

დებატებისა და რიტორიკის მეშვეობით მოდერნიზაციის თეორიები

ია მახარაძე

ასოცირებული პროფესორი

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

აბსტრაქტი

ნაშრომი გთავაზობთ უამრავ დეტალურ, პრაქტიკულ ინფორმაციას ტოქსიკურ მასალების მომზადებასა და ეთერში გაშვებაზე. მეორე და რეკომენდირებული მიდგომა თავად პროგრამის ყურება და მისი ფორმატის შესწავლა. როგორია წამყვანის/მოდერატორის ან მასპინძლის სტილი. რა თემები განიხილება? რამდენად მნიშვნელოვანია სტუმრის პიროვნულობა და გამორჩეულობა? ჟურნალისტი ინფორმაციას, როგორც აზრს, იდეას, სიტყვას, დიალოგს, დისკუსიას, მონოლოგს მედიაში წარმოადგენს სხვადასხვა ჟანრული და ფორმატული თავისებურებებით. ზოგჯერ ჟურნალისტური ინფორმაცია, ფაქტი მოითხოვს „ინტერვიუს“ ფორმას. კონკრეტული საკომუნიკაციო ტექნიკებით პოლიტიკური მიზნის მიღწევისა და სასურველი „იმიჯის“ მოდელირების პრინციპი მედიის გაჩენამდეც მოქმედებდა. აღსანიშნავია, ძველ ცივილიზაციებში შემდეგი მედიუმების მნიშვნელობა: თიხის ფირფიტა მესოპოტამიაში, პაპირუსის ხვეული ეგვიპტეში, საბერძნეთსა და იტალიაში. შუა საუკუნეებში პერგამენტზე ხელთნაწერი და ქაღალდი ჩინეთიდან. ანტიკური დიალოგების მსგავსად, პლატონის აზროვნების დიალექტიკური პრინციპიდან გამომდინარე, პლატონისეული მეთოდების საშუალებით ჟურნალისტიკაში „ინტერვიუ“-კითხვებით და პასუხებით ასახავს ამბავს, ასევე გააქტიურებულია მსჯელობა სხვადასხვა თემატიკაზე. როგორი დავალებაც არ მისცენ ჟურნალისტს, მათ მასალაში ყოველთვის მოიძებნება ადგილი ინტერვიუსთვის. ჟურნალისტურ მასალებში ინტერვიუს ხელოვნება — სწორად კითხვების დასმის ფორმაა, რათა ჟურნალისტმა მიიღოს საჭირო პასუხები. მისი საბაზი მნიშვნელოვანი ინფორმაციაა-სიახლე, რომელიც იძლევა განსჯის საფუძველს. ერთი მხრივ, ჟურნალისტს კონკრეტული თემისთვის ებადება კითხვები კომპეტენტური რესპოდენტის მიმართ, მეორე მხრივ, ამავე რესპოდენტის არგუმენტებით აუდიტორიის წინაშე დამაჯერებლობა ძლიერდება. ამავე დროს უნდა ვიცოდეთ, რომ დიალოგების ფორმატებში წარმოდგენილი არგუმენტებით ჟურნალისტი-ინტერვიუერი შეიძლება მხოლოდ ჟურნალისტურ ველს გამოხატავდეს. აქედან გამომდინარე, ვერაფრის გაგებას ვერ შეძლებთ თუ არ გვესმის ის ველი, რომელმაც ის შექმნა და თავისი წილი მცირე ძალაუფლებით აღჭურვა. მედია მკვლევრის, სოციოლოგის პიერ ბურდიეს განმარტებით, საკმარის არაა, ამა თუ იმ ჟურნალისტის, ფილოსოფოსისა თუ ფილოსოფოს - ჟურნალისტის წინააღმდეგ პოლემიკური შეტევა.... ყველას ჰყავს თავისი განტევების ვაცი. ამ კონტექსტში ნაშრომი შეისწავლის, სიღრმისეულად აანალიზებს დებატებისა და რიტორიკის მემკვიდრეობას მოდერნიზებულ ტოქსიკურ ფორმატში, განსაზღვრავს საკომუნიკაციო ფორმას, სოციალურ პირობებსა და ტექნიკური პროგრესს. განიხილავს პროგრამის მოსმენისა ან ყურებისთვის ტოქსიკურ ფორმატის შერჩევის სტილს, თემის განხილვას, სტუმრების პიროვნულობისა და გამორჩეულობის მნიშვნელობას. ტოქსიკურ მათემატიკის სტანდარტად ქვეყნის ისტორიას.

საკვანძო სიტყვები: რიტორიკის მემკვიდრეობა, ტყუილის ფენომენი ტოქსიკურებში, პნიქსის, ესქინეს საკრებულოები, მოდერნიზებული ტოქსიკური, ანტიკური დიალოგები.

შესავალი

ნაშრომის აქტუალობა

მოდერნული ტოქშოუს ანტიკური ეპოქის დებატების კონტექსტში კვლევისა და განხილვის შესახებ ინფორმაცია არ გვხვდება. წარმოდგენილ ნაშრომში მედიის ველზე ტოქშოუს ფილოსოფიის, პოლიტიკისა და ფსიქოლოგიის კონტექსტში წარმოჩენა და შესწავლა ინოვაციურია. სწორედ სტატიის შინაარსიდან გამომდინარე, დასმული პრობლემის სწორად შერჩევა განსაზღვრავს შედეგის მიღწევას, რაც უმნიშვნელოვანესია ამ დარგისათვის და ზოგადად, თანამედროვე ჟურნალისტიკისთვის; ძველ საბერძნეთში ტოქშოუს პირველი მოდელების აღმოჩენას, რომელიც საფუძვლად მოდერნულ მედიაში დღემდე მოქმედ ტოქშოუს ყველა ფორმას უდევს დიდი მინიშნელობა ენიჭება. წინამდებარე ნაშრომში განხილულია ჟურნალისტიკისთვის და აუდიტორიისთვის გამორჩეული ფორმატი - ტოქშოუები, რომელშიც იწარმოება დებატები, დისკუსია. ეს ფორმები ძველი ეპოქებიდან ჩამოყალიბებული სოციალური ურთიერთობების საშუალებაა, რომელსაც ადასტურებს დემოკრატიის ინსტიტუტი - ძველი ათენის „პნიქსის საკრებულო“. ასევე საკითხის შესწავლისთვის მედიაუდიტორიებზე ტოქშოუს ხანგრძლივი მოქმედების გავლენებია გამოვლენილი და გამოკვლეული. დავაკვირდით ძველი ათენის საჯარო გამოსვლის ველის „პნიქსის“, „ესქინეს საკრებულოების“ მაგალითზე, როგორ დაისწავლიან ადამიანები დროთა განმავლობაში სხვადასხვა წესებსა და მოთხოვნებს. შემდეგ, მოდერნულ მედია ველში ტოქშოუს მიერ შექმნილ სახეებს ცხოვრებაში როგორ განსახიერებენ. ტოქშოუს ადამიანების აზრებსა და სხვადასხვა ვითარების მისეული ინტერპრეტაციების უნარზე ერთმა კონკრეტულმა გადაცემის გზავნილმა როგორ შეიძლება მოახდინოს გავლენა საზოგადოების ქცევებზე.

მეთოდები

წინამდებარე ნაშრომში მოცემული საკითხის კვლევის დროს გამოყენებულია თანამედროვე ისტორიული შემეცნების და შედარებითი ანალიზის მეთოდები; კრიტიკულადაა გაანალიზებული საკვლევ თემასთან დაკავშირებული სამეცნიერო ისტორიული და თანამედროვე წყაროები, რომელთა გათვალისწინება და შედარება მნიშვნელოვანია მოვლენათა ზუსტი და ობიექტური შეფასებისათვის. ნაშრომის თეორიულ, პრაქტიკულ და მეთოდოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენს მედიაზე, პოლიტიკასა და ფილოსოფიაზე არსებული სამეცნიერო ლიტერატურა, ხოლო ნაშრომის ემპირიული ნაწილი ეფუძნება სტატიის ავტორის დაკვირვებას დასავლურ სკოლების გამოცდილებაზე (აშშ-ი, დიდი ბრიტანეთი და გერმანია) მედიის ფილოსოფიის შესწავლის სფეროში.

შედეგი

საჯარო ველების - „პნიქსისა და „ესქინეს“ საკრებულოების“-ს მაგალითზე, ისტორიულად, ადამიანებს შორის ძირითადი განმსაზღვრელი ფაქტორები ინფორმაციის წყაროებია, მისი გადაცემა და მიღება. ფილოსოფიის თეორიტიკოსები აკვირდებიან საზოგადოებების ტრანსფორმაციას. ისინი ცდილობენ თვალშისაცემი ცვლილებები აღმოაჩინონ ღირებულებებში, ფასეულობებში, დამოკიდებულებებსა და ორიენტაციებში. შესაბამისად, ეს განსხვავება გამომდინარეობს ინფორმაციის შენახვის წესში და გადაცემის სისწრაფეში. ტოქშოუში გამოყენებული დისკუსიისა და დიალოგის პირველი მოდელები ძველ საბერძნეთში საკითხის ორივე მხარის არგუმენტირების მეთოდებით დემოკრატიის ინსტიტუტის ნაწილი იყო, რომელიც საფუძვლად უდევს ტოქშოუს პროგრამირებაში დღემდე არსებულ ყველა სისტემას. საზოგადოების სოციალური ქცევა, ანუ ინფორმაციის გადაცემის ფორმები და მიღების სისტემა, განსაზღვრავს, თუ როგორ ცხოვრობს ადამიანი, რა

გამოწვევები აქვს, როგორ ფიქრობს, როგორ არსებობს. ანტიკური ეპოქის დარად, დღემდე მედიის აზროვნებაში ასეთი ფორმულა არსებობს: სწრაფი რეგირების კულტურა. მართლაც, ახალი მედიის პირობებში ისე სწრაფად ვითარდება მოვლენები, რომ შესაბამისად საჭიროა სწრაფი აზროვნება, აღქმა, გაანალიზება და რეაგირება როგორც მედია მწარმოებლების ასევე მედიაპროდუქციის მომხმარებლების მხრიდან. მედიატექნოლოგიების საშუალებების დახმარებით განხორციელებულმა ცვლილებებმა მრავალნაირი ტოქმოუს ფორმატებით ინფორმაციის გადაცემის შესაძლებლობები შექმნა. მოდერნულ ერაში ციფრული მედიის პლათფორმების საშუალებებით ურთიერთობის სიცრუის ფსიქოლოგიას ახალი დატვირთვა მიენიჭა.

1. დებატების წარსულის კუთვნილება ტოქმოუბში

კლასიკური სოციალური სწავლების ერთ-ერთი ყველაზე უფრო ძალმოსილი მემკვი-დრეობა იდეაა, რომ მოდერნული საზოგადოებების განვითარების კვალად, ტრადიცია თანდათან კარგავს წონას და დროთა განმავლობაში წყვეტს ადამიანთა უმარავლესობის ყოველდღიურ ცხოვრებაში მნიშვნელოვანი როლის შესრულებას. ითვლება, რომ ტრადიცია წარსულის კუთვნილებაა და თანამედროვე საზოგადოებები, როგორც წესი მათი წინამორბედი ტრადიციული საზოგადოებების საპირისპიროა. თუ ყურადღებით დავაკვირდებით მედიის გადამსხვავებულ გავლენას, შეიძლება საკმაოდ სხვა თვალთ დავინახოთ ტრადიციის ცვლადი ხასიათი და სოციალურ ცხოვრებაში მისი როლი. მედიის განვითარებამდე ადამიანების უმრავლესობაში წარსულის გრძნობა და მათი უშუალო გარემოს მიღმა მდებარე სამყაროს აღქმა ძირითადად პირისპირ ურთიერთობის პროცესში წარმოებული სიმბოლური კონტენტის გაცვლა-გამოცვლის შედეგად ყალიბდებოდა. ადამიანთა უმრავლესობისთვის წარსულის გრძნობა, მათი ადგილსამყოფელის გარეთ მდებარე სამყაროს აღქმა და სოცია--ლურად მოზღუდული იმ საზოგადოებების შეგრძნება, რომელსაც თავად ეკუთვნოდნენ, უმთავრესად იმ ზეპირ ტრადიციებზე დაყრდნობით ხდებოდა, რომლებიც ყოველდღიური ყოფის სოციალურ კონტექტებში იქმნებოდა თუ მეორდებოდა. მედიის განვითარების შედეგად, ადამიანებმა შეძლეს განეცადეთ ისეთი მოვლენები, ეცქირათ სხვა ადამიანებისთვის და, ზოგადად, გაეგოთ იმ რეალური თუ წარმოსახვითი სამყაროს შესახებ, რომლებიც მათი ყოველდღიური შეხვედრების სფეროს საკმაოდ სცილდება. ისინი სულ უფრო მეტად ჩაერთვნენ იმგვარი კომუნიკაციის ქსელებში, რომლებიც არ იყვნენ პირისპირი ხასიათისა. ამას გარდა, რაკი ადამიანებისთვის ხელისაწვდომი ხდებოდა მედიაპროდუქტები, მათ უკვე შეეძლოთ, გარკვეულწილად დისტანცირებულ იყვნენ პირისპირ ურთიერთობის სიმბოლური კონტენტისგან და ხელისუფლების იმ ფორმებისგან, რომლებიც მათი ყოველდღიური ყოფის ადგილებში გაბატონებული იყო. თვითაღქმის, მათთვის მისაწვდომი შესაძლებლობების გრძნობის ფორმირებისთვის ადამიანებს სულ უფრო ნაკლებად უწევდათ პირისპირ ურთიერთობის გზით გადმოცემულ სიმბოლურ მასალაზე და ხელისუფლების ლოკალურ ფორმებზე დაყრდნობა¹.

დებატები მოვლენაა, რომელსაც სათავეს უძველესი დროიდან იღებს. ადამიანებს შორის პირველად წარმოშობილი უთანხმოებისას. ძველ საბერძნეთში დებატები დემოკრატიის ინსტიტუტის ნაწილს წარმოადგენდა, როცა პოლიტიკოსები ერთმანეთთან შედიოდნენ დებატებში, შემოთავაზებული კანონების აკვარგანობას განიხილავდნენ, მსჯელობდნენ მის ღირსებებსა და ნაკლოვანებებზე. მოქალაქეები დებატებს იყენებდნენ საკუთარი თავდაცვის

¹ ლუმანი, ნ., „საზოგადოებრივი კომუნიკაციის სისტემის ცვლილებანი და მასობრივი მედია“, მთარგმნელი: დევი დუმბაძე, გამომცემლობა: სავლე წერეთლის ფილოსოფიის ინსტიტუტი, ქართული და უცხოეთის ფილოსოფიის ისტორიის განყოფილება, 2007. გვ. 224.

მიზნით. საკითხის ორივე მხარის არგუმენტირებას, დიდი ინტერესით სწავლობდნენ სტუდენტებიც, რათა უფრო კარგად შეეცნოთ მისი არსი. ზოგიერთი დებატორი, რომლებსაც სოფისტებს უწოდებდნენ, მიზნად ისახავდნენ დებატებში გამარჯვებას, ისინი ფოკუსირდებოდნენ აუდიტორიის სტილსა და მათ დარწმუნებაზე. სოფისტებს არ ეთანხმებოდა არისტოტელე, ფილოსოფოსის ხედვით, ეფექტიანი არგუმენტები ხელს უწყობდა სიმართლის დადგენას. მისთვის მთავარი ჭეშმარიტება იყო, დებატებში გამარჯვებას უმნიშვნელოდ მიიჩნევდა. პლატონისთვის სოფისტების რელატივიზმი და ნომინალიზმი მის მთავარ კონცეფციას - იდეალისტურ ფილოსოფიას უპირისპირდებოდა და ამიტომ სოფისტების დებატების მეთოდებს გამოხდებოდა. ფილოსოფოსის აზრით, სოფისტების რიტორიკა ეთიკურ ნორმებს არ იცავდა, მათ სიმართლის წვდომის მხოლოდ იმიტირება შეეძლოთ და ამიტომაც „ყალბად“ ასახელებდა სოფისტების დებატების სწავლების ასეთ სისტემას. თუ ამ თეორიის ლოგიკას მივყევით, ანტიკური ხანიდან მოყოლებული დღემდე დასავლურ სამყაროში პოლიტიკური კომუნიკაციისას მანიპულაციის ფორმები დომინირებდნენ. დებატების პროცესში ადამიანის ტყუილის ამოცნობის უნარის შესწავლისას აღმოვაჩენთ, რომ მათ, ვინც ბევრ მანიპულაციას უშვებს, მატყუარად თვლიან. ამ შემთხვევაში მნიშვნელობა არ აქვს, ადამიანი სინამდვილეში სიმართლეს ამბობს თუ ცრუობს; თუ მანიპულაციები ბევრია, მას მატყუარის იარაღის ანიჭებენ. ძალიან მნიშვნელოვანია, დებატორმა იცოდეს ასეთი შეცდომის დაშვების შესაძლებლობა. რაც შეეხება ყველა სხვა ემოციების მიმიკებს, მათთვის, ჩვეულებრივ, წამიც საკმარისია და მხოლოდ ზოგჯერ, ზოგიერთი მათგანი შეიძლება გაგრძელდეს რამდენიმე წამამდე. გარკვეულ შემთხვევებში ამგვარი კომუნიკაცია უფრო შთამბეჭდავი და დასამახსოვრებელია, ვიდრე ნებისმიერი, ეფექტიანად წარმოთქმული სიტყვა.² დებატების წამყვანმა (შემმოწმებელმა) არასოდეს უნდა დაივიწყოს ის შესაძლებლობა, რომ ემოცია მოტყუების ნიშანი არაა. იგი მართალი ადამიანის რეაქციაა მასზე ეჭვიმტანილობის გამო. ტყუილის ამომცნობმა უნდა დაასაბუთოს, რა ემოციებს განიცდის, სავარაუდოდ, ეჭვიმტანილი არა მხოლოდ მაშინ, როდესაც იტყუება, არამედ, რაც მთავარია, როცა სიმართლეს ამბობს. ამავე დროს არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ყველა მატყუარა როდი განიცდის რაიმე გრძნობას მოტყუებისას, ისევე როგორც მართალი ყოველთვის არ იქნება ემოციურად აღელვებული დაუმსახურებელი ბრალდების გამო³. მათი გაჩენა და გაქრობა შეიძლება იყოს მკვეთრი ან თანდათანობითი, რაც დამოკიდებულია დებატების ფორმასა და შინაარსზე. აქედან გამომდინარე საჭიროა გადავხედოთ იმ მიზეზებს, რომელთა გამოც მანიპულაციები მოტყუების სანდო მინიშნებებს არ წარმოადგენს: 1. დებატებში მონაწილე ადამიანები ძალიან განსხვავდებიან მანიპულაციების რაოდენობისა და ტიპის მიხედვით. ამ ინდივიდუალური განსხვავებულობის პრობლემის (ბროკაუს საფრთხის) თავიდან აცილება შესაძლებელია, თუ წამყვანი/ მიდერატორი გარკვეულწილად იცნობს გადაცემაში მოწვეულ სტუმარს და შეუძლია მისი ჩვეული და ამ მომენტის ქცევები ერთმანეთს შეადაროს. 2. ოტელოს შეცდომა⁴ ასევე მოქმედებს მანიპულაციების ინტერპრეტაციაზე. ამ დროს ინფორმაციული და ქცევითი მანიპულაციები უფრო ინტენსიური ხდება, როდესაც ადამიანები თავს არაკოფორტულად გრძნობენ. ეს პრობლემა ასევე შეიძლება წარმოშვას მოტყუების სხვა მინიშნებებმა. მანიპულაციებისთვის ასეთი მინიშნებები განსაკუთრებით მწვავეა, რადგან ისინი არა მხოლოდ დისკოფორტის, არამედ (განსაკუთრებით თუ გადაცემაში მეგობრული გარემო სუფევს) კოფორტის ნიშნებიცაა. 3. ყველას ჰგონია, რომ

² თუშმელაშვილი გ., „მედიაპოლიტიკა“, თბილისი, პეგასი, 2017. გვ. 28.

³ ეკმანი, პ., სიცრუის ფენომენი“, მთარგმნელი: ლიკა გურაბანიძე, გამომცემლობა მწიგნობარი, 2023, გვ.170.

⁴ „ოტელოს შეცდომა“- ტყუილის ვერიფიცირებისას შეცდომის დაშვების მიზეზი. ტყუილში დადანაშაულების დროს შიშის გრძნობის აღმოცენებით, სრულიად უდანაშაულო ადამიანმა შესაძლებელია გამოავლინოს დამნაშავისათვის დამახასიათებელი რეაქციები – თვალის სწრაფი მოძრაობა, სახის გაფითრება და ა.შ.

დებატებში ბევრი მანიპულაცია შიფრავს მოტყუებას, ამიტომ ძლიერი მოტივაციის მქონე გადაცემაში მონაწილე სტუმარი შეეცდება ტყუილი ნიშნების ჩახშობას. სახის გამომეტყველებისგან განსხვავებით, რომელთა გაკონტროლებასაც ადამიანები ასევე ცდილობენ, მანიპულაციები საკმაოდ ადვილი დასათრგუნია. თუ ფსონები მაღალია, მატყუარა ახერხებს მანიპულაციის ჩახშობას, დროებით მაინც.⁵ მაგალითად, ამერიკელ-ბრიტანელი მწერალი, ჟურნალისტი რობერტ სიმსონ ელეგანტი⁶ წერს, - „ისტორიაში პირველად, ომის შედეგი ბრძოლის ველზე კი არა, ნაბეჭდ ფურცლებზე და, რაც კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია, ტელეკრანის ტოკშოუებში გადაწყდა“.⁷ ამას ვიეტნამში შეერთებული შტატების დამარცხება მოჰყვა. შეხედულება, რომ აშშ-ის მთავრობის მარცხზე პასუხისმგებლობა მედიას, სახელდობრ, კი, ტელევიზიას ეკისრებოდა, საყოველთაოდ გავრცელებული იყო. ამ მოსაზრებას მედიამონიტორინგის მემარჯვენე ორგანიზაცია „ექიურესი ინ მედიამაც“ მხარი დაუჭირა თავის ერთსაათიან ტოქშოუში „საავტორო პროგრამაში ვიეტნამზე“. ეს გადაცემა საზოგადოებრივი ტელევიზიით გავიდა ამავე არხის იმ ცამეტნაწილიანი სერიული პროგრამის საპასუხოდ, რომელიც ომს ეძღვნებოდა. ზემოთ ნახსენები შეხედულების უფრო „თავშეკეცებული“ ვერსიის თანახმად, 1970 წლისათვის მედია „სახელმწიფო ხელისუფლების ახალ ანგარიშგასაწევ წყაროდ იქცა“ - მას როგორც საყოველთაო „ზღვარგადასული დემოკრატიის“ ნაწილს, ქვეყანაში „სამთავრობო ავტორიტეტის შემცირებაში“ წვლილი შეჰქონდა, შედეგად „საზღვარგარეთ დემოკრატიის გავლენის შესუსტებას“ იწვევდა. თუ ჟურნალისტები „პროფესიული სტანდარტებით“ ბოროტად სარგებლობდნენ, „საზოგადოებისა და ხელისუფლების უფრო მნიშვნელოვანი ინტერესები“ მოითხოვდა: - „მთავრობას განსხვავებული პასუხი გაეცა და ვითარება გაეუმჯობესებინა“. ეს მანამ უნდა გაგრძელებულიყო, „სანამ ხელისუფლებასა და მედიას შორის წონასწორობა არ აღდგებოდა“. კვლევითი ორგანიზაციის „ფრიდომ ჰაუსის“⁸ აღმასრულებელმა დირექტორმა ლეონარდ სუსმანმა „დიდ ისტორიაზე“ (მედიის მიერ ტეტის თავდასხმის გაშუქების შესახებ ამ ორგანიზაციის ეგიდით ციტარებულ კვლევაზე) საუბრისას, პრესა-მთავრობის „ურთიერთდაპირისპირება“ „ჩვეულებრივ“ მოვლენად მიიჩნია. მან არგუმენტების მოშველიების გარეშე დაასკვნა, რომ ეს ფაქტორი აშკარად გამოიკვეთა, მაგრამ შეკითხვა დასვა: „მაშ, დამუკიდებელი ინსტიტუტები იმ თავისუფლების გამო უნდა განადგურდნენ, რომელსაც ისინი მხარს უჭერენ?“ ჯონ რომე კიდევ უფრო შორს მიდის და კონგრესის გამოძიებას მოითხოვს „იმ „კერძო ხელისუფლებასთან“ საქმიანობის თაობაზე“, რომელნიც მოვლენათა შესახებ არსებულ წერილობით ანგარიშებს ამახინჯებენ თავიანთი „ანტიჯადოსნური მისიის“ შესასრულებლად: თუმცა, შიშობს, რომ კონგრესს „მეტისმეტად აფრთხობს საინფორმაციო საშუალებები“ და მათი საოცარი ძალა საიმისოდ, რომ ამ აუცილებელი მიზნის აღსრულება იტვირთოს.⁹

ჟურნალისტმა, მიმომხილველმა ჯეკ ანდერსონმა თავის პუბლიკაციაში უნდობლობა გამოთქვა გამოძიების ფედერალური ბიუროს მთავარი მოწმის - მელ ვაინბერგის მიმართ

⁵ ეკმანი, იხ. სქოლიო 3. გვ. 111.

⁶ რობერტ სიმსონ ელეგანტი - (1928-2023) (7 მარტი 1928 – 20 ივნისი 2023) იყო ამერიკელ-ბრიტანელი ავტორი და ჟურნალისტი. მან მრავალი წელი გაატარა აზიაში ჟურნალისტად. თავის ყველა რომანში აზიური გამოცდილება გარემო ასახა. მისმა ჟურნალისტურმა მასალებმა როგორც კორეის, ისე ვიეტნამის კონფლიქტები აღწერა. მისი ერთ-ერთი ბოლო რომანი, Cry Peace, კორეის ომს ეძღვნება.

⁷ Elegant, R., „From a Far Land“ Random House Inc 1987. გვ. 15.

⁸ „ფრიდომ ჰაუსი“ - ადამიანების თავისუფლების მიმართულებით 1972 წლიდან ყოველწლიურად აქვეყნებს ანგარიშებს და ასახავს ვითარებას მსოფლიოში, ესაა: გამოხატვის თავისუფლება, პოლიტიკური პლურალიზმი, შეკრების თავისუფლება. ყოველ ქვეყანას ანიჭებს სტატუსს: თავისუფლი ნაწილობრივ თავისუფალი და არათავისუფლი.

⁹ ჩომსკი, ნ., და ჰერმანი, ე., „თანხმობის წარმოება“, გამომცემლობა: სულაკაური, 2020, გვ. 408.

„ეზსკამის საქმეში“, მიიჩნია იგი უსინდისოდ და უსირცხვილო მატყურად. ანდერსონმა ჟურნალისტურ ტექსტში აღწერა ვაინზერგერის რეაქცია, როდესაც ცოლმა აღმოაჩინა მისი ადიულტერი თოთხემტი წლის განმავლობაში: „როდესაც მეღსნეულმე ახსნა-განმარტება მოსთხოვა, მან მხოლოდ მხრები აიჩეჩა და უთხრა: „მოკლედ, გამშიფრე.... ხომ გეუბნებოდი, რომ მსოფლიოში უდიდესი მატყურა ვარ“. შემდეგ თავის საყვარელ სავარძელში მოკალათდა, ჩინური საჭმელი მოითხოვა და მარის სთხოვა, მისთვის მანიკური გაეკეთებინა“.¹⁰

სატელივიზიო შოუს „Today Show“ წამყვანმა ტომ ბროკოვმა აღწერა გარე ნიშნებით მოტყუების გამოვლენის მეთოდი: „იმ მინიშნებების უმეტესობა, რომელსაც ვაქცევ ყურადღებას, არა ფიზიკური, არამედ-ვერბალურია. არ ვუყურებ ადამიანის სახეს იმ ნიშნით, რომ ის ცრუობს. უფრო მაინტერესებს ჩახლართული პასუხები, არაპირდაპირ, შემოვლით საუბარი ან დახვეწილად თავის არიდება“. ტყუილის თაობაზე რამდენიმე კვლევა ადასტურებს ბროკაუს აზრს. კვლევების მიხედვით, ზოგიერთი ადამიანი, როცა იტყუება, არ იძლევა პირდაპირ პასუხს, თავს არიდებს ან იმაზე მეტ ინფორმაციას იძლევა, ვიდრე საჭიროა. სხვა კვლევებმა ზუსტად საპირისპირო ცხადყო: ადამიანთა უმრავლესობა იმდენად ცბიერი და ჭკვიანია იმისათვის, რომ თავი აარიდონ და გაექცნენ პირდაპირ პასუხებს. სიცრუის მკვლევრის შეფასებით, ასეთი მატყუარები ტომ ბროკოვმა შეიძლება ვერც შეამჩნიოს. კიდევ უფრო დიდია მართალი ადამიანის არასწორად შეფასების რისკი, რომელიც ლაპარაკისას დაბნეულია ან თავს არიდებს საუბარს. ზოგი ყოველთვის ასე საუბრობს; მათ შემთხვევაში ესაა ტყუილის ნიშანი, უბრალოდ, ეს მათი ლაპარაკის მანერაა. სირთულე მდგომარეობს ნებისმიერ გამოვლენაზე, რომელიც უმეტეს შემთხვევაში აშკარად მიუთითებს მოტყუებაზე. ზოგიერთი ადამიანისთვის შეიძლება იყოს მხოლოდ მათი ჩვეული მანერა, ქცევის ნაწილი. ასეთი ადამი-ანების არასწორი შეფასების შესაძლებლობას პოლ ეკმანი არქმევს ტელეწამყვანის, შოუმენის ბროკაუს საფრთხეს, ხაფანგს. შემმოწმებელი ყოველთვის შეიძლება მოხვდეს ამ ხაფანგში, მეტადრე, თუ არ იცნობს ეჭვმიტანილს და არ იცის მისი ტიპური ქცევა. ჯერჯერობით ინფორმაციის გაჟონვის, გამოვლინებისა და მოტყუების სხვა წყაროები ნაპოვნი არაა, რომლებიც ადამიანის მეტყველებაში ჩნდება. ყველაზე ადვილია რაიმის დამალვა ან სიტყვებით სიმართლის დამახინჯება, თუმცა შეცდომები ძირითადად უყურადღებობის გამო ხდება, ესაა: წაცდენები, ტირადები, ასევე თავის არიდება თუ ირიბი პასუხები.¹¹

2. დებატების პრაქტიკა ძველ საბერძნეთსა და მოდერნულ ტოქშოუს ფორმატში

ტელეჟურნალისტებისთვის და მაყურებლისთვის განსაკუთრებით მიმზიდველი ფორმაა დებატები ტოქშოუს ფორმატში. მისი პირველი მოდელი, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ძველ საბერძნეთში საკითხის ორივე მხარის არგუმენტირება - დემოკრატიის ინსტიტუტის ნაწილი იყო, რომელიც საფუძვლად ჟურნალისტულ დღემდე არსებულ ყველა მოდელს უდევს. დისკუსია მკაფიოდ წარმოაჩენს ცოცხალი აზრის მოძრაობას, მისი დაბადების პროცესს, აზრის განვითარებას, მიზნის მიღწევას და ეს - ყველაფერი აუდიტორიის თვალწინ ხდება.

დისკუსიის ფორმა ისტორიულად ჩამოყალიბებულ საშუალებას რომ წარმოადგენდა ძველ ათენში მოქმედი „პნიქსის საკრებულო“ ადასტურებს. ანტიკური საბერძნეთის დემოკრატიისა და პარლამენტარიზმის ნიმუში. საკრებულოს სხდომები ათენელთა

¹⁰ ეკმანი, იბ. სქოლიო 2, გვ. 63.

¹¹ ეკმანი, იბ. სქოლიო 2, გვ. 87.

სოციალური ურთიერთობების ცენტრალურ ველზე, „პნიქსის“ გორაზე იმართებოდა, რომლიც აგორასგან ოთხასიოდ მეტრს აშორებდა¹². მაღალი ფენის მდიდარ ათენელებს ბევრი დრო ჰქონდათ საკრებულოში დასასწრებად და სოციალურად შეჭირვებული მოქალაქეების მოსაზიდად. ამ მიზნით ათენელებმა ძვ.წ. IV საუკუნის დასაწყისში ფულადი წახალისება – „misthos ekklesiastikos“ დააწესეს, რომელიც შრომით დღეს ნაწილობრივ ანაზღაურებდა. საკრებულოში დასწრების უფლებით ზრდასრული მამაკაცებიც სარგებლობდნენ. ათენში მცხოვრებ მონებსა და უფლება ჩამორთმეულ მოქალაქეებს (atimoi) საკრებულოს სხდომებზე ჩართულობა ან დასწრება ეკრძალებოდათ¹³. უცხოელებს მაყურებლის სტატუსით დასწრების სპეციალური სივრცე ჰქონდათ გამოყოფილი. განსაზღვრული პროტოკოლით, კვორუმის საკრებულო სხდომაზე ექვსი ათასი ათენელის დასწრება და წელიწადში ორმოცჯერ შეხვედრა სავალდებულო იყო. „პნიქსის“ საკრებულოში გამართული დებატების პროცესში გამომსვლელ ორატორთა სიტყვა თემატურად წინა გამომსვლელთან ბმაში არ უნდა ყოფილიყო. დადგენილი წესის თანახმად, აუდიტორიის წინაშე ორატორისგან კომუნიკაცია ცალმხრივად იმართებოდა. სოკრატეს მოწაფის, მეგობრისა და ათენის პოლიტიკური მოღვაწის ესქინეს (ძვ.წ.აღ.390-314წწ) დამოწმებით, კანონით იკრძალებოდა აუდიტორიიდან ორატორისადმი კითხვების დასმა. ანტიკური სხვა წყაროები საწინააღმდეგო ფაქტებს ადასტურებენ, პოლიტიკურ პროცესში ათენელი აუდიტორიის ჩართულობაზე. მაგალითად, ბერძენი ისტორიკოსი მწერლი, სამხედრო მოღვაწე და „ანტიკურ ფუტკრად“ წოდებული ქსენოფონტე (ძვ. წ. -აღ. 430-355) ადასტურებს: „ესქინეს“ საკრებულოში წარმართული დებატები ხშირად „რეპლიკებით“, „სიცილითა“ და „სტვენით“ იშლებოდა. მსგავსი მანიფესტაციები ათენის მოქალაქეებისგან მიზანმიმართულ, „ჩამშლელ“ სტრატეგიას ემსახურებოდა: ძველი ათენის სახელმწიფო მოღვაწის, ორატორის, სასამართლო პროცესებსა და სახალხო შეკრებებზე მონაწილის დემოსთენეს მტკიცებით, ორატორის ტრიბუნასთან შორიახლოს მეორეხარისხოვანი დებატორები (rhetores) (დებატებში იშვიათად მონაწილეობდნენ) ჩასაფრდებოდნენ და წამომახებით სხვა გავლენიანი რიტორების ინტერესების სასარგებლოდ მოქმედებდნენ. მსგავსი პრობლემებისა და უხერხულობის ასაცილებლად ძვ.წ. 346 წელს ათენელებმა ახალი კანონი შემოიღეს, რომლის თანახმად, „პნიქსის“ საკრებულოს აუდიტორიის პირველ რიგებში „სათვისტომოთა“ (phylai) წარმომადგენლები დამსხდარიყვნენ. „Phylai“ - თანამედროვე განმარტებით, „დაცვის სამსახურის“ როლს ასრულებდა. მათ წესრიგის დამრღვევთა ტრიბუნასთან არმიშვება ევალებოდათ.¹⁴ მოდერნიზებულ სამყაროში გავრცელებული წარმომადგენლობითი და ანტიკური ათენის პირდაპირი დემოკრატიის შედარებისას, დემოკრატიის პირობებში – მედიასივრცეში გამართული პოლიტიკური დებატის საერთო პათოსსა და სახელისუფლებო დაწესებულებებში მიღებულ გადაწყვეტილებებს შორის ხშირად შეუსაბამობაა - ათენის პირდაპირი დემოკრატიის პირობებში დებატიც და მის შედეგად მიღებული პოლიტიკური გადაწყვეტილებაც ერთსა და იმავე ადგილას, საკრებულოს ფარგლებში ხდებოდა. აღსანიშნავია, რომ თანამედროვე ტოქმოუს პუბლიკის საუბარში ჩართვის ფორმად განიხილება „მოქმედების სპონტანური სივრცე“. ეს გულისხმობს „სტუდიის რეალური პუბლიკის“ ან ეკრანთან მყოფი მაყურებლის უშუალო ან პარასოციალურ ჩართულობას დისკუსიაში. „სტუდიის პუბლიკის“ საუბრის მონაწილეების ან მათ აზრის მხარდაჭერას. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ანტიკური ათენის საჯარო სივრცეში დებატების გამოცდილება გვიჩვენებს, ტოქმოუების სტუდიებშიც ხშირად აპლოდისმენტებით, სიცილით, სტვენით, შეძახილებით და უკმაყოფილო

¹² Darnton, R., Poetry and the Police. Communication Networks in the 18-th Century Paris Belknap press, 2010. გვ.9.

¹³ Ailes, R., You Are the Message. Secrets of the Master Communicators.Doubleday, 1988, გვ. 110.

¹⁴ თუმელიშვილი, იბ.სქოლიო 2. გვ. 28.

გადაჩურჩულებით გამოიხატება სტუმრების მიმართ სიმპათია ან ანტიპათია. თუმცა ზოგიერთი ფორმატის ტოქშოუში პუბლიკას საუბარშიც შეუძლია მონაწილეობა და საკუთარი აზრის გამოთქმაც. იშვიათად, ტელემაყურებელსაც ამის საშუალება აქვს.¹⁵ თანამედროვე პარლამენტში დებატები ემსახურება არა დამსწრე დეპუტატების დარწმუნებას, არამედ, მედიასაშუალებების მეშვეობით ამომრჩეველზე ზეგავლენას. მედია, როგორც პოლიტიკური პროცესების მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი, განსაკუთრებით დიდ მნიშვნელობას იძენს მაშინ, როდესაც ის ერწყმის პოლიტიკურ სფეროს. მნიშვნელოვანია, რომ თანამედროვე პოლიტოლოგიაში, ფილოსოფიაში მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები ხასიათდება ისეთი აღმატებული „ტიტულებით“, როგორიცაა: „დიდი არბიტრი“, „მეოთხე ხელისუფლება“. რწმენა მედიის ყოვლისშემძლეობისა იმდენად დიდია, რომ პოლიტიკური მოღვაწეები თვლიან - ვინც აკონტროლებს მედიას, ის აკონტროლებს მთელ ქვეყანას. მართლაც, თანამედროვე პოლიტიკა წარმოუდგენელია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გარეშე. მედია პოლიტიკური პროცესების, მონიტორინგის, პოლიტიკურ პოზიციათა დაპირისპირებისა და მათი საზოგადოებასთან კავშირის უზრუნველყოფ სივრცეს ქმნის. დემოკრატიული დისკურსი ტელერადიო ტოქშოუს ფორმატში (პოლარიზებული, პლურალიზმის მოდელი) ყველაზე პოლიტიზირებულია. ძალაუფლებისთვის ბრძოლის ლოგიკას მიჰყვება ყველაზე მეტად და პოლიტიკური ელიტების მიერ იწარმოება ამომრჩეველთა დარწმუნების მიზნით. ანტიკური ათენის დემოკრატიაში კი ორატორის მიერ დემონსტრირებული „დარწმუნების ხელოვნება“ დამსწრე კანონმდებლების მისამართით განისაზღვრებოდა. იმდროინდელი რიტორიკა, ზეპირი სიტყვის გამოყენება „პოლიტიკოსთა შორის შეჯიბრების“ ყველაზე მძლავრი იარაღი იყო. მსგავსს ორატორულ შეჯიბრებაზე დაფუძნებულ პოლიტიკურ სისტემას აზრი დაეკარგებოდა, რომ არა იმ პრინციპის ქმედითობა, რასაც ათენელები isegoria-ს, (სიტყვის თქმის თანასწორ უფლებას უწოდებდნენ). მსგავსი სიტყვის თავისუფლება საჯარო დებატის შესაძლებლობასა და არსებული პოლიტიკური წყობის კრიტიკის უფლებას გულისხმობდა. ამ მხრივ, ანტიკურ ათენში დაშვებულ თავისუფლებაზე დემოსთენეს მიერ დატოვებული ტექსტები მეტყველებს. ათენსა და სპარტაში არსებული პოლიტიკური სისტემების შედარებისას დემოსთენე ამბობს: „ათენელების უფლებამოსილებაა სპარტაში მოქმედი წყობა ადიდონ და ამავდროულად საკუთარი გაკიცხონ. სპარტაში სხვაგან არსებული პოლიტიკური წყობის ხოტბას ვერავინ გაბედავს“. ჩვენამდე მოღწეული წყაროები მოგვითხრობენ ათენის მოქალაქეებზე, უპირველესად ფილოსოფოსებზე, რომლებიც უმეტეს შემთხვევაში კრიტიკული აზრის თავისუფლად საჯაროდ გამოხატვას არ ერიდებოდნენ. თუმცა, ათენურ ლიბერალიზმს თავისი აკრძალვა ჰქონდა: ცნობილია, სოკრატე ანტიდემოკრატიული იდეების გამოხატვისთვის ძვ.წ. 399 სიკვდილით დასაჯეს. ეს განაჩენი სოკრატეს სწორედ იმ არისტოკრატიულმა წრებმა გამოუტანეს, რომელთა წარმომადგენლებმა დემოკრატიული რეჟიმის დამხობა და ათენში ოლიგარქიის დამყარება ორჯერ ძვ.წწ. 411 - 404 - სცადეს. სოკრატეს მკვლელობის ფაქტი ერთეულ შემთხვევად დასტურდება. ათენელებსაც და იქ მცხოვრებ უცხოელებსაც აზრის თავისუფლად გამოხატვის უფლება ჰქონდათ. დემოკრატიის სისტემის ყველაზე მწვავე კრიტიკოსები პლატონი და არისტოტელე თავიანთი საქმიანობის განხორციელებაში არ იზღუდებოდნენ. ამის უპირობო დასტურია პლატონის აღწერა საკრებულოს მუშაობაზე: მდიდრები, დიდგვაროვანნი, მოკრძალებულნი, ღარიბები, მჭედლები, მეწაღეები, ვაჭრები და

¹⁵ სვანიძე, რ., „ტოქშოუს ტექსტის სტილის თავისებურებანი გერმანულ და ქართულ ენებში“, დისერტაცია, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი ჰუმანიტარული ფაკულტეტი, ქუთაისი, 2012. გვ. 14.

გემთმფლობელები სიტყვით გამოდიოდნენ. ფილოსოფოსის ეს ჩანაწერი ათენური დემოკრატიის პრაქტიკულ ცხოვრებაში განხორციელებაზე მეტყველებს.¹⁶

ბერძნების დებატების ტრადიციების მოდელები რომაელებმაც თავის პოლიტიკურ სისტემაში დაამკვიდრეს. შუა საუკუნეების ევროპაში განათლება საჯარო გამოსვლის ცოდნას გულისხმობდა, ეს ცოდნა ორატორული ხელოვნების ფლობას გულისხმობდა. დებატების ფორმატს ამ ხელოვნების გაღრმავებასა და განვითარებაში დიდი როლი ეკავა. სწორედ სტუდენტები ახალი ცოდნის შეძენის პრაქტიკას საკუთარი იდეების დაცვასა და საწინააღმდეგო შეხედულებების კრიტიკაში გადიოდნენ. მე-17 საუკუნის ევროპაში დებატები ძირითადად ლათინურ ენაზე იმართებოდა. უმაღლეს სკოლებში დებატორთა საზოგადოებები იქმნებოდა. მე-19 საუკუნის ბოლოს ამერიკაში დებატები აღმოსავლეთ სანაპიროს, დასავლეთ სანაპიროს ცენტრალურ ნაწილსა და კალიფორნიაში იმართებოდა. შტატებში გამომსვლელ ორატორთა უმრავლესობა დებატების დაწყებამდე წინასწარ ტექსტებს ამზადებდა და აუდიტორიის წინაშე წარმოადგენდა. მაგალითად, ნიმუშად გამოდგება 1920წ. ამერიკული უნივერსიტეტების დებატები, რომლებიც ერთდროულად რამდენიმე უნივერსიტეტს შორის ტარდებოდა. დებატების პროცესში „დარბაზის დამსწრე მსმენელები“ თანდათანობით მოსამართლეების როლს ირგებდნენ. თუმცა იმ პერიოდში დებატების დადგენილი კრიტერიუმები არ არსებობდა. მაგალითად, 1960 წელს საპრეზიდენტო არჩევნებისას ტოქშოუს ფორმატში პირველად საჯაროდ აჩვენეს პირველი სერია ტელედებატებისა - ჯონ კენედისა და რიჩარდ ნიქსონს შორის. ამ ფორმატმა სატელევიზო ტოქშოუს ველში დებატებს დიდი პოპულარობა მოუტანა და მათ შემდგომ განვითარებასა და დახვეწას ხელი შეუწყო.¹⁷

ტოქშოუ დიალოგის ერთ-ერთი სახეობაა, რომელიც პრობლემის უფრო მრავალმხრივი და კომპლექსური განხილვის შესაძლებლობას გვთავაზობს. ამ ჟანრის თავისებურებებზე ზეპირი, იმპროვიზაციული ხასიათი. თუ სხვა შემთხვევაში სატელევიზიო სახეების ნაწარმოებები - გამოსვლა, კომენტარი, მიმოხილვა შეიძლება წინასწარ დაიწეროს, კადრები მომზადდეს სამეტყველო სტილის გათვალისწინებით და შემდეგ ეთერში გავიდეს, ტოქშოუს შემთხვევაში დაუშვებელია, პრინციპულად ეწინააღმდეგება სხვა ჟანრებს, რეპლიკების მექანიკური ჯამია, ერთიანი მთლიანი პროფესიონალური დატვირთვაა. აქედან გამომდინარე, ცხადია, რა პროფესიონალური დატვირთვაა გადაცემის მონაწილეთა სწორად შერჩევა. მათ კომპეტენციასა და ერუდიციასთან ერთად იმპროვიზაციისა და საჯაროდ აზროვნების უნარის გათვალისწინება. სატელევიზიო ტოქშოუ მეტნაკლებათ იდეათა გარკვეულ სპექტრსაც მოიცავს. ასეთი შეიძლება იყოს იდეები შრომის აუცილებლობის, მატერიალური დოვლათის შექმნის, ადამიანთა მატერიალური კეთილდღეობის, მეცნიერების, ტექნიკის განვითარების და ა.შ. შესახებ. ფარული მინიშნება ადამიანთა სამოქმედოდ აღსაძვრელად. ამასთანავე, ერთ-ერთი მათგანი, რომელიც უპირატესად აქტუალურია, მთავარ ადგილს დაიკავებს¹⁸.

ტოქშოუთი გადაცემული ინტერვიუ პირისპირ ურთიერთობაა, რომლის მარჯვედ ჩატარების ხელოვნების ნაწილი გახლავთ იმის ცოდნა, თუ ეფექტიანად როგორ უნდა იყოს კომბინირებული ორივე ტიპის ურთიერთობისთვის დამახასიათებელი ორიენტირება. ინტერვიუს ნაწილში, სადაც კითხვა-პასუხია მოცემული, ის უფრო ემსგავსება ახალი ამბების ტიპის პროგრამას, რადგან კითხვების საშუალებით წამყვანი ცდილობს გაიგოს რაიმე ახალი ინფორმაცია დასმულ პრობლემურ თემაზე, სტუმარზე ან განიხილოს ის სიახლეები, რომლე-

¹⁶ თუმშელაშვილი, იხ. სქოლიო 2, გვ. 29.

¹⁷ როჯერსი, დ., „კამპანიები, რომლებმაც შეძრა მსოფლიო“, თბილისი, გამომცემლობა „პალიტრა“, 2016, გვ. 80.

¹⁸ მახარაძე, ი., „დემოკრატიის პრინციპები თანამედროვე მედიაში“, თბილისი, საარი, 2006. გვ.182.

ბიც სტუმრის ცხოვრებაში ხდება¹⁹. ტოქშოუ ინტერვიუს და დისკუსიის ფაზებით შემოი-
ფარგლება. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ ამ მედია ჟანრებს შორის საზღვრები გარდამავალია²⁰.

3. ტოქშოუს ღირებულ კონტექსტში წარმოჩენა და მოულოდნელ კითხვებზე პასუხის გაცემა

ციფრულ ეპოქაში მედიის საშუალებებში განხორციელებული პროექტები ტოქშოუების
ფორმატით მსოფლიოს პოლიტიკური და სოციალური ცხოვრების დომინანტური აქტორები
არიან. ისინი წარმოადგენენ ფორუმს, რომელზედაც ყველას მიუწვდება ხელი და სადაც
არსებობს ერთმანეთთან დიალოგში ჩართვის შესაძლებლობა. ისინი უტყუარად მოწმობენ
ბურჟუაზიული საჯარო სფეროს პოლიტიკურ გავლენას და როლს, რომელიც ამ გავლენამ
ითამაშა დასავლური სახელმწიფოების ჩამოყალიბების საქმეში²¹. მედია, როგორც
პოლიტიკური დებატების ფორუმი ხელმისაწვდომია არამარტო მთავრობისთვის, არამედ
ოპოზიციურ ჯგუფებისა და უფრო ფართო სამოქალაქო და ინტერნეტ
საზოგადოებისთვისაც, თავისი ეფექტიანი უნარით, მიაღწიოს მასებამდე და ზეგავლენა
მოახდინოს მათზე, მედია უმნიშვნელოვანესია, როგორც ავტორიტარული, ასევე
დემოკრატიული რეჟიმებისათვის²². თუმცა, მედიის ფუნქცია და როლი ამ ორი ტიპის
რეჟიმში ფუნდამენტურად განსხვავდება ერთმანეთისაგან²³. რადიო და სატელევიზიო
ტოქშოუები მრავალი წელიწადია მაუწყებლობის სტანდარტად იქცა: ამ ტენდენციას ლოს -
ანჯელესში KABC – მა 1960-იან წლებში ჩაეყარა საფუძველი. იგი გახდა ქვეყანაში პირველი
რადიო, რომელმაც მაუწყებლობა საინფორმაციო-შემეცნებით ფორმატში (ახალი ამბები -
დილაოგი) დაიწყო. დღეს 110 რადიომ გაითავისა ეს ფორმატი. იმ სადგურებმა, რომლებიც
მუსიკას გადმოსცემენ, მაუწყებლობაში ჩართეს ტოქშოუები, როგორც პროგრამირების
ნაწილი. მართლაც, დაახლოებითი შეფასებებით, შეერთებულ შტატებში 4000-ზე მეტი
რადიო ტოქშოუ გადმოცემა. იმავე ზრდა შეინიშნება ტელევიზიაში. მაგალითად, ფილ
დონაჰიუმ თავისი შოუ 1967 წელს დაიწყო. დღეს მთელ აშშ-ში 20-ზე მეტი ეროვნული
სინდიკატირებული ტოქშოუ და უთვალავი ადგილობრივად წარმოებული ტოქშოუა.
განვლილ ათწლეულში უპირველეს სინდიკატირებულ დღის შოუდ ოპრა უინფრის შოუ
მიიჩნევა, რომელიც ყოველდღიურად დაახლოებით 8 მილიონ მაყურებელს იზიდავდა.
ქსელურ დონეზე პუბლიცისტებისთვის აქტუალურია „წმინდა გრაალის“ სამი შოუ, „ენ-ბი-
სის“ „თუდეი“, „ეი-ბი-სის“ „დილა მშვიდობისა ამერიკა“ და „სი-ბი-ესის“ „ადრიანი დილის
შოუ“. ეს სამი შოუ ყოველ სამუშაო დღეს დილის 7-იდან 9 საათამდე ჯამში 14 მილიონ
მაყურებელს კრებს. კიდევ ერთი პოპულარული საშუალება, განსაკუთრებით მათთვის,
ვისაც საკუთარი ახალი ფილმის ან შოუს პოპულარიზაცია სურს შემდეგი ღამის შოუებია:
„ამაღამ შოუ ჯეი ლენოსთან“ და „ღამის შოუ დევიდ ლეტერმანთან“. ტოქშოუებს ის
უპირატესობა აქვს, რომ მაყურებელს შეუძლია ნახოს და მოუსმინოს ორგანიზაციის სპიკერს
ჟურნალისტების, პროდიუსერებისა და რედაქტორების ფილტრის გარეშე, რომლებიც

¹⁹ თოპსონი, ჯ., ბ., „მედია და მოდერნულობა“, მთარგმნელი ნინო ბარბიშაშვილი, გამომცემლობა: ილიას
სახელმწიფო უნივერსიტეტი. 2014. გვ. 128.

²⁰ ნებერიძე, მ., „სისტემური და რიტუალური შეზღუდვების ლინგვისტური რეალიზაციის თავისებურებანი
ბრიტანულ, ამერიკულ ტოქშოუებში“, დისერტაცია, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ
მეცნიერებათა ფაკულტეტი, ინგლისური ფილოლოგია, თბილისი. 2013. გვ.7.

²¹ Habermas, J., „Further Reflections on the Public Sphere“, Political Department University of Adelaide, 2001. p. 1.

²² Christian W. Haerpfer, Patrick Bernhagen, Ronald F. Inglehart, and Christian welzel, Democratization, Part Three: The
Media, - Katrin Voltmer and Gary Rawnsley, Oxford, 2009. გვ. 2.

²³ დელფორი, მ., და დენისი, ე., „მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისთვის“. მთარგმნელი ლელა
ფიროსმანაშვილი, თბილისი, გამომცემლობა: საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი, 2009. გვ. 407.

საინფორმაციო პროგრამებში წყვეტენ რა არის ეთერში გაშვების ღირსი და რა არა. კიდევ ერთი უპირატესობა ისაა, რომ ორგანიზაციის სპიკერი ტოქშოუს ეთერში უფრო დიდხანს ჩანს, ვიდრე საინფორმაციო პროგრამაში, სადაც სპიკერის გამოჩენა ტრადიციულად 30-წამიანი სინქრონით შემოიფარგლება. როცა პროდიუსერები გეგმავენ სპიკერების მოწვევას ადგილობრივ ან ეროვნულ სინდიკატირებულ ტოქშოუზე, მნიშვნელოვანია, ყურადღება მიექცეს შემდეგ შეკითხვებს, რომელზე პასუხებიც დიდ დახმარებს გაუწევს ჟურნალისტებს: 1. არის თუ არა საკითხი აქტუალური? დანახულია თუ არა ახლებურად ის საკითხი, რომელიც უკვე გაშუქდა საინფორმაციო პროგრამებში? 2. არის თუ არა საკითხი დროული? უკავშირდება თუ არა იგი ცხოვრების წესს ან რამე კულტურულ ტენდენციას? 3. რამდენად სასარგებლოა ინფორმაცია მაყურებლისთვის? რამდენად პოპულარულია მომხმარებელს შორის? 4. რა რეაქცია ექნება მაყურებელს სპიკერზე? ცნობილი ადამიანი შეიძლება მისდები იყოს მაყურებლისთვის, მაგრამ უნდა არსებობდეს ბუნებრივი ბმა მასალასა და ორგანიზაციას, მასალასა და განსახილველ საკითხს შორის. 5. შეუძლია კი სპიკერს გეზი არ დაკარგოს და მკაფიო, ზუსტი მსჯელობა წარმოადგინოს? სპიკერი ყურადღებას უნდა იპყრობდეს და დარწმუნებული უნდა იყოს, რომ ძირითადი შეტყობინებები მოხსენიებულია. 6. შეუძლია თუ არა სპიკერს, არ გადაიხაროს ზედმეტი კომერციალიზაციისკენ, რეკლამისკენ? ტოქშოუს მასპინძლებს არ სურთ ისეთი სტუმრების ჰყოლას, რომელთა სიტყვები რეკლამასავით ჟღერს. ტოქშოუს სტუმართან კონტაქტს აღმასრულებელი პროდიუსერი ან შოუს პროდიუსერის ასისტენტი ამყარებს²⁴. სამაუწყებლო ქსელისა თუ ეროვნულ სინდიკატირებულ შოუში კონტაქტებზე პასუხისმგებელ პირს „ტალანტებთან მომუშავეს“ უწოდებენ. მიუხედავად თანამდებობრივი წოდებისა, ამ ადამიანებს სამაუწყებლო იდუსტრიაში „დამჯავშნელებს“ უწოდებენ, ვინაიდან სწორედ ისინი არიან პასუხისმგებლები შოუს უზრუნველყოფაზე სტუმრების უწყვეტი ნაკადით. ერთ-ერთი ყველაზე ზოგადი მიდგომა სტუმრის კანდიდა-ტურის მიწოდებისას სატელეფონო ზარია შოუს „დამჯავშნელთან“, - რომლის დროსაც მას მოკლედ უხსნით შემოთავაზებული სპიკერის კვალიფიკაციას და იმას, რატომ უნდა იყოს ეს პიროვნება შოუს სტუმარი. პუბლიცისტებს ასევე შეუძლიათ დაწერონ მოკლე, ერთგვერდიანი წერილი ან გაუგზავნონ ელექტროგზავნილი, რომელშიც დამჯავშნელებს გააცნობთ ამბის წარმოჩენის კუთხეს, თუ რატომაა იგი აქტუალური შოუს აუდიტორიისათვის და რატომაა შეთავაზებული სპიკერი კვალიფიციური ამ თემებზე სასაუბროდ. ხშირ შემთხვევებში დამჯავშნელი მოითხოვს სპიკერის ვიდეოკლიპებს, რომლებიც წინა სატელევიზიო შოუს ასახავენ ან მოითხოვს ამონაჭრებს გაზეთებიდან, რომლებიც სპიკერის პრესისათვის მიცემულ ინტერვიუებს წარმოაჩენენ. მნიშვნელოვანია, ღიად და პატიოსნად თქვათ ყველაფერი სპიკერის გამოცდილებასა და პიროვნული თვისებების შესახებ, რათა დამჯავშნელს იმედი არ გაუცრუვდეს და საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროფესიონალებმა მისი ნდობა სამომავლოდ შეინარჩუნოს. ბოლო წლებში მიმდინარეობდა კამათი იმ მოწვეული სტუმრების შესახებ, რომლებიც ცნობილი პიროვნებები და ვარსკვლავები არიან და რომლებსაც მრავალრიცხოვანი აუდიტორია იცნობს. თუმცა შოუში მათი ერთხელ გამოჩენის შემდეგაც, ცხადი ხდება, რომ ისინი სხვადასხვა პროდუქტს უწევენ რეკლამას. ზოგადად ტოქშოუები სტუმრებს სამი ან ოთხი კვირით ადრე ურიგდებიან. თუკი საკითხის გაშუქება ან პიროვნების მოწვევა გადაცემისთვის გადაუდებელია, სტუმრის „დაჯავშნა“ ერთ ან ორ დღეში ხდება. საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგებს ეს მთელი კამპანიის დაგეგმვისას უნდა ახსოვდეთ²⁵.

²⁴ დელფორი და დენისი, იხ. სქოლიო 28. გვ. 408.

²⁵ როჯერსი, იხ. სქოლიო 12. გვ. 15.

მედიის თვალსაზრისით, გასათვალისწინებელია ტოქშოუს იდიალური სტუმრების მახასიათებლები. პროდიუსერმა გრემ სტიგელმა ამ საკითხზე თავისი მოსაზრებები მედიაბიულეტენს „ბულოგ რიპორტერს“ გაუზიარა: 1. გადაცემის სტუმრებს კარგი გარეგნობა და მანერები უნდა ჰქონდეთ. მათთან საერთო ენის გამოჩენა შესაძლებელი უნდა იყოს, როცა პროდიუსერები ინტერვიუს წინ ტელეფონით უკავშირდებიან. ამ დროს ისინი პირდაპირნი არიან, მაგრამ არააგრესულები. „თუკი თქვენ (პროდიუსერები, წამყვანები, სპიკერები) ჩამოუყალიბებული, გაუცნობიერებელი ან არაბუნებრივი და მანერული ხართ, მაშინ შორს ვერ წახვალთ“. 2. სტუმრებს მყარი მოსაზრებები უნდა ჰქონდეთ. „ჩვენ არ ვეძებთ და არ ვიწვევთ ადამიანებს, რომლებიც საგანგებოდ გაწვრთნილი არაფრის თქმაში არიან. რაც უფრო მყარია მათი პოზიცია, თამასა მაღალია მეტი შანსი აქვთ მედიის ყურადღების მიპყრობის“. არავის უყვარს სტუმრები, რომლებიც „უსაფრთხო თამაშს“ თამაშობენ. 3. სტუმრები ინტერესითა და აღგზნებით უნდა იყვნენ განწყობილნი. „ჩვენ არ გვიყვარს რობოტების მსგავსი ადამიანები, რომლებიც მხოლოდ ფაქტებს აფრქვევენ. თუკი შენ ჟინით განეწყობი იმის მიმართ, რაზეც ლაპარაკობ, ეკრანზე ნადვილი რბოლა იქნება“. 4. სტუმრებს უნდა შეეძლოთ დებატები პირადი კრიტიკისა და შეურაცყოფის გარეშე. „გაიღიმეთ... აუდიტორიას მოსწონს ისეთი ადამიანის ცქერა, რომელიც თავს კომფორტულად გრძნობს ეკრანზე, ადამიანისა, რომელიც ბედნიერია იქ ყოფნით“. 5. სტუმრები „დაქოქილი“ ცოცხალი ადამიანები უნდა იყვნენ. „მოლაპარაკე თავებსა და სპილოს ძვლის კოშკით გაქვავებულ „ტიპებს“ არაფერი ესაქმებათ ტელევიზიაში. ისინი ბეჭდვით მედიას უფრო მიესადაგებიან, სადაც მათი პიროვნულობა - ან პიროვნულობის ნაკლებობა - არ ჩააქრობს აუდიტორიას“.

ტერმინი „შოუჟურნალი“ ამ შემთხვევაში გამოიყენება განსაზღვრული სატელევიზიო პროგრამის ფორმატის აღსანიშნავად, რომელსაც საფუძვლად სხვადასხვა ვიდეოსეგმენტები (სიუჟეტები) უდევს - ამით ის ჰგავს ბეჭდვით ჟურნალს, რომელშიც მრავალი სტატიაა თავმოყრილი. ამ შოუებს, შეიძლება სტუმარი ჰყავდეს, რომელიც დაკავშირებულია ნაჩვენებ ტელენარკვევთან, მაგრამ მთავარი აქ მაინც ვიდეოსტორიაა, რომელიც 3-იდან 10 წუთამდე გრძელდება. ქსელურ დონეზე „სი-ბი-ესის“ „60 წუთი“ შოუჟურნალის მაგალითია. ლოკალურ დონეზე ბევრი შოუჟურნალი იქმნება, რომლის ცენტრში ადამიანები არიან. მაგალითად, დიდი ქალაქის შოუჟურნალის სანიმუშე თემებია: 1. როგორ გადარჩა ჩვილი, რომელიც მხოლოდ ერთ გირვანქას იწონიდა; 2. ნევროზული ანორექსიის მკურნალობა, 3. წყვილი, რომელმაც ნამცხვრების წარმატებული კომპანია დაარსა; 4. წამლები ზურგის ტკივილისთვის; 5. ძაღლის გაწვრთვნა; 6. შავი ქამრის მფლობელი კარატისტის ამბავი; 7. ლურჯსაყელიანთა სტრესი სამუშაოს პირობებით გამოწვეული. 8. წარმატებული ავტორის სამუშაო ჩვევები. ამ ნარკვევების უმრავლესობა, თუ ყველა არა, მავანის მიერ შოუს პროდუქტებისთვის გაგზავნილი საინფორმაციო-სარეკლამო წერილის შედეგად იქმნება. ამ სიუჟეტების ამოცანა - ყოველ შემთხვევაში, მათში ასახული ადამიანების თვალთახედვიდან, - ახალი ამბების წარმოჩენაა, მაგალითად, სიუჟეტი ძაღლის გაწვრთვნაზე გვიჩვენებს ადგილობრივ ძაღლების მომვლელს, რომელიც ძაღლთა გაწვრთვის სკოლაშიც საქმიანობს. კარტეს ექსპერტი შეიძლება საბრძოლო ხელოვნების აკადემიას მართავდეს. ხოლო ამბავი ერთგირვანქიანი ბავშვის შესახებ ადგილობრივი საავადმყოფოს ბავშვთა განყოფილების მიერ შეიძლება იყოს შეთავაზებული.

ტოქსოუებში სარეკლამო პროდუქციის განთავსება სამაუწყებლო პროგრამების ბადეებში მარკეტინგული სვლაა. ისეთი რეალითი შოუები, როგორიცაა Survivor, The Apprentice და American Idol, უახლოეს წარსულში პროდუქტის სატელევიზიო ეთერში შემოსავლის წინა ხაზზე აღმოჩნდნენ და პროდუქტის განთავსების ლანდშაფტიც კი შეცვალეს, იმდენად დიდ ანაზღაურებას მოითხოვდნენ მწარმოებლებისგან მათი პროდუქციის წარმოჩენისთვის.

მაგალითად, „უოლ-სტრიტ ჯორნელი“ აღწერს, როგორ ხდება პროდუქტის განთავსება ამერიკის მთავარ შოუში American Idol - ში: შოუს სერიები 2002 წლის ზაფხულში დაიწყო სულ რამდენიმე სპონსორით, მაგალითად, ერთ-ერთი Coca-cola იყო, რომელიც ფულს იმაში იხდიდა, რომ ჟიურის სამი წევრის წინ ყოველ ეპიზოდში „Coke“ ჭიქა ჩნდებოდა... „ფოქსმა“ უარი თქვა თვალთმაქცობაზე. „Coke“ - ის ჭიქები ისევ ისევ იქ დგას... მაგრამ ახლა „Coca-Cola“-ს სახელგანთქმული ლოგო თვალნათლივ და მუდმივად ჩნდება ეკრანზე ყოველ შოუზე. „კოკას“ ბუშტუკები ავსებს ეკრანს კონკურსანტების უკან, როცა ისინი ჰყვებიან, რომელ სიმღერას შეასრულებენ შემდეგ კვირაში.. და ყოველი ეპიზოდი სავსეა გასაყიდი საქონლის გროვებით, დაწყებული „სინგულარის“ ტელეფონებითა და ტექსტური შეტყობინებების შექმნისა და გაგზავნის მომსახურებით დადამთავრებული კენი როჯერსის ახალი კომპაქტდისკებით. სხვა შოუებში, მაგალითად, „სოპრანოს კლანში“ პროდუქტის განთავსება უფრო ჭკვიანურადაა ორგანიზებული, თუმცა ბრენდების სახელების სიმრავლე აქაც თვალში საცემია. კარმელა ახალ „პორშე კაიენს“ მართავს, ხოლო ტონი „სინგულარის“ უკაბელო ტელეფონით სარგებლობს. ტანსაცმლის მწარმოებლები და საცალო მოვაჭრეები განსაკუთრებული აქტიურობით გამოირჩევიან პროდუქტის განთავსებისას, რადგან კვლევები უჩვენებს, რომ დღევანდელი ახალგაზრდობა თავისი ჩაცმულობის იდეებს სატელევიზიო შოუებიდან იღებს. სწორედ ამიტომ ეცვა ვამპირების გამანადგურებელ ბაფს „გაპის“ ჯინსი. პროდუქტის განთავსება ტოქშოუებში უფრო მეტად რეკლამისა და მარკეტინგის კატეგორიას მიეკუთვნება, ვიდრე პროგრამის გავლენას საზოგადოებაზე.²⁶

მსახიობი ლორენ საკოლი „ენ-ბი-სის“ ტოქშოუს „თუდეში“ სტუმრობისას ლაპარაკობდა თავის გულითად მეგობრზე, რომელიც თვალის დაავადების შედეგად დაბრმვდა და დაჟინებით არწმუნებდა აუდიტორიის წევრებს, მიემართათ თავიანთი ექიმებისათვის თვალის ჯანმრთელობის შესამოწმებლად. მან მოიხსენია წამალი „ვიზუდინი“, რომელიც ამ დაავადების სამკურნალო ახალი საშუალება იყო. ცოტა ხნის შემდეგ „ენ-ბი - სის“ შოუში „დილა მშვიდობისა, ამერიკა“ მსახიობი კეტლინ ტერნერი წამყვანს დაიანა სოიერს უამბობდა, როგორ ებრძოდა იგი რევმატიულ ართრიტს და ახსენებდა წამალ „ენბრელს“, რომელიც ტკივილს უმსუბუქდება. ერთი თვის შემდეგ, ოლიმპიური ოქროს მედლის მფლობელმა მოციგურავე პეგი ფლემინგმა ამავე შოუში ქოლესტერინისა და გულის დაავადებაზე ილაპარაკა. ინტერვიუს დასაწყისშივე ფლემინგმა თქვა: „ჩემმა ექიმმა ლიპიტორი მირჩია და ქოლესტერინის დონეც მნიშვნელოვნად დაეცა“. რა იქნებოდა, ტოქშოუს მაცურებელ აუდიტორიას ეცოდინებოდა, რომ თითოეულ ამ ვარსკვლავს წამლის მწარმოებელმა კომპანიებმა გულუხვი გასამრჯელო გადაუხადეს მათი პროდუქციის სატელევიზიო მაუწყებლობის პრაიმტაიმში მოხსენიებისათვის. სინამდვილეში თვით ტოქშოუს მასპინძელმა არაფერი იცოდნენ ამის შესახებ იქამდე, ვიდრე „ნიუ-იორკ ტაიმსმა“ არ გამოაქვეყნა ჟურნალისტური გამოძიება ფარმაცევტული კომპანიების შესახებ, რომლებიც „ფარულ მარკეტინგულ“ ტაქტიკას მიმართავდნენ პროდუქტის მოსახსენიებლად ყოველდღიურ ტოქშოუებში. ამან საზოგადოებასთან ურთიერთობის იმ პერსონალისათვის წარმოშვა დილემა, რომლებიც ხშირად „ჯავშნიდნენ“ სტუმრებს რადიოსა და ტელევიზიის სხვადასხვა შოუსთვის. უნდა უთხრათ თუ არა შოუს პროდიუსერებს წინასწარ, რომ ამა თუ იმ ცნობილ პიროვნებას კონტრაქტი დადებული აქვს ამა თუ იმ კომპანიასთან, როგორც მისი კონკრეტული პროდუქტის მაქებარს? თუ ეტყვი, მაშინ თქვენს სპიკერს შოუში აღარ მიიწვევენ, რადგან ისეთი პროგრამა, როგორიცაა „ენ-ბი-სის“ „თუდეი“, ცდილობს, თავი შორს დაიჭიროს „ფარული მარკეტინგისგან“. რაში გამოიხატება თქვენი პასუხისმგებლობა?

²⁶ დელფორი და დენისი, იხ.სქოლიო 18, გვ. 410.

რა არის ტოქშოუს მასპინძლების პასუხისმგებლობა? უნდა იცოდეს თუ არა საზოგადოებამ, რომ პეგი ფლემინგი შოუში ჩნდება, როგორც კონკრეტული პროდუქტის პოპულიზატორი?²⁷

4. ტოქშოუს საუბრის ფორმები: მონოლოგი, ინტერვიუ, დისკუსია

ტოქშოუს საუბრის ფორმების (მონოლოგი, ინტერვიუ, დისკუსია) განხილვით დგინდება მისი განმასხვავებელი თვისებები. ტოქშოუს პოპულარული დიალოგური ტექსტის სახეობებიდან სამეცნიერო და პრაქტიკულ მედიაში ინტერვიუ ყველაზე დაწინაურებულია, მეცნიერულად მეტადაა გამოკვლეული როგორც პუბლიცისტურად ისე ლინგვისტურად. რადიოტელე შოუს ინტერვიუ რამდენიმე ფორმით იყოფა: პირდაპირ ეთერში ტელეფონის საშუალებით, სტუდიაში ჩაწერილი, დამუშავებული ან შოუსთვის მოზადებულ რეპორტაჟში ჩასმული ინტერვიუ. ტოქშოუს ინტერვიუში ორი მოსაუბრე - ჟურნალისტი (წამყვანი) და რესპონდენტი კითხვა-პასუხის რეჟიმში წარმართავს დიალოგს. დისკუსიის საგანი უმეტესწილად პოლიტიკური საკითხია და შესაბამისად სტუმრად პოლიტიკოსებს ჟურნალისტებსა და ექსპერტებს იწვევენ. აღასანიშნავია, რომ 1980 - იან წლებში აშშ-ში წამყვანებმა რასო-ბრივი, ეთიკური და სქესობრივი ჩარჩოები დაამსხვრიეს სატელევიზიო ტოქშოუებში²⁸. სტუმრები განეკუთვნებიან სხვადასხვა სფეროს, პოლიტიკიდან დაწყებული ხელოვნებით დამთავრებული. ერთი ან რამდენიმე წამყვანი, რომლებიც ჩვეულებისამებრ ცნობილი ტელე-ჟურნალისტები ან პოლიტიკის კორესპონდენტები არიან, საუბრის ორგანიზაციაზე ზრუნავენ²⁹.

წამყვანს უფლება არ აქვს თავისი აზრი გამოთქვას თემასთან დაკავშირებით, მან ნეიტრალური პოზიცია უნდა დაიჭიროს და ყველა მონაწილეს დროის თანაბარი მონაკვეთი დაუთმოს. სტუდიაში პუბლიკა არ იმყოფება. მთავარი აქცენტი საუბრის ინსცენირებაზე არ კეთდება, არამედ, საქმიან კითხვებსა და არგუმენტებზე. პოლიტიკოსებთან და ექსპერტებთან ინტერვიუში მათი პიროვნება ნაკლებად საინტერესოა, საუბარი უფრო მეტად დასმული თემის ან პრობლემის გარკვევაზეა მიმართული, რაც ინფორმაციის მოპოვების ეფექტიან და ეკონომიურ საშუალებას იძლევა. დისკუსიის წამყვანის მართვის სტილი მიზანმიმართული და ექსპლიციტურია, ხოლო ტოქშოუს მოდერატორი სტუმრებს კითხვების ირიბი, არადირექტიული ფორმულირებითა და მსმენელის აქტიური სიგნალებით ალაპარაკებს. ეს აგრეთვე ის შემთხვევაა, რომლის დროსაც ლიდერი შესაძლოა ესწრაფოდეს აჯობოს ოპოზიციას, რომელსაც იგი პროფესიონალი წარმომადგენლებისგან შემდგარ უფრო შეზღუდულ პოლიტიკურ ველზე უპირისპირდება. პროფესიონალთა „თავსუემოდან“ ხალხისთვის მიმართვით ლიდერები შესაძლოა ცდილობდნენ საკუთარი ოპოზიციის მარგინალიზებას და მათ წარმოეჩინათ უმნიშვნელო, შურისმაძიებელ ან ობსტრუქციულ ძალად. ხალხის წინაშე უშუალო წარდგომით საპრეზი-დენტო ან საპრემიერო მიმართვა განსაკუთრებით პირად ხასიათს იძენს. აქედან გამომდინარე, გადაცემის ლიდერმა (წამყვანმა, პროდიუსერმა) და მწარმოებელმა (მედიაშეიქმედებელმა და დაფუძნებელმა) გუნდმა ძალიან დიდი სიფრთხილით უნდა დაიცვას ბალანსი ოფიციალურობას და ინტიმურობას შორის. ეს ბალანსი ასახული იქნება სიტყვაში, რომელშიც სავარაუდოდ კომბინირებული იქნება. მაგალითად, ზოგადი პრინციპების და ამაღლებული

²⁷ უილკოქსი, დ. ლ. და კამერონი, გ. ტ. მთარგმნელები: ხათუნა მასიაშვილი, მაია გოგოლაძე, თამარ წილოსანი „საზოგადოებასთან ურთიერთობა“, დიოგენე, თბილისი, 2001. გვ. 409.

²⁸ Tolson, A., (ed.) Television talk shows: discourse, performance, spectacle. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 2001. <http://www.oprah.com/>. Oprah Winfrey <http://www.cbs.com/latenight/lateshow/>. Late Show with David Letterman. [უ. გ. 24. 02. 2025].

²⁹ Oprah Winfrey. <http://www.oprah.com/> [უ. გ. 17. 02. 2025].

იდევების განცხადება პირის ნაცვალსახელების გამოყენებით („მე“, „თქვენ“, „ჩვენ“, ა. შ.) და პირადი განცდების გადმოცემა. მიმართვის პერსონალური ხასიათიდან გამომდინარე, გაცხარებული დისკუსია და ცეცხლოვანი რიტორიკა უადგილო იქნება; სიტყვისთვის მეტად შესაფერისი იქნება უფრო გაწონასწორებული და არაოფიციალური სასაუბრო სტილი, რომელშიც ჩართული იქნება თვითმხილვების გულდასმით აწონილ-დაწონილი მომენტები. ოფიციალურსა და ინტიმურს შორის ბალანსი ასახული იქნება წინა არის დიზაინზე. სივრცის მოწყობაში ხშირად გამოყენებულია ეროვნული იდენტობის სიმბოლოები, როგორცაა მაგალითად კუთხეში სადად დადგმული დროშა ან კედელზე ჩამოკიდებული შესაფერისი პორტრეტი; მაგრამ ლიდერი შეიძლება იჯდეს ისეთ ოთახშიც, რომელიც სტუდიის ან პირადი საცხოვრებელი სივრცის მსგავსად იყოს მოწყობილი, მას კი დამატებით სიმყუდროვეს მატებდეს უკანა პლანზე დანთებული ბუხარი. ზოგ შემთხვევაში წინა არეში ლიდერთან ერთად შესაძლოა იმყოფებოდნენ მისი ოჯახის წევრებიც და ამით შეიქმნას ერთგვარი ოჯახური სიახლოვე, რაც პირადი საკითხების საჯაროდ ან საჯარო საკითხების პირადულად განხილვას გაადვილებდა³⁰. ჩვენ შეგვიძლია განვასხვავოთ მიმღებს-მიმართვის ეს ფორმები, რომელთაგან ორივე პირისპირი ხასიათისაა, არაპირდაპირი მიმღებს - მიმართვისგან. ამ უკანასკნელს ვაწყდებით, როცა წარმოების სფეროს წინა არე ხდება მწარმოებლებს შორის პირისპირ ურთიერთობის ადგილი. ისინი ერთმანეთთან ურთიერთობისას არაპირდაპირი მიმართავენ მათთან არმყოფი მიმღებების განუსაზღვრელ წრეს. იმის მიუხედავად, რომ მწარმოებლები ამ შემთხვევაში უნდა ორიენტირდნენ მათზე, ვის უშუალო სიახლოვეშიც იმყოფებიან, იცნავენ, რომ იმავდროულად მიმართავენ შორს მყოფ სხვებს და საკუთარი თავის წარმოჩენისას და აზრის გამოთქმისას ამას მაქსიმალურად ითვალისწინებენ. წინა არეს პირისპირ ურთიერთობის ადგილად გადაქცევით, არაპირდაპირი მიმღებს-მიმართვა მწარმოებლებს შესაძლებლობას აძლევს, მონოლოგი დიალოგით შეცვალოს და ამით თავიდან აიცილოს ზოგი ორაზროვნება. ტოქშოუ (სტუდიაში დამსწრე აუდიტორიის თასნმხლებით ან მის გარეშე) არაპირდაპირი მიმღებს-მიმართვის მრავალი მაგალითით გამორჩეულია. არაპირდაპირი მიმღებს-მიმართვა ქმნის სიტუაციას, რომელშიც აუდიტორია ერთად მყოფ მონაწილეებსა და არა-იქ მყოფ აუდიტორიას შორისაა გაყოფილი. ეს კი ბაღებს დამაბულობის ან კონფლიქტის შესაძლებლობას მიმართვის სხვადასხვა მოდელს შორის, რომელიც შეიძლება კარგად მორგებული იყოს აუდიტორიის ერთი ტიპისთვის, მაგრამ მეორეს არ მიესადაგებოდეს.³¹ მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების მედიების ტოქშოუებში საერთო პრინციპები და წესები ფუნქციონირებს, რომელიც ყველა ტიპის პროგრამებში მოიძებნება. სპეციალური სამეცნიერო ლიტერატურის შესწავლისა და ემპირიულ მასალაზე დაკვირვების შედეგად ტოქშოუს შემდეგი მახასიათებლები იკვეთება: ტოქშოუში წარმოდგენილია კომუნიკაციური და სოციალური ქცევები, რომლებიც ასოცირდება ერთზე მეტ დისკურსის ტიპთან. კომუნიკაციური მედიის განვითარება შორს მყოფი სხვებისთვის ქმედების ახალ ფორმებს ქმნის. იგი აგრეთვე ახლებურ „საპასუხო ქმედებს“ აღმოაჩენებს, რომლებიც წარმოების კონტექსტიდან დაშორებულ კონტექსტში ხორციელდება. მედიის მიერ გაჩენილი სივრცულ - დროითი დისტანცირების წყალობით ადამიანებს შეუძლიათ, მიიღონ და პასუხიც გასცენ მათგან დაშორებულ ადგილებში მიმდინარე ქმედებებსა და მოვლენებს. ამ დროს საპასუხო ქმედებას ჩამოშორებული აქვს პირისპირ ურთიერთობის დიალოგური ხასიათი და შეიძლება ისე განვითარდეს, რომ გაძნელდეს მასზე დაკვირვება და კონტროლი წარმოქმნას მედირებული გაურკვევლობის ახალი სახე, რასაც მსხვილმასშტაბიანი შედეგები მოჰყვება. ამ საკითხების შედგომი

³⁰ თოპსონი, იბ. სქოლიო 14, გვ.126.

³¹ Stephen, C., „The Late Show with Stephen Colbert“ CBS. Late Show with David Letterman. <http://www.cbs.com/latenight/lateshow/> [უ. გ. 05. 03.2025].

განხილვისთვის უფრო დეტალურად უნდა გამოვიკვლიოთ მიღების ქმედების სოციალური ორგანზება. ქმედების ყველა სახის მსგავსად, მედიაპროდუქტის მიღება კონკრეტულ სივრცულ-დროით კონტექსტში ხდება. მხოლოდ მიღების აქტივობის დამახასიათებელი ნიშანია: 1. მიღების სივრცულ-დროითი კონტექსტი არ გადაეფარება წარმოების კონტექსტს; 2. არსებობს მიღების მრავალი კონტექსტი, რომლებიც ერთმანეთს არ გადაფარავს. თუმცა მიღების კონტექსტები სივრცეში არ ედება ერთმანეთს (და შესაძლოა არ ემთხვეოდეს დროში), ამის მიუხედავად, მაინც შეიძლება, მოეპოვებოდეთ საერთო ნიშან-თვისებები, გამომდინარე გამოყენებული ტექნიკური საშუალებიდან. ეს ტენდენცია კომუნიკაციის სპეციფიკურ ფაქტორებს კომუნიკაციური ქცევით განაპირობებენ. ბევრი მკვლევარი ანტიკური ათენის დებატების კულტურის დარად, აქცენტებს სწორედ მოსაუბრეთა მონაცვლეობაზე, ტოქმოუს წამყვანის კითხვით ქცევასა და მსმენელის სიგნალების გამოყენებაზე აკეთებს. ტოქმოუში დისკუსიის ფორმატში ბევრი კითხვა ისმება, ვიდრე სხვა ფორმატების გადაცემებში. როგორც წამყვანის, ისე სტუმრების მხრიდან ტოქმოუს დისკუსიის პროდიუსერები უფრო ნაკლებად იყენებენ „სტუდიის მსმენელების“ სიგნალებს და ამით მონაწილეებისადმი და მათი იდენტური აზრებისადმი დისტანციურობას ამტკიცებენ.³²

დასკვნა

ამრიგად, განხორციელებული კვლევის შედეგები შემდეგი დასკვნის სახით ჩამოყალიბდა: ნაშრომი მოიცავს არა მარტო მედიის ველში პოპულარული ფორმატის ტოქმოუს გადმოცემის მეთოდებზე დაკვირვებას - აღწერას, არამედ კონკრეტული კვლევის ანალიზის საფუძველზე ტოქმოუების ჩარჩოში წარმოდგენილი იდეები, დისკუსიები, საუბრები, ინტერვიუები როგორ ხდება ახალი საკომუნიკაციო საშუალებების განვითარების შესაძლებლობა. ტოქმოუს განსზღვრისას მხედველობაში უნდა მივიღოთ არა მხოლოდ თავად მოდერნული ტოქმოუს შინაარსი და ფორმა, არამედ - ანტიკური ცივილიზაციიდან მოყოლებული პოლიტიკური კომუნიკაციის ვერბალური და გამოსახულებითი ფორმების დომინირება. ტოქმოუებში დისკუსიის ტექნიკა პლატონის დიალოგების მეთოდის გამოყენებას უმაღლეს ხარისხში აჭყავს. როგორც ცნობილია, ფილოსოფოს-მეცნიერის პლატონის წვლილი განუყოფელია, როგორც მხატვრული ლიტერატურის განვითარებაში, ასევე მედიაში დიალოგის ჟანრის ფორმირებასა და მის სრულყოფაში. ანტიკური ეპოქის დემოკრატიულ ათენსა და რესპუბლიკურ რომში ზოგიერთი ორატორები სოციალურ-პოლიტიკური ფორმაციების სათავეშიც აღმოჩენილან. ორატორებს თავის წარმოჩენის შესაძლებლობას იმ ეპოქის ისეთი მედიუმების მოდელები აძლევდა, როგორიც ათენის „აგორა“ და რომის „ფორუმი“ იყო. იქ წარმოთქმული სიტყვა განსაზღვრავდა კიდევ პოლიტიკური პროცესების მიმართულებას. ციფრულ სამყაროში ამ ტიპის კომუნიკაციების გარკვეული ჩარჩო-მოდელი სწორედ სამაუწყებლო ტოქმოუა. პროგრამის ფორმატი შესაძლებლობაა ადამიანებისთვის გახდეს საჯარო სფერო, სივრცულ - დროითი დისტანცირების წყალობით საზოგადოებებს შეუძლიათ მიიღონ და პასუხიც გასცენ მათგან დაშორებულ ადგილებში მიმდინარე ქმედებებსა და მოვლენებს. ჟურნალისტიკაში ემპირიული გააზრების მეთოდების გამოყენება დიალოგური აზროვნების ფილოსოფიური ასპექტებით ხდება. გაბრიელ გარსია მარკესი წერდა, რომ „ინტერვიუ წარმოადგენს საფუძველთა საფუძველს, რომელიც ასაზრდოვებს მთელ ჟურნალისტიკას, რამდენადაც კითხვების გარეშე, რომლებსაც რეპორტიორი უსვამს სხვადასხვა ადამიანს, არ არსებობს

³² თოპსონი, იხ.სქოლიო 14, გვ. 136.

ჟურნალისტიკა“. კვლევის შედეგად ასევე გამოიკვეთა თანამედროვე ტოქშოუს შემდეგი ტენდენციები: ესაა მართლაც, ყველაზე პოპულარული ჟურნალისტური მიმდინარეობა ჟურნალისტურ ხელოვნებაში. ამ ფორმატს განეკუთვნება უმაღლეს სახელმწიფოებრივ დონეზე გამართული რეფერენდუმები - მოსახლეობის გამოკითხვები; ქვეყნის მოსახლეობის ანკეტირება აღწერის მიზნით; მთელ მსოფლიოში ძალიან ფართოდ გავრცელებული რადიო-სატელევიზიო შოუ-გამოკითხვები. ტოქშოუებში ჩართული ინტერვიუების გარეშე, უბრალოდ წარმოდგენილია კვლევითი პრაქტიკა. კარგი ტოქშოუს მოსამზადებლად საჭიროა თეორიული მეცნიერული ცოდნაც, ჟურნალისტური მუშაობის გამოცდილებაც და წინასწარ, გულდასმით მომზადებაც. ამისთვის ტოქშოუს წამყვანა/მოდერატორმა მთავარია იცოდეს, რა ტიპის ტოქშოუს ამზადებს, ზოგადად, წამყვანმა კარგად გააცნობიეროს პროგრამის მიზანი მოსალოდნელ ინტერვიუებთან, დებატებთან, განხილვებთან რესპოდენტების კონტექსტში. დღეს, გლობალიზაციის პროცესების გაღრმავების პირობებში კომუნიკაციურ მოდერნულ მედიაში განხორციელებულ ტოქშოუს პროექტებს მსოფლიოს ერთმანეთისგან დაშორებულ ნაწილებს ურთიერთდამოკიდებულების სულ უფრო მჭიდრო და გართულებულ ბადეებში იზიდავს. ტოქშოუებში ახალი ფაქტორებიც მოქმედებენ. ესაა: ტოქშოუების ფორმატში დასმული ალტერნატიული თემები, ინფორმაციის გადამუშავების ახალი, კოდიფიკაციის ციფრულ სისტემაზე დაფუძნებული ფორმების განვითარება, საინფორმაციო, კომუნიკაციური ტექნოლოგიის თანდათანობითი თავმოყრა გადაცემის, გადამუშავებისა და შენახვის საერთო ციფრულ სისტემაზე. ეს განვითარებული ტექნოლოგიები ქმნიან ახალ ტექნიკურ სცენარს, რომელშიც თემები, ინფორმაციები, კომენტარები, ანალიზი და სიმბოლური კონტენტი შესაძლოა სწრაფად და შედარებით მარტივად განსხვავებულ ფორმირებაში გადავიდეს. ეს ფორმები ბევრად უფრო მეტი მოქნილობის შესაძლებლობას იძლევიან ტოქშოუების თემების მოპყრობის თუ მისი გადაცემის საქმეში.

ბიბლიოგრაფია

1. ბურდიე, პიერ. ტელევიზიის შესახებ, „Carpe diem“, თბილისი, 1996;
2. თომპსონი, ჯონ ბ., მედია და მოდერნულობა, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2014;
3. ლუმანი, ნიკლას. საზოგადოებრივი კომუნიკაციის სისტემის ცვლილებანი და მასობრივი მედია, მთარგმნელი: დევი დუმბაძე, სავლე წერეთლის ფილოსოფიის ინსტიტუტი, ქართული და უცხოეთის ფილოსოფიის ისტორიის განყოფილება, თბილისი, 2007;
4. თომპსონი, ჯონ ბ. მედია და მოდერნულობა, მთარგმნელი ნინო ბარძიმაშვილი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2014;
5. თუშმელაშვილი, გოგი. მედიაპოლიტიკა, პეგასი, თბილისი, 2017;
6. მახარაძე, ია. დემოკრატიის პრინციპები თანამედროვე მედიაში, საარი, თბილისი, 2006;
7. ნებერიძე, მარიამი. სისტემური და რიტუალური შეზღუდვების ლინგვისტური რეალიზაციის თავისებურებანი ბრიტანულ, ამერიკულ ტოქშოუებში, დისერტაცია, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი, ინგლისური ფილოლოგია, თბილისი, 2013;
8. როჯერსი, დენი. კამპანიები, რომლებმაც შეძრა მსოფლიო, „პალიტრა“, თბილისი, 2016;
9. სვანიძე, რამაზ. ტოქშოუს ტექსტის სტილის თავისებურებანი გერმანულ და ქართულ ენებში, დისერტაცია, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი ჰუმანიტარული ფაკულტეტი, ქუთაისი, 2012;
10. უილკოქსი, დენის. ლ. და კამერონი, გლენ. ტ. მთარგმნელები: ხათუნა მაისაშვილი, მაია გოგოლაძე, თამარ წილოსანი „საზოგადოებასთან ურთიერთობა“, დიოგენე, თბილისი, 2001.
11. Bagdikian, H, Ben. The Media Monopoly, Boston: Beacon Press. 2004;
12. Calsamiglia, Helena, Josep M. Cots & Lorda Clara, Luci Nussbaum, Lluís Payrat 5, Amparo Tusn Communicative strategies and socio-cultural identities in talk shows, Pragmatics 5(3), 1995;
13. Christian W. Haerpfer, Patrick Bernhagen, Ronald F. Inglehart, Katrin Voltmer and Gary Rawnsley and Christian welzel, Democratization, Oxford: University Press, 2009. <https://global.oup.com/academic/product/democratization-9780198732280?cc=ge&lang=en&> [უკანასკნელად გადამოწმდა 09. 02. 2025];
14. Habermas, Jurgen Further Reflections on the Public Sphere, Political Department University of Adelaide, 2001;
15. Mencher, Melvin, News reporting and writing, Columbia University: Wm. C. Brown Publishers, 1991;
16. Robert Darnton, Poetry and the Police. Communication Networks in the 18-th Century Paris Belknap press, 2010;
17. Roger Ailes, You Are the Message. Secrets of the Master Communicators. Doubleday, 1988;
18. Schirm Anita, THE ROLE OF QUESTIONS IN TALK SHOWS, UNIVERSITY OF SZEGED, 2022;
19. Tolson Andrew, (ed.) Television talk shows: discourse, performance, spectacle. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 2001. <http://www.oprah.com/>—Oprah Winfrey <http://www.cbs.com/latenight/lateshow/>—Late Show with David Letterman [უკანასკნელად გადამოწმდა 24. 02. 2025];
20. Oprah Winfrey. <http://www.oprah.com/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 24.02.2025];
21. Late Show with David Letterman. <http://www.cbs.com/latenight/lateshow/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 24. 02. 2025].
22. Tolson, A., (ed.) Television talk shows: discourse, performance, spectacle. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 2001.