გულით.

თუმცა ის ერთადერთია, ვინც ამაზე ღიად ლაპარაკობს. 2009 წლის 30 მარტი. რესტორანი „Trio“ ბრემენში. მისფელდერი დათრგუნულია. პოლიტიკა უგულო რამ არის. მისფელდერმა ახალგაზრდული კავშირი უნდა დააშოშმინოს, მაგრამ ამისთვის მადლობასაც არავინ ეტყვის. მერკელისთვის ეს მისფელდერის მოვალეობაა. არასდროს უთქვამს მისთვის: ბატონო მისფელდერ, კარგად იმუშავეთ.

– კანცლერის ყურადღება ჩვენთვის ვალუტაა, – მომიტხრობს იმის შესახებ, თუ როგორ დაითვლება და დაანგარიშდება ყურადღება, რომელსაც მერკელი ამა თუ იმ პოლიტიკოსს დაუთმობს. ორი ჭიქის შემდეგ აღარც უნდა მერკელთან შეხვედრა, მისი ყურადღება. ამბობს: ყველაფერი თეატრია.

4 მაისი. რესტორანი „Maxwell“ ბერლინში. ვახშამს ითხოვს და ორ ბოთლ ღვინოს. დაღვეის გუნებაზეა. ისევ გასუქდა, ისევ ჰელმუტ კოლს დაემსგავსა, 107 კილოგრამს იწონის. დღეს ჟურნალისტებს უთხრა უარი მერკელის წინააღმდეგ ინფორმაციის გაცემაზე. წინ არჩევნებია, არ შეიძლება. სხვები პროგრამებზე დაობენ, მისფელდერი და მისი კავშირი კი გაცხარებულ საარჩევნო რეჟიმში მუშაობს... მერკელისთვის, რა თქმა უნდა. წინა ორშაბათს მერკელს ელაპარაკა, სულ ორი წუთით. რამდენიმე წვრილი მონეტა ჩაუგდო მერკელმა გამონვდილ ქუდში. სულ ეს იყო.

ახლა მისფელდერი მერკელის მხარეზეა. ორი კვირის წინ ფრაქციის სხდომაზე 40 დეპუტატი დაუპირისპირდა მერკელს. მისფელდერი ადგა, სხდომიდან გასვლა უნდოდა, წამოდგა.

– სად მიდიხართ? – ჰკითხა მერკელმა.

– სხვა შეხვედრა მაქვს.

– დაჯექით, – მერკელმა სკამზე მიუთითა. მას მისფელდერის ხმა ესაჭიროებოდა. მისფელდერმა ხმა მისცა, რის შემდეგაც მერკელმა დაუდევარი უესტით ანიშნა, შეგიძლია ნახვიდეო.

– რატომ გექცევა ასე უპატივცემულოდ? – ეკითხებიან მისფელდერს ზოგიერთები, – რატომ აძლევ ნებას?

– სულაც არ მქონდა შეხვედრა, – იღრინება მისფელდერი, თითქოს ამით საკუთარი ღირსების რალაც ნაწილს გადაარჩენს, – როლანდ კოჰს მადარებენ. ჰგონიათ, რომ ყველაფრის გაძლება შემიძლია. ასე არ არის, არ შემიძლია.

თავი მხრებში აქვს ჩარგული, თითქოს დაპატიარავდა. მეჩვენება, რომ მეტი აღარ შეუძლია, მეტს ველარ გაუძლებს ბენვის ხიდზე ცეკვას, ველარ გაუძლებს ასეთ ცხოვრებას, სადაც არ არის ჰაერი, ნიადაგი, სტაბილურობა.

– ნეტავ მწერალი ვიყო, რა ბედნიერი ვიქნებოდი, – ოხრავს მისფელდერი. სულ არ ეხერხება წერა.

ისევ პოლიტიკაზე ალაპარაკდა. პოფალაზე ჭორაობს. აი, მისი სამყარო... ისევ დაიბრუნა, ანუ დაუბრუნდა მას. ამ სამყაროში ყველა ისეთი არ არის, როგორც მისფელდერია, მაგრამ ყველა ჰგავს რაღაცით ფილიპ მისფელდერს.

შემოდგომაზე სარკოზისტვის პოტსდამის მოედანზე შეხვედრის მოწყობა დაავალა მერკელმა, ესემესით გამოუგზავნა დავალება. მისფელდერმა ყველაფერი გააკეთა, ყირაზე იდგა... და აი, 10 მაისი, მისფელდერი მერკელს და სარკოზის ელოდება პოტსდამის მოედანზე. მოდიან, მერკელი ულიმის, ხელს ართმევს, შემდეგ სარკოზის მიუბრუნდება და უმალ ავინყდება მისფელდერი. მისფელდერი მერკელს და სარკოზის დაედევნება. ფოტოზე ისიც უნდა მოხვდეს. როგორც იქნა, ჩაეკვება, ილიმის, თითქოს ამაზე ბედნიერი არასდროს ყოფილა. ფოტოს გადაღების შემდეგ მერკელი ისევ არ დაე-

ლოდა, მისფელდერი ისევ მისდევს, იბრძვის, როგორც იქნა. მოიპოვა ადგილი, მის უკან. მერკელზე და სარკოზიზე ორჯერ მაღალია. მცველი გეგონებათ, ასე თავგამოდებით რომ არ ილიმოდეს. მცველები არ ილიმებიან. მერკელი ლაპარაკობს. მისფელდერი თავდავინწყებით უკრავს ტაშს.

რამდენიმე დღის შემდეგ ბერლინში პატარა ნვეულებაზე მხვდება. ბედნიერია, უსაზღვროდ ბედნიერი.

– მერკელმა პრეზიდენტის სხდომაზე შემაქო, – ამბობს, – ბევრი მაქო იმ შეხვედრის ორგანიზების გამო.

ბრწყინავს, როგორც სავსე მთვარე ნათელ ღამეში. საქმეები კარგად მისდის... პოლიტიკოსია...

სავარჯიშო. იდენტობითი კატეგორიები პოლიტიკურ დისკურსში

დავალება:

გაეცანით ხომსკის გამოსვლის ტექსტს.

ჯგუფში დისკუსიის შედეგად გამოჰყავით:

ა) რამდენად უკავშირდება ავტორის დისკურსი მითი-იდილიებისა და მითი-კოშმარების პოლიტიკურ დისკურსში გამოყენების პრაქტიკას? რატომ შეიძლება მივიჩნიოთ ავტორის დისკურსი მითების მსხვერვისკენ მიმართულად? რატომ არ შეიძლება მივიჩნიოთ ავტორის დისკურსი მითების მსხვერვისკენ მიმართულად? პასუხი დაასაბუთეთ;

ბ) რამდენ და რა იდენტობით კატეგორიებს მოიცავს ნაცვალსახელები „ჩვენ“ და „ისინი“? (მიუთითეთ ყველა შესაძლო კატეგორია და მიმართება);

გ) ამერიკული სახელმწიფოს დადებითი და უარყოფითი თვითკონცეფციები ხომსკის გამოსვლაში.

„რატომ ვძულვართ, როცა ჩვენ ასე კარგები ვართ?“

სიტყვა, წარმოთქმული ნოემ ხომსკის მიერ პენინსულას მშვიდობისა და სამართლიანობის ცენტრში, პალო ალტოში, კალიფორნია. 2002 წლის 22 მარტი

11 სექტემბრის შემდეგ, ამერიკული პრესის ნაწილი, განსაკუთრებით კი „უოლ სტრიტ ჯორნელი“ აკეთებდა იმას, რისი გაკეთებაც მართებდა: მათ დაიწყეს საზოგადოებრივი აზრის კვლევა ახლო აღმოსავლეთის რეგიონში. ისინი ცდილობდნენ, მოეძებნათ პასუხი ჯორჯ ბუშის საბრალოებელ შეკითხვაზე: „რატომ ვძულვართ,

გონარ სისასტიკეებს სჩადიოდა, აგრძელებდნენ მის მხარდაჭერას მაშინ, როცა იგი მასობრივი განადგურების იარაღს ქმნიდა, და არაფერი გაუკეთებიათ მის შესაჩერებლად, როცა იგი ქურთებს უღეტდა და მრავალი სხვა. მათ ეს ემასსოვრებათ მაშინაც, თუკი ჩვენ ვამჯობინებთ, ეს ყველაფერი ხალიჩის ქვეშ შევხვებით. სწორედ ამგვარი მიზეზების გამო ამბობენ ეს ადამიანები, რომ მათ სძულთ აშშ-ის პოლიტიკა, მიუხედავად იმისა, რომ თვითონ ამერიკის შიდა სისტემის ნაწილი არიან. და სწორედ ეს არის ერთ-ერთი პასუხი ჯორჯ ბუშის კითხვაზე. თუმცა ეს არ არის ის პასუხი, რომელსაც ინტელექტუალური ჟურნალების უმრავლესობაში წაიკითხავთ. იქ თქვენ წაიკითხავთ იმას, რომ ამ რეგიონში მცხოვრებ ხალხებს აქვთ „ცუდი კულტურები“, რომ მათ გლობალიზაციამ ისე ჩაუარა გვერდით, რომ მათ არც კი შეჰხებია, ან: ისინი ვერ იტანენ ჩვენს თავისუფლებასა და ბრწყინვალეობას, და სხვ.

იმ ადამიანებმა კი, ვინც სერიოზულად არის დაინტერესებული ამ საკითხებით, საერთაშორისო ურთიერთობების ან ახლო აღმოსავლეთის სპეციალისტები, – იციან, რომ ამ პასუხებში არაფერია ახალი. თქვენ შეგიძლიათ, დაბრუნდეთ უკან, ისტორიაში, რამდენად უკანაც თქვენ გნებავთ, და ამ პასუხებს ამ გზაზე ნახავთ. აქ [იგულისხმება შეერთებული შტატები – ხ.მ.] ცხოვრების ერთ-ერთი უპირატესობა ის არის, რომ შეერთებული შტატები წლების განმავლობაში ძალიან თავისუფალი ქვეყანა გახდა. არა ღვთისგან ნაწყობებულ-ნაბოძებად, არამედ ადამიანების განუწყვეტელი ბრძოლით, იგი არაჩვეულებრივად თავისუფალ ქვეყნად იქცა, უნიკალურადაც კი მრავალი გაგებით. ჩვენ შტატებში პოლიტიკის მალალ დონეზე დაგვეგმვის შესახებ უფრო მეტი ინფორმაცია გვაქვს, ვიდრე სხვა ნებისმიერი ქვეყნის შესახებ, მათ შორის ტონობით შეიძლება მოვიძიოთ მასალები, რომლებიც გვიჩვენებენ, როგორ მუშაობს პოლიტიკა და რას ფიქრობს მთავრობა.

ყველაზე ცხადი ადგილი და დრო ამის სანახავად არის 1958 წლის ჩანაწერები. ეს წელიწადი, მრავალ მიზეზთა გამო, გადამწყვეტი

წელი იყო შეერთებული შტატების საგარეო საქმეებისთვის. განსაკუთრებით კი ახლო აღმოსავლეთში იყო ეს წელი გარდამტეხად მნიშვნელოვანი, რადგან სწორედ ამ წელს გამოჩნდა ქვეყანა, სახელად ერაყი, რომელმაც დაარღვია ინგლისურ-ამერიკული კონდომინიუმი მსოფლიოს ენერგეტიკულ რესურსებზე. ეს უფრო ადრე კონსერვატიულ-ნაციონალისტურმა ირანმა სცადა, მაგრამ იქ აშშ-ისა და ბრიტანეთის მიერ პროვოცირებულმა სამხედრო გადატრიალებამ ყველაფერი ძველებურად დატოვა.

ერაყმა კი მართლა დაარღვია. და ეს მართლაც ძალიან დიდი მოვლენა იყო, დიდი აურზაურითა და სამხედრო ძალების მონაწილეობით – საქმე ლამის ბირთვული იარაღის გამოყენებამდე მივიდა. და თუ გსურთ, გაიგოთ, რას ფიქრობდა შეერთებული შტატები მაშინ, იმ ჩანაწერებში ეძიეთ.

და თუ ამას იზამთ, მაშინ ნახავთ, როგორ ეუბნებოდა პრეზიდენტი ეიზენჰაუერი საკითხის შიდა განხილვისას თავის ქვეშევრდომებს, რომ [მისივე სიტყვებით] არაბულ სამყაროში „სიძულვილის მთელი კამპანია ჩვენს წინააღმდეგ, ოღონდ არა მთავრობების, არამედ – ხალხის“. ნახავთ უსაფრთხოების ეროვნული საბჭოს, უმაღლესი დაგეგმარებითი და სათათბირო ორგანოს, ანალიზს, რომელშიც წაიკითხავთ, რომ არაბულ სამყაროში ამერიკას აღიქვამენ როგორც სასტიკი, გარყვნილი და კორუმპირებული რეჟიმების მხარდამჭერს, რომ, არაბული სამყაროს აზრით, ამერიკა ბლოკავს დემოკრატიზაციასა და განვითარებას, და ამას ამ რეგიონის ნავთობის რესურსებზე კონტროლის გამო აკეთებს.... და უსაფრთხოების საბჭო ამბობს, რომ ამ აღქმის საპირწონე აღქმის შექმნა ძნელია, რადგან იგი ზუსტია. ასევე ამბობს, რომ „ჩვენთვის ბუნებრივია, მხარი დავუჭიროთ სტატუს-კვო მთავრობებს, შევაფერხოთ ან თავიდან ავიცილოთ დემოკრატია და განვითარება, რადგან ჩვენ გვსურს კონტროლის შენარჩუნება რეგიონის ენერგეტიკულ რესურსებზე.“

ამრიგად, სახეზეა სიძულვილი ჩვენს წინააღმდეგ და ასევე სახე-ზეა ამის მიზეზები. არსებითად, ეს იგივეა, რაც აღმოაჩინა „უოლ სტრიტ ჯორნელმა“ 2001 წლის 14 სექტემბერს, და ყველამ იცის, რა ხდებოდა ამ ორ თარიღს შორის შუალედში.

აქ მცხოვრებ ადამიანებს ვერ გაუგიათ ის განსაკუთრებული მიზე-ზი, რომლის გამოც რეგიონის კეთილდღეობა დასავლეთში გაედი-ნება, ან „ჩაქცეული მუსლიმების“ ჯიბეებში, რომლებიც დასავ-ლეთთან თანამშრომლობენ, და არა მათკენ. ეს ჩამორჩენილ კულ-ტურას ასახავს – ასე ნაიკითხავთ შეერთებულ შტატებში გაკეთე-ბულ კომენტარებში. მაგრამ ამ აზრმა ვერ შეაღწია არაბულ სამყა-როში მცხოვრები ადამიანების ცნობიერებაში. ჯერაც ვერ.

და თუ გსურთ, გაიგონოთ ხმები ამ ქუპრის გარსის გარედან, მათი გაგონება ძნელი არ არის, ისინი გაგცემენ პასუხს, რატომ მიმდინა-რეობს სიძულვილის კამპანია ჩვენს წინააღმდეგ ან ახლა, ან რატომ მიმდინარეობდა 1958 წელს, და იმავე ხმებს გაიგონებთ მსოფლიო უდიდეს ნაწილში, სადაც ადამიანებს არ სურთ, იყვნენ ვილაცის ფე-ხის მტკვერი. მათ არ მოსწონთ ეს, და ამიტომაც ვძულვართ.

სავარჯიშო. იდეოლოგია და პოლიტიკური კულტურები მედია-ტექსტში

ანალიტიკური მიდგომა: იდეოლოგიური ანალიზი

საკვლევი ტექნიკა: თვისებრივი კონტენტანალიზი/ჩარჩონალიზი

გაეცანით ან. აგრანოვსკის ნარკვევს „ექიმ ფიოდოროვის აღმოჩენა“ (იხ. გვ. 213);

იმსჯელეთ, რომელ პოლიტიკურ კულტურას მიემართება მედიატექსტი და რატომ? დაასაბუთეთ თქვენი მოსაზრება.

სავარჯიშო. იდეოლოგია და პოლიტიკური კულტურები მედია-ტექსტში.

ანალიტიკური მიდგომა: იდეოლოგიური ანალიზი

საკვლევი ტექნიკა: თვისებრივი კონტენტანალიზი/ჩარჩონალიზი

გაეცანით ამერიკელი ჟურნალისტის გეი თალიზის მიერ დაწერილ ფრენკ სინატრას პროფილს /პორტრეტულ ნარკვევს („ესქუაირერი“, 1965)

<https://www.esquire.com/news-politics/a638/frank-sinatra-has-a-cold-gay-talese/>

იმსჯელეთ, რომელ პოლიტიკურ კულტურას განეკუთვნება აღნიშნული მედიატექსტი და რატომ. დაასაბუთეთ თქვენი მოსაზრება.

სავარჯიშო შემთხვევის ანალიზისთვის

დავალება:

1. შეარჩიეთ შემთხვევა და დაასაბუთეთ, რატომ შეირჩა კონკრეტული მოვლენა ან ფენომენი;
2. ჩამოაყალიბეთ რელევანტური კითხვა შემთხვევის ანალიზისთვის;
3. დაწერეთ დაწვრილებით გეგმა მოცემული თეორიული მასალისა და ცხრილების მიხედვით (1000 სიტყვა).

საგამოცდო დავალების ნიმუში

დავალება 1. როგორ გესმით კონსტრუქტი „ნიშნის სტრუქტურა“? რა ელემენტებისგან შედგება ნიშანი? (1 ქულა);

დავალება 2. დაასახელეთ სიტყვა „ჟანრის“ დენოტატ(ებ)ი მე-დიაში/ჟურნალისტიკაში (2 ქულა);

დავალება 3. დაადგინეთ შესაბამისობა (3 ქულა)

1. კურდღელი სწრაფად გაქრა მონადირის თვალთახედვიდან.

2. კურდღლის ქუდი ძალიან შვენოდა მას.

3. კურდღლის რაგუ მზარეულს ბრწყინვალედ მოემზადებინა.

4. მხოლოდ კურდღლები არიდებენ თავს სამხედრო სამსახურს.

ა) ცნების დენოტაციური (კონსტიტიუციური) მნიშვნელობა ;

ბ) ცნების მეტონიმიური მნიშვნელობა: მიუთითეთ მთელისა და ნაწილის კომპონენტები);

გ) კონოტაციური მნიშვნელობა; განმარტეთ კონოტაციური მნიშვნელობა.

ა) ___; ბ)___; გ) ____.

დავალება 3. დაადგინეთ შესაბამისობა (4 ქულა)

1. ცარიელი დენოტატი.

2. ერთელემენტიანი დენოტატი.

3. მრავალელემენტიანი დენოტატი.

ა) კენტავრი;

ბ) მაგიდა;

- გ) მზე;
- დ) დიდი ბრიტანეთი;
- ე) ალქაჯი;
- ვ) დევი;
- ზ) მთვარე;
- თ) ცხენი;
- ი) ქუდი/თავსაბურავი.

1) ____; 2) ____; 3) ____.

დავალება 5. წაიკითხეთ ნაწყვეტი რომანიდან „თეთრი კვადრატები“ და უპასუხეთ ტექსტის ბოლოში მოცემულ შეკითხვებს (5 ქულა)

მოგესალმებით! კეთილი იყოს თქვენი მოზრდნება გადაცემა „თეთრ კვადრატში“. დღეს ჩვენ ვსაუბრობთ რუსეთის შესახებ. ჩვენი დიადი, ფანტასტიკური და ბევრი გაგებით გამოუცნობი რუსეთის შესახებ, რომელიც, სიმღერის სიტყვებით რომ ვთქვათ, „მარადჟამ ამოუცნობი უცხო მოდგმისა ბრძენთათვის“, დღესაც სამართლიან კითხვებს აღძრავს არა მხოლოდ ამ, რბილად რომ ვთქვათ, ბრძენთა, არამედ ჩვენს თანამემამულეთა შორისაცლ აქ ლაპარაკი სერთოდ არ არის სახელმწიფო მონყობაზე. სკოლის მოსწავლემაც კი იცის, რომ რუსეთი ფედერაციული, დემოკრატიული სახელმწიფოა, რომელსაც ჰყავს პრეზიდენტი და პარლამენტი.

მაგრამ რა წარმოსახვებს იწვევს ჩვენი ქვეყანა ჩვენში? როგორად წარმოგვიდგენია ის ჩვენ? რა ასოციაციებს იწვევს?

მოდით, განვიხილოთ ეს თემა. ჩვენს თეთრ კვადრატულ მაგიდასთან დღეს, ტრადიციისამებრ, ოთხი მონაწილეა. ზოგი მათგანი თქვენთვის ნაცნობი სახეა. მაგრამ „თეთრი კვადრატის“ წესი ბრძანებს – მხოლოდ სახელი, მხოლოდ პროფესია. არავითარი წოდება, თანამდებობა, რეგალიები. მაშ, ასე: ირინა მუნიციპალიტეტის მოხელეა, იური – სამხედრო მოსამსახურე, ანტონი თეატრის რეჟისორია, ხოლო პაველი – ბიზნესმენი. გადაცემა „თეთრი კვადრატის“ ძვირფასო სტუმრებო, ყველას მხოლოდ ერთ კითხვას დავისვამთ: თქვენი აზრით, რას ჰვავს რუსეთი? გთხოვთ!

ირინა

... მე დავინწყებ. იცით, ჩემთვის რუსეთი, ალბათ, მაინც სიმღერაა. ცოტა არ იყოს, გულუბრყვილოდ ჟღერს, არა?... სიმღერა. სიმღერა. რუსული, ოდნავ სევდიანი, გრძელი სიმღერა. რომელიც ჯერ კიდევ ბავშვობაში მსმენია, როცა სიტყვების მნიშვნელობაც კი არ მესმოდა. ამ სიმღერას ჩემ გვერდით ღლინებდნენ. ზამთარი იდგა. მახსოვს სუსხი, გაყინული ფანჯრები ჩვენს პატარა ქალაქში... და ეს სიმღერა. როდესაც მესმის „რუსეთი“ – აი, როცა ამბობენ „რუ-სე-თი“, მახსენდება ის მელოდია, ის თრთვილი ფანჯრებზე, ბებია სამზარეულოში, კეთილი მეზობლები, თამაში, სკოლა, ოცნებები ათასგვარი, და ის ბავშვობისდროინდელი გრძნობა – აი, რომ გვაქვს ძალიან დიდი ქვეყანა, დიადი, მძლავრი, რომ სადღაც იქ, შორს არის მოსკოვი თავისი კრემლით და მაცხოვრის ტაძრით, და რომ ერთ დღეს, როცა გავიზრდები, მეც წავალ და ჩემი თვალით ვნახავ ამ ყველაფერს. სიმღერა კი არ წყდება ისევე, როგორც წინათ. და სანამ ის ჟღერს, სანამ მას მღერიან, იციან მისი სიტყვები, ახსოვთ მისი მელოდია, რუსეთიც იარსებებს.

ანტონი

ირინამ კარგად თქვა – სიმღერა, ბავშვობისდროინდელი სიმღერა, დაუფინყარი, რომელიც სიცოცხლის ბოლომდე მოგყვება. ჩემს შემთხვევაში ასეთი სიმღერაა „ცისფერი ვაგონი“, რომელმაც რალაცნაირად დაჩრდილა ყველა რუსული ხალხური სიმღერა, მიუხედავად იმისა, რომ ისინი იმღერებოდა ოჯახში, საბავშვო ბაღში... და მაინც, სწორედ ეს სიმღერა აღიბეჭდა მეხსიერებაში. თუმცა მინდა, ორიოდ სიტყვა ვთქვა არა სიმღერებზე, არამედ რუსეთის სახეზე. გამოგიტყდებით, რომ ჩემი წარმოდგენა ოდნავ განსხვავდება ირინას ხატებისგან.

მე ჩვენი ქვეყანა წარმომიდგენია უზარმაზარ, გიგანტურ, არაადამიანური ზომის ტილად, თანაც მყარად გაყინულ მდგომარეობაში, ღრმა ანაბიოზში მძინარე. მისი გარშემონერილობა ემთხვევა რუსეთის გეოგრაფიულ ზომებს: თავი და წინა ფეხსახსრები სადღაც ბელორუსიის საზღვრებთან მდებარეობს, ჩოპის მიდამოებში, ხოლო უკანა ნაწილი – სახალინის რეგიონში, წყნარი ოკეანის თავზე წამომდგარი. ზოგადად, ის ძალიან იშვიათად იღვიძებს, და მისი გამოღვიძება დიდი საჩუქარია ყველასთვის. ჩვენ ვცხოვრობთ ამ ყინულოვან ურჩხულზე, დავცოცავთ მის ზედაპირზე, გვაშინებს და აღტაცებაში მოყვართ მის უჩვეულო ფორმებს და ველით მის გამოღვიძებას. ველით მოუთმენლად, შიშითა და ძრწოლით. ზოგჯერ ათწლეულების განმავლობაში, როგორც, მაგალითად, ახლა...

იური

მე რუსეთი ყოველთვის გამოქვაბულს მაგონებს, ერთგვარ საიდუმლოთა გამოქვაბულს. უშველებელი, უსასრულო, წყვდიადით მოცული გამოქვაბული, სტალაქტიტებითა და სტალაგმიტებით დახუნძლული, ხვრელებით, ორმოებით, ბნელი ორმოებით, უძირო, თვალწვდენელი ორმოებით. თავად გამოქვაბუ-

ლი გარშემოუნერელია. და ამ გამოქვაბულში ინახება საგანძური. საგანძური, რომელიც ანათებს სიბნელეში. დააბიჯებ გამოქვაბულის უსწორმასწორო ზედაპირზე, სადაც ყოველ ნაბიჯზე საფრთხე გელოდება – შეიძლება დაეცე, ჩავარდე, მაგრამ წინ მკაფიოდ ხედავ მოციმციმე ნათებას. სწორედ ესაა მისი საგანძური. რუსეთის საგანძური. საგანძური კიაფობს სიბნელეში, გიხმობს თავისთან, და შენც მისკენ მიილტვი. განძი დიდია, ურიცხვი, უთვალავი...

პაველი

ორიგინალურობას ვერ დავიჩემებ და უბრალოდ ვიტყვი, რომ რუსეთი ჩემთვის ყოველთვის არის დაკავშირებული ბრძოლის პროცესთან. ბრძოლა გადარჩენისთვის, ბრძოლა საღი აზრისთვის, კომფორტისთვის, ერთგული მეგობრებისთვის, სიყვარულისთვის, ოჯახისთვის და ბიზნესისთვის, ბოლოსდაბოლოს. ყველა, ვინც დღეს შეიკრიბა ამ მაგიდასთან, საბჭოთა პერიოდშია დაბადებული, და მეტ-ნაკლებად ყველას ახსოვს იგი. ასე რომ, როცა ჩემმა ცოლმა გოგო გააჩინა, პირველი, რაც საბჭოთა ხელისუფლებამ გააკეთა, იყო ის, რომ გამოსტაცა მელოგინეს ჩვილი და გადაიყვანა პალატაში, სადაც დედებისთვის შესვლა შეზღუდული იყო. ასეთი ტრადიცია არსებობდა საბჭოეთში – ალბათ, ყველას ახსოვს, ვისაც გაუჩენია საბჭოთა დროს. სამშობიაროშიც ვერ შევედი. ჩვენ, მამები, წრეებს ვუვლიდით ირგვლივ სამშობიარო სახლებს, ფანჯრებში ვიცქირებოდით და ვცდილობდით რალაცის დანახვას. მერე უბრალოდ მივეცი სამი მანეთი ძიძას, რომ შეემშავა ჩემი ცოლი მეძუძურთა ოთახში ჩვენი ოლიას სანახავად. წარმოგიდგენიათ? დედა ფულს იხდის და ქურდით მიიპარება, რათა საკუთარ შვილს შეხედოს! ბრძოლა! ბრძოლა, რომელშიც თოთო ბავშვიც კი იყო ჩართული ცხოვრების პირველივე დღიდან. ყველაფრისთვის საჭირო იყო და არის კიდევ ბრძოლა. ყოველ

ნაბიჯზე დაბრკოლებების გადალახვა გინევს! აი, რა არის რუსეთი!

უბასუხეთ შემდეგ შეკითხვებს:

- ა) რა არის დენოტატი (ობიექტი, რომლის მნიშვნელობებიც განიხილება ტექსტში)?
- ბ) რა თანრიგის მნიშვნელობები ქმნიან ტექსტის შინაარსს? მოძებნეთ ტექსტში შესაბამისი გამონათქვამები და მაგალითებად მოიყვანეთ.
- დ) კონოტაციების მიერ შექმნილ სემანტიკური ასოციაციებს შორის რომელია, თქვენი აზრით, სტერეოტიპულად საყვარელი ხატი და რომელი ინდივიდუალური აღქმის ნაყოფი?
- ე) კონოტაციური მნიშვნელობების ნიმუშები აღნიშნეთ ემოციური მარკერებით: მოსანონი, დასაგმობი, სახუმარო, ირონიული, ცინიკური, ზიზლიანი.

დავალება 6. დაშალეთ მიკროსემურ ელემენტებად შემდეგი სიტყვები (6 ქულა)

ულაყი, ფაშატი, ხვადაგი, ძუენა, კაცი, ქალი, ბიჭი, გოგო

დავალება 7. გაიხსენეთ „ვაშლის“ კონოტაციური შინაარსი და დატვირთვა – ლიტერატურიდან და ისტორიიდან. ან: გაიხსენეთ „ვარსკვლავის“ კონოტაციური დატვირთვა კულტურაში. თქვენი არჩევით დაწერეთ მცირე ესსე (8 ქულა)

**დავალება 8. ნახეთ სარეკლამო რგოლი ლინკზე:
<https://www.youtube.com/watch?v=bzAex-m7xF4>**

შეასრულეთ ვიდეოკლიპის სემიოლოგიური და იდეოლოგიური (ფემინისტური თვალთახედვიდან) ანალიზი (10 ქულა).

ბოლოთქმა

სახელმძღვანელოს ავტორები ვაცნობიერებთ, რომ წიგნმა ვერ დაიტია კვლევის პროცესისათვის აუცილებელი ყველა კომპონენტი. ამიტომ მზად ვართ, გავითვალისწინოთ ყველა შენიშვნა და გავაგრძელოთ მუშაობა სახელმძღვანელოს მეორე წიგნზე, რომელშიც მეტი ყურადღება საკვლევ ტექნიკასა და პროცედურებზე იქნება გამახვილებული.

გამოყენებული ლიტერატურა

American Perspectives: The United States in the Modern Age. – Washington, D. C.: USIA;

<http://www.pub.whitehouse.gov/search/white-house-publications>

Berger, A. A. (2010) Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches. SAGE Publication, Los Angeles London New Dehli.

Berger, A. A. (2013) Media Analysis Technique. SAGE Publication, Los Angeles London New Dehli.

Burn, Andrew & Parker, David (2013). Analysing Media Texts, Routledge.

Fiske, J. (2010). Introduction to Communication Studies. Second Edition. Routledge.

Fiske, J. (2017). Introduction to Communication Studies. Third Edition. Routledge.

Edelman M. Constructing the Political Spectacle. – Chicago: University of Chicago Press, 1988.

H. Leslie Steeves and Marilyn Crafton Smith; "Class and Gender in Prime-Time Television Entertainment: Observation From a Socialist Feminist Perspective" (1987).

Joslyn R. Keeping Politics in the Study of Political Discourse // Form, Genre and the Study of Political Discourse. – Columbia (S. Car.): Univ. of S. Carol. Press, 1986.

Kress G. Critical Sociolinguistics // The Encyclopedia of Language and Linguistics / ed. R. E. Asher. – Oxford, New York: Pergamon Press, 1994.

Kress G. Ideological Structures in Discourse // Handbook of Discourse Analysis. Vol 4. – London: Academic Press, 1985.

Kress, G. (1985) Linguistic Processes in Sociocultural Practice. Deaken University Press.

Maisashvili, K. (2018) MEDIA SYSTEM AND RE-EVALUATION OF HISTORY IN GLASNOST-PERIOD GEORGIAN MEDIA 1989-90. European Journal of Political Sciences Studies. Volume 2, Issue 1.

McQuail, D. (2011). McQuail's Mass Communication Theory. SAGE Publication, London – New Dehli.

White M. D., Marsh E. E. Content Analysis: a Flexible Methodology // Library trends. 2006. N 1 (55).

Wimmer, R.D., Dominick, J.R. (2015). Mass Media Research: An Introduction.

არისტოტელე, „რიტორიკა“ (1981) რედ. აკაკი ურუშაძე, თარგ. თამარ კუკავა, თბილისი.

ბარბაქაძე, ცირა „ახალი რიტორიკის (ნეორიტორიკა) თეორიული საფუძვლები“, 2015.

ელექტრონული რესურსი mediapedia.ge

უცხო სიტყვათა ლექსიკონი (შემდგ. მ. ჭაბაშვილი) (1989) თბილისი.

ხათუნა მაისაშვილი, მაია გოგოლაძე, ლია ტოკლიკიშვილი (2015) Pax Georgiana. აფხაზური საკითხი ქართული პრესის დღის წესრიგში. 2002-2010. თბილისი. გამომცემლობა „შემოქმედი ანგელოზი“.

ხათუნა მაისაშვილი. გლასნოსტური ისტორიების კითხვისას. 2017.

ხათუნა მაისაშვილი. პოლიტიკური დიკურსის კონტენტანალიზი. თბილისი, 2015. Academia.edu

1. Шейгал Е.И. Языковой образ американского политика (по материалам культурологических словарей // *Americana*. Вып. 2: материалы международной научной конференции «Россия и страны Америки: Опыт исторического взаимодействия». г. Волгоград, 24-26 сентября 1997 года – Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 1998.
2. Шейгал Е.И. Структура и границы политического дискурса // *Филология – Philologica – №14*. – Краснодар, 1998.
3. Шейгал Е.И. Семиотическое пространство политического дискурса // *Политический дискурс в России – 3: Материалы раб. совещ. (Москва, 27-28 марта 1999 года) /Под ред. Ю.А. Сорокина и В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 1999.*
4. Шейгал Е.И. Язык и власть // *Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. – Волгоград: Перемена, 1999.*
5. Шейгал Е. И. Вербальная агрессия в политическом дискурсе // *Вопросы стилистики. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1999. – Вып. 28: Антропоцентрические исследования.*
6. Шейгал Е.И. Жанровое пространство политического дискурса. – 2010 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.filologija.vukhf.lt/5-10/doc/1.2%20Sheigal%20RED_VM.doc

ავტორები:

მაია ტორაძე, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი, სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი, ჟურნალისტიკისა და მასკომუნიკაციის მიმართულება, აკადემიური დოქტორი ჟურნალისტიკაში.

ხათუნა მათაშვილი, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი, სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი, ჟურნალისტიკისა და მასკომუნიკაციის მიმართულება, აკადემიური დოქტორი მასობრივ კომუნიკაციებში.

გამომცემლობის რედაქტორი

მაია ეჯიბია

დამკაბადონებელი

ხათუთა ბადრიძე

გარეკანის დიზაინერი

ნინო ებრალიძე

0179 თბილისი, ი. ჭავჭავაძის გამზირი 14

14, Ilia Tchavtchavadze Ave., Tbilisi 0179

Tel: +995 (32) 2250484, 6284; 6278

www.press.tsu.edu.ge

