

თეიმურაზ მებრეველი

საზღვარგატეთის
ქუჩნალისცვიკის ისცლტია

კლმუნიაცვიკი
ცვიქნლლღიღიღი

თეიმურაზ მებრეველი



საზღვრგატყთის
ქუტნალისცვიკის ისცლტია

კომუნისკაციუტი
ცყქნლლტგიუტი

პ.ბ.გ.

თბილისი

2007

70(100)(09)



ბიუსეტუალური აქტი
იხილეთ

ეროვნული
ბიბლიოთეკა

რედაქტორი ელისაბედ მეტრეველი
კორექტორი ნანა ჭულუხაძე
კომპ. უზრუნველყოფა მანანა ჯიხვიშვილი

საქართველოს
საბარძივლოს აკადემიის

საბარძივლოს აკადემიის
საბარძივლოს აკადემიის

საბარძივლოს აკადემიის
საბარძივლოს აკადემიის

F119.948
3

წიგნი გამოსცა „თეიმურაზ მეტრეველის ფონდმა“

საქართველოს აკადემიის
ეროვნული ბიბლიოთეკა

საბარძივლოს აკადემიის
საბარძივლოს აკადემიის

საზღვარგატოვის ქიქნალისცივის ისტორია

გაგათეხის აღმოსაენება



მისი ცხოვრების გზა უკვე საუკუნეებს მოიცავდა, როცა „დეილი გლობის“ გამომცემელმა ჯონ ბრაუნ ჰოჯემენმა ერთ-ერთ სარედაქციო თათბირზე ფრიად საგულისხმო სიტყვები წარმოთქვა: „...ნურც გაირჯებით ჩემი გაზეთისთვის მწერლების დასაქირავებლად. დიდ მწერლებს არ შეუძლიათ გაზეთისთვის წერა. ისინი ერთმანეთისთვის წერენ, თუმცა ჰგონიათ, შთამომავლობისთვის ვშრომობთო. მე ისეთები მინდა, დღევანდელი დღისთვის რომ წერენ და ხვალ ივიწყებენ ყველაფერს, რაც დღეს დაწერეს. მე „გლობისთვის...“ პროფესიონალები მინდა. საგაზეთო საქმე ხელოვნება კი არა, ხელობაა – ეს პროფესია თითქმის ისეთივე ძველია, როგორც... ერთი სიტყვით, ეს მეორე უძველესი პროფესიაა“.

თავი დავანებოთ დიდ მწერლებზე ნათქვამს – ისინი ერთმანეთისთვის წერენ, თუმცა ჰგონიათ, შთამომავლობისთვის შრომობენო. იმედია, მწერლები და, მით უფრო, დიდი მწერლები ჩვენზე უკეთ გაარკვევენ, რას ემართლებოდა მათ ბატონი ჯონ ბრაუნ ჰოჯემენი. ჩვენ ჟურნალისტიკას, კერძოდ, მის ისტორიას მივხედოთ და შევეცადოთ, წარსულის გათვალისწინებით უკეთ გავიგოთ მისი რაობა და ისიც, რამდენად იმსახურებს ის „მეორე უძველესი პროფესიის“ მქონე „არსების“ სახელს. ბოლოს და ბოლოს, ისიც გავიგოთ, საიდან მოდის და რამდენად „ძველია“ ის, როგორც პროფესია.

ბევრი მკვლევარი ირწმუნება, რომ ჟურნალისტიკა, სულ ცოტა, ძველ რომში მაინც დაბადებულა. ზოგი უფრო

მოკრძალებით იტყვის, მაშინ მისმა ჩანასახმა იჩინა თავი, ეს არის დრო, როცა იულიუს კეისარმა გამოსცა სენატის სხდომათა ოქმების, ეგრეთ წოდებული „acta senatus“-ის გამოქვეყნების ბრძანება. ეს ოქმები იმათ ჰგავდა, რაც ახლა პარლამენტის სხდომების ანგარიშებიდან ამოღებული ადგილებია. მალე აღმოაჩინეს, რომ მასალები ძალიან ცალმხრივი იყო და მხოლოდ სახელმწიფოებრივი მართვის საკითხებს ეხებოდა. ამ გარემოებამ გადააწყვეტინა ცეზარს, შეექმნა მეორე უწყება, რაც პერიოდული გამოცემების დამკვიდრების გზაზე გადადგმულ მორიგ ნაბიჯად იქცა. მისი თაოსნობით გაჩნდა ოფიციალური სამთავრობო ორგანო, რომელიც ყოველდღე გამოდიოდა, „ყოველდღიური უწყებანი“ (acta diurna publica, populi Romani). მასში ომის თეატრის ამბების გარდა აისახებოდა სახალხო ზეიმები და, საერთოდ, დღის უმნიშვნელოვანესი მოვლენები; საკმაო ადგილი ეთმობოდა საზოგადოებრივ და ლიტერატურულ საკითხებს, თვით რომის საზოგადოებაში მომხდარ ამბებზე შექმნილ პიკანტურ ანეკდოტებს. გაზეთის ყოველ ნომერს მრავალ ეგზემპლარად ამრავლებდნენ და მთელს იმპერიაში ავრცელებდნენ. სამწუხარო ის არის, რომ ჩვენამდე ერთმა მათგანმაც ვერ მოაღწია. მეცნიერები დიდხანს ვარაუდობდნენ, რომ ეგრეთ წოდებული „Fragmenta Dodwelliana“ ერთ-ერთი ასეთი უწყებათაგანი იყო, მაგრამ შემდგომ დოკუმენტურად იქნა უარყოფილი ეს მოსაზრება. სამაგიეროდ, რომაელ მწერალთა თხზულებებში წარამარა გვხვდება ამონაწერები ამ გაზეთიდან, რაც მისი შინაარსის სიმდიდრეზე მეტყველებს.

ჩვენ გვაქვს დამაჯერებელი მონაცემები იმისა თუ როდემდე არსებობდა პირველი ამგვარი გამოცემები. acta senatus გამოცემები ტიბერიუსმა აკრძალა, როცა სახელ-

მწიფო ღალატთან დაკავშირებული პროცესები გახშირდა და სენატში წარმოთქვამდნენ საბრალდებო სიტყვებს, რომლებიც არც ისე იშვიათად თავად იმპერატორს და მისი ოჯახის წევრებს შეეხებოდათ. *acta diurna*-მ კიდევ რამდენიმე ასეულ წელს გასძლო და შეწყდა რომის იმპერიაში გერმანელი ტომების შეჭრის დროს, მაშინ, როცა იტალიის ყველა კულტურული მონაპოვარი სავსებით გაცამტვერდა და მსოფლიოს მპყრობელი რომი ნანგრევთა გროვად გადაიქცა. შემდგომ იგივე გაზეთი ხელახლა გამოჩნდა ბიზანტიის სასახლეში, მაგრამ იქ მცირე ხანს იარსება და ძალიან მალე გაქრა უკვალოდ და სამუდამოდ.

როცა ევროპაში ხალხთა გადასახლების მძიმე ხანა დადგა, დევნილ კულტურას თავშესაფარი შორეულ აღმოსავლეთში, ჩინეთში, უნდა ეძებნა. სხვათა შორის, იქ განხორციელდა წიგნის ბეჭდვის სანდო მცდელობანი, რასაც უკავშირდება პირველი გაზეთის გამოჩენა პეკინში. გადმოცემის მიხედვით, გაზეთი ქრისტეს აქეთ 911 წელს გამოვიდა სახელწოდებით „კინგ-პაო“ („დედაქალაქის მაცნე“). ის დღესაც არსებობს და არის მსოფლიოს უძველეს გაზეთად მიჩნეული.

როგორც ცნობილია, ჩინეთის კულტურული განვითარება მალე შეწყდა და ამის გამო ჩინური პრესა მრავალი საუკუნით გაქვავდა ჩანასახ მდგომარეობაში. ჩინეთის კარჩაკეტილობა გამორიცხავდა ჩინური გაზეთებისა და, შესაბამისად, წიგნების გამოცემებთან დაკავშირებული ცნობების გავრცელებას სხვა ქვეყნებში. ამდენად, ევროპელ ხალხს დასჭირდა, სრულიად დამოუკიდებლად შეექმნა ყოველივე ეს თავიდან. როცა ხალხთა გადასახლების ორომტრიალი დასრულდა, როცა ევროპული ცხოვრება ხელახლა ჩადგა



კალაპოტში, მთავარ სავაჭრო ცენტრებში თავი იჩინა მთო-
 სოვნილებამ, შეეტყოთ ევროპული ცხოვრების უმნიშვნელო-
 ვანესი მოვლენები. გამოჩნდნენ ადამიანები, რომლებიც
 აგროვებდნენ ცნობებს უპირატესად ფოსტით და ნავსად-
 გურებში შემოსული ზომალდებისგან. ცნობებს წერდნენ
 განსაკუთრებულ ფურცლებზე, რომლებსაც შემდგომ ბაზრებზე
 არიგებდნენ ან ბარათების სახით აგზავნიდნენ ფოსტის
 მეოხებით.

შუა საუკუნეებში მთავარი სავაჭრო ცენტრი და
 მთელი ევროპის ახალი ამბების შემკრები პუნქტი ვენეცია
 იყო. აქ იყრიდა თავს ცნობები აღმოსავლეთზე, თურქეთის
 ომებზე, რომის პაპის სასახლეში მიმდინარე მოვლენებზე
 და ვენის საიმპერატორო კარზე. შეტყობინებათა სიუხვემ
 და მრავალფეროვნებამ, რაც ქვეყნიერების ყველა კუთხიდან
 მოედინებოდა, საჭირო გახდა სპეციალური ბიუროს შექმნა,
 სადაც მოხერხდებოდა მასალების სისტემატიზაცია და
 ხალხში გავრცელება. ბიურო ქალაქის ცენტრში დაფუძნდა
 და იქ მომზადებული წერილობითი ფურცლები (notize
 scriptte) იყიდებოდა წვრილ მონეტაზე – გაძეტაზე. ეს
 სახელი მერე თავად ფურცლებზეც გავრცელდა, რის გამოც
 იტალიასა და გერმანიაში გამოცემული ასეთი შეტყობი-
 ნებებიც გაზეთებად მოიხსენიებოდა, თუმცა გერმანიაში სხვა
 სახელწოდებებიც გაჩნდა: „Novo“, „Aviso“ და ა.შ., მაგრამ
 ყველაზე უფრო სიცოცხლისუნარიანი აღმოჩნდა „Zeitung“-ი,
 ფუძიდან Zeit – დრო (ასე შეიძლება, ალბათ, საქართველო-
 ში გაზეთ სიტყვის მაგიერ დამკვიდრებულიყო სიტყვები
 დროება, დრონი ან, სულაც, დროისი). გერმანიაში პოლი-
 ტიკური ცნობების გავრცელების უმთავრეს ცენტრებად
 იქცნენ ნიურნბერგი (ლუთერმა მას უწოდა „გერმანიის თვალი

და ყური, რომელიც ხედავს ყველაფერს და რომელსაც
ესმის ყველაფერი, რაც არასოდეს აღწევს პროვინციამდე“) შემდეგ აუგსბურგი, მაინის ფრანკფურტი, სტრასბურგი, ლაიფციგი და ვიტ-ტენბერგი. დასავლეთ გერმანიაში ასეთ მნიშვნელობას იძენენ ქალაქები ანტვერპენი, ბრესლავლი და სხვა. მალე საყოველთაოდ ცნობილი გახდა ლაიფციგში ფუტერების წერილობითი შეტყობინებები, რომლებიც გამოირჩეოდა შინაარსობრივი სიუხვით და ფაქტების გადმოცემის კეთილსინდისიერებით.

(გავიხსენოთ: „ეს პროფესია თითქმის ისეთივე ძველია, როგორც... ერთი სიტყვით, ეს მეორე უძველესი პროფესიაა“ და ვიფიქროთ, რამდენად შეეფერება ამგვარი შეფასება რომში, ჩინეთში, ვენეციასა თუ გერმანიაში გამოცემულ პირველ გაზეთებს).

ფუტერების ცნობილ ფირმას ლაიფციგში ურთიერთობა ჰქონდა ყველა კულტურულ სახელმწიფოსთან, წარჩინებულ პირებთან, თვით გერმანელ იმპერატორებთან და რომის კურიასთან. მოპოვებულ ცნობებს ამუშავებდნენ სავაჭრო სახლის დამწერთა ოთახებში, გადაჰქონდათ ცალკე ფურცლებზე და უგზავნიდნენ ხელმომწერებს, რომელთაც ერთი წლისთვის განსაზღვრული თანხა ჰქონდათ გადახდილი. იმდროინდელი განმარტებული ამბები, კერძოდ, ჟან შატელის თავდასხმა საფრანგეთის მეფე ჰენრიხ IV-ზე და იეზუიტთა ორდენის საქმიანობის მამხილებელი მასალები გერმანიაში ამ გაზეთით შეიტყვეს. 1568-1604 წლების გაზეთის კომპლექტები დაცულია ვენაში.

მაცნე წერილები, პირველ ყოვლისა, შედგებოდა პოლიტიკური და საეკლესიო ამბებისგან. მაგრამ ხშირად იწერებოდა „ბუნების სასწაულებზე“, სისხლის წვიმებზე, სასწაულ-

მოქმედ რელიკვიებზე, „ცის სურათებზე“ და ა.შ. ამასთან, ავტორთა პირადი აზრი არ ჩანდა, მათი განწყობაც მცირედ თუ გამოკრთებოდა, ისიც, უპირატესად, ნაამბობის ფაბულაში. ენა ძირითადად ლათინური იყო, რაც გაზეთს მისაწვდომს ხდიდა ყველა განათლებული ადამიანისთვის. მერე თანდათან ჩნდება ფრანგული და გერმანული ენები.

უწყებანის შემდგენლებს დროთა განმავლობაში ისეთი შემოსავალი გაუჩნდათ, რომ მათმა საქმიანობამ დამოუკიდებელი პროფესიონალური ხასიათი შეიძინა. ცნობილია, რომ მაღალი თანამდებობის პირები, სავაჭრო ფირმები და ქალაქები, რომლებიც იღებდნენ ამ წერილებს, ხელგაშლილად უხდიდნენ ჰონორარს თავიანთ კორესპონდენტებს.

მაშინ, როდესაც ნაბეჭდი გაზეთები ჯერ სიზმრადაც არავის ენახა, ზოგიერთი მაცნეწერილი დიდზე დიდ საზოგადოებრივ ინტერესს აღძრავდა. მათ ხშირად ერთვოდა სენსაციურობის შემცველი სათაურები: „სანდო უახლესი უწყება მასტრიხტიდან“ და ა.შ. (მერე მოსდევს ქალაქების ჩამოთვლა) (1579წ), „ქალაქ ბერნში მომხდარი არნახული წყალდიდობის გამაოგნებელი ცნობა. ცნობები საფრანგეთიდან და ა.შ. დაბეჭდილია ნიურნბერგში ნიკლას კნორისგან“. გვხვდება ლაკონური წარწერებიც: „უახლესი ცნობა მიუნსტერის ანაბაბტისტებზე. ვიტენბერგი, იოსიფ კლუგი, 1535წ.“

ყველაზე ძველი ფურცელი სახელწოდებით „ახალი უწყებანი“, რომელიც მიუნხენის „Holbibliothek“-ს ეკუთვნის, თარიღდება 1502 წლით და შეიცავს თურქთაგან მიტელების აღების ცნობას.

ოღონდაც სავსებით შემთხვევითი, ერთმანეთზე არაფრით დამოკიდებული შეტყობინებები უშუალოდ არ უკავ-

შირდება გაზეთს თანამედროვე გაგებით. ეს მხოლოდ, შეიძლება ითქვას, გვერდითი მოვლენებია ბეჭდვითი სიტყვის განვითარების პროცესისთვის.

მაცნეწერილების შესადგენად და გასავრცელებლად დროთა განმავლობაში შეიქმნა სპეციალური ინსტიტუტები, რომლებმაც გააერთიანეს ცნობების შეკრებისა და გავრცელების ფუნქციები, დააარსეს უამრავი ფილიალი. მათი თანამშრომლები, ეგრეთ წოდებული მაცნე-ორდინარები ან, უბრალოდ, ორდინარები, მთელ ევროპას მოედგნენ.

მე-16 საუკუნის ბოლოს, ტაქსისტური ფოსტის გამოგონების შემდეგ, ორდინართა ინსტიტუტმა გერმანიაში დაკარგა მნიშვნელობა. ნიურნბერგი თავის ორდინარებს საბოლოოდ 1685 წელს შეელია.

ამასობაში ნაწერმა შეტყობინებებმა თავისი დრო მოჰკამა, ამასთან, მათ აღარ წყალობდნენ მთავრობები, რომლებიც ვეღარ აკონტროლებდნენ გამოცემათა შინაარსს. ისინი ბევრგან მალე კანონითაც აიკრძალა. 1672 წელს ავსტრიაში მათი ადგილი ნაბეჭდმა გაზეთებმა დაიკავეს. გერმანული პრესის ისტორიის დასაბამი XVII საუკუნის დასაწყისშია.

გერმანია

უსამართლობა იქნება, ვიდრე გერმანული პრესის წარმოშობასა და განვითარებაზე დავიწყებდეთ მსჯელობას, არ გავიხსენოთ იოჰან გუტენბერგი, ვის სახელთანაც დაკავშირებულია უდიდესი აღმოჩენა კაცობრიობის ისტორიაში — წიგნის ბეჭდვა. იგი დაბადებული ჩანს მე-14 საუკუნის მიწურულს ანდა, სულაც, მე-15 საუკუნის დასაწყისში, გარდაცვლილა 1468 წელს. მე-15 საუკუნის შუა ხანებში მაინცში ის ბეჭდავს ეგრეთ წოდებულ 42-სტრიქონიან ბიბლიას.

ეს არის პირველი სრულმოცულობიანი ბეჭდური გამოცემა ევროპაში, აღიარებული ადრეული ბეჭდვის შედეგად.

ბარემ აქვე ვთქვათ, რომ 1629 წლის 1 აგვისტოს რომის კათოლიკური სარწმუნოების გამავრცელებელი საზოგადოების წევრმა აქილე ვენერიომ ხელი მოაწერა ურბან მერვისადმი „მიძღვნას“, რომელიც დაერთო ამ საზოგადოების სტამბაში გასავრცელებლად გამზადებულ ქართულენოვანი ნაბეჭდი ტექსტების ყველაზე სოლიდურ გამოცემას – „ქართულ-იტალიურ ლექსიკონს“.

ცნობილია, რომ რომში ქართული წიგნების გამოქვეყნების უშუალო მონაწილე იყო დასავლეთ ევროპაში თეიმურაზ I-ის ელჩი ნიკიფორე ირბახი, რომელსაც ქართველი მეცნიერები აიგივებენ ცნობილ სასულიერო მოღვაწესთან, ნიკოლოზ (ნიკიფორე) ირუბაქიძე-ჩოლოყაშვილთან (იხ. არნ. ჩიქობავა, ჯ. ვათეიშვილი, „პირველი ქართული ნაბეჭდი გამოცემები“, 1983 წ.).

ამ მცირე გადახვევის შემდეგ დავუბრუნდეთ იოჰან გუტენბერგის სამშობლოს, გერმანიას, და თვალი გადავაგვლოთ გერმანული პრესის განვითარების ისტორიას.

სამწუხაროდ, ვეღარ ხერხდება იმის ზუსტად დადგენა, როდის დასრულდა ხელნაწერი გაზეთების დრო და დაიწყო ბეჭდვა. ხალხთა გააფთრებულ ბრძოლებსა და მღელვარებებში XVII ასწლეულმა შთანთქა კულტურის ძეგლთა უზარმაზარი ნაწილი. პირველი ნაბეჭდი გაზეთებიც ამ ქარ-ცეცხლმა მოიყოლა. ისინი რომ ხელნაწერი გაზეთების ნაფუძარზე აღმოცენდა, არავისთვის არ არის საეჭვო, მაგრამ არაფერი ვიცით იმ დროზე, როცა ცხოვრობდა შორსმჭვრეტელი გონიერი გამომცემელი, ვინც პირველად გადაწყვიტა, სისტემაში მოეყვანა მიღებული შეტყობინებები,

დაებეჭდა ისინი და პერიოდულად გაეყიდა. ასევე არ ვიცით, ვინ იყო ის.

მიუხედავად ამისა, მაინც შეიძლება ასეთი გადასვლის შუალედური საფეხურის საკმაო სიზუსტით დადგენა. ავსტრიელი მიხაილ ფონ აიცინგი, რომელმაც ახალგაზრდობა ბელგიაში გაატარა, მას შემდეგ, რაც ცხოვრებაში არაერთხელ მოეცარა ხელი, 1851 წელს კიოლნში მოხვდა. 1853-ში მან შეადგინა სტატიების კრებული, რომელმაც დიდი ნიჭიერებითა და ერუდიციით ასახა კიოლნში გამართული სენსაციური კამათის პერიპეტეიები. ლაპარაკია კონფლიქტზე, რომელიც კურფიუსტის არქიეპისკოპოს ჰებგარდის კანონგარეშედ გამოცხადებით დასრულდა, მაგრამ მეტიმეტად დიდხანს კი გაიწელა. ბროშურას ერქვა კიოლნის ყრილობაზე მომხდარი შემთხვევების „Relatio Historica“, გამოცემას ისეთი წარმატება ხვდა, რომ აიცინგმა გადაწყვიტა, კვლავ განეგრძო დაწყებული საქმე.

1588 წელს ის თავის გამოცემას ზოგადპოლიტიკური ამბებითაც ამრავალფეროვნებს. იმდენად, რამდენადაც ასეთ ბროშურებს ფრანკფურტის ბაზრობების დროს უშვებდნენ, ხალხმა მათ „საბაზრო უწყებებიც“ შეარქვა.

რაკი გამოცემები შეიცავდა თანამედროვე გაზეთებისთვის დამახასიათებელ ბევრ ნიშანს, ისინი თამამად შეიძლება მივიჩნიოთ ამ უკანასკნელთა უშუალო წინამორბედებად, ხოლო მიხაილ ფონ აიცინგი გერმანული პრესის ფუძემდებლად.

აიცინგს მალე – 90-იანი წლების დასაწყისში გამოუჩნდნენ მიმდევრები კონრად ლაუტენბახის (ფსევდონიმი იაკუბუს ფრანკუსი) და მაურერის სახით.

აიცინგის პირველი უწყებებიდან პირველი გერმანული ნაბეჭდი გაზეთების გამოშვებამდე არანაკლებ ოცმა წელმა განვლო. ვერც ამ პირველმა გაზეთებმა მოაღწია ჩვენამდე, მაგრამ ცნობილია, რომ ერთი პირველთაგანი გამოდიოდა სტრასბურგში, მეორე, როგორც ჩანს, აუგსბურგში. ამათგან რომელი უფრო ძველია, არავინ უწყის. ორივე გაზეთის პირველი ნომრები 1609 წელს განეკუთვნება, მაგრამ აშკარაა, ისინი გაცილებით ადრე დაარსდა.

სტრასბურგის გაზეთი, რომელიც ინახება ჰაიდელბერგის უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკაში, ასეა დასათაურებული: „შეტყობინება (Relation) ყველა გამორჩეულ და ღირსშესანიშნავ მოვლენაზე, რაც მოხდა ზემო და ქვემო გერმანიაში, საფრანგეთში, იტალიაში, შოტლანდიაში, ინგლისში, ესპანეთში, უნგრეთში, პოლონეთში, ვალახეთში, მოლდავეთსა და თურქეთში ახლანდელ 1609 წელს. ყველა ცნობა დაბეჭდილია იმ სახით, როგორითაც მივიღეთ“.

სათაურს მთელი პირველი გვერდი უჭირავს. მას მოსდევს წინასიტყვაობა, რომელიც ცნობილ წიგნების გამოცემელს იოან კაროლუსს ეკუთვნის. აქ ვხვდებით მეტად ფასეულ მითითებას იმაზე, რომ „Ordinarii avisa“-ს შედგენა გაგრძელდება განვლილი წლების მაგალითების მიხედვით“. ამრიგად, ცხადი ხდება, რომ 1609 წლის კომპლექტი მხოლოდ გაგრძელებაა ძველი გამოცემისა.

იმავე ხანებში სხვა გაზეთი, ჩანს, აუგსბურგში გამოდის: „Avisa“ -- უწყება ანდა გაზეთი იმაზე, რაც მოხდა გერმანიაში, ესპანეთში, ნიდერლანდში, ინგლისში, საფრანგეთში, უნგრეთში, ავსტრიაში, შვედეთში, პოლონეთსა და ყველა პროვინციაში, ოსტ-ინდოეთში და სხვა. მიღებულია 15 იანვარს, დაბეჭდილია 1609 წელს“.

ბუნებრივია, მაშინდელ გაზეთებს არ ჰქონდათ მკაცრი პერიოდულობა, მაგრამ, როცა ერთი გამოცემა უქმდებოდა, ცდილობდნენ, სხვას განეგრძო მისი საქმე. ამის თვალსაჩინო ნიმუშია ეტინგენში 1625 წელს გამოსული გაზეთი სათაურით „აუგსბურგის გაზეთის გაგრძელება“. ეს გამოცემები, სხვათა შორის, გარეგნულადაც კი ჰგვანან ერთმანეთს.

პირველი გაზეთები შედგებოდა მხოლოდ და მხოლოდ ისეთი კორესპონდენციებისგან, რომელთაც ერთმანეთთან არაფერი აკავშირებდა და დაწერილი იყო მშრალი, მძიმე ენით. ავტორი, როგორც წესი, იფარგლებოდა საქმის ფაქტობრივი მხარით. ძალიან იშვიათად გამოხატავდა თავის პირად აზრს ანდა პოლიტიკურ პლატფორმას. მძიმე ცენზურა, რომელიც ტვირთად აწვა გერმანიის გონებრივ ცხოვრებას, არ იძლეოდა აზრის თავისუფლად გაცვლის საშუალებას. პარტიული პოლემიკა ჰამფლეტურ ლიტერატურაში თუ იჩენდა თავს. მშრალი, თხრობითი ტონი გრძელდება გერმანულ პრესაში მთელი XVII ასწლეულის განმავლობაში. თვით მთელი გერმანიის ამაფორიაქებული ისეთი მოვლენები, როგორებიც იყო მაგდენბურგის დაქცევა, ბრძოლა ლიუტცენტანს, ვალენშტაინის მოკვდინება, გადმოცემულია ჩვეული ინდიფერენტულობით.

ქვეყნის ხელისუფლებამ ამ ღროისთვის უკვე კარგად გაიაზრა პრესის დიდი ზეგავლენა მასებზე და ყველაფერს აკეთებდა, რათა მისი გაკონტროლება შეძლებოდა.

გარეგნულად გაზეთი ისევ ძალიან ჰგავდა წიგნს, ბეჭდვას უამრავი ნაკლი სდევდა თან, ქალაქი უმეტესწილად უხარისხო იყო. საერთოდ მიღებული წესით გაზეთი კვირაში ერთხელ გამოდიოდა.

ფაქტია, მე-17 საუკუნეში პერიოდულმა პრესამ მოიცვა გერმანიის ყველა ნაწილი, მაგრამ განუწყვეტელმა ომებმა ძალიან შეუშალა ხელი მის განვითარებას. ასევე შეაფერხა ეს პროცესი ხალხის განათლებულობის უკიდურესად დაბალმა დონემ, მაგრამ პრესა უკვე იქცა ცხოვრების განუყოფელ ნაწილად. 1697 წელს ჰამბურგში გამოდის წიგნი „გაზეთის კითხვის სარგებლიანობაზე“, რომელშიც კკითხულობთ: „ვისაც სურს, ცხოვრება აზრიანად წარმართოს, ვისაც სურს, იყოს საზოგადოების ღირსეული წევრი და მონაწილეობა მიიღოს მის სახელმწიფოებრივ, სავაჭრო და სამოქალაქო მოღვაწეობაში, ის მოვალეა, დაინტერესდეს გაზეთებით; ის უნდა კითხულობდეს მათ, უნდა დაიმახსოვროს და აწონ-დაწონოს წაკითხული; უნდა ჰქონდეს უნარი, საქმეში გამოიყენოს იგი“.

● გერმანიას ღრმა ჭრილობები მიაყენა 30-წლიანმა ომმა. ეკონომიკა დაეცა, ხალხს უკიდურესად უჭირდა, მთავრობები მას არაფრით ეხმარებოდნენ. ასე გრძელდებოდა XVIII საუკუნის პირველ მეოთხედში. რაც მთავარია, დაირღვა ხალხის პოლიტიკური ერთიანობის განცდა.

ეს ვითარება იცვლება მხოლოდ მას შემდეგ, რაც ისტორიის სცენაზე გამოდის ფრიდრიხ II. აქედან იწყება გერმანელთა ეროვნული თვითშეგნების გამოღვიძება და გაძლიერება. ყოველივე ამან, თავის მხრივ, გამოძახილი პოვა პერიოდულ ლიტერატურაში, რომელმაც უფრო სერიოზული ხასიათი მიიღო. ოღონდაც სიანლე ჟურნალებს დაეცყო და არა პოლიტიკურ გაზეთებს, რომელთაც კვლავ ახრჩობდა ცენზურა. ფრიდრიხ II-მ შესანიშნავად გაიაზრა პრესის მნიშვნელობა ეროვნულ ცხოვრებაში და მინის-

ტრებს განუცხადა თავისი სურვილი, „ბერლინელ საგაზე-
თო მწერლებს“ მიეცეთ „შეუზღუდავი თავისუფლება წი-
ნასწარი ცენზურის გარეშე დედაქალაქის მოვლენათა ასახ-
ვის დროსო. ასე გრძელდებოდა მანამ, ვიდრე 1749 წელს
მეფე ომებში დიდ წარუმატებლობებს იწვნევდა. მაშინ ცენ-
ზურა კვლავ წინანდებურად გამძვინვარდა. ფრიდრიხ II
საკუთარი ხელით წერს საგაზეთო წერილებს და აქვეყ-
ნებს მათ, რათა განიმტკიცოს პოზიციები, შეიქმნას სასურ-
ველი სახელი, გაიმართლოს თავი.

ცენზურა კიდევ უფრო გამკაცრდა, როცა ფრიდრიხ
II ფრიდრიხ-ვილჰელმ II-მ შეცვალა. ამ პირობებში გერმა-
ნიის საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ცხოვრებაში განსაკუთრე-
ბულ ადგილს იჭერს ჰოლანდიური პრესა, რომელიც, არსე-
ბითად, მთელს ევროპას მოიცავს.

მე-18 საუკუნეში გერმანულმა პოლიტიკურმა პრე-
სამ მხოლოდ ერთობ მოკრძალებული ნაბიჯების გადადგმა
შესძლო განვითარების გზაზე.

● გერმანიის ხელახალი სულიერი აღორძინების ხანა
იწყება მას შემდეგ, რაც საბოლოო მარცხს განიცდის ნაპო-
ლეონი. ახალი ეროვნული ამოცანების განხილვა და გავრ-
ცელება იწყება პრესაში, პირველ ყოვლისა, გაზეთში „Rhei-
nischer Merkur“, რომელიც 1814 წლის იანვრიდან გამოდის
კობლენცში. სამწუხაროდ, მისი ისტორია მალევე დასრულდა
– 1816 წლის 3 იანვარს, მხოლოდ იმიტომ, რომ გერმანიის
მაღალი ხელისუფლების წარმომადგენლებს ხელს არ აძლევ-
დათ თავისუფალი აზრის გაძლიერება და განმტკიცება, გაზეთი
დაიხურა. სამაგიეროდ, 1819-ში იქმნება სამთავრობო გაზე-

თი „Allgemeine Preussische Staatszeitung“ (ახლანდელი ოფიციალური „Deutsche Reichs-Anzeiger“).

გერმანული პრესის განვითარებაში ახალი ეტაპი შექმნა მე-19 საუკუნის 40-იანმა წლებმა. 1848 წლის საფრანგეთის რევოლუციამ, ხატოვნად რომ ვთქვათ, ბორკილები ახსნა გერმანულ პრესასაც იმ საერთო-ეროვნული მოძრაობის წყალობით, რომელმაც მოიცვა მთელი ქვეყანა. როგორც ნაწვიმარზე სოკო, ისეთი სიმრავლით იზადებოდნენ გაზეთები, მაგრამ ზოგი სულ რამდენიმე კვირას თუ ძლებდა, ზოგი — რამდენიმე თვეს. მხოლოდ ცოტამ დაიმკვიდრა თავი ცხოვრებაში. განსაკუთრებული სიჭრელით გამოირჩეოდა ბერლინისა და ვენის პერიოდული ლიტერატურა.

უკვე დაბეჯითებით შეიძლება ითქვას, რომ ყველა დაბრკოლების მიუხედავად, 1848 წლის მარტის შემდგომ ხანებში გაზეთები ნამდვილად იქცა საზოგადოებრივი აზრის ტრიბუნად. გამოიკვეთა მათი პოლიტიკური ინტერესები და მიმართულებები. ამრიგად, პრესა გვევლინება სახელმწიფოებრივი ცხოვრების უმნიშვნელოვანეს ელემენტად. დადგა საგაზეთო ლიტერატურის მძლავრი განვითარების ხანა, რამაც თავისი კვალი დაატყო ბეჭდვითი სიტყვის ეკონომიკურ მდგომარეობასაც.

ბუნებრივია, რომ 60-იანი წლებიდან, როცა კვლავ შეიქმნა გერმანიის იმპერია, ახალი იმპულსი მიეცა ეროვნულ ცხოვრებას და უფრო მეტად გაიფურჩქნა გერმანული ჟურნალისტიკა. რად ღირს მარტო ის ფაქტი, რომ გერმანიის კულტურული ევოლუციის ნამდვილ სარკედ იქცა ძმები პეტელების მიერ 1874 წელს დაარსებული ჟურნალი „Die Deutsche Rundschau“ იულია როდენბერგის, მართლაც რომ, ბრწყინვალე ხელმძღვანელობით.

დაარსდა არაერთი ეგრეთ წოდებული მსუბუქად საკითხავი ჟურნალი (მოდი, კიდევ ერთხელ გავინსუნოთ ბატონ ჯონ ბრაუნ ჰოჯემენის სიტყვები: „ეს პროფესია თითქმის ისეთივე ძველია, როგორც... ერთი სიტყვით, ეს მეორე უძველესი პროფესია“ და ვიკითხოთ: რა უფრო მძლავრობს ჟურნალისტიკაში – ჯანსაღი საზოგადოებრივი ინტერესები თუ პირველი უძველესი პროფესიის ელემენტები?).

უამრავი ყოველკვირეული და პერიოდული გამოცემა, რომელიც უკანასკნელი საუკუნე-ნახევრის განმავლობაში გამოვიდა, მოწმობს გერმანული პრესის არნახულ გამრავალფეროვნებას და გაძლიერებას, რითაც იგი დღემდე გამოირჩევა.

ნიდერლანდი და ბელგია

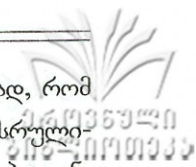
პირველი ჰოლანდიური გაზეთები ფეხდაფეხ მისდევნენ გერმანულებს. არ უნდა დავივიწყოთ, რომ ჰოლანდიაში ძალიან ადრე გავრცელდა წიგნის ბეჭდვა და მეტად მალე გამოიღო ბრწყინვალე შედეგები. უძველეს ჰოლანდიურ გაზეთად, რომელმაც ჩვენამდე მოაღწია, „ანტვერპენის ფურცელს“ მიიჩნევენ. იგი 1609 წლის სექტემბრიდან გამოდის „დაბეჭდილი კურანტიელი ძმები იანცების მიერ მისი უმაღლესობის მემკვიდრე უფლისწულის ბანაკში“. მასში გერმანული გაზეთების დარად და ფორმით შესულია ცნობა რომიდან, დათარიღებული 10 აგვისტოთი, ვენეციიდან – 9 აგვისტოთი, ვენიდან – 11 აგვისტოთი, პრაღიდან – 11 აგვისტოთი, მაინის ფრანკფურტიდან – 23 აგვისტოთი, და გადმონაბეჭდი „ნიდერლანდის უწყებებიდან“ – 30 აგვისტოთი. ოღონდაც, ჩანს, პირველი გაზეთი, რომელიც პერიოდუ-



ლად გამოდიოდა, იყო „Oprechte Haartemsche Courant“ ის, სხვათა შორის, დღესაც გამოდის. 1656 წლის 8 იანვრიდან მას მოჰყვა ავრაამ კასტელინის „ევროპის ყოველკვირეული უწყებანი“. რამდენიმე წლის შემდეგ სახელწოდებას დაემატა ეპითეტი „Oprechte“ – სანდო. 1737 წლიდან გაზეთი მემკვიდრეობით ერგო ენშედეთა გვარს და ახლაც მას ეკუთვნის.

ამის შემდეგ სხვა გაზეთებიც გაჩნდა ნიდერლანდის სხვადასხვა ქალაქში, მაგრამ ნამდვილ აყვავებას საგაზეთო საქმემ XVIII საუკუნეში მიაღწია, რაც უშუალოდ უკავშირდებოდა ევროპაში შექმნილ ახლებურ პოლიტიკურ და სახელმწიფოებრივ-სამართლებრივ ურთიერთობებს.

როგორც ცნობილია, კათოლიკური რეაქციის გამო, XVIII საუკუნის გერმანიასა და საფრანგეთში (თვით ფრიდრიხ II-ის აღსაყდრების შემდეგაც გერმანიაში) პრესას შექმნილი ატმოსფერო აზრჩობდა, არადა, ევროპაში პრესაზე მოთხოვნილება იზრდებოდა. სწორედ ეს ვითარება გაითვალისწინეს და გამოიყენეს ჰოლანდიელმა გამომცემლებმა. აქ იბეჭდებოდა ის, რაც იკრძალებოდა გერმანიაში და ბოლოს ისე მოხდა, რომ გერმანულმა პოლიტიკურმა პრესამ კარგა ხნით გადაინაცვლა ნიდერლანდში. „ნიდერლანდის რესპუბლიკა, მიუხედავად თავისი უმოქმედო და უნიათო მმართველობისა და „ასობით რეგენტისა,“ – ამბობს დროიზენი – პოლიტიკური ცნობების, მთარული ამბებისა და ტენდენციური გამონაგონის ერთგვარ მსოფლიო ბირჟად, ამასთან, იმ სულიერ ცენტრადაც წარმოგვიდგება, საიდანაც ევროპის საზოგადოებრივი აზრი მნიშვნელოვანწილად იღებდა თავის საზრდოს და მიმართულებას“. თანდათანობით მთელი დიპლომატიური მსოფლიო იწყებს



ჰოლანდიური გაზეთების გამოყენებას, იმის მიუხედავად, რომ მათში ხშირად ქვეყნდება ნახევრად გამოგონილი ანდა სრულიად არასარწმუნო ცნობები. გულმოდგინება, რომლითაც ჰოლანდიელი გამომცემლები თავიანთ როლს ასრულებდნენ, არაერთხელ ქცეულა მათზე „რეგენტების“ თავდასხმის საბაბად. ისინი გამოსცემდნენ სადამსჯელო „ელიქტებს“, მაგრამ, როგორც წესი, მალე ივიწყებდნენ და მუქარას არ ასრულებდნენ. ჰოლანდიურ პრესას განსაკუთრებით ეძღუოდა პრუსია, რომლის მიმართაც ჟურნალ-გაზეთებს დიდი სიმპათია არ ჰქონდათ და მხარს ავსტრიას უჭერდნენ. ვენის კარმა შეინარჩუნა ბევრი ძველი კავშირი ჰოლანდია-სთან, ამასთან, უხვად გასცემდა სუბსიდიებს ჰოლანდიური გაზეთებისთვის. საქმე ისე წავიდა, რომ პრუსიის მეფეს უჭირდა, თავისი ახსნა-განმარტება გამოექვეყნებინა სადმე.

საგულისხმოა, რომ მთელი განათლებული მსოფლიოსთვის გათვალისწინებული ამ გაზეთების ენა იყო არა ჰოლანდიური, არამედ ფრანგული – დიპლომატიურ ურთიერთობათა ენა.

ვენის კონგრესის დადგენილებით ბელგია 1815 წლიდან შეუერთდა ჰოლანდიას, გაერთიანდა ერთ სამეფოში. ამრიგად, პრესის განვითარებისთვის ბელგიაში ახალი ხანა დადგა. ამასთან, დიდი უკმაყოფილება გამოიწვია გაერთიანებამ ჰოლანდიასთან, ბევრი გაზეთიც, რომლებიც ფრანგულ და ფლამანდიურ ენებზე გამოდიოდა, შეუდგა სამეფოდან ბელგიის გამოყოფის პროპაგანდას. მთავრობის მხარდამჭერი გაზეთები პოლემიკაში აშკარად აგებდნენ, ამიტომაც დაარსდა კიდევ ერთი ოფიცოზი ბრიუსელში 1830 წელს – „Nationale“. რომელსაც სათავეში ჩაუყენეს გრაფი ლიბრი-ბანიანო. მართალია, მან გულმოდგინედ შეუტია ოპოზი-

ციურ პრესას, მაგრამ მასზე ამ უკანასკნელმა იმდენი მკვლევარ-მპრომატირებელი მასალა აღმოაჩინა, რომ ამით კიდევ უფრო განიმტკიცა პოზიცია. მთავრობამ ახლა მკაცრი კანონის წიღება სცადა, პრესის ერთსულოვნებამ კი ეს ცდაც ამაოდ აქცია, 1830 წლის აჯანყებამ ბელგია ისევ ჩამოაშორა პოლანდიას.

მას შემდეგ პოლანდიისა და ბელგიის გაზეთები ძალიან იშვიათად მიიპყრობენ ხოლმე უცხოეთის ყურადღებას.

ინგლისი

თავიდან ინგლისური პრესა გაცილებით უფრო ნელა კითარდებოდა, ვიდრე გერმანული, მაგრამ მალე გაუსწრო ამ უკანასკნელს და ახლაც ძველებურად მოწინავეობს. ეს უპირატესობა განაპირობა რამდენიმე ძირითადმა გარემოებამ: 1. ინგლისმა შედარებით მალე მოიპოვა დიდი პოლიტიკური მნიშვნელობა; 2. პრესის განვითარებას ხელი შეუწყო შიდა სახელმწიფოებრივი ურთიერთობების მოწესრიგებამ; 3. ინგლისელ გამომცემელთა ხელში აღმოჩნდა მნიშვნელოვანი პატერიალური სახსრები; 4. ქვეყნის დედაქალაქი, რომელიც ინგლისური ჟურნალისტიკის ცენტრად იქცა, მთელი ინგლისის მატერიალური და სულიერი ფასეულობების სრული კონცენტრაციის ადგილიც არის, განსხვავებით იმისგან, რასაც პარიზი წარმოადგენს საფრანგეთისთვის, ბერლინი კი გერმანიისთვის. ამ გარემოებათა წყალობით ინგლისში პრესამ გაცილებით ადრე მოიპოვა თავისუფლება, ვიდრე სხვაგან. მას შემდეგ, რაც დასრულდა აბსოლუტიზმის დამაკვიდრებელი სტიუარტების მმართველობა და დაიწყო ახალი ეპოქა, 1689 წლის თებერვალში პარლამენტმა შეძ-



ლო მიეღო ცნობილი Bill rights(3), რომელშიც, სხვათაშორის, აღიარებულია ყველა მოქალაქის უფლება, თავისუფლად გამოხატოს აზრი ზეპირად ან ბეჭდვითი სიტყვის საშუალებით. XIX საუკუნეში საბოლოოდ მოისპო ჯებირები, რომლებიც პრესის განვითარებას ზღუდავდა. 1851 წელს გაუქმდა გადასახადები პუბლიკაციებსა და განცხადებებზე, 1861-ში – საურავი საგაზეთო ქალაქებზე, 1881-დან – წესები, რომლებიც პასუხისმგებლობას აკისრებდა პრესას დიფამაციისა (სახელის გატეხისა) და უზუსტო ცნობების გავრცელებისთვის. ამიერიდან მცდარი ინფორმაციის გავრცელებისთვის სასამართლოში შეიძლება უჩივლონ არა გაზეთის თანამშრომელს, არამედ ორატორს, ვისგანაც მიიღო ინფორმაცია გაზეთმა.

ასე და ამრიგად, ინგლისური პრესა გარდაიქმნა სავსებით ჩამოყალიბებულ მძლავრ საზოგადოებრივ ორგანიზმად და სხვა ქვეყნებთან შედარებით მისი ზეგავლენა ეროვნულ ცხოვრებაზე შეუდარებლად მნიშვნელოვანი გახდა. ამან სიამაყით ათქმევინა ლორდ როსბერის: „...ინგლისური პრესა ჩვენ, პოლიტიკურ მოღვაწეებს, საიმედო ხელმძღვანელად გვევლინება; მისი მეოხებით ვიგებთ ერის სურვილებსა და იდეებს. პრესა ამ ორ საპასუხისმგებლო ფუნქციას რომ არ ასრულებდეს, ჩვენს პატივისცემას ვერ დაიმსახურებდა. დაე, ჩვენი ჟურნალისტების ლოზუნგი იყოს: “Be just and fear not!” (სიმართლით და მიუკერძოებლად!), იმდენად, რამდენადაც ინგლისური გაზეთები მხოლოდ ამ იშვიათი თვისებებით დგანან ასე მაღლა ყველა დანარჩენთან შედარებით“. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ინგლისში არ არის ოფიციალური პრესა. საზოგადოებაში თავიანთი განსაკუთრებული მდგომარეობის წყალობით დიდი გაზეთების რედაქტორებს

აქტო ყველა საშუალება, რათა ყველაფერი შესანიშნავად იცოდნენ. ისინი საზოგადოებრივი ცხოვრების შუაგულში არიან და ამიტომ მშვენივრად მოეხსენებათ, რა ხდება და რა მზადდება. რედაქტორები გაურბიან ყოველგვარ შეჯახებას ადმინისტრაციასთან, რადგან არ სურთ, მოექცნენ მის გავლენაში. მეორე მხრივ, ძველი ტრადიციის თანახმად, "Foreign Office" სრულ იგნორირებას უკეთებს პრესას.

მიუხედავად ამისა, ინგლისური პრესა მხოლოდ წარმოადგენს საზოგადოებრივ აზრს და არამც და არამც არ მოაქვს თავი მის ხელმძღვანელად. მონტაგლამბერი თავის წიგნში „Die Politische Zukunft Englands“ 50 წლის წინათ წერდა: „ინგლისური პუბლიკა თავის თავს უმაღლეს მსაჯულად მიიჩნევს და გაზეთები სუვერენული საზოგადოებრივი აზრის პატივისცემის გამო უნდა დასჯერდნენ იმ მსაჯულებისთვის დაქვემდებარებულთა როლს, რომელთაც ანგლოსაქსური გრძნობა გადაჭრით უკრძალავს, არათავაზიანად ან უხეშად მოეპყროს განსასჯელს ანდა დააბნიოს ის“.

ინგლისური პრესის ტიპურ თვისებად მიიჩნევა მისი ნაციონალისტური ხასიათი. მისთვის პირველ ადგილზე დგას ინგლისის სიდიადე, ძლიერება და კეთილდღეობა. საკუთარი თავის უპირატესობის გრძნობა, რაც აიძულებს ინგლისელებს, წარმოიდგინონ, რომ ისინი მთელს მსოფლიოში ყველაზე უკეთესები არიან, ზოგჯერ სასაცილოც კი ხდება. ჰაიდნი უიტმენი თავის ერთ წიგნში შენიშნავს: „კუპმანურობის მოთხოვნები კარგავს თავიანთ გარდაუვალობას, როგორც კი ისინი ეწინააღმდეგება ინგლისელების ინტერესებს. ეს, ახვათა შორის, ხელს არ უშლის ამ უკანასკნელებს, დაიმოწმონ ისინი, როცა მათთვის სასარგებლოა“.

ინგლისურმა გაზეთებმა სრულყოფილების მაღალ დონეს მიაღწიეს პირველ ყოვლისა მაუწყებელი ბიუროების შესანიშნავი ორგანიზებით, რაც ლონდონის დილის გაზეთებს საშუალებას აძლევს, მკითხველებს უმცირესი დეტალების გათვალისწინებით თვალწინ გადაუშალოს მთელი მსოფლიოს მდგომარეობის ამსახველი საერთო სურათი. ამასთან, რედაქციები დაკომპლექტებულია ბრწყინვალე თანამშრომლებით. მეცნიერები და პოლიტიკოსები სიამოვნებით აქვეყნებენ თავიანთ წერილებს გაზეთებში, რაც მნიშვნელოვნად განაპირობებს გამოცემათა ინტელექტუალურ დონეს. ხშირად მოწინავე სტატიები ჟურნალისტიკის ნამდვილ შედეგებად გვევლინება. ისინი ნათელი პოლიტიკური კონცეფციით გამოირჩევა. გაზეთებში პოლემიკა თითქმის სრულიად უარყოფილია, რადგან მის გამოუსადეგრობაში დიდი ხანია დარწმუნდა ინგლისური ჟურნალისტიკა. განსაკუთრებით საყურადღებოა გაზეთების ზოგადპოლიტიკური მიმოხილვის განყოფილებები, რომლებიც წარმართავენ დებატებს ყველაზე არსებით პოლიტიკურ საკითხებზე. კერძოდ, „Times“ („ტიმის“) ასეთ განყოფილებაში ერთმანეთის მიყოლებით იბეჭდება კონსერვატული და ლიბერალური სახელმწიფო მოღვაწეების კორესპონდენციები, რაც ხშირად სრულიად ახალ მიმართულებას აძლევს საკითხებს.

ბოლოს უნდა აღინიშნოს ინგლისური პრესის კიდევ ერთი თავისებურება, რაც ყველა უცხოელის ყურადღებას იპყრობს — ეს არის პიროვნებათა კულტი, რომელიც გამეფებულია ყველა გაზეთში. კულტი ეხება როგორც სამეფო სახლის წევრებს, ისე რომელიღაცა პატარა კაფე-მანტანების მომღერლებს. ყველა მიმართულების გაზეთები ყოველდღიურად აღწერენ მისი უდიდებულესობის ტუალეტს, მისი

მლაპის ფასონს, ჰალსტუხის ფერს, მის კარეტას, მის თავდა-
ჭერილობას ლოცვისას თუ ხალხში ყოფნის დროს. სასახ-
ლეში მომხდარ ყველა ამბავს ფართო კომენტარი ერთვის.
მკითხველს მოუთხრობენ მინისტრების, სპორტსმენების, არის-
ტოკრატთა, მსახიობების ცხოვრების ყველა წვრილმანს, ასევე,
სხვათა შორის, დამნაშავეთა და აფერისტთა საქციელზე, თუ
ისინი დედაქალაქის საზოგადოების ყურადღების ცენტრში
მოექცნენ. და ყველაფერი ეს გადმოიცემა მთელი კეთილ-
სინდისიერებით და სერიოზულობით.

ლონდონის მთავარი გაზეთების ყოველდღიური გა-
მომწვევები მეტად მნიშვნელოვანია, ზოგჯერ ისინი მილიონ
ეგზემპლარს აღწევენ, მაგრამ ხელმძღვრთაგან შემოსული
თანხა მეტად მწირია. “Times”-ის ნომერი, მაგალითად, სამი
პენი (12 კაპ.) ღირს, სხვები – ამაზე გაცილებით იაფი,
ზოგი სულაც ნახევარი პენი. უზარმაზარი შემოსავალი
შემოაქვს დიდ სარეკლამო და შრომის ბაზარს, გასართობი
ადგილებისთვის დათმობილ მთელ სვეტებს. დამატებითი
გვერდების მიუხედავად, გაზეთები ხშირად ვერ აუდიან ამ
მასალის გამოქვეყნებას.

საგულისხმოა, რომ დიდი ინგლისური გაზეთის
(“Standard”) წლიური მოგება 1 მილიონ 200 ათას მარკას
შეადგენს, – დღიური ხარჯი 17500 მარკაა, სუფთა მოგება
-- 4000 მარკა. მნიშვნელოვანია სხვა გაზეთების მოგებაც.

ინგლისური პრესის განვითარების დასაწყისი ძალიან
ჭკავს იმას, რაც გერმანიაში იყო. თავიდან აქაც ხელნაწერი
გაზეთები ვრცელდებოდა და მხოლოდ განსაკუთრებით მნიშ-
ვნელოვან შეტყობინებებს თუ ბეჭდავდნენ. პირველ ნაბეჭდ
ცნობებს, რომლებიც 1588 წელს გამოჩნდა ლორდ ბურ-
ლეის მიაწერენ. ეს ის დროა, როცა ინგლისის ნაპირებს



ესპანეთის არმადა მიადგა. გამოცემებს უკვე გაზეთის სახე ჰქონდა და სახელად „ინგლისური მერკური“ ერქვა. სამწუხაროა, რომ ჩვენამდე „ინგლისური მერკურის“ მხოლოდ ყალბმა ასლებმა მოაღწია.

როგორც ჩანს, მე-17 საუკუნის დასაწყისში მფრინავი ბეჭდური ფურცლები ძალიან გამრავლდა, ხოლო 1622 წელს ნამდვილი პირველი გაზეთი გამოჩნდა ლონდონში, ოღონდაც ის, არსებული რეჟიმის პირობებში და შექმნილ სოციალურ-ეკონომიკურ ვითარებაში, მკაცრი პერიოდულობით ვერ გამოდიოდა. ეს მოგვიანებით შეძლო ყოველკვირეულმა “The Weekly Courant”-მა. ამის შემდეგ ზედიზედ გამოდიოდა სხვა გაზეთებიც, მაგრამ ბევრი მათგანი ასევე ერთმანეთის მიყოლებით ქრებოდა. მათი უმრავლესობა შინაარსით მეტად მოსაწყენი იყო, ზოგს კი ერთობ უცნაური სახელი ერქვა. მაგალითად: „იდუმალი ზარნაშო“, „პარლამენტის ურჩხული“, „ადამიანი მთვარიდან“, „ყოველკვირეული გამომგონებელი“ და სხვა.

მკაცრი ცენზურა საშუალებას არ იძლეოდა, გაზეთებს პოლიტიკური ცხოვრება, კერძოდ, პარლამენტის სხდომები, აესახათ, ამიტომაც უფრო მეტ ადგილს უთმობდნენ მკვლევლობებს, უბედურ შემთხვევებს, „სასწაულებრივ მოვლენებს“. მასალებში ხშირად ახსენებდნენ ჯადოქრებს და სხვა წარმოუდგენელ უცნაურ არსებებს. ბეჭდავდნენ მოთხრობებს ბიბლიიდან.

ცენზურის პირობებს ყველა მკაცრად იცავდა, ან სხვა რა გზა იყო, როცა მათ დამრღვევს ციხე და თვით სიკვდილით დასჯაც კი ელოდა. სახელმწიფოს სათავეში კრომველის მოსვლის შემდეგ რეპრესიები რამდენადმე შემსუბუქდა, მაგრამ შარლ II-ის ხანაში ისევ ჩაკვდა ყოველ-

გკარი თავისუფალი აზრი. მეფე ამბობდა, რომ პოლიტიკური ახალი ამბების გამოქვეყნების უფლება მხოლოდ მეფითონ ჰქონდა. გაუქმდა ყველა გაზეთი, გარდა ერთისა. მისი დამფუძნებელი თავად ცენზორი როჟე ლ'ესტრანჟი იყო – (“Intelligencer” – 1663 წ.). შემდეგ ის კვირაში ორჯერ გამოდიოდა სახელწოდებით „ლონდონის გაზეთი“. პოლიტიკურ ამბებზე არც ამ გამოცემებში ძრავდნენ კრინტს და, საერთოდ, შინაარსობრივად ორივე მეტად ერთფეროვანი და მოსაწყენი იყო.

იაკობ II-ის დაცემით (1682) და ტახტზე ვილჰელმ III-ის ასვლით ბოლო მოეღო პრესის ასეთ საცოდავ არსებობას. 1702 წელს ლონდონში გამოვიდა პირველი ყოველდღიური გაზეთი “Daily Courant”-ი.

პოლიტიკურ გაზეთებთან ერთად XVIII ასწლეულის დაწყებისთანავე ჩაისახა ინგლისური ჟურნალისტიკის სხვა დარგიც ეგრეთ წოდებული მორალური ყოველკვირეულების სახით. ისინი თავდაპირველად ყურადღებას აქცევდნენ კულტურის საკითხებს, ზნეობის გამრყენელ წეს-ჩვეულებათა მზილებას და დიდ ადგილს უთმობდნენ ფილოსოფიურ მსჯელობას ღმერთზე, სულის უკვდავებაზე. შემდგომ მათ გაბედეს და პარლამენტის ავ-კარგზეც დაიწყეს წერა. პირველი ასეთი ყოველკვირეული – „თანამოსაუბრე“ გამოვიდა 1709 წელს. მასში გაჩნდა სვიფტის მიერ გამოგონილი გმირის, მისტერ ისააკ ბიკერსტაფის, ესკვაიერის იუმორით აღსავსე წერილები. ამ ჟურნალის მიღწევები შემდეგ კიდევ უფრო განავითარა მის ბალავარზე დაფუძნებულმა ახალმა გამოცემამ – „მაყურებელი“. მალე ასეთი პრესის წყალობით პარლამენტმა მიიღო გადაწყვეტილება, მისი სხდომები

დახურული აღარ ყოფილიყო და ჟურნალისტებს მისცემოდათ დარბაზში ყოფნის უფლება.

XVIII საუკუნის მეორე ნახევარში საზოგადოებრივი ცხოვრების აღმავლობამ დიდად შეუწყო ხელი ეროვნული ბეჭდვითი სიტყვის არნახულად განვითარებასაც.

ლონდონში აღმოცენდა მრავალი გაზეთი, რომელთაც შექმნეს ინგლისური პრესის განმსაზღვრელი სახე. პირველი ამათგანი იყო “Morning Chronicle”, რომელმაც უდიდესი ზეგავლენა მოიპოვა მთელს ქვეყანაში განსაკუთრებით მაშინ, როცა 1779 წელს ის მისტერ პერის ხელში გადავიდა. ამ დროიდან საქმეში სტენოგრაფისტების ჩართვამ მეტად საინტერესო და ცოცხალი გახადა პარლამენტის სხდომების ამსახველი მასალები. გაზეთმა ისეთი პოპულარობა მოიპოვა, რომ პერის გარდაცვალების დროს, 1821 წელს, ყოველწლიური სუფთა მოგება 240000 მარკას შეადგენდა. გაზეთის შემდგომი რედაქტორებიდან გამოირჩევა შოტლანდიელი ჯონ ბლეკი. სხვათა შორის, მისი რედაქტორობისას გაზეთის საპარლამენტო რეპორტიორი ხდება ჩარლზ დიკენსი.

მეცხრამეტე საუკუნის შუა წლებში გაზეთი, რომელმაც მიზეზთა გამო თანდათან დაკარგა პოპულარობა, გაუქმდა. იმავე ხანებში დაფუძნებულ გაზეთთაგან დღესაც განაგრძობს არსებობას “Morning Post”-ი, რომელიც სხვადასხვა დროს სხვადასხვა პოზიციას გამოხატავდა, ახლა კი ლონდონის არისტოკრატიული წრეების ინტერესებს ემსახურება.

მალე „მორნინგ პოსტის“ ძლიერ მეტოქედ მოგვევლინა “Daily Universal Register”-ი (1785 წლიდან), რომელმაც მცირე ხანში დაჯაბნა მეტოქე და დღესაც გამოდის

სახელწოდებით “Times”. „ტიმსს“ უდიდესი ზეგავლენა ჰქონდა და აქვს ინგლისის საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ცხოვრებაზე, იგი დამოუკიდებელია და გამოხატავს საზოგადოებაში გამეფებულ შეხედულებებს, რომელთაც დიდი ყურადღებით ეპყრობა ქვეყნის ხელისუფლება. წარმოსადგენადაც ძნელია, რამხელა გონებრივი და მექანიკური შრომა სჭირდება გაზეთის ყოველი ნომრის შექმნას.

„ტიმსი“ ყოველი დილის 5 საათზე გამოდის უზარმაზარი ზომით (60 სმ. სიგრძე, 45 სმ. სიგანე) და დაწვრილებით ასახავს განვლილი დღე-ღამის უმნიშვნელოვანეს მოვლენებს მთელს მსოფლიოში. მისი მოწინავე სტატიები ეყრდნობა უახლეს ცნობებს, ამასთან, ავტორების ვინაობა მკაცრად გასაიდუმლოებულია, თუმცა ყველამ იცის, რომ ისინი უთვალსაჩინოეს საზოგადო და პოლიტიკურ მოღვაწეთა კალამს ეკუთვნის.

„ტიმსის“ დაარსებიდან ერთი ათეული წლის შემდეგ ფუძნდება ორი ერთმანეთის კონკურენტი გაზეთი “Morning Advertiser” და “Globe”.

1846 წელს მსხვილი მარაგაკაპიტალის მქონე სააქციონერო კომპანიის საწყისებზე დაარსდა “Daily News”, რომლის პასუხისმგებელი რედაქტორი ჩარლზ დიკენსი იყო. სამწუხაროდ, დიდმა რომანისტმა ვერ შეძლო წარმატებით რედაქტორობა და გაზეთს მის ხელში ძალიან გაუჭირდა პირველ ყოვლისა ფინანსურად. სამაგიეროდ, მნიშვნელოვანი ფინანსური წარმატება ხვდა “Daily Telegraph”-სა და “Standard”-ს.

დიდ გაზეთებს სერიოზული დარტყმა მიაყენა XIX საუკუნის 90-იან წლებში ნახევარპენიანი ფურცლების გამოჩენამ. ეს, უპირატესად, ვულგარული ტონით დაწერილი,


ხშირად სენსაციური და დაუჯერებელი ამბებით სავსე, პოლიტიკურად სრულიად უგემოვნო და უღიმღამო გამოცემები დიდი რაოდენობით ვრცელდებოდა და ძალიან შეარყია პრესის ავტორიტეტი. საგულისხმოა, რომ ერთი ასეთი გამოცემაა 1896 წელს დაარსებული “Daily mail”-ი. მას მილიონამდე ხელმომწერი ჰყავს და გამოირჩევა გერმანიისა და ყოველივე გერმანულისადმი შეუფარავი ზიზღით.

ინგლისის მთავარ სატელეგრაფო სააგენტოდ მიჩნეულია 1851 წელს იული როიტერის მიერ დაარსებული როიტერის სააგენტო, რომელიც მნიშვნელოვნად აღემატება თავის მონათესავე დაწესებულებებს. სააგენტო, რომელშიც 600 თანამშრომელია, ემსახურება დაახლოებით 4000 გაზეთს.

დიდ ბრიტანეთში დღეს 2461 გაზეთი და ჟურნალი გამოიცემა, ამათგან ინგლისში 1881 გაზეთია, საკუთრივ ლონდონში 430 გამოდის, 1445 – პროვინციებში. უელსში 111 გაზეთია, შოტლანდიაში – 261, ირლანდიაში – 191, კუნძულებზე – 17.

საფრანგეთი

თავისი ხასიათით ფრანგული პრესა მკვეთრად განსხვავდება ინგლისურისგან. მართალია, საფრანგეთშიც დედაქალაქის გაზეთები განასახიერებენ მთელ ეროვნულ ბეჭდვით სიტყვას და იქნებ უფრო მეტადაც, ვიდრე ინგლისური, მაგრამ ისინი მაინც ვერ ქმნიან მძლავრ, შეკრულ ფუნდამენტზე დაყრდნობილ ორგანიზაციას, რის ერთადერთ ნიმუშადაც ლონდონის პრესაა გადაქცეული. საფრანგეთში სახელმწიფოებრივი წეს-წყობილებანი ინგრევა, საკანონმდებლო გარანტიები და ფინანსური უზრუნველყოფა ილუპება და ათობით გაზეთიც უკვალოდ ქრება. გადარჩენილ-



ბი იძულებული არიან, იმ ახალ მიზნებს მოერგონ, რომელთაც ახალი მმართველები მისდევენ. არც ისე იშვიათად მოულოდნელად და მკვეთრად იცვლება ხოლმე მთელი პარიზული ჟურნალისტიკის ფიზიონომია. ამდენად, იგი თავისი პოზიციების სიმყარით თავს ვერ მოიწონებს, სამაგიეროდ, მნიშვნელოვნად აღემატება ინგლისურს თავისი დახვეწილობით, გონებამახვილობითა და ტემპერამენტით.

ეროვნული გენიის ამ თვისებათა წყალობით ფრანგულმა პრესამ გაცილებით მალე გაიარა თავისი განვითარების საწყისი საფეხურები, ვიდრე გერმანულმა და ინგლისურმა. უკვე პირველი ფრანგული ფურცელი არ შემოიფარგლა ცნობების უბრალო გავრცელებით და შეეცადა, საზოგადოებაში გარკვეული იდეების მიმართ თანაგრძნობა აღედგინა. ამასთან, იგი ითვალისწინებდა სხვის გამოცდილებას. ბოლოს და ბოლოს, საფრანგეთთან შედარებით გერმანიაში 30 წლით ადრე გაჩნდა ნაბეჭდი გაზეთები.

პირველი ფრანგული გაზეთის დამაარსებელი ექიმი თეოფრას რენოდო იყო. პუატუს საგრაფოში მან იმთავითვე დაიმსახურა საყოველთაო პატივისცემა თავისი კაცთმოყვარეობით და შრომებით, რომლებითაც ღარიბებისადმი თანაგრძნობას ამკვიდრებდა. მიუხედავად ჰუგენოტებთან სიახლოვისა, კარდინალ რიშელიეს ბრძანებით რენოდო 1624 წელს პარიზში სახელმწიფო საქველმოქმედო დაწესებულებების მთავარი უფროსის პოსტზე გაიწვიეს. მაშინდელმა სამოქალაქო ომებმა უკიდურეს გაჭირვებაში ჩააგდო მთელი ქვეყანა, უპირატესად კი მოსახლეობის დაბალი ფენები, რომელთა შემწეობისთვისაც უამრავ საქმეს წინამძღვრობდა რენოდო. გაზეთის დაარსებაც იმიტომ განიზრახა, რომ, პირველ ყოვლისა, საზოგადოების განათლებაზე ეზრუნა, დაეც-

ვა არისტოკრატიისგან ახალგაზრდა მონარქია და დაემკვიდრებინა რელიგიური შემწყნარებლობა.

ასე რომ, ახალი ამბების გავრცელების გარდა გამოცემული მიზნად გარკვეულ პოლიტიკურ მიზნებსაც ისახავდა და ეს იძლევა საშუალებას, მისი გამოცემა პირველ პოლიტიკურ გაზეთად მივიჩნიოთ თანამედროვე გაგებით. იგი გამოდიოდა 1631 წლის 30 მაისიდან სახელწოდებით “La Gazette”. 1762 წლის 1-ლი იანვრიდან “Gazette de France” ეწოდა და დღემდე ამ სახელწოდებით გამოდის. საფრანგეთის დიდ რევოლუციამდე ყოველკვირეული იყო, რევოლუციის დროს კვირაში ორჯერ უშვებდნენ, შემდეგ კი ყოველდღიური გახდა.

რენოლოს ზედმიწევნით ესმოდა ჟურნალისტური შრომის სიმძიმე. „თუ ბევრი შიშობდა, დაეწერა თავისი ათასწლეულის ისტორია, ვაითუ თანამედროვეებს არ მოეწონოთო, – შენიშნავდა პირველ ნომერში ის, – მაშინ რამდენად უფრო სახიფათოა მწერლისთვის განზრახვა, დაწეროს ისტორია იმავე კვირის, თვით იმავე დღისა, როცა მის ნაწერს წაიკითხავენ? გაიხსენეთ ასეთ შემთხვევაში ის მცირე დრო, რომელშიც მაქცევს თქვენი მოუთმენლობა, და მე ძლიერ გავწბილდები, თუ თვით ყველაზე მკაცრი კრიტიკოსი ვერ გაიმეტებს მიტევების სიტყვას ნაწარმოების მიმართ, იმ ოთხი საათის განმავლობაში რომ უნდა დავასრულო, რაც მრჩება მიღებული მასალის გასაცნობად, შესამოწმებლად და დასაბეჭდად“. ავტორი იქვე დასძენს, რომ, სამწუხაროდ, ნაწერი, ასეთ სიჩქარეში რომ იქმნება, ვერ იქნება დაზღვეული შეცდომებისგანაც.

რენოლომ მალე მოიპოვა წარმატება, მას დიდად აფასებდა და მუშაობაში ძალიან უწყობდა ხელს კარდინა-

ლი რიშელიე: აწვდიდა სახელმწიფოებრივი მნიშვნელობის დოკუმენტებს, თვითონაც წერდა მასალებს. წარმოიდგინეთ, გაზეთთან თვით ლუდოვიკო XIII თანამშრომლობდა.

პარიზული გაზეთის გავრცელებას ყოველნაირად უშლიდნენ ხელს მეზობელი სახელმწიფოების მმართველები, მიუხედავად იმისა, რომ გაზეთის გამომცემელი ერთ-ერთ წერილში პირადად მიმართავდა მათ და აფრთხილებდა, ასეთი საქციელი იმას ჰგავს, მთიდან დაძრულ ზვავს წინ გადაელობო. რაც დრო გადიოდა, ხელის შემშლელი გარემოებები უფრო მატულობდა. განსაკუთრებით ითქმის ეს იმ ხანაზე, როცა რიშელიე და ლუდოვიკო XIII გარდაიცვალნენ. რენოლოს ჩამოართვეს საექიმო პრაქტიკის უფლება პარიზში, დაუხურეს აკადემია. სამართალი ვერსად იპოვა, მაგრამ ეს უცნაური კაცი გაზეთს მაინც არა და არ შეეღია, მეტიც, გვერდში თავისი ორი შვილი ამოიყენა. და მაინც, უსახსრობას თავისი გაჰქონდა. მას შემდეგ, რაც 1653 წლის 25 ოქტომბერს 70 წლის რენოლო გარდაიცვალა, ერთმა მისმა თანამედროვემ თქვა: „ის მოკვდა ღატაკი, როგორც კვდებიან დიადი ადამიანები“. „Gazette“-ში გამოქვეყნებულ ნეკროლოგში წერია: „შთამომავლობა მუდამ მოიგონებს მის სახელს ჩვენი დროის უდიდესი მოღვაწეების სახელებთან ერთად. ის გამოირჩეოდა თავისი უზარმაზარი ცოდნით, თავისი საექიმო ხელოვნებით და მრავალი სხვა მხრით თავისი გენიისა, რომელიც საყოველთაო კეთილდღეობას მოახმარა. უანგარობა აძლევდა უნარს, დაკმაყოფილებულიყო მხოლოდ თავისი დიდებით“. ნეკროლოგში გამოთქმული აზრი გამართლდა. მადლიერმა შთამომავლობამ რენოლოს პარიზში, მისი მოღვაწეობის ადგილზე (Rue de Satece-ზე, Palais de

Justice-ს პირდაპირ) აუგო ძეგლი, რომელიც მას ახასიათებს, როგორც ჟურნალისტს და ღარიბთა მეოხს.

ფრანგული ჟურნალისტიკის შემდგომი განვითარების პროცესი შენელებულია, რაც, პირველ ყოვლისა, XVII-XVIII საუკუნეებში მოსახლეობის განათლებულობის დაბალი დონით უნდა აიხსნას. პარიზმა მხოლოდ 1877 წელს მიიღო თავისი მნიშვნელოვანი ყოველდღიური გაზეთი “Journal de Rouen”-ის სახით, მაგრამ, ეტყობა, ის ფართოდ ვერ ვრცელდებოდა. ჟურნალიზმის ხელშემწყობი გარემო უფრო პირველი ფრანგული რევოლუციის დროს შეიქმნა, როცა 1791 წელს საკანონმდებლო კრებამ მიიღო დეკრეტი პრესის თავისუფლების შესახებ. ყოველდღიურ გაზეთებს ლამის ყოველდღე აარსებდნენ, ოღონდაც, როგორც ასეთ დროს ხდება ხოლმე, უმეტესობა მალევე ქრებოდა. შედარებით მეტი პოპულარობით სარგებლობდნენ გაზეთები, რომლებშიც უშუალოდ მონაწილეობდნენ რევოლუციის მოღვაწეები მარატი, კამილ დემულენი, რობესპიერი და სხვები.

რევოლუციური ჟურნალისტიკის თავბრუდამხვევ ხანას წერტილი დაუსვა 1799 წლის ნოემბრის გადატრიალებამ, როცა ქვეყნის სათავეში ნაპოლეონი მოვიდა. ამ უკანასკნელმა თითქმის მთლიანად გაანადგურა ფრანგული პრესა, გააუქმა 60-მდე გამოცემა და დატოვა მხოლოდ 13. ეს ნაბიჯები მეტყველებდა იმაზე, რომ ქვეყნის ახალ მმართველს ესმოდა პრესის ძალა და ეშინოდა კიდევ მისი. იგი ცდილობდა, მასების ყურადღება ჩამოეცილებინა პოლიტიკისთვის და ამიტომაც გააღვივა მათი ინტერესი ფუფუნებისა და გართობისადმი. პარიზის თავშესაქცევად შემოიღო მეჯლისეები, რომელთა მიზნადაც სხვათა შორის მიაჩნდა ის, რომ, როგორც თავის დაახლოებულ პირებთან ამბობდა,

კახეთებს რაღაცაზე ეწერათ და „სანამ ისინი ყოველივე ამას მონადომებენ დროს, თავს დაანებებენ პოლიტიკას. სწორედ ეს მინდა მეც.

დაე, იმხიარულონ და იცეკვონ პარიზელებმა, ოლონდ თავხედურად არ ჩაყონ ცხვირი მთავრობის გეგმებში“.

ნაპოლეონმა პრესას მას შემდეგ უფრო მოუჭირა მარწუხები, რაც იმპერატორი გახდა. 1809 წლის 12 სექტემბერს სენატის სხდომაზე მან განაცხადა: „ტიპოგრაფია არის არსენალი, რომელიც არ შეიძლება ხელმისაწვდომი იყოს ყველასთვის. ჩემი აზრით, მისი გამოყენების უფლება უნდა მიეცეთ მხოლოდ იმ პირებს, რომლებსაც სავსებით ენდობა მთავრობა. ის, ვინც ბეჭდვითი სიტყვით მიმართავს პუბლიკას, ჰგავს კრების წინაშე გამოსულ ორატორს და, რა თქმა უნდა, არავინ იდავებს იმაზე, რომ ხელისუფლებას აქვს უფლება, ხელი შეუშალოს მოწოდებებს სახალხო ჯანსიყისა და მღელვარების გამოსაწვევად“. მთელი პრესის არსებითად განადგურებას მოასწავებდა 1810 წლის 5 თებერვლის სპეციალური დეკრეტი. მას მოჰყვა ასეთივე რეაქციული ხასიათის ედიქტი 1810 წლის 3 აგვისტოს. პარიზში 4 პოლიტიკური გაზეთი დაარჩა და იმათაც ხელისუფლება სრულად აკონტროლებდა. მათ შორის ერთ-ერთი იყო „Moniteur“-ი, რომელიც უფრო იმიტომ გვახსოვს, რომ ნაპოლეონის ჩამოგდების შემდეგ მის რედაქციაში თანამშრომლობდნენ თეოფილ გოტიე, ალექსანდრე დიუმა, აბუ და სხვები. მკითხველთა შორის პოპულარობის დაკარგვის გამო 1901 წელს გაზეთის გამოცემა საბოლოოდ შეწყდა.

ბურბონების ხელისუფლების რესტავრაციის შემდეგ რამდენადმე გაუმჯობესდა პრესის მდგომარეობა. კერძოდ, ლუდოვიკო XVIII ცდილობდა, ხალხისთვის თავი ღი-



ბერალად მოეჩვენებინა, მაგრამ მალე მან ისეთი საკანონმდებლო ბარიერები აღმართა გაზეთებისთვის, რომ მათ საყოველთაო გულისწყრომა გამოიწვიეს. ამ ნიადაგზე შეიქმნა „ბეჭდვითი სიტყვის თავისუფლების მეგობართა საზოგადოება“, რომელიც მალე გააუქმა პოლიციამ.

ათობით წლის განმავლობაში ფრანგულ ჟურნალისტიკას აღარ ღირსებია რაიმე მნიშვნელოვანი წარმატება, თუ არ ჩავთვლით მე-18—მე-19 საუკუნეების მიჯნაზე არსებულ „Jurnal des Debats“, რომელიც პირველად 1789 წელს სრულიად უსახური ფურცლის სახით გამოჩნდა და მალე ისეთ გაზეთად იქცა, მთელი საზოგადოების ყურადღება რომ მიიპყრო. ამ გაზეთში თავი იჩინა მანამდე არნახულმა სიახლემ – საგაზეთო ტექსტს დაემატა ბელეტრისტული ნაწარმოებებიც, რაც შემდგომ სწრაფად გავრცელდა მთელი მსოფლიოს პრესაში. მოთხრობების შემდეგ გაზეთმა დაბეჭდა დიდი რომანები – ევგენი სიუს „პარიზის საიდუმლოებები“, ალექსანდრე დიუმა-მამას „სამი მუშკეტერი“, „გრაფი მონტე კრისტო“ და ა.შ. ამ გაზეთს ერთხანს დიდ კონკურენციას უწევდა 1883 წელს დაარსებული „La Presse“, რომელშიც თანამშრომლობდნენ ბალზაკი, თეოფილ გოტიე, ვიქტორ ჰიუგო და სხვანი.

კარგა ხნის განმავლობაში სერიოზულ პრესას იშვიათად თუ მიეცემოდა ხოლმე თავისუფალი ამოსუნთქვის საშუალება. ასეთ ვითარებაში თავი ცენზურისგან გაცილებით თავისუფლად იგრძნო ეგრეთ წოდებულმა „წვრილმანმა პრესამ“ (La petite presse), რომელიც თავის ნებაზე ბეჭდავდა მაღალი წრის ცხოვრების თანამდევ საკანდალურ ამბებს, კაფეშანტანების გმირთა თავგადასავლებს, ცალკეული კაბინეტების საჯარო მეჯლისებისა და ინტიმური სცენების



ამსახველ მასალებს და სხვა. ასეთი „წვრილმანი პრესიდან“ მალე გამოირჩა 1854 წელს დე ვილმესანის (1810-1879წწ.) მიერ დაარსებული გაზეთი „Figaro“. „ფიგარომ“ მნიშვნელოვანი გავლენა მოიპოვა, მიუხედავად იმისა, რომ არ ჰქონია გამოკვეთილი პოლიტიკური სახე. ამ წარმატებას ხსნიან მასთვის დამახასიათებელი გალური ცხოველმყოფელობით და კიდევ იმით, რაც გამოიხატება მიმზიდველი საუბრებით წუთიერი ინტერესების მქონე საკითხებზე. ის პროტოტიპა იმგვარი გაზეთებისა, რომელთაც საფრანგეთში „Boulevardiers“ უწოდებენ: ლიტერატურულმა წარმატებამ „ფიგაროს“ დიდი ფინანსები მოუტანა. ახლა ეს გაზეთი ამხანაგობის საკუთრებაა.

ფრანგულ ჟურნალისტიკაში დიდი გამოცოცხლება წეიტანა მესამე რესპუბლიკის დაფუძნებამ. და მაინც, მიუხედავად იმისა, რომ პრესის თავისუფლებამ ყველა გზა გახსნა მრავალმხრივი განვითარებისთვის, ამ ქვეყანაში დღემდე არ ჩანს მსოფლიო სახელის მქონე ისეთი გაზეთი, როგორებიც არის ინგლისში. სამაგიეროდ, ფრანგული პრესა გამოირჩევა სხვა თვისებებით, კერძოდ, რამდენადმე შესამჩნევი პოლიტიკური მიმდინარეობების ზუსტი ასახვით, თუმცა წარამართა წარმოქმნილი ვნებათაღელვა ხელს უშლის ხოლმე, სურათი უფრო ნათელი და მკვეთრი იყოს. ამბობენ, ფრანგი ხალხი გაცილებით მშვიდად და დაფიქრებულად განსჯის, ვიდრე ფრანგული პრესაო.

პარიზში პოლიტიკური გაზეთების რაოდენობა დღეს 35-დან 40-მდე მერყეობს, პროვინციებში 550-560 გაზეთი გამოდის. პარიზს დაახლოებით 750 ყოველკვირეული და ყოველთვიური გამოცემა აქვს.

იბალია



მძიმე პოლიტიკურმა პირობებმა, რომლებიც დამახასიათებელია XIX საუკუნის იტალიისთვის, ბუნებრივია, თავისი კვალი დააჩნია იქაური ჟურნალისტიკის განვითარებას. იტალიის სახელმწიფოებში პოლიციური რეჟიმი დაუნდობლად ახშობდა თავისუფალი აზრის ყოველგვარ გამოვლინებას. იტალიური ჟურნალიზმის განვითარებისთვის დიდ დაბრკოლებად იქცა ქვეყნის სილატაკე და ხალხის შემადრწუნებელი გაუნათლებლობა — დღესაც ზომ იტალიის მოსახლეობის 50 პროცენტი წერა-კითხვის უცოდინარია.

იტალიის გაერთიანების შემდეგ გაზეთები ქვეყნის ბევრ ქალაქში გაჩნდა. მათ დიდი თავისუფლება მიენიჭათ კარლ-ალბერტ მეფის 1848 წლის 26 მარტის ლიბერალური ედიქტით. შემდგომ ედიქტის საფუძველზე შეიქმნა მთელი სამეფოს პრესის კანონი. და მაინც, შეიძლება ითქვას, რომ იტალიურ პრესას დღემდე ვერ დაუღწევია თავი უმწიფარობის ასაკისთვის. ამისი უპირველესი მიზეზი შესაფერისი ფინანსური ბაზის უქონლობაა. ცნობილია, რომ იტალიელებს არ უყვართ გაზეთებზე ხელმოწერა და მათ ცალობით ყიდულობენ ქუჩებსა თუ კაფეებში. ამასთან, იტალიაში ჯერ კიდევ არ დამკვიდრებულა გაზეთებში პუბლიკაციების ჩვევა. ბუნებრივია, არც საჭირო მოგება შემოდის პუბლიკაციებისა და სარეკლამო განცხადებებისგან. ამიტომაც გაზეთების ხელმძღვერების მისაზიდად ხშირად მიმართავენ ისეთ ხერხებს, რაც მაინცდამაინც დიდად მოსაწონი არ არის. მაგალითად, ის, ვინც მთელი წლით მოაწერს ხელს გაზეთზე, მიიღებს „დახვეწილ მალვიძარას“, ნახევარი წლით ხელმომწერი — გრავიურას, ერთი კვარტლით — წიგნს ან გეოგრაფიულ რუკას. ოღონდაც, ასეთი მანიპულაციებიც




კერ შველის საქმეს. ყველა იტალიური გაზეთის დაახლოებით 60% ოფიციალურად ან გაუხმაურებლად სუბსიდირებულია მთავრობისგან ანდა პოლიტიკური მოღვაწეებისგან, დაინტერესებული კორპორაციებისგან, მსხვილი ბანკებისგან და ა.შ. თავის მხრივ, ასეთი ფულადი მხარდაჭერა ბევრწილად არის დამოკიდებული პოლიტიკური ამინდის ცვალებადობაზე, ფულადი ბაზრის მდგომარეობაზე და სხვა შემთხვევით გარემოებებზე. ამდენად, იტალიური პრესა სხვებთან შედარებით გაცილებით უფროა მინდობილი ცვალებად პოლიტიკურ მიმდინარეობებსა და მავან პოლიტიკურ მოღვაწეებზე. სულ უბრალო ცვლილება სახელმწიფო მმართველობასა თუ სამრეწველო ცხოვრებაში სპობს რამდენიმე მსხვილ გაზეთს და სიცოცხლეს ანიჭებს რამდენიმე ახალ გაზეთს ანდა იწვევს იმ ძნელად ასახსნელ მოვლენას, რაც გამოიხატება გაზეთის პროგრამის მოულოდნელ ცვლილებაში მხოლოდ იმიტომ, რომ რომელიღაცა მდიდარმა პარლამენტარმა იკისრა მისი მფარველობა.

პრესის ასეთი რთული ყოფა კიდევ უფრო გართულდება, რომ არა იტალიელების უსაზღვრო ინტერესი პოლიტიკური ცხოვრების მიმართ, რაც განსაკუთრებით ქვეყნის გაერთიანების შემდეგ გაძლიერდა. ყოველი წიგნიერი იტალიელი თავგამოდებული პოლიტიკოსია, ის ქედს იხრის თავისი პარტიის ლიდერის წინაშე და, თუ ჯიბეში აუცილებელი სალდო მოეპოვება, უეჭველად შეიძენს თავისი პარტიის ოფიციალურს. ამის გამოა, რომ პოლიტიკური ცხოვრების გამოცოცხლებისთანავე მკვეთრად მატულობს გაყიდული გაზეთების რაოდენობა, ზაფხულში კი პრესისთვის ცოტა ვინმე თუ იცლის.

პოლიტიკური გაზეთების მდგომარეობის მკვეთრი ცვალებადობიდან გამომდინარე, დამოუკიდებელი იტალიელი პუბლიცისტები მხოლოდ საკუთარ ბედ-იღბალს არიან მინდობილი და იმდენად, რამდენადაც თავიანთ ქვეყანაში უფრო მეტი წონა და მნიშვნელობა აქვთ, ვიდრე, ვთქვათ, გერმანელ პუბლიცისტებს გერმანიაში, ისინი გაცილებით მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ პოლიტიკაში. გამოჩენილ პუბლიცისტთა უმრავლესობა იმავდროულად პარლამენტის წევრია. მათ აერთიანებს ცენტრალური ორგანიზაცია *Associazione della Stampa*, რომელშიც შედის ასობით წევრი. მათ შორის არიან აღიარებული მწერლებიც. განსაკუთრებულ შემთხვევებში კავშირი არ გაურბის საჯარო განცხადებებსაც. *Piazza Colonna*-ს სასახლეში კავშირს აქვს მდიდრული შენობა, სადაც ყოველდღე იკრიბებიან მწერლები, მეცნიერებისა და პოლიტიკის თვალსაჩინო წარმომადგენლები.

ბეჭდვითი სიტყვის სახით ცნობების პერიოდული გავრცელების მცდელობები იტალიაში უკვე 1604 წელს იყო, მაგრამ რომის ყოველკვირეული „*Cracas*“-ი მხოლოდ 1716 წელს გამოვიდა უმცირესი ფორმატით. ის ეძღვნებოდა არქეოლოგიას და რომის ზნე-ჩვეულებების აღწერას. გავიდა 30 წელზე მეტი და გენუაში გაჩნდა პირველი იტალიური გაზეთი „*Il Sincero*“ (1750 წ.). იგი თავიდან თვეში ორჯერ გამოდიოდა, მერე კვირაში ორჯერ – ერთმანეთისგან სრულიად დამოუკიდებელ ნაწილებად. ოთხშაბათის ნაწილი ეთმობოდა უცხოეთის, ხოლო შაბათისა ქვეყნის საშინაო ამბებს.

პირველი ყოველდღიური პოლიტიკური გაზეთი „*Gazetta di Genova*“ 1798 წელს დაარსდა, 1805-ში კი მას ვენეციაში დაფუძნებული გაზეთი შეუერთდა. ეს გამოცემები,



ისევე, როგორც ტურინსა და ფლორენციაში გამოსული სხვა პერიოდული ორგანოები, მშრალი ინფორმაციის გავრცელების იქით არ მიდიოდნენ და ამიტომაც დიდ ინტერესს ვერ იწვევდნენ.

აუტანელი ცენზურა და პრესის უუფლებობა განსაკუთრებით აშკარა გახდა იმ დროს, როცა 1830 წლის ზემდეგ, საყოველთაო აღმაფრენის ჟამს, რამაც ევროპის ხალხები მოიცვა, იტალიაშიც სულ უფრო მყარდებოდა და იზრდებოდა ეროვნული დამოუკიდებლობის იდეა. ჩამოყალიბდა ორი პარტია: თავისუფალ-კონსერვატული და დემოკრატიულ-რევოლუციური. პირველი ქვეყნის გათავისუფლებას ცდილობდა „მორალური საშუალებებით“, მეორე ცდილობდა თავისუფლების მოპოვებას „არა სიტყვით, არამედ საქმით“. ამ უკანასკნელ პარტიაში ახალგაზრდა ინტელიგენტები გაერთიანდნენ. რამდენადაც თავიანთ სამშობლოში აგიტაციის საშუალება არა ჰქონდათ, მოღვაწეობა უცხოეთში გაშალეს და გაზეთები და ჟურნალებიც იქ დააარსეს. გამოჩენილ აგიტატორთა შორის იყო გენუელი პატრიოტი ჯუზეპე მაცინი, რომელმაც 1834 წელს მარსელში დააარსა პერიოდული ორგანო „ახალგაზრდა იტალია“. „ღვთისა და ხალხისთვის“ ღვევიზით „ახალგაზრდა იტალია“ მიზნად ისახავდა იტალიის მორალურ, რელიგიურ და პოლიტიკურ აღორძინებას და გაერთიანებას დემოკრატიული რესპუბლიკის დროში.

გაზეთებს გაცილებით უკეთესი მდგომარეობა შეექმნათ მას შემდეგ, რაც 1848 წლის მოძრაობამ ყველგან დაამყარა პრესის თავისუფლება. გაჩნდა ბევრი ახალი გამოცემა.

1871 წლიდან, როცა რომი გაერთიანებული სამეფოს დედაქალაქად გამოცხადდა, ბევრი გაზეთი რომში გადავიდა.

მარადიული ქალაქის დედაქალაქად გადაქცევის პირველ ათწლეულებში იტალიის ცხოვრებაში მთავარ როლს ასრულებდნენ არა მსხვილი პოლიტიკური გაზეთები, რომლებიც საზოგადოებას პათეტიკურად ელაპარაკებოდნენ, არამედ მრავალრიცხოვანი პატარა ფურცელი, გამორჩეული თავიანთი ფორმით და ხასიათით. ამათთვის მთავარი იყო არა შინაარსობრივი სიმდიდრე, არა ცნობების სწრაფად გავრცელება, არამედ გონებამახვილური, იუმორისტული, სტილისტურად მუდამ სანიმუშო სტატიები, რომლებშიც განიხილებოდა დღის მოვლენები და საკითხები. მიუხედავად ამ ღირსებებისა, პატარა ფურცლები მალე უკვალოდ გაქრნენ.

დღეს რომის უპირველეს გაზეთად გვევლინება „Tribuna“, დაარსებული 1883 წელს. ის ახლა ქვეყნის სათავეში მყოფი ლიბერალური პარტიის ოფიციალური ორგანოა, თუმცა ეს გარემოება ხელს არ უშლის, ხელისუფლებისგან განსხვავებული აზრი გამოხატოს სხვადასხვა მნიშვნელოვან პოლიტიკურ საკითხზე. ამ გაზეთზე უფრო უკეთ ვრცელდება „Popolo Romano“, რომელიც პირველად 1873 წელს გამოვიდა. სოციალურ-დემოკრატიულ ინტერესებს კლავინდებური ერთგულებით იცავს „ავანტი“.

პროვინციული გაზეთებიდან გამოირჩევა ქვეყნის „სულიერი დედაქალაქის“, მილანის, გაზეთები. ერთი მათგანია 1875 წელს დაარსებული „კორიერა დელა სერა“.

1905 წლიდან იტალიაში გამოდის 2067 ჟურნალი და გაზეთი, აქედან 19 – ფრანგულ ენაზე. ქვეყანაში 609 პოლიტიკური გაზეთია.

ესპანეთი თავისი მრავალსაუკუნოვანი კულტურული ისტორიით გამორჩეული ქვეყანაა, სადაც კაცობრიობის დიდ შვილებს ხელოვნებისა და ლიტერატურის სფეროებში ისეთი გენიალური ნაწარმოებები შეუქმნიათ, რომლებიც იცა მთელი კაცობრიობა ამაყობს. და აი, ამ დროს პრესის განვითარების თვალსაზრისით ის ძალიან არის ჩამორჩენილი სხვა კულტურული ხალხებისგან. ყველა იქაურ გაზეთს მხოლოდ ადგილობრივი მნიშვნელობა აქვს და უცხოეთში არავითარი ზეგავლენა არ მოუპოვებია. ამგვარი ჩამორჩენის მთავარ მიზეზად, უპირველესად, მძიმე პოლიტიკური პირობები უნდა მივიჩნიოთ. გამუდმებული მოუწესრიგებლობა და მღელვარება, წარუმატებელი მმართველობა, მოსახლეობაში თვითორგანიზების სუსტი უნარი და სხვა ამგვარი ნაკლოვანებები საშუალებას არ იძლეოდა, სახელმწიფო სათანადოდ განვითარებულიყო, ხალხის ფართო მასებს მიეღოთ განათლება. წერა-კითხვის უცოდინართა რიცხვი ახლაც უზარმაზარია ესპანეთში, ის მოსახლეობის 70 პროცენტს შეადგენს. ამასთან, შუა საუკუნეების დონეზე დარჩენილი ეკლესიური დოკუმების მარწუხებში მოქცეულ პრესას არ ეძლეოდა განვითარების არავითარი შანსი, სხვათა შორის, მას არც ისე იშვიათად რგებია წილად უმაღლესი საეკლესიო სასჯელი – ინტერდიქტი*. დიდი ხანი არ არის მას შემდეგ, რაც სანტანდერის ეპისკოპოსმა თავისი ეპარქიის ყველა რედაქტორი მოკვეთა ეკლესიისგან, ხოლო პამპლო-

* ინტერდიქტი – მოღის შუა საუკუნეებიდან. წირვა-ლოცვის, მღვდელმსახურების დროებით აკრძალვა.

ნის ეპისკოპოსმა ინტერდიქტი დააღო ყოველკვირეულს — „El Porverin Navaro“. საგულისხმოა, რომ ინტერდიქტებით გათვალისწინებული აკრძალვები ეხება არა მარტო გამოცემის რედაქტორებს და თანამშრომლებს, არამედ ყველას, ვისაც რაიმე კავშირი აქვს პერიოდულ ორგანოსთან, იქნება ის სტამბის თანამშრომელი, მყიდველი, გამყიდველი თუ წამკითხველი.

პრესის მდგომარეობა განსაკუთრებით გაუსაძლისი იყო ფერდინანდ VII-ის მეფობისას, რომელმაც 1823 წლის მღელვარებისას ექვსი კვირით გამოამწყვდია დილეგებში 44000-მდე ადამიანი პოლიტიკური შეხედულებების გამო და აკრძალა ყველა გაზეთი, რომელშიც ოდნავ კრიტიკული აზრიც კი ჭაჭანებდა. ახალმა დრომ პრესის მდგომარეობის გამოსწორების ნიშან-წყალი გამოამჟღავნა, მაგრამ ამკარაა, რომ უკეთესობის პულსი მეტად მდორედ წარიმართება. 18-მილიონიან ქვეყანაში მხოლოდ 310 ყოველდღიური გაზეთია, ხოლო მთლიანად პერიოდული გამოცემები 1400. თანაც, ეს მონაცემებიც წარამარა იცვლება პრესის მერყევი ფინანსურ-ეკონომიკური ბაზისის ზეგავლენით. გაზეთები ერთმანეთისგან მკვეთრად განსხვავდებიან თავიანთი პოლიტიკური პლატფორმებითაც — დაწყებული მონარქისტულიდან, დამთავრებული სოციალისტურითა თუ რესპუბლიკური შეხედულებებით.

ესპანეთში რამდენადმე თანამედროვე სახის მქონე პირველი გაზეთი მადრიდში გამოჩნდა 1661 წელს სახელწოდებით „Gacette“. იგი მთავრობის თაოსნობით შეიქმნა და მის სურვილებს ემსახურებოდა. ესპანეთის დაცემის შემდეგ კარგა ხანს აღარც არსებობდა საერთო ეროვნულ-სახელმწიფოებრივი ინტერესების გამომხატველი რაიმე



გამოცემა. ერთგვარი გამოცოცხლება ამ მხრივ შეინიშნება 1808-1814 წლებში, როცა ესპანელი ხალხი იბრძოდა ფრანგთა ბატონობის წინააღმდეგ.

პორტუგალიური პრესა უარეს დღეშია, ვიდრე ესპანური. მთავრობას უმკაცრესი ცენზურა აქვს შემოღებული. 1907 წლიდან მოყოლებული ოლქების გუბერნატორებს მინიჭებული აქვთ უფლება, თავიანთი შეხედულებისამებრ შეწყვიტონ ნებისმიერი გამოცემის არსებობა.

სამთავრობო ოფიციალიზია გაზეთი „Diario de Gobierno“, რომელიც ლისაბონში გამოდის. არის რამდენიმე ოპოზიციური გამოცემაც.

შვეიცარია

თუმცა შვეიცარიამ შედარებით ადრე მიაღწია სახელმწიფო გაერთიანებას და უკვე 1499 წელს გერმანიისგან ჩამოშორებით ფაქტობრივად უზრუნველყო თავისი დამოუკიდებლობა, გერმანელი ხალხის გონებრივ ცხოვრებასთან კავშირი მას არასდროს შეუწყვეტია. ასეა ეს, კერძოდ, პრესის განვითარების თვალსაზრისით. ოღონდაც, შვეიცარიის მთავრობები მუდამ ზედმეტ თავის ტკივილად მიიჩნევენ გაზეთების აღმოცენებას და ამიტომაც ყოველმხრივ უშლიდნენ ხელს ამ საქმეს. ასე და ამრიგად, შვეიცარული პრესა ძალიან ჩამორჩა გერმანულს და მხოლოდ XIX საუკუნის შუა ხანებში მიეცა მნიშვნელოვანი განვითარების შანსი.

პირველი გაზეთი 1610 წელს გაჩნდა ბაზელში, თითქმის მაშინვე, როგორც კი გამოვიდა გერმანული გაზეთები ზტრასბურგსა და აუგსბურგში. გაზეთი სახელწოდებით „Ordinari Wochenzeitung“ დააარსა შლეიზინგენიდან ტიურინ-



გენში გადმოსახლებულმა წიგნის გამომცემელმა შრეტერმა გამოცემას იმთავითვე უმძიმესი დაბრკოლებები გადაუღობა წინ. უკვე 1810 წელს ადგილობრივმა ადმინისტრაციამ გამოსცა საგანგებო ბრძანება, რომლითაც მეტისმეტად ზღუდავდა გაზეთის მასში მანამდე გამოქვეყნებული მცდარი ცნობების მომიზეზებით. გაძლიერდა ბაზელში არსებული ცენზურის საქმეთა ორგანო, შემოიღეს სპეციალური რიტუალი წიგნის გამომცემელთათვის. ამ უკანასკნელთ ყოველ წელს უნდა მიეღოთ ფიცი, რომ განუხრელად დაიცავდნენ ცენზურის ყოველ მოთხოვნას და მაინც, ყველაფრის მიუხედავად, 1611 წელს ბაზელის გაზეთში გამოქვეყნდა ცნობები, რომლებმაც უაღრესად აღაშფოთა ქალაქის ადმინისტრაცია. წიგნის გამომცემელი შრეტერი მთელი ღამით ჩასვეს ბერნის კოშკში, სადაც, როგორც ჩანს, აწამეს კიდევ. ნატანჯმა გამომცემელმა ხელი აიღო გაზეთზე და მხოლოდ 70 წლის შემდეგ გაბედა მისმა სხვა კოლეგამ ახალი პერიოდული გამოცემის დაარსება.

ოღონდაც ამ თაოსნობით უკვე მთავრობამ ისარგებლა და გადაწყვიტა, თავისი ორგანო დაეარსებინა ისე, როგორც ეს იყო ციურიხში, შაფ-ჰაუზენში, სან-გალენში და სხვაგან. 1684 წლიდან კვირაში ორჯერ გამოდის სამთავრობო გაზეთი, ამასთან, მკაცრად იკრძალება სხვა პერიოდული გამოცემის დაარსება. ამგვარი საგაზეთო მონოპოლია ძალაში დარჩა 1797 წლამდე.

ციურიხში, როგორც ჩანს, პირველი გაზეთი იყო „Zeitungspost“-ი. მისი ყველაზე ძველი ვებმძლარეები განეკუთვნება 1634 წელს და დღემდე ინახება ციურიხის საქალაქო ბიბლიოთეკაში. გამოცემას აშკარად არ მოჰყოლია დიდი რეზონანსი და მალე გაუქმებულა კიდევ. რამდენიმე ხნის

შემდეგ ჩნდება „Freitags-Zeitung“-ი, ვერეთ წოდებული „Burkli Zeitung“-ი – დაახლოებით 1666 წლიდან, ყოველ შემთხვევაში, 1687-დან – უეჭველად. იგი დღესაც გამოდის და შვეიცარიის უძველეს გაზეთად არის მიჩნეული.

ამის შემდეგ დაარსებულ პერიოდულ გამოცემებს, რომლებიც მალე გაქრა, დიდი კვალი არ დაუტოვებია შვეიცარიის პრესის ისტორიაში.

შედარებით უკეთესი ხანა დაიწყო მას შემდეგ, რაც 1818 წელს სამოკავშირეო კონსტიტუციამ დააკანონა პრესის სრული თავისუფლება ყველა კანტონში. ძველი გაზეთებიდან მნიშვნელოვნად განვითარდა თავისუფალი აზროვნებით გამორჩეული „ნოიე ციურიხერ ცაიტუნგი“, რომელიც ახლა ააქციონერო კომპანიას ეკუთვნის, და დემოკრატიული ბაზელის „ნაციონალ ცაიტუნგი“ – დღეს ჰუგო შვაბ-ჰეგარის მემკვიდრეთა საკუთრება. ახალი სახელმწიფოებრივი წესრიგის განმტკიცების მიზნით დოქტორ აბრამ როტის და მისი მეგობრის ტჩარნის იდეით შეკავშირებულმა რამდენიმე გამორჩენილმა პოლიტიკურმა მოღვაწემ ბერნში დააარსა გაზეთი „Der Bund...“ (თავისუფლად მოაზროვნე დემოკრატიული შვეიცარიისა და ბერნის პოლიტიკის ორგანო). პირველი ნომერი გამოვიდა 1850 წლის 1 ოქტომბერს. უადრესად განათლებული და მტკიცე შეხედულებების მქონე დოქტორი როტი გაზეთს 15 წლის განმავლობაში მართავდა. ლიტერატურულ განყოფილებას დიდი ხანია უძღვება კონებამახვილი და ნიჭიერი ჟურნალისტი ვიდმანი. გაზეთს ახლა ფლობს იენგი და K⁰.

საერთო ჯამში დღეს შვეიცარიას აქვს 300 პოლიტიკური გაზეთი, რომელთაგან დაახლოებით 100 ყოველდღე გამოდის. გამოიცემა 27 გაზეთი ფრანგულ ენაზე სამ

კანტონში, იტალურზე – 6 გაზეთი, ტესინის კანტონში ამასთანავე
ქვეყანაში 76 ოფიციალური გაზეთია, სულ კი 1005 პერი-
ოდული ორგანო.

სკანდინავია

სკანდინავიის სახელმწიფოთა შორის უფრო მდი-
დარი და განვითარებული **დანია** პრესაა. ამბობენ, აქ
ყველა გლეხი ეცნობა გაზეთს, მიჩვეულია მის კითხვას, ცხო-
ველ ინტერესს ამჟღავნებს პოლიტიკის მიმართ. ამდენად,
პრესა აშკარად მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ქვეყნის
საზოგადოებრივ ცხოვრებაში. გამოჩენილ დანიელ ჟურნა-
ლისტებს სამშობლოში დიდი გავლენა და ავტორიტეტი
აქვთ. თავის დროზე ბევრი მათგანი გამხდარა მინისტრი,
მინისტრები უმაღლესი საპატიო ჯილდო და ტიტული.

დანიაში, ისევე, როგორც ბევრ სხვა ქვეყანაში, თავდა-
პირველად ე.წ. მფრინავი ფურცლები გამოჩნდა. ყველაზე
ძველს, რომელმაც ჩვენამდე მოაღწია, მეტისმეტად გრძელი
და მრავლისმთქმელი სახელწოდება აქვს: „ორი სანდო, შე-
მაძრწუნებელი და სამწუხარო უწყება შემზარავ ბოროტ-
მოქმედებაზე, რომლებიც ლიფლანდიაში მოსკოვიტების სის-
ხლისმსმელმა მეფემ ჩაიდინა 1577 წლის ზაფხულში“. მას
შემდეგ მხოლოდ 1663 წელს გამოჩნდა კოპენჰაგენში პირვე-
ლი გაზეთი და ისიც არა დანიურ, არამედ გერმანულ ენაზე
(„Europäische wochentliche Zeitung“). გავიდა რამდენიმე წელი
და დანიურ ენაზე დაბეჭდილმა გაზეთებმაც იხილეს დღის
სინათლე. მათი შინაარსი მეტად ერთფეროვანი და მოსა-
წყენი იყო. ქვეყნის საშინაო ამბები არავითარ ინტერესს არ
აღძრავდა, საგარეოს კი თითო-ოროლა სტრიქონი ეთმობო-

და. დროთა განმავლობაში, რაც უფრო მეტად ცდილობდნენ საზოგადოების თავისუფლების შეზღუდვას ისეთი მეფეები, როგორებიც იყვნენ ფრიდრიხ VI და, განსაკუთრებით, ქრისტიან VIII, მით უფრო ძლიერდებოდა წინააღმდეგობა, ძალას იკრებდა პოლიტიკური ოპოზიცია და პრესაც. ამ პროცესმა წარმოქმნა უძლიერესი სკანდინავიური პარტიაც. ერთიმეორის მიყოლებით იშვა გაბედული ოპოზიციური გაზეთები („Feaderlandet“, „Politiken“, „Morgenbladet“, „Socialdemokraten“ და სხვა).

დანიასთან შლეზვიგ-გოლშტინიის კონფლიქტმა წარმოშვა ჭრელი პატრიოტული პრესა, რომელიც თავგამოდებით იცავდა საჰერცოგოების უფლებებს.

რამდენადმე მოულოდნელად მდიდარი ჟურნალისტური ლიტერატურა შეიქმნა მთელი ქვეყნიერებისგან მოწყვეტილ კუნძულოვან **ისლანდიაში**. 1795 წლამდე აქ ერთი საჟურნალო საწარმოც არ ყოფილა, დღეს კი კუნძულზე, სადაც სულ 80 ათასი ადამიანი ცხოვრობს, გამოდის 18 გაზეთი და 12 ჟურნალი. გარდა ამისა, ისლანდიურ ენაზე ამერიკაში გამოიცემა 7 გაზეთი და 2 ჟურნალი. იმის კათვალისწინებითაც კი, რომ ისლანდიაში წერა-კითხვის უცოდინარი ერთი ადამიანიც არ არის, ეს მონაცემები მაინც შთამბეჭდავია.

არ შეიძლება არ ვახსენოთ გრენლანდიის ერთდაერთი გაზეთიც. მე-19 საუკუნის 60-იან წლებში დაბადებული გამოცემა დღესაც აგრძელებს სიცოცხლეს. მისი შინაარსი თითქმის მთლიანად შინაური ამბებით შემოიფარგლება. მკითხველისთვის მიწოდებული მასალები ახლობლებთან გაგზავნილ ბარათებს ჰგავს. დანიის მთავრობა გამოცემას სრულ თავისუფლებას ანიჭებს. გამოდის 2500 ცალი

და უფასოდ ურიგდება მკითხველს. დანახარჯს ანაზღაურებს დანიის ადმინისტრაცია.

შვედეთში საგაზეთო ლიტერატურის განვითარება დროის მიხედვით და სხვა ნიშნებითაც ძალიან ჰგავს დანიური ჟურნალისტიკის წარსულს, ოღონდაც აქ უკვე 1809 წლიდან, სახელმწიფოებრივ მართვაში მომხდარი გადატრიალების წყალობით, ქვეყნის პრესამ შეუზღუდავი თავისუფლება მიიღო. პირველი შვედური გაზეთი 1645 წელს გამოვიდა სტოკჰოლმში („Ordinari Post-Tijdender“. 1834-1844 წლებში „Sveriges Statstidning“ ეწოდებოდა, ახლაც ჰქვია „Post-och Inrikes-Tidningar“). დღეს ის სამეფოს ოფიციალური ორგანოა. საგულისხმოა, რომ გაზეთს 1865-1877 წლებში რედაქტორობდა მსოფლიოში ცნობილი პოეტი სტრინდბერგი. დამოუკიდებელი პოლიტიკური პროგრამის მქონე პირველი გაზეთი ქვეყნის დელაქალაქშივე გამოჩნდა 1816 წელს.

შვედურ საგაზეთო ლიტერატურასთან კავშირში განიხილება **ფინური**, რომელიც მეტ ნათესაობას ამჟღავნებს მასთან, ვიდრე რუსულთან – 1809 წლამდე ფინეთი ხომ შვედეთს ეკუთვნოდა და ფინური გაზეთების უმრავლესობა დღესაც შვედურ ენაზე გამოდის. პირველი შვედური გაზეთი ფინეთში 1771 წელს გამოიცა, ხოლო პირველი ფინური გაზეთის დაბადების წელია 1820 („Susi Suometer“).

მეტად ნელა ვითარდებოდა **ნორვეგიული** პრესა, თუმცა პირველი გაზეთი აქ უკვე 1763 წელს გამოვიდა („Nordske Intelligenz-Seddeler“), 1814 წლამდე ქვეყანაში მხოლოდ 5 პერიოდული გამოცემა იყო და საკუთარი გამოკვეთილი პოლიტიკური სახე არც ერთს არ ჰქონია.

XIX საუკუნის ოცდაათიან წლებში საზოგადოებაში სულ უფრო ძლიერდებოდა ანტიშვედური სულისკვეთება. ეს პროცესი 17-მდე ზრდის ნორვეგიული გაზეთების რიცხვს. მათ შორის ერთ-ერთი 1819-ში დაფუძნებული „Morgenbladet“-ია, რომელიც დღესაც გამოდის და ნამდვილ პოლიტიკურ ორგანოდ სწორედ XIX ასწლეულის 30-იან წლებში იქცა.

მას შემდეგ, რაც ნორვეგია დამოუკიდებელი სამეფო გახდა, მთელი ქვეყნის პრესამ ერთფეროვანი ნაციონალისტური შეფერილობა მიიღო.

აღმოსავლეთი

აღმოსავლეთი, შეიძლება ითქვას, ის მხარეა, რომელიც ჯერ კიდევ ელის პროფესიული, თავისუფალი, დემოკრატიული, პრესის მზის ამოსვლას.

ასეთ ფონზე შედარებით უკეთ **უნგრეთის** საგაზეთო ლიტერატურა გამოიყურება.

საგულისხმოა, რომ პირველი უნგრული გაზეთები ლათინურ და გერმანულ ენებზე გამოდიოდა. ეს იყო 1710-1711 წლებში („Mercurius Hungarius“, შემდგომ – („Mercurius Veriducurex Hungaria“). გერმანულენოვანი „Pressburger Zeitung“-ი 1764 წელს დაარსდა და ახლაც არსებობს.

პირველი მაღიარული გაზეთი გამოვიდა 1780 წელს პრესბურგში, მეორე მაღიარული ფურცელი „Magyar Mercuria“ 1788 წლიდან გამოდის ბუდაპეშტში.

უნგრული პრესა მეტისმეტად ნელა ვითარდებოდა, ჯერ კიდევ 1824 წელს ქვეყანაში 12-მდე გაზეთი თუ იყო, აქედან 7 გერმანულ ენაზე გამოდიოდა, 4 – მაღიარულზე, 1 – ლათინურზე. ჟურნალისტიკის გამოცოცხლება შეინიშნე-

ბა მხოლოდ 1830 წლიდან, როცა უნგრეთში მოსახლეობის ფართო ფენები მოიცვა ეროვნულმა იდეამ და პოლიტიკური ცხოვრება გაცილებით საინტერესო გახდა. 1848-49 წლებში, რევოლუციის დროს, ქვეყანაში უკვე 80-მდე გაზეთი არსებობდა. უნგრული სახელმწიფოს დამოუკიდებლობის განმტკიცების კვლობაზე სულ უფრო კლებულობს არამადიარულ ენაზე გამოძავალ პერიოდულ ორგანოთა, კერძოდ, გერმანული გამოცემების, რიცხვი და ტირაჟიც. ისიც აღსანიშნავია, რომ გერმანული გაზეთების უმრავლესობა იცავს მადიარულ ინტერესებს, რაც ითქმის, სახელდობრ, საქსონიურ „Siebenburgische-deutsche Gageblatt“-ზე, რომელიც გერმანშტატში 2000-იანი ტირაჟით გამოდის.

ეროვნული უნგრული ჟურნალიზმის ფუძემდებელია ლუდოვიკ კოშუტი, ცნობილი უნგრელი რევოლუციონერი (1802-1894წწ.). ლიბერალური პარტიის დავალებით მან 1832 წელს დააარსა „Reichstagzeitung“-ი, რომელიც ერთხანს ხელნაწერის სახითაც კი გამოდიოდა. გაზეთმა ბევრი განსაცდელი დაატეხა კოშუტს, მაგრამ სამაგიეროდ დიდი ზეგავლენა მოუპოვა პოლიტიკურ წრეებში. ეს გამოცემა, რომლის ტირაჟი 56000-ს შეადგენს, დღესაც აგრძელებს სიცოცხლეს, კვლავაც ინარჩუნებს განსაკუთრებულ სიმპათიას ბურჟუაზიულ-ლიბერალურ წრეებში. პოპულარული მადიარული გაზეთების ტირაჟი 200-250 ათასს აღწევს (მაგ. „Budapesti Koezloeny“, სამთავრობო „Budapesti Hir-
lap“-ი და სხვა).

მადიარულ პრესასთან ერთად მე-19 საუკუნეში კრანაში, შტირიაში და კარინტ-იში, განაპირა ადგილებში ჩნდება სლოვენური გაზეთები, რომელთა მთავარი ნიშანი არის ჩამორჩენილობა და სიძულვილი ყოველივე გერმანულის მიმართ.

უკანასკნელ ათწლეულში მნიშვნელოვანი გამოცოცხლება შეინიშნება **სერბიულ** პრესაში. ჩვენს დროში ბელგრადში გამოდის თოთხმეტი გაზეთი. პრესის თავისუფლება ქვეყანაში აშკარად შეზღუდულია.

ბულგარეთის პრესაც, არსებითად, თავისი განვითარების პირველ სტადიაზეა. ქვეყანაში, რომელიც 95500 კვადრატულ კილომეტრს მოიცავს და სადაც 4 მილიონი ადამიანი ცხოვრობს, მხოლოდ რამდენიმე გაზეთია – სოფიაში და ერთი ფილიპოპოლში.

ამასთან შედარებით საგაზეთო ლიტერატურა უფრო წარმატებით ვითარდება **რუმინეთში**. დღესაც არსებული გაზეთი „Romanulu“ 1857 წლიდან გამოიცემა ბუქარესტში. აქ არის 20-მდე გამოცემა, აქედან 2 – გერმანულ ენაზე.

დიდი ხნის განმავლობაში თურქთა ბატონობის უღელქვეშ მოქცეულ ბერძნებს არ ჰქონდათ საშუალება, გაზეთები საკუთარ მიწა-წყალზე დაეარსებინათ, ამიტომაც იყო, რომ პირველი ბერძნული პერიოდული გამოცემა ვენაში დაფუძნდა 1793 წელს („Ephemeris“), თუმცა ძალიან მალე დაიხურა. ასეთივე ბედი გაიზიარეს მომდევნო გაზეთებმა. რამდენადმე მყარი საფუძველი ბერძნულ ჟურნალიზმს შეექმნა მას შემდეგ, რაც 1834 წელს ბერძნულ და ფრანგულ ენებზე გამოუშვეს. სამთავრობო გაზეთი. ახლა ამ ქვეყანაში ბევრი პერიოდული ორგანოა, მაგრამ ყველანი მცირე ზომისაა და ფინანსურადაც ვერ არიან მომძლავრებული.

მძიმე დღეშია **თურქული** პრესა. იქაურ პერიოდულ ორგანოებში ამაოდ დავუწყებთ ძებნას მასალებს აქტუალურ სადღეისო საკითხებზე. სხვა რომ არაფერი, უმკაცრესი ცენზურა გაზეთებს განვითარების ყველა საშუალებ-

ბას უზღუდავს. ჟურნალისტები აქ იყვნენ და რჩებიან უბრა-
ლო ქრონიკორებად და მეტი არაფერი. თვით საყოველთაოდ
ცნობილ ფაქტებზეც კი ხშირად არ შეუძლიათ ჟურნა-
ლისტებს სიტყვის დაძვრა ან, თუ იტყვიან რამეს, ის არც
ისე იშვიათად არ შეესაბამება რეალობასა და ფაქტებს და
ეს ყოველივე ითქმის არა მარტო საშინაო ამბებზე, არამედ
იმაზეც, რაც უცხოეთში ხდება. ქვეყნის მმართველობაზე
საერთოდ არაფრის თქმა არ შეიძლება – თურქეთის ღალა-
ტად ითვლება, თუ განიზრახავ, პრესაში აღწერო ადმინის-
ტრაციულ ორგანოებში მექრთამეობის, თავნებობის ფაქტე-
ბი, სამაგიეროდ, უზარმაზარი ადგილი ეთმობა ე.წ. ელი-
ტარულ პირთა ვიზიტების, მათ სასახლეებში მოწყობილი
ზეიმების აღწერას. დამახასიათებელი დეტალი – აი, დაახ-
ლოებით როგორ გადმოსცემენ გაზეთები სულთნის წასვ-
ლას პარასკეობით მეჩეთში სალოცავად: „მისმა უდიდე-
ბულესობამ, ყოვლისშემძლე მეუფემ და ბატონმა, ჩვენმა გუ-
ლუხვმა მონარქმა და კეთილისმყოფელმა, წინასწარმეტყვე-
ლის წარმოგზავნილმა, მართლმადიდებელთა წარმმართველ-
მა, ყოველთა დროთა გამარჯვებულმა მაუწყებელმა თურქე-
თის სამეუფეო ტახტისთვის არნახული ღიდებისა და ბრწყინ-
ვლებისა ინება, გუშინ დასწრებოდა საღვთო მსახურებას
მეჩეთში, რაიც აღავსებს სამყაროს შუქით, როგორც ერთი
მისი ღიდებული ნამოქმედარი. მისი უდიდებულესობა, ჩვენი
ბატონი მეუფე, ყოველი სიკეთის წყარო...“ და ა.შ. მანამდე
ვიდრე შენიშვნა დასრულდება სიტყვებით – ინებოს ალაჰმა,
კიდევ ღიდხანს დაიცვას ეს „ბურჯი სამყაროსი“ და თვით
ამნაირ ტირადებშიც კი არ შეიძლება ზოგიერთი სიტყვის
ხმარება. კერძოდ, ეს ითქმის სიტყვებზე: ახალგაზრდობა,
მამული, სიმხდალე, მართვა და ა.შ.



ოდნავი დარღვევაც კი მოასწავებს გაზეთის გაყიდვის აკრძალვას, პუბლიკაციის დაუბეჭდაობას, ფულად ჯარიმას, ერთი კვირით ან ერთი თვით გაზეთის შეჩერებას, ბოლოს და ბოლოს, გაუქმებას. არც ისე იშვიათია დამნაშავის ფიზიკურად დასჯაც.

გასაგებია, რომ ამისთანა გაზეთებს არავითარი რეალური ზეგავლენა არა აქვს ხალხში და ამიტომაც არის, რომ ბევრი მათგანი 250-300 ცალად იბეჭდება. უმრავლესობას, ცხადია, საკუთარი შემოსავალი არა აქვს და დამოკიდებულია მთავრობის სუბსიდიებზე.

დასასრულ შევნიშნავთ, რომ თურქეთში გაზეთის გამოცემის პირველი მცდელობა დაკავშირებულია XIX საუკუნის 30-იან წლებთან.

პირველი **სომხური** გაზეთი ინდოეთში, მადრასში, გამოვიდა 1794 წელს სომეხ ემიგრანტთა ხარჯებით.

1896 წელს მეფისნაცვალმა ვორონცოვმა თბილისში დააარსა გაზეთი „კაკაზი“, რომელიც მალე სომხურ ენაზეც გამოიცა. ამის შემდეგ სომხური გამოცემები ჩნდება სმირნში, კონსტანტინოპოლში, მოსკოვში. სომხურ პრესაში პირველად გილს იჭერენ თბილისში გამომავალი გაზეთები „მშაკ“-ი („მუშა“) და „ნორ დარ“-ი („ახალი საუკუნე“). 1872 წელს „მშაკში“ დაბეჭდილი წერილით გაზეთის დამაარსებელი გრიგოლ არწრუნი ამტკიცებდა, რომ ეროვნული საწყისები, როგორც სომეხი ხალხის გამაერთიანებელი ფაქტორები, უფრო საიმედოა, ვიდრე სარწმუნოება მაშინ, როცა მოსახლეობაში აღმსარებლობის სიჭრელეა.

XIX საუკუნის 50-60-იან წლებში გამოცემულმა პერიოდულმა ორგანოებმა თბილისი სომხური ლიტერატურული ცხოვრების ცენტრად აქცია.

ირანული ჟურნალისტიკა თავისი არსებობის მხოლოდ პირველ საფეხურზეა. რამდენიმე წლის წინათ დასავლური განათლების მქონე ახალგაზრდებმა თეირანში დააარსეს გაზეთი „ირანი“. ის იმის გარდა არაფერს აკეთებს, რომ აქვეყნებს მხოლოდ ოფიციალურ ცნობებსა და ოფიციალურ პირთა სიტყვებს.

ასევე უმნიშვნელოა **არაბული** გაზეთების როლი საზოგადოებრივ ცხოვრებაში. არაბეთის გარდა სხვადასხვა მცირე ზომის გამოცემები არის ეგვიპტეში, სირიაში, ალჟირში, ტუნისსა და კონსტანტინოპოლში. მათ შორის ყურადღებას იპყრობს 1887 წელს კონსტანტინოპოლში დაარსებული ჟურნალი „ალ-დშიავაიბი“.

მეტად ჭრელი პრესა ვითარდება **ინდოეთში**, სადაც წარმმართველ როლს ინგლისურ ენაზე გამოცემული გაზეთები ასრულებენ. არაინგლისურ ენაზე გამოძავალი ბევრი პერიოდული ორგანოს ხელმძღვერი 50 კაცს თუ შეადგენს.

იაპონიისა და ჩინეთის პრესა

იაპონური პრესის ისტორია სრულიად განსაკუთრებულია და გამორჩეული. ის ვითარდებოდა, მართლაც რომ, წარმოდგენილი სისწრაფით. ბუნებრივია, ეს ვერ მოხდებოდა ძველ, ფეოდალურ ხანაში. სასურველი გარემო უფრო 1887 წლიდან შეიქმნა, როცა აღრინდელი წესები გაუქმდა, ხოლო ათი წლის შემდეგ საერთოდ მოისპო წინასწარი ცენზურა. ოღონდაც, ისიც უნდა ითქვას, რომ ტოკიოში, პოლიციის სამმართველოში, არის განსაკუთრებული განყოფილება, რომელიც ყველა გაზეთს აკონტროლებს და მკაცრ



რეაგირებას ახდენს პრესის კანონით გათვალისწინებული ნებისმიერი ნორმის დარღვევაზე.

ტექნიკური უზრუნველყოფა, ცხადია, აქ უმაღლეს ევროპულ დონეზეა. იმდენად, რამდენადაც პრესა თითქმის არაფერს ამბობს იაპონიის საქმეებზე, გაზეთების მთავარი შინაარსი გადმოღებულია ევროპული, უწინარესად, ინგლისური პრესიდან, რაც იმითაც გამოიხატება, რომ მასში ხშირად სრულიად უმიზეზოდ იჩენს თავს არამეგობრული დამოკიდებულება გერმანიის მიმართ.

გაზეთების მცირე ნაწილი გამოდის ლიტერატურულ ენაზე, უმრავლესობა კი ხალხისთვის უფრო მისაწვდომ ენაზე. შესაბამისად, გამოიყენება სხვადასხვა დამწერლობა. ძალიან მრავალრიცხოვანია იეროგლიფები. დღემდე შედეგი ვერ გამოიღო ლათინური შრიფტის შემოღების მცდელობამ.

გაზეთების უმრავლესობა, ცხადია, ტოკიოში გამოდის. მათგან ყველაზე უფრო გავლენიანია „Nitschi Nitschi Schimbun“-ი („ყოველდღიური ცნობები“), რომელიც 1873 წელს არის დაარსებული და მისი ტირაჟი 40-50 ათას აღწევს. მასში აშკარაა მთავრობისადმი გამოხატული სიმპათია, მაგრამ ტონი მაინც ზომიერია. აღსანიშნავია სხვა გაზეთებიც: „Gschoja Schimbun“-ი („სამთავრობო და სახალხო მაცნე“), „Koron Schimpo“ („საზოგადოებრივი აზრი“) და „Heimin Schimbun“-ი – სოციალ-დემოკრატიული ფურცელი. ბუნებრივია, არის კიდევ მრავალი წვრილ-წვრილი გამოცემა. დღეს თითქმის ყველა პროფესიულ ჯგუფს, ყოველ კავშირს თავისი საკუთარი ორგანო აქვს. თვით ბალეტისა და კაფეშანტანების მოცეკვავეები უშვებენ თავიანთ გაზეთს. არის ე.წ. „ყვითელი პრესაც“.

ჩინურ პრესას ჯერ კიდევ ბევრი აკლია იაპონურამდე. მილიარდიანი მოსახლეობის ქვეყანაში ასზე ცოტა მეტი გაზეთი თუა და ისინიც შინაარსობრივად დიდად ვერ გამოირჩევიან. უცხოეთის ცხოვრების ამსახველი ბევრი მასალა გადმოებეჭდილია ინგლისური და იაპონური გაზეთებიდან ისე, რომ მითითებული არ არის წყარო.

რაც უნდა იყოს, აღსანიშნავია, რომ ჩინეთში გამოდის უძველესი გაზეთი დედამიწაზე „Kingpao“ („დედაქალაქის მაცნე“), რომელიც, გადმოცემის თანახმად, 911 წელს არის დაარსებული, ოღონდაც რეგულარულად გამოიცემა 1361 წლიდან – კვირაში ერთხელ, 1800-დან – ყოველდღე.

ბევრი მნიშვნელოვანი გაზეთი გამოდის შანხაიში, ჰონგ-კონგში, ტიენ-ზინში და სხვაგან. ჩინური გაზეთები უცხოეთშიც არის, კერძოდ, ამერიკაში.

ამერიკისა და ავსტრალიის პრესა

ამერიკისა და ავსტრალიის გაზეთები ევროპული პრესის უშუალო ამონაყარია, კერძოდ, ინგლისურისა, გერმანულისა და ესპანურისა.

ყველაზე წარმატებულად ამერიკის შეერთებული შტატების პრესა განვითარდა. აქ XIX ასწლეულში შეიქმნა ჭეშმარიტად გრანდიოზული საგაზეთო ლიტერატურა, რომელსაც მხოლოდ მისთვის დამახასიათებელი ნიშან-თვისებები აქვს. ერთი ასეთი უპირველესი ნიშანია ის, რომ ყოველი გამომცემლობა განიხილება, როგორც საქმიანი საწარმო და ისიც მუშაობას სწორედ ამგვარად წარმართავს. გაზეთის დაარსებისას წარმმართველ ძალად აქ ნაკლებად გვევლინება პოლიტიკური იდეა. ყველაფერი კეთდება, რათა პრესა გასაგები იყოს მასებისთვის, შეეფერებოდეს მის გე-



მოვნებას და მოთხოვნებს, აკმაყოფილებდეს ინტერესს სენსაციებისა და სკანდალებზე. ამ გზით ბევრმა ამერიკულმა გაზეთმა მოიპოვა დიდი ფულიც და დიდი პოპულარობაც. და, მიუხედავად ამისა, არც ერთი გამოცემა არ შეიძლება მივიჩნიოთ სულიერი ძალის მქონედ. მათ გადამწყვეტი ხმა არა აქვთ პოლიტიკაში. ამერიკული გაზეთები, როგორც წესი, მხოლოდ გამოხატავენ საზოგადოებრივ აზრს და რამდენადმე ალამაზებენ პოლიტიკურ სურათს თავიანთი ინდივიდუალური გემოვნებისა და იმ პარტიის განწყობის შესაფერისად, რომელსაც ეყრდნობიან. „ამერიკული გაზეთი ასახავს ყველა თავისებურებას, რაც საზოგადოებრივ აზრს ახასიათებს, იზიარებს მის ქარაფშუტობას და ცვალებადობას, რომელიც ხშირად ლამის ისტერიკული ხდება. ოღონდაც, მეორე მხრივ, იმეორებს მისი კეთილგონიერებისა და პრაქტიკულობის ნიშან-თვისებებს, მის ოპტიმისტურ ძალისხმევას და მკაცრ მორალს, ასევე იზიარებს მის იუმორს და მასსავით იცის დაუნდობელი დაცინვა“ – წერს პროფესორი მიუნსტერბერგი თავის ნაშრომში “Die Amerikaner”. როგორც საზოგადოებრივი ცხოვრების უბრალო ექო, ამერიკული გაზეთი ლაპარაკობს მასების ენაზე – ვულგარულ, ზოგჯერ უხეშ და უკადრის ენაზეც კი. ის შორს არის ამ მხრივ ლონდონური გაზეთების თავდაჭერილობისა და კეთილშობილური სტილისგან ანდა პირველხარისხოვანი გერმანული გამოცემებისგან, ხოლო იუმორი, რომელსაც ის წყალობს, მხოლოდ გულუბრყვილო და ნაკლებად განათლებულ მკითხველს თუ გაუხარებს გულს.

შეერთებული შტატების განვითარებაში არსებითი როლი ინგლისურმა ელემენტმა შეასრულა, ამიტომაც ამერიკულ პრესაშიც წარმმართველ ძალად ინგლისური



გაზეთები იქცა. პირველად ამერიკაში ინგლისური გაზეთები გაჩნდა. მათ შორის უძველესია “The Boston News Letter”-ი (გამოვიდა 1704 წელს ბოსტონში), შემდეგ გამოიცა “The Gazette” (1719, ასევე ბოსტონში). იმავე წელს ფილადელფიაშიც აარსებენ გაზეთს. 1725 წ-ში პირველი გაზეთი გამოდის ნიუ-იორკში. ამერიკულ პრესას განვითარების ძლიერი სტიმული მიანიჭა ბენჯამინ ფრანკლინის მოღვაწეობამ. მან, როგორც მოსახლეობის ფართო მასებში განათლების შეტანის მოსურნემ, ბევრი იღვაწა საგაზეთო საქმის გასაძლიერებლად. პირველი დიდი გაზეთი ნიუ-იორკში მხოლოდ 1801 წელს დაარსდა – “Evening Post”-ი. მას XIX საუკუნეში ბევრი თვალსაჩინო მოღვაწე ედგა სათავეში. თანამშრომელთა შორის სხვადასხვა დროს იყვნენ პოპულარული მწერლები ბრეტ ჰარტი, უოლტ უიტმენი, სენტ-ბეკი და სხვანი.

XIX საუკუნის 30-იანი წლებიდან ამერიკული პრესის ნამდვილ მექად იქცევა ნიუ-იორკი, რაც მაშინდელი ამერიკული ჟურნალისტიკის ახალგაზრდა თაობის დამსახურებაა. პირველ ასეთ წარმატებულ გამოცემად იქცა დემოკრატიული “The Sun”-ი. ახლა მას დილის და საღამოს გამოშვებები აქვს, ყოველდღიური ტირაჟი შეადგენს 200000 ცალს და არ მალავს თავის პოლიტიკურ მიმართულებას. „სან“-ის დაარსებიდან 2 წლის შემდეგ, 1835 წელს, ჩნდება “New-York Herald”-ი, ხოლო 1841-ში “Tribune”. აღსანიშნავია, რომ „New-York Herald“-ის დამაარსებლის, ბენეტის, სახელს უკავშირდება ინტერვიუს შექმნა და გამოჩენა პრესაში.

დღეს ამერიკული პრესის ლიდერთაგანია დემოკრატიული “New-York Times”-ი, რომელიც 1851 წელს დააფუძ-



ნა რაიმონდმა, რესპუბლიკური “New-York Mail and Express”-ის ო. სხვა გაზეთებიდან გამოირჩევიან “Philadelphia Ledger”-ი (დაარს. 1836 წელს), “Boston Herald”-ი, “Washington Post”-ი. სამწუხაროდ, ძალიან განვითარდა ე.წ. ყვითელი პრესაც, გათვლილი მასების მდაბალ ინსტინქტებზე.

საერთო ჯამში, აშშ-ში გამოდის 2000-მდე ყოველ-დღიური გაზეთი. მათ შორის 600 – დილისა, 1600 – საღამოსი. საგაზეთო ქალაქად წელიწადში 100 მილიონამდე დოლარი სჭირდება. გაზეთების გაყიდვას შემოაქვს 350 მილიონამდე, პუბლიკაციებს და განცხადებებს – 400 მილიონი.

ყველა მნიშვნელოვანი გაზეთის რედაქცია თავიანთი ინტერესების დასაცავად გაერთიანებულია კავშირში “American Newspaper Publisher’s Association”-ი.

ავსტრალიაში გაბატონებული მდგომარეობა უჭირავს ინგლისურ ენას. მთელი პრესა ინგლისურის ასლია და არაფერი ახასიათებს საკუთარი და განსაკუთრებული. დიდი გაზეთები გამოდის მხოლოდ მელბურნში, სიდნეიში, ადელაიდსა და ბრისბანში.

მოთხოვნები, რომელთაც მსოფლიოს კულტურული ხალხები უყენებენ პრესას, უაღრესად დიდია. “Review of Review”-ის გამომცემელი, ცნობილი მოღვაწე ვ.ფ. სტედი მიიჩნევს, რომ თანამედროვე პრესამ უნდა იტვირთოს ბევრი ის ფუნქცია, რაც შუა საუკუნეებში ჰქონდა ეკლესიას, და იმავდროულად უნდა გაინაწილოს თანამედროვე უნივერსიტეტის მოვალეობანი.

(საინტერესოა, რას იტყოდა ამ სიტყვების გაგონებაზე მისტერ ბრაუნ ჰოჯემენი. ძალიან საეჭვოა, მას გადაეთქ-

ვა თავისი აზრი — „ეს პროფესია თითქმის ისეთივე ძველია, როგორც... ერთი სიტყვით, ეს მეორე უძველესი პროფესიაა“. ვითომ?!).

რუსეთი

ერთნი მიიჩნევენ, რომ რუსული ჟურნალისტიკის ისტორია იწყება 1702 წლის 16 დეკემბრიდან, როცა სანკტ-პეტერბურგში გაზეთ „ვედომოსტის“ პირველი ნომერი გამოსულა. ერთი დღით ადრე იმპერატორს ბრძანებაზე წაუწერია „Ведомостям Быть!“. ჩვენამდე მოაღწია ამ გაზეთის ნომერმა, რომელიც 1703 წლის 2 იანვარს არის გამოსული. ბევრი ამიტომაც ამბობს, რომ რუსული ჟურნალისტიკის დასაწყისად ეს ბოლო თარიღი უნდა იყოს მიღებული. არადა, სწორედ ამ გაზეთში რამდენჯერმეა ნახსენები გაზეთის წინა გამოშვებები.

სასკოლო რვეულის ფორმატის ნახევარფურცლებზე დაბეჭდილი გაზეთი დროდადრო, არალეგალურად გამოდიოდა, მხოლოდ მაშინ, როცა ღმერთი ინებებდაო, — ამბობენ ირონიით. რაც დრო გადიოდა, პერიოდულობა მით უფრო კლებულობდა. მაგალითად, თუ 1703-04 წლებში გაზეთის 39-39 ნომერი გამოუშვეს, 1705-ში — 45 ნომერი, 1717-ში — სამი, 1718-ში კი სულ ერთადერთი ნომერი დაუბეჭდავთ.

გაზეთს სხვადასხვა სახელი ერქვა, ზოგჯერ მარტო „ვედომოსტი“, ზოგჯერ „ვედომოსტი მოსკოვსკიე“, „ვედომოსტი როსიისკიე“, „ვედომოსტი მოსკოვსკოვო ვოსუდარსტვა“, „ვესტი“. „რელიაციი“ და ა.შ.

გამოცემები მთავრობის რუპორი იყო და უბირატე-
სად ეთმობოდა ჩრდილოეთის ომის ამბებს და პეტრეს
პოლიტიკას კულტურაში.

გაზეთების ერთფეროვნებამ მათდამი ინტერესი თან-
დათან ჩაკლა და პეტრეს სიკვდილის შემდეგ, 1727 წლი-
დან, საერთოდ გაუქმდა. იმავე წელს გამოიცა „სანკტ-პე-
ტერბურგსკიე ვედომოსტი“, რომელიც დღესაც განაგრძობს
არსებობას. ის პირველ წელიწადს გერმანულ ენაზე გამო-
დიოდა, 1728 წლიდან კი რუსულზე. გაზეთის პირველი
რედაქტორი იყო გერმანელი გერჰარდ ფრიდრიხ მილერი.
ეს არის პირველი რუსული რეგულარული გამოცემა. გამო-
დიოდა კვირაში ორჯერ, ე.წ. საფოსტო დღეებში, როცა
ცხენებით აგზავნიდნენ ფოსტას სხვადასხვა მიმართულებით.

1728 წლიდან ამ გაზეთთან ერთად იწყება მისი
დანართ-ლექსიკონის გამოშვებაც – „მესიაჩნიე, ისტორიჩესკიე,
გენეალოგიჩესკიე ი გეოგრაფიჩესკიე პრიმეჩანია“, რომელ-
მაც 1742 წლამდე იარსება. სხვათა შორის, აქ მუშაობდა
მიხეილ ლომონოსოვი, რომელმაც სხვა წერილებთან ერთად
გამოაქვეყნა შესანიშნავი სტატია „ფიქრები ჟურნალისტე-
ბის მოვალეობებზე“. აი, რას მოითხოვდა მათგან მეცნიერი
ძირითადად: 1. კომპეტენტურობა; 2. თავმდაბლობა; 3. სხვათა
აზრის მიმართ პატივისცემლური დამოკიდებულება; 4. ცოდნა
ფრაზისა: „სირცხვილია სხვისი აზრების მოპარვა“.

XVIII საუკუნის რუსული ჟურნალისტიკის განვი-
თარებაში მნიშვნელოვანი როლი შეასრულეს სუმაროკო-
ვის გამოცემებმა და ეკატერინე II-ის დროინდელმა სატი-
რულმა ჟურნალებმა. ამ საუკუნის პრესის მოღვაწეთა შორის
გამოირჩევა ნიკოლოზ ნოვიკოვის, მიხაილ ჩულკოვის, ფე-

ოდორ ემინის, ივან კრილოვის, ნიკოლაი კარამზინის სახელები.

მთელი მე-18 საუკუნის განმავლობაში რუსეთში დაახლოებით 150 გაზეთი და ჟურნალი გამოიცა. 1796 წელს ეკატერინე II-მ სიკვდილის წინ ხელი მოაწერა რუსეთში ცენზურის შემოღებას. სამკაცრიან ცენზორთა ჯგუფის წაუკითხავად, რომელშიც ერთი სასულიერო პირი იყო, რუსეთში ნაბეჭდი პროდუქცია აღარ გაჭაჭანდებოდა. პავლე I-ის ხუთწლიანი მმართველობის დროს რუსული ჟურნალისტიკის მდგომარეობა სავსებით აუტანელი გახდა. 1800 წელს კატეგორიულად აიკრძალა უცხოეთიდან ნებისმიერი ნაბეჭდი ლიტერატურის, თვით ნოტების შემოტანაც კი.

რუსული ჟურნალისტიკა აღმოცენდა, როგორც საგაზეთო ლიტერატურა, შემდეგ კი საჟურნალოდ იქცა. თავიდან იყო სამთავრობო, შემდეგ – ოპოზიციური, მაგრამ საერთო ჯამში ის მე-18 ს-ში ხასიათდება, როგორც არააქტუალური და არაორიგინალური.

ჟურნალისტიკის ისტორია განუყრელად არის დაკავშირებული ქვეყნისა და სახელმწიფოს ისტორიასთან. ჟურნალისტიკის ისტორია ხალხის ისტორიაა, ხორცშესხმული გაზეთების გვერდებში, ნაჩვენები ტელეეკრანით, გახმიანებული რადიოთი. წამყვანი გამოცემების განვლილი გზის შესწავლა, მათი ტექსტების გაანალიზება ეხმარება ჟურნალისტებს, თავი აარიდონ მრავალ შეცდომას, შეძლონ თავიანთი საქმიანობის უკეთ ორგანიზება.

1917 წლის ოქტომბერმა მთელი რუსული სამყარო ორ ურთიერთისადადმი მტრულად განწყობილ ბანაკად გაყო. შესაბამისად შეიქმნა ბოლშევიკური, უკიდურესად იდეოლოგიზებული საბჭოთა ჟურნალისტიკა და რუსული საზღ-



ვარგარეთის, ანუ ემიგრანტული პრესა. ამ უკანასკნელის პროდუქციით აივსო პრალა, პარიზი, ბერლინი, ჟენევა, ხარბინი. სხვა სიკეთესთან პერიოდული ორგანოები აერთიანებლად და კრავდა ყოველ ემიგრანტულ ჯგუფს.

საბჭოთა ჟურნალისტიკა, ისევე, როგორც ყველაფერი მთელს იმპერიაში, ხელთ ეპყრა მმართველ კომუნისტურ პარტიას, უფრო კი მის ცენტრალურ ორგანოებს. ძნელად, რომ პრესაში თავისუფალი აზრი გაჭაჭანებულიყო და ისიც ცალკეულ ჟურნალისტთა უდიდესი ნიჭიერებისა და პიროვნული უფლებების, თვით სიცოცხლის რისკის ფასად თუ ხერხდებოდა. ბუნებრივია, მით უფრო დასაფასებელია ასეთი ჟურნალისტებისა თუ პერიოდულ ორგანოთა ხელმძღვანელების ზნეობა და პრინციპულობა.

რუსეთში მუშათა პრესის წინამორბედი იყო რევოლუციურ-დემოკრატიული პრესა. იგი მოიცავს 1883-1894 წლებს. პირველი მუშათა ორგანიზაციების საგამომცემლო მოღვაწეობა გამოიხატებოდა პროკლამაციებისა და ნაბეჭდი ფურცლების შექმნაში.

XIX-XX საუკუნეთა მიჯნაზე რუსეთში უპირატესად სამთავრობო გაზეთები გამოდის; ამავე ხანებში აღმოცენებას იწყებს მარქსისტული მუშური პრესა. „მუშათა კლასის განთავისუფლებისთვის ბრძოლის კავშირი“ უშვებს 99-მდე ნაბეჭდ ფურცელს და ამზადებს ნიადაგს გაზეთ „რაბოჩე დელოს“ გამოსაცემად. უცხოეთში გამოდის გაზეთი „ისკრა“ (1900-1905 წლები) და ჟურნალი „ზარია“. გაზეთ „ისკრის“ რედაქტორია გიორგი პლენარნი.

1904-07 წლების რევოლუციური მოძრაობა ხელს უწყობს პოლიტიკური ცხოვრებისა და, შესაბამისად, რუსუ-



ლი ჟურნალისტიკის, კერძოდ, რევოლუციური ჟურნალისტიკის განვითარებას. მთავრობა იძულებული ხდება, დათმობებს დაყაბულდეს, რაც ხელშესახებად გამოინახტება მეფის 1905 წლის 17 ოქტომბრის მანიფესტით. გამოდის პირველი ლეგალური ბოლშევიკური ჟურნალი „ნოვიაა ჟიზნ“-ი, აღმოცენდება მუშათა დეპუტატების საბჭოების ბეჭდვითი ორგანოები.

1907-10 წლები რუსეთში რეაქციის მძვინვარების ხანაა. ბუნებრივია, ამ დროს უკიდურესად შეიზღუდა ზოგადად ჟურნალისტიკა, განსაკუთრებით კი რუსული რევოლუციური პრესა. იმართება განმაურებული სასამართლო პროცესები.

1917 წლის თებერვლის რევოლუციას თან მოჰყვა ისეთივე ჭრელი პრესა, როგორიც რუსული პოლიტიკური სპექტრი იყო. გამოდის კადეტთა, ესერებისა და მენშევიკების, მენშევიკ-ინტერნაციონალისტების, ბოლშევიკთა ბეჭდვითი ორგანოები. დროებითი მთავრობა განსაკუთრებით დიდ საფრთხეს ხედავს ბოლშევიკურ გამოცემებში და ამიტომ არ ერიდება რეპრესიებს მათ წინააღმდეგ. ხურავს გაზეთებს „პრავდა“, „სოლდატსკაია პრავდა“.

1917 წლის ოქტომბრის გადატრიალების თუ რევოლუციის შემდეგ სურათი თანდათანობით იცვლება, ვიდრე მანამდე არსებულისგან რადიკალურად განსხვავებულ ვითარებამდე მივიდოდა. თავდაპირველად ყალიბდება პრესის სამი ჯგუფი: ბოლშევიკური, რევოლუციური მიმდინარეობისა; კონტრრევოლუციური მიმდინარეობისა; დემოკრატიული მიმდინარეობისა.

ქვეყანაში პროლეტარიატის დიქტატურის გამოცხადებამ და საბჭოთა ხელისუფლების ორგანოთა გაძლიერე-

ბამ, კერძოდ დეკრეტმა ბეჭდვითი სიტყვის შესახებ, დეკრეტმა ბეჭდვითი სიტყვის რევოლუციურ ტრანსფორმაციას და მომდევნო ღონისძიებებმა მეთოდურად მოსპო ნიადაგი პლურალისტური აზრისა და პრესისთვის.

მთელი 70 წლის განმავლობაში რუსეთში, მთელს საბჭოთა იმპერიაში არ არსებობდა თავისუფალი, დამოუკიდებელი პრესა. მასობრივი ინფორმაციის ყველა საშუალება პარტიული დიქტატის მარწუხებში იყო მოქცეული. ჟურნალისტიკაში გაბატონდა იდეოლოგიზებული, პოლიტიკური კლიშეები. რუსული პრესა არსებითად იზოლირებული იყო მსოფლიო ჟურნალისტიკისგან თუ არ ჩავთვლით ე.წ. სოციალისტური ბანაკის ქვეყნების პერიოდიკას, რომელიც თავად განიცდიდა წარმოუდგენელ შეზღუდვას მოსკოვისგან.

საბჭოთა იმპერიის არსებობის ბოლო პერიოდში, კერძოდ, 1985-1991 წლებში, შედარებით უკეთესი ხანა პრესას ე.წ. პერესტროიკამ მოუტანა. ამ წლებში აშკარად აქტიური გახდა რედაქციების სოციოლოგიური სამსახურების მუშაობა, განვითარდა და გამრავალფეროვნდა ჟურნალისტური ჟანრები. გაცილებით უფრო საინტერესო გახდა სოციალური პრობლემატიკა, დემოკრატიის თემატიკის ამსახველი მასალები. მრავლად იბეჭდებოდა სადისკუსიო, პოლემიკური წერილები. სიმართლე ითქვა ბევრ მოვლენაზე, რომელსაც არქივების ცხრაკლიტულში წლობით ფარავდა დავიწყების მტვერი. სასიკეთო ცვლილებები განიცადა ტელე და რადიოპროგრამებმა. პრესამ მრავალფეროვნად ასახა საბჭოთა იმპერიის დაშლის პროცესი, თუმცა ისიც აშკარაა, რომ ბევრ რუსულ გაზეთს დღემდე არ ეთმობა იმპერიული სულისკვეთება და ხშირად აგრესიულ დამოკიდებულებას

ავლენს ყოფილი ე.წ. მოკავშირე რესპუბლიკების დამოუკიდებელი სახელმწიფოების მიმართ.

რუსული პრესა მდიდარია, ნიჭით გამორჩეული, ჟურნალისტიკის ოსტატებად აღიარებული ინდივიდებით. იგი ახლა ხარბად ითვისებს მსოფლიოს დემოკრატიული ბეჭდვითი სიტყვის მდიდარ გამოცდილებას და, მიუხედავად ხელისუფლების სურვილისა, მაქსიმალურად აკონტროლოს იგი, საკუთრივ ჟურნალისტურ სფეროში მძლავრი პოტენცია იქმნება თვისობრივად სრულიად განსხვავებულ საფეხურზე მის ასაყვანად.

რადიო და ტელევიზია – ახალი ერის დასაწყისი

კაცობრიობამ თავისი ისტორიის განმავლობაში რამდენიმე ინფორმაციული რევოლუცია გადაიტანა. პირველი რევოლუცია იყო ენის ჩამოყალიბება და განვითარება, მეორე – ახლო აღმოსავლეთში კითხვისა და დამწერლობის გავრცელება, მესამე ინფორმაციული რევოლუცია მოხდა XV საუკუნის შუაში, როცა ევროპა „გუტენბერგის გალაქტიკაში“ შევიდა.

ინფორმაციის სფეროში მეოთხე რევოლუცია, ჩვენი დროის რევოლუცია, დაიწყო სემიუელ მორზეს, გულიელმო მარკონისა და თომას ედისონის ექსპერიმენტებით XIX საუკუნეში და ის ახლაც იკრებს ძალას. მისი შემადგენელი ნაწილებია კინემატოგრაფი, ხმის ჩაწერა, რადიო, ტელეფონი, კომპიუტერი, ასლის გადამღები და გამამრავლებელი ტექნიკა, ხოლო ყველაზე მძლავრი პროდუქტია ტელევიზია.

რადიოკავშირის პრაქტიკული უპირატესობა დასტავრა გახდა 1910 წელს, ხოლო 1912-ში განხორციელდა პირველი რადიოგადაცემა მეტროპოლიტენ ოპერიდან. ოლონდაც პირველი მსოფლიო ომის დროს მეომარმა სახელმწიფოებმა მოახდინეს რადიოკავშირის საშუალებათა მონოპოლიზება, რამაც ერთგვარად შეზღუდა კომერციული რადიომაუწყებლობა.

1920 წლიდან იწყება რეგულარული რადიომაუწყებლობა აშშ-ში, რამაც დასაბამი მისცა პრინციპულად ახალ სიტუაციას მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა ფუნქციონირებაში. 1920 წლის 2 ნოემბერს პიტსბურგში ჰარი დევისის ხელმძღვანელობით მუშაობა დაიწყო KDKA-მ – შეერთებული შტატების პირველმა კომერციულმა რადიოსადგურმა. მისი პირველი ინფორმაცია შეეხებოდა საპრეზიდენტო არჩევნების საბოლოო შედეგებს. მისი ახალი ფორმები აქტიურად ითვისებდნენ როგორც საინფორმაციო, ისე საგანმანათლებლო, რელიგიურ, გასართობ სფეროებს. KDKA რადიოსადგური ახალი ამბების ბლოკის გარდა ავრცელებდა მუსიკალურ და სპორტულ გადაცემებს, მსმენელთა წერილებს.

1922 წელს აშშ-ში 576 რადიოსადგური იყო, ამათგან 72 – საგანმანათლებლო, 29 – სარეკლამო, 12 – რელიგიური. იმავე წელს დაიწყო აშშ-ში პირველი რადიოსადგურების ქსელის შექმნა, რამაც 12 მილიონამდე მსმენელი შესძინა რადიოს. ამას მოჰყვა ახალი რადიოსამაუწყებლო კომპანიების ჩამოყალიბება.

რადიოსადგურების გამრავლებამ დღის წესრიგში დააყენა გამოსაყენებელი რადიოსიხშირეების რეგულირების საკითხი, რაც აშშ-ის კონგრესმა 1927 წლის სპეცია-


ლური კანონით რადიომაუწყებლობის ფედერალური კომისიის შექმნით გადაწყვიტა. 1934 წელს მიიღეს კანონი კომუნიკაციების შესახებ.

რადიო აქტიურად იჭრება ბევრი ევროპული ქვეყნის საზოგადოებრივ და პოლიტიკურ ცხოვრებაში. გერმანული რადიომაუწყებლობა სათავეს 1923 წლიდან იღებს. ევროპული რადიომაუწყებლობის ჩამოყალიბებაში აქცენტი გადატანილი იქნა კულტურულ-აღმზრდელობით პრობლემატიკაზე.

1920 წელს იშვა ახალი ჟანრი – რადიოპიესა. მიაჩნიათ, რომ პრიორიტეტი აქ ინგლისელებს ეკუთვნით. რადიოპიესაში მთავარი ყურადღება ეთმობოდა სიტყვას, დიალოგს თუ მონოლოგს, რითაც რადიომსმენელს უნდა შექმნოდა შთაბეჭდილება იმაზე, რაც უხილავ სცენაზე ხდებოდა. აქედან გასაკვირი არ უნდა იყოს, რომ ყველაზე ცნობილი რადიოპიესები ფსიქოლოგიურ დრამებს წარმოადგენენ. ამ ჟანრში დიდი წარმატებები მოიპოვეს ცნობილმა მწერლებმა სამუელ ბეკეტმა, ჰაროლდ პინტერმა, არჩიბალდ მაკლიშმა.

რადიომაუწყებლობის იგნორირებიდან პრესა მალე გადავიდა მასთან თანამშრომლობაზე – ჟურნალებში გაჩნდა განყოფილებები, რომლებიც რადიოპროგრამებს ეძღვნებოდა. გაჩნდა სპეციალური რადიოჟურნალებიც.

ამასობაში 1930 წელს იწყება „გამოუცხადებელი ომი“ ამერიკულ პრესასა და რადიოს შორის ინფორმაციის გავრცელების სფეროს დასაპყრობად. პრესამ მიაღწია იმას, რომ რადიოს აეკრძალა საგაზეთო ინფორმაციების გადაცემა, რამაც დღის წესრიგში რადიომაუწყებლობისთვის ახალი ამბების სპეციალური სამსახურის შექმნის საკითხი



დააყენა. ეს, თავის მხრივ, ჟურნალისტიკის ახალი ფორმის წარმოშობას მოასწავებდა. ასე დაიბადა რადიოჟურნალისტიკა. იწყება მოვლენის ადგილებიდან პირდაპირი რეპორტაჟების ხანა. მილიონობით ადამიანის ლამის ერთადერთ საინფორმაციო წყაროდ იქცა რადიო მეორე მსოფლიო ომის წლებში.

ტელევიზია ფართოდ სწორედ ამ ომის დამთავრების შემდეგ განვითარდა. ამერიკული ტელევიზია ყალიბდება მწვავე მეტოქეობაში ბრიტანულთან, რომლის ტექნიკურ უზრუნველყოფაზე თავად ბრიტანეთის მთავრობა ირჯებოდა. ნიუ-იორკიდან ვაშინგტონში ტელესიგნალი პირველად წარმატებით გადაიცა 1927 წელს.

მხოლოდ ომისშემდგომ ხანაში ჩნდება პირველი ტელეკომპანიების ქსელი. ტელევიზია იქმნებოდა ამერიკული რადიოს კომერციულ შესაძლებლობათა ხარჯზე.

დღეს კომერციულ ტელევიზიასთან ერთად ამერიკაში არაკომერციული ტელევიზიაც არსებობს. 1952 წელს კავშირგაბმულობის ფედერალურმა კომისიამ 242 არხი გადასცა საგანმანათლებლო სადგურებს, რომლებიც განეკუთვნებიან დიდი ქალაქების საზოგადოებრივ სადგურებს, კოლეჯებს, უნივერსიტეტებს. მათი შემოსავლები არამდგრადი იყო, რამდენადაც მხოლოდ კერძო პირების შემოწირულობებით და საქველმოქმედო ფონდებით საზრდოობდა. 1967 წელს კონგრესის გადაწყვეტილებით ამ სადგურების გაერთიანებით შეიქმნა ერთი სადგური, რომელიც სუბსიდიებს მთავრობისგან იღებს. მაუწყებლობის თემატიკა შეადგინა კულტურულ-საგანმანათლებლო პროგრამებმა, ასევე მსოფლიო კინემატოგრაფიის კლასიკურმა ფილმებმა. 80-იანი



წლების შუაში იგი დაახლოებით 300 ტელესადგურს
მოიცავდა.

ტელევიზიამ საკმაოდ მალე გამონახა მაუწყებლო-
ბის საკუთარი ენა და მანერა. გამოჩნდა სატელევიზიო
ჟანრები: ტელეექტორინები, სხვადასხვა ტელეშოუ თავიან-
თი მუდმივი წამყვანებით, დოკუმენტური პროგრამები, ახა-
ლი ამბების ბლოკები, კომერციული და სარეკლამო რო-
ლიკები, მუსიკალური კლიპები, ტელესპექტაკლები, ტელე-
ვილმები და ტელესერიალები.

კომუნიკაციური ტექნოლოგიები

ტექსტზე მუშაობისას გამოყენებულია მასალები გ. პონენ-
ცოვის წიგნიდან «Коммуникативные технологии двадцатого
века», 2001.

კომუნიკაციური ტექნოლოგიების დამახასიათებელი ნიშან-თვისება არის განზრახვა, ზემოქმედება მოახდინოს მასობრივ შეგნებაზე, რაც მათ განასხვავებს პიროვნებათ-შორისი ზეგავლენის სხვა ფორმებისგან.

თუ კომუნიკაციების თეორია საბაზისო კვლევითი დისციპლინაა მოცემული პროფესიული სფეროსთვის, მაშინ ასეთივე საბაზისო გამოყენებითი მეცნიერებაა პაბლიკ რილეიშნი, რაც გამოიხატება კიდევ სპეციალისტების გადაღინებით ერთი სეგმენტიდან მეორეში.

პრ (პაბლიკ რილეიშნი) და სხვა კომუნიკაციური ტექნოლოგიები ძირითადად მე-20 საუკუნის გამოგონებაა, რაც ოცდამეერთეშიც გადმოვიდა და სადაც, როგორც ჩანს, საბოლოოდ შეიძენს დასრულებულ სახეს.

პრინციპში ეს პროფესიები არც ისე ახალია. უფრო სიტყვები, ცნებებია შედარებით გვიან შემოსული. მათ ძველი შესატყვისები შეეცვალეს. მაგალითად, სსრკ-ში რეფერენტი იმავე საქმეს აკეთებდა, რასაც სპირაიტერი აკეთებდა და აკეთებს. სპინდოკტორის მოვალეობებს ითავსებდა სკკპ ცკ-ის საგარეო პოლიტიკური ინფორმაციის განყოფილება. საბჭოთა სპეციალისტების საქმიანობას, სხვათა შორის, დიდ შეფასებას აძლევდნენ უცხოელი მკვლევრები. მაგ., ფ. ტეილორი შენიშნავს, რომ პროპაგანდის სფეროში ხშირად საბჭოთა სპეციალისტები ჯობნიდნენ კიდევ უცხოელ კოლეგებს. „საბჭოთა კავშირმა იმდენად არ წააგო „ცივი ომი“, რამდენადაც „დეფოლტი“ გამოაცხადა,“ – შენიშნავს ის (Taylor P.M. Munitons of the Wind. A History of Propaganda from the Ancient World the Present Day. მანჩესტერი, 1995. გვ. 268).

საერთო ჯამში, ეს ახალი პროფესიები შეიძლება გავაერთიანოთ „კომუნიკატორ“ სიტყვით.

კომუნიკატორი მომავლის პროფესიაა. მისი სტატუსი სულ უფრო ამაღლდება იმის კვალობაზე, რაც უფრო წინ წავიწევთ საინფორმაციო ცივილიზაციისკენ.

კომუნიკაციური სივრცე და მისი ორბანიზება სიმბოლური ორბანიზება

„სიმბოლო – თავის თავზე უფრო მეტი“ – (თ.მ.).

სიმბოლო თავის თავში შეიცავს მეტ ინფორმაციას, ვიდრე ჩვეულებრივი სიტყვა. იგი, როგორც წესი, იყენებს ზემოქმედების უფრო ძველ არსენალს, ვიდრე ჩვენეული ახალი გამოგონებანი.

სიტყვაც სიმბოლოა, მაგრამ შინაარსის გაცილებით მკვეთრად გამოხატული სფეროთი. ტიპობრივი სიმბოლოები, ჩვეულებრივ, უფრო მეტად არის დატვირთული ემოციურად, მაშინ, როცა შინაარსობრივი სფერო ნაკლებ მკვეთრად აქვთ გამოხატული.

შინაარსობრივი მხარის რამდენადმე ბუნდოვანება კომუნიკატორებს საშუალებას აძლევს, სიმბოლოები თავიანთ სასარგებლოდ გამოიყენონ. მაგ., ვ. რაიხი თავის წიგნში, რომელიც სვასტიკის სიმბოლიზმს ეძღვნება, სვასტიკას განმარტავს, როგორც სექსუალური შინაარსის შემცველ ნიშანს, და ეს მხოლოდ ერთ-ერთი ვარიანტია ამ სიმბოლოს განმარტებისა (Райх В. Психология масс и фашизм, СПб, 1997).

სიმბოლო თავის თავზე უფრო მეტია, – შენიშნავს პ. ფლორენსკი. „სიმბოლო – წერს იგი, – არის ისეთი არსი, რომლის ენერგია შეზღუდულია ანდა უკეთ – განზავებულია რაღაცა იმ სხვის ენერგიაში, რაც უფრო ფასეულია არსის მოცემული ვითარებისთვის და, ამრიგად, თავის თავში ატარებს ამ უკანასკნელს...“ (Флоренский П.А. Соч. т.2. М. 1990, გვ. 23,287).

პოლიტიკოსები და სახელმწიფო მოღვაწეები ცდილობენ, თავიანთი თავი დაუკავშირონ პოზიტიურად შეფერილ სიმბოლოებს. თუ X ობიექტი ჩაერთვება პოზიტიურად ან ნეგატიურად შეფერილ სიმბოლოს, მაშინ, შესაბამისად, თვითონაც პოზიტიურად ან ნეგატიურად შეფერილი აღმოჩნდება.

სიმბოლოდ, მინიშნებად შეიძლება იქცეს ამა თუ იმ პირის საქციელის ვარიანტი (როცა, ვთქვათ, იგი მოულოდნელად უარობს საყოველთაოდ მიღებულ ნორმას, პროტოკოლით განსაზღვრულ წესს და ა.შ. ამის საუკეთესო ნიმუშად გამოდგება „ცივი ომის“ დროს გორბაჩოვისა და შევარდნაძის „ეშმაკობები“).

კომუნიკატორები სიმბოლოებს თავიანთ სასარგებლოდ იყენებენ. სიმბოლოები, როგორც წესი, მატერიალიზებულია, რაც წმინდა ვერბალურ სამყაროში, რომელშიც ჩვენ ვცხოვრობთ, ორმაგ დატვირთვას ატარებს. ამიტომაც გამოდიან პრეზიდენტები თავიანთი დროშების ფონზე, ამიტომაც ქვეყანას აქვს თავისი მძლავრი სიმბოლოები, რითაც სხვათაგან გამოირჩევა და ა.შ.

გავიხსენოთ ამერიკის სიმბოლოდ ქცეული თავისუფლების ქანდაკება, „დედასამშობლო“ – რუსეთისა. თავისუფ-

ლების ქანდაკება გამოდის, როგორც ნების დამრთველი ან
თუ იმ ტიპის საქციელისა.

სიმბოლო კოლექტიურია, სიტყვა – ერთდროულად
კოლექტიურიც და ინდივიდუალურიც, ამიტომ სიმბოლოს
უფრო მაღალი სტატუსი აქვს, ვიდრე სიტყვას.

ჩვენი ცივილიზაციის ჩარჩოებში სიმბოლო ხშირად
არის მატერიალიზებული ქანდაკებათა სახით.

სიმბოლოები, როგორც წესი, ერთმანეთს არ ეწი-
ნააღმდეგებიან, მათ მხოლოდ ადამიანები უპირისპირებენ
ხოლმე ერთმანეთს თავიანთი მიზნების რეალიზაციის მი-
საღწევად (მაგ. ვარსკვლავი და სვასტიკა). სსრკ-ს უყვარ-
და ადამიანების სიმბოლოებად ქცევა – პავლიკ მოროზოვი,
მატროსოვი, მიჩურინი, სტახანოვი და სხვა.

ნებისმიერი კომუნიკატორისთვის, იდეალურია სიმ-
ბოლო, ამიტომაც კომუნიკაციური ზემოქმედების ყველა ტექ-
ნოლოგიური სისტემა უეჭველად იყენებს სიმბოლოებს.

ვიზუალური ორბანიზება

ვიზუალური სიმბოლიკა გაერთიანებულ ძალად გვევ-
ლინება იმითაც, რომ მისთვის არ არსებობს ენობრივი ბარი-
ერები, რაც ასე მნიშვნელოვანია ტექსტური შეტყობინების
დროს. ვიზუალური სიმბოლიკისთვის უფრო არსებითი
კულტურათა განსხვავებულობაა.

ვიზუალური სიმბოლოებია: მეფის სიტყვა და მისი
ბრწყინვალე ჩაცმულობა; მასხარას ჩაცმულობა, მისი ნა-
კუწ-ნაკუწი ნაჭრებისგან შეფერილი ტანსაცმელი; ოინბა-
ზის სასაცილო სამოსი ცირკში...

ასეთი სიმბოლო იყო სახელის გასატეხად შექმნი-
ლი ნახატი – კერენსკი ქალის ტანსაცმელში, ასევე, სტალინი

ჯარისკაცის ფარაჯაში, რაც „თანასწორობასა და ძმობას“ განასახიერებდა; ასეთივე სიმბოლო-პარალელი განჩნდა საუკუნის მიწურულს, როცა ელცინი ტანკზე იმეორებს სახეს — ლენინი ჯავშნოსანზე...

ბრბოს მოთხოვნილებაა ერთი ნიშან-თვისების ჰიპერბოლიზება, რასაც ჰიპნოზური ეფექტი მოაქვს მასობრივი ცნობიერებისთვის. ამ მდგომარეობას შეიძლება ეწოდოს ბრბოს ტრანსი, როცა იშლება ინდივიდუალური განსხვავებულებანი და დომინირებული ხდება ცხვრის ფარისებური საქციელი.


ყოველგვარ თავყრილობაზე წინ მოდის კოლექტიური ემოციები, ხოლო ინდივიდუალური მოქმედება ბლოკირებულია. ასეთი ვითარებაა, მაგ., ტოტალიტარულ სექტებში, სადაც ცდილობენ, ადამიანი მარტო არ დარჩეს თავის თავთან, ასევეა მიტინგებზე, სხვა სახის მასობრივ აქციებზე...

ბრბოსთვის ძირითადი ნეგატიური ემოციებია. მისი პოზიციური მიმართულება მოითხოვს უნარიან დირიჟორობას, ისეთს, როგორც ეს სახეიმო შეკრებაზეა, სადაც მკაცრად განსაზღვრული სცენარით წარიმართება მთავარი მოქმედებები.

ბრბოს არა აქვს რეაქცია რთული შინაარსის შემცველ შეტყობინებებზე, ამან განაპირობა ის, რომ ჰიტლერის გაბელადებაში უდიდესი როლი შეასრულა პლაკატებმა (შეადარე ომისდროინდელი საბჭოთა პლაკატები).

მოვლენური ორბანიზაცია

ადამიანები არათუ უფრო ენდობიან იმას, რასაც ხედავენ, ვიდრე იმას, რასაც ისმენენ, არამედ უფრო ენდობიან მოვლენებს, ვიდრე სიტყვებს.



სიტყვების მოსმენისას იწყება მათი განხილვა, ნათქვამში წვდომის სურვილი, მოვლენა კი ყოველთვის სინამდვილეა, ე.ი. ყოველთვის სიმართლეა, ამიტომაც ეს უფრო დამარწმუნებელი და დამაჯერებელია. ამ დროს ადამიანებს ავიწყდებათ, რომ მოვლენა შესაძლოა იყოს ორგანიზებული და არაერთხელ რეპეტირებულიც.

მქუხარე შეხვედრა, გაჭიანურებული მოლოდინი, ალტაცება – ყოველთვის ეს არის კუბიკები, რომელთაგანაც მოხერხებული სპეციალისტები აშენებენ თავიანთი ჩანაფიქრის შესაფერის ნაგებობას. პოლიტიკაში მოვლენას არასდროს ექნება შემთხვევითი ხასიათი. დღევანდელიობიდან ამის საუკეთესო მაგალითებად გამოდგება თუნდაც ჩვენი ქვეყნის პრეზიდენტის, სააკაშვილის დამოკიდებულება ნაცნობ ჟურნალისტებთან, საზეიმო საღამოებში მონაწილეობა, დაგვიანება სამხედრო აღლუმზე... ასევე, ქალაქის მერის ხშირი გამოჩენა ქუჩებში, არჩევნების წინ – კანდიდატებისა მასივებში და ა.შ.

მოვლენა შეტყობინების ისეთივე ვარიანტია, როგორც ვერბალური ტექსტი, კონსტრუირებული თავისებური ხერხით.

მითოსური ორგანიზება

მითები გვევლინება მონაცემთა ბაზად, საიდანაც იღებენ ყველა სერიოზულ იდეას და სახავენ მიზანს. მაშინაც კი, როცა რეალურად არ მივიჩნევთ გარკვეულ არქეტიპებს, სიუჟეტების განმეორებით ან სხვა სახით მათი გამოყენებისას ვალწევთ მნიშვნელოვან ეფექტებს.

მითოლოგემები კომუნიკატორისთვის საინტერესოა იმით, რომ მათ (მითებს) ყველა იღებს, როგორც მოცემუ-

ლობას ჭეშმარიტებასთან შედარების გარეშე. მითებთან შერე-
წყმა მნიშვნელოვნად აძლიერებს შეტყობინების ძალას. ამ
მხრივ ახალი ქართული სახელმწიფოს არსენალი მეტად
მწირია: სააკაშვილი – აღმაშენებელი, სააკაშვილი – დავი-
ბრუნოთ საქართველო! სააკაშვილი – სტალინი; სააკაშ-
ვილი – ზვიად გამსახურდია; სააკაშვილი – პოლიგლოტი;
საკაშვილი – უშუალო – ბუნებრივი ჟარგონის მცოდნე...


კომუნიკაციური ორგანიზაცია

კომუნიკაციური ორგანიზაცია გულისხმობს შენი შეტ-
ყობინების გადაცემისას საზოგადოებაში უკვე არსებული
კომუნიკაციური ნაკადების გამოყენებას.

დადგენილია, რომ ხშირად აუდიტორიაზე არა მარ-
ტო და არა იმდენად მოქმედებს მასობრივი ინფორმაციის
საშუალებები, რამდენადაც შემდგომ მათ მიერ უკვე გავ-
რცელებული ახალი ამბების განხილვები „თვალსაზრისის
ლიდერებთან“ ერთად. ამ შემთხვევისთვის გამოიყენებენ
ტერმინს – „საკვანძო კომუნიკატორები“. ეს უკანასკნელე-
ბი იყოფა კიდევ ორ ჯგუფად: ერთ სფეროზე გავლენის
მქონეებად და ბევრ სფეროზე გავლენის მქონეებად.

კომუნიკაციის ორსაფეხურიანი სქემის გამოყენება
ეფექტიანია მაშინ, როცა ზედმიწევნით ვიცით, ზოგადად
აუდიტორიის ან კომერციული აუდიტორიის (ასაკის მიხედ-
ვით, კულტურის, განათლების დონის, რელიგიური მრწამსის
და ა.შ.) განწყობილება.

კომუნიკატორი არის ინფორმაციული ასიმეტრიის
შექმნის, კომუნიკაციური სისტემების ფუნქციონირების სპე-
ციალისტი.



ინფორმაციული და ფსიქოლოგიური ომები კომუნიკაციური სივრცის თავისებურებაში

განმტკიცებული აზრია: ის, ვინც პირველმა შეატყობინა ხალხს თავისი გამარჯვების ამბავი, პირველი აღმოჩნდა სინამდვილეშიც იმდენად, რამდენადაც მასობრივმა შეგნებამ სწორედ ისე აღიქვა ეს, როგორც თავდაპირველად მიაწოდეს.

გამოძიების ფედერალური ბიუროს პირველვე ღირექტორს ჩვევად უქციეს, ყველაზე უწინ წარედგინა მასისთვის მომხდარის თაობაზე საკუთარი ინტერპრეტაცია. მართლაც: ამის მერე ხომ ჟურნალისტებს ამ ამბავზე ლაპარაკისას აღარ შეეძლოთ, არ ეხსენებინათ მოვლენის ოფიციალური ინტერპრეტაცია მაშინაც კი, თუ არ ეთანხმებოდნენ მას — ამ ინტერპრეტაციას, ოფიციალურ შეფასებას.

ახალი ამბები, როგორც სპეციალისტები მიიჩნევენ, ამყარებს საზოგადოებაში ძალთა განაწილების უკვე არსებულ რეალობას. ეს, პირველ ყოვლისა, ოფიციალურ შეტყობინებებს ეხება. არაოფიციალური ახალი ამბები, რომელთა გამავრცელებელი ოპოზიციური წყაროებია, პირიქით, ცდილობს, ძალთა ეს განაწილება შეარყიოს.

მაგალითად, ამის გულისთვის იქმნება შეტყობინებები საზოგადოების ზედაფენების კორუმპირებულობაზე და სხვა.

ამასთან, უნდა გამოვყოთ ხანგრძლივმოქმედი და ხანმოკლე მიზნები.

ხშირად, სამწუხაროდ, ჩვენი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები მოვლენისა ან ფაქტის გაშუქებისას უცხოური მასმედიის ინტერპრეტაციის მეტისმეტ ზეგავლენას



განიცდიან (კერძოდ, რუსულისა. ხშირად მას თითქოს აკრიტიკებენ, მაგრამ წარამარა ხსენებით და არცთუ წარმატებული კამათით უმეტეს შემთხვევაში პირიქით გამოსდით ხოლმე).

ინფორმაციულ ასიმეტრიას შეუძლია ახსნას, რატომ იზიდავს ასე ძალიან მედიას საგანგებო სიტუაციები (მიწისძვრა, წყალდიდობა, შიმშილი...). ერთი მხრივ, ასეთი საგანგებო მოვლენები იდეალურად შლის მეხსიერებიდან სხვა შეტყობინებებს და შეღავათს აძლევს ჩვენს მეხსიერებას. მეორე მხრივ, ექსტრემალური სიტუაცია ყოველთვის გამოძახებულია ასიმეტრიულობისა იმდენად, რამდენადაც არაპროვოზირებადია, ეს კი ახალი ამბების არსი და მარტივია.

ინფორმაციული ასიმეტრია არის ძირითადი ელემენტი ინფორმაციული ბრძოლისა, რაც აყალიბებს ნებისმიერი სახელმწიფოს საინფორმაციო სივრცეს.

წინასწარ სავარაუდო ოფიციალური შეტყობინებები, ანუ სიმეტრიული ცნობები, მედიაში ხვდება ხელისუფლების პრინციპულად ასიმეტრიული მდგომარეობის ზეგავლენით. ხელისუფლება თვითონ ქმნის (თავისი მდგომარეობით) შეტყობინებათა პრიორიტეტებს. ამრიგად, ასიმეტრიას ვაღწევთ სხვა დონეზე. მასმედიის მკვლევართა აზრით, მედია მეორადი ინტერპრეტატორის როლში გამოდის, პირველი ეკუთვნის ხელისუფლებას, რომელიც განსაზღვრავს ამა თუ იმ მოვლენას, როგორც საზოგადოებისთვის საშიშს ან სასიკეთოს.

ინგლისელი მეცნიერები სხვა ნიშან-თვისებებთან ერთად გამოყოფენ კულტურული მნიშვნელობის ოთხ ფაქტორს, რომლებიც ასიმეტრიულ ინფორმაციას ეხება: 1) ელტური ერები მალე იქცევიან ახალი ამბების საგნად; 2) სა-



ზოგადობის ელიტური ფენები მალე იქცევიან ახალი ამბების საგნად; 3)რამდენადაც უფრო პერსონიზებულია შეტყობინება, მით უფრო მოსალოდნელია მისი გადაქცევა ახალ ამბად; 4)რაც უფრო ნეგატიზირებულია შეტყობინება, მით უფრო სავარაუდოა მისი გადაქცევა ახალ ამბად. ამასთან, ტელევიზიას კიდევ აქვს თავისი დამატებითი მოთხოვნები: მოვლენა უნდა იყოს დრამატული, მიმზიდველი, გასართობი.

აქედანაც ჩანს, რა განსხვავებაა რეალურ მოვლენას და სიმბოლურ ახალ ამბავს შორის.

ინფორმაციული ასიმეტრია, ამასთან, დაფუძნებულია მოვლენის გაშუქების შესაძლებლობებზე, გამომდინარე მისი სხვადასხვა ასპექტისგან, რითაც იქმნება ახალი ამბების განსხვავებული სახეობები. მაგალითად, შესაძლებელია ომის ინტერპრეტირება პატრიოტული პოზიციებიდან და შესაძლებელია საოჯახო პოზიციებიდანაც. პირველ შემთხვევაში ძლიერი იქნება ოფიციალური, მეორეში – არაოფიციალური წყაროები. ასე აყენებს დარტყმას ასიმეტრიულობა შეტყობინების ძლიერ მხარეს.

ნამდვილი ახალი ამბების თავისებურება ის არის, რომ ახასიათებს შესაფერისი ბალანსირებულობა, რაც თავიდან გვაცილებს აღქმის ავტომატიზმს და ზრდის ნდობას საინფორმაციო წყაროს მიმართ. ამასთან, არ ირღვევა ტექნოლოგიურობა: მაგალითად, ბი-ბი-სის ახალი ამბების 70% ადრე დაგეგმილი მოვლენების შეტყობინებაა.

ახალი ამბავი (შეტყობინება) – ეს არის ინფორმაციული ასიმეტრიულობის დროებითი შექმნა. როცა ის საყოველთაოდ ცნობილი ხდება, მეორე დღის ახალი ამბავი წინა დღისას შლის და ამრიგადაც კვლავ დაცულია ინფორმაციული ასიმეტრიის პრინციპი.



ახალი ამბები უნდა შეესატყვისებოდეს არა მარტო მასმედიის არსის, არამედ მოცემული პერიოდის კონკრეტულ კომუნიკაციურ სტრატეგიას. ვთქვათ, არჩევნების დროს მეტი ყურადღება ეთმობა არა კანდიდატთა რეალურ დაპირებებს, არამედ დასაწინაურებლად მათ შორის გამართულ რბოლაში შექმნილ სიტუაციას. ასე იქმნება ომის სხვადასხვა მეტაფორა ამ სიტუაციების აღწერისას. ხალხისთვის პოლიტიკა იმდენად არ არის საინტერესო, რამდენადაც დოლი. ეს იმიტომ, რომ პირველში (პოლიტიკაში) ადამიანი არ არის, მეორეში – არის. ამასთან, პირველი რაციონალურია, ხოლო მეორე ემოციური, ადამიანი კი ამ უკანასკნელს ანიჭებს უპირატესობას.

შენიშნულია, რომ პოლიტიკური შეტყობინების შინაარსი მალე გვავიწყდება, გვაძახსოვრდება მისგან გამოწვეული შთაბეჭდილებები. ესეც გასათვალისწინებელია, როცა ვფიქრობთ, რა ვთქვათ საჯაროდ.

არნოლდმა შეიმუშავა მედიაში თემის განვითარების თავისი სქემა: 1. პირველი წყვეტილი შეტყობინებები მოვლენაზე; 2. სრულფასოვანი ინფორმაციის გამოჩენა; 3. ავტორთა პირველადი კომენტარების დამატება; 4. ახალ ამბავს ემატება განვითარება; 5. უფრო ცნობილი საზოგადოებრივი ავტორიტეტების გამონათქვამები; 6. პირველი ანალიტიკური მცდელობანი იმ პრობლემის გასააზრებლად, რომელმაც აღმოაცენა კონფლიქტი; 7. კონფლიქტის გაზრდა და გაღრმავება; 8. აღიარებული საზოგადოებრივი ავტორები ახშიანებენ თავიანთ ერთობლივ გადაწყვეტილებებს; 9. გამოშუშავდება სტერეოტიპი.

დასასრულს უნდა აღინიშნოს საზოგადოებრივი აზრზე ზემოქმედების კიდევ ერთი ვარიანტი – მანიფესტაცია. იგი

ზემოქმედებს ჟურნალისტზე, მერე – პუბლიკაზე: მანიფესტაცია – ჟურნალისტი – მედია – მასობრივი კულტურა. მანიფესტაცია გათვლილია დემონსტრაციულ ეფექტზე.

თანამედროვე სახელმწიფოთა კომუნიკაციურ სივრცეს აყალიბებს მრავალი საინფორმაციო წყარო. დემოკრატიულ საზოგადოებაში მათ ძალუბთ ერთმანეთთან ოპონირება, რითაც ქმნიან დიალოგის სიტუაციას, ტოტალიტარულ სახელმწიფოში ფორმირდება მონოლოგის სტრუქტურა, სადაც მხოლოდ ერთი წყაროა, დანარჩენებს კი ექოს როლი აქვთ.

საინფორმაციო კამპანიაში გემოქმედების საერთო მოდელი

ჩვენს დროში ინფორმაცია იქცა ხელისუფლების ინსტრუმენტად ისე და იმგვარად, როგორც აქამდე არასდროს ყოფილა. დროთა განმავლობაში მან თანდათან შეცვალა უხეში ძალა, ძალდატანება და ძალმომრეობა, რაც დიდხანს ითვლებოდა მართვის ერთადერთ საშუალებად. დადგინდა, რომ ჩვენი ფსიქიკა მეტისმეტად დამყოლია იმის მიმართ, რაშიც გვარწმუნებენ. ასე მოგვევლინა ინფორმაცია პროპაგანდისა და აგიტაციის ფორმით ხალხის მართვის მთავარ ბერკეტად. ერთხელ აშშ-ის აწ განსვენებულ პრეზიდენტს რიჩარდ ნიქსონს ბიუჯეტთან დაკავშირებით ეროვნული უსაფრთხოების საბჭოში გამოსვლის დროს უთქვამს, მიმაჩნია, ინფორმაციასა და პროპაგანდაში ჩადებული ერთი დოლარი უფრო ფასეულია, ვიდრე იარაღის სისტემებისთვის განკუთვნილი ათი დოლარი, იმიტომ, რომ უკანასკნელი ძნელად რომ დასჭირდეს საქმეს მაშინ, როცა ინფორმაცია მუშაობს ყოველ საათს და ყველგანო. მასვე ეკუთვნის შენიშვნა იმაზე, რომ „ინფორმაცია ყველასთვის“



ერთადერთი საქონელია ბაზარზე, რომელიც უფრო იყიდება, ვიდრე მისი დამზადება ჯდება.

ნებისმიერი ქვეყნის საინფორმაციო სივრცე მეტნაკლებად მგრძობიარეა უარყოფითი კონტექსტების მიმართ. საინფორმაციო სივრცეს უნდა შეეძლოს ის, რომ წინასწარ აღმოფხვრას უარყოფითი სიტუაციების აღმოცენების შესაძლებლობა და ისიც, რომ ასახოს მათი ფუნქციონირება, თუ მათ მაინც იჩინეს თავიო.

საინფორმაციო სამსახურები ქმნიან უარყოფით სიტუაციებს თავიანთი მოწინააღმდეგისთვის და აღკვეთენ თავიანთსას საკუთარ შემთხვევებში. სპარსეთის ყურეში მომხდარ ომს წინასწარ განესაზღვრა მიზანი – შეექმნა ზეზუსტი ომის იმიჯი. „რომელიდაცა სპინდოქტორის“ ეს გადაწყვეტილება მოწოდებული იყო მასობრივი შეგნებიდან, იმთავითვე აღმოეფხვრა ფიქრი ადამიანთა მსხვერპლზე, რაც ნიშნავდა ომზე შექმნილი ჩვეულებრივი წარმოდგენის დამსხვრევას. ამასთან, ამნაირი მიდგომა აგებულია იმ აზრის ექსპლუატაციაზე, რის თანახმადაც დღევანდელი არმია ყველაზე უფრო სრულყოფილი ტექნოლოგიური იარაღით არის აღჭურვილი. ამნაირი სახეების შექმნა იძლევა შესაძლებლობას, მოტყუვდეს მასობრივი შეგნება და წარიმართოს ის საჭირო გეზით.

სპარსეთის უბის ომის ცენზურა აიგო ბრიტანული ტრადიციებით. ეს სქემა ეკუთვნის არმიების პაბლიკ რილეინზის ხელმძღვანელ ბრაიენ დატონს. იგი ითვალისწინებდა: აიკრძალოს კონკრეტული საომარი ოპერაციების ამსახველი ინფორმაციების გამოქვეყნება, რათა მისით არ ისარგებლოს მოწინააღმდეგემ, ხოლო ჯარისკაცების ახლობლებმა არ იღელვონ; იკრძალებოდა მტრული პროპაგანდის და-

დასტურებაც. ამერიკელებმა ვიეტნამში იმის მწარე გაკვეთილი მიიღეს, რომ ფრონტი შინ (სახლში) არის ნამდვილი ფრონტი, სადაც შეიძლება წაავო არა მარტო ცალკეული ბრძოლები, არამედ მთელი ომებიც.

ამერიკელებმა შემოიღეს ომის სატელევიზიო ასახვის მონიტორინგი.

კონტროლის სქემა მოქმედებდა ასე: ომის დაწყებისას სპარსეთის ყურეში ჯარისკაცებთან ერთად ჩავიდა მხოლოდ 50 ჟურნალისტი, რომელთა რიცხვი მერე 1500-მდე გაიზარდა. ამერიკულ ტელეარხებს არ ჰქონდათ უფლება, ემუშავათ თანამგზავრული თეფშებით. ცენზურა პუბლიკაციას კრძალავდა ომის დროს და არა მის შემდეგ. სხვათა შორის, საცქერლად უფრო საინტერესო ერაყის ქრონიკა აღმოჩნდა, რადგან ამერიკული ტელევიზია მაშინ მხოლოდ „მოლაპარაკე თავებით“ იყო სავსე.

ჟურნალისტებისთვის არ იყო ნებადართული: სპონტანური ინტერვიუები ჯარისკაცებთან, იმ ჯარისკაცების ფოტოების ან ვიდეოკადრების ჩვენება, რომლებიც აგონიაში ან შოკში იყვნენ.

საინფორმაციო კამპანიების ამოცანაა მასებზე ზემოქმედების გაძლიერება. ეს შეიძლება ასე გამოვსახოთ: წყარო – კომუნიკაციის პროცესი – მიმღები.

ფაქტორების მაგალითები:

ნღობა წყაროს მიმართ – ტირაჟის ზრდა – მოწყვლადობის (სუსტი ადგილების) წერტილები.

ზემოთქმულის ისტორიული მაგალითია ის, თუ როგორ გამოიყენა ლუთერმა წიგნის ბეჭდვა (ნაბეჭდს მეტი ძალა აქვს, ვიდრე ხელნაწერს) კათოლიკური ეკლესიის წინააღმდეგ. ეს იყო პირველი იდეოლოგიური ომი, წარ-



მართული ტექნოლოგიური საშუალებებით. ამას ემატება ლუთერის ზეპირი მგზნებარე გამოსვლები და 95 თენისი, რომელიც გამოაკრეს ვიტენბერგის ეკლესიის ჭიშკარზე 1517 წელს.

იდეოლოგიური საქმიანობის დიდი გამოცდილება შეიძინეს ძველ რომში ჯარისკაცებთან მუშაობაში, რამაც, სხვათა შორის, გამოყენება პოვა I და II მსოფლიო ომებში (აღმაშფოთებელი მაგალითები, შიშის დათრგუნვა, გვირობით აღტაცება, გამარჯვებულთა დაჯილდოება – ტრიუმფალური ზეიმები...).


ბოლო ომებში დიდი როლი შეასრულა კინომ.

ჰოლივუდს ამ თვალსაზრისით ახლაც ძალიან ემადლიერება ამერიკის ხელისუფლება.

აღსანიშნავია ისიც, რომ, როგორც I მსოფლიო ომში, ისე ახლახან, სპარსეთის ყურის ომში, დიდი რაოდენობით იყენებდნენ ნაბეჭდ ფურცლებს – 1918-ში ყოველ თვეში ხუთ მილიონამდე ასეთი ფურცელი ვრცელდებოდა, მეორე შემთხვევაში – 29 მილიონი.

დადგენილია, რაც უფრო მეტია ზემოქმედების არხები (კინო, ფურცლები, ეკლესია, სიმბოლოები...), მით უფრო ძლიერია სასურველი შედეგი. ყველა ამ შემთხვევაში გათვალისწინებული უნდა იყოს აუდიტორიის ეროვნული ხასიათი – მაგ., სპარსეთის ომში ამერიკელთა კონსულტანტები იყვნენ არაბი ფსიქოლოგები. ტყვედ ჩაბარებულ არაბ მებრძოლთა სამი მეოთხედი ამბობდა, ჩვენს გადაწყვეტილებაზე დაბოძვის წინ ჩამოყრილმა ქალაქებმა იმოქმედაო.

დასკვნა: მოწინააღმდეგეს ესმის ის, რასაც ელოდება, ამჯერად მხოლოდ დამატებით დასაბუთებას იღებს. ავტომატური შეტყობინება მისი მესხიერებიდან გადადის



რეალობაში, რაც ქმნის კიდევ რეზონანსის ეფექტს. მოსმენილისა და მოსალოდნელის ასეთი ურთიერთდამთხვევა წარმოქმნის ზემოქმედების მაქსიმალურ ეფექტს.

გემოქმედების ინტენსიური მოდელები („ტვინების გაშორებისა“, „ტვინების გაშორებისა“).

იდეალში ზემოქმედების მეთოდებმა ის შედეგი უნდა გამოიღოს, რომ მკვეთრად შეამციროს მომხმარებლის გადაწყვეტილების რაციონალურობის (გონივრულობის) დონე. ეს კეთდება ან ისეთ ემოციურ სფეროში ჩართვით, როგორშიც მასთან ახლო ველარ მოვა რაციონალური სფერო, ან მისწრაფებით – მიიყვანონ ადამიანი მისი რეაქციების ავტომატიზმამდე, როცა რაციონალური სფერო თითქოსდა მთლად გათიშულია, ოღონდაც სხვა მიზეზების გამო. პირველ შემთხვევაში შეიძლება ვილაპარაკოთ ე.წ. „კულტურულ დიპლომატიაზე“, ხოლო ამერიკული გაგებით ლაპარაკია „კოკა-კოლონიალიზმზე“, როცა კოკა-კოლა, მაკდონალდსი, ჯინსები, ჰოლივუდის ფილმები ერთდროულად ქვეყნის ცხოვრების განსახიერებად გვევლინება. ჰედონისტურ შეტყობინებათან ერთად ვლენულობთ იდეოლოგიურ შეტყობინებასაც, როცა ეს უკანასკნელი ფონად გვევლინება. ფონურ შეტყობინებას კი რაციონალურად ვერ ვუპასუხებთ.

რაც შეეხება ზემოქმედების მეორე ვარიანტს – რაციონალურის გამოთიშვას, ვიეტნამში ომის დროს ასეთ საშუალებად იქცა ამერიკული ფურცლები, აგებული ცნებებზე, – „შიში“ და „ოჯახი“. სავარაუდოა, რომ ამ დონეზე ადამი-



ანი ძლიერ არის დაპროგრამებული. აქ, როგორც წესი, ხდება გადასვლა ერთი ნაკლებ პროპაგანდისტული შეტყობინებიდან – „დეზერტირობით შენს თავს შველი“, მეორე უფრო უკეთეს პროპაგანდისტულ შეტყობინებაზე – „დეზერტირობით შენ შენს ოჯახს შველი“. ასე მოიცვა შეტყობინებამ ორი ეფექტიანი თემა – ოჯახიც და საკუთარი სიცოცხლის დაკარგვის შიშიც.

ადამიანზე ზემოქმედების ერთ-ერთ მეთოდად მკვლევარი რ. ჩალდინი მიიჩნევს მისწრაფებას, მოხერხდეს გადასვლა მცირედან დიდზე. მაგ., კორეაში ტყვედ მოხვედრილ ამერიკელ ჯარისკაცებს ხშირად დაიყაბულებდნენ, ეთქვათ ერთი შეხედვით უმნიშვნელო ფრაზები – აშშ არ არის სრულყოფილი ქვეყანა, სოც. ქვეყნებში არ არის უმუშევრობა. აქედან იწყებოდა „დიდი“, მერე მას სთხოვდნენ, ჩამოეთვალა, რა არ მოსწონდა ამერიკაში, ამაზე ელაპარაკა ამხანაგებთან და, ბოლოს, სულაც თხზულება დაეწერა ამ თემაზე!

ჯ. ბრაუნი „ტვინების გამოლაყების“ მეთოდში გამოყოფს ძირითად ეტაპებს. 1. იდენტურობის მოხსნა (ინდივიდუალებს ათანაბრებენ სხვებთან, ჯგუფთან, კოლექტივთან. სახელითაც კი აღარ იხსენიებენ. ვთქვათ, თუნდაც ტოტალიტარულ სექტებში, სადაც ადამიანს არ ეძლევა საშუალება, ცალკე იყოს და თვითონ განსაჯოს ყველაფერი აწონილ-დაწონილად); 2. ბრალის დადგენა (ეუბნებიან, სუბიექტური ხარ, ეგოისტი, სხვებზე არ ფიქრობო და სხვა); 3. საკუთარი თავის გაყიდვა; 4. ტოტალური კონფლიქტი და ბაზისური შიში; 5. სირბილე და შესაძლებლობა; 6. ბიძგი აღიარებისკენ; 7. ბრალის (დანაშაულის) კანალიზაცია (გადმოლება, გამოხატვა...); 8. ლოგიკური გაშლა-დასაბუთე-

ბა; 9. პროგრესი და ჰარმონია; 10 საბოლოო აღიარება და დამაგრება.

რა ხდება ამ ეტაპებზე?

მეორე ეტაპზე: ტყვე მიიჩნევს, რომ მის ტანჯვაში „მასწავლებლები“ კი არა, თვითონ ტყუის;

მესამეზე: ღალატობს მეგობრებს და ორგანიზაციას, სადაც მუშაობდა; ხდება იზოლირებული საკუთარი წარსულისგან;

მეოთხეზე: ეუფლება პანიკური შიშის განცდა, რომ დაკარგავს ინდივიდუალობას;

მეხუთეზე: გრძნობს რაღაც სითბოს იმათგან, ვის ხელშიც აღმოჩნდა;

მექვსეზე: „აღიარებს“ თავის დანაშაულს, ამასთან ეს გრძნობა ტოტალურია და სრულიად მსჭვალავს მას;

მეშვიდეზე: რცხვენია და გამოხატავს კიდეც, რომ ასეთი ცუდი იყო წარსულში;

მერვეზე: აკრიტიკებს განვლილი ცხოვრების ყველა ეტაპს;

მეცხრეზე: აღიარებს მიღწეულ ჰარმონიას და ჩაიბეჭდავს ამას გონებაში, რაც მკვეთრად გამოიხატება საბოლოო, მეათე ეტაპზე.

ამერიკელებს პროპაგანდისტული შეტყობინებისთვის შემუშავებული აქვთ გარკვეული პირობები. კერძოდ: 1. ბევრ განვითარებად ქვეყანაში არის განსხვავება არგუმენტაციასა და დარწმუნებულობას შორის. დაარწმუნეთ, ნუ კამათობთ; 2. დასკვნების შეთავაზება ხელს უწყობს დამოკიდებულების შეცვლას განსაკუთრებით გაუნათლებელ აუდიტორიაში. ეცადეთ, რაც შეიძლება ცხადი იყოს და ნათელი თქვენი დასკვნები; 3. მოყევით, რაზე იქნება თქვენი შეტყობინება,

გადაეცით ის, გააკეთეთ დასკვნა. შეტყობინების გაძლიერება ხელს უწყობს ცვლილებებს; 4. აღმოუჩინეთ დახმარება ან მხარდაჭერა, გადაწყვიტეთ პრობლემა, უპასუხეთ მოთხოვნისას; 5. დაეყრდენით ლეგიტიმურობას, რაც განამტკიცებს თქვენდამი ნდობას, თქვენს ავტორიტეტს, ინდივიდუალურ და ორგანიზაციურ, აუდიტორიასთან იდენტიფიკაციას სხვა სიმბოლოების პრესტიჟს; 6. დაეყრდენით შიშს, ოღონდ გარკვეული შეზღუდვებით. შიში მაშინ არის ქმედითი, როცა აუდიტორია იღებს არსებული მოქმედებების ალტერნატივას.

ტვინების გამოლაყვების მეთოდის არსია: დაანგრიოს ადამიანის ძველი იდენტიფიკაცია და შექმნას ახალი.

ფსიქოლოგიური ოპერაციები და საინფორმაციო იარაღის ასიმეტრიული ხასიათი

ერთმანეთთან მჭიდროდ არის დაკავშირებული და, ამასთან, ერთმანეთისგან გამოიყოფა კიდევ ინფორმაციული და ფსიქოლოგიური ომები. პირველ შემთხვევაში ობიექტებად გვევლინება კომპიუტერები და საინფორმაციო სისტემები, მეორეში – ინდივიდუალური და მასობრივი შეგნება. საინფორმაციო ომების მიზანია მწყობრიდან გამოყვანა, ფუნქციონირების ჩვეული რეჟიმის დარღვევა. ფსიქოლოგიურ ომში სხვა მიზანია: ინდივიდუალური და მასობრივი შეგნების მწყობრიდან გამოყვანა შეუძლებელია. პირიქით, კომუნიკაციური სისტემა ინარჩუნებს ფუნქციებს, ოღონდ ახლა ის იწყებს ისეთი შეტყობინებების დამუშავებას, რომლებიც



კომუნიკატორისთვის საინტერესო მიზნების მისაღწევად არის გამოსადეგი.

კაცმა რომ თქვას, ასე იყო ყოველთვის კაცობრიობის ისტორიაში და ამას ემსახურებოდა მმართველობითი, რელიგიური, სამხედრო კომუნიკაციები.

ნათქვამი გრაფიკულად ასე შეიძლება წარმოვადგინოთ:

ომი – ობიექტი – ინსტრუმენტარია

საინფორმაციო	კომპიუტერები და საინფორმაციო სისტემა	დანგრევა
ფსიქოლოგიური	ინდივიდუალური და მასობრივი შეგნება	შეტყობინების ახალი სახეობების შეყვანა

ტერმინი „ფსიქოლოგიური ომი“ პირველად 1920 წელს გაჩნდა ბრიტანელი ისტორიკოსის ჯ. ფულერის ანალიზში, რომელიც I მსოფლიო ომს ეხებოდა. ინგლისელები ამ მნიშვნელობით ხმარობდნენ „პოლიტიკური ომის“ ტერმინს, რომელშიც გულისხმობდნენ პროპაგანდისა და დიპლომატიის ერთობლივ ოპერაციებს. შემდეგ, 1945 წლიდან, ჩნდება სხვა ტერმინიც – „ფსიქოლოგიური ოპერაცია“. ეს გულისხმობს, რომ იგი ყოველთვის შეიძლება არ იყოს ომი და, ამასთან, მაინცდამაინც მტრის წინააღმდეგ მიმართული. ვთქვათ, ლაპარაკია სამედიცინო პროგრამაზე, სკოლების მშენებლობაზე, გზების რემონტზე, რაც მოწოდებულია, უცხოეთის მოსახლეობის დამოკიდებულება შეცვალოს სასურ-

ველი მიმართულებით. ნატოში დღეს ეს ტერმინია დამკვიდრებული.

პოსტინდუსტრიულ ქვეყნებს მძლავრი საინფორმაციო ინფრასტრუქტურა აქვთ. ეს მათთვის, ცხადია, დიდი ძალაა, მაგრამ ერთგვარი სუსტი ადგილიც. ასეთივე ინფრასტრუქტურა არა აქვთ სხვა ქვეყნებს, ამიტომ მოსახლეობაზე მათი ზეგავლენა შემცირებულია.

ასე ყალიბდება ინფორმაციული იარაღის ასიმეტრიული ხასიათი.

თუ წარმატება გსურს, სახელმწიფოს მოქმედებას უნდა უპასუხო არაადეკვატური ფორმით, – ასეთია ამომის ერთ-ერთი წესი.

ყოველგვარ შეტყობინებას აქვს ფასი, თუ ის ასიმეტრიულია. აქედან ცნობილი გამოთქმა: თუ ძალმა კაცს უკბინა, ეს ახალი ამბავი არ არის, ახალი ამბავია, თუ კაცმა უკბინა ძალს.

ახალი ამბავი – ეს არის ნორმის დარღვევა, რომელიც ყოველთვის ასიმეტრიულია.

ასიმეტრიული მოქმედების ვარიანტია არარეაგირება. ვთქვათ, ტელევიზიის, პრესის მხრიდან მომხდარზე ასეთი რეაქცია. ჩვენ კი იოლად წამოვეგებით ხოლმე რუსულ მოდელებს.

რეკლამისტი ჩანართი **R (რეკლამა)**

სარეკლამო ტექსტის სემიოტიკა

(სემიოტიკა – ბერძნ. – აღნიშნული ენობრივი ნიშნებისა და ნიშანთა სისტემის თეორია; იხმარება მედიცინაშიც – მეცნიერება დაავადებათა ნიშნების შესახებ).

სემიოტიკა, როგორც მეცნიერება, განვითარდა უფრო რაციონალების, ვიდრე არარაციონალების ანალიზით.

რეკლამა, შეიძლება ითქვას, რაციონალებისა და ირააციონალების შერწყმის ზღვარზეა.

არსებობს ამგვარი გეგმა:

მოლაპარაკე	მსმენელი	ტექსტის მაგალითი
რაციონალური	რაციონალური	ინსტრუქცია
ირაციონალური	ირაციონალური	პოეტური
რაციონალური	ირაციონალური	რეკლამა

აქ, რა თქმა უნდა, არ იგულისხმება აბსოლუტური რაციონალიზმი ან ირააციონალიზმი. ლაპარაკია იმაზე, რა დროს რისი ელემენტი ჭარბობს – რაციონალებისა თუ არარაციონალებისა.

რეკლამის ენაში გამოყოფენ რამდენიმე ძირითად ფუნქციას: ემოციური, უბირატესად; შემდეგ – რეფერენტული (სარეცხი ფხვნილის შემადგენლობაში შედის...), ფატური (სათების რეკვის ხმა გვახსენებს...), მეტალინგვისტური (ეს „ვოვ“ არ არის, თუ „პეციოლი“ არ არის...), ესთეტური (სარეცხი „ომო“ - სახლის სისუფთავე), იმპერატული (მხოლოდ პირელისთან...)... წინა პლანზე ამათვან არის ემოციური და ესთეტური შემადგენლები.

მაგალითი:

უმბერტო ეკო.

„კამეი“ საპნის რეკლამის ანალიზი.

რეკლამაზე გამოსახული არიან ქალი და კაცი, რომლებიც ლონდონის ანტიკვარიატის ტაძარში სოტბიში გულდასმით ეცნობიან ნახატებს. მამაკაცი უცქერის ქალს, რომელმაც იგრძნო ეს შემოხედვა და კატალოგიდან თვალი

მისკენ გააპარა. ეს გამოსახულებითი ფაქტაჟია. რაც შეეხება კონოტაციას (ასოციაციას), აქ შეტყობინებათა მთელი ნაკადია.

მამაკაცი – ვაჟკაცური, საკუთარ თავში დარწმუნებული, შეძლებული. ეკო აღნიშნავს: „ყოველივე ეს სცენას მსუბუქ ეროტიკულ ელფერს აძლევს. ყურადღება, რომლითაც უფრო ხნიერი პერსონაჟი ათვალისწინებს სურათს, კონტრასტს ქმნის ახალგაზრდა კაცის დაბნეულობასთან, გამოწვეულს სწორედ ქალის იქ ყოფნით, რაც უფრო მეტად უსვამს ხაზს მათ შორის დამყარებულ კავშირს. ორივე მომხიბვლელია, მაგრამ, რამდენადაც მამაკაცის ყურადღება სწორედ ქალმა მიიპყრო, მომხიბვლელობა უპირატესადაც მისგან მოდის. იმდენად, რამდენადაც გამოსახულების აზრის დამაზუსტებელი სიტყვიერი შეტყობინება ამტკიცებს, რომ მომხიბვლელობის წყარო „კამეი“, საპნის სურნელია, იმდენად იკონური (ხატური – თ.მ.) სემა (მნიშვნელობა, არსი – თ.მ.) ამდიდრებს სიტყვიერ რიგს გაიგივების ფუნქციის მქონე ორმაგი მეტონიმიით (მოვლენის, ცნების ან საგნის ერთი სახელწოდების მეორით შეცვლა მათი მეზობლობის შედეგად – თ.მ.): „ტუალეტის საპნის ნაჭერი + სუნამოს ფლაკონი“ ნიშნავს: „საპნის ნაჭერი-სუნამოს ფლაკონს“.

საგვარამართის ჟურნალისტიკის ისტორია	
გაგმეების აღმოსაჩენა 9
გერმანია 9
ნიდერლანდი და ბელგია 17
ინგლისი 20
საშრანგეთი 29
იტალია 37
ესპანეთი და პორტუგალია 42
შვეიცარია 44
სკანდინავია 47
დანია	
ისლანდია	
შვედეთი	
ფინეთი	
ნორვეგია	
აღმოსავლეთი 50
უნგრეთი	
სერბია	
ბულგარეთი	
რუმინეთი	
საბერძნეთი	
თურქეთი	
სომხეთი	
ირანი	
არაბულ ენოვანი პრესა	
ინდოეთი	
იაპონიისა და ჩინეთის პრესა 55
ამერიკისა და ავსტრალიის პრესა 57
რუსეთი 61
რადიო და ტელევიზია - ახალი ერის დასაწყისი 67
კომუნიკაციური ტექნოლოგიები	
კომუნიკაციური სივრცე და მისი ორგანიზება	
სიმბოლური ორგანიზება 74
ვიზუალური ორგანიზება 76
მრეწველური ორგანიზაცია 77
მითოსური ორგანიზება 78
კომუნიკაციური ორგანიზაცია 79
ინფორმაციული და უსიქოლოგიური ომები 80
კომუნიკაციური სივრცის თავისებურებანი	
საინფორმაციო კავშირებში გეოგრაფიის საერთო მოღვაწე 84
გეოგრაფიის ინტენსიური მოღვაწეები („ტვინების ბამოქსიზა“, „ტვინების ბამოქსიზა“) 88
უსიქოლოგიური ოპერაციები და საინფორმაციო იარაღის ანთროპოლოგიური ხასიათი 91

F119.948

3

97306940
9034010000