რეიტინგის დიქტატურა

ნანა ზარდიაშვილი

წინათქმა

წინამდებარე სტატია ევროპულ ძიებათა სერიის პირველ კრებულში - ქართული საზოგადოება და ევროპული ღირებულებები - 2007 წელს გამოქვეყნდა. ეს კრებული მომზადდა კონსულტაციისა და ტრენენგის ცენტრისა (CTC) და ევროპულ ძიებათა ინსტიტუტის (Europen Studies Institute) თანამშრომლობით.

რეიტინგის დიქტატურა

ნანა ზარდიაშვილი

თქვათ, რომ განათლების წყურვილი უსაზღვროა, მაგრამ ხომ განათლდი, გეყოფა - ზედმეტი რაღა საჭიროა!

ფიოდორ დოსტოევსკი, დანაშაული და სასჯელი

როგორ იწყება ჩემი დღე? გაღვიძებისთანავე ძილის წინ ბალიშის ქვეშ შენახულ დისტანციური მართვის პულტს ვიღებ და ტელევიზორს ვრთავ. როგორ მთავრდება ჩემი დღე? იმავე დისტანციური მართვის პულტზე ავტომატური გამორთვის რეჟიმს ვაყენებ და ტელევიზორის გუგუნის თანხლებით ვიძინებ. ზუსტად ასევე იქცევიან ჩემი შვილებიც. ჩვენი ცხოვრების soundtrack-ი ის ხმებია, რომელიც ტელეეკრანიდან ისმის, ეფექტურად ახშობს შფოთიან აზრებს და არა მხოლოდ შფოთიანს. ამბობენ, რომ მოზარდი თავისი ცხოვრების 35-40%-ს ტელეეკრანთან ატარებს, ზრდასრული ადამიანი - 0,25%-ს. გამოვითვალე, რომ უკვე 12 წელი უწყვეტად, ფეხმოუცვლელად ტელეეკრანთან გავატარე და შემეშინდა.

* * *

კარგად მახსოვს ჩვენი პირველი შეხვედრა - ჩემმა მეზობლებმა, აირაპეტოვებმა, ტელევიზორი იყიდეს. საღამოობით ეზოს ბავშვები მათთან მულტფილმების საყურებლად დავდიოდით. მერე ჩვენც გაგვიჩნდა ერთი ბეწო, ვერცხლისფერი „ზარია“. პირადად ჩემთვის სწორედ მაშინ დაიწყო ერა, რომელსაც ახლა საინფორმაციოს უწოდებენ. იმ დროს ტელევიზია შეზღუდული დროით მაუწყებლობდა, თავისი პროგრამის უდიდეს წილს საინფორმაციო გამოშვებებსა და მრეწველობაზე, სოფლის მეურნეობაზე, სოციალისტურ შეჯიბრებებზე გადაცემებს უთმობდა. იყო რამდენიმე საგანმანათლებლო პროგრამა, რომლის ყურებაც ღირდა და რომელიც გვიყვარდა, კიდევ ფილმები და მორჩა. ამიტომ დრო ბევრი გვქონდა და ამ თავისუფალ დროს ყველა თავისებურად ვატარებდით: ზოგი ეზოში თამაშობდა, ზოგი სტუმრად დადიოდა, ზოგი მშვენიერ საუბრებში მონაწილეობდა, ზოგიც წიგნს კითხულობდა.

საბჭოთა ტელევიზიის უმთავრესი ფუნქცია ყველასთვის გასაგები იყო: ის ერთ საქონელს - განვითარებულ სოციალიზმს - უწევდა რეკლამას. ეთერში მხოლოდ ერთი, ცენტრალური, საკავშირო და ერთიც რესპუბლიკური ტელევიზია გადიოდა. არ არსებობდა არავითარი სატელევიზიო ბაზარი, კონკურენცია და, შესაბამისად, არავინ იცოდა სიტყვა რეიტინგი. მახსოვს, როგორი ინტერესით ვისმენდი ამბებს იმაზე, რომ ამერიკაში უამრავი არხი აქვთ - 60 და რომელსაც გინდა, იმას შეხედავ. ისიც მახსოვს, როგორ მინდოდა

მენახა თუნდაც ერთი უცხოური გადაცემა, თვალი შემევლო რომელიმე პროგრამისთვის, რომელსაც ჯადოსნური სიტყვა „შოუ“ ერქვა.

მერე მე ტელეჟურნალისტი გავხდი და ტელევიზიაში დავიწყე მუშაობა. უკვე „პერესტროიკის“ დროს ე.წ. ცენტრალურმა ტელევიზიამ დასავლური ტელეარხების შესახებ სატელევიზიო ციკლი წამოიწყო. მაშინ ვუყურე პირველად გასართობ „თოქ-შოუს“ - მოხუცი ქალები თავის ახალგაზრდა ქმრებთან ქორწინებისა და თანაცხოვრების დეტალებზე ლაპარაკობდნენ. ამ დეტალებმა, ცხარე დისკუსიამ „არაფერზე“ ისე გამაოცა... მომეჩვენა, რომ ეს ყველაფერი აბსურდულობით სულაც არ ჩამოუვარდებოდა არც „ვრემიას“ და არც „ნა სტრაჟე იუჭნიხ რუბეჟეის“. ვერაფრით გავიგე, რატომ უნდა მესმინა ამ მოხუცი ქალებისათვის... „სხვა კულტურაა“ - დავიმშვიდე თავი და რადგან უკვე ვიცოდი, რომ სხვა კულტურისა და განსხვავებულობისთვის პატივი უნდა მეცა, ამიტომ მეც ავდექი და პატივი ვეცი.

გავიდა დრო. ჩვენ განვითარებული სოციალიზმის შენებას თავი მივანებეთ და ღია, სამოქალაქო, სამართლებრივი საზოგადოების შენება დავიწყეთ. ცენზურა შეწყდა, სიტყვა გათავისუფლდა, გაჩნდა თავისუფალი ბაზარი და კონკურენცია. მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებებმა სრულიად ახალი ფუნქციები შეიძინეს. მე კი ისევ ტელევიზიაში ვმუშაობდი და ვცდილობდი, დროის სულისთვის არ მე ღალატა. ყველა ციკლში, რომლის ავტორიც ვიყავი, ნოვაციას და ნოვატორებს, რეფორმებსა და რეფორმატორებს ვაქებდი. მაგრამ, როგორც აღმოჩნდა, თანადროულობისადმი ადეკვატურობა მაინც მაკლდა. სულ ვოცნებობდი ერთიორი ისეთი საგანმანათლებლო ციკლი წამომეწყო, რომელიც მასობრივ მაყურებელს არ გაითვალისწინებდა და მცირე, სპეციფიკურ სამიზნე ჯგუფზე იქნებოდა გათვლილი. მით უფრო, რომ არხი, რომელზეც ვმუშაობდი, საგანმანათლებლო მაუწყებლობას თავის უმთავრეს პრიორიტეტად ასახელებდა. მაგრამ მე და ჩემს ძველმოდურ მისწრაფებებს წინ ობიექტური გარემოებები ეღობებოდა. ამ გარემოებას რეიტინგი ერქვა, ის რეიტინგი, რომელიც ცოტა ხნის წინ სულაც არ არსებობდა და რომელიც ახლა ყველაფრის საზომად იქცა. Excel-ის ცხრილებში ჩამოწიკწიკებულ პროცენტულ მაჩვენებლებს ვერავითარ კონტრარგუმენტს ვერ დაუპირისპირებდი - საქართველოს მოსახლეობას ჭკვიანური გადაცემები არ სჭირდებოდა. სოციოლოგები გვიმტკიცებდნენ, რომ მონაცემები სწორი მეთოდოლოგიით ითვლებოდა და სავსებით რეპრეზენტატიული იყო. არ დაფიქრებულხართ, რა ძალა აქვთ რიცხვებს? თვალის ტუში, რომელიც წამწამების სისქეს 20%-ს მატებს; შამპუნი, რომელიც 34%-ით ამცირებს ქერტლის წარმოქმნის საშიშროებას; კრემი, რომელიც 97%-ით სპობს ცელულიტს და პარტია, რომელმაც ხმების 99% მოიპოვა. რიცხვები, რიცხვები, რიცხვები... ნუთუ ნუმეროლოგია კვლავ აქტუალურია? ყოველ შემთხვევაში მე, როგორც პროფანი, ქვევიდან ზევით შევყურებ ჩვენი დროის მაგებს, სოციოლოგებსა და მარკეტოლოგებს, მათ იდუმალ მანიპულაციებს და იძულებული ვარ ვირწმუნო ის, რაშიც მარწმუნებენ.

თანამედროვე ტელევიზიაში ყველაზე „მაგარ“ პროფესიონალად ის ითვლება, ვინც შეძლებს მაქსიმალურად „დიდი სეგმენტის დაფარვას“, ყველაზე ფართო

„სამიზნე ჯგუფის“ გულის მოგებას, ანუ მაყურებელთა ყველაზე დიდი პროცენტის მოხიბვლას. თენდება, ტელევიზიებში „პროფესიონალები“ მიდიან და დაღამებამდე ცდილობენ მასობრივი მაყურებლის სურვილის ამოცნობას, მისთვის სიამოვნების მინიჭებას. ტელეჟურნალისტის პროფესიონალიზმი, მისი ადეკვატურობა, დროსთან შესაბამისობა სწორედ ამ უნარით ფასდება და იზომება. მიზეზი მარტივია, ტელევიზიის შემოსავალი დღეს რეკლამაზეა დამოკიდებული, რეკლამას კი მხოლოდ იმ პროექტებში დებენ, რომელსაც ყველაზე დიდი აუდიტორია ჰყავს. ყველაზე დიდი აუდიტორია კი მასობრივია, ანუ მასაა.

> მასა იგივეა, რაც რიგითი ადამიანი. ჩვენი დროის თავისებურება ისაა, რომ რიგითი ადამიანი სულაც არ იტყუებს თავს საკუთარი „რიგითობის“ თაობაზე, პირიქით, უშიშრად იბრძვის რიგითად ყოფნის უფლებისთვის, ყველას და ყველაფერს ამ რიგითობას აწონებს. როგორც ამერიკელები იტყოდნენ - გამორჩეულობა ცუდი ტონია. მასა ანადგურებს ყველაფერს განსხვავებულს, პიროვნულს, საუკეთესოს. მას, ვინც სხვებისგან გამოირჩევა, ვინც თავისებურად ფიქრობს, განდევნის საფრთხე ემუქრება. სამყარო ყოველთვის მასისა და დამოუკიდებელი უმცირესობის არაერთგვაროვან ერთიანობას წარმოადგენდა. დღეს მთელი სამყარო მასად იქცა.
>
> ხოსე ორტეგა-ი-გასეტი, ***მასების ამბოხი.***

როცა ახალგაზრდა ვიყავი, მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებათა მთავარი დამკვეთი და მომხმარებელი კომპარტია იყო, ახლა - მასობრივი, ანუ რიგითი მაყურებელი და, მისი შემყურე, რეკლამის მომცემი/დამკვეთი. მასობრივი მაყურებლის ნება კი პროცენტებით გამოითქმება.

> მასა რეფერენტი არ არის, რადგან წარმოდგენის რიგს აღარ განეკუთვნება. ის არ გამოხატავს თავს - მას ზონდირებას უკეთებენ. ის არ რეფლექსირებს - მას ტესტირებას უტარებენ.
>
> ჟან ბოდრიარი, ***მდუმარე უმრავლესობის ჩრდილში***

ზონდირებისა და ტესტირების შედეგები კი ასეთია: მასას ნებავს იუმორისტული გადაცემა 35%-ით უფრო მეტად, ვიდრე რაიმე სხვა, საინფორმაციო გამოშვებები - 21%-ით უფრო ძალიან, ვიდრე რაიმე სხვა, ხოლო საგანმანათლებლო - მხოლოდ 3%-ით უნდა, ან კიდევ უფრო ნაკლებად და სულ უფრო ნაკლებად. მისი სურვილი იმპერატიულია, უპირობოდ შესასრულებელი. და თუ წინათ შეიძლებოდა ცენზურისთვის გვერდი აგევლო, მოგეტყუებინა, რიგით, იმავე მასობრივ მაყურებელს, ვერაფერს მოუხერხებ. და მე მივხვდი, რომ ტელევიზიამ და სატელევიზიო ბაზარმა განახორციელა ის, რაც ასე მოეწონებოდა ლენინს: მუდმივმოქმედი და უწყვეტი „პროლეტარიატის დიქტატურა“. ალბათ ცხადია, რომ როდესაც ვამბობ სიტყვა „პროლეტარიატს“, სულაც არ ვგულისხმობ იმ ადამიანებს, ვინც მძიმე შრომით შოულობს

ლუკმაპურს. უბრალოდ იმის თქმა მინდა, რომ უმრავლესობამ უმცირესობა სასტიკად დაამარცხა. მე კი ასე მიხაროდა ლიბერალური დემოკრატიის „დადგომა“, რადგან ვიცოდი, რომ ლიბერალიზმი უმცირესობას უმრავლესობის დიქტატისგან იცავს.

> ლიბერალიზმი, და დღეს ეს აუცილებლად უნდა გვახსოვდეს, დიდსულოვნების ზეობაა: ეს ის უფლებაა, რომელსაც უმრავლესობა უმცირესობას უთმობს, დედამიწაზე ოდესმე გაჟღერებულ შეძახილთა შორის ეს შეძახილი ყველაზე კეთილშობილურია. მან გვაუწყა, რომ ამიერიდან მტრის არსებობას, რაც მთავარია, ჩვენზე სუსტი მტრის არსებობას, ვეგუებით. არავინ ელოდა, რომ კაცობრიობა ასეთ ნაბიჯს გადადგამდა, ასეთ ლამაზს, ასეთ პარადოქსულს, ასეთ ნატიფს, ასეთ აკრობატულს, ასეთ არაბუნებრივს.
>
> ხოსე ორტეგა-ი-გასეტი, ***მასების ამბოხი***

მართლაც, ეს ყველაფერი ძალზე პარადოქსულია, ყოველ შემთხვევაში, ემთვის: თუ დემოკრატია და თავისუფალი ბაზარი განუყოფელი ნებებია, ხოლო ავისუფალი ბაზრის პირობებში მომხმარებელი „ისტორიის მთავარი მოქმედი გმირია“ (ჟან ბოდრიარი, ***მდუმარე უმრავლესობის ჩრდილში***), რადგან ის დამკვეთი და კლიენტია, ხოლო მომხმარებელი მასობრივი ცნებაა, მაშინ როგორღა იცავს ლიბერალიზმი უმცირესობას უმრავლესობისგან? შეხედეთ კინო - და ტელეინდუსტრიას, ზოგადად პროცესს, რომელსაც კულტურულს ვუწოდებთ, რეიტინგით მართულს, მასზე უპირობოდ დამოკიდებულს, მისი სურვილის მორჩილს.

> ყოველთვის მიაჩნდათ, რომ მასები ინფორმაციის მასობრივ საშუალებათა გავლენას განიცდის... მაგრამ კომუნიკაციის პროცესის ასეთი გამარტივებული გაგებისას ვერ ვამჩნევთ მთავარს: მასა ბევრად უფრო ძლიერი მედიუმია, ვიდრე ყველა მასობრივი ინფორმაციის საშუალება ერთად აღებული და შესაბამისად ისინი კი არ იმორჩილებენ მასებს, პირიქით, მასები ნთქავენ და იპყრობენ მას, ან, ყოველ შემთხვევაში, მორჩილებას გაურბიან. არსებობს არა ორი, არამედ მხოლოდ ერთი დინამიკა - დინამიკა მასისა და ამავე დროს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებისა. Mass(age) is message.
>
> ჟან ბოდრიარი, ***მდუმარე უმრავლესობის ჩრდილში***

ვიცი, რომ ბანალურ შეკითხვებს ვსვამ, მაგრამ გეფიცებით, მე უბრალოდ ათასჯერ გაგონილს კი არ ვიმეორებ, ყველა ეს კითხვა კიდევ ერთხელ თავისთავად დაიბადა ჩემში, როგორც კონკრეტული, ხელშესახები გამოცდილების პროდუქტი.

სურვილის გენერატორი

მიგიქცევიათ ყურადღება, როგორია „სარეკლამო ჭრები“ არჩევნების დროს? მიახლოებით ასეთი:

● სარეკლამო ტიხარი

● „Always“-ის სარეკლამო რგოლი

● „Head and shoulders“-ის სარეკლამო რგოლი

● პოლიტიკური პარტიის სარეკლამო რგოლი

● სხვა პოლიტიკური პარტიის სარეკლამო რგოლი

● კბილის პასტის სარეკლამო რგოლი და ა.შ.

● სარეკლამო ტიხარი

ზუსტად ამ ლოგიკითვეა განლაგებული ბანერები ქუჩაში - ერთზე ჭურჭლის სარეცხ საშუალებას გვაწონებენ, მეორეზე - პოლიტიკურ პარტიას, ანუ ღირებულებებს, იდეოლოგიას, კრედოს. საქონელი და იდეოლოგია ერთ სიბრტყეში მოექცა. სწორედ მას შემდეგ, რაც ეს თვალნათელი ილუსტრაცია დავინახე, მივხვდი, რას გულისხმობენ, როდესაც ამბობენ, რომ დღეს პოლიტიკამ ყველა სადავე ეკონომიკას გადააბარა, ხოლო ზედნაშენი და ბაზისი გაერთიანდა. სამყარო ორად გაიყო: საქონლად და მომხმარებლად. მაყურებელი მომხმარებელია, ამიტომ ტელევიზიაში მთავარი რეკლამა და ანონსია, რადგან ანონსიც რეკლამაა, ოღონდ შიდა რეკლამა, კონკრეტული ტელეკომპანიის პროდუქციის რეკლამა. არ ვიცი, რამდენადა აქვთ გაცნობიერებული ეს ქართული ტელეკომპანიების ხელმძღვანელებს, მაგრამ ცხადია, რომ თითქმის ყველა არხის სამაუწყებლო ბადეში ანონსს და რეკლამას ცენტრალური ადგილი უკავია, ხოლო გადაცემებს და ფილმებს მათი თანმდევი მოვლენის, უმნიშვნელო დამატების როლი აქვთ დაკისრებული. შეიძლება დაამოკლო ფილმი, სარეკლამო ჭრის დროს გადაახვიო, მთავარია, ანონსი და რეკლამა გავიდეს სრულად. მე თვითონ, ჩემი ხელით ვაკეთებდი ამას, როცა პროგრამების დირექციაში ვმუშაობდი. ვიცოდი, რომ ანონსის გამოტოვებას არავინ მაპატიებდა, რაც შეეხება ფილმს, მით უფრო სამეცნიერო ხასიათ „ბაში-აჩუკის“ იმდენად შემოკლებული ისას, მისი დამახინჯებისა და დამოკლებისთვის არაფერი მელოდა. ამას წინათვერსია ვიხილეთ, რომ ფილმის დემონსტრირების შემდეგ მეგობრის შვილიშვილს კიდევ დიდხანს ვუყვებოდი ბაშიაჩუკის თავგადასავალს, ვავსებდი ლაკუნებს, რომლებიც სარეკლამო ჭრებმა „შეჭამა“.

არსებობს მოსაზრება, რომ მედიის თეორია ჯერ არ შექმნილა, მაგრამ ტელეჟურნალისტიკის ფაკულტეტებზე ამ არარსებულ თეორიას მაინც ასწავლიან. ყველა სახელმძღვანელოში, რაღა თქმა უნდა, ჩამოთვლილია ზოგადად მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების და მათ შორის ტელევიზიის ფუნქციებიც. როგორც წესი, ამ ფუნქციებს მედიის თეორეტიკოსები ასე

განსაზღვრავენ: საინფორმაციო, საკომუნიკაციო, კულტურულ-საგანმანათლებლო, რეკრეაციული (გართობა, დასვენება), იდეოლოგიური და ა.შ. მე კი მგონია, დღეს ტელევიზიას მხოლოდ ერთი ფუნქცია აქვს - ეს სურვილის გენერირებაა. მე უნდა ვუყურო ტელევიზორს იმისთვის, რომ მომინდეს: „Always“-ის ყიდვა მაშინაც კი, როცა ფერტილურ ასაკში აღარ ვარ, „Head and shoulders“-ის შეძენა, მიუხედავად იმისა, რომ არასდროს მქონია ქერტლი, პარტიისთვის ხმის მიცემა, მიუხედავად იმისა, რომ არ ვიცი, რა უნდა ამ პარტიას და გარდა ამისა, უნდა მომინდეს იმ გადაცემის ყურება, რომლის ანონსიც ვნახე იმისთვის, რომ მერე მისი ყურებისას ვნახო სარეკლამო ჭრა და ისევ მომინდეს ყველაფერი ის, რაც უნდა მომინდეს.

ტელეჟურნალისტი

„თანამედროვეობას ტელევიზორის ეკრანიდან ვიცნობ, შუა საუკუნეებს - უშუალოდ“ - ასე ხსნის უმბერტო ეკო თავის გატაცებას შუა საუკუნეებით. როდესაც ეს სიტყვები წავიკითხე, მივხვდი, რომ უმბერტო ეკოსგან განსხვავებით, მე ყველაფერს მხოლოდ ტელევიზორის ეკრანიდან ვიცნობ, აბსოლუტურად ყველაფერს. მაგალითად, ზაფხულის მზიანი საღამოს მყუდროებას მხოლოდ სატელევიზიო კადრის მეშვეობით შევიგრძნობ. თუ ასეთ მშვენიერ საღამოში უშუალოდ მოვხვდი, მე მას უბრალოდ ვერ ვხედავ. ის კი არადა, აღმოვაჩინე, რომ ამ ბოლო დროს ყნოსვა საერთოდ დავკარგე და მივხვდი რატომაც: ეს ფუნქცია ტელემაყურებელს ჯერჯერობით არ სჭირდება. მადლობა ღმერთს, რომ მესმის და, რაც მთავარია, **ვხედავ**.

ეკრანზე აღბეჭდილი რეალობა ის გარემოა, რომელშიც ვცხოვრობ. მაგრამ მას ხომ ვიღაც ქმნის. ვიღაც, ვინც არჩევს შესაბამის ფაქტებს, მოვლენებს, ადამიანებს და მისთვის სასურველი თანმიმდევრობით ალაგებს. **მათ** შეუძლიათ სრულიად უმნიშვნელო ფაქტი მთავარ მოვლენად აქციონ, ხოლო ყველაზე მნიშვნელოვანი ისე მიჩქმალონ, რომ ვერავინ შეამჩნიოს. ეს ადამიანები ტელევიზიებში მუშაობენ და სამყაროს სურათს ქმნიან. მე მათი თვალით ვხედავ და მათი პირით ვლაპარაკობ. და მიუხედავად იმისა, რომ მათ პროფესიებს სხვადასხვა სახელი ჰქვია, მოდით, არეულობის თავიდან ასაცილებლად ყველას ტელეჟურნალისტები ან, უბრალოდ ჟურნალისტები ვუწოდოთ, მით უფრო, რომ ჟურნალისტი მაინც პროცესის ცენტრალური პერსონაჟია - ის, ვინც ისმის და **ჩანს**.

ჟურნალისტი მართლაც ძლევამოსილი ფიგურაა, ისაა, ვისაც შეკითხვის დასმის უფლება აქვს. ჰკითხეთ ფსიქოლოგებს, ასეთი უფლება ბევრს არ ეძლევა. შვილის ოთახში გაუფრთხილებლად შევარდნილ მშობელს „აქვს უფლება“ დასვას შეკითხვა: „რას აკეთებდი?“ და ეჭვით შეხედოს ტელეეკრანს, სადაც სულ რამდენიმე წამის წინ აშკარად ჩანდა ვულგარული ეროტიკული ფილმის კადრები; ცოლს „აქვს უფლება“ ღამით გვიან დაბრუნებულ ქმარს მკაცრად ჰკითხოს: „აქამდე სად იყავი?“; მასწავლებელს „აქვს უფლება“ მოსწავლეს უთხრას: „რატომ არ მოამზადე გაკვეთილი?“; ჟურნალისტს „აქვს უფლება“ დასვას ნებისმიერი შეკითხვა. ეს უფლება მათ ჩვენ, ან რაღაც გაუგებარმა ძალამ გადასცა. საბრალო რესპოდენტმა კი მოღალატე ქმრის,

ზარმაცი მოსწავლისა და გარყვნილი მოზარდის მსგავსად დასმულ შეკითხვაზე უნდა უპასუხოს, უფრო სწორად, პასუხი უნდა აგოს. განა შეკითხვის დასმის უფლება ავტორიტარული უფლება არ არის?

სულ რაღაც 150-200 წლის წინ ამ ავტორიტარულ უფლებას და, საერთოდ, მისი სახელით ლაპარაკის უფლებას საზოგადოება განსაკუთრებულ ადამიანებს ანიჭებდა: „ივერიაში“, „ცისკარში“, „დროებაში“ „ძაან მაგარი“ ჟურნალისტები იბეჭდებოდნენ: ილია ჭავჭავაძე, ნიკო ნიკოლაძე, ვაჟაფშაველა, აკაკი წერეთელი... ისინი წარმოადგენდნენ ქართულ საზოგადოებას, რიგითი და არარიგითი ქართველიც მათი მეშვეობით, მათი პირით ლაპარაკობდა.

გავიდა დრო და მასმედიის საშუალებების რაოდენობამ უთვალავს მიაღწია. ისინი გამოდიან ყოველდღე, დღეში ორჯერ, საათში სამჯერ. ტელევიზია კი პერპეტუმ-მობილედ იქცა, ის არ ჩერდება, ის მუდმივად მაუწყებლობს და ის ბევრია. წარმოიდგინეთ, სადაა იმდენი ვაჟაფშაველა, ილია ჭავჭავაძე და აკაკი წერეთელი, რომ ყველა ტელევიზიის საშტატო შემადგენლობა შეავსოს? გარდა ამისა, არავის გაუზომია ჩვენი კლასიკოსების პუბლიკაციების რეიტინგი. ეჭვი მაქვს, რომ მონაცემები არცთუ სახარბიელო იქნებოდა. არადა, როგორც გავარკვიეთ, მაღალი რეიტინგი ჟურნალისტის პროფესიონალიზმის მთავარი საზომია. რა უნდა იცოდეს დღეს ქართველმა ტელეჟურნალისტმა იმისთვის, რომ მაყურებლის მოწონება დაიმსახუროს, რა უნდა შეეძლოს?

1. სხაპა-სხუპით ლაპარაკი.

2.სუფლიორიდან ტექსტის სხარტად წაკითხვა.

3.ინტერვიუებს შორის ერთი ციცქნა გადასასვლელი ტექსტების ჩასმა

4.რესპოდენტზე თავდასხმა

5.მიკროფონით ხელში დეფილირება

...და მეტი, მგონი, არც არაფერი. ამას წინათ სამსახური დავკარგე და როცა ახლის მოძიება დავიწყე, ბევრმა ჩემმა ნაცნობმა თანაგრძნობით მკითხა: „წერა იცი? აი, მაგალითად, შეგიძლია საინფორმაციო ბუკლეტი მოამზადო?“ სრულიად ლოგიკური შეკითხვაა, მე ხომ ტელეჟურნალისტი ვარ. ტელევიზიაში კი მთავარი გამოსახულება, იმიჯი, კადრია - კადრები წყვეტენ ველაფერს! სიტყვას დაქვემდებარებული როლი აქვს, მით უფრო, დაწერილ სიტყვას. თუ ვინმე დაკანონებული ბალანსის დარღვევას გადაწყვეტს, მას აუცილებლად არაპროფესიონალიზმში ამხელენ: „რა არის ეს - რადიოა?“

,,... ჩვენი ცივილიზაცია image-oriented-ად იქცა, ის ვიზუალურ ხატზეა ორიენტირებული, ეს კი წიგნიერებას აკნინებს“.

უმბერტო ეკო, *გუტენბერგიდან ინტერნეტამდე*

იქნებ ამიტომაა ასეთი გულგრილი ჩვენი საზოგადოება კარგი ტექსტისადმი, იქნებ ამიტომ ვეღარ გამოარჩევს მათ ცუდთაგან, იქნებ ეს დალტონიზმი სწორედ ტელეეკრანმა გამოუმუშავა?

> არ უნდა დავაპირისპიროთ ვიზუალური და ვერბალური კომუნიკაცია, უბრალოდ, ორივე უნდა სრულვყოთ. შუა საუკუნეებში ვიზუალური კომუნიკაცია ხალხისთვის წერილობითზე უფრო მნიშვნელოვანი იყო. შარტრის ტაძარი თავისი კულტურული მნიშვნელობით სულაც არ ჩამოუვარდებოდა სამყაროს წერილობით ხატსურათს. ტაძარი თავისი დროის ტელევიზორი იყო. განსხვავება ისაა, რომ, შუა საუკუნეების ტელეპროგრამების მთავარ რედაქტორს კარგი წიგნები უყვარდა, მდიდარი ფანტაზია ჰქონდა და საზოგადოების კეთილდღეობისთვის ირჯებოდა.
>
> უმბერტო ეკო, *გუტენბერგიდან ინტერნეტამდე*

მაგრამ თუ ტელევიზიის უმთავრესი ფუნქცია სურვილის გენერირებაა, ხოლო წარმატების საზომი მასობრივი მაყურებლის კეთილგანწყობა, მაშინ რაღა საჭიროა მდიდარი ფანტაზია და კარგი წიგნების სიყვარული? პირიქით, რაც უფრო მეტად წააგავს ჟურნალისტი თავის მაყურებელს, რაც უფრო მსგავსია აუდიტორიისა და ჟურნალისტის თვალთახედვა, გემოვნება, მით უფრო ზუსტად, უფრო ადეკვატურად შეასრულებს ის თავის მოვალეობებს და ამისთვის არავითარი სოციოლოგიური და მარკეტინგული კვლევა აღარ დასჭირდება: „Сам себе фокус-группа“. შუა საუკუნეების ტელერედაქტორის ნამუშევარი ერთადერთობით ფასობდა, ჩვენი დროის ტელეჟურნალისტისა კი - ტირაჟითა და მასობრიობით.

TAKE IT EASY

რაც აღარ ვმუშაობ, უამრავი დრო მაქვს და ტელევიზორს მთელი დღე ვუყურებ - საათში ერთხელ ქართული ახალი ამბები, დანარჩენ დროს უცხოური გადაცემები, უფრო ხშირად რუსული, რადგან ინგლისური ცუდად ვიცი, ხოლო გერმანული და იტალიური საერთოდ არ მესმის.

დღე საშინელი დილის გადაცემებით იწყება, რუსული პროგრამები მთლიანად მომხმარებლის ინტერესებზეა გადართული, ქართულები თითქოს უფრო მრავალფეროვნებას იჩემებენ... ყველა ერთად კი ოპტიმისტური, რიტმული და ხალისიანია. მე ასეთ ინტენსიურ მხიარულებას ვერ ვუძლებ და ბალანსისთვის დილიდანვე კინოარხებზე შემაშინებელ ტრილერებს დავეძებ. დილის გადაცემებს სერიალებისა და საინფორმაციო გამოშვებების ერთფეროვანი ნაკადი მოსდევს. აი, სარეკლამო ჭრამ მყუდროება დამირღვია, მე პულტს ვიღებ და სხვა არხს ვაფარებ თავს. არავითარი განსხვავება, შემდეგ რეკლამამდე აქ დავრჩები, ეს გადაცემა ხომ ტყუპისცალივით წააგავს წინამორბედს. ახლა უკვე 60 არხი მეცა მაქვს, მაგრამ ეს მრავალფეროვნება

იმ წარსულ, საბჭოთა ერთფეროვნებაზე უფრო მონოტონურია - სხვადასხვა სათაურები, ერთი და იგივე შინაარსი. ვსხედვართ მე და დრო ტელევიზორთან, მე იმას ვკლავ, ის კი - მე. გამოსახულება დახტის, დარბის, ყველაფერი დაკლიპული, დაჩეხილი და დისკრეტულია. თავბრუდამხვევი ტემპი თანამედროვე ტელევიზიის წარმატებისთვის გადამწყვეტია.

არ ვიცი, რამდენადაა შემოწმებული მოსაზრება, რომლის თანახმადაც, ყოველ 5 წუთში ადამიანის ყურადღება დუნდება და მას დასვენება ესაჭიროება. ყოველ შემთხვევაში, „მაგარი" პროფესიონალები ამ მოსაზრებას უპირობოდ იზიარებენ: სატელევიზიო გადაცემა ტემპიანი უნდა იყოს, კალეიდოსკოპური, სწრაფი. სინელე მიუტევებელი ცოდვაა. დაჭერი, დაჩეხე, გაწყვიტე, გატიხრე, გადაფარე, გაახმოვანე, დაკლიპე, თორემ მაყურებელს ყურადღება მოუდუნდება და გადაგრთავს. „დაკლიპულობის" ხარისხი ადასტურებს შენს პროგრესულობას, თანამედროვეობას. არ დატოვო ერთი და იგივე კადრი 30 წამზე დიდხანს, თორემ დავიღუპებით.

ეპოქის სული სიმსუბუქესა და სისწრაფეს გვავალდებულებს. „სად დაიკარგა მშვენიერი, სერიოზული საუბარი?" - კითხულობს მუდმივად ჩემი მეგობარი. მშვენიერი საუბარი, რომელიც საკუთარ ლოგიკას მიჰყვება და რომლის დროსაც სიტყვა აზრთან ერთად იბადება, ტემპს აგდებს, ამიტომ ძველმოდურია. წამყვანმაც და რესპოდენტმაც სწრაფად უნდა ილაპარაკონ, ნუ მოვეკიდებით ზედმეტად სერიოზულად სიტყვებს, მათ მაინც არავინ უსმენს.

საგანმანათლებლო პროგრამებიც ამავე მიდგომით მზადდება. ძველ ეგვიპტეზე ფილმს მოჩვენებების შესახებ ფილმი ცვლის. მაყურებელი ორივეს ერთნაირი სერიოზულობით აღიქვამს და მოჩვენებები ისეთივე რეალობად მიაჩნია, როგორიც ოდესღაც იყო ეგვიპტე. მით უფრო, რომ ორივე უხვადაა ილუსტრირებული რეკონსტრუქციით, დადგმითი სცენებით. საერთოდ, დოკუმენტურ და სამეცნიერო პოპულარულ ფილმებში რეკონსტრუქციას ცენტრალური ადგილი ეთმობა. რეკონსტრუქცია სანახაობრივია, ინფორმაციის მონელებას აადვილებს, ამსუბუქებს. როგორც ჩემი მეორე მეგობარი ამბობს, ბოლოჟამის ერთიერთი ნიშანი ისიცაა, რომ დოკუმენტური კინო მხატვრულად გარდაიქმნა, ხოლო მხატვრული - დოკუმენტურად. ასე შეძენილი ცოდნა ტემპფაილს ჰგავს, როგორც კი ძირითად ფაილს დახურავ, ისიც მყისიერად ქრება.

მათი (მასების) დარწმუნება შინაარსის ან თუნდაც შეტყობინების კოდის მნიშვნელობაში ვერაფრით მოხერხდა. მასებს გზავნილს სთავაზობენ, მათ კი მხოლოდ ნიშნები აინტერესებთ, რადგან სიმბოლოთა თამაში ჭრის თვალს, სტერეოტიპებს ემონებიან და აღიქვამენ მხოლოდ იმას, რაც სანახაობრივია. ყველაფერი უკუღმა ტრიალდება. იმის ნაცვლად, რომ მასა ენერგიად გარდაიქმნას, ინფორმაცია მასის კვლავწარმოქმნის მიზეზი ხდება.

ჟან ბოდრიარი, ***მდუმარე უმრავლესობის ჩრდილში***

გახსოვთ, როგორ ცდილობდა ლიზა სიმპსონი თავის თანატოლებში პოპულარობა მოეპოვებინა? მიუტევებელი ცოდვასავით მალავდა იმას, რომ წიგნები უყვარდა და ირწმუნებოდა, რომ ყველაფერი, რაც კი იცის, ტელევიზორით ისწავლა. მხოლოდ ასეთ ცოდნას აპატიებდნენ თანატოლები - მსუბუქს, მარტივს, **შემეცნებით-გასართობს.**

დროდადრო თითქმის ყველა სოლიდური არხი ცდილობს თავის ბადეში ერთიორი ინტელექტუალური გადაცემა განათავსოს. ასეთ გადაცემებს შინაურობაში „საიმიჯოს" უწოდებენ. მათი მეშვეობით ტელევიზიის ყველა სახელმძღვანელოში დაფიქსირებულ კულტურულ საგანმანათლებლო ფუნქციას უხდიან ხარკს და თავსაც იმშვიდებენ - ჩვენ კი ვიცით, რა არის საჭირო, მაგრამ რა ვქნათ, მასას ასეთი გადაცემები არ მოსწონს.

მაგრამ იქნებ ისეა, როგორც ბოდრიარი ამბობს - მოთხოვნილება კი არ წარმოქმნის საქონელს, არამედ წარმოების მანქანა - მოთხოვნილებას. ჩვენ კი, ტელეჟურნალისტები და მაყურებელი, ერთი და იმავე პროცესის ობიექტებიცა ვართ და სუბიექტებიც.

* * *

წინათ მხოლოდ ერთი ტელევიზორი გვქონდა და დისტანციური მართვის პულტისთვის სისხლის მღვრელი ომები იმართებოდა. გამარჯვებული აბსოლუტურ ძალაუფლებას ფლობდა, დამარცხებულები მას შურითა და ბოღმით შევყურებდით. ახლა ჩვენ ყველას საკუთარი ტელევიზორი გვაქვს. ის, რომელიც ყველაზე დიდია, დედაბოძივით სასტუმრო ოთახის ცენტრში დგას. გავიღვიძებთ, ერთმანეთს დუნედ მივესალმებით და მერე მთელი დღე ჩვენ ჩვენს ეკრანებს შევყურებთ: ბიჭს მულტფილმები და ბოევიკები უყვარს, გოგოს - MTV, მე - პოლიტიკა და საინფორმაციო გამოშვებები. რა გვაქვს საერთო?! არაფერი - სხვადასხვა სამიზნე ჯგუფს განვეკუთვნებით.

> ტელევიზია იმის გარანტიაა, რომ ადამიანები ერთმანეთს აღარ ელაპარაკებიან, საბოლოოდ იზოლირებულნი, ისინი პირისპირ დარჩნენ სიტყვასთან, რომელიც მუდამ უპასუხოდ დარჩება.
>
> ჟან ბოდრიარი, ***მასმედიის რეკვიემი***

თაროებზე კარგი, ჭკვიანური წიგნები დევს. ყოველდღე ერთმანეთს ვპირდებით, რომ ხვალ რომელიმეს გადავშლით და წავიკითხავთ. მაგრამ მაცდუნებელი პულტი მარტივ, მსუბუქ, იოლ სანახაობას გვთავაზობს და ჩვენც ამ ცდუნებას ვნებდებით. წიგნის დრო აღარ გვრჩება... და საერთოდ, აღარაფრის დრო არ გვრჩება, რადგან კარგა ხანია დროის მაგივრად ქრონომეტრაჟში ვცხოვრობთ.