

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი

ხატია ცარციძე

ადამიანი-მეომრის (homo militaris) ეროვნული ასპექტები
სპორტული შეჯიბრებების გაშუქებაში

სამაგისტრო პროგრამა: მასობრივი კომუნიკაციის და მედიის კვლევები

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია მასობრივი კომუნიკაციის და მედიის
კვლევების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ხათუნა მაისაშვილი, თსუ ასოცირებული პროფესორი.
აკადემიური დოქტორი მასობრივ კომუნიკაციებში

თბილისი

2019 წელი

ანოტაცია

სამაგისტრო ნაშრომი - „ადამიანი-მეომრის ეროვნული ასპექტები სპორტული შეჯიბრებების გაშუქებაში“ შეისწავლის და აანალიზებს ქართველი სპორტული ჟურნალისტებისა თუ კომენტატორების მიერ რეპორტაჟების დროს გამოყენებულ ფრაზებს. ამ ორი მიმართების: მეომრული და ეროვნული დისკურსის გადაკვეთა საინტერესოა იმ თვალსაზრისით, რომ სპორტული ასპარეზოები დასაბამიდანვე იქცა რეალური ომების, ორთაბრძოლებისა თუ მეომრული შეჯიბრების რიტუალურ, ფორმალიზებულ ან კარნავალურ ფორმად.

კვლევისთვის შეირჩა ის ტელემაუწყებლები, რომლებიც ახდენენ იმ მნიშველოვანი სპორტული ღონისძიებების ტრანსლირებას, რომლებშიც ქართველი სპორტსმენები მონაწილეობენ. ჩვენი კვლევისთვის შერჩეული მასშტაბური სპორტული შეჯიბრებიდან გამომდინარე, კვლევის ობიექტს წარმოადგენს, საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი, ტელეკომპანია „იმედი“ SILK TV და sport.adjara.com-ის facebook-ის გვერდზე განხორციელებული ლაივ (პირდაპირი) რეპორტაჟები. საკვლევი პერიოდი განისაზღვრა მასშტაბური სპორტული ღონისძიებების ჩატარების განრიგის მიხედვით, 2016 წლის რიოს ოლიმპიური თამაშებიდან - 2019 მაისის ბაშომდე. კვლევაში განხილულია შემდეგი სპორტული შეჯიბრებები: 2016 წლის რიოს ოლიმპიური თამაშები, 2018 წლის ძიუდოს ჩემპიონატი, საქართველოს რაგბის ნაკრების მატჩები ევროპის ჩემპიონატზე 2018-2019 წლებში. ასევე 2018 -2019 წლის იანვრის და მაისის ბაშო, 2018 წლის გერმანიის ღია პირველობა და ჩინეთის ღია პირველობა.

წინამდებარე ნაშრომში წრამოდგენილია როგორც გუნდური, ასევე ინდივიდუალური სახეობების კომენტარებისას გამოყენებული ფრაზების ანალიზი. ასევე მნიშვნელოვანია ის ფაქტი, რომ სპორტსმენი ამ თუ იმ სახეობის ტურნირზე შეიძლება არ იყოს საქართველოს სახელით წარმოდგენილი და შეჯიბრი იმართებოდეს არა ქვეყნებს, არამედ კონკრეტულ სპორტსმენებს შორის. ასევე საინტერესოა, რა როლს თამაშობს ეროვნული იდენტობა და

მიკუთვნებულობა, მაშინ როცა სპორტის სახეობა გულშემატკვრისთვის ნაკლებად ცნობილია. ამ შემთხვევაში განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა კომენტატორის ტერმინოლოგიას.

კვლევა ეყრდნობა ფრეიმინგის თეორიას. კვლევაში დაჩარჩობას ექვემდებარება არა მხოლოდ კომენტატორების ფრაზები, რომლებიც თვისებრივი კონტენტანალიზის მეთოდით დამუშავდა, არამედ კომენტატორების განწყობებიც, რომლებიც ნახევრად სტანდარტიზებული კითხვარის მეშვეობით შეგროვდა.

კვლევის მიზანს წარმოადგენს მეომრული და ეროვნულ-იდენტობითი დისკურსის გამოკვეთა ქართველი კომენტატორების მიერ გამოყენებულ ფრაზებში, ტექსტებში, ქვეტექსტებსა და კონტექსტში.

კვლევის შედეგად დადასტურდა, რომ კომენტატორების მიერ გამოყენებული მეტაფორები, ხშირად ასახავს ქვეყანაში მიმდინარე პროცესებს და სპორტსმენი გვევლინება, როგორც სამშობლოსთვის მეომარი სპორტულ ასპარეზზე. პრინციპული მეტოქე, პრიციპული დაპირისპირება, პინციპული შეხვედრის მოგება, - მსგავსი ფრაზები და მოწინააღმდეგის ეროვნებაზე ხაზგასმა, კედევ ერთხელ ამყარებს ჰიპოთეზას, რომ სპორტსმენი გვევლინება, როგორც მეომარი. სატელევიზიო რეპორტაჟებში ხშირად მოიხსენიება სანაკრებო მატჩები, როგორც ქვეყნებს შორის დაპირისპირება, საქართველოს ნაკრების ნაცვლად გამოიყენება მხოლოდ საქართველო, რაც ხაზს უსვამს, რომ სპორტსმენი გაიგვებულა ქვეყანასთან. მსგავსი ტენდენცია იკვეთება მსოფლიოს მასშტაბით და საერთაშორისო მედიაშიაც დამკვირვებელია მსგავსი ტერმინები. მასშტაბური სპორტული ღონისძიებები ხშირად გვევლინება, როგორც ქვეყნებს შორის ჭიდილი.

ასევე დადასტურდა, რომ სპორტული კომენტატორები ეროვნული იდენტობისა და სპორტსმენის, როგორც მეომრის ხატის შესაქმნელად ფრაზებს იყენებენ სახეობის განურჩევლად. შესაძლოა ეს იყოს საქართველოსთვის არატრადიციული სახეობა ან გულშემატკვრისთვის უცნობი შეჯიბრი, თუმცა მსგავს ტურნირზე ქართველი სპორტსმენის წარმატებული ასპარეზობა, გამარჯვება, მეომრის ხატის შექმნა,

სამშობლოსთვის მებრძოლის პროტოტიპი გულშემატკივრის განაკუთრებულ ინტერესს იწვევს, რასაც კომენტატორების მიერ გამოყენებული ფრაზები აღრმავენ.

Annotation

Master's thesis - "National Aspects of Homo militaries in Coverage of Sports Competitions" studies and analyses the phrases used by Georgian sports journalists or reporters during reporting. These two relationships: from this point of view, the crossing of the military and the national discourse is very interesting, that sports competitions from the beginning became a rhetorical, formal or carnival form of the real wars, battles or military competitions.

TV broadcasters, broadcasting the important sports events, in which Georgian sportsmen participate, have been selected for the study. Based on the massive sports competitions selected for our survey, the research objects are: the first channel of the Georgian Public Broadcaster (GPB), TV Company "Imedi" SILK TV and live (live) reports on Facebook page of sport.adjara.com. The research period was determined in accordance with the schedule of holding large sports events, from the Rio Olympic Games held within the period from 2016 till Basho of May, 2019. The following sports competitions have been discussed in the research: the Rio Olympics 2016, the Judo Championship in 2018, Georgian Rugby Championships in the European Championship in 2018-2019. Also tournaments in Basho of the months January and May 2018-2019, the Open Championship of Germany in 2018 and Open Championship in China.

Analysis of the phrases used while commenting in both the team and individual types of sports are represented in the present work. It is important fact, that the sportsman in different types of sports' tournaments might not be represented on behalf of Georgia and the competition might be held not between the countries, but between the particular sportsmen. It is also interesting to know the role of the national identity and belonging, when the sport's type is less known for fans. In this case special attention is paid to the terminology of the commentator.

The study is based on the theory of framing. Not only the phrases of the commentators, which were processed by the methodology of the content analyses, but also the attitudes of the commentators are subject of framing, which were collected through a semi standardized questionnaire.

The purpose of the research is to reveal the martial and national-identical discourse in phrases, texts, subtexts and contexts used by Georgian commentators.

According to the research results, it has been proved that metaphors used by commentators often reflect the ongoing processes within the country and sportsman is demonstrated as a warrior for the homeland in the sports arena. The principal opponent, the principal confrontation, the winning of the principal meeting - similar phrases and emphasizing on the nationality of the opponent, once again supports a hypothesis that the athlete is like a warrior.

National matches are often used as rivals between countries in TV reports, only Georgia is used instead of the Georgian national team, which emphasizes, that Sportsman is identified with the country. Such a tendency is revealed globally and similar terms are established in the international media. The massive sports events are often demonstrated as a struggle between countries.

It was also confirmed that for creation of the icon of the warrior of the national identity and sportsman, sports commentators use the phrases regardless the type of the sport. It might be an untraditional type for Georgia, or an unknown competition for the fans, however, the successful competition of Georgian sportsman in such tournaments, the victory, creation of the icon of the warrior, creation of the prototype of fighter for the homeland, causes a special interest among the fans, which are deepened with the phrases used by the commentators.

სარჩევი

შესავალი	7
თემის აქტუალობა.....	8
თავი 1. კვლევის დიზაინი.....	11
1.1 საკვლევი კითხვები :	11
1.2 ჰიპოთეზა :	11
თავი 2. თეორიული ჩარჩო და კვლევის მეთოდი.....	12
¶ 2.1 ფრეიმინგის თეორია.....	12
¶ 2.2 ფრეიმინგის ეფექტი	13
¶ 2.3. ფრეიმინგის თეორია სპორტული საკითხების გაშუქებისას.....	17
¶ 2.4. კვლევის მეთოდი - კონტენტანალიზი	20
¶ 2.5 კვლევის მეთოდი - გამოკითხვა	22
თავი 3. ლიტერატურის მიმოხილვა.....	24
¶ 3.1 სპორტული საკითხების გაშუქება საერთაშორისო მედიაში	24
¶ 3.2 ეროვნული იდენტობის განსაზღვრება	26
¶ 3.3 სპორტი, როგორც ეროვნულობის გამომხატველი საშუალება.....	29
თავი 4. კვლევის შედეგები და ანალიზი.....	34
¶ 4.1. ქართველი სპორტსმენის წარმატების სპეციფიკური კომენტირება რიოს ოლიმპიურ თამაშებზე.....	34
¶ 4.2 ქართველი ამარცხებს მსოფლიოს - 2018 წლის ძიუდოს მსოფლიოს ჩემპიონატის კომენტირების ანალიზის გათვალისწინებით	37
¶ 4.3. სამშობლოსთვის მებრძოლი, გუნდური სახეობების გაშუქებისას, სარაგბო მატჩების მაგალითზე.....	38
¶ 4.5 ქვეყანაში ნაკლებად პოპულარული სახეობის გაშუქებისას მეომრის ხატის შექმნა, ნიკოლოზ ბასილაშვილისა და ტოჩინოშნის ასპარეზობის მაგალითზე.....	40
¶ 4.6 კომენტატორების დამოკიდებულება ქართველი სპორტსმენების ასპარეზობის გაშუქებისას - გამოკითხვის ანალიზი	44
თავი 5. დასკვნები	49
¶ 5.1 დასკვნა.....	49
¶ 5.2. კვლევის შედეგმა საკვლევ კითხვებს უპასუხა	52
გამოყენებული ლიტერატურა	53

შესავალი

ადამიანი-მეომრის ეროვნული ასპექტი სპორტიული შეჯიბრებების გაშუქებაში, - კვლევა ქართულ აკადემიურ სივრცეში ახალ აღმოჩენებს ემსახურება. მსგავსი ტიპის კვლევა ამ დრომდე არ ჩატარებულა, შესაბამისად, ნაშრომი შესაძლებლობას მოგვცემს გამოვკვეთოთ ახალი მიგნებები და სპორტული თემატიკის მნიშვნელობა ქართულ მედიაში, როგორც ერის თვითმყოფადობისთვის აუცილებელი საკითხი.

მედიასაშუალებები სპორტული საკითხების გაშუქებისას განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევენ ეროვნული სპორტის მოვლენების გადმოცემას. სპორტი კი ეროვნული იდენტობის გამოხატვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა. დროშა გერბი, ჰიმნი, ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური მდგომარეობა, - ამ ყველაფრის საეთაშორისო სარბიელზე გატანა სპორტს შეუძლია, ეროვნული თვითმყოფადობის გაძლიერება და სახელმწიფოს აღზევება უმაღლეს საფეხურზე.

მსოფლიოს დასანახად აღმართულ დროშა და პლანეტის გასაგონად აჟღერებული ქვეყნის ჰიმნი, - ეროვნული იდენტობის გამოვლინების შესანიშნავი შესაძლებლობაა.

პოლიტიკური მოვლენები ხშირად გადადის, სტადიონზე, ტატამზე, ხალიჩასა თუ სხვადასხვა სპორტულ ასპარეზზე. სპორტსმენი წრამოდგენილია, როგორც სამშობლოსთვის მეზრძოლი. სპორტული მასშტაბური გამარჯვება, მაგალითად, ოლიმპიური ჩემპიონობა, არამხოლოდ კონკრეტული ადამიანის წარმატებაა არამედ ქვეყნის გამარჯვებაა. სპორტულ რეპორტაჟებში ხშირად მოისმენთ ფრაზებს: დავამარცხეთ, იპონით დასცა საქართველომ, საქართველომ გაუტანა, ლელო დავუდეთ, „ჯვაროსნებმა“ (ასე მოიხსენიება საქართველოს ეროვნული ნაკრები, დროშიდან გამომდინარე) რუსების კარი აიღეს, ქართველებმა რუსეთში სამშობლოს ჰიმნი ააჟღერეს, ჩვენს ქვეყანას ოქროს მედლები მოუტანეს და ა.შ.

წინამდებარე ნაშრომის მიზანია, წარმოადგინოს, როგორ აისახება სპორტსმენის, როგორც მეომრის როლი სპორტული რეპორტაჟებში და რა ფრაზებს იყენებენ ქართველი კომენტატორები ეროვნული ასპექტის გასაძლიერებლად.

თემის აქტუალობა

მნიშვნელოვანი სპორტული მოვლები, სადაც ქართველები წარმატებით ასპარეზობენ საზოგადოების დიდ ინტერესს იწვევს. სპორტული საკითხების აქტუალობის დასტურია რეიტინგი, რომელიც ქართველთა ასპარეზობების დროს ფიქსირდება. მაგლითად: 2016 წელის რიოს ოლიმპიადა 5-დან 22 აგვისტომდე მიმდინარეობდა. თამაშებს პირდაპირ ეთერში საზოგადოებრივი მაუწყებელი გადმოსცემდა. რეიტინის მკვლევარი კომპანიის, TV MR -ის მონაცემებით, აგვისტოს დასაწყისში პირველი არხის რეიტინგი 4.06 % იყო, ოლიმპიური თამაშების დაწყების შემდეგ - 11-17 აგვისტოს არხის რეიტინგი 7,30 %-მდე გაიზარდა. 15-22 აგვისტოს, იმ პერიოდში როცა ასპარეზობაში ქართველი ოლიმპიური პრიზორები ჩაერთვნენ, რეიტინგი 7,57 %-ს გაუტოლდა და საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა მეექვსე პოზიციიდან მესამე ადგილზე გადაინაცვლა. ოლიმპიადის დასრულების შემდეგ, 22-28 აგვისტოს კვირაში საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეიტინგი 3.62 %-ს გაუტოლდა და კვლავ მეექვსე ადგილზე დაბრუნდა.

სპორტული გამარჯვება ხშირად ქცეულა სახალხო დღესასწაულად, მოედნიდან ქალაქის ქუჩებში გადმოტანილი სიხარულის არაერთი მაგალითია დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში. 2002 წელს საქართველოს საფეხურთო ნაკრბმა 1:0 დამარცხა რუსეთის ნაკრები, რასაც მთელი ღამის განმავლობაში მსვლელოებითა და შემახილებით აღნიშნავდნენ თბილისის სხვადასხვა უბნებში.

»

სპორტსმენის, როგორც სამშობლოსთვის მეომრის ნათელი გამოვლინებაა კახი კახიაშვილის პროტესტი 1992 წლის ბარსელონას ოლიმპიურ თამაშებზე. აღნიშნულ თამაშებზე ქართველი ძალოსანი ოლიმპიური ჩემპიონი გახდა. მისი გვარის გასწვრივ დაჯილდოების ცერემონიაზე რუსეთი დააწერეს. სპორტსმენმა კვარცხლბეკზე ასვალაზე უარი თქვა, შემობრუნდა და სპორტულ ფორმაზე მიანიშნა, სადაც საქართველო ეწერა. „კვარცხლბეკზე ასვლის წინ ვხედავ, რუსეთი დროშის აფრიალებას აპირებენ. გავაპროტესტე, ახლავე საქართველოს დროშა მოიტანეთ, წინააღმდეგ შემთხვევაში მედალს არ მივიღებ-მეთქი“ - იხსენებს ძალოსანი. დაჯილდოების ცერემონია მას შემდეგ დაიწყო, რაც კახიაშვილის გვარის გასწვრივ საქართველო დაეწერა და საბოლოოდ საქართველოს ჰიმნით დასრულდა. ეს ფაქტი კი ქართველ კომენტატორებს რეპორტაჟის დროს არაერთხელ გაუხსენებიათ და ყოველთვის, როცა ძალოსანი წარმატებას აღწევს, აღნიშნავენ ფედერაციის ამჟამინდელი პრეზიდენტის, კახი კახიაშვილის შემართებასა და სამშობლოსთვის თავდადებას.

სპორტული რეპორტაჟები აქტუალურია საზოგადოებაში, მიუხედავ იმისა უყვართ თუ არა სპორტი, მოსწონთ თუ არა ესა თუ ის სახეობა, მთავარია საქართველოს დროშის ფონზე მოასპარეზე ადაიანმა გაიმარჯვოს. მაგლითად, ზაზა ნადირაძის ასპარეზობა რიოს ოლიმპიურ თამაშებზე და ქართველი სუმოისტის, ტოჩინოშინის გამარჯვება იაპონიაში.

რუსებს ხშირად ვამარცხებთ ტატამზე თუ ხალიჩაზე, ძიუდო და ჭიდაობა, საქართველოსთვის ეროვნულ სახეობად რომ არის ქცეული უცხო არავისთვისაა, ამიტომ შერკინება, გდება თუ იპონი მაშინ ხდება „განსაკუთრებით“, ფასეული როცა მეტოქე რუსია, ან როცა უძლეველ, დაუმარცხებელ ფალავანს ქართველი ამარცხებს და მერე ამაზე მთელი მსოფლიო საუბროს.

აღნიშნული შემთხვევები და სტატისტიკა ცხადყოფს, რომ სპორტული რეპორტაჟები დიდი პოპულარობით სარგებლობს საქართველოში.

თავი 1. კვლევის დიზაინი

1.1 საკვლევო კითხვები :

- ხდება თუ არა სპორტულ რეპორტაჟებში სპორტსმენის, როგორც სამშობლოსთვის მებრძოლის წარმოჩენა?
- რა ფორმით ხდება სპორტსმენის მებრძოლად წარმოჩენა? წარმოჩენა სპორტულ რეპორტაჟებში?
- რა ფრაზებს იყენებენ კომენტატორები?

1.2 ჰიპოთეზა :

ქართულ მედიაში სპორტული რეპორტაჟების კომენტირებისა ხდება ხდება სპორტსმენი, როგორც მებრძოლის ეროვნულ ასპექტში წარმოჩენა.

თავი 2. თეორიული ჩარჩო და კლევის მეთოდი

¶ 2.1 ფრეიმინგის თეორია

ფრეიმინგი ეს არის მეთოდი, რომლითაც ჟურნალისტები გამოყოფენ კონკრეტულ მოვლენებს, აქცენტებს აკეთებენ ინფორმაციის იმ ნაწილზე რომელიც მათთვის მნიშვნელოვანია საზოგადოებისთვის ინფორმაციის მიწოდების დროს, - ასე ახასიათებს ფრეიმინგის თეორიას **მკვლევარი** რიზი. ფეიერსი და სარი 1996 წელს წერდნენ, რომ ფრეიმინგი არის კომუნიკაციის ხერხი, რომლითაც ცდილობენ მნიშვნელოვანი გახადონ ის, რაც მათთვის მნიშვნელოვანია. ეს არის ეფექტი, რომლისაც იყენებს მედია და რომლის საშუალებითაც გავლენას ახდენს აუდიტორიაზე.

ფრეიმინგი ნადვილად მედიის ძალაუფლების ერთ-ერთი წყაროა. ის გავლენას ახდენს ადამიანის აზრებზე, წარმოაჩენს კონკრეტულ ფაქტებსა და ღირებულებებს და უკუაგდება სხვებს. ჯემისონი და ვალდმენი (2003) წერენ: “ფრეიმები გვეუბნებიან რა არის მნიშვნელოვანი, რაზე უნდა ვისაუბროთ და ვიკამათოთ. ჟურნალისტები ფრეიმების სახით ფორმირებას უწევენ ადამიანების აზრებს”. ფრეიმები ასევე იმაზეც ახდენენ ზეგავლენას, თუ როგორ ინტერპრეტირებას მიანიჭებენ ადამიანები სხვადასხვა ინფორმაციას.

Scheufele & Tewksbury-ს მიერჩატარებულ კვლევაში აღნიშნულია, რომ გაზეთებს ყურადღების გამახვილება ზოგიერთ საკითხთან დაკავშირებით, საზოგადოების ყურადღების მიპყრობა, ფრეიმინგის თეორიის გამოყენებით შეუძლიათ.

ენტმანის (Entman, 1991) განმარტებით, ფრეიმის ორი დონე არსებობს. პირველია გონებაში გამჯდარი პრინციპები და მეორე - ახალი ამბების ტექსტის პარამეტრები. ფრეიმინგი არის

მეთოდი, რომლის საშუალებითაც ჟურნალისტები არჩევენ და განსაკუთრებული ხაზგასმით გამოყოფენ კონკრეტულ მოვლენებს ინფორმაციის მომზადებისა და მისი საზოგადოებისათვის მიწოდების პროცესში.

ფრეიმინგი შეიძლება გამოყენებული იქნეს როგორც დადებით ასევე უარყოფით კონტექსტში. ფრეიმმა შეიძლება ადამიანი შეიყვანოს შეცდომაში, მასზე სტრესულად იმოქმედოს, ან დადებითად აისახოს მოწოდებული ინფორმაცია. (Kinder & Herzog 1993, Chong 2000).

¶ 2.2 ფრეიმინგის ეფექტი

Dietram A. Scheufele საუბრობს ფრეიმინგის მიზანზე. პირველ რიგში, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში ფრეიმები უნდა იყოს დიფერენცირებული. დიფერენციაცია იძიებს კადრების ანალიზს, მედიის ეფექტიანობა უფრო ფართო ხდება. ფრეიმები უნდა იყოს მოქნილი, რათა არსებული ინფორმაციის მიღება ეფექტური აღმოჩნდეს.

კომუნიკაციის სფეროში ფრეიმებს განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს. ფრეიმებს შეუძლიათ დიდი ზეგავლენა მოახდინონ აუდტორიის ქცევასა და პოზიციაზე, აზრს ფრმირებაზე. (Chong & Druckma 2007 წ.)

ფრეიმის მთავარი ძალა გამოიხატება იმით, რომ ის შეიძლება საზოგადოებაზე შეუმჩნეველ, მაგრამ მძლავრ ეფექტს ახდენდეს. ფრეიმის საშუალებით შესაძლებელია პრეზიდენტის დამხობაც კი მოხერხდეს. (Tankard, 2003).

ფრეიმინგის თეორიის უკეთ განსამარტად გოფმანმა 1974 წელს დაამკვიდრა ტერმინი „ზოლი“ (strip), რაც აღნიშნავს მოქმედების ნებისმიერ ელემენტს, რომელსაც ადამიანები აღიქვამენ.

მისი განმარტებით, აუდტორია ახდენს საკუთარი შეხედულებების კრიტერიუმების პროექტირებას მათ ირგვლივ არსებულ სამყაროზე.

თაჩმანი 1978 წელს ჩატრებულ კვლევაში აღიშნავს, რომ ფრეიმინგი ინფორმაციას საზოგადოებისთვის ხდის შესამჩნევს, აღქმადს და გასაგებს. შესაბამისად აუდიტორიის მხრიდან ხდება რეალობის წარმოდგენა და არა რეალობის სურათის აღქმა.

Carragee&Roefs-ის მიერ 2004 წელს ჩატრებულ კვლევაში აღნიშნულია, რომ ფრეიმების გამოყენებით ამა თუ იმ საკითხზე ხაზგასმა ხდება. ასეთ შემთხვევაში ყალიბდება საზოგადოებრივი პრინციპები.

ენტმანის განმარტებით, ფრეიმის გამოყენება გულისხმობს რეალობის აღქმის ზოგიერთი ასპექტის შერჩევას და მათ გამოკვეთას ტექსტის კომუნიკაციის პროცესში, იმისთვის, რომ მოხდეს კონკრეტული პრობლემის განსაზღვრა, მიზეზ-შედეგობრივი ინტერპრეტაცია, მორალური შეფასება და/ან რეკომენდაციის გაწევა აღწერილი საკითხისადმი მიდგომის შესახებ. სიტყვა „ფრეიმიც“ (ჩარჩო) სწორედ ამიტომაც გამოყენებული. ის მოიცავს გადმოცემული შინაარსის რაღაც ნაწილს და ჩარჩოს გარეთ ტოვებს სხვა დეტალებს. ფრეიმინგი განსაკუთრებით კარგად მოქმედებს თუ აუდიტორია არ/ვერ ერკვევა საკითხში. ასეთ შემთხვევაში ის ბოლომდე ენდობა მედიას მისი გაცნობისას.

ამავე მკვლევარის მტკიცებით, ტექსტში შესაბამისი ფრეიმების გამოყენებით ხდება ცალკეული ნაწილის უფრო მძაფრად გამოხატვა. ეს შეიძლება იყო გამეორების გზით ან ნაცნობი სიმბლოემის გამოყენებით.

ჯემისონი და ვალდმენი (2003) წერენ: “ფრეიმები გვეუბნებიან რა არის მნიშვნელოვანი, რაზე უნდა ვისაუბროთ და ვიკამათოთ. ჟურნალისტები ფრეიმების სახით ფორმირებას უწევენ ადამიანების აზრებს”.

ბოლო პერიოდში მედიის წარმომადგენლები ქმნიან ისტორიებს და იმ ღირებულებებს, რომელთა ფუნქციონირებაც მეცნიერებმა სახვადასხვა დომენში შეისწავლეს. (Tewksbury, Powers, 1997) ფრეიმინგის ერთ-ერთი ეფექტი საზოგადოებაში ღირებულებების

დამკვიდრებას წარმოადგენს. ფრეიმები რომელიც გამოყენებულია სტატიებში გავლენას ახდენს მის შინაარსზე, შესაბამისად საზოგადოებას უყალიბებს გარკვეულ მიდგომას.

არსებობს ფრეიმები, რომელიც მხოლოდ კონკრეტული საკითხების გაშუქებისას გამოიყენება. Noakes and Wilkins (2002)

For Rhee (1997), აღნიშნავს, რომ ფრეიმინგი არის სოციალური შემეცნებითი პროცესი, რომელიც სამ ეტაპად ვითარდება:

1. ინფორმაციული შეტყობინების მიღება;
2. ცოდნის ინტეგრაცია, რაც გაგებული ინფორმაციის აღქმასა და დამახსოვრებას გულისხმობს;
3. დისკურსიული მოდელის შექმნა, რაც გულისხმობს მოვლენის წარმოსახვას გონებაში სიტუაციის სცენარიებისა და შედეგების შესახებ, რომელიც ემახსოვრება შემდგომში მსგავსი მოვლენებისას.

Semetko & Valkenburg ფრეიმინგის ეფექტის შესწავლისას ფრეიმის ხუთ სხვადასხვა ტიპს გამოყოფენ:

1. პასუხისმგებლობის დაკისრება;
2. კონფლიქტი;
3. ადამიანის ინტერესები;
4. ეკონომიკური შედეგები;
5. ეთიკა.

ფრეიმინგის თეორიის გამყენების ბერკეტი, ისევე როგორც სელექციის, რედაქტორების/პროდიუსერების ხელშია. ფრეიმინგის მეთოდები შეიძლება ორ ტიპად დაიყოს: 1) ექსპოზიციის და 2) აღწერის. ექსპოზიციის ფრეიმები მოიცავენ ისეთ

სელექციებს, რომლებიც წყვეტს გაშუქდეს თუ არა ინფორმაცია ზოგადად. ასევე, ამ ტიპში შედის ფრეიმინგის ისეთი სახეები, როგორცაა:

1) სიხშირე - რამდენჯერ და რამდენი ხნით გაშუქდება ინფორმაცია;

2) ადგილი - სად გამოჩნდება ინფორმაცია (პირველ გვერდზე, პირველ ამბად თუ რომელ ადგილას);

3) ადგილი და დრო, რომელიც დაეთმობა საკითხს.

ფრეიმინგში არსებობს ძლიერი ფრეიმებისა და სუსტი ფრეიმების დიფერენციაცია. Chong და Druckman (2007) ამტკიცებს, თუ დადასტურდება, რომ არსებობს სხვადასხვა სახის ფრეიმები, ვერ უარვყოფთ იმ აზრს, რომ ყველა ფრეიმი თანაბარი ძალის არაა. ფრეიმის სიმძლიერე შეიძლება იყოს ინდივიდისთვის ან საზოგადოებისთვის განკუთვნილი, ემსახურებოდეს ვინმეს დარწმუნებას ან საზოგადოებრივი დამოკიდებულების გაჩენას. აღქმისა და სუბიექტური მასშტაბების მქონე ფრეიმები ერთ-ერთი ძლიერი ინსტრუმენტია, თუმცა ისინი არ არიან თავისუფალი პრობლემებისგან, განსაკუთრებით გაზომვის სიზუსტით.

ფრეიმებიარ არის თანასწორი რამდენიმე მიზეზის გამო. ენტმანი (1993) ამბობდა, რომ ფრეიმებს აქვთ მინიმუმ ოთხი ადგილი კომუნიკაციის პროცესში. 1) კომუნიკატორი, 2) ტექსტი, 3) მიმღები და 4) კულტურა. ფრეიმები ასევე არ არის თანასწორი იმის გამო, რომ აუდიტორიას აქვს საკუთარი მოთხოვნები. აუდიტორია მოელის, რომ ზოგიერთი ფრეიმი იქნება მედიის გაშუქების ნაწილი.

გამსონმა და მოდილიანიმ (1989) აღწერეს პროცესი, რომლის დროსაც ჟურნალისტები იძიებენ ახალ იდეებს და ფაქტებს ბევრი წყაროდან და იმავდროულად იგონებენ საკუთარ ფრეიმებს, ფრაზებს, რათა ყველაფერი აუდიტორიის შესაბამისად გააშუქონ. მათ ასევე აღნიშნეს, რომ ზოგიერთ ფრეიმს ბუნებრივი უპირატესობა აქვს, რადგან მათი სამეტყველო ენა საზოგადოების უდიდესი ნაწილის კულტურას ემთხვევა.

¶ 2.3. ფრეიმინგის თეორია სპორტული საკითხების გაშუქებისას

მედიასაშუალებებმა უნდა შეარჩიონ ინფორმაციის შესაბამისი ფრეიმი. (McCombs, 2004). ფრეიმინგი არის აუცილებელი ჟურნალისტური ინსტრუმენტი, რომელიც შეამცირებს კონტენტის სირთულეს (Gans, 1979). პროდიუსერებმა, სპორტსმენებმა და სპორტულმა ჟურნალისტებმა სპორტი უნდა წარმოაჩინონ მედიაში. სპორტსმენების თუ ამა თუ იმ შეჯიბრის გაშუქება არ უნდა მოხდეს ისე, რომ მაცურებელმა/აუდიტორიამ ამბავი სუბიექტურად გაიგოს. (Price 1997).

ბოლო ათწლეულების განმავლობაში, როგორც პროფესიულმა, ასევე სამოყვარულო/მასობრივმა სპორტის გაშუქებამ უპრეცედენტო დონეს მიაღწია. სპორტის გაშუქების დროს სხვადასხვა საკითხები გვხვდება. მედია სხვადასხვა ფრეიმებს იყენებს, გარდა სპორტული მოვლენებისა, სპორტული ჟურნალისტები ხშირად საუბრობენ სპორტსმენების პირად ცხოვრებაზე, სპორტსმენები ერთვებიან სხვადასხვა აქციებში. გამორჩეულ სპორტსმენებზე საუბრისას მედია სხვა ფრეიმებს იყენებს. სპორტულ ჟურნალისტებს სხვადასხვა ფრეიმების საშუალებით შეუძლიათ ხაზი გაუსვან, სიახლის შინაარსს, სპორტსმენების ისტორიებს. სპორტული საკითხების გაშუქებისას გამოყენებული ფრეიმები გავლენას ახდენს აუდიტორიაზე თუ როგორ გაიცნობს ამა თუ იმ სპორტსმენს. (Nicky Lewis and Andrew J. Weaver).

არსებობს შემთხვევები, როცა მედიის წყალობით, იმ ფრეიმების ხარჯზე რასაც მედია იყენებს, სპორტსმენი ცნობადი ხდება. არსებობს მაგალითები, რომელიც ასახავს, სპორტსმენების პოპულარობას მედიაში, რადგან მათი სიუჟეტები მედიაშია გავრცელებულია.

ამერიკელი ელდრიქ ტონტ ტაიგერ ვუდსი გოლფის პროფესიონალი მოთამაშე, რომელიც ყველა დროის ყველაზე წარმატებული გოლფერებს შორისაა. ის იყო ერთ-ერთი ყველაზე მაღალანაზღაურებადი სპორტსმენი მსოფლიოში რამდენიმე წლის განმავლობაში. მისი

წარმატების პიკიყო 1996-1997 წელი, როცა მასტერსი მოიგო. მედია საუბრობდა გოლფის „ღმერთზე“ ასევე მის პიროვნებაზე, რამაც სპორტსმენის პოპულარობა გაზარდა, შემდეგ კი ის გახდა ისეთი წარმატებული სპორტული ბრენდების სახე, როგორცაა General Motors, Titleist და Nike.

ასევე ამერიკული ფერხურთის ვარსკვლავი ტიმ ტეხო, NBA-ის კალათბურთელი ჯერემი ლინი. სპორტსმენი ცნობილი ხდება მას შემდეგ რაც ამა თუ იმ სახეობით ინტერესდება მედია. Nicky Lewis¹ and Andrew J. Weave აღნიშნავენ, რომ კონკრეტულ სახეობებთან დაკავშირებით უფრო მეტი ინფორმაციაა, ვიდრე ამ სახეობით დაკავებულ სპორტმენებზე. კონკრეტული პირები პოპულარულები მას შემდეგ ხდებიან, რაც მედია მათზე დაიწყებს საუბარს, შესაძლოა მხოლოდ ერთხელ მოიგოს მნიშვნელოვანი ტურნირი და ეს საკმარისი აღმოჩნდეს საერთაშორისო პოპულარობისთვის, რაც მედიაში გამოყენებულ ფრეიმებზეა დამოკიდებული.

შესაბამისად, როგორც კი წარმატებული სპორტსმენის მიმართ ინტერესი იზრდება, მატულობს მისი ცნობადობა, ამ სახეობაზე უფრო მეტი ამბავი იქმნება. შედეგად, აუდიტორია უფრო მეტს ისწავლის თამაშის/სახეობის შესახებ.

მას შემდეგ რაც მედიის საშუალებით სპორტსმენი ხდება პოპულარური საზოგადოება მის შესახებ იგებს ყველაფერს, შეხედულებებს, რელიგიას წარმომავლობას და ა.შ. წარმატებული ათლეტის რელიგიურმა, თუ სხვადასვა შეხედულებამ შესაძლოა გავლენა იქონიოს საზოგადოების აზრის ფორმირებაზე. (Scheufele, 1999)

სპორტულმა ფრეიმებმა შესაძლოა დადებითი ან უარყოფითი გავლენა იქონიოს საზოგადოებაზე. განსაკუთრებული დადებითი ემოცია გამარჯვებების გაშუქებას მოჰყვება ხოლმე.

Olan Scott, Dwight Zakus, Brad Hill - კვლევაში აღნიშნულია, რომ სპორტული საკითხები სულ უფრო და უფრო აქტუალური ხდება. სპორტული ბლოკის გაძლიერებით

რედაქციები/მაუწყებლები რეიტინგის გაუმჯობესებას ცდილობენ. მედია სპორტული რეპორტაჟების გაშურებისას განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევს კადრს. ბექდურში ფოტო, ტელევიზიაში ვიდეო, ინტერნეტ მედიაში კი ორივე მნიშვნელოვანია. თანამედროვე ტექნოლოგიების გაუმჯობესებამ, ტელევიზიებს საშუალება მისცა უკეთესი შოუ უჩვენოს მაყურებელს, უფრო ზუსტად გადასცეს მიმდინარე სპორტული მოვლენები.

სპორტული რეპორტაჟების გადმოცემისას მნიშვნელოვანი, რა ფეიმებს იყენებს კომენტატორი. აქ უკვე დიქტორზეა დამოკიდებული როგორ შესთავზებს მაყურებელს სანახაობას. მაგლითად, NBA-ის 2007 წლის ფინალში, სადაც კომენტატორები საუბრობდნენ ვინ იყო ამერიკელი და ვინ ლეგიონერი. ამით ხდებოდა ხაზგასმა, ჩვენი და უცხოელი. ამ შემთხვევაში შეასძლოა საზოგადოებას გაუჩნდეს გარკვეული დამოკიდებულება თავისიანი და უცხოელი სპორტსმენების მიმართ. სატელევიზიო კომენტარების ბუნება წარმოადგენს აუდიტორიას, ღონისძიების კომენტარების შესახებ, კომენტატორი აცნობებს მაყურებელს

რა ხდება.

სპორტული კომენტატორის მიერ გამოყენებული სიტყვები შესაძლოა სუბიექტური იყოს, ეს განსაკუთრებით მაშინ ხდება, როცა საერთაშორისო ასპარეზზე ეროვნული ნაკრები, ან თანამემამულე თამაშობს. აქ კომენტატორი იყენებს სრულიად განსხვავებულ ფრეიმებს, რაც ხშირ შემთხვევაში პირდაპირ, ნათლად ვლინდება ყოველგვარი შეფარვის გარეშე. Olan Scott, Dwight Zakus, Brad Hill კვლევა ადასტურებს, რომ ამერიკის შეერთებული შტატებში მედია მიკერძოებული იყო 2002 წლის მსოფლიოს საფეხბურთო ჩემპიონატის დროს. აშშ-ის ნაკრებმა მიაღწია ტურნირის მეოთხედფინალამდე, სადაც გერმანიასთან მინიმალური ანგარიშით (0:1) დამარცხდა.

ფრეიმები ყურადღებას ამახვილებენ სხვის ხარჯზე რეალობის ზოგიერთ ასპექტში, ამიტომ მათი განსაზღვრის მიზნით უნდა გავითვალისწინოთ, რა არის აღწერილი და რა

არა. ამგვარად, კადრი არის ჟურნალისტის/პროდიუსერის აზრი, რომელიც წარმოდგენილია საინფორმაციო გამოშვებაში.

¶ 2.4. კვლევის მეთოდი - კონტენტანალიზი

ჩატარებული კვლევის მეთოდოლოგია იქნება ქართულ მედიაში სპორტული შეჯიბრებების დროს, ქართველების ასპარეზობისას რეპორტჟის კომენტარების კონტენტ-ანალიზი. ასევე გამოკითხვა, ქართველი კომენტატორების გამოკითხვის შედეგად მნიშველოვანი ფაქტორები გამოიკვეთა.

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

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

კონტენტანალიზს მრავალი განსაზღვრება აქვს. უოლიცერი და ვინირი (Walizer and Wienir, 1978) მას განსაზღვრავენ როგორც სისტემატიზებულ პროცედურას ჩაწერილი ინფორმაციის შინაარსის გასაანალიზებლად. 2000 წელს კერლინგერმა (Kerlinger) ყველაზე ტევადი განსაზღვრება შესთავაზა კოლეგებს: კონტენტანალიზი არის კომუნიკაციის სისტემატიზებულად, ობიექტურად და რაოდენობრივად შესწავლისა და ანალიზის მეთოდი ცვლადების გაზომვის მიზნით. 2004 წელს კრიპენდორფის (Krippendorf) მიერ შეთავაზებული განსაზღვრების მიხედვით, კონტენტანალიზი წარმოადგენს საკვლევ ტექნიკას მონაცემებსა და მათ კონტექსტს შორის მყარი მიმართებების დასადგენად.

კერლინგერის განსაზღვრება მოიცავს სამ ცნებას, რომლებიც დამატებით განმარტებას საჭიროებენ.

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

მეორე: კონტენტანალიზი ობიექტურია, რაც ნიშნავს იმას, რომ კვლევის მიგნებები არ ასახავს მკვლევრის პირად იდიოსინკრაზიებსა და მიკერძოებულობას. ანალიზმა იგივე შედეგები უნდა აჩვენოს მაშინაც კი, როცა კვლევას სხვა მკვლევარი ჩაატარებს.

მესამე: კონტენტანალიზი რაოდენობრივია. კონტენტანალიზის მიზანია, ტექსტში მოცემული შეტყობინებების ზუსტი რეპრეზენტაცია. რაოდენობრიობა კი ძალიან მნიშვნელოვანია ამ ამოცანის შესასრულებლად, რადგან იგი მკვლევრებს სიზუსტის ძიებაში ეხმარება. გარდა ამისა, რაოდენობრიობა მკვლევრებს შედეგების ზუსტად წარმოჩენისა და შეჯამების შესაძლებლობას აძლევს, რაც რაოდენობრივი სტატისტიკური პროცედურების მეშვეობით მიიღწევა.

¶ 2.5 კვლევის მეთოდი - გამოკითხვა

კვლევის მეთოდი - გამოკითხვა ასახავს გამოითხულთა დამკვიდებულებას, საკვლევ თემასთან დაკავშირებით. აღნიშნული მეთოდი გამოიყენება ცნებების შესამოწმებლად. გამოკითხვა შეიძლება გამოყენებულ იქნას როგორც რაოდენობრივ, ასევე ხარისხობრივ კვლევებში. (Jackson, S.L. (2011) "Research Methods and Statistics: A Critical Approach", 4th edition, Cengage Learning, p.17)

გამოკითხვა არის კვლევის მეთოდი, რომელსაც შეუძლია რესპონდენტების მოსაზრებების, არჩევანის, პრიორიტეტების, აღქმების, გრძნობების, გამოცდილების, მოტივაციის, გეგმებისა და ჩვევების შესახებ მონაცემთა შეგროვება, მათი აღწერა და ერთმანეთთან შედარება.

მას შეუძლია პასუხი გასცეს კითხვას: „რას ფიქრობს ან რას გრძნობს ხალხი ამა თუ იმ საკითხის შესახებ?

გამოკითხვის შედეგებს შეუძლია, მიგვითითოს სხვადასხვა ცვლადს შორის კორელაციაზე და არა მათ შორის მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებზე. (Wimmer and Dominick; 2006: P. 54).

აღნიშნული მეთოდი იყოფა სამ კატეგორიად: ონლაინ კვლევა, სატელეფონო გამოკითხვა და პირადი ინტერვიუ. (Source: Jackson, S.L. (2011) "Research Methods and Statistics: A Critical Approach", 4th edition, Cengage Learning)

კვლევა ხორციელდება წინასწარ განსაზღვრული კითხვების შესაბამისად, კითხვები გამომდინარეობს საკვლევ თემის აქტუალობიდან. კითხვარი ორიენტირებულია საჭირო ინფორმაციის მიღებაზე. გამოკითხვის მეთოდის გამოყენებისას გამოკითხვის სამივე ტიპი მისაღებია. (Dillman DA, editor. Mail and Internet Surveys. 2nd ed. New York: John Wiley and Sons, Inc; 2000.)

კვლევა მოიცავს 3 - წლიან პერიოდს. ჩვენი კვლევისთვის შერჩეული ტურნირებიდან გამომდინარე, კვლევის ობიექტს წარმოადგენს საქართველოს საზოგადოებრივი

მაუწყებლის პირველი არხი, ტელეკომპანია „იმედი“, SILK TV, სპორტული პორტალის, sport.adjara.com-ის facebook-ის გვერდზე განხორციელებული ლაივრეპორტაჟები. საკვლევი პერიოდი განისაზღვრა მასშტაბური სპორტული ღონისძიებების ჩატარების განრიგის მიხედვით, 2016 წლის რიოს ოლიმპიურ თამაშებიდან - 2019 წლის მაისი ბაშომდე. კვლევაში განხილულია შემდეგი სპორტული შეჯიბრებები: 2016 წლის რიოს ოლიმპიური თამაშები, 2018 წლის ძიუდოს ჩემპიონატი, საქართველოს რაგბის ნაკრების მატჩები ევროპის ჩემპიონატზე 2018-2019 წლებში. ასევე 2018-2019 წლის იანვრის და მაისის ბაშო, 2018 წლის გერმანიის ღია პირველობა და ჩინეთის ღია პირველობა. განვიხილავთ კომენტატორების მიერ გამოყენებულ ფრაზებს. გავანალიზებთ რა სიხშირით იყენებენ მებრძოლთან ასოცირებულ ფრაზებს. აიგივებენ თუ არა ათლეტს მებრძოლთან. ასევე ინტერვიუები თავად კომენტატორებთან. გამოვითხვა ჩატარდა პირისპირი ინტერვიუს მეთოდით.

თავი 3. ლიტერატურის მიმოხილვა

¶ 3.1 სპორტული საკითხების გაშუქება საერთაშორისო მედიაში

იმ სამყაროს, სადაც ჩვენ ვცხოვრობთ, ყველანი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით ვეცნობით, - წერს ცნობილი გერმანელი სოციოლოგი ნიკლას ლუჰმანი. (German sociologist Niklas Luhmann, 2009) სპორტი ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი და მძლავრი თემაა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. სპორტულ რეპორტაჟებს სატელევიზიო სივრცეში მაღალი რეიტინგი აქვს. სპორტი ზრდის მკითხველთა რაოდენობას გაზეთებში, ასევე უნიკალური მომხმარებლების რაოდენობას ონლაინმედიაში. საზოგადოების ინტერესი განსაკუთრებით იზრდება, მაშინ, როცა მასშტაბური სპორტული ღონისძიება იმართება, მაგალითად, ზაფხულის ან ზამთრის ოლიმპიური თამაშები და მსოფლიოს ჩემპიონატები. (Dayan & Katz, 1992)

სპორტული საკითხების გაშუქება მედიაში მე-18, მე-19 საუკუნეებიდან იწყება. 1883 წლიდან New York World-ში იბეჭდებოდა სხვადასხვა სპორტული სიახლე. 1792 Sporting Magazine ინგლისში. (Beck & Bosshart)

მედია საზოგადოებას აწვდის ინფორმაციას სპორტში მიმდინარე მოვლენების შესახებ, რაც ეხმარება სპორტის სახეობებსა და სპორტსმენებს პოპულარიზაციაში. (Sports and Media Coverage, Cindy Lin)

საინტერესოა, როგორია პროცენტული გადანაწილება სხვადასხვა სპორტის სახეობის გაშუქებისა მედიაში. Thomas Horkey-ის კვლევის თანახმად, მსოფლიოში სპორტულ გაზეთებში გამოქვეყნებული სტატიების 90% ფეხბურთს ეთმობა. 8% ჩოგბურთს და 5% რაგბის.

პროცენტული მაჩვენებელი განსხვავებულია ქვეყნების მიხედვით, ამერიკის შეერთებულ შტატებში დომინანტი ბეისბოლია 23%-ით, შემდეგ კალათბურთი - 17 %, 12 % კი ამერიკულ ფეხბურთს ეთმობა. ავსტრალიაში - 34 % ავსტრალიური ფეხბურთი, რაგბი - 26%, ექსტრემალური სახეობები 10%. რაც შეეხება აზიის ქვეყნებს, ნეპალში მედიაში ფეხბურთის გაშუქებას 38% ეთმობა, 27% - კრიკეტს, საბრძოლო ხელოვნებას - 5%. აფრიკაში კი ძირითადი დრო მძლეოსნობის დისციპლინებს ეთმობა. (Thomas Horkey 2016)

გერმანიაში ფეხბურთი ნომერ პირველი სახეობაა და მედიაში 58 % ეთმობა, 5% - ჩოგბურთი, 5% - ყინულის ჰოკეი, დანარჩენი კი სხვადასხვა სახეობაზე ნაწილდება. (Thomas Horkey 2016)

გერმანიაში ფეხბურთი არის დომინანტი სახეობა და მასმედიის ყველა მიმართულებით ნომერ პირველი გაშუქების მხრივ. 1972 წელს გერმანიამ ოლიმპიურ თამაშებს უმასპინძლა. ოლიმპიადამ მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა ქვეყნებს შორის ურთიერთობაში. სპორტული ჟურნალისტიკა იმ დროს სახელმწიფო ზეგავლენის ქვეშ იყო და კომენტატორები იყვნენ მშვიდები და ნაკლებ ემოციას გამოხატავდნენ. სიმშვიდეს ინარჩუნებდნენ და თავს არიდებდნენ პოლიტიკურ საკითხებს. ამის მიუხედავად, პოლიტიკური სიტუაცია შეიცვალა. გერმანიის საფეხბურთო ნაკრებმა მიაღწია წარმატებას მსოფლიოს ჩემპიონატზე. 1974 წელს დასავლეთ გერმანიამ მოიგო მსოფლიოს თასი, მაგრამ ჟურნალისტები ვერ გამოხატავდნენ, ემოციებს იმ დროისთვის მთავარი აქცენტი თარგმანზე და სპორტულ ასპექტზე კეთდებოდა. 1985 წელს ჩოგბურთელ ბორის ბეკერის იუმბლდონზე გამარჯვებამ საფეხბურთო ამბები გადაფარა. (Thomas Horkey 2016)

Charles Leary Steven და J. Jackson კვლევაში „გლობალიზაცია და სპორტი აზიაში“ აღნიშნავენ, რომ აზიის სპორტული მედიის წარმომადგენლები ცდილობენ იყვნენ უფრო გლობალიზებული, ასევე აზიური სპორტის სახეობები უფრო ფართო მასშტაბით გააცნონ მსოფლიოს. Roland Robertson-ის მიერ შემუშავებული გლობალიზაციის თეორია, ამტკიცებს, რომ ბოლო პერიოდში სპორტში განვითარებული ტენდენციები ცხადყოფს, რომ აზიურ კულტურას სპორტის დახმარებით შეასძლებლობა ეძლევა თავი დაიმკვიდროს საერთაშორისო ასპარეზზე. ამავე კვლევაში აღნიშნულია, რომ 2008 წლის

პეკინის ოლიმპიურმა თამაშებმა მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა აზიის საერთაშორისო ასპარეზზე წარმოჩენაში. ასევე მასშტაბურმა სპორტულმა ღონისძიებამ ჩინეთს სპორტული ინფრასტრუქტურის განვითარების შესაძლებლობა მისცა და სპორტის სხვადასხვა სახეობის განვითარებას შეუწყო ხელი.

თანამედროვე ტექნოლოგიები და სამყაროს ტექნიკური წინსვლა შესაძლებლობას იძლევა ეროვნული იდენტობა სხვადასხვა ქვეყანამ საერთაშორისო ასპარეზზე წარმოაჩინოს.

Andrews 2004 წელს სპორტული მედიის შესახებ ჩატარებულ კვლევაში აღნიშნავს, რომ სპორტი, ეს არის უნივერსალური ენა გართობისთვის. სპორტს შეუძლია გააერთიანოს ეროვნული, ეთნიკური თუ რასობრივი ნიშნით გასხვავებული ადამიანები, თუმცა წარმატების შემთხვევაში საერთაშორისო სპორტში თავს ყოველთვის იჩენს სპორტსმენის ეროვნული იდენტობა.

ასევე სპორტული შეჯიბრებების მასპინძლობა სახელმწიფოებს ეხმარება ეროვნული ბრენდის რეკლამირებაში. ამ დროისთვის აზიური ქვეყნები მნიშვნელოვნად არიან ჩართული გლობალურ სპორტში და ასევე, ქვეყნის პოპულარიზაციისა და სხვადასხვა ლიგის გაძლიერების მიზნით სათამაშოდ ევროპელ და ამერიკელ სპორტსმენებს იწვევენ. ასევე აზიელი სპორტსმენები წარმატებით ასპარეზობენ საერთაშორისო ასპარეზზე.

¶ 3.2 ეროვნული იდენტობის განსაზღვრება

სპორტი მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ქვეყნის წარმოჩენაში, საერთაშორისო ასპარეზზე დაწინაურებასა და იმიჯის შექმნაში, შესაბამისად, ეროვნული იდენტობის გამოვლინება ხშირია სპორტში.

მკვლევარი დენის მაკქუელი „იდენტობას“ განმარტავს, როგორც მასმედიის თეორიის ერთ-ერთ ძირითად თემას და ფენომენს: „იგი (იდენტობა) აღნიშნავს გაზიარებულ მიკუთვნებულობას კულტურისადმი, საზოგადოებისადმი, ადგილისადმი ან სოციალური

ჯგუფისადმი და მოიცავს ბევრ ფაქტორს, - ეროვნების, ენის, სამუშაოს, ეთნიკურობის, რელიგიის, აღმსარებლობის, რწმენის, ცხოვრების წესის ჩათვლით. მასმედია ასოცირდება იდენტობის ფორმირების, ჩამოყალიბების, შენარჩუნებისა და დაშლის სხვადასხვა, განსხვავებულ ასპექტებთან.“ ან: „პერსონის, ადგილის და ა. შ. სპეციფიკური მახასიათებელი, განსაზღვრული სხვების მიერ ან თვითგანსაზღვრული, ბიოგრაფიული, სოციალური, კულტურული თუ სხვა ნიშან-თვისებათა მიხედვით. კომუნიკაცია აუცილებელი პირობაა იდენტობის შექმნისა და შენარჩუნებისათვის. იმავე ნიშნით იგი, შეიძლება, ასუსტებდეს ან შლიდეს მას. მასობრივი კომუნიკაცია მხოლოდ ერთ-ერთია რამდენიმე განმაპირობებელ ფაქტორს შორის.“

ენტონი გიდენსმა თვითიდენტობა გვიანი მოდერნულობის პირობებში განსაზღვრა როგორც „პიროვნების მიერ თავისი ბიოგრაფიის მახასიათებლებში რეფლექსურად აღქმული და გაგებული თვითობა“. „თვითიდენტობა“, რომელიც, გიდენსის აზრით, „მოითხოვს თვითშეგნებულ აზროვნებასა და მოქმედებას“, „თვითობის“ კონცეპტის შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს. გიდენსი გამოჰყოფს ოთხ ცხად გავლენას პოსტტრადიციული საზოგადოებების სტრუქტურაში, რომლებიც ქმნიან არჩევანის მრავლობითობას, რაც ართულებს ბრძოლას გააზრებული თვითიდენტობის შენარჩუნებისთვის. „მედირებული გამოცდილება“, რომელიც, გიდენსის აზრით, სოციალური ცხოვრების გულისგულშია, არჩევანის სტრუქტურასა და იდენტობის კონსტრუირებაზე ერთ-ერთ ყველაზე გავლენიან ნაკადად მიიჩნევა.

ჯეიმზ უოტსონისა და ენ ჰილის განმარტებით: „მედიის ძირითადი ფუნქცია არის აუდიტორიისათვის „მის მიღმა არსებული“, „მისგან დაშორებული“ რეალობის რეპრეზენტაცია. სამყაროს შესახებ ჩვენი ცოდნის უდიდესი ნაწილი მიიღება მედიის მეშვეობით; ჩვენს მიერ რეალობის პერცეფცია გაშუალებულია, მედირებულია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით. მედია აუდიტორიისათვის ქმნის სამყაროს სახესა და ხატს. მედია ამას აკეთებს შერჩევის, ინტერპრეტაციის გზით; მედიური რეპრეზენტაციის შესწავლა ერთ-ერთი ცენტრალური თემაა კულტურული, მედიური და კომუნიკაციური კვლევებისათვის. ვინაიდან შეუძლებელია სამყაროს რეპრეზენტაცია მთელი მისი

სრულყოფილებითა და მასობრივი კომპლექსურობით, მედიური რეპრეზენტაცია განხილულ უნდა იქნას, როგორც რეალობის „სპეციფიკური ვერსია“ „ რომელიც დაჩარჩოებულია სპეციფიკური კრიტერიუმების სისტემით, როგორებიც არის: ახალი ამბების ღირებულებრივი სისტემა, პროპაგანდისტული და ინტეგრაციულ-დეზინტეგრაციული ფაქტორები, იდენტობითი ბინარულობა („ჩვენი“ გამიჯვნა „მათგან“) და ასე შემდეგ.

მოდერნიზაციის თეორიისა და თეორეტიკოსების ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო კრიტიკოსი უოლქერ კონორი ამტკიცებს, რომ მზარდი ტრანსპორტაცია და კომუნიკაცია ხელს უწყობს ერებსა და ინდივიდებს თავიანთი კულტურული ცნობიერების აღქმაში და, აქედან გამომდინარე, აძლიერებს მათ კულტურულ იდენტობას. ეროვნული იდენტობა, რიგი მკვლევრების აზრით, არის კონსტრუირებადი საჯარო ეროვნული თვითხატი, რომელიც ემყარება პოლიტიკურ ერთობას, საერთო ისტორიას, მითებს, სიმბოლოებს, ენას, კულტურულ ნორმებს, რომლებსაც მისდევენ ჯგუფის წევრები.

1991 წელს შლეზინგერმა აღწერა ეროვნული იდენტობა, როგორც კოლექტიური იდენტობის სპეციფიკური ფორმა, რომელიც ერთსა და იმავედროულად უზრუნველჰყოფს საზღვრებს „ჩვენ“-ის ირგვლივ და განასხვავებს „ჩვენ“-ს „მათ“-გან. ბლუმმა წამოაყენა მოსაზრება, რომ მხოლოდ პრიმორდიალისტურ პრინციპებზე შექმნილი მითები არ არის საკმარისი ერის მდგრადობისათვის. იგი ამტკიცებდა, რომ ერი-სახელმწიფო, ერთხელ შექმნილი, სიცოცხლისუნარიანია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მისი მასობრივი მოქალაქეობრიობა ქმნის ფსიქოლოგიურ იდენტიფიკაციას ერთან, რომელიც უბიძგებს მათ ეროვნული სიმბოლოების გათავისებისაკენ. თუ ადამიანებს აქვთ ერთან მყარი ფსიქოლოგიური იდენტიფიკაციის განცდა და გათავისებული აქვთ ეროვნული სიმბოლოები, პოლიტიკურ ლიდერებს უკეთ შეუძლიათ საზოგადოებრივი ემოციის მობილიზება კრიზისის პერიოდში პოლიტიკური მიზნების მისაღწევად იმგვარი კომუნიკაციური სტრატეგიების გამოყენებით, რომლებიც ხაზგასმით აღნიშნავენ ეროვნული იდენტობის თემებსა და საკითხებს. ტ. კ. ომენი, ახასიათებს რა ერს, როგორც ტერიტორიულ ერთობას, რომლის მიმართაც ამ ერის წევრებს აქვთ ემოციური მიბმულობა

და რომელშიც ისინი დებენ მორალურ მნიშვნელობას. იქვე გვთავაზობს ამ ტერიტორიული ერთობის კვალიფიკაციას: „ეს არის სამშობლო - მემკვიდრეობით- მოდგმობრივი ან შექმნილი. ეროვნულობა - ეს არის კოლექტიური იდენტობა, რომელსაც ერის წევრები, ადამიანები იძენენ ერთან გაიგივების გზით. ერის მდგრადობის მისაღწევად ადამიანები უნდა იმყოფებოდნენ ურთიერთკომუნიკაციურ პროცესში, ასე რომ, მათ უნდა ჰქონდეთ საერთო ენა“.

¶ 3.3 სპორტი, როგორც ეროვნულობის გამომხატველი საშუალება

ეროვნული იდენტობა უკავშირდება ენას, სახელმწიფოს, კულტურასა და სპორტს. მეთ ემტონი საკუთარ კვლევაში აღნიშნავს, რომ მსოფლიოში მრავალი ქვეყნისთვის ეროვნული იდენტობის გამომხატველი სპორტია. მკვლევარი ფეხბურთის მსოფლიო ჩემპიონატს ხანმოკლე ომს უწოდებს და ამბობს, რომ ადამიანებს არაფერი იზიდავთ ისე ვიდრე ამ „ომში“ გამარჯვების მოპოვება. ჩემპიონატს მკვლევარი სამხრეთ აფრიკის მაგალითზე განიხილავს და აღნიშნავს თუ რამდენად მნიშვნელოვანი იყო ეს აფრიკელებისთვის. (მსოფლიო საფეხბურთო ჩემპიონატი 2010 წლის ივნისში სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკაში გაიმართა)

ბარ ჰიულიანი სახელმწიფოებისთვის ეროვნული სპორტის სახეობების შესახებ საუბრობს. ის აღნიშნავს, რომ თანამედრვე საერთაშორისო შეჯიბრებების მთავარი დანიშნულება სახელწიფოებრივი თვითშეგრძნების გაღვივებაა. ხშირად სპორტი იქცევა ეროვნულ სახეობად და ეს სახეობა ხდება ქვეყნის სავიზიტო ბარათი საერთაშორისო ასპარეზზე, მაგალითად, ყინულის ჰოკეი, რომელიც კანადის ეროვნული სახეობაა და კანადელებისთვის ქვეყნისა და ერის წარმოჩენასთან ასოცირდება. ახალ ზელანდიას მსოფლიო რაგბით იცნობს. ბარ იულიანი აღნიშნავს, რომ ადამიანები გამოდიან საკუთარი ეროვნული სახეობების საგულშემატკივროდ, მიუხედავად იმისა, რომ ეს სახეობა შესაძლოა სულაც არ იყოს უძველესი. სპორტის საშუალებით ერები საკუთარ იდენტობას გამოხატავენ და ნებისმიერ დროს, გულშემატკივრობენ საკუთარი ქვეყნის ნაკრებსა თუ

სპორტსმენს, რომელსაც ქვეყნის სახელი საერთაშორისო ასპარეზზე გააქვს. (Thomas Horky - Journal of Chengdu Sport University Vol. 42 No. 2. 2016)

სპორტის გაშუქების დროს მნიშვნელოვანი ხაზგასმა ხდება სპორტსმენის ეროვნებაზე. NBA-ის ფრანგი ვარსკვლავი ტონი პარკერი, ბრაზილიელი ფეხბურთელი ნეიმარი, შვეიცარიელი ჩოგბურთელი როჯერ ფედერერი და ა.შ. ამ შემთხვევაში წარმატებული სპორტსმენები ახდენენ საკუთარი სამშობლოს პოპულარიზაციას. ცნობილ სპორტსმენებს მილიონობით გულშემატკივარი ჰყავთ მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. ისინი ეცნობიან ინფორმაციას მათი და მათი ქვეყნის შესახებ, რაც არა მარტო სპორტული, არამედ კულტურული და ეროვნული მახასიათებლების შესწავლას გულისხმობს. (Sports and Media Coverage, Cindy Lin)

სპორტი საუკეთესო საშუალებაა როგორც ეროვნული გუნდისთვის, ასევე ინდივიდუალური მოთამაშისთვის საკუთარი ქვეყნის პოპულარიზაციისთვის. (Skey 2013)

ეროვნულობა - საზოგადოებისთვის განსაკუთრებული საკითხია, ის ადამიანის შეგრძნებებზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს. სპორტსმენის წარმატება გაიგივებულია ქვეყნის წინსვლასთან. (Billig 1995; Calhoun 2007: 27; Skey 2013).

Ørnulf Seippel სპორტში ეროვნულობას ორ ასპექტს უკავშირებს. ეს არის საზოგადოების მძაფრი რეაქცია სპორტის, როგორც ეროვნულობის გამოხატულებასთან და მეორე, თავად სპორტსმენის დამოკიდებულება, როგორც სამშობლოსთვის მეომარი, რომელსაც ეროვნული სიამაყე ამოძრავებს. (Sports and Nationalism in a Globalized World- Department of Cultural and Social Studies, Norwegian School of Sport Science -2017 Ørnulf Seippel გვ. 46)

ეროვნულობის მთავარი გამოხატულებაა საზღვრის დადგენა, რაც განასხვავებს „ჩვენ“ და „მათ“. ეს ცვლადი სპორტსმენში ამძაფრებს ემოციას, რაც ხშირად ინდივიდუალურია და ეფუძნება თავად სპორტსმენის განწყობას. (Ørnulf Seippel გვ.48)

Sports and Nationalism in a Globalized World, Norwegian School of Sport Science (2017) კვლევაში განხილულია 25 ქვეყნის მონაცემი. 2006-2009 წლებში ჩატარებულ კვლევაში გამოიკვეთა,

რომ ზოგადად სპორტში ეროვნული ფაქტორი მნიშვნელოვანია. კვლევის შედეგების თანახმად, დასავლეთ ევროპასთან შედარებით სპორტში ეროვნული იდენტობის წარმოჩენის ფაქტორი უფრო გამძლავრებულია აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში. კვლევის შედეგად დასტურდება, რომ ეროვნულობის წარმოჩენა დამოკიდებულია ინდივიდზე, მის სპორტულ მიღწევებზე საერთაშორისო ასპარეზზე.

ამავე კვლევით დასტურდება, რომ მსოფლიო მოსახლეობის სიამაყეს სპორტი წარმოადგენს და რაც უფრო მეტი წარმატებული სპორტსმენი ჰყავს ამა თუ იმ ქვეყანას სხვადასხვა სახობაში, მით უფრო ამაყია ერი. (კვლევაში მონაწილეობდნენ სხვადასხვა ასაკის, სქესისა და სოციალური სტატუსის მქონე ადამიანები). კვლევა მასშტაბური სპორტული ღონისძიებების შედეგებზე დაყრდნობით ჩატარდა. პირველი ეს იყო 2006 წლის ზამთრის ოლიმპიადა, რომელსაც ტურინმა (იტალია) უმასპინძლა. აღნიშნულ თამაშებზე საუკეთესო მაჩვენებელი გერმანიამ, კანადამ, ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა, ავსტრიამ და რუსეთმა დააფიქსირეს. ასევე 2006 წლის მსოფლიოს საფეხბურთო ჩემპიონატი, სადაც მასპინძელმა გერმანიამ მესამე ადგილისთვის შეხვედრაში პორტუგალია დაამარცხა, ფინალში კი იტალიამ საფრანგეთს მოუგო. შემდეგი იყო 2007 წლის მსოფლიო ჩემპიონატი მძლეოსნობაში, რომელსაც იაპონიამ უმასპინძლა. აღნიშნულ ტურნირზე წარმატებით ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა, კენიამ, რუსეთმა, ეთიოპიამ და გერმანიამ იასპარეზა. შემდეგი მასშტაბური სპორტული მოვლენა 2008 წლის პეკინის ოლიმპიური თამაშები იყო. შეერთებული შტატები და გერმანია დომინირებდნენ, თუმცა წარმატებით იასპარეზა რუსეთმაც. (Ørnulf Seippel გვ. 48)

კვლევის შედეგებით დადგინდა, რომ სპორტი არა მხოლოდ ეროვნული იდენტობის, არამედ ეს შეიძლება იყოს არამასშტაბური, ეთნიკური, საკუთარი ქალაქის ან სოფლის წარმოჩინება. თვითმყოფადობის გამოვლინების შესაძლებლობა, წარმატება სპორტში ხშირად წარმოაჩენს ამა თუ იმ რეგიონს და მსოფლიო ასპარეზზე მის პოპულარიზაციას ახდენს. (Ørnulf Seippel p. 58)

საბოლოოდ გამოიკვეთა, რომ სპორტულმა წარმატებამ ან წარუმატებლობამ გავლენა იქონია ეროვნულობის წარმოჩენაზე საერთაშორისო ასპარეზზე. ეს შესაძლოა არ

გაგრძელდეს ხანგრძლივი დროის განმავლობაში, თუმცა მასშტაბურ სპორტულ ღონისძიებებზე დაფიქსირებული შედეგები გარკვეული ვადით აისახება ქვეყნის ეროვნულობის წარმოჩენაზე.

Sport, national identity and public policy BARRIE HOULIHAN – 1997 კვლევა ეხება თუ როგორ შეიძლება იქნეს გამოყენებული სპორტი, როგორც ეროვნული იდენტობის გამომხატველი საშუალება და სახელმწიფოსთვის დამხმარე შესაძლებლობა, ტერიტორიული მთლიანობის განსამტკიცებლად. კვლევა შეისწავლის კანადას, ირლანდიასა და ბრიტანეთს შორის იდენტურობის კონკრეტული პრობლემებს და სპორტულ პოლიტიკას. (P. 113)

სახელმწიფოები სპორტში დაფინანსებას ზრდიან, რადგანაც სპორტი გლობალიზაციის ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალებაა.

ეკონომიკურად მდიდარი ქვეყნები სპორტში ხშირად წრამატებულები არიან, თუმცა განვითარებადი ქვეყნის ნიჭიერი სპორტსმენის გამოჩენა ტოპლიგაში, ნებისმიერ სახეობაში, თუ სპორტსმენი წრამატებულია ზრდის ამ ქვეყნის ცნობადობას. ასეთი ქვეყნებისთვის სპორტი ერთ-ერთი საუკეთესო შესაძლებლობაა მსოფლიო ასპარეზზე წრამოსაჩენად, მაგალითად, ოლიმპიურ თამაშებზე გამარჯვება ნაკლებად ცნობილ ქვეყნებს გლობალიზაციაში ეხმარება. (P. 116)

ეროვნული იდენტობის შენარჩუნება მნიშვნელოვანი იყო საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ იმპერიაში შემავალი ქვეყნებისთვის. სამშობლოს დასაცავად სპორტში ახალი ქვეყნების ახალი სახეები გამოჩნდნენ, რომელიც განსაკუთრებით უსვამდნენ ხაზს საკუთარ ვინაობას. (Cable 1994: 5; see also Balibar and Wallerstein 1992; Fukuyama 1992; Hassner 1993; Huntingdon 1993; O'Brien 1992).

კანადაში 1978 და 1987 წლებში სპორტისთვის 60 მლნ დოლარამდე იყო გამოყოფილი, რათა გაეძლიერებინათ ფონი „სპორტი ჩვენი კულტურა და ეროვნული მემკვიდრეობა“. (Fitness and Amateur Sport 1992).

ბრიტანეთში „ეროვნების მემკვიდრეობის დეპარტამენტმა 1995 წელს მნიშვნელოვანი დაფინანსება გამოყო სპორტის განვითარებისთვის. ირლანდიაში სპორტის სახელმწიფო დაფინანსება 1986 წელს IRE3m- დან 1994 წლელს IRE17m- მდე გაიზარდა, მინისტრის განმარტებით, სპორტი მნიშვნელოვან როლს ითამაშებს ირლანდიის, როგორც სახელმწიფოს წარმოჩენაში მსოფლიო ასპარეზზე. (Department of Education 1995: 1).

თავი 4. კვლევის შედეგები და ანალიზი

¶ 4.1. ქართველი სპორტსმენის წარმატების სპეციფიკური კომენტირება რიოს ოლიმპიურ თამაშებზე

XXXI ოლიმპიური თამაშები, 2016 წლის 5-21 აგვისტოს, ბრაზილიის ქალაქ რიო დე ჟანეიროში გაიმართა. სპორტის 28 სახეობაში ერთმანეთს 207 ქვეყნის 11184 სპორტსმენი ეჯიბრებოდა.

რიოს ოლიმპიადაზე საქართველოდან 40 სპორტსმენი მონაწილეობდა. ჩვენი ქვეყნის ანგარიშზე - 2 ოქროს, 1 ვერცხლისა და 4 ბრინჯაოს მედალია. საქართველო ოლიმპიური დელეგაციის სლოგანი იყო - #საქართველოსთის. (საქართველოს ეროვნული ოლიმპიური კომიტეტი - https://geonoc.org.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=97)

2016 წელს ოლიმპიური თამაშების ტრანსლირებას საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი ახორციელებდა, შესაბამისად საკვლევად აღნიშნულ არხზე გასული რეპორტაჟები შეირჩა.

რიოში საქართველო დელეგაციას პირველი მედალი ლაშა შავდათუაშვილმა მოუტანა. მიუდოისტმა 8 აგვისტოს, 73 კგ-მდე წონით კატეგორიაში, რეპეშაჟში რუსი დენის იარცევი დაამარცხა.

„მიდი ლაშა, მიდი შენ გენაცვალე. 8 აგვისტოს ქართველი რუსთან არ წააგებდა, გამორიცხულია, დარბაზში გაისმა შემახილი საქართველოს გაუმარ-ჯოს, ლაშამაც მიირტყა დროშაზე ხელი, ვენაცვალე,“ - ქართველი კომენტატორების შეფასება.

გამარჯვებულმა ქართველმა დამარცხებულ რუსს კიმაწოზე გამოსახულ საქართველოს დროშაზე მიუთითა.

ბრინჯაოსთვის გადამწყვეტ შეხვედრაში შავდათუაშვილი ებრაელ საგი მუკის დაუპირისპირდა.

„შენ გენაცვალე, პირდაპირ ბეჭეებზე, თან დღეს , (ეს მედალი ქართველმა 8 აგვისტოს მოიპოვა) ვულოცავთ, სრულიად საქართველოს, გორს და კარაღეთს,“ - კომენტატორების შეფასება.

(ლაშა საქართველოს ოკუპირებულ ტერიტორიასთან მდებარე სოფლიდან, კარაღეთიდან არის და მისი სოფელი 2008 წლის ომის დროს დაიბომბა)

ლაშა შავდათუაშვილის ასპარეზობას მთელი დღე გასდევდა 8 აგვისტოს სიმბოლური დატვირთვა, რუსი სპორტსმენის დამარცხებამ და შესაბამისი ჟესტით აღნიშვნამ ეროვნული იდენტობის თვითშეგრძნება კიდევ უფრო გაამძაფრა. კომენტატორების გამოყენებული ფრაზებით კი დასტურდება, რომ ლაშა წარმოადგენდა 2008 წლის ომის დროს რუსეთის მიერ დაზარალებულს და რევანში ტატამზე აიღო. აღნიშნული რეპორტაჟი სპორტსმენის, როგორც სამშობლოსთვის მებრძოლის ხატს ქმნის, საბოლოოდ მეომარი იმარჯვებს და საქართველოს დელეგაციისთვის მოაქვს პირველი მედალი, თანაც 8 აგვისტოს.

„ყოჩად ლაშა ჩვენ პირველი ოლიმპიური ჩემპიონი გვყავს, ვულოცავ მთელ ერს,“- ასე შეაფასეს ქართველმა კომენტატორებმა 2016 წლის 17 აგვისტოს ქართველი ძალოსანის, ლაშა ტალახაძის ოლიმპიური ჩემპიონობა.

ასევე მძიმეწონაში, ამავე ოლიმპიადაზე ბრინჯაოს მედალი ირაკლი თურმანიძემ მოიპოვა, ლაშა ტალახაძე კი ჩემპიონი მსოფლიო რეკორდით გახდა. დაჯილდოების ცერემონიაზე კვარცხლბეკზე 2 ქართველი იდგა.

ამ შემთხვევაში კომენტატორების მხრიდან ისმის ფრაზა „ერი“ რამაც ჩაანაცვლა საქართველო, თავად სიტყვა „ერს“ კიდევ უფრო დიდი დატვირთვა ენიჭება და მკაფიო ხაზგასმა ხდება გამარჯვების მნიშვნელობაზე სრულიად საქართველოსთვის. ასევე აქცენტი კეთდებოდა ეროვნულ სიმბოლოებზე, „კვარცხლბეკზე ერთდროულად ორი

ქართველი დგას, საქართველოს დროშა ყველაზე მაღლაა შემართული, ერთდროულად საქართველო 2 დროშა აღიმართება და ჩვენი ქვეყნის ჰიმნს მოვუსმინოთ.“

2016 წლის რიოს ოლიმპიადის კიდევ ერთი დიდი გამარჯვება თავისუფალი სტილით მოჭიდავეს ვლადიმერ ხინჩეგაშვილს ეკუთვნის. ფინალური შეხვედრის დროს კომენტატორები ყურადღებას სპორტულ ასპექტზე ამახვილებენ, იყენებენ ფრაზებს:

„დარჩენილი გვაქვს 30 წამი, ბოლო წამები, სულ რაღაც 15 წამი გვაშორებს ჩვენ ოლიმპიური მედლისგან, 3, 2, 1 - გილოცავთ ლადო ოლიმპიური ჩემპიონია. გილოცავ საქართველო ოქროს მედალს, სუპერლადო, გმირი, გმირი. გილოცავთ ყველას, ჩვენს ქვეყანას ვულოცავ.“

დაჯილდოების ცერემონიის კომენტირება:

„ჩვენი ჩემპიონი. ახლა მოვუსმინოთ ჩვენს ჰიმნს და დაგვბურბულოს ყველას ერთად.დიდება, დიდება თავისუფლებას, დიდება ჩემპიონებს, დიდება გმირებს, ის არის გმირი დღეს.“

კომენტატორები შეხვედრის დამაბულობიდან გამომდინარე იყენებენ ფრაზებს“ „დარჩენილი გვაქვს“ ეს დაპირისპირება განიხილება, როგორც სრულიად ერის ბრძოლა. ეროვნული ასპაქტი და სპორტსმენის გმირად წარმოჩენა პირდაპირი წესით ხდება. ყურადღება მახვილდება ჰიმნის დატვირთვაზე, ამ დიდი გამარჯვების კომენტირებისას კიდევ ერთხელ ვლინდება, სპორტის, სპორტსმენისა და ეროვნულობის თანხვედრა.

¶ 4.2 ქართველი ამარცხებს მსოფლიოს - 2018 წლის ძიუდოს მსოფლიოს ჩემპიონატის კომენტარების ანალიზის გათვალისწინებით

2018 წლის მსოფლიოს ჩემპიონატი ძიუდოში დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში ყველაზე წარმატებული აღმოჩნდა. ბაქოში გამართულ მსოფლიოს პირველობაზე ქართველებმა 1 ოქროს, 1 ვერცხლისა და 1 ბრინჯაოს მედალი მოიპოვეს. (საქართველოს ძიუდოს ფედერაცია - http://gjf.ge/geo/news?info_id=1036)

ჩემპიონატის პირდაპირ ტრანსილაციას SILK TV ახორციელებდა.

შეჯიბრის პირველ დღეს 60 კგ-მდე წონით კატეგორიაში ბრინჯაოს ამირან პაპინაშვილი დაეუფლა, რომელმაც მედლისთვის შეხვედრაში აზერბაიჯანელ კარამატ ჰუსეინოვს სძლია.

„ოხ რა კარგად გადმოიტრიალა, ამას ჰქვია მოიფრიალა, 2 გაფრთხილება გვაქვს, მთავარია არ გაგვაფრთხილონ, მსოფლიოს ჩემპიონატზე პირველი დღე დავიწყეთ მედლით, გილოცავთ,“- კომენტარება შეხვედრის დროს.

მძიმე წონაში ჩემპიონობა გურამ თუშიშვილმა იზეიმა, რომელმაც ხუთივე შეხვედრა სუფთად მოიგო, ფინალში კი აზერბაიჯანის სახელით მოასპარეზე უშანგი კოკაურს შეხვედრის დასრულებამდე 4 წამით ადრე იპონით სძლია.

„გილოცავთ, ეს იპონია, არ დავტოვეთ მსოფლიოს ჩემპიონატი ბაქოში ოქროს მედლის გარეშე. დღეს საქართველოს დროშა ყველაზე მაღლა აიწევა. ჩვენ პირველები ვართ. უშანგი კოკაურმაც კარგად იჭიდავა, ისიც ქართველია,“- ფინალური დაპირისპირების კომენტარება.

ძიუდოს ჩემპიონატზე იკვეთება ქართველების ბრძოლიუნარიანობაზე ხაზგასმა და ამ სახეობაში ერის დომინირება საერთაშორისო ასპარეზზე, კომენტატორები არაერთი ქართველი სპორტსმენის წარმატებას იხსენებენ. ხაზგასმა იმაზე რომ კოკაურია ქართველობა - მისი შექების ერთ-ერთი წინაპირობა ხდება.

¶ 4.3. სამშობლოსთვის მებრძოლი, გუნდური სახეობების გაშუქებისას, სარაგბო მატჩების მაგალითზე

ინდივიდუალურ სახეობებში სპორტულ ასპარეზზე ერთი ადამიანია წარმოდგენი. გუნდური სახეობის შემთხვევაში კი ქვეყნის სახელით საერთაშორისო ტურნირზე რამდენიმე ადამიანი ერთდროულად იბრძვის, რაც ერთიანობას და გუნდურობას განასახიერებს.

საქართველოში სარაგბო მატჩებს განსაკუთრებული დატვირთვა აქვს. „ბორჯღალოსნებმა“ 2019 წლის ევროპის ჩემპიონატზე ეროვნული იდენტობის გამოხატვა პრინციპულ მეტოქესთან განსხვავებული მეთოდით გადაწყვიტეს.

2019 წლის რაგბი ევროპის ჩემპიონატის დასკვნით მატჩში ქართველებმა რუსეთს ბონუსით, 22:6 სძლიეს და ტურნირი მე-8-ედ მოიგეს სლემით, ანუ ყველა მეტოქის დამარცხებით.

„ბორჯღალოსნებმა“ რუსეთის ნაკრები 1993 წლიდან 2019 წლის ივლისამდე 23-ე შეხვედრაში 21-ედ დაამარცხეს, ზედიზედ მეთვრამეტედ, 2002 წელს ნათამაშები ფრის შემდეგ. შეგახსენებთ, მეტოქემ ერთადერთი გამარჯვება პირველ მატჩში, 1993 წელს მოიპოვა. (საქართველოს რაგბის კავშირი - <http://site.rugby.ge/ka-ge/news-view/?newsid=7175&callerModID=17364>)

2019 წლის რაბგი ევროპის ბოლო მატჩის საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერით გადაიციმდა. შეხვედრა რუსეთში გაიმართა. მატჩის წინ, ჰიმნებზე, კრასნოდარის „ყუბანის“ სტადიონზე „ბორჯღალოსნები“ სპეციალური მაისურებით გავიდნენ, რომელზეც ერთიანი საქართველოს დროშა იყო გამოსახული.

„ამით ხაზი გავუსვით, რომ აფხაზეთი და სამაჩაბლო საქართველოა!“ - განაცხადა მატჩის შემდეგ გუნდის კაპიტანმა, მერაბ შარიქაძემ.

კომენტატორებმა მატჩის დაწყების წინ აღნიშნეს, რომ ქართველი მორაგბეები ჰიმნებზე სპეციალური მაისურებით გამოვიდნენ.

რეპორტაჟის მსვლელობისას აქცენტი სპორტულ მხარეზე კეთდება, განსაკუთრებული ყურადღება რუსეთ-საქართველოს ჭიდილზე არ მახვილდება.

კომენტატორები ხშირად იყენებენ ფრაზებს, შევუტით, ჩვენი შერკინება, ჩვენი შემადგენლობა.

„კიდევ ერთი გამარჯვება, ქართველები ზეიმობენ ჩემპიონობას რომელიც ტრადიციად იქცა ისევე, როგორც რუსების დამარცხება,“ - კომენტირება ქართველების გამარჯვების შემდეგ.

2018 წელს რაბგი ევროპის მატჩების ანალიზი ტელეკომპანია „იმედის“ რეპორტაჟზე დაყრდნობით გავაკეთეთ. ამ ჩემთხვევაში კომენტატორები მეტად დამაბულები არიან, გამოხატავენ ემოციას და ხშირად ახსენებენ საქართველოს და რუსეთს დამოუკიდებლად სიტყვა ნაკრების გამოყენების გარეშე.

„რუსები გვიგებენ, უფრო მაღალი სისწრაფით უნდა შევუტოთ, თამაშის ხარისხი უნდა გვაუმჯგუბესოთ. ბურთი ჩვენს მხარეს არის, მოვიგეთ მოლი, კიდევ ერთი ე.წ. მამა-პაპური ლელო, 3 ლელოთი წინ ვართ რუსებზე.“

„ეს ბავშვი ჩვენიანი ყოფილა, ქოლგა მაინც გადააფარონ,“ - კომენტარი მოედანთან წვიმაში მდგომი გულშემატკივრის შეასხებ, რომელსაც ხელში საქართველოს დროშა უჭირავს.

„გავგიჟდებოდით პირველი ტაიმის შემდეგ, დანა პირს არ გვიხსნიდა“

„დერეფანია ჩვენი მოსაწოდებელი, ეს კარგს არფერს უმაღლის რუს დათვს, ბუნაგიდან უკვე გამოვავდეთ და გავუყენეთ გზას ტყისკენ.“

„მადლობა თქვენ, მადლობა ჩვენს გუნდს 9:29 მოიგეს.“

სარაგბო რეპორტაჟებში განსაკუთრებული ხაზგასმა ხდება „ჩვენი გუნდი“ „ჩვენ დავდეთ ლელო“ „რუსები დავჯაბნეთ“ - ეს დაპირისპირება შეასძლოა განვიხილოთ 80 წუთიანი ომი, სადაც ქართველები ყოვეთვის გამარჯვებულები გამოდიან და ამას კომენტატორებიც ხშირად აღნიშნავენ.

¶ 4.5 ქვეყანაში ნაკლებად პოპულარული სახეობის გაშუქებისას მეომრის ხატის შექმნა, ნიკოლოზ ბასილაშვილისა და ტოჩინოშნის ასპარეზობის მაგალითზე

ქვეყანაში სპორტის სახეობის პოპულარიზაციას ქართველი სპორტსმენის წარმატება განაპირობებს. ჩოგბურთი მსოფლიოში ერთ-ერთი ყველაზე მოწინავე სახეობაა და მედიაში გაშუქების მხრივ რიგ ქვეყნებში მეორე ადგილზეა. საქართველოში ჩოგბურთზე ეროვნული ინტერესები გამძაფრდა მას შემდეგ, რაც ქართველმა ჩოგბურთელმა, ნიკოლოზ ბასილაშვილმა დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში ისტორიული გამარჯვება მოიპოვა.

ბასილაშვილმა 2018 წლის 29 ივლისს პროფესიონალ ჩოგბურთელთა ასოციაციის ეგიდით გამართული ჰამბურგის ტურნირი მოიგო. ტურნირს პირადიპ ეთერში SILK TV გადასცემდა.

„ნიკა ბასილაშვილი ჩემპიონია, ისტორიული გამარჯვება ქართულ ჩოგბურთში, გილოცავთ ყველას. საოცრება იყო.“

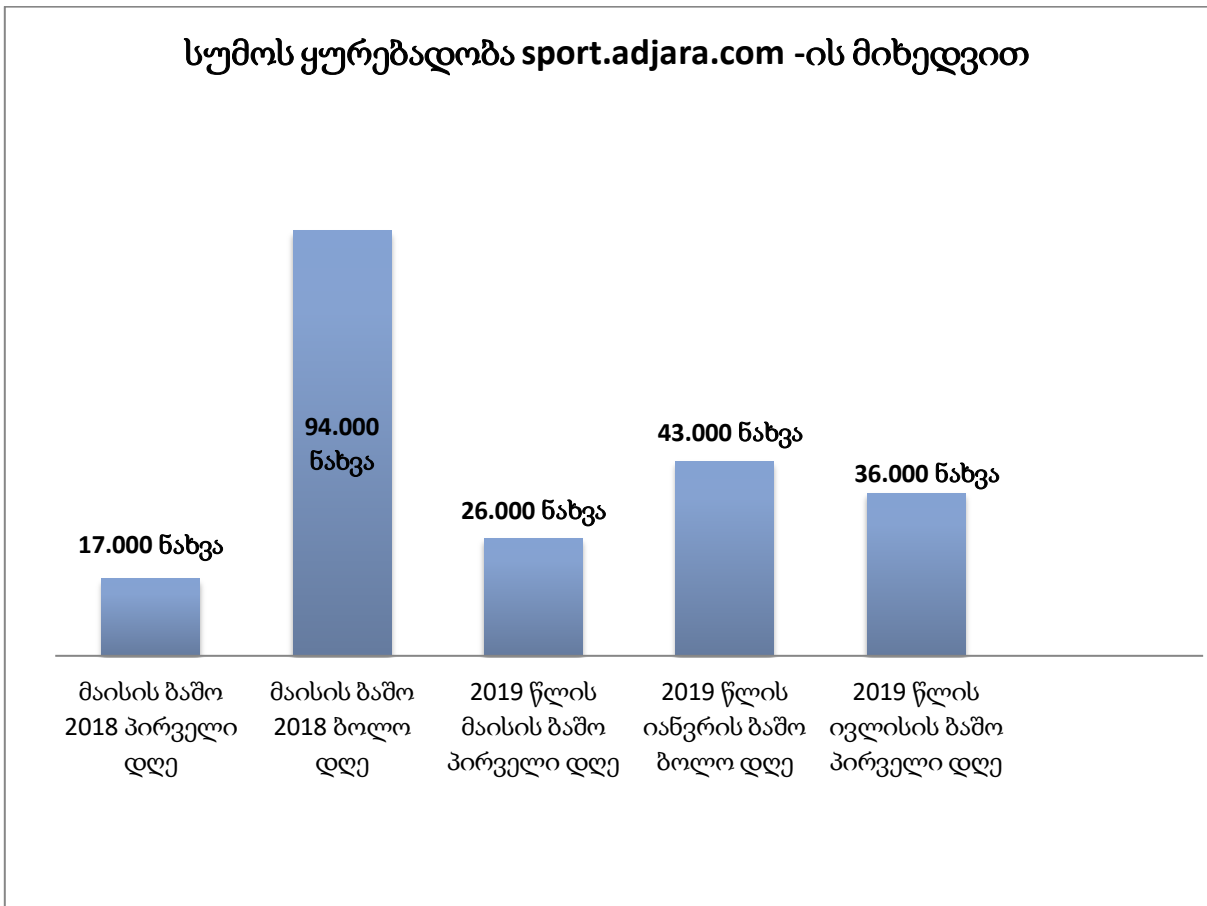
2018 წლის 7 ოქტომბერს ბასილაშვილმა მორიგი საოცარი გამარჯვება იზეიმა. ქართველმა ჩოგბურთელმა ჩინეთის ტურნირი მოიგო.

„ეს არის მაგალითი თავდადებისა, თუ როგორ უნდა იბრძოლო, როგორ უნდა იწვავო და გახდე წარმატებული საქართველოს სახელით.“ - ამ ფარზით ასრულებს კომენტატორი რეპორტაჟს. ფრაზა ზუსტად ფასუხობს აღნიშნული კვევი ჰიპოტეზას. სპორტსმენი წარმოგვიდგინა, როგორც მებრძოლო, რომელმაც სამშობლოსთვის უნდა იშრომოს, იბრძოლოს და სახდეს წარმატებული საკუთარი ქვეყნის წამოსაჩენად. ასევე ეს შემთხვევა უნდა გახდეს მაგალითი და მისაბაძი ყველასთვის.

სუმო - სპორტის სახეობა რომლის შესახებაც ტოჩინოშინის გამოჩენამდე ქართველმა გულშემატკივარმა ბევრი არაფერი იცოდა. იაპონური საბრძოლო სახეობა, მთელი რიგი რიტუალებით ჩვენს ქვეყანაში პოპულარული ხდება, მას შემდეგ რაც ტოჩინოშინი 2018 წლის იანვრის ბაშო 14-1 ბალანსით ასრულებს და საიმპერატორო თასს იგებს, ამავე წლის მაისში კი ოძეკის ტიტული ენიჭება. ლევან გორგაძის გამარჯვება უდიდესი სენსაცია იყო, რადგან ბოლოს რიგითმა მათემატიკის (უმალესი დივიზიონის ყველაზე დაბალი რანგი) ბაშო 6 წლის წინათ მოიგო.

იანვრის ბაშოს შემდეგ ჩნდება მეტი ინფორმაციის მოთხოვნილება. მაისში სპორტული პორტალის sport.adjara.com-ის facebook-ის გვერდზე იწყება ლაივრეპორტაჟები ქართული კომენტარებით. (კვლევითი ეს გვერდი შეირჩა, დაგანაც პირველად აქ დაიწყო სუმოს ტრანსლირება და ქართულ სატელევიზიო სივრცეში ბაშოს ტრანსლირება ამ დრომდე არ ხდება) რეიტინგისთვი ვიდეობის ნახვის რეიტინგით ვიხელოვდვანელეთ. (მაყურებელთა რაოდენობის შესახებ იხილეთ ცხრილი 1.1)

სუმოს ყურებადობა sport.adjara.com -ის მიხედვით



2018 წლის მაისის ბაშოზე 17 000 მაყურებელი ჰყავდა პირველ დღეს, ტურნირის დასკვნით დღეს ვიზიტორების რაოდენობამ პიკს მიაღწია, რადგანაც ქართველი ოძეკი გახდა და მთელი ქვეყანა ამ მოვლენას ელოდებოდა.

2019 წლის იანვრის ბაშოზე ტოჩიმ ასპარეზობა ტრავმის გამო შეწყვიტა, ამიტომაც ეს ტურნირი საქართველოში რეიტინგული არ აღმოჩნდა. მაისი მათზე ლევანს ოძეკის ტიტული ჰქონდა დასაბრუნებელი, რაც ქართველ გულშემატკივარში დიიდ მღელვარებას იწვევდა. საბოლოოდ ქართველმა გამადწყვეტი ბრძოლის მოგება შეძლო.

2018 წლის მაისის ბაშოზე ქართველმა მონღოლი ჰაკუჰო დაამარცხა.

„დოჰიოზე ტიტანები დგანან, ქართველი და მონღოლი.“ მავაში ავიღეთ, მიდი ლევან შენ გეაცვალე, მიდი გენაცვა, მოითქვი სული და კიდევ ერთი მიძალე. ლევან ფრთხილად,

ბოლომდე, აააააააააააააააააააა, თეთრი ფენიქსი დავამარცხეთთთთ, აეეეეეეე, საოცრება ვიხილეთ, სასწაული, გილოცაავთ!!!!!! წარმოდგენელი რამაა. შევაქოთ ჩვეინი ფალავანი, რომელმაც სასწაული ბრძოლა მოიგო. ლეგენდა დავამარცხეთ, სუმოს პელე, ჯორდანი, ფედერერი რავიცი“.

„ფრთამოტეხილი არწივი სასწაულებს ჩადის, (ტრავმირებულია) გენაცვალე ლევან, გილოცავთ ყველას. - იკიოისთან მოგებული ბრძოლა 2018 წლის მაისში.

„აბა დავირაზმეთ,“ - ჩიოტაირიუსთან.

2019 წლის მაისის ბაშოზე ლევან გორგაძემ შეჯიბრის მე-14 დღეს კაკურიუ დაამარცხა და ოძეკის ყიტული დაიბრუნა.

„მიდი ლევან მიდი შენს გვერდითაა დღეს მთელი საქართველო. დოჰიოზე ოძეკი დგას გილოცავთ,“ - კომენტირება 2019 წლის მაისი ბაშოზე კაკურიუსთან გამარჯვებისას.

ტოჩიოშინის ბრძოლების გაშუქებისას ხშიად ისმის ფრაზები ქართველი ოძეკი, იაპონიაში დარბაზშიც არაერთხელ გამოჩენილა საქართველოს დროშა.

მას შემდეგ რაც ტოჩინოჩინმა ოძეკის ტიტული მოპოვა და იაპონიაში წარმატებული სპორსმენი გახდა, იაპონიის ელჩმა საქართველოში ტადაჰარუ უეჰარამ განაცხადა, რომ ტოჩიმ ქართველი და იაპონელი ხალხი დაახლოვა.

ლევან გორგაძე იაპონიაში საქართველოს სიმბოლოდ იქცა, ამის დასტურია რაგბის მსოფლიო თასის მასპინძელი იაპონიის გადაწყვეტილება. ტკიოს ერთ-ერთ ქუჩაზე ქათველი სუმოსტის ძეგლი დადგეს, რომელსაც ხელში რაგის ბურთი უჭრავს. 2019 წელს ამომავალი მზის ქვეყანა მასშტაბურ ტურნირს უმასპინძლებს, სადაც ქართველი „ბორჯღალოსნებიც“ მონაწილეობენ, სწორედ ამიტომ ტოჩის საქარველოს წარმომსდგენლის პატივი ერგო.

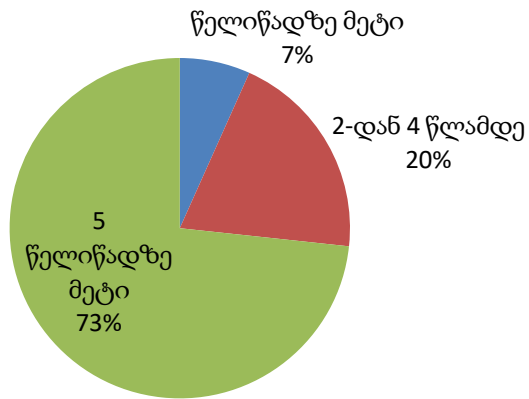
¶ 4.6 კომენტატორების დამოკიდებულება ქართველი სპორტსმენების ასპარეზობის გაშუქებისას - გამოკითხვის ანალიზი

პირისპირი გამოკითხვის მეთოდით, გამოკითხეთ კომენტატორები, რომელთაც საქართველოსთვის მნიშვნელოვანი სპორტული მოვლენების ამსახველი რეპორტაჟები მიჰყავთ. გამოკითხვის მიზანია დავადგინოთ როგორ აღიქვამენ თავად კომენტატორები ქართველი სპორტსმენის ასპარეზობას საერთაშორისო ასპარეზზე. ეროვნული იდენტობისა და მებრძოლის მეტაფორებს ავტომატურად იყენებენ თუ ეს ხდება გააზრებით.

გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღეს, საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის, SILK TV-ის, ტელეკომპანია იმედზე გასული სარაგბო მატჩების კომენტატორებმა და ADJARASPORTS.COM-ის სუმოს კომენტატორებმა. გამომდინარე იქედან, რომ ეროვნული ნაკრების მატჩების, ოლიმპიური თამაშებისა და სხვა მასშტაბური სპორტული მოვლენების კომენტირებას საქართველოში რამდენიმე კომენტატორი ახორციელებს, ჩვენი სამიზნე აუდიტორია 20 რესპონდენტს მოიცავს.

ქართულ სატელევიზიო სივრცეში არ არსებობს ქალი კომენტატორი, შესაბამისად, გამოკითხულთა 100 % მამრობითი სქესისაა. მათი პროფესიული გამოცდილება კი ხშირ შემთხვევაში 5 წელზე მეტია. (იხლეთ დიაგრამა: 2.1)

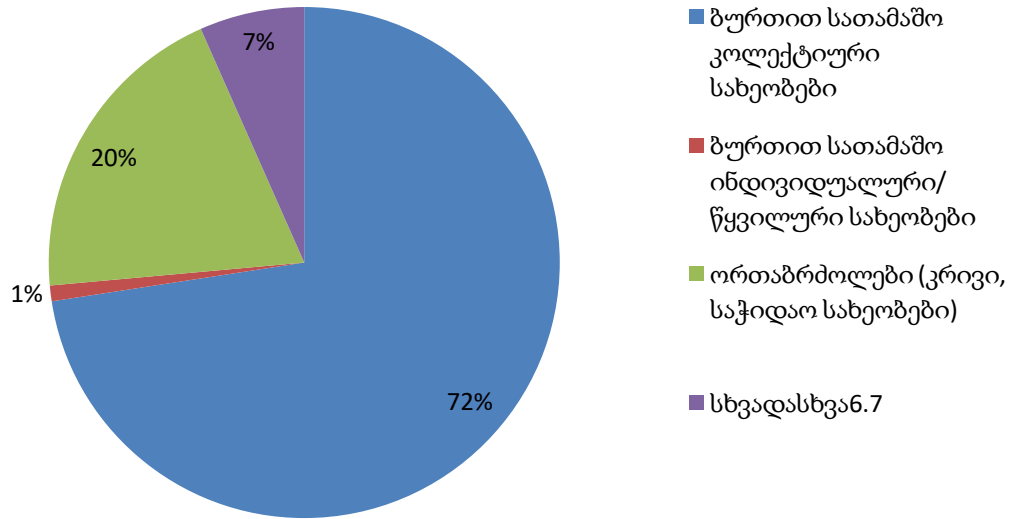
დიაგრამა 2.1.
სპორტულ კომენტატორად მუშაობის სტაჟი



გამოკითხვის შედეგად დასტურდება, რომ კომენტატორთა უმრავლესობა ბურთით სათამაშო გუნდურ სახეობას უწევს კომენტირებას (72 %) მეორე ადგილზე (20 %) საჭიდაო და საბრძოლო სახეობებია, კომენტატორთა 7 % კი სხვადასვა ერთდროულად სახეობაზე მუშაობს. (იხილეთ დიაგრამა 2.2.)

დიაგრამა 2.2.

სპორტის სახეობები, რომელთა კომენტარებაც გიწევთ

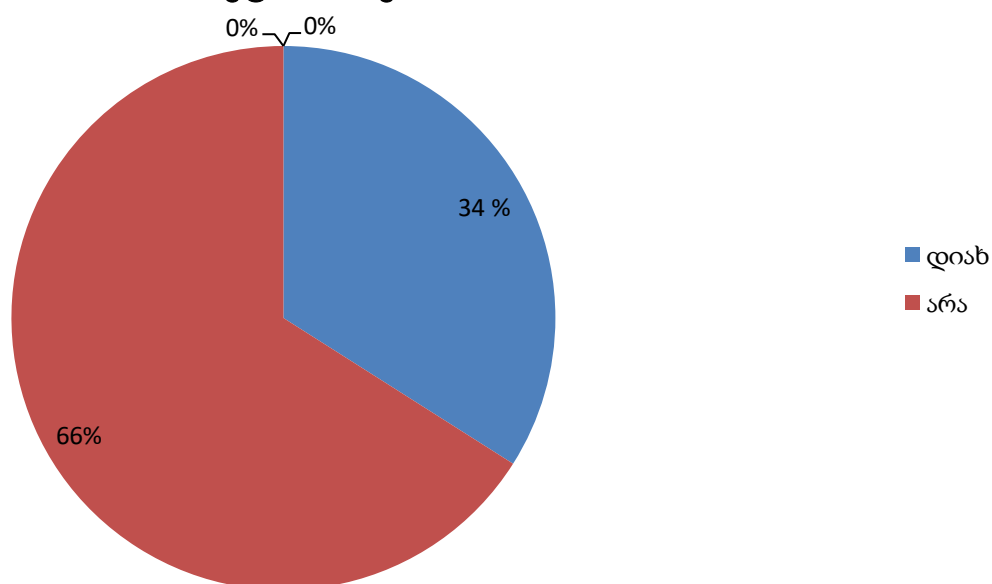


რეპორტაჟის წაყვანისას ქართველი კომენტატორების უმრავლესობისთვის (70 %) მნიშვნელოვანია შეჯიბრში ქართველი სპორტსმენი მონაწილეობდეს.

99 % თვლის, რომ სპორტული კომენტარების ენა არენაზე მიმდინარე მოვლენების ასახვაა. სპორტული კომენტარის ენა უნდა იყენებდეს საომარი მოქმედებების აღუზიებს, ასოციაციებს, მეტაფორებს, მეტონომიებს? - ამ კითხვაზე კომენტატორთა მოსაზრებები განსხვავებულია. (იხილეთ დიაგრამა 2.3)

დიაგრამა 2.3

სპორტული კომენტარის ენა უნდა იყენებდეს საომარი მოქმედებების ალუზიებს, ასოციაციებს, მეტაფორებს, მეტონომიებს



გამოკითხულთა 80 % მიიჩნევს, რომ სპორტული კომენტარის ენა ლოკალური კულტურის ამსახველია. 64 % თვლის, რომ სპორტული ღონისძიება თეატრალიზებულ-რიტუალური ბუნებისაა.

კომენტატორების გამოკითხვიდან ვლინდება, რომ მნიშვნელოვანია ქართველის ასპარეზობა საერთაშორისო ასპარეზზე, ასევე სპორტს არ აქვს მხოლოდ პირადპირი დატვირთვა, ის არის როვნული დენტობის გამოვლინების შესანიშნავი შესაძლებლობა ასევე, ქვეყნის წარმოჩენისთვის საერთაშორისო ასპარეზზე კარგი შესაძლებლობაა. (გამოკითხულთა 100 %-ის პასუხი დადებითია)

გამოკითხვის ერთ-ერთი კითხვა ეხებოდა თავად კომენტატორების ან მათი კოლეგების მიერ გამოყენებულ მეომრული ტერმინოლოგიას.

გამოკითხვის მსვლელობისას რამდენიმე საინტერესო პასუხი მოვისმინეთ:

„სანგრების გათხრა,“ „მძიმე არტილერია,“ „ფრონტის ხაზი,“ „კაპიტულაცია,“

„კაცი კაცსა შემორსტყორცნა, ცხენ-კაცისა დადგა გორი,“ - ამ პასუხებით ნათლად იკვეთება, რომ ქართველი კომენტატორები, რეპორტაჟების კომენტარებისა მეომრის ტერმინოლოგიას იყენებენ და რიგ შემთხვევებში ეს ბრძოლა ნამდვილი ომი დონემდეა აყვანილი.

თავი 5. დასკვნები

¶ 5.1 დასკვნა

კვლევს შედეგად, დადასტურდა ჰიპოთეზა იმის შესახებ, რომ ქართულ მედიაში სპორტული რეპორტაჟების კომენტარებისას ხდება სპორტსმენის, როგორც მებრძოლის ეროვნულ ასპექტში წარმოჩენა.

კვლევის თეოეული ნაწილით დასტურდება, რომ სპორტსმენი, გაიგივებულია იმ ქვეყანასთან, რომელსაც წარმოადგენს. მედიაში გაშუქების სტანარტებით და ამ საკთხების გაშუქებას გამოყენებული ფრეიმების გათვალისწინებით ვლიდება, რომ მასშტური სპორტული ღონისძიებები ქვეყნებს შორის ერგვარი მშვიდობიანი ჭიდილია. მთელი რიგი პრინციპული დაპირისპირებით და გამარჯვების განსაკუთრებული სურვილით.

ქართულ მედიასივრცეში ტრანსილირებულ რეპორტაჟებში კმენტატორები სპორტსმენისგან ხშირად ქმნიან მებრძოლის ხატს. სპორტულ ასპარეზზე წარმოგვიჩენენ ადამიანს, რომელიც ქვეყნის წარმომადგენელია და სამშობლოსთვის ბოლმდე უნდა იბრძოლოს. სპორტში გამოყენებული ეროვნულ სიმბოლებს, დროშას, ჰიმნს გერბს განსაკუთრებული დატვირთა აქვს ეროვნულობაზე ხაზგასის მხრივ.

რეპორტაჟებში გაარჯვების შემდეგ ან მატჩამე ჰიმნის შერულების რიტუალი გასაკუთრებული მიდგომით ხასიათდება. „ გაიმარჯვეს და ააჟღერეს საქართველოს ჰიმნი,“ „საქართველოს დროშა ყველაზე მაღლა აიწევა,“ „ქართველი სპორტსმენი კვარცლბეკის უმაღლეს საფეხურზე დგას,“ „საქართვეს მიუწვდმელია ყველა მეტოქისთვის“ - კომენტატორების მიერ გამოყენებული ეს ფრაზები ეროვნული ასპექტის მნიშვნელობას პიდაპირი დატვირთვით გამოხატავს.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა გადატანითი მნიშვნელობით გამოყენებული ფრაზების ეროვნული დატვირთვა. „ჩვენ“ „ჩვენი სპორტსმენი“ მოვიგეთ“ „დავაიპონეთ“

„დავამარცხეთ“ - ამგვარი დივერგენცია ცხადყოფს, რომ ინდივიდუალურ ან გუნდურ სახეობაში ქვეყნის სახელით მოასპარეზე გუნდი ან კონკრეტული სპორტსმენი წარმოაგენს ქვეყნის ერთიანობას. ერთის გამარჯვება ასოცირდება ერის გამარჯვებასთან, პირველობის მოპოვება სპორტულ ასპარეზზე გაიგივებულია ქვეყნის დაწინაურებასთან, გამარჯვება პრინციპულ მეტოქესთან ნიშნას ომის მოგება. პრაქტიკული კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ხდება პოლიტიკური მოვლენების გადატანა სპორტულ რეპორტაჟებში. ამის ნათელი დასტურია, ლაშა შავდათუაშვილის გამარჯვება 2016 წლის 8 აგვისტოს. რეპორტაჟში არერთხელ ყო აღნიშნული, რომ ამ პინციპულ დღეს რუსელთან გამარჯვებას საქართველოსთვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა ჰქონდა.

ასევე დადასტურდა მოსაზრება, რომ სპორტის კონკრეტული სახეობის პოპულარიზაცია დამოკიდებულია ქართველი სპორტსმენის წამატებაზე. აღნიშნული მოსაზრების ნათელი დასტურია ნიკოლოზ ბასილაშვილის და ტოჩინომინის ასპარეზობის ტრანსილრების ანალიზი. წარმოდგენილმა რეტინგმა დააასტურა, რომ სუმო ლევან გოგრაძის წარმტების შემდეგ საქართვეოში აქტუალური ხდება. „ქართველი ოძეკი“ კი (ამ შესატყვის ხშიად იყენებენ და განსაკუთრებულ სიმაყესთნ ასოცირდება, რადგანაც სუმოს იერარქიაში ოძეკი ნიშნელოვანი იტულია და ამ გამორჩეულ სტატუსს ქართველის დამატება ერთგვარ სიამაყეს წარმოადგენს) იაპონიაში საქართველოს სიმბლოდ იქცა, რაზე ტოკიოში დადგმული ძეგლი მეტყველებს.

„ეს არის მაგალითი თავდადებისა, თუ როგორ უნდა იბრძოლო, როგორ უნდა იწვალო და გახდე წარმატებული საქართველოს სახელით,“ - ქართველი ჩოგბურთელის, ნიკოლოზ ბასილაშვილის გამარჯვების შეფასება ქართველი კომენტატორის მიერ პირდაპირ ადასტურებს კვლევის ჰიპოთეზას.

ბძოლა, წარმატება და ეს ყელაფერი ქვეყნისთის. ქართველი ჩგბურთელის წარმატება წარმოჩენილია, როგორც საქართველოს წარმატება და კომენტატორი ხაზგასმით აღნიშავს, რომ სპორტსმენის ერთ-ერთი მთავარი მიზანი უნდა იყოს წარმატება სამშობლოს წარმოსაჩენად. ბრძოლა ქვეყნისთვის და საკუთარი ხალხისთვის.

კომენტატორების გამოკითხვამ გამოკვეთა, რომ მნიშვნელოვანია ქართველი სპორტსმენის ასპარეზობა. სპორტი არ ნაგიხილება როგორც მხოლოდ შეჯიბრი, ეს ასოციდება გარკვეულ თეატრალიზებულ-რიტუალურ წარმოდგენასთან. ეროვნული იდენტობოს გამოვლენსთან და ქვეყნის პოპულარიზაციასთან საეთაშორისო ასპარეზზე.

გამოკითხვით ნაწილობრივ დადასტურდა ჰიპოთეზა იმის შესახებ, რომ სპორტსმენი მებრძოლია. გამოკითხულთა 34% თვლის, რომ სპორტული კომენტარის ენა უნდა იყენებდეს საომარი მოქმედებების აღუზიებს, ასოციაციებს, მეტაფორებს, მეტონომიებს. ამ მაჩვენებლის მიუხედავად, რეპორტაჟების კომენტარების ანალიზის პოცესში განსხვავებულ სინადვლეს ვაწყდებთ. ზემოთ მოყვანილი მაგალთებით დასტურდება, რომ სპორტსმენი გაიგივებულია და ხშირად ასოცრდება მებრძოლთან, მისი შეჯიბრება აყვანილია ეროვულ დონეზე.

კმენტატორების ფრაზა „გილოცავთ ყველას, სრულიად საქართველოს“ - ნათელი ასტურია რომ სპორტს განიხილავენ, როგორც ეროვნული თვითმყოფადობის მნიშვნელოან გამოვლინებას და ქართველი სპორტსმენის წარმატება ნებისმიერი მოქალაქისთვის საამაყოა, ეს აუცილებელი პირობა ჩვენ მიერ გამოკვლეულ ყველა რეპორტაჟში იკვეთება.

¶ 5.2. კვლევის შედეგმა საკვლევ კითხვებს უპასუხა

კვლევის შედეგად პასუხი გაეცა ყველა საკვლევ შეკითხვას:

- ხდება თუ არა სპორტულ რეპორტაჟებში სპორტსმენის, როგორც სამშობლოსთვის მებრძოლის წარმოჩენა? - აღნიშნულ საკითხზე განსხვავებულია კომენტატორების მოსაზრება და მათ მიერ გამოყენებული ფრაზები. ტრანსილირების დროს სპორტსმენის მიმართ გამოთმული მეტაფორებით დასტურდება, რომ ის გაიგივებულია მებრძოლთან. გამოკითხვის შედეგად კი იკვითბა რომ კომენტატორები თვლიან, რეპორაჟების მსვლელობისა ძირითადი აქცენტი სპორტული მოლენსი ასახვაზე უნდა კეთებოდეს (99 %) და სპორტსმენი მეომართან არ უნდა გაიგივდეს.
- რა ფორმით ხდება სპორტსმენის მებრძოლად წარმოჩენა სპორტულ რეპორტაჟებში?

სპორტულ რეპორტაჟებში სპორტსმენის წარმოჩენაზე პრატიკული კვლევით დადასტურდა, რომ რეპორტაჟებში სპორტსმენი ქმნის ქვეყნის ხატს. სამშობლოსთვის მეომარ,ს რომელსაც რიგ შემთხვევებში პოლიტიკური რევანშის აღებაც ევალება.

მძაფრი ემოციის დროს კომენტატორები ხშირად მიმართავენ სპორტსმენის გამხნევების მეთოდს და ეს გამხნევებაც, სამშობლოსთან ასოცირდება, „მიდი შენი ქვეყნისთვის“ „ეს გამარჯვება დღეს საქართველოს სჭირდება, „ ქართველი ხალხი მოგების მოლოდინშია და ეს იმედი უნდა გაამართლო,“ - ამ ფრაზებით იკვეთება გარკვეული ვარდებულება, ერისა და სამშობლოს წინაშე და ზუსტად ეს ერთგვარი ვალდებულება უნდა იქცეს მოტივაციად, შემართების გასამძლავრებლად.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9–20. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x>.
2. McQuail, D. *McQuail's Mass Communication Theory*
3. Framing as a Theory of Media Effects - Dietram A. Scheufele
4. FRAMING THEORY - Dennis Chong and James N. Druckman
5. Framing theory in communication research. Origins, development and current situation in Spain - CA Martínez Arcos
6. more Than a Game: Sports Media Framing Effects on Attitudes, Intentions, and Enjoyment
7. National Sport Discourses and the 2007 NBA Finals: An Analysis of the Portrayals of American and International Basketball - Olan Scott, Dwight Zakus, Brad Hill
8. Renan, E. (1990) What is a nation? in H.K. Bhabha (ed.), *Nation and Narration*. London: Routledge
9. DECOLONIZING TRANSNESS IN SPORT MEDIA: THE FRAMES AND DEPICTIONS OF TRANSGENDER ATHLETES IN SPORTS ILLUSTRATED - Tammy Rae Matthews
10. K.W. (1953) *Nationalism and Social Communication: An Enquiry into the Foundation of Nationality*.
11. Smith, A. (1971) *Theories of Nationalism*. 1st ed. London: Duckworth, 1986: Smith, A. (1986) *The Ethnic Origin of Nations*. Oxford: Basil Blackwell
12. Hobsbawm, E. J. (1992) *Nations and Nationalism since 1780*. Cambridge: Cambridge University
13. Barrie Houlihan -Sport, national identity and public policy 114-119, 120-135,
14. The importance of sport in forming a national identity ,Dr Matt Ashton, Nottingham Trent University
15. Gellner, E. (1983) *Nations and Nationalism*

16. Sports and Media in Germany: Historic Milestones and Key Facts about Football and Sports Media in Germany - Thomas Horkey - Journal of Chengdu Sport University Vol. 42 No. 2. 2016
17. Globalization and Sports in Asia - Younghun Cho - Charles Leary Steven J. Jackson
18. Thomas Horkey - Journal of Chengdu Sport University Vol. 42 No. 2. 2016
19. Sports and Nationalism in a Globalized World - Ørnulf Seippel P. 46-48
20. Department of Cultural and Social Studies, Norwegian School of Sport Science (2017)
21. Sport, national identity and public policy - BARRIE HOULIHAN* - 2DE – 1997 - P. 113 – 115
22. Cable 1994: 5; see also Balibar and Wallerstein 1992; Fukuyama 1992; Hassner 1993; Huntingdon 1993; O'Brien 1992
23. Department of Education 1995: 1
24. Fitness and Amateur Sport 1992
25. http://www.tvmr.ge/ka#!ka/tam_results/1:416:0/24|06|2019%20-%2030|06|2019
26. https://geonoc.org.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=97
27. http://gif.ge/geo/news?info_id=1036
28. <https://sportall.ge/tags.html?tags=12516-%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%9D+2016&start=200>
29. <https://sportall.ge/tcidaoba/dziudo/130908-minski-2019-lasha-shavdathuashvilma-rusi-dziudoisti-daamarckha-danakevarfinalshi-gavida-video.html>
30. <https://sportall.ge/sport/tcidaoba/dziudo/95055-rio-2016-lasha-shavdathuashvilma-rusi-denis-iarcevi-daamarckha.html?orderBy=0>
31. <https://sportall.ge/sport/skhvadaskhva/olimpizmi/95060-rio-2016-vasha-lashas-pirveli-da-istoriuli-medali-video.html>
32. <https://www.palitravideo.ge/yvela-video/sporti/76707-pirveli-oqro-rios-olimpiadaze-lasha-talakhadze-olimpiuri-chempionia.html>
33. <http://newposts.ge/iOS/index.php?newsid=116569&back=1>
34. <https://sportall.ge/sport/skhvadaskhva/olimpizmi/95452-rio-2016-vladimer-khinchegashvili-olimpiuri-chempionia-video.html>

35. <https://sportall.ge/sport/skhvadaskhva/olimpizmi/95456-vladimer-khinchegashvilis-dajildoeba-da-sagarthvelos-himni-rios-olimpiadaze-video.html>
36. <https://popsport.com/article/6531-aris-pirveli-medali-msoplios-chempionatze-papinashvilma-brinjao-moigo>
37. <https://www.facebook.com/silkmediahouse/videos/342833893156253/>
38. <https://www.facebook.com/silkmediahouse/videos/1802681779810660/>
39. <https://www.youtube.com/watch?v=0h934zxp3FA>
40. https://www.youtube.com/watch?v=RdS_hdnx14&t=5959s
41. <https://www.facebook.com/adjarasport/videos/1902077839823964/>
42. <https://www.facebook.com/adjarasport/videos/1916425445055870/>
43. <https://www.facebook.com/adjarasport/videos/424757231655832/>
44. <https://www.facebook.com/adjarasport/videos/1095030770708087/>
45. <https://www.facebook.com/adjarasport/videos/1271712149658885/>

დანართი #1

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Khatia Tsartsidze

National Aspects of Homo militaries in Coverage of Sports Competitions

Faculty of social and political sciences

Master Programme of Mass Communication and Media Studies

The thesis submitted for the degree of Master of Arts in Mass Communication and
Media Studies

Research Supervisor: Khatuna Maisashvili

TSU Associate Professor

Academic Doctor in Mass Communicationdoqtor

Tbilisi

2019 Year

