

# ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

გიორგი პავლიაშვილი

თანამედროვე ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების  
ძირითადი ტენდენციები

მასობრივი კომუნიკაცია და მედია კვლევა

ნაშრომი შესრულებულია მასობრივი კომუნიკაციისა და მედიის კვლევის  
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ნაშრომის ხელმძღვანელი: მარი წერეთელი  
ასოცირებული პროფესორი

თბილისი  
2019

## ანოტაცია

სამაგისტრო ნაშრომში გაანალიზებულია სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების ისტორია საქართველოში და მისი თანამედროვე მდგომარეობა. ნაშრომში გამოყენებულია სოციალური კვლევის მეთოდები – დისკურსის ანალიზი და შინაარსის/კონტენტ ანალიზი. აღსანიშნავია, რომ კვლევას აქვს ინტერდისციპლინური მიმართულება. სპორტული ჟურნალისტიკა გააზრებულია სხვადასხვა პოზიციიდან როგორც ჟურნალისტიკის ისტორიისა და თეორიის, ისე კულტურის კვლევათა პოზიციიდან. ნაშრომში საგანგებო ყურადღება ეთმობა თანამედროვე მედია კვლევების თეორიულ ასპექტებს, ასევე ჟურნალისტიკის განვითარების ტენდენციებს გლობალიზაციის კონტექსტში. გამოყოფილია მნიშვნელოვანი კონცეპტები – კონვერგენტულობა, მულტიმედიურობა, ტრანსმედიულობა, ჰიპერტექსტუალობა და ა.შ. ამგვარი ანალიზით განხილულია „ახალი მედია“ და ინტერნეტ მედიის განვითარების თანამედროვე მდგომარეობა და სამომავლო პერსპექტივები. კვლევა აჩვენებს, რომ ეს კატეგორიები მნიშვნელოვანი და აქტუალურია თანამედროვე ქართულ და მსოფლიო ონლაინ მედია სისტემებში.

სამაგისტრო ნაშრომში სპორტი გაანალიზებულია, როგორც საზოგადოებრივი და სოციოკულტურული ფენომენი; მისი ჩამოყალიბების ისტორია მსოფლიოსა და საქართველოს მაგალითზე. საგანგებო მსჯელობაა გაშლილი სპორტის, სპორტული ჟურნალისტიკის როლის შესახებ ნაციონალიზმისა და იდენტობის კვლევათა კონტექსტში. ასეთმა მიდგომამ გამოკვეთა, რომ საქართველოში სპორტმა და სპორტულმა ჟურნალისტიკამ აირეკლა ნაციონალიზმის ტენდენციებიც. კვლევაში ასევე საგანგებო ყურადღება ეთმობა სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარებას საქართველოში, ქართულ სპორტულ გამოცემებს, როგორც ბეჭდურს, ასევე ონლაინ გამოცემებსაც.

და ბოლოს, სამაგისტრო ნაშრომის ფარგლებში ჩატარდა საგანგებო კვლევა, გამოიკითა 5 რესპონდენტი (სპორტული ჟურნალისტები, მედია მენეჯერი, ფედერაციის პრეზიდენტი და სხვ.), ინტერვიუები გაანალიზებულია შინაარსის ანალიზის მეთოდით და შემოთავაზებულია დასკვნები.

## **Annotation**

The Master's Thesis analyzes the history of the development of sports journalism in Georgia and its modern state. The study uses social research methods - discourse analysis and content analysis. It should be noted that the research is interdisciplinary in nature. Sports journalism is analyzed from different angles- journalism history and theory, as well as from the angle of culture. Special attention is paid to the theoretical aspects of contemporary media studies, as well as trends in journalism in the context of globalization. Moreover, some important concepts are pinpointed - convergence, multimedia, transmedia, hypertextuality, etc. The paper analysis "new media" and the modern state of internet media development and future prospects. The study shows that these categories are important and relevant media systems in Georgia and in the world, generally.

The thesis analysis the sport as a public and socio-cultural phenomenon and focuses on the history of its establishment on the example of the world and Georgia. The role of sport and sports journalism in the context of nationalism and identity are especially interesting nowadays. Such approach indicated that sports and sports journalism in Georgia reflected the tendencies of nationalism too. The research also provides special attention to the development of sports journalism in Georgia, Georgian sports editions as well as print and online editions.

Finally, within the framework of the Master's Thesis, a special survey was conducted, 5 respondents (sports journalists, media manager, president of the federation, etc.) were interviewed. The interviews are analyzed with the help of the content analysis method and in the end conclusions are proposed.

## სარჩევი

შესავალი.....	5
თავი I. სპორტი, როგორც სოციოკულტურული ფენომენი.....	8
1.1 სპორტი და ჟურნალისტიკა, როგორც თეორიული პრობლემა.....	10
1.2 „ახალი მედია“ – ტერმინები და ცნებები .....	13
თავი II. სპორტული ჟურნალისტიკის ისტორია .....	18
2.1 სპორტული ჟურნალისტი და პროფესიული შემოქმედება .....	20
თავი III. სპორტული ჟურნალისტიკა მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრის საქართველოში: ნაციონალიზმისა და კულტურული იდენტობის კონტექსტში.....	22
3.1 თანამედროვე ქართული სპორტული ჟურნალისტიკა: ისტორია, გენეზისი და ჯანრული თავისებურებები .....	28
3.2 ინტერვიუები ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის შესახებ.....	37
დასკვნა.....	51
გამოყენებული ლიტერატურა:.....	53

## შესავალი

სამაგისტრო ნაშრომის მიზანია სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების ტენდენციების ჩვენება საქართველოს მაგალითზე. თანამედროვე მედიის კვლევებში შეინიშნება სულ უფრო მზარდი ინტერესი სპორტული ჟურნალისტიკის კვლევების შესახებ. ქართული გამოცდილება მეტად საინტერესოა და იმსახურებს სათანადო დაკვირვებასა და ანალიზს. აღსანიშნავია, რომ საკითხი ქართული ჟურნალისტიკის განვითარების ისტორიაში სპორტულმა პრესამ თუ სხვა მედიასაშუალებებმა მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა. არსებობს საკმაოდ მდიდარი ემპირიული მასალა, რომელიც სათანადოდ და სიღრმისეულად ჯერ კიდევ არ არის შესწავლილი და შესაბამისი მეცნიერული დასკვნები გამოტანილი. ამრიგად, აქტუალურია ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის შესწავლა როგორც ქართული, ისე საერთაშორისო გამოცდილებების გათვალისწინებით. ამგვარი გზით მოხდება, ერთი მხრივ ქართული მასალის ადაპტირება უკვე არსებულ სამეცნიერო გამოცდილებასთან, მეორე მხრივ კი გაამრავალფეროვნებს თავად ამ მიმართულების კვლევებს ახალი მასალებით. შესაძლებელია, ნაშრომმა ხელი შეუწყოს უფრო ფართო და ზოგადი კვლევების წარმოებასაც ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის ცალკეულ საკითხებში.

ამრიგად, ნაშრომი წარმოადგენს იმ პრობლემებში გარკვევის ცდას, რომელმაც უნდა წარმოაჩინოს რამდენიმე თეორიული და პრაქტიკული საკითხი:

- სპორტის, როგორც სოციოკულტურული ფენომენის განვითარების ისტორია, მისი ლოკალური გამოცდილება საქართველოს მაგალითზე;
- თანამედროვე მედიის კვლევების თეორიული ასპექტები;
- სპორტული ჟურნალისტიკის ისტორია და მისი გენეზისი ქართულ ჟურნალისტიკაში;
- ჟურნალისტური ჟანრები და მათთან სპორტული ჟურნალისტიკის მიმართება;
- სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების ძირითადი ტენდენციები თანამედროვე ქართულ მედია დისკურსში.

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია ინტერდისციპლინური კვლევების კონტექსტში, საკვლევი პრობლემა გაანალიზებულია ჟურნალისტიკის ისტორიისა და თეორიის, სპორტის ისტორიის, კულტურის კვლევებათა გადაკვეთაზე.

როგორც საყოველთაოდ აღიარებულია, თანამედროვე კვლევების სადღეისო ამოცანას და მის მომავალს წარმოადგენს **დისციპლინათაშორისი** (ე. წ. ინტერდისციპლინური) და სამომავლოდ სხვადასხვა დისციპლინათა გადაკვეთაზე ჩატარებული (ე.წ. კროსდისციპლინური) კვლევები. ამიტომ, თანადათანობით დავიწროვდა და გართულდა კიდევ სამეცნიერო პრობლემების განხილვა და ახსნა მხოლოდ შესაბამისი დარგის პერსპექტივიდან. გლობალიზაციის ინტეგრაციული და ინტენსიური პროცესები ყველა სფეროზე ახდენს გავლენას და მათ შორის, ცხადია, მეცნიერებაზეც. ამდენად, სულ უფრო გამოიყენება ისეთი ტერმინები, რომლებიც ფარავს რამდენიმე ლოკალურ, კონკრეტულ დარგს და აერთიანებს მას.

საკვლევ პრობლემას ჩვენ ვუდგებით სწორედ ასეთი პერსპექტივიდან: განვიხილოთ სპორტი და სპორტული ჟურნალისტიკა, როგორც თეორიული მეცნიერული პრობლემა და ქართული ლოკალური გამოცდილების მიმართება არსებულ, დამკვიდრებულ სამეცნიერო პრაქტიკასთანაც.

სამაგისტრო ნაშრომის შესასრულებლად გამოყენებულია რამდენიმე კლასიკური მეთოდი:

**დისკურსის ანალიზი** - აქტიურად გამოიყენება სოციალურ და კულტურის კვლევებში. დისკურსი, როგორც სამეცნიერო ლიტერატურიდანაა ცნობილი, პოსტსტრუქტურალისტური ფილოსოფიიდან იღებს სათავეს და უკავშირდება მიშელ ფუკოს სახელს. „დისკურსი არის წესრიგი, რომელიც საფუძვლად უდევს ცალკეულ გამონათქვამს და რომლითაც ხორციელდება გამონათქვამთა შერჩევა, კონტროლი და წარმოება“ (ცაგარელი, 2016:164).

დისკურსის ანალიზში განსაკუთრებული ფუნქცია ენიჭება ისეთ ცნებებს, როგორებიცაა „ცოდნა“ და „ძალაუფლება“ და კულტურის კვლევებში ეს მნიშვნელოვანი კონცეპტებია. მიუხედავად ამისა, დისკურსის ანალიზის მეთოდს ჩვენ ვიყენებთ როგორც არსებული ცოდნისა და ემპირიული მასალის გაანალიზების მეთოდოლოგიურ საშუალებას. მსჯელობს რა დისკურსის ანალიზის ფილოსოფიურ საფუძვლებზე ლ.

ცაგარელი გამოთქვამს საინტერესო მოსაზრებას: „დისკურსის ანალიზი მოიცავს კრიტიკულსა და გენეალოგიურ კომპონენტებს. პირველი მათგანი მიმართულია იმ ძალაუფლებრივი მექანიზმების ანალიზისკენ, რომლებიც დისკურსების ჩამოყალიბებას წარმართავს, მეორე მათგანი კი დისკურსების წარმოქმნას აღწერს. დისკურსის ანალიზის ობიექტებია ცოდნის კონსტრუქცია (ამა თუ იმ ეპოქების კულტურული ცოდნა როგორც დისციპლინათაშორისი ცოდნა), ცოდნის ტრანსფორმაცია – ახალი საკითხების, თემების, საკვლევი ობიექტების დამკვიდრება მეცნიერებაში“ (ცაგარელი, 2016:168).

შემდეგი მეთოდი, რომელიც შესაბამისი საკვლევი მასალის გასაანალიზებლად მართლზომიერად მიგვაჩნია, არის **შინაარსის/ე.წ. კონტენტ** ანალიზი. როგორც ცნობილია, ასეთი მიდგომა გამოიყენება ტექსტებისა თუ კორესპონდენციების გასაანალიზებლად. შინაარსის ანალიზის მეთოდის დახმარებით გავაანალიზებთ პუბლიცისტურ და სამეცნიერო მასალას, რომელიც შერჩეულია ჩვენი კვლევისათვის, ასევე სპეციალურად სამაგისტრო ნაშრომისთვის ჩაწერილ ინტერვიუებს. მკვლევრები შინაარსის ანალიზში გამოყოფენ ხარისხობრივსა და რაოდენობრივ მიდგომებს. რაოდენობრივ მიდგომაში გამოიყოფა ინფორმაციისა და მასალის, ტექსტების რაოდენობრივი მხარე შესაბამისი ქვემეთოდების დამუშავებით, ხოლო ხარისხობრივი მიდგომა ყურადღებას ამახვილებს ინფორმაციის, შინაარსის მხარესა და მის მნიშვნელოვნებაზე. ამდენად, ჩვენთვის შინაარსის ანალიზის მეთოდში უფრო მეტად მისაღებია შესაბამისი მასალების სწორედ ხარისხობრივი მიდგომებით დამუშავება.

## თავი I. სპორტი, როგორც სოციოკულტურული ფენომენი

რა არის სპორტი, რა ადგილი უკავია მას საზოგადოების განვითარების ისტორიაში, რა ფენომენია ისტორიული რაკურსისა თუ თანამედროვე მდგომარეობის გათვალისწინებით, შეიძლება ფართომასშტაბიანი მსჯელობის საგანი გახდეს.

ჩვენი კვლევის ინტერესია განვიხილოთ სპორტი, როგორც საზოგადოებრივი და სოციო-კულტურული მოვლენა. ისტორიული და ევოლუციური მიდგომებით გადავავლოთ თვალი მის საწყისსა და თანამედროვე მდგომარეობას.

როგორც ცნობილია, ცნობები სპორტისა და სპორტული თამაშების შესახებ სათავეს იღებს ჩვენს წელთაღრიცხვამდე მესამე ათასწლეულიდან და ეს ცნობები მომდინარეობს ძველი ეგვიპტიდან. ისტორია ადასტურებს, რომ სპორტი როგორც საზოგადოებრივი ცხოვრების ფენომენი, მნიშვნელოვანია ასევე ელინისტურ ეპოქაშიც. ამის მტკიცების საფუძველს ქმნის არა მხოლოდ ისტორიკოსთა ცნობები, არამედ თავად მხატვრული ლიტერატურაც კი.

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ძველ საბერძნეთში პირველად ჩატარდა სპორტულ შეჯიბრთა ოლიმპიადა. ამ თამაშებმა მასობრივი ხასიათი მიიღო. მოგვიანებით ოლიმპიურ თამაშებში მონაწილეობდნენ როგორც მთელი საბერძნეთიდან, ასევე მისი კოლონიებიდანაც კი. სწორედ აქედან იღებს სათავეს ოლიმპიურ სპორტულ შეჯიბრთა წესის შემოღება. ოლიმპიური თამაშები იმართებოდა ოთხ წელიწადში ერთხელ, ყოველ ნაკიან წელიწადს. სპორტულ შეჯიბრებში მონაწილეობის უფლება მხოლოდ თავისუფალ ადამიანებს ჰქონდათ. მაგ.: მათემატიკოსი პითაგორა ცნობილი იყო როგორც მოკრივე, ასევე სპორტულ შეჯიბრებში მონაწილეობდა ცნობილი ექიმი – პითაგორა, ოლიმპიურ ჯილდოებს ფლობდნენ პლატონი, სოკრატე, ევრიპიდე და სხვ.

მოგვიანებით ოლიმპიური თამაშების ჩატარების იდეა გავრცელდა მთელ ანტიკურ სამყაროში და, მათ შორის, რომის იმპერიაშიც. ოლიმპიური თამაშების განვითარებასთან ერთად ის ვითარდებოდა როგორც სოციო-კულტურული მოვლენა. მას ჰქონდა ზემოქმედების განსაზღვრული ფუნქცია როგორც მონაწილეების, ასევე მაყურებლებისთვისაც. რეალურად, ეს გახდა სოციალური კომუნიკაციის ერთგვარი



სივრცე, ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლისა თუ გავრცელებასაც უწყობდა ხელს, ვრცელდებოდა შეჯიბრების შედეგები ძალიან ოპერატიულად და ა.შ. ხალხში სწრაფად ვრცელდებოდა გამარჯვებულთა სახელები, ინფორმაცია სპორტული სახეობებისა თუ მათი წესების შესახებ. ანტიკურ სამყაროში განსაკუთრებით ღირსეულად მიიჩნეოდა ოლიმპიური ჩემპიონის სტატუსი, რაც თავისთავად ზრდიდა ამ მოვლენის საზოგადოებრივ მნიშვნელობასაც.

აღსანიშნავია, რომ ევროპაში სპორტულ აქტიურობას ჰქონდა თავისებური ხასიათი. სპორტით იყვნენ დაკავებული ფეოდალები, მმართველი კლასის წარმომადგენლები, ხოლო შემდეგ უკვე მეომრებიც, რომელთათვისაც მნიშვნელოვანი იყო ფიზიკური მომზადება, ისრით ტყორცნასა და ორთაბრძოლებში ვარჯიში და ა.შ. სპორტულ აქტივობებს თავისი ხანგრძლივი და საინტერესო ისტორია აქვს არა მხოლოდ ევროპაში არამედ ამერიკის, აზიისა თუ აფრიკის კონტინენტებზეც.

აღსანიშნავია, რომ ევროპის სხვადასხვა ქვეყანაში აღორძინების ეპოქაში სპორტულმა ვარჯიშებმა და მათმა ცალკეულმა სახეობებმა ერთგვარად სოციალური სტატუსიც მიიპოვა. ეს გარკვეულწილად განპირობებული იყო გეოგრაფიული და კლიმატური პირობებითაც – მაგ.: ვენეციაში ყველაზე პოპულარული იყო გონდოლებით სრბოლა, ჰოლანდიაში ყინულზე სრიალი და ა.შ. ამრიგად, ჩვენ შეგვიძლია განვსაზღვროთ ასეთი კონკრეტული სპორტული სახეობები, როგორც ამა თუ იმ ქვეყნისა და მოსახლეობის ფიზიკური კულტურის ნაწილი.

ცნობილია, რომ სპორტული თამაშების ისტორიაში მნიშვნელოვანი მოვლენა იყო ინგლისში 1604 წელს ჩატარებული ოლიმპიური თამაშები, რომელსაც დიდ ყურადღებას აქცევდა სამეფო ოჯახიც. ისაც ცნობილია, რომ მეფე იაკობ პირველმა გამოსცა წიგნი დასახელებით „წიგნი სპორტის შესახებ“.

სპორტული თამაშები, როგორც სოციო-კულტურული ფენომენი მნიშვნელოვანი გახდა ევროპელი ინტელიგენციისათვისაც (მაგ. ჯონ ლოკის მოსაზრება, რომლის მიხედვითაც სპორტი იყო ჯენტლმენების ფიზიკური კულტურის ნაწილი). შესაბამისად, გახდა კიდევ სპორტული თამაშები ჯენტლმენტა საყვარელი გასართობი – ფარიკაობა, ორთაბრძოლები და ა.შ. ევროპულ საზოგადოებაში სპორტის სახეობების პოპულარულობის ზრდამ განაპირობა პრესაში მისი ასახვის საკითხიც. ცნობილია, რომ

სპორტული ხასიათის ინფორმაციები ევროპულ პრესაში მე-17 საუკუნის დასაწყისიდან ჩნდება.

საქართველოშიც უძველესი პერიოდიდან იღებს სათავეს სპორტით დაინტერესება. როგორც სამართლიანად არის აღნიშნული, იგი იმთავითვე უკავშირდებოდა სამხედრო საქმესა და ფიზიკურ აღზრდას. შესაბამისად, საქართველოში განსაკუთრებით აქტუალური იყო ცხენოსნობა, მშვილდ-ისრისა თუ შუბის ტყორცნა, ნადირობა, ფარიკაობა და ა.შ. როგორც უძველესი წყაროები და ქართველ მეცნიერთა მოსაზრებები ადასტურებს, ურარტუში, უძველეს სპორტულ შეჯიბრებებში მონაწილეობდნენ ქართველი მეფეებიც<sup>1</sup> ([http://msy.gov.ge/index.php?lang\\_id=GEO&sec\\_id=248](http://msy.gov.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=248)).

შეიძლება გამოითქვას მოსაზრება, რომ სპორტულმა თამაშებმა ერთგვარი ეთნოკლუტურული მოვლენის სახე მიიღო.

## 1.1 სპორტი და ჟურნალისტიკა, როგორც თეორიული პრობლემა

ჟურნალისტიკის განვითარებას ხანგრძლივი ისტორია აქვს. ჩვენს ნაშრომში შევეცდებით ავხსნათ ცალკეული საკითხები, ისეთი ცნებები, მაგ: თუ რა იგულისხმება თავად ამ დიდ ცნებაში, როგორცაა – ჟურნალისტიკა. დარგის ელიარებული არაერთი ავტორის მიერ გამოთქმული მოსაზრებების მიხედვით შეიძლება გავნაზოგადოთ და განვმრატოთ, რომ ჟურნალისტიკა არის ისეთი სფერო, რომლის ფარგლებშიც ხორციელდება თანამედროვე ცხოვრების ამსახველი მოვლენების, თემებისა და ტენდენციების შესახებ გარკვეული ცნობების შეგროვება, დამუშავება და მათი ინტერპრეტაცია. მთელი ეს პროცესი კი მიმართულია აუდიტორიისაკენ, რეციფიენტისაკენ, შემდგომ ხდება მისი კლასიფიკაცია გარკვეული გვარებისა თუ ჟანრების მიხედვით.

მისი დანიშნულებაა რეციფიენტს, დაინტერესებულ საზოგადოებას მიაწოდოს აქტუალური ინფორმაცია. ეს მასალა მსმენელისა თუ მაყურებლის ინტერესს უნდა აკმაყოფილებდეს. ამგვარი მიდგომა გულისხმობს გამოყენებით ჟურნალისტიკას.

---

<sup>1</sup> ქართული სპორტის შესახებ ინფორმაცია იხილეთ [http://msy.gov.ge/index.php?lang\\_id=GEO&sec\\_id=248](http://msy.gov.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=248)

თეორიული ჟურნალისტიკა თანამედროვე გლობალიზებული ნარატივების ფონზე მასობრივი ინფორმაციის პოლისისტემაში განიხილება და ის უკვე მრავალფუნქციური ინსტიტუტების საზოგადოებრივსა და კომუნიკაციურ მექანიზმს წარმოადგენს. მისი სახეობებია – პრესა, ტელევიზია, რადიო, ინტერნეტი და სხვა სახის „ახალი მედია“, სოციალური მედია. ჟურნალისტიკას საზოგადოებრივი ინტერესების პოზიციიდან სოციალური მართვის ფუნქციაც აქვს.

თეორიული თვალსაზრისით ჟურნალისტიკის განიხილება როგორც გარკვეული სისტემა და, ამავდროულად, მიმდინარე, უწყვეტი პროცესი. ჟურნალისტიკა არის ძალიან კომპლექსური ცნება და იგი მაშინ მედიაკომუნიკაციის შემადგენელი ნაწილია.

თეორიულ კვლევებში ჟურნალისტებს, რომლებიც იყენებენ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, გლობალური მედიასისტემის ქვესისტემის აუცილებელ ნაწილად განიხილავენ.

აღნიშნული ცნების ასეთი განხილვისას თავად ჟურნალისტური პროცესი ინფორმაციის აქტუალიზაციის კლასიკური საშუალებების გამოყენებას მოიცავს – ცნობების მიწოდების მრავალფეროვან ხერხსა თუ საშუალებას კონვერგენტული საშუალებების ჩათვლით. სამიზნე აუდიტორიისათვის, რეციფიენტისთვის, ინფორმაციის შეგროვება, დამუშავება და მიწოდება ნებისმიერი სხვა ფორმით თავისთავად ჟურნალისტური საქმიანობაა.

დღეს დარგის მკვლევრები თუ აღიარებული ჟურნალისტები ერთგვარად ეთანხმებიან კიდევ სოციალურ მედიაში ინფორმაციის მომზადებისა თუ მისი აქტუალიზაციის პროცესი ჩართონ ჟურნალისტიკის ჟანრებში, რადგან სოციალური ქსელი ინფორმაციის გავრცელების, მოპოვებისა თუ მიღების ერთ-ერთი ყველაზე ხელმისაწვდომი საშუალებაა.

სოციალური მედიის ჟურნალისტიკის ჟანრებისათვის მიკუთვნება სამეცნიერო საზოგადოებისათვის ჯერ კიდევ საკამათო საკითხად შეიძლება დარჩეს. ამ სფეროში მოღვაწე ჟურნალისტის ქსელურ აქტიურობასთან დაკავშირებამ ისეთი ჟანრების ელემენტების წარმოქმნა შეიძლება გამოიწვიოს როგორცაა, მაგალითად, ჩანახატი, საინფორმაციო ინტერვიუ, საინფორმაციო კორესპონდენცია, რეპორტაჟი, საინფორმაციო ანგარიში, ბლიც-გამოკითხვა და სხვ. ასევე ანალიტიკური

კორესპონდენცია, საუბარი, მონიტორინგი, კომენტარი, სტატია, რეცენზია, მიმოხილვა, ჟურნალისტური გამოძიება. თეორიული თვალსაზრისით თითოეული ეს ჟანრი სოციალური ქსელებში ფორმირებადი ჰიპერტექსტის სტრუქტურებად განიხილება. თუმცა ეს არ გამორიცხავს კლასიკური (ანალიტიკურის ჩათვლით) ფორმების ჩამოყალიბებას. იგი სოციალურ ქსელებში სოციალური მედიის ინტეგრალურ ჟანრში ჰიპერტექსტის ჩამოყალიბების საშუალებასაც იძლევა. თანამედროვე კომუნიკაციურ პროცესებში ასეთი საქმიანობით ის ადამიანები არიან დაკავებული, რომლებიც ფაქტობრივად იმავე ფუნქციას ასრულებენ, რასაც კლასიკური ჟურნალისტები შედარებით განსხვავებული, სპეციფიკური გზით. „სოციალური მედია, სხვა შემადგენელ ელემენტთან ერთად, ალტერნატიული ინფორმაციის ის წყაროა, რომლის მომზადებაც, პროფესიისა და კვალიფიკაციის მიუხედავად, ნებისმიერ მოქალაქეს დამოუკიდებლად შეუძლია. დაინტერესებული ადამიანი, რედაქტორების, პროდიუსერების, რეჟისორებისა და დამატებითი პერსონალის გარეშე, თავად ქმნის კონტენტს, თუმცა აღსანიშნავია ისიც, რომ მედიაპროდუქტის შექმნას ახლავს გარკვეული საზოგადოებრივი პასუხისმგებლობა, რომლის თანაბრად გათვალისწინებაც როგორც ტრადიციული, ისე ახალი მედიის მუშაკებისთვის ერთნაირად აუცილებელია“ (ვეკუა, რუე, 2017:217).

დაჩქარებულმა კომუნიკაციურმა პროცესებმა განაპირობა ინტერნეტ-ჟურნალისტიკის რთული და მრავალფუნქციური მექანიზმი. იგი მასობრივი კომუნიკაციის სხვადასხვა საშუალებათა ინტეგრირებასაც ახდენს, ესენია – ბეჭდური მედია, რადიო, ტელევიზია, ქსელური მედიაპორტალები, მობილური კავშირი, და ა.შ.. ბოლო ხანებში ყველაზე აქტუალური გახდა მისი ევოლუციის საკითხი. თუ როგორი გზა გაიარა ინტერნეტ-ჟურნალისტიკამ, როგორია მისი თავისებურებები და რა ცვლილებები განიცადა მისმა ჟანრობრივმა სტრუქტურამ, აქვს თუ არა კავშირი ინტერნეტ-ჟურნალისტიკასთან ინტერნეტის პლატფორმაზე მოხვედრილ მასმედიის კლასიკურ ტექსტს?

ცნობილია, რომ დღეს ბეჭდური პერიოდული გამოცემების უმრავლესობა თავის სტატიებს საკუთარ ვებ-გვერდებზე ათავსებს. რაც შეეხება ორიგინალურ ქსელურ

გამოცემებს, ისინი იმთავითვე მსოფლიო ქსელში წარმოიქმნებიან და ბეჭდური ანალოგი ფაქტობრივად არ გააჩნიათ.

## 1.2 „ახალი მედია“ – ტერმინები და ცნებები

მედიის კვლევებში სულ უფრო მზარდი ინტერესი შეინიშნება ცნების „ახალი მედია“ შესახებ. ამდენად, კვლევის არეალში შემოდის ისეთი კონცეპტები, როგორებიცაა – კონვერგენტულობა, მულტიმედიურობა, ტრანსმედიულობა და ა.შ.

კონვერგენტულ პროცესს მიუხედავად იმისა, რომ მედიაკომუნიკაციის საორგანიზაციო სტრუქტურის გართულება შეუძლია გამოიწვიოს, ჟურნალისტიკებს საშუალებას აძლევს დაეუფლონ მედიატექსტის შექმნის ახალ ტექნოლოგიებსაც. დღეს ისევე, როგორც სხვა დარგებში, ჟურნალისტიკაშიც მულტიმედიური კონტექსტი აქტიურად ვითარდება. პროცესი საშუალებას იძლევა აუდიტორიას მიეწოდოს მოვლენა იმ ინფორმაციის გამოყენებით, რომელიც ნიშნების სხვადასხვა სისტემით გადმოიცემა. სხვადასხვა სახის ინფორმაციის გაერთიანების ტენდენციები ჟურნალისტიკასა და, ზოგადად, კულტურაში ჯერ კიდევ კომპიუტერული ტექნოლოგიების გაჩენამდე არსებობდა. შეიძლება გამოითქვას მოსაზრება, რომ მულტიმედიური ტექნოლოგიების არსი მხოლოდ ტექნოლოგიების განვითარების მიზეზით არ არის განპირობებული.

არსებობს მოსაზრება, რომ მულტიმედიური ტექნოლოგიების გამოყენება შესაძლებელია გართობის მიზნით. არგუმენტი შემდეგნაირია – ასეთი პროდუქცია ადამიანის გრძნობათა სისტემაზე ადვილად ზემოქმედებს. დღეს საკმაოდ გავრცელებულია რომ ერთ მასალაში ერთდროულად მულტიმედიის სხვადასხვა ელემენტებია ჩართული – ტექსტი, ილუსტრაცია, აუდიო, ვიდეო და ინფოგრაფიკა თუ სხვა. კონვერგენციული პროცესი გულისხმობს ციფრულ საფუძველზე მედიის სხვადასხვა პლატფორმისა და მასმედიის ტიპების დაახლოებას, შერწყმას.

პრაქტიკა ადასტურებს, რომ მეოცე საუკუნის დასასრულსა და ოცდამეერთე საუკუნეში ინტერნეტის სწრაფმა დანერგვამ მილიონობით ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებაში კონვერგენციაზე მსჯელობა აქტუალური გახადა.

თანამედროვე ქართველი მკვლევარი მსჯელობს ახალი ტექნოლოგიების შესახებ გლობალიზაციის ეპოქაში, განიხილავს მულტიმედიურ ასპექტებს უძველეს ტექსტებსა

და გრაფიკულ გამოსახულებებში, გამოთქვამს ჩვენთვის საინტერესო მოსაზრებასაც: „გლობალური კულტურის კონტექსტში დაბადებული ჰიპერ ლიტერატურული ტექსტი თავიდანვე იქმნება ორმხრივი მოლოდინის და ურთიერთზეგავლენის მოლოდინში. ინტერაქციული ტექსტის ქმნადობისას, რეციპიენტის მიზანია იპოვოს, აღმოაჩინოს ის კოდური შინაარსი, რომლის ინტერპრეტირებულ გაგრძელებასაც მოახდენს. როცა რეციფიენტი შეტყობინებას გზავნის მას მნიშვნელობა კი არ აინტერესებს, არამედ თვით მომხმარებლის მიერ მისი ინტერპრეტირება. ამ დროს საქმე ეხება უკვე არსებული გამოყენებული ფორმის დეკოდირებას და მოდელირებას. რეციფიენტში დიდი მნიშვნელობა აქვს: ინტერაქციის ინტუიციურ ცოდნას, სამყაროს შემეცნებით ეფექტებს და კოგნიტურ ინტერპრეტაციებს. ამ ტიპის ორმხრივი ზეგავლენა ქმნის ჰიპერტექსტუალურ ცოცხალ ორგანიზმებს, რომლებიც დამოუკიდებელია ავტორთაგან, რომლებიც მათ ქმნიან. ამ შემთხვევაში ნაწარმოების თამაშობრივი პოეტიკა სრულიად იცვლება.“

მულტიმედიური ტექნოლოგიით შექმნილი ნარატივის უნიკალური კოდები, ტექსტუალური ქსოვილი, ლოგიკური და ემოციური მახვილები რადიკალურად განსხვავებულ ესთეტიკას ქმნის. ლიტერატურის ტექნოლოგიური ბუნება არასდროს გვევლინება დასრულებულ ფაქტად, იგი მუდმივ ქმნადობაშია ცოცხალი ორგანიზმია, რომელიც ჩამოყალიბების სტადიებს გადის“ (გელაშვილი,2014:113).

ახალი მედიასაშუალებების ტექნოლოგიები ცვლიან ტექსტური შეტყობინებების შინაარსობრივ მხარესაც. ჰიპერტექსტური მითითებები კონკრეტულ ტექსტზე, გრაფიკული გამოსახულებები თუ ნახატები წარმოდგენილია ელექტრონული რესურსის ფრაგმენტად. იგი ტექსტის შინაარსს მოცულობით სტრუქტურად გადააქცევს. ტერმინი ჰიპერტექსტი აქტიურად გამოიყენება ლიტერატურათმცოდნეობაში. მკვლევრები მას ასე განმარტავენ: „ჰიპერტექსტუალობის დროს ერთი მთლიანი ტექსტი იქცევა მეორის საფუძვლად და ხდება წინარეტექსტის ტრანსფორმირება სხვადასხვა საშუალებით“ (გაფრინდაშვილი, 2012:318). ჟურნალისტიკაში კი ჰიპერტექსტი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც მრავალი ტექსტისაგან შემდგარი დაშლილი საინფორმაციო მასივი. მას აერთიანებს

ჰიპერმითითებების სისტემა და საინფორმაციო ველში გაფანტული მასალის გაცნობის საშუალებას იძლევა.

**ჰიპერმედია** – კონვერგენტული ჟურნალისტიკის (ანუ ბევრი სხვადასხვა წყაროდან მოპოვებული მასალის) ჟანრად მოიაზრება. ამგვარი მედია საკუთარ ინფორმაციას მხოლოდ მედია-პლატფორმით არ ავრცელებს. ამის მაგალითად შეიძლება მოვიხმოთ თუნდაც ინტერნეტ გაზეთი, რომელსაც ბეჭდური ვერსიაც აქვს. სწორედ ეს შეიძლება ვიგულისხმოთ ტერმინ – „მულტიმედიაში“. მის შინაარსში უგულისხმება, რომ ეს არის ინფორმაციის გადაცემა ვიზუალური რიგის, აუდიო, გრაფიკული და სხვა საშუალებებით. ამდენად, ჰიპერმედიაში ჟურნალისტური მასალის ინტეგრაცია სამ კატეგორიაში მიმდინარეობს (ტრანსმედია, მულტიმედია, ინტერაქტიული მედია).

**ტრანსმედია** – საკმაოდ მნიშვნელოვანი ჟანრია. ტრანსმედიაში განსაკუთრებული ყურადღება სოციალურ მედიას ენიჭება, იგი ტრანსმედიის ერთ-ერთი შემადგენელია, რომელიც თავისი არსით ბოლომდე ვერ პასუხობს მასმედიის ძირითად მარკერებსა თუ ფუნქციებს. ასეთ შემთხვევაში შეიძლება საკამათო გახდეს თავად ტექსტისა თუ მისი შინაარსის ინფორმატიულობა. მიზეზი შეიძლება იყოს ისაც, რომ მისი შექმნითა და რედაქტირებით დაკავებულები არიან არა პროფესიონალი ჟურნალისტები, არამედ მომხმარებლები. მათ მიერ შექმნილი ტექსტის სტილი უფრო მეტად სასაუბრო სტილს მიეკუთვნება. *ტრანსმედია* მომხმარებელს სთავაზობს არა მარტო პუბლიცისტურ შრომებს, არამედ რეკლამას, გასართობ კონტენტს და ა.შ.

**მულტიმედია** – გულისხმობს ტექსტის, ინფორმაციის სხვადასხვა საშუალებით გრაფიკული ელემენტებით, ასევე კომპიუტერული გრაფიკით, ვიდეო გადმოცემას. მულტიმედიურობა არის ტექსტებისა და აუდიო-ვიზუალური, გრაფიკული მასალისაგან შემდგარი ინფორმაციის ტრანსლაცია. თითოეული ეს შესაძლებელია მედიასაშუალებად მოვიაზროთ. გლობალიზაციისა და მასობრივი კომუნიკაციის არნახულად ინტენსიურ პროცესში მულტიმედიური ტექნოლოგიების დანერგვა ტრანსფორმაციებს იწვევს მასმედიასა და ჟურნალისტიკაში. შეუძლია შეცვალოს რედაქციების სტრუქტურა, შექმნას ფუნქციონირების კონვერგენტულ მოდელები. ამასთანავე, იცვლება ჟურნალისტის როლი და კომპეტენცია – ჟურნალისტს უწევს

შესაბამისი მეთოდებისა და მუშაობის სტილს დაეუფლება. ინტერვიუს ჩაწერისა და მასალის დამუშავების პროცესმა მოითხოვა შესაბამისი ტექნოლოგიების გამოყენება, რაც თავის დროზე ახალი უნარები აღმოჩნდა ჟურნალისტებისათვის.

**ინტერაქტიულობა** (ინგ. interaction – ურთიერთქმედება) - ჟურნალისტიკაში განიმარტება როგორც ობიექტებს შორის ურთიერთქმედების პროცესის ასახვა. „ინტერაქტიული ურთიერთქმედება არის სისტემის ორგანიზების პრინციპი, როდესაც მიზანი მიიღწევა მოცემული სისტემის ელემენტებს შორის ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლით“ (მაღალურაძე, 2013:277).

ინტერაქტიულ კომუნიკაციაში იგულისხმება, რომ კომუნიკაციის ობიექტმა სუბიექტთან ურთიერთქმედებისას შესაძლოა აქტიურობა გამოიჩინოს, ანუ ჩაერიოს ინფორმაციის გაცვლის პროცესში ზუსტად იმ დროს, როდესაც თავად მოესურვება, ანუ on-line. ინტერაქტიული ტექნოლოგიები გულისხმობს, რომ მომხმარებელს შეუძლია გარკვეული მონაწილეობა მიიღოს ინფორმაციის გაცვლის (ურთიერთქმედების) პროცესში. ინტერაქტიული შეიძლება იყოს კომპიუტერი, გამოფენა მუზეუმში, ვიდეოფილმი, სკოლის გაკვეთილი, თეატრალური წარმოდგენა და წიგნიც კი.

ინტერნეტ-მასმედიასა და ტრადიციულ მასმედიას შორის ინტერაქტიულობის პრინციპული განსხვავება მდგომარეობს იმაში, რომ პირველ შემთხვევაში ორმხრივი ურთიერთობა მიმდინარეობს ერთსა და იმავე ფიზიკურ გარემოში.

მულტიმედიურობა და ინტერაქტიულობა, როგორც ქსელური მასმედიის თვისებები, უკავშირდება ჰიპერტექსტუალობას. ჰიპერტექსტის თვისებები შესაძლებელს ხდის განვსაზღვროთ ჰიპერტექსტუალობის კავშირი როგორც ინტერაქტიულობასთან, ისე მულტიმედიურობასთან.

დღეს საზღვრები საკმაოდ შემცირებულია. თავისუფლდება გზა უახლესი საინფორმაციო-კომუნიკაციური ტექნოლოგიების ინტენსიურად დანერგვისკენ. ეს პროცესი მეტად თვალშისაცემია ჟურნალისტიკაში. მათი საშუალებით მასმედიაში ახალი საინფორმაციო ველი და მასალის მიწოდების სულ უფრო მაღალტექნოლოგიურ მეთოდები გამოდის წინა პლანზე. ამგვარი მასალის ფართო და უნივერსალური ფორმატი მასმედიის სხვადასხვა ჟანრის ურთიერთქმედების შესაძლებლობას ქმნის



(ბეჭდური გამოცემები, რადიო, ტელევიზია და ა.შ.), რაც, მთლიანობაში, კონვერგენტული ჟურნალისტიკის განვითარების დადასტურებაა.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება შეფასდეს, რომ თანამედროვე სპორტული მასმედია გლობალური მედიასისტემის ქვესისტემაა და სპორტულ მედიაკომუნიკაციას აყალიბებს. სპორტული კომუნიკაცია არის ერთგვარი ურთიერთქმედება პიროვნებებს, ჯგუფებს, სპორტულ ორგანიზაციებს შორის. მასში იგულისხმება სპორტული მასობრივი ინფორმაციის შექმნა, გავრცელებასა და მოხმარება.

სპორტულ ჟურნალისტიკაში გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება პროფესიონალი სპორტსმენების, სპორტის მოყვარულების, სპორტული საზოგადოების, სპორტული ორგანიზაციების ხელმძღვანელების, ჟურნალისტებისა და პიარ-სპეციალისტების ჩართულობას.

სპორტული ჟურნალისტიკა საზოგადოებრივი პროცესების თეორიულ და მეთოდოლოგიურ ანალიზსაც გულისხმობს. ამ პროცესში იგულისხმება როგორც თავად სპორტის, ასევე უფრო ზოგადად – ფიზკულტურის საკითხების განხილვაც.

თანამედროვე სპორტული ჟურნალისტიკა განიხილავს სპორტში მიმდინარე მოვლენებს ასევე, ჟურნალისტური ფუნქციების ტექნოლოგიების ანგარიშის წარმოდგენასაც გულისხმობს. სრულიად სამართლიანად, სპორტული მედიაკომუნიკაცია გლობალური მედიაკომუნიკაციის შემადგენელი ნაწილია.

## თავი II. სპორტული ჟურნალისტიკის ისტორია

XIX საუკუნემდე სპორტული ჟურნალისტიკა ცალკე სახეობად გამოყოფილი არ იყო. აღორძინების ეპოქაში სხვადასხვა შეჯიბრები ტარდებოდა ევროპის ქვეყნებში - ჰოლანდიაში, ინგლისში, ვენეციაში. XIX საუკუნის დასაწყისში, მოდერნული საზოგადოების ჩამოყალიბებასთან ერთად სპორტის ინსტიტუციონალიზაციის ელემენტები გამოიკვეთა. სპორტული თემატიკა იკავებს ადგილს იმ პერიოდისთვის დამახასიათებელი მასობრივი ინფორმაციის, ე.წ. ბეჭდურ საშუალებებში.

სპორტის ისტორიაში ცნობილია, რომ ფრანგმა ბარონმა პიერ დე კუბერტენმა 1894 წელს ოლიმპიური თამაშების აღდგენის იდეა წამოაყენა. 1896 წელს ათენში პირველი თანამედროვე ოლიმპიური თამაშების ჩატარება გადაწყდა და მათი ორგანიზებისათვის საერთაშორისო ოლიმპიური კომიტეტი ჩამოყალიბდა.

ოლიმპიადის აღორძინებასთან ერთად სპორტი აქტიურად ერთვება მედიაკომუნიკაციაში. სპორტულმა შეჯიბრებმა ჟურნალისტების ყურადღება მიიქცია და ინტენსიურად შუქდებოდა მედიასაშუალებებში. უდავოა, რომ ოლიმპიური თამაშების ფენომენი სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი გახდა.

1908 წლის ლონდონის ოლიმპიურმა თამაშებმა ისეთი ფართო საზოგადოებრივი ინტერესი გამოიწვია, რომ ბევრმა გაზეთმა ამ ამბების გასაშუქებლად ყველაზე ცნობილი მწერლები მიიწვიეს. ცნობილია, რომ “Daily Mail”-ში სერ არტურ კონან დოილიც კი იყო მიწვეული. ის სტადიონ „თეთრ ქალაქში“ იმყოფებოდა მარათონის ფინიშის გასაშუქებლად. აღნიშნული დოლის ტრაგედიად დორანდო პიეტრის დაცემა გახდა, რამაც ძლიერი შთაბეჭდილება მოახდინა კონან დოილზე. ის მყისვე ჩაუდგა სათავეში გალანტური იტალიელის მხარდასაჭერ საზოგადოებრივ კამპანიას. ხსენებული ინციდენტის გამო მას ოქროს მედალი ჩამოართვეს და დისკვალიფიკაცია მისცეს, თუმცა დააჯილდოვეს სპეციალური ვერცხლის თასით, რომელიც მისთვის დედოფალმა ალექსანდრამ გამოყო.

ამჟამად სპორტული ჟურნალისტიკა, ძირითადად, პროფესიულ სპორტზეა კონცენტრირებული, განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს მაღალი დონის შეჯიბრებს,

რადგან ისინი საზოგადოებას, სპორტის მოყვარულებს, ყველაზე მეტად აინტერესებს. ასეთ შეჯიბრებს ასევე აქვთ სანახაობრივი მხარე, იწვევს გულშემატკივართა ძლიერ ემოციებს. შესაბამისად, სპორტულ ჟურნალისტიკაში დიდი ადგილი უკავია ზამთრისა და ზაფხულის ოლიმპიურ თამაშებს, მსოფლიო ჩემპიონატებს სპორტის სხვადასხვა სახეობაში, ფეხბურთში, მძლეოსნობაში, ველოსპორტში, ფიგურულ სრიალში, ჰოკეიში და სხვ.

სპორტული ჟურნალისტიკის მნიშვნელობა XX-XXI საუკუნეებში გაიზარდა. იგი ერთგვარად სპორტის კომერციალიზაციითაცაა გამოწვეული. ამ პროცესმა განაპირობა სპორტული არხების, ინტერნეტ გვერდების, ჟურნალ-გაზეთების ინტერნეტვერსიების მაქსიმალური ხელმისაწვდომობა. XX საუკუნის დასაწყისში და შუა წლებში სპორტული ჟურნალისტიკას ჯერ კიდევ არ ჰქონდა სერიოზულ სტატუსი მინიჭებული. ამის მიუხედავად, ახლა უკვე შეიძლება თამამად ითქვას, რომ სპორტულ ჟურნალისტიკას თავისი ისტორია აქვს.

XX საუკუნის ბოლოსათვის ჟურნალ-გაზეთებში სპორტულ მოვლენებს უკვე რამდენიმე გვერდი ეთმობოდა. ცალკე არსებობდა რამდენიმე მთლიანად სპორტისადმი მიძღვნილი გაზეთიც. მათ რიცხვს მიეკუთვნებოდა იტალიური სპორტული გაზეთი La Gazzetta Dello Sport, ესპანური Marsa და ფრანგული L'Equipe Sports. ამერიკის შერთებულ შტატებში მკითხველის დიდ ყურადღებას იწვევდნენ ჟურნალები Illustrated და Sporting News. 1893 წელს ჯოზეფ პულიტსერმა პირველი სპორტული გვერდი შექმნა ნიუ იორკის ჟურნალისტურ სამყაროში. სატელევიზიო არხები, ESPN, Sky Sports და Eurosport ასევე ამ სფეროს აშუქებენ. დღეისათვის მრავალრიცხოვანი ვებ-გვერდი სპორტულ სიახლეებს სთავაზობს მომხმარებელს– სპორტული შეჯიბრების შედეგებს, ვიდეოებსა და კომენტარებს სპორტული ამბების ფართო სპექტრის გათვალისწინებით.

სპორტულ ჟურნალისტიკაში ინტერვიუს ორი ძირითადი მიზანი აქვს –უნდა იყოს ინფორმაციული და რაც შეიძლება მეტი დეტალი უნდა მიაწოდოს პუბლიკას. ინტერვიუს მიზანი შეიძლება იყოს გართობა, სასიამოვნო განწყობის შექმნა. შესაძლებელია პირიქითაც, სკანდალური ელემენტების შეტანა მკითხველის, აუდიტორიის წრეებში.

და ბოლოს, სპორტული ჟურნალისტიკა – ეს არის ჟურნალისტიკის ნაწილი, რომელიც ყოველგვარ სპორტულ მოვლენასა და თემაზე გვამცნობს სიახლეებს. სპორტის გავლენა საზოგადოებრივ პროცესებზე სულ უფრო იზრდება და შესაბამისად, სულ უფრო აქტუალური ხდება სპორტული ჟურნალისტიკაც.

## 2.1 სპორტული ჟურნალისტი და პროფესიული შემოქმედება

ჟურნალისტურ პროფესიებში გამოიყოფა სხვადასხვა პოზიცია – გაზეთის, ჟურნალის, მთავარი რედაქტორი, რეპორტიორი, ფოტო, რადიო და ტელერეპორტიორი, სპორტული ჟურნალისტი, მიმომხილველი, კომენტატორი და სხვ.

სპორტული ჟურნალისტის ძირითადი მიზანი საზოგადოებისათვის სპორტული ინფორმაციის მიწოდებაა. ამავდროულად მან რაც შეიძლება მეტი საინტერესო დეტალი უნდა წარუდგინოს თავის აუდიტორიას.

სპორტული ჟურნალისტები, ისევე, როგორც ნებისმიერი სხვა ჟანრის ჟურნალისტები, ვალდებული არიან საფუძვლიანად იცნობდნენ განსახილველი სპორტული მოვლენის ისტორიას. მათი ცოდნა არ უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ ლოკალური ინფორმაციით. ნებისმიერი ფაქტი დაზუსტებას მოითხოვს. განსაკუთრებით ეს გადაუმოწმებელ წყაროებს ეხება. სპორტულ ცხოვრებას ახლავს ისეთი სიტუაციებიც, როდესაც მწვრთნელები, მოთამაშეები ან გუნდის ხელმძღვანელობა ობიექტურ ფაქტებს მალავენ, რადგან არ სურთ მათი გასაჯაროება, მნიშვნელოვანია ასევე ჟურნალისტების მიერ არასანდო ინფორმაციების გავრცელება.

სპორტული ჟურნალისტები დიდ დროს უნდა უთმობდნენ მასალის გაცნობასა და შესწავლას შინაარსობრივი მახასიათებლების მიხედვით. ბევრი სპორტული ჟურნალისტი თავისი საქმიანობის მხოლოდ ერთ ასპექტს უთმობს განსაკუთრებულ ყურადღებას, მაგალითად, რეპორტიორი, სპორტული მწერალი ან მიმომხილველი. საქართველოს მაგალითზე ამ მხრივ ალბათ აკა მორჩილაძის მაგალითზე შეიძლება საუბარი. მისი მოღვაწეობა, ფეხბურთის ანალიზი „ცხელი შოკოლადის“ სპორტულ დამატება „ათიანში“, ასევე „სარბიელში“. „სარბიელის“ ვებ გვერდზე ასე არის შეფასებული აკა მორჩილაძის მოღვაწეობა: „გიო ახვლედიანს „სარბიელში“ ხუმრობით ცოცხალ კლასიკოსს ვემახდით, თუმცა რაღა ხუმრობით, ერთი კრიტიკოსის აზრით, 90-იანი წლების ქართული პროზა გიო ახვლედიანის, იგივე აკა მორჩილაძის დროება იყო.

„სარბიელში“, მაგალითად, ინგლისური პრემიერლიგის ამბებს მიმოიხილავდა ირაკლი გამყრელიძის ფსევდონიმით, საკრივო ამბებს კი ალბერტ ხაჩატურიშვილის სახელით. მეტწილად ცხოვრობს ლონდონში, „სარბიელში“ მუშაობისას კი მის ოთახში, კედელზე მიჭედებულ ლურსმანზე ეკიდა ჰოლმსისეული სამონადირეო ქუდი“ <https://www.sarbieli.com/author/gioakhvlediani/>.

სპორტულმა ჟურნალისტებმა აუცილებლად უნდა გაითვალისწინონ ჟურნალისტური ეთიკის საყოველთაოდ აღიარებული საკითხები. ეთიკურ ასპექტებში შედის ინტერესთა კონფლიქტი, რასაც მაკომპრომენტირებელი შედეგი შეიძლება მოჰყვეს. ინტერესთა კონფლიქტი ხშირად მაშინ წარმოიქმნება, როდესაც მედიასაშუალებასა და ჟურნალისტთა გუნდს ერთი და იგივე პატრონი ჰყავს. სპორტული ჟურნალისტიკა - ეს სპორტულ თემებზე და შეჯიბრებზე ანგარიშების დაწერის ფორმაა. მსოფლიო მნიშვნელობის სპორტული მოვლენების გაშუქება განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს ჟურნალისტისაგან, რადგან მოვლენის ორგანიზატორებისა და მონაწილეების ბიოგრაფიის ინტიმურ მომენტებსაც შეიცავს.

## თავი III. სპორტული ჟურნალისტიკა მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრის საქართველოში: ნაციონალიზმისა და კულტურული იდენტობის კონტექსტში

თუ გადავავლებთ თვალს ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების ეტაპებს, ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პერიოდად შეიძლება გამოვყოთ მეოცე საუკუნის მეორე ნახევარი, კერძოდ, 50-80-იანი წლები. აღსანიშნავია, რომ ამ პერიოდის სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების ისტორია ერთგვარად ირეკლავს ეპოქის ზოგადკულტურულ და პოლიტიკურ მარკერებსაც. ამ პერიოდმა მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა თანამედროვეობის მომზადებასა და განვითარებაშიც.

ბოლო პერიოდის კულტუროლოგიურ ნაშრომებში, სოციოლოგიასა და ინტერდისციპლინურ კვლევებში განვითარდა ისეთი მნიშვნელოვანი ცნებები, როგორებიცაა ნაციონალიზმი, იდენტობა, კულტურული იდენტობა და ა.შ. სამეცნიერო ლიტერატურაში დამკვიდრებული მოსაზრების თანახმად, ეს პრობლემები ინტერდისციპლინური კვლევების ობიექტია და თანაბრად მნიშვნელოვანია ჰუმანიტარული და სოციალური მეცნიერებებისთვისაც. პროფ. ნ. ჩიქოვანის მოსაზრებით „ნაციონალიზმი ეს არის იდეოლოგია და პოლიტიკა, დამყარებული ნაციონალური განსაკუთრებულობის იდეაზე. იგი ერთმანეთისგან განასხვავებს „ჩვენთანებს“ და „სხვებს“, ზოგ შემთხვევაში - „მეგობრებსაც“ და „მტრებსაც“. გარკვეული აზრით, ნაციონალიზმი ეროვნული გამორჩეულობისა და სხვა ერებთან მიმართებაში უპირატესობის იდეაზე დამყარებული ფენომენია... 1960-იანი წლებიდან მოყოლებული, ნაციონალიზმს უფრო მეტად განიხილავენ როგორც „მოდერნულობის“ ფუნქციურ კომპონენტს ან პროდუქტს და მას ინდუსტრიალიზაციის ეპოქას უკავშირებენ. 1980-იანი წლებიდან მეცნიერებმა, რომლებიც ასევე ხაზს უსვამდნენ ნაციისა და ნაციონალიზმის ფენომენის მოდერნულობას, აქცენტი გადაიტანეს მათი კონსტრუირების, გამოგონებებისა და წარმოსახვის მექანიზმებზე. ერიკ ჰობსბაუმი და ბენედიქტ ანდერსონი ხაზს უსვამდნენ ნაციონალიზმის შექმნის (ცნობიერად თუ არაცნობიერად) გზებს (ჩიქოვანი, 2014:14-15).

თუ კი თვალს გადავავლებთ სპორტის განვითარების ისტორიას მეოცე საუკუნის საქართველოში, მაშინ სრულიად გასაზიარებელია ის მოსაზრება, რომ საბჭოთა პერიოდში სპორტის სხვადასხვა სახეობა (ფეხბურთი, ჭიდაობა და სხვ. ) სწორედ ნაციონალური შეგრძნებების გამოღვიძებასა და გამყარებას უწყობდა ხელს. სპორტული თამაშები და მის შესახებ არსებული ინფორმაციები, როგორც ბოლო პერიოდის სამეცნიერო ლიტერატურა მოწმობს, საკმაოდ საინტერესო მასალა აღმოჩნდა ნაციონალიზმის კვლევებისთვისაც. ამის დასტურად მიგვაჩნია მედიათეორიისა და ისტორიის მკვლევართა მოსაზრებაც, რომლის მიხედვითაც პრესა მნიშვნელოვნად უწყობდა ხელს ნაციონალური გრძნობებისა და ეროვნული თვითშეგნების გაღვიძებას (გემაზაშვილი, 2011:51).

ქართულ სპორტულ ჟურნალისტიკაზე მსჯელობისას გვერდს ვერ ავუვლით ისეთ მნიშვნელოვან პერსონას, როგორცაა არჩილ გოგელია. ცნობილი სპორტული ჟურნალისტი, არჩილ გოგელია, რედაქტორობდა ისეთ მნიშვნელოვან სპორტულ გამოცემას, როგორცაა „ლელო“, მოგვიანებით ჟურნალის „სკოლა და ცხოვრების“ ბაზაზე დააარსა სპორტული ჟურნალი „მართვე“.

საქართველოს სპორტულ ჟურნალისტიკა ასოციაციამ 2015 წელს გამოსცა წიგნი, სათაურით „ბილიკი“, რომელშიც თავმოყრილია ცნობილი ქართველი ჟურნალისტის სტატიები სპორტული ჟურნალისტიკის დარგში. წიგნის შესავალ წერილში „ქართული ჟურნალისტიკის რაინდი“ თ. ქორიძე ასე აფასებს არჩილ გოგელიას შემოქმედებითი გზის დასაწყისს ქართულ სპორტულ ჟურნალისტიკაში: „სამოციანი წლების ბოლოს, როცა „ლელოში“ არჩილის პირველი წერილები გამოქვეყნდა, მივხვდით, რომ რაღაც შეიცვალა, რუტინული საბჭოთა ჟურნალისტიკის მტკიცე ორგანიზმში ბზარი გაჩნდა.

უცნობი ახალგაზრდა უპარტიო ჟურნალისტი სტრიქონებს შორის კი არა, სათქმელს პირდაპირ ამბობდა: „ქართული სპორტო“, „ქართული სულიო“, „ქართველი მოღვაწეო“, „საქართველოს მომავალიო“, „საქართველოო“... (ქორიძე, 2015:7)

ამავე წერილში ავტორი საგანგებოდ განმარტავს რას ნიშნავდა საბჭოთა რეალობაში ასეთი გამბედაობა და წერის ამგვარი სტილი: „სიტყვა „საბჭოთას“ უფულებელყოფა, საგნებისა და მოვლენების თავისი სახელებით ხსენება იმ

დროისათვის უდიდეს მკრეხელობად, კომუნიზმის მშენებელი დიადი საბჭოეთის წინაშე უმძიმეს დანაშაულად ითვლებოდა“ (ქორიძე, 2015:7-8).

მიგვაჩნია, რომ ცნობილი ქართველი სპორტული ჟურნალისტის ამგვარი პოზიცია ერთგვარად ირეკლავს ისტორიული, კულტურული და პოლიტიკური კონტექსტის ზოგად ტენდენციებსაც. თანამედროვე ქართული კულტურის კვლევებში საბჭოთა პერიოდის მემკვიდრეობა უმნიშვნელოვანეს ადგილს იკავებს. როგორც სამეცნიერო ლიტერატურაშია აღნიშნული, საბჭოური იდეოლოგიისა და მისი გავლენის მასშტაბები მთელი მისი არსებობის განმავლობაში თანაბარი არ იყო. მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრიდან სწორედ რამდენიმე კულტურული სივრცის შესახებ არის საუბარი. განიხილავს რა კულტურულ იდენტობას მეოცე საუკუნის საქართველოში ქართველი მკვლევარი, ბელა წიფურია, აღნიშნავს „მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრიდან მკვეთრად შემოისაზღვრება ერის განგრძობით არსებობაზე და სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის იდეაზე ორიენტირებული ახალი კულტურა - *ნაციონალური ნარატივის კულტურა*“ (წიფურია, 2016:73).

ნაციონალური ნარატივის კულტურის გამოვლინებებს ვხვდებით თავად კულტურის სხვადასხვა ტექსტში. მიგვაჩნია, რომ პრესა და პუბლიცისტიკაც ამ თვალსაზრისით კულტურის ნაწილია. როგორც მისი ნაშრომიდან ირკვევა „პოსტსტალინური საბჭოთა პერიოდის მანძილზე საქართველოში ერთდროულად სამი კულტურული სივრცე თანაარსებობს, ეწინააღმდეგება და, ამასთანავე, გარკვეულწილად გადაფარავს კიდევ ერთმანეთს. თუმცა არსებობს წარმოსახვითი კულტურული ზღვარი, მაგრამ ხშირად ის საკმაოდ განფენილია, რადგან სხვადასხვა კულტურის ნიმუშები არა მხოლოდ ერთ დროში, ერთი და იმავე გამოცემების ფურცლებზე, არამედ ერთი და იმავე ავტორების მიერაც კი არის პროდუცირებული.

კულტურული სივრცის შემოსაზღვრა თავისთავად ხდება განპირობებული ისტორიულ პოლიტიკური პროცესებით და, მეორე მხრივ, კულტურული ტენდენცია გამოიყენება კიდევ ამ პროცესების ფორმირებისას. კულტურული სივრცის ამა თუ იმ მახასიათებლების მიხედვით შესაძლებელია პერიოდის ქართული კულტურული სიტუაციის შეფასება და მეოცე საუკუნის მეორე ნახევარში სამი ძირითადი



კულტურული სივრცის იდენტიფიცირება: **საბჭოური კულტურა, ნაციონალური ნარატივის კულტურა, ალტერნატიული კულტურა** (წიფურია, 2016:73-74).

პოსტსტალინური პერიოდის საქართველოში გამოჩენილ/დომინანტურ ამ სამ კულტურულ სივრცეს მკვლევარი დეტალურად აღწერს თავისი სოციოკულტურული მახასიათებლების მიხედვით. ვფიქრობთ, ჩვენ მიერ განხილულ საკითხს ცალსახად შეესაბამება *ნაციონალური ნარატივის კულტურა* და მკვლევრის მიერ განხილული მარკერები. ბ. წიფურიას მიხედვით ეს მახასიათებლებია:

**სტატუსი** – დომინანტური კულტურა;

**იდეოლოგიური საფუძველი** – ეროვნული იდეოლოგია;

**მხარდაჭერა** – საერთო ეროვნული;

**გავრცელების /ესთეტიკის ფორმა** – მასობრივი;

**კულტურა** – ეროვნული კუთვნილების იდენტიფიკატორი;

**იდენტობა** – ანტისაბჭოური, ნაციონალური (წიფურია, 2016:75).

ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარებაზე დაკვირვება გვარწმუნებს, რომ მეოცე საუკუნეში იგი ერთგვარად ცდებოდა მხოლოდ ჟურნალისტიკის ფარგლებს და ეროვნული იდენტობის ერთ-ერთ სივრცედაც კი შეიძლება მოგვევლინოს. აი, რას იხსენებს ცნობილი ქართველი მწერალი გურამ დოჩანაშვილი ა. გოგელიას მოღვაწეობის პერიოდის შეფასებისას: „ამას იმიტომ კი არ ვამბობ, რომ არჩილ გოგელია ჩემი მეგობარია, არამედ იმიტომ, რომ არჩილ გოგელიას რედაქტორობის დროს - „ლელო“, „მართვე“, „სკოლა და ცხოვრება“, თბილისი“, „დრონი“ ისეთი კარგი ქართულით გამოდიოდა, წყალი რომ არ გაუვა... ეს რა ცოტაა?!“ (დოჩანაშვილი, 2015:354. ციტირებულია წიგნიდან – ა. გოგელია, „ბილიკი“).

ისტორია და კულტურის თანამედროვე გაგება ადასტურებს, რომ ყოველ ასეთი ფაქტს, მნიშვნელობა აქვს ეროვნული ნარატივის ჩამოყალიბებასა და გაძლიერებაში. ბელა წიფურია იზიარებს აღიარებული მკვლევრების მოსაზრებას, რომლის მიხედვითაც: „ერები ვერ გადარჩებიან კულტურული ისტორიის გარეშე. ერთ-ერთი ფესვგადგმული კოლექტიური ემოცია არის ხალხის მოთხოვნა თვითიდენტიფიკაციისა. შემოქმედება, მხატვრული თუ ლიტერატურული მიმდინარეობები, ისევე როგორც ხალხის მგრძნობიარობა დამოუკიდებლობის მიღწევისადმი (და დაცვისადმი)

გამოხატავს „კოლექტიური მე-ს“ აღმოჩენის, აღდგენის, გამოსახვისა თუ გამოგონების შესაძლებლობას“ (წიფურია, 2016:81).

როგორც ჩვენ მიერ განსახილველი კრებული „ბილიკი“ გვარწმუნებს, ქართველი სპორტული ჟურნალისტის, ა. გოგელიას, რედაქტორობის პერიოდს თანამედროვე ქართული მწერლობისა და კულტურის კლასიკოსები ერთი საერთო მახასიათებლით, სწორედ მისი ეროვნული ორიენტაციით ახასიათებენ. ჭაბუა ამირეჯიბის მოგონებიდან: „არჩილ გოგელია იმ ქართველ მამულიშვილთა კოჰორტას ეკუთვნის, ვინც თავისი ყველა ღმრთივბომბებული შესაძლებლობა, ტალანტი, შრომის უნარი, მხნეობა და თავდადების ილაჯი ჩვენი სამშობლოს ყოველდღიურობასა და ნათელი მომავლის საქმეს მოახმარა“ (ამირეჯიბი, 2015:357).

თანამედროვე მკვლევრები კიდევ უფრო მეტ ყურადღებას უთმობენ სპორტის ისტორიის კვლევას კულტურის კვლევათა პოზიციებიდან. ამ მხრივ ჩვენთვის საინტერესო ნაშრომი აღმოჩნდა ნინო სამხარაძის წერილი **„ფეხბურთი და ნაციონალიზმი საქართველოში 1960-1980-იან წლებში“**. მკვლევრის სამართლიანი შენიშვნით ფეხბურთი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მოვლენა შეიძლება იყოს ნაციონალიზმის განვითარებაში. მისი აზრით: „ფეხბურთი მსოფლიოში ყველაზე პოპულარული სპორტის სახეობაა, რომელსაც შეუძლია განსხვავებული ინტერესების მქონე ჯგუფები გააერთიანოს და, შესაბამისად, მნიშვნელოვანი გავლენა იქონიოს მასების მობილიზაციასთან დაკავშირებულ სხვადასხვა მოვლენაზე. თვალშისაცემია მისი როლი ნაციონალიზმის გაღვივებაში ან, სულაც, ფორმირებაში, განსაკუთრებით კი ისეთ ერთობებში, რომლებსაც საკუთარი სუვერენიტეტის არქონის დიდი გამოცდილება და ეროვნული ამბიციები აქვთ“. ნ. სამხარაძე ამ წერილში იმოწმებს კაზუო უჩიუმის აზრს, რომლის მიხედვითაც, აღმოსავლეთ ევროპაში სოციალიზმის კვდომის პროცესში პოსტსაბჭოთა სივრცეში არა უბრალოდ ნაციონალისტური განწყობები გაზარდა, არამედ მოხდა ნაციონალიზმის გასპორტულება (sporting the nationalism). ამავე ნაშრომში მკვლევარი იზიარებს სეზარ გარსიას საყურადღებო მოსაზრებას, რომლის მიხედვითაც, ფეხბურთი ერთ-ერთი ყველაზე დიდი ინსტიტუციაა, რომელიც აყალიბებს და გარკვეულ ფორმას აძლევს ეროვნულ იდენტობებს მსოფლიოს გარშემო“ (სამხარაძე, 2017:91-92). საყოველთაოდ

აღიარებულია, რომ სპორტული თამაშები, შეჯიბრები, ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალებაა ეროვნული სიმბოლიკის – დროშის, ჰიმნის წინა პლანზე წამოსაწევად.

ეროვნული შეგრძნების გაძლიერება, რასაც ნაციონალიზმი შეიძლება ეწოდოს, უმეტეს შემთხვევაში გამოწვეულია სახელმწიფოებრიობის, დამოუკიდებლობის არქონით. კულტურის კვლევებში ამ მოვლენას იმპერიალიზმი/კოლონიალიზმი ეწოდება. საქართველოს ისტორიის, კულტურის კვლევა იმპერიული/კოლონიური და პოსტიმპერიული/პოსტკოლონიური კვლევების პოზიციიდან სულ უფრო თანმიმდევრული და აქტუალური ხდება. ნ. სამხარაძის ნაშრომი კიდევ უფრო აფართოებს ამგვარი კვლევების ობიექტსა და ემპირიულ მასალას. ამავდროულად, ასეთი ტიპის ნაშრომები შესაძლებლობას იძლევა მკვლევრებმა სპორტის სახეობების განიხილონ ნაციონალიზმის კვლევათა პერსპექტივებიდანაც. ვფიქრობთ, ეს სრულიად ახლებური მიდგომაა, მომავალი ფართომასშტაბიანი კვლევისა და მსჯელობის პერსპექტივებსაც ქმნის. მკვლევარი ამ სტატიაში ქართული ფეხბურთისა და ნაციონალიზმის ურთიერთკავშირს 1960-1980-იან წლებში გამოყოფს.

ავტორი ამავე ნაშრომში საბჭოთა ქართული ფეხბურთის მიმოხილვისას ყურადღებას ამახვილებს ერთ გარემოებაზე. ჩემპიონატში აუცილებლად დომინანტური რუსული გუნდი უნდა ყოფილიყო, რაც თავისთვად გამორიცხავდა სხვა რესპუბლიკების გუნდების პირველობას. ცნობილია, რომ თუნდაც ქართული გუნდისთვის არაერთხელ წაურთმევიათ ჩემპიონობის შესაძლებლობა და ეს ყველაფერი პოლიტიკურ საფუძველზე ხდებოდა. ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებულ მოვლენადაა შეფასებული 1964 წლის 18 ნოემბერს თბილისის „დინამოს“ მიერ საბჭოთა კავშირის ჩემპიონის ტიტულის მოპოვების ფაქტი, ასევე 1981 წლის 13 მაისის გამარჯვება, რომელიც „ერთ-ერთია იმ იშვიათ მოვლენებს შორის საქართველოს ისტორიაში, როდესაც ეროვნული სოლიდარობის გრძნობა ზენიტს აღწევს... ქუჩებს მოედო შემახილები „დინამო“, „საქართველო“. მატჩის შემდეგ ამ უმნიშვნელოვანესი მოვლენის აღნიშვნის ფორმებმა საბოლოოდ აქცია თბილისის „დინამო“ გამარჯვებისთვის მებრძოლი ქვეყნის სიმბოლოდ“ (სამხარაძე, 2017:96-97).

ცნობილია, რომ ამ პროცესებში განსაკუთრებულ როლს თამაშობდა ქართული სპორტული პრესა, რომელშიც სხვადასხვა ჟანრის პუბლიცისტური თუ მხატვრული

ტექსტი იბეჭდებოდა, იბეჭდებოდა მისალოცი ტექსტები და ა.შ. დღეს ეს ყოველივე, დიდძალ ემპირიულ მასლას იძლევა საკითხების უფრო ზოგადი სამეცნიერო კვლევებისა და დასკვნების გამოსატანად.

### **3.1 თანამედროვე ქართული სპორტული ჟურნალისტიკა: ისტორია, გენეზისი და ჟანრული თავისებურებები**

თანამედროვე ქართული სპორტული ჟურნალისტიკა ირეკლავს ჟურნალისტიკის განვითარების ზოგადად ტენდენციებს და ამავდროულად, პროცესის მნიშვნელოვანი ნაწილიცაა.

სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარებაში მნიშვნელოვანი ინსტიტუციების როლი, რომელიც ერთგვარად წარმართავს პროცესს. ასევე მნიშვნელოვან პროექტის ხელშემწყობი და ინიციატორიცაა.

როგორც ცნობილია, სპორტულ ჟურნალისტთა საერთაშორისო დღის აღნიშვნის ისტორია 1920 წლიდან იღებს სათავეს. პარიზის ოლომპიური თამაშების დროს 1924 წელს კი დარსდა სპორტული პრესის საერთაშორისო ასოციაცია. ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის ასოციაცია შეიქმნა საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის მოპოვებისთანავე და, ფაქტობრივად, ერთ წელიწადში საერთაშორისო ასოციაციის წევრიც გახდა.

საქართველოს სპორტულ ჟურნალისტთა ასოციაცია მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ქართული სპორტის ისტორიის, მისი გამორჩეული წარმომადგენლების, სპორტული ჟურნალისტების ისტორიების შეკრებასა და თანამედროვე მკითხველისათვის ხელმისაწვდომობას.

ამ მხრივ მნიშვნელოვანი იქნებოდა თუნდაც ერთი ფაქტის მოშველიება. რამდენიმე წლის წინ სპორტული ჟურნალისტიკის ასოციაციის ინიციატივით „თი-ბი-სი გალერეაში“ მეტად მნიშვნელოვანი ღონისძიება გაიმართა. ეს იყო ცნობილი ფოტოგრაფის - ალექსანდრე კოტორაშვილის საიუბილეო გამოფენა, გამოიცა ალბომი „ალექსანდრე კოტორაშვილის 100 ფოტო“. ფოტოგრაფი ალექსანდრე კოტორაშვილი წლების განმავლობაში ჟურნალ „ლელოში“ მუშაობდა. მას არაერთი მნიშვნელოვანი სპორტული მოვლენა აქვს გადაღებული იქნება ეს საქართველოში, თუ საზღვარგარეთ

ჩატარებული საერთაშორისო შეჯიბრები. თანამედროვე კვლევებში სულ უფრო ინტენსიური ხდება იკონური და პიქტორული გადატრიალების შესახებ მსჯელობა. როგორც სამეცნიერო ლიტერატურაშია აღნიშნული: „თანამედროვე კულტურა „შეპყრობილია“ სურათებით: სურათ-ხატთა ძალაუფლება წარმოჩნდება არა მხოლოდ მათი დომინანტურობით ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში, არამედ იმითაც, რომ ჩვენი ცოდნა და ცნებითი აზროვნება დიდწილადაა დამოკიდებული გამოსახულებებზე. ვიზუალური მედიების აქამდე არნახული კონიუნქტურა ცვლის ადამიანთა აღქმას, რაც ე.წ. ვიზუალური გადატრიალების (ინგლ. visual turn) ნიშანია (ცაგარელი, 2016:307). ვფიქრობთ, ეს მასალა, რომელიც წარმოდგენილია ალბომში და დიდი ნაწილი თავად ფოტოგრაფის არქივში ინახება, მნიშვნელოვანი შეიძლება აღმოჩნდეს ქართული სპორტული ცხოვრების, ისე სპორტული ჟურნალისტიკის ინტერდისციპლინური კვლევებისთვისაც (ჟურნალისტიკისა და ვიზუალური ანთროპოლოგიის, კულტურის კვლევათა გადაკვეთაზე).

მასკომუნიკაციური თეორიების კვლევებში აღიარებულია, რომ „მასობრივი კულტურის შესახებ დებატები კვლავაც გრძელდება, განსაკუთრებით ახალი მედიატექნოლოგიების გაჩენისას და თუმცა ისინი ასევე მასობრივი საზოგადოებისა და მასობრივი კულტურის ძველ ცნებებს ემყარებიან, მათში აღარაა გასული წლებისთვის დამახასიათებელი გამარტივებული მტკიცებები და კრიტიკა... პირველი ნამდვილი თეორიები, რომელთა ყურადღების ცენტრში მასმედია აღმოჩნდა, პროპაგანდის თეორიები იყო. ისინი აანალიზებდნენ მედიის შინაარსს და მსჯელობდნენ მისი გავლენების შესახებ, რათა გაეგოთ და აეხსნათ, როგორ შეიძლება ინფორმაციის მეშვეობით ათასობით და მილიონობით ადამიანის დარწმუნება“ (მაღალურაძე, 2016:49-50).

### **ქართული სპორტული პრესა:**

ბუნებრივია, ქართულ სპორტულ პრესაზე მსჯელობისას გვერდს ვერ ავუვლით გაზეთ „ლელოს“. ქართულ საბჭოთა ენციკლოპედიაში ვკითხულობთ: „ლელო“ ქართული სპორტული გაზეთი.... პირველი ნომერი 1934 წლის 13 აპრილს გამოვიდა თბილისში „საქართველოს ფიზკულტურელის“ სახელწოდებით. 1936 წლიდან გაზეთს

დაერქვა „ფიზკულტურელი“. რომლის ბოლო ნომერი 1939 წლის 28 თებერვალს დაიბეჭდა. „ლელომდე“ სულ 362 ნომერი გამოვიდა. 1949 წლის 10 ივლისს დაისტამბა „ლელოს“ პირველი ნომერი“ (კაკაბაძე, 1983:166).

ისტორიამ დაადასტურა, რომ სწორედ გაზეთმა „ლელომ“ ჩაუყარა ქართული სპორტულ ჟურნალისტიკას ფუნდამენტი. ძალიან დიდია მისი მნიშვნელობა ზოგადად ქართული სპორტული ცხოვრებისათვის. ცნობილია, რომ ამ გამოცემამ დიდი როლი ითამაშა 1989 წელს ეროვნული ოლიმპიური კომიტეტის დაარსებაში, 1992 წელს კი ასევე ამ გაზეთის ძალისხმევით დაარსდა „საქართველოს სპორტულ ჟურნალისტთა ასოციაცია“.

ჟურნალისტიკაში დროთა განმავლობაში იხვეწებოდა და მუშავდებოდა მასალის ორგანიზებისა თუ სხვადასხვა ფაქტის, მოვლენათა გაშუქების ფორმები და ასევე მათი მიზანშეწონილობა. ერთ-ერთ ინტერნეტგამოცემასთან ინტერვიუში გაზეთის რედაქტორი, თენგიზ გაჩეჩილაძე, ასე აფასებს სარედაქციო პოლიტიკას: „ლელო“ სპორტის ყველა სახეობის შესახებ ავრცელებს ინფორმაციას, თუმცა განსაკუთრებული აქცენტი მაინც ფეხბურთზე კეთდება. საქართველოში მიმდინარე ამბები უმეტესად ექსკლუზიური მასალებია, უცხოეთის ამბებს კი თარგმნიან. ადამიანი, რომელმაც სტადიონზე ფეხბურთის მატჩს უყურა, მეორე დღეს გაზეთს ყიდულობს, ფულს იხდის, რადგან მას სურს გაიგოს ის, რაც უშუალოდ თამაშისას ვერ დაინახა, მას არ აინტერესებს მშრალი მიმოხილვა და მატჩის დეტალური აღწერა, სხვანაირი ანალიზი სჭირდება, ამამია სპორტული ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზმი.

საქართველოში არსებული სხვა სპორტული გაზეთებისგან განსხვავებით „ლელო“ არ აქვეყნებს სხვადასხვა ქვეყნის ჩემპიონატების ცხრილებსა და თამაშის ანგარიშებს. „ტოტალიზატორში თამაშს არ გვინდა ხელი შევუწყოთ, თან ვფიქრობ, რომ ეს ჩვენი ფორმატი არ არის,“ - განმარტა რედაქტორმა. მისი თქმით, თანამშრომლობაზე უარს არავის ეუბნებიან, „რედაქციაში მოდიან ახალგაზრდები, თუ მასალები კარგია - ვბეჭდავთ“ (გაჩეჩილაძე, 2011. ინტერნეტრესურსი:

<http://www.media.ge/ge/portal/articles/43094/>).

გაზეთი მედია ჰოლდინგ „პალიტრამედიას“ წევრი გახდა და ყოველდღიურად გამოიცემა.

ჟურნალისტიკის, როგორც ცნების შესახებ მრავალრიცხოვანი განმარტება არსებობს. პუბლიცისტიკა ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სტილია. თ. მაღალურაძის მოსაზრებით: „პუბლიცისტიკას ახასიათებს: ცნებებით აზროვნება, ტენდენციის წარმოჩენა, აქტუალურობა, განზოგადება“ (მაღალურაძე, 2009:9).

ტექსტის, მხატვრული იქნება თუ პუბლიცისტური სტილის, აქვს თავისი საკლასიფიკაციო კატეგორიები, რომლებსაც გვარები და ჟანრები ეწოდება. ი. რატიანი განმარტავს ამ ცნებებს მხატვრული ლიტერატურის კონტექსტში, რომელიც რელიევანტურად მიგვაჩნია პუბლიცისტიკის ასპექტში თავად ამ კატეგორიების შესახებ მსჯელობისთვისაც: „ლიტერატურული ჟანრი არის ლიტერატურული გვარის საკლასიფიკაციო კატეგორია, რომელიც ეფუძნება კონკრეტული ლიტერატურული გვარის წიაღში არსებულ ფორმალურ, შინაარსობრივ და სტილურ განსხვავებებს. შესაბამისად ყოველ ლიტერატურულ გვარს მისთვის ნიშანდობლივი ჟანრები მოეძებნება“ (რატიანი, 2012:384). გვარებისა და ჟანრის ამ კლასიკურ გაგებას პუბლიცისტურ ტექსტებში კიდევ უფრო აკონკრეტებენ მკვლევრები, გამოკვეთენ მის ძირითად მახასიათებლებსა და მოთხოვნებს.

პუბლიცისტური გვარები დაყოფილია ინფორმაციულ და ანალიტიკურ ჟანრებად. ინფორმაციულ ჟანრებში გამოიყოფა: ინფორმაციული შენიშვნა, რეპორტაჟი, ინტერვიუ, ანგარიში. ხოლო ანალიტიკურ ჟანრებში კი – კორესპონდენცია, საუბარი, სტატია, წერილი, მიმოხილვა, პრესის მიმოხილვა, რეცენზია, ნარკვევი, ჩანახატი, ფელეტონი, პამფლეტი, პაროდია, შარჟი, კარიკატურა (მაღალურაძე, 2009:11).

თავის მხრივ ინფორმაციულ ჟანრებში გამოიყოფა ინფორმაციული შენიშვნა, ინტერვიუ, რეპორტაჟი, ანგარიში. თუნდაც გაზეთ „ლელოზე“ დაყრდნობით რომ ვისაუბროთ, ჟანრების ამგვარი გაგება ნათლად რეალიზდება. გაზეთის სატიტულო გვერდზე დაბეჭდილია ყველა მნიშვნელოვანი ქართული სპორტული სიახლე, რომელიც შეგვიძია გავიხილოთ ინფორმაციული ჟანრის კატეგორიად. გაზეთში ასევე დიდ ადგილს იკავებს რეპორტაჟის ჟანრის სტატიებიც.

ლელოში მასშტაბურადაა წარმოდგენილი სპორტის სახეობები: ფეხბურთი, კალათბურთი, ჭიდაობა, რაგბი. ასევე ცალკე რუბრიკადაა გამოყოფილი სხვა დანარჩენი სახეობებიც: ჩოგბურთი, კრივი, ტყვიის სროლა, ნიჩბოსნობა, ფარიკაობა, წყალბურთი,

ფრენბურთი, საწყლოსნო სახეობები, საბრძოლო სახეობები, ველოსპორტი, ძალოსნობა, ჭადრაკი, მძლეოსნობა, მშვილდოსნობა, ტანვარჯიში, ხელბურთი, ყინულის ჰოკეი, ზამთრის სპორტის სახეობები და სხვ.

ქართულ სპორტულ ჟურნალისტიკაში ასევე გამორჩეულ ადგილს იკავებს გაზეთი „სარბიელი“, რომელიც გამოიცემა 1990 წლის 28 დეკემბრიდან. ახლა თამამად შეიძლება ითქვას, რომ ეს გამოცემა დამოუკიდებელი საქართველოს სპორტული ცხოვრების ერთ-ერთი მემატიაწაა. გაზეთის პირველ ნომერში, სატიტულო გვერდზე გვხვდება მეტად მნიშვნელოვანი წერილი სათაურით **„ქართული სპორტის ინტერესები უპირისპირდება სსრკ-ს ინტერესებს“**. სტატია ასახავს დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდგომ არსებულ პრობლემებს. ამავე გვერდზე გვხვდება გაზეთის მისიის შესახებ მოსაზრება, რომელშიც ვკითხულობთ: „ჩვენს მუშაობაში მთავარი დასაყრდენი იქნება ქართული სპორტი, ისევე როგორც მისი გულშემმატკივარი. „სარბიელის“ მთავარი შემფასებელი და იმედიც“

(<https://www.sarbieli.com/%e1%83%95%e1%83%98%e1%83%9c%e1%83%95%e1%83%90%e1%83%a-0%e1%83%97/>).

წარმოგიდგინთ გაზეთის ვებ-გვერდზე გამოქვეყნებულ ისტორიას. ამ ინფორმაციებში ვხვდებით თავისი არსებობის განმავლობაში მეტად მნიშვნელოვან ფაქტებსა და მოვლენებს, რომლებიც გააშუქდა მის ფურცლებზე:

ქალაქებზე არსებობის 18 წლის განმავლობაში „სარბიელის“ ფურცლებზე გამოქვეყნდა რეპორტაჟები ორმოცდაათზე მეტი ქვეყნის ასზე მეტი ქალაქიდან.

- 1993 წლიდან მოყოლებული „სარბიელი“ ატარებდა ქართველი სპორტული ჟურნალისტების გამოკითხვას წლის საუკეთესო ფეხბურთელის გამოსავლენად.
- 1994, 1995 და 1996 წლებში „სარბიელმა“ სამჯერ მოაწყო წლის საუკეთესო კალათბურთელის გამოსავლენი გამოკითხვაც.
- 1995 წლიდან რაგბიში თამაშდებოდა „სარბიელის“ სინი – ნებისმიერი გუნდი საქართველოს ჩემპიონატის მატჩში სთავაზობდა „სინის“



მფლობელს მის გათამაშებას, ასე ვთქვათ, გამოწვევას უზღავნიდა და გამარჯვების შემთხვევაში ეპატრონებოდა მას.

- 1994 წლიდან „სარბიელი“ რეგულარულად მონაწილეობდა „ფრანს ფუტბოლის“ ყოველწლიურ გამოკითხვაში – ევროპის (და შემდგომ მსოფლიოს) საუკეთესო ფეხბურთელის, „ოქროს ბურთის“ ლაურეატის გამოსავლენად.
- 1996 წლიდან „სარბიელი“ თანამშრომლობდა ევროპის ძიუდოს კავშირთან, მონაწილეობდა კონტინენტის საუკეთესო ქალი და კაცი ძიუდოისტის გამოვლენაში.
- 1998 წლიდან „სარბიელი“ მონაწილეობდა მძლეოსნობის საერთაშორისო ფედერაციის ყოველწლიურ გამოკითხვაში წლის საუკეთესო ქალი და კაცი მძლეოსნის გამოსავლენად.
- 2000 წელს გაზეთი წერდა: „კალათბურთის საერთაშორისო ფედერაციამ (ფიბა) კი „სარბიელი“ საქართველოს მოსახლეობასთან შუამავლად არჩია. ფიბა ყოველწლიურად აწყობს ევროპის ვარსკვლავთა მატჩს, „ევროსტარზს“, რომლის მონაწილეებსაც საყოველთაო-სახალხო გამოკითხვის შედეგების მიხედვით ასახელებს. ასე რომ, „ევროსტარზის“ გუნდის დაკომპლექტებაში „სარბიელის“ მკითხველსაც მიუძღვის წვლილი“.
- 2001 წელს სარბიელმა წლის საუკეთესო სპორტული გამოცემის პრიზი – ოქროს კალამი მიიღო. საუკეთესი სპორტულ ჟურნალისტად სარბიელელი მერაბ რატიშვილი დაასახელეს, საუკეთესო ფოტორეპორტაჟის ავტორად კი ავთანდილ გურასაშვილი აღიარეს.
- 2000-2002 წლებში გამოდიოდა ჟურნალი „სარბიელი“.
- 2016 წლიდან სარბიელი FIFA-ს პარტნიორია ყოველწლიურ გამოკითხვაში საუკეთესოთა გამოსავლენად.

„სარბიელს“ ბევრჯერ გამოუქვეყნებია კრიტიკული წერილი, მაგრამ ადამიანის ღირსება ფეხქვეშ არასდროს გაუთელავს, რადგან „სარბიელისთვის“ ღირსება უმთავრესია!

2017 წლიდან „სარბიელმა“ ინტერნეტში გადაინაცვლა<sup>2</sup>.

ჟურნალისტიკის, როგორც სამეცნიერო დისციპლინის კვლევებში სულ უფრო მეტი ყურადღება ეთმობა ახალი მედიასაშუალებების შესახებ მსჯელობას. ციფრული ტექნოლოგიების ეპოქაში ყველაზე აქტუალური გახდა ინტერნეტ გამოცემები. არც თუ მრავალრიცხოვანი ქართული სპორტული გამოცემები უმეტესად სწორედ ინტერნეტგამოცემები გახდა. ამიტომაც ჩვენი კვლევისათვის ინტერნეტგამოცემები მთავარი საკვლევი მასალა აღმოჩნდა. „გლობალური მსოფლიო ქსელის დამკვიდრების შემდეგ სკეპტიკოსი მედია მკვლევრები „ბეჭდური მედიის დაისზე“ კი ლაპარაკობენ და მომავალში ტრადიციული მედიის გაქრობას ვარაუდობენ. მსოფლიო ბრენდებს, როგორც გაზეთებს, ისე ჟურნალებს, დღეს უკვე აქვთ ელექტრონული ვერსიები მობილური ტელეფონებისთვის, აიპედებისა და ქინდლ-რიდერებისთვის. ციფრულ სამყაროში მყოფი სულ უფრო მეტი მომხმარებელი ტრადიციული, ქალაქში დაბეჭდილი გაზეთის ნაცვლად მისი ელექტრონული ვერსიის გამოწერას ამჯობინებს“ (ვეკუა, რუე, 2017:208). თუმცა, არსებობს კონტრარგუმენტებიც. მკვლევრები ასახელებენ ავსტრიელი ჟურნალისტის იულიამ ვესტის პოზიციას: „ბეჭდური პუბლიკაციების კითხვისას არ არსებობს საფრთხე, რომ ელექტრონული კვების ბლოკი დაიცლება ან ეკრანზე გაჩნდება შავი ლაქები, არ არის საჭიროება, რომ დაველოდოთ, ვიდრე ტექსტი საბოლოოდ ჩამოიტვირთება. გაზეთები და ჟურნალები კი იოლად სატარებელია. კვლევებით დასტურდება, რომ ბეჭდური მედიიდან მიღებული ინფორმაცია გაცილებით ხანგრძლივად რჩება მეხსიერებაში, ვიდრე კომპიუტერის ეკრანიდან წაკითხული (ციტირებულია, ვეკუა, რუე, 2017:208).

ამდენად, „ახალი მედია“, როგორც საინფორმაციო-საკომუნიკაციო საშუალებების ერთობლიობა, მართლაც ყველაზე მნიშვნელოვან ადგილს იკავებს მედიის კვლევებში. თანამედროვე ადამიანის ცხოვრების წესი სულ უფრო დამოკიდებული ხდება ინტერნეტ რესურსებზე, ამდენად ინტერნეტ გამოცემები და ე.წ.

<sup>2</sup> მონაცემები აღებულია ვებ გვერდიდან: <https://www.sarbieli.com/%e1%83%95%e1%83%98%e1%83%9c-%e1%83%95%e1%83%90%e1%83%a0%e1%83%97/>

„ახალი მედია“ ტრადიციულ მედიასაშუალებებს სერიოზულ კონკურენციას უწევს. სამეცნიერო ლიტერატურაში აღიარებულია ახალი მედიის მახასიათებლები „ახალი მედიის შეტყობინება არის დიგიტალიზებული (გაციფრებული, ბინარული კოდით გადმოცემული) და კონვერგენციული (ნაწერი, ხმოვანი და ვიზუალური ტექსტების ერთობლიობა), ახალი მედია მოიცავს სოციალურ მედიასაც, რომელიც თავისი ფუნქციონირების მექანიზმით ყოველ მომხმარებელს თანაბარ შესაძლებლობას სთავაზობს, გახდეს ავტორი და გამომცემელი“ (ციტირებულია, ვეკუა, რუე, 2017:212).

კვლევამ გამოიწვია სპორტული ჟურნალისტიკის შესახებ არსებულ პრობლემების განხილვა სპორტული ჟურნალისტიკის, მისი პრობლემების შესახებ დებატები ჩნდება ქართულ ინტერნეტ სივრცეშიც. ამ მხრივ ალბათ უფრო საყურადღებოა ბლოგერების მოსაზრებები. ვფიქრობთ, მნიშვნელოვანია ბლოგერ ბადრი კობიაშვილის მოსაზრება, რომლის ზოგიერთი ნაწილი შეიძლება საკამათო ოყოს, ზოგიერთს კი ვიზიარებთ. პრობლემებს ისა ასე აზოგადებს: „სპორტულ ჟურნალისტიკაში პრობლემები ბევრია და ამ პრობლემების მოგვარება, უპირველეს ყოვლისა, ალბათ, გულშემატკვივრების ინიციატივით უნდა დაიწყოს. სპორტული პრესისა და ტელევიზიის მომხმარებლებმა რედაქციებსა და მაუწყებლებს უნდა დაანახონ, რომ ისინი მათგან პროფესიონალურ მიმოხილვებს, კვალიფიციურ ანალიზს ელიან და არა მდარე ხარისხის „მოყვითალო“ პროდუქტს“ (კობიაშვილი, <https://www.mediachecker.ge/ka/blogio/article/49458-sportuli-betcdurida-samautsyeblo-media-360-gradusith>).

ბლოგერი აკრიტიკებს ქართულ სპორტული გამოცემებს და საუბრობს „ყვითელი პრესისთვის“ დამახასიათებელ ელემენტებზე, ლექსიკურ და სტილისტურ ხარვეზებზე, თუმცა აქვე აღნიშნავს, რომ: „მიუხედავად ამ ყველაფრისა, არ შეიძლება არ აღინიშნოს, რომ გამოცემებს, ფაქტობრივად, ყურადღების მიღმა არ რჩებათ საქართველოსა და მსოფლიოში მიმდინარე მოვლენები. ცნობილი ქართველი, ვეტერანი სპორტსმენები. ჟურნალ „ლელო WEEK-ში“ ხშირია დასავლური საფეხბურთო ქვეყნების გამოცდილებასა და მიღწევებზე საუბარი, სხვადასხვა ავტორთა თვალსაზრისის გამომხატველი სტატიები. გამოცემები სპორტის ყველა სახეობაში მიმდინარე მნიშვნელოვან ასპარეზობებს აქტიურად აშუქებენ, მაგრამ კარგი იქნებოდა, მათ

ქართული სპორტული სამყაროსთვის არამარტო მოვლენურად შეეხებათ, არამედ ყურადღება გაემახვილებინათ სპორტის სხვადასხვა სახეობათა პრობლემებზეც, რადგანაც სერიოზულად განსახილველი საკითხები, ხშირად ფეხბურთის, კალათბურთის, რაგბის თუ მიმდინარე სპორტული მოვლენების ჩრდილში ექცევა“ (კობიაშვილი, <https://www.mediachecker.ge/ka/blogio/article/49458-sportuli-betcduri-dasamautsyeblo-media-360-gradusith>).

დასასრულს, უნდა შევხვით ერთ მნიშვნელოვან სფეროსაც. ეს არის ქართული სპორტული ვებ-გვერდები. ამ მხრივ საინტერესოა popsport.com, live.ge, sportall.ge.

ვებ-გვერდი popsport.com საკმაოდ მრავალფეროვან ინფორმაციას სთავაზობს სპორტის მოყვარულებს. იგი თანაბრად აშუქებს როგორც ქართულ, ისე მსოფლიოს მნიშვნელოვან სპორტულ მოვლენებს. ცალკე რუბრიკებად გამოყოფილია ფეხბურთის საკითხები – ეროვნული ლიგა, საქართველოს თასი, ეროვნული ნაკრები, ასაკობრივი ნაკრებები, ლეგიონერები. ფუტსალი. საგანგებოდ აშუქებს მსოფლიო ფეხბურთის მნიშვნელობან მოვლენებს – ჩემპიონთა ლიგა, ევროპალიგა, მსოფლიოსა და ევროპის ჩემპიონატებს, ერთა ლიგასა თუ კოპა ამერიკას. საიტი ასევე საკმაოდ მრავალფეროვან ინფორმაციებს სთავაზობს რაგბის, კალათბურთის, ძიუდოს თუ სხვა სახეობათა მოყვარულებს.

ვებ-გვერდი live.ge მულტიმედიურ საშუალებად შეიძლება განვიხილოთ, რომელიც სპორტის მოყვარულებს სთავაზობს მრავალფეროვან ინფორმაციებს ქართულული და მსოფლიო სპორტის სხვადასხვა სახეობათა შესახებ (ფეხბურთი, რაგბი, კალათბურთი, ჩოგბურთი, ძიუდო, სუმო, მძლეოსნობა და სხვ). საიტზე ანალიტიკურ სტატიებთან, სიახლეებთან ერთად შესაძლებელია ვიდეო მიმოხილვების გაცნობაც.

ასევე მულტიმედიურია ვებ გვერდი sportall.ge. რომელზეც განთავსებულია დიდძალი ინფორმაცია მსოფლიო და ქართული სპორტული ამბების შესახებ. სისტემატურად სთავაზობს სიახლეებს მკითხველს. განსაკუთრებულად აღსანიშნავია ვებ გვერდის ვიდეო და ფოტო გალერეა.

## 3.2 ინტერვიუები ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის შესახებ

### ინტერვიუ #1

სანდრო ცნობილაძე, სპორტული კომენტატორი, popsport.com , პროდიუსერი

**თქვენ, როგორც სპორტული პროცესის შემქმნელსა და მონაწილეს, როგორ შეაფასებდით ჟურნალისტიკის/ მედიის ფუნქციას თანამედროვე სპორტული პროცესის განვითარებისთვის?**

მედიას უდიდესი როლი აქვს ცხოვრების ნებისმიერ სფეროში და გამონაკლისი, რა თქმა უნდა, არც სპორტია. რაც უფრო კარგად ესმით მედიის როლი სპორტსმენებს, ფედერაციის მაღალჩინოსნებს მით უფრო წარმატებულია მათი საქმიანობა. რა თქმა უნდა, მედია წარმატების ერთადერთი საფუძველი არაა, მაგრამ ერთ-ერთი და მნიშვნელოვანი ნამდვილადაა. კარგი იქნებოდა რომ საქართველოში ეს საკითხი ისევე კარგად ესმოდეთ როგორც განვითარებულ ქვეყნებში.

**თქვენი აზრით, რა არის ის აუცილებელი პირობები, რასაც უნდა პასუხობდეს სპორტული მედია?**

მედიის რეიტინგის პირველი ინდიკატორი, რა თქმა უნდა, მისი ობიექტურობაა. ეს თეზისი სპორტულ მედიაზეც მუშაობს, რაც უფრო ობიექტურია მედია, მით მაღალია მისი ნდობა საზოგადოებაში. მედიის სპორტულ მიმართულებას სხვა მიმართულებებისგან განსხვავებით ოპერატიულობაც უნდა გამოარჩევდეს. ობიექტურობა და ოპერატიულობა ორი მთავარი აუცილებელი პირობაა.

**როგორ ფიქრობთ, რომელია საქართველოში სპორტულ ჟურნალისტიკის განვითარების ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპი?**

ყველაზე მნიშვნელოვან ეტაპად ჟურნალისტური კარიერის დასაწყისი მიმაჩნია. როდესაც განათლება მიღებული ახალგაზრდა უკვე პრაქტიკულ საქმიანობაზე გადადის მას აუცილებლად სჭირდება ისეთი ადამიანი, რომელიც სწორად დაინახავს

ახალგაზრდა კოლეგის პლიუსებს და შეეცდება მას მათი გამოვლენის მაქსიმალური საშუალება მისცეს.

### **რა არის დღევანდელი ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის მთავარი ნაკლი?**

მერწმუნეთ, ქართული სპორტული ჟურნალისტიკა უფრო მეტადაა განვითარებული, ვიდრე ქვეყნის ბევრი სხვა დარგი. ნაკლად შეიძლება ჩავთვალოთ მწირი მატერიალური ბაზა, ოღონდ ეს ნაკლი არაა განპირობებული ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის მინუსებით. ეს არაა ის მომენტი, რომელიც შეიძლება ბაზრის პრინციპები მივუსადაგოთ – გიხდიან იმდენს რამდენსაც არსებულ კონკურენციაში იმსახურებ. ჩემ ირგვლივ არიან ადამიანები, ჟურნალისტები რომლებიც განვითარებულ ქვეყნებში რომ დაბადებულიყვნენ, თავისი ნიჭის და პოტენციალის გათვალისწინებით აბსოლუტურად უზრუნველი ცხოვრებით იცხოვრებდნენ.

### **რა პრობლემების წინაშე დგას სპორტული ჟურნალისტიკა საქართველოში და როგორ შეიძლება ამ პრობლემების მოგვარება?**

ნაწილობრივ პასუხი წინა შეკითხვაში მაქვს გაცემული. მატერიალური რესურსი მიმაჩნია მთავარ პრობლემად, რომლის გადაწყვეტის ერთადერთი შანსი ქვეყანაში არსებული მდგომარეობის გაუმჯობესებაა.

### **თქვენი აზრით, რა პერპექტივა აქვს დღეს სპორტულ გამოცემებს და რა უპირატესობა აქვს სპორტულ ონლაინმედიას?**

გამოცემების ერა ნელ-ნელა წარსულს ბარდება. თითზე ჩამოსათვლელი რჩება სპორტული გამოცემები რომლებიც კითხვადია. ისინი ონლაინ მედიამ შეჭამა. არსებობენ დინოზავრები მაგალითად „გაძეტა დელო სპორტი“ ან „კიკერი“, მაგრამ მათი არსებობა უფრო ტრადიციაა ვიდრე აუცილებლობა. მიაქციეთ ყურადღება, რომ თუნდაც ჩემ მიერ დასახელებულ გამოცემებს აუცილებლად აქვთ ონლაინ პლატფორმა და ამ პლატფორმის მეშვეობით ისინი არსებობას აგრძელებენ. წარმოუდგენელია, რომ 21-ე საუკუნეში გამოცემებმა ონლაინ მედიას კონკურენცია გაუწიონ, თუმცა კარგი იქნება თუ ისინი თავის ნიშას იპოვიან და მათი მფლობელები გაანალიზებენ, რომ

ონლაინ პლატფორმებთან არა კონკურენციაში შესვლა, არამედ თანამშრომლობაა საჭირო.

## ინტერვიუ #2

რესპონდენტი – პაატა გურასპაული, კალათბურთის ფედერაციის პრეზიდენტი

თქვენ, როგორც სპორტული პროცესის შემქმნელი და მონაწილე, როგორ შეაფასებდით ჟურნალისტიკის/ მედიის ფუნქციას თანამედროვე სპორტული პროცესის განვითარებისთვის?

საკმაოდ ცოტა რამ არის ერთმანეთზე იმდენად დამოკიდებული და გადაჯაჭვული, რამდენადაც სპორტი და სპორტული ჟურნალისტიკა. ჩემთვის, როგორც ერთ-ერთი სპორტული ორგანიზაციის ხელმძღვანელისთვის, უმნიშვნელოვანესია მედიასთან თანამშრომლობა, მათი დახმარებით მთელ საზოგადოებასთან, გულშემატკივართან ინტერაქცია. წარმოუდგენელია, სპორტის რომელიმე სახეობის, სპორტსმენის ან უბრალოდ სპორტში ჩართული ადამიანის წინსვლა და განვითარება მედიასთან მწყრალი, არაკეთილსინდისიერი დამოკიდებულების პირობებში.

თქვენი აზრით, რა არის ის აუცილებელი პირობები, რასაც უნდა პასუხობდეს სპორტული მედია?

თავის მხრივ, ბუნებრივია მედიასაც აქვს სერიოზული პასუხისმგებლობა და ვალდებულებები გარკვეულ საკითხებთან დაკავშირებით. მისაღებია ზომიერი და სამართლიანი კრიტიკა. ასევე აუცილებელი პირობაა ობიექტურობა, რაც სფეროში მოღვაწე პიროვნებების პროფესიონალიზსა და კეთილსინდისიერებაზეა დამოკიდებული.

როგორ ფიქრობთ, რომელია საქართველოში სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპი ?

ვფიქრობ, ნებისმიერ პერიოდს თავისი განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს, საკმაოდ რთულია ერთი კონკრეტული ეტაპის გამოყოფა.

**რა არის დღევანდელი ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის მთავარი ნაკლი?**

არაობიექტურობა, რაც ხშირ შემთხვევაში არაპროფესიონალიზმის გამოძახილია. ისევე, როგორც თითქმის ყველა სხვა სფეროში, აქაც გვხვდება გააზრებული თუ გაუაზრებელი სტატიები, ინფორმაციები, რომელიც შეიძლება კონკრეტული ადამიანის, ან ადამიანთა ჯგუფის წინააღმდეგ იყოს მიმართული.

**რა პრობლემების წინაშე დგას სპორტული ჟურნალისტიკა საქართველოში და როგორ შეიძლება ამ პრობლემების მოგვარება?**

პრობლემა არაერთია, შესაძლოა სფეროს უჭირდეს საუკეთესო, პროფესიონალი კადრების შენარჩუნება, რადგან აქაც საკმაოდ მწირია დაფინანსება. ახალი მედიის, ონლაინმედიის პირობებში, ჩვენ გვხვდება საკმაოდ ბევრი ახალგაზრდა, შესაძლოა საკმაოდ პერსპექტიული, თუმცა ამასთანავე გამოუცდელი კადრი, რომელიც მუშაობის პროცესში არაერთ შეცდომას უშვებს. მიუხედავად იმისა, რომ არსებული ვითარება უკეთესის სურვილს ტოვებს, არავითარ შემთხვევაში არ ვიტყვი, რომ ქართული სპორტული მედია დაბალ დონეზეა, არის უკეთესის პერსპექტივა და ვითარების გამოსწორებაზე ჩვენ ყველამ ერთად უნდა ვიზრუნოთ.

როგორც დავუშვით კალათბურთში, ახალგაზრდას ჭირდება ხელშეწყობა, კარგი მწვრთნელი, ბევრი ვარჯიში და მუშაობა იმისთვის, რომ კარგი კალათბურთელი მივიღოთ, ასევე ჟურნალისტს ჭირდება დახმარება, რათ მან მიიღოს შესაბამისი განათლება, მუდმივად იმუშავოს საკუთარ თავზე, განვითარებაზე, უყვარდეს საკუთარი საქმე და არაფრის ფასად არ უღალატოს მას.

**თქვენი აზრით, რა პერპექტივა აქვს დღეს სპორტულ გამოცემებს და რა უპირატესობა აქვს სპორტულ ონლაინმედიას?**



### ინტერვიუ #3

ილია ნანობაშვილი, სპორტული ჟურნალისტი, „ლიდერსპორტი“

**თქვენ, როგორც სპორტული პროცესის შემქმნელი და მონაწილე, როგორ შეაფასებდით ჟურნალისტიკის/ მედიის ფუნქციას თანამედროვე სპორტული პროცესის განვითარებისთვის?**

რა თქმა უნდა, მნიშვნელოვანია და ტყუილუბრალოდ არ ეძახიან მეოთხე ხელისუფლებას. ეგ არის, დღეს საქართველოში იმდენად დიდი როლი ვერ აკისრია და ბევრი კითხვის ნიშანი ჩნდება. ჩაანაცვლა სოციალურმა ქსელებმა, თუმცა მეორე მხრივ, ესეც ჟურნალისტიკაა.

**თქვენი აზრით, რა არის ის აუცილებელი პირობები, რასაც უნდა პასუხობდეს სპორტული მედია?**

სამართლიანობა, პასუხისმგებლობა, ერუდიცია. მთლიანობაში, პროფესიონალიზმი. არაზერელე დამოკიდებულება.

**როგორ ფიქრობთ, რომელია საქართველოში სპორტულ ჟურნალისტიკის განვითარების ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპი ?**

აღბათ, ყველა ეტაპი თავისებურად მნიშვნელოვანია.

**რა არის დღევანდელი ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის მთავარი ნაკლი?**

არასწორი აქცენტები. არ შუქდება უფრო მთავარი თემები. მაგალითად, ქართულ ფეხბურთში უამრავი პრობლემაა, ეს უფრო საკლუბო თემებს ეხება და მასმედია უფრო ყურადღებით რომ იყოს, ბევრს ვერ გაბედავდნენ. ეს ეხება თუნდაც ფინანსურ კრიზისს, ან თამაშების გარიგებებს, რაც გამოვლინდა კიდევ. უფრო ახალგაზრდა ფეხბურთელები არიან ცოდონი, მათ წინსვლა სჭირდებათ და არაბუნებრივ წინაღობებს აწყდებიან.

**რა პრობლემების წინაშე დგას სპორტული ჟურნალისტიკა საქართველოში და როგორ შეიძლება ამ პრობლემების მოგვარება?**

მეოთხე კითხვის პასუხთან გადაჯაჭვულია. ჟურნალისტი იძულებულია, უფრო იმაზე იმუშაოს, რაც ნახვადია და არა იმაზე - რაც უმთავრესია. და ეს რაც ნახვადია, უფრო იოლი გასაკეთებელია და ჟურნალისტიც თავს არ იკლავს ზედმეტი ტვირთით. პრობლემების მოგვარება? თავად მიმართულებების მიმცემებმა უნდა შეცვალონ კურსი და საზოგადოებას მეტი გამჭვირვალობით დაანახონ, რაც სინამდვილეში ხდება.

**თქვენი აზრით, რა პერპექტივა აქვს დღეს სპორტულ გამოცემებს და რა უპირატესობა აქვს სპორტულ ონლაინმედიას?**

სპორტული გამოცემების რიცხვი მგონი მინიმუმამდე დაეცა, რაც ცუდია. თუმცა ამას ვერ გავექვევით: გაზეთის წაკითხვის კულტურა ჩვენში ნელ-ნელა გაქრა და არა მგონია, დაბრუნდეს. ონლაინმედიას უპირატესობა აქვს ოპერატიულობის, ვიდეო-ფოტოების კუთხით. თუმცა ვრცელი სტატიები გაზეთში გაცილებით კომფორტული წასაკითხია. სამწუხაროდ, ვრცელი და საინტერესო ანალიტიკური სტატიების რიცხვმა იკლო. მიზეზი ისევ ის – მომხმარებელს შეიძლება დაეზაროს წაკითხვა.

#### **ინტერვიუ # 4**

**რესპონდენტი – ალექო კაკაურიძე გაზეთი „ლელო“**

**თქვენ, როგორც სპორტული პროცესის შემქმნელი და მონაწილე, როგორ შეაფასებდით ჟურნალისტიკის/ მედიის ფუნქციას თანამედროვე სპორტული პროცესის განვითარებისთვის?**

როგორც საქართველოში ისე უცხოეთში, მედიის როლი სპორტში უდიდესია. ყველაფერს რომ თავი დავანებოთ მედია ხელს უწყობს ამა თუ იმ სპორტსმენისა და სპორტის კონკრეტული სახეობის შესახებ საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებას. სამწუხაროდ დღეისათვის უცხოეთში უფრო ისმენენ და ითვალისწინებენ მედიის აზრს, ვიდრე საქართველოში.

**თქვენი აზრით, რა არის ის აუცილებელი პირობები, რასაც უნდა პასუხობდეს სპორტული მედია?**

ობიექტურობა, ოპერატიულობა, ბალანსის დაცვა, ჩემი აზრით, ეს არის ის სამი მნიშვნელოვანი კრიტერიუმი, რომელსაც უნდა პასუხობდეს სპორტული მედია.

**როგორ ფიქრობთ, რომელია საქართველოში სპორტულ ჟურნალისტიკის განვითარების ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპი?**

ჩემი აზრით, 40-50 იანი წლები, როდესაც ქართული სპორტული მემატიანის, გაზეთ „ლელოს“ ფურცლებზე ქართული სპორტული ტერმინოლოგიის დაიხვეწა, გაცოცხლდა არაერთი ძველი ქართული სიტყვა, დამკვიდრდა არაერთი ტერმინი, რომელიც დღესაც ხშირად გამოიყენება სპორტის ამა თუ იმ სახეობის ანალიზისას.

**რა არის დღევანდელი ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის მთავარი ნაკლი?**

არაკომპეტენტურობა სხვისი შრომის დაუფასებლობა ( ვგულისხმობ იმას, რომ ძალიან ხშირად ხდება ექსკლუზივების მიტაცება) ასევე პროტექციონიზმი.

**რა პრობლემების წინაშე დგას სპორტული ჟურნალისტიკა საქართველოში და როგორ შეიძლება ამ პრობლემების მოგვარება?**

მთავარ პრობლემად მიმაჩნია ზოგადად ჟურნალისტური ეთიკის დაცვა, ასევე კონკრეტულ სპორტულ სახეობებზე მწერალი ჟურნალისტების შედარებით ნაკლები წვდომა დეტალებში. რაც შეეხება მოგვარების გზებს, საკუთარი თავის ჩათვლით ვისურვებდი მეტ პროფესიულ სიღრმესა და განათლებას. არ არის საკმარისი 4 წელი ისწავლო ჟურნალისტიკის ან სხვა რომელიმე ფაკულტეტზე. დღეს ის დროა, როდესაც ადამიანმა ნებისმიერ ასაკში უნდა გაიღრმავოს პროფესიული განათლება.

**თქვენი აზრით, რა პერპექტივა აქვს დღეს სპორტულ გამოცემებს და რა უპირატესობა აქვს სპორტულ ონლაინმედიას?**

ონლაინმედიას აქვს ერთადერთი უპირატესობა, ის გაცილებით ადრე აწვდის მკითხველს სიახლეს, ვიდრე პერიოდული გამოცემა. ჩემი აზრით, გაზეთს აქვს არაერთი

სხვა უპირატესობა – მაგალითად მეტი სიღრმე და ანალიტიკა. მართალია ბეჭდური მედია ნელ-ნელა თმობს პოზიციას, მაგრამ მაინც მიმაჩნია, რომ ზოგადად გაზეთს მომავალი აქვს, ბოლოსდაბოლოს ჯერჯერობით კიდევ არიან ადამიანები, რომლებსაც ინტერნეტზე წვდომა არ აქვთ.

ინტერვიუ #5

რესპონდენტი – ზიძინა ბარათაშვილი „სილკ მედია“, გენერალური დირექტორი

**თქვენ, როგორც სპორტული პროცესის შემქმნელი და მონაწილე, როგორ შეაფასებდით ჟურნალისტიკის/ მედიის ფუნქციას თანამედროვე სპორტული პროცესის განვითარებისთვის?**

სპორტული ჟურნალისტიკის და მედიის როლი განსაკუთრებით გაიზარდა და უმნიშვნელოვანესი გახდა მას შემდეგ, რაც ტელეკომუნიკაციების სფერო მასობრივად განვითარდა. დღესდღეობით, სპორტული კლუბების და სპორტსმენების ბრენდინგი, მათი გამოჩენა სპორტულ გამოცემებში თუ სხვადასხვა საიტზე, არანაკლებ მნიშვნელოვანია, ვიდრე ამ კლუბების და სპორტსმენების შედეგები.

სპორტული ტელევიზიების, მედიის და საიტების გარეშე, სპორტის სახეობის განვითარება წარმოუდგენელია და ძალიან სამწუხაროა, რომ ზოგიერთ სპორტსმენს ეს არ ესმის და ვერ ხვდება, რომ მედიასთან თანამშრომლობა მის ინტერესებშიც შედის და ის ფაქტი, რომ ზოგიერთი მათგანი წელიწადში მილიონებს შოულობს, თავის ნიჭთან ერთად, მედიის დამსახურებაც არის.

**თქვენი აზრით, რა არის ის აუცილებელი პირობები, რასაც უნდა პასუხობდეს სპორტული მედია?**

პირველ რიგში, უნდა იყოს ობიექტური და ოპერატიული, თუ ახალ ამბებზე არის ორიენტირი აღებული. ჟურნალისტებმა იდეალურად უნდა იცოდნენ მშობლიური ენა და მინიმუმ ერთი უცხო ენა (სასურველია ინგლისური), გარდა ამისა, ზედმიწევნით კარგად უნდა ერკვეოდნენ სპორტის იმ სახეობაში, რომელზეც უწევთ მუშაობა და სასურველია, ზოგადი განათლების დონეც მაღალი იყოს.

**როგორ ფიქრობთ, რომელია საქართველოში სპორტულ ჟურნალისტიკის განვითარების ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპი ?**

დღეს, სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების უმაღლესი მწვერვალი სპორტული ტელევიზიაა, რადგან სპორტის მოყვარულს, რომელიმე საინტერესო სიუჟეტი თუ ანალიტიკური სტატია ან ახალი ამბავი, სპორტული შეჯიბრის პირდაპირ რეპორტაჟს ვერ შეუცვლის.

**რა არის დღევანდელი ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის მთავარი ნაკლი?**

მთავარი ნაკლი არის კადრები და დაფინანსება. საკმაოდ ბევრი არაპროფესიონალი, ან საქმის არმცოდნე ადამიანია ამ სფეროში დასაქმებული, განსაკუთრებით ეს სპორტულ საიტებს ეხება. დაფინანსების ნაკლებობა იწვევს იმას, რომ ბაზარზე სპორტული ჟურნალისტიკის ანაზღაურება საკმაოდ დაბალია, რის გამოც დამქირავებელს (სპორტულ საიტს თუ გაზეთს) შეუძლია მცირე დანახარჯების გაღებით, არაკომპეტენტური, მაგრამ იაფი მუშახელი დაიქირავოს, რაც სპორტული ჟურნალისტიკის დონეს მკვეთრად აგდებს და ხშირ შემთხვევაში, მთელ სფეროს სახელსაც უფუჭებს.

**რა პრობლემების წინაშე დგას სპორტული ჟურნალისტიკა საქართველოში და როგორ შეიძლება ამ პრობლემების მოგვარება?**

პრობლემებზე ზემოთ უკვე ვისაუბრე. მოგვარება კი დაფინანსების გაზრდით შეიძლება. მეტი ფინანსების გამოჩენის შემთხვევაში, გაიზრდება მსურველთა რაოდენობაც, რაც გაზრდის კონკურენცია და თამასას მაღლა აწევს. შედეგად, დამქირავებელსაც უფრო დიდი მოთხოვნები ექნება, სფეროში უფრო მცოდნე და პროფესიონალი ადამიანები დასაქმდებიან, რაც ავტომატურად, ქვეყანაში სპორტული ჟურნალისტიკის და შესაბამისად, ჟურნალისტიკის დონეს აწევს.

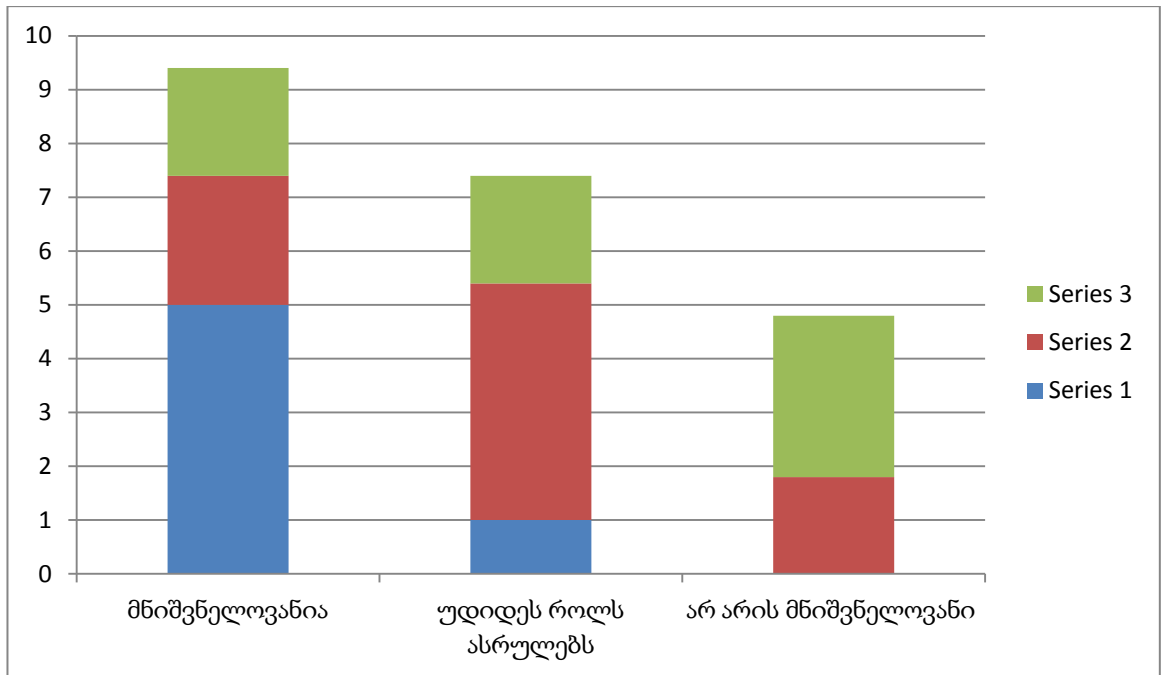
**თქვენი აზრით, რა პერპექტივა აქვს დღეს სპორტულ გამოცემებს და რა უპირატესობა აქვს სპორტულ ონლაინმედიას?**

ონლაინმედიას ის უპირატესობა აქვს, რომ ბეჭდვით მედიას ოპერატიულობით სჯობნის - სპორტის მოყვარულები ახალი ამბების გასაგებად, მეორე დღეს გაზეთის გამოსვლას აღარ ელოდებიან. ბეჭდვითი მედიის გადარჩენის ერთადერთი გზა, ანალიტიკაზე გადასვლაა, მაგრამ ამ შემთხვევაშიც მათ ონლაინ პლატფორმებთან დიდი უპირატესობა ვერ ექნებათ. მომავალში, ძნელი წარმოსადგენია, რომ გაზეთებმა და ჟურნალებმა ისეთივე სახით იარსებონ, რა სახითაც ამჟამად არსებობენ.

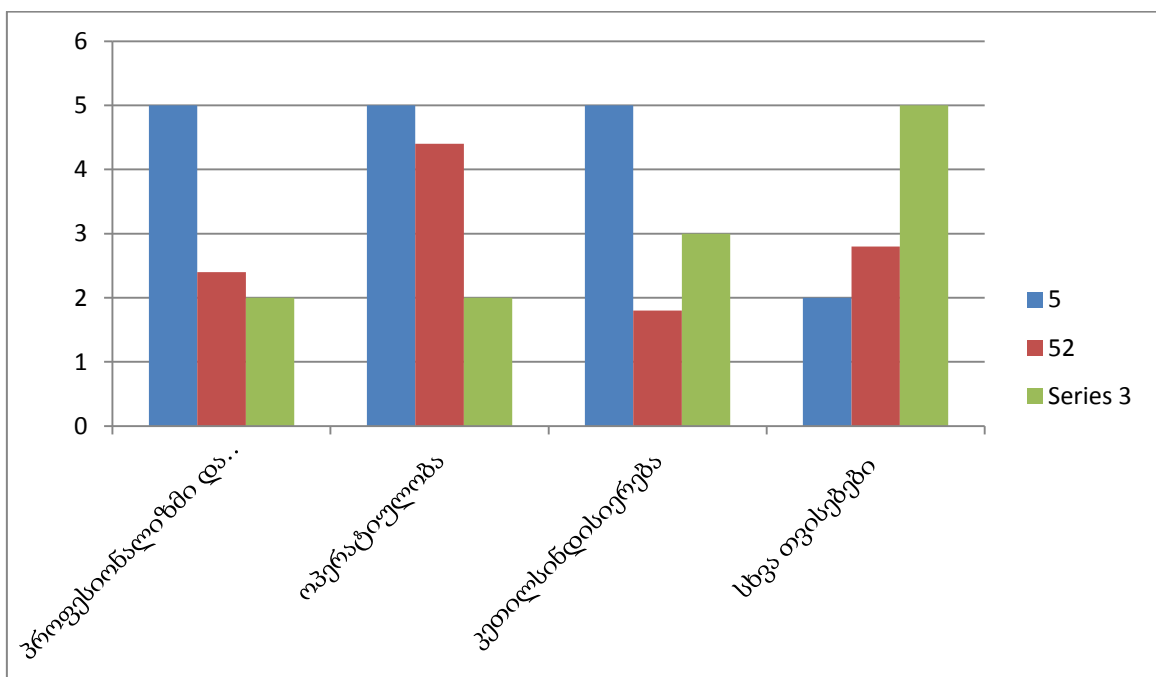
### **შედეგების ანალიზი:**

კვლევის ფარგლებში გამოკითხული ყოველი რესპონდენტი მიიჩნევს, რომ ჟურნალისტიკა და მედია საკმაოდ მნიშვნელოვანი როლს ასრულებს თანამედროვე სპორტული პროცესის განვითარებაში. მათ მიერ მოყვანილი არგუმენტები მეტად საინტერესო აღმოჩნდა, თითოეული მათგანი საკითხს აფასებს საკუთარი საქმიანობიდან გამომდინარე:

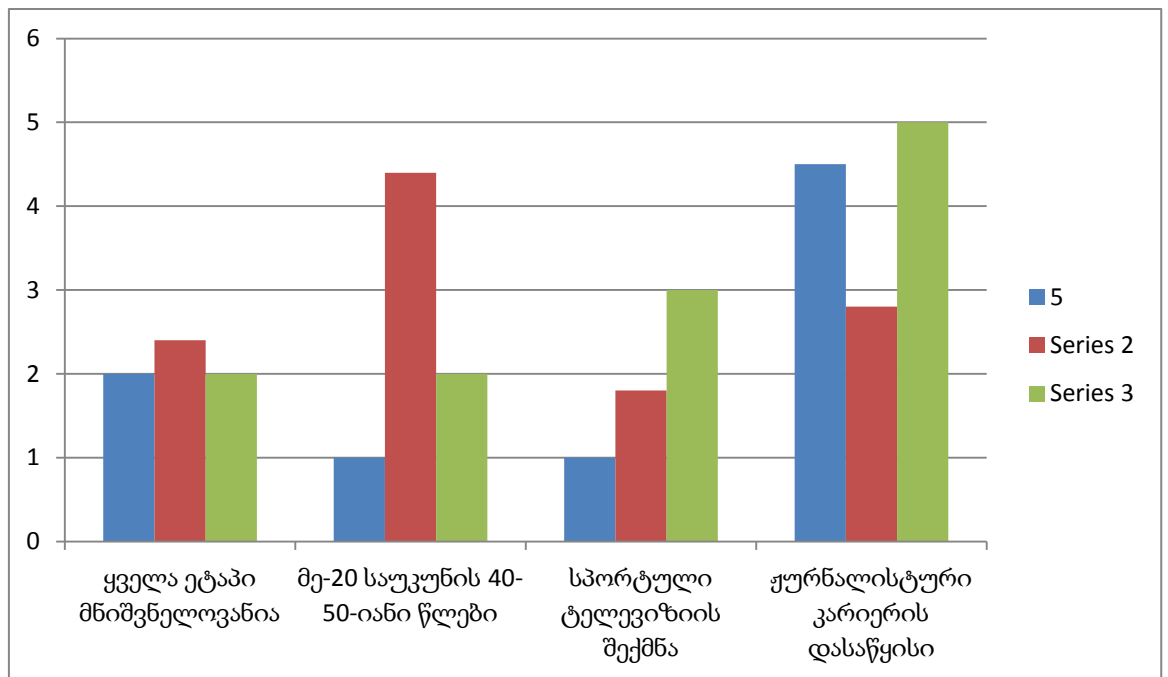
- ერთ-ერთი სპორტული ფედერაციის ხელმძღვანელის აზრით, უმნიშვნელოვანესია მედიასთან თანამშრომლობა, როგორც საზოგადოებასთან და გულშემატკივართან ინტერაქციის თვალსაზრისით, ისე თავად სპორტსმენის პოპულარულობისათვის;
- გასათვალისწინებელია მოსაზრება, რომლის მიხედვითაც, სპორტული ჟურნალისტიკა ქმნის საზოგადოებრივ აზრს როგორც სპორტსმენის, ისე კონკრეტულად სპორტის რომელიმე სახეობის შესახებ.
- მედია მენეჯერი მიიჩნევს, რომ ტელეკომუნიკაციებისა და ელექტრონული მედიის მზრდი განვითარების ფონზე მედიის საშუალებით ხდება სპორტული კლუბებისა და სპორტსმენების ბრენდინგი. ამ გზით სპორტსმენებს ფინანსურ წარმატებაშიც კი ეხმარება მედიასაშუალებები.



საინტერესო შედეგები მივიღეთ შემდეგ კითხვაზე: **რა არის აუცილებელი პირობები, რასაც უნდა პასუხობდეს სპორტული მედიასაშუალებები?** გამოკითხულთა უმეტესობას აქვს ერთი და იგივე დამოკიდებულება. პირველი პირობა არის ობიექტურობა და პროფესიონალიზმი, ისინი მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ ასევე ოპერატიულობასა და ჟურნალისტის კეთილსინდისიერებას. ერთი რესპონდენტი უფრო დაწვრილებით განიხილავს და ჩამოთვლის სამართლიანობას, პასუხისმგებლობას, ერუდიციასა და საქმისადმი არაზერეულ დამოკიდებულებას.

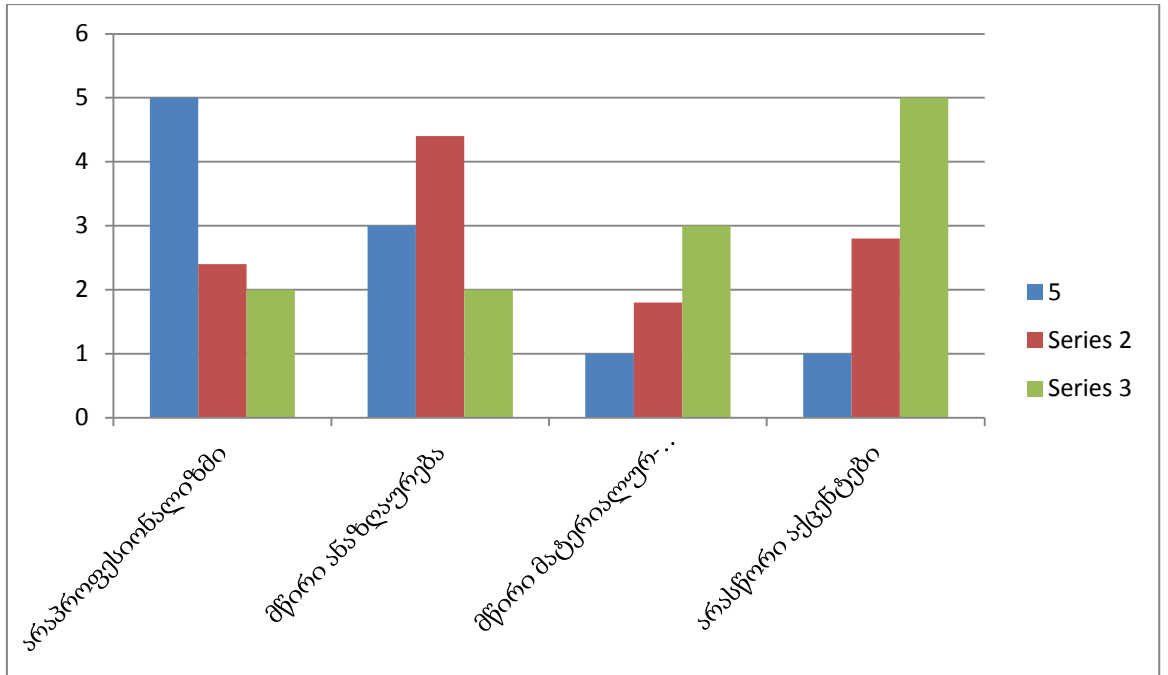


კითხვაზე, თუ რომელია საქართველოში სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპი, არაერთგვაროვანი პასუხები მივიღეთ. ერთი რესპონდენტი ასახელებს მეოცე საუკუნის 40-50-იან წლებს, სხვა რესპონდენტის აზრით მთავარი ჟურნალისტური კარიერის დასაწყისია, ორ რესპონდენტს მიაჩნია, რომ ყველა ეტაპი მნიშვნელოვანია, ერთი რესპონდენტის აზრით, სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების მწვერვალი სპორტული ტელევიზიების შექმნაა.

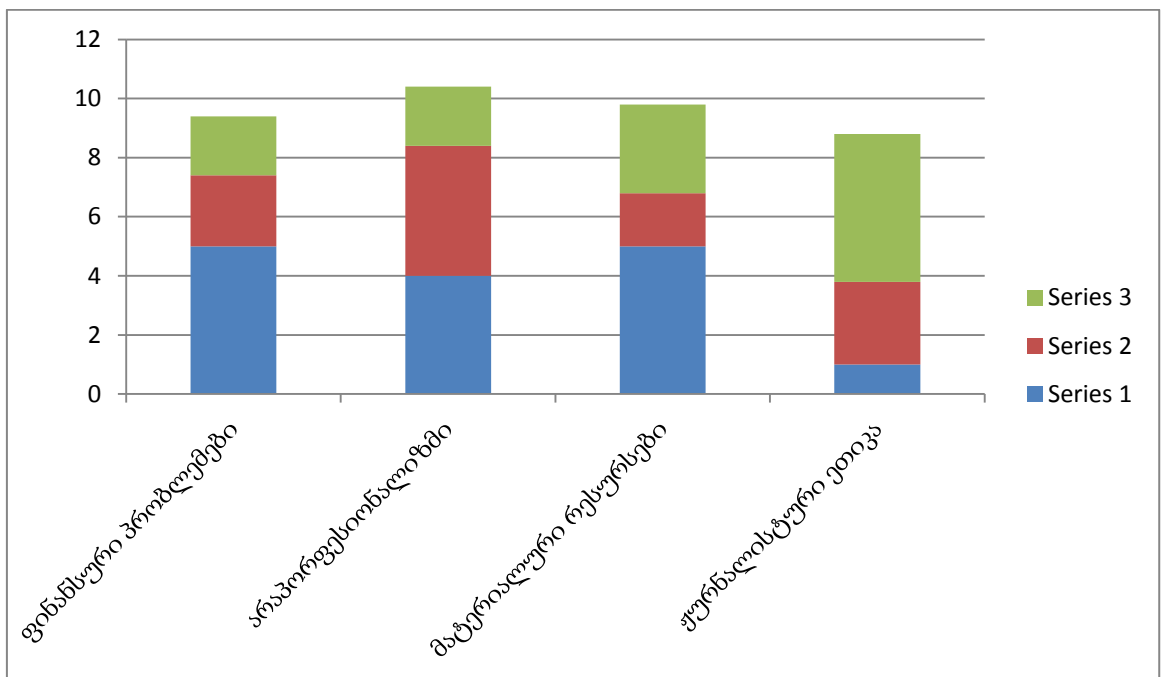


კვლევისათვის მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა კითხვაზე „რა არის დღევანდელი სპორტული ჟურნალისტიკის მთავარი ნაკლი?“ - ერთი რესპონდენტის აზრით, საბაზრო პრინციპებისა და მწირი მატერიალური ბაზის არსებობა, მეორე რესპონდენტი მიიჩნევს, რომ მთავარი ნაკლები არაპროფესიონალიზმია. მივიღეთ ასევე სხვა პასუხებიც – არასწორი აქცენტების დასმა, ჟურნალისტური ეთიკის დაცვა. უმეტესობა მაინც მთავარ პრობლემად ასახელებს პროფესიონალიზმის ნაკლებობასა და მწირ ანაზღაურებას.





ერთგვარად მსგავსი შედეგები მივიღეთ სპორტული ჟურნალისტიკის პრობლემების შესახებ გამოკითხვისას. გამოკითხულთა უმეტესობის აზრით, აქაც მთავარია დაფინანსების პრობლემა, ამის შედეგად გამოწვეული მატერიალური რესურსების ნაკლებობა, პროფესიონალი კადრების ნაკლებობა, პრიორიტეტების არასწორად განსაზღვრა, ასევე ჟურნალისტური ეთიკის დაცვა.



და ბოლოს, თითქმის საერთო შედეგები მივიღეთ ბოლო შეკითხვაზე, თუ რა პერსპექტივა აქვს სპორტულ გამოცემებს და რა უპირატესობით სარგებლობს ონლაინ მედია? თითქმის ყველა გამოკითხული აღიარებს, რომ თანამედროვე და მომავალი პერსპექტივა სწორედ ონლაინ მედიას აქვს, ბეჭდური მედია მხოლოდ ტრადიციულ სახეს იღებს. ერთი გამოკითხულის აზრით, მართალია ონლაინ მედია ხელმისაწვდომია, მაგრამ აკლია ანალიტიკურობა და სიღრმისეულობა.

## დასკვნა

კვლევის საფუძველზე შესაძლებელია დასკვნის გამოტანა, რომ სპორტული ჟურნალისტიკა თანამედროვე მედიაკომუნიკაციის მნიშვნელოვანი ნაწილია. ის წარმოადგენს გლობალური ჟურნალისტიკის ერთ-ერთ სეგმენტს და ასახავს სპორტულ მოვლენებს, ანალიზებს მათ ამავდროულად ირეკლავს ზოგადად, სპორტიული პროცესის განვითარების. საკითხის გაანალიზების საფუძველზე, სპორტული ჟურნალისტიკა შეიძლება განვიხილოთ, როგორც საზოგადოებრივი პროცესების ანალიზის მექანიზმიც.

კვლევამ გვიჩვენა, რომ სპორტული ჟურნალისტიკა, ჟურნალისტიკის სხვა მიმართულებებთან ერთად, თანამედროვე მედიაკომუნიკაციის პროცესების აქტიური მონაწილეა. შესაბამისად, თანამედროვე *ჰიპერტექსტურ, მულტიმედიურ და ინტერაქტიულ* ტექნოლოგიებს იყენებს.

ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევა და ინტერვიუების შედეგებმა გვაჩვენა, რომ სპორტის განვითარებას მჭიდროდ უკავშირდება მედიაპროცესი. ამდენად, სპორტულ ჟურნალისტიკას აქვს სამიზნე აუდიტორიაზე, სპორტსმენებსა თუ ქომაგებზე ზემოქმედების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფუნქცია.

პრობლემის შესწავლამ აგრეთვე გვიჩვენა, რომ მნიშვნელოვანი სპორტული მოვლენები ხშირად შეჯიბრის ფარგლებს სცილდება და სოციალურ-პოლიტიკურ და ისტორიულ მნიშვნელობასაც კი იძენს. ამის დასტურია საქართველოს მაგალითი ნაციონალიზმისა და იდენტობის პრობლემათა განხილვის თვალსაზრისით. მასალის შესწავლამ გვაჩვენა, რომ მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრის ქართული სპორტი, განსაკუთრებით კი ფეხბურთი და ზოგადად სპორტული ჟურნალისტიკა ნაციონალური გრძნობების გაღვივების ერთგვარი ფაქტორიც კი გახდა.

კვლევის საფუძველზე, შესაძლებელია დასკვნის გამოტანა, რომ მასმედიის საშუალებით პრაქტიკულად ყველა შეჯიბრი, მიუხედავად მისი მნიშვნელობისა შესაძლოა მედიამოვლენადაც კი გადაიქცეს. ამ პროცესში ყველა მედიასაშუალების მონაწილეობა, განსაკუთრებით კი ტელევიზიების, შეუფასებელია.

განალიზებული მასალისა თუ ინტერვიუების საფუძველზე გამოიკვეთა ჟურნალისტიკის როლი და მნიშვნელობა, პრობლემაზე მსჯელობისას. ნაშრომში გამოთქმულია მოსაზრება, რომ სპორტული ჟურნალისტები სირთულეებს აწყდებიან, რადგან სპორტული ინფორმაციის მოპოვება და დამუშავება, სხვადასხვა მიზეზის გამო საკმაოდ რთულია. მათთვის ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევაა ობიექტურობა – იმაზე უნდა იზრუნონ, რომ მათი საკუთარი პოზიცია არ ჩანდეს, იყვნენ ობიექტურები და პროფესიონალები. საგანგებოდ წარმოებულმა ინტერვიუების პროცესმა არაერთი შედეგი მოგვცა, გამოიკვეთა სპორტული ჟურნალისტიკის ნაკლი და პრობლემები – ფინანსური კრიზისისგან გამოწვეული არაერთი საკითხი: დაბალი ანაზღაურება, მატერიალური ბაზის სიმწირე. პრობლემათა ამ წრეში, რესპონდენტების აზრით, მნიშვნელოვან ადგილს იკავებს ჟურნალისტური ეთიკის, ობიექტურობის, კეთილსინდისიერებისა თუ ბალანსის დაცვის პრობლემები.

ნაშრომში საგანგებო ყურადღება დავუთმეთ ქართული სპორტული ჟურნალისტიკის განვითარების ისტორიას. განხილულია ძირითადი სპორტული გამოცემები თუ ცნობილ სპორტულ ჟურნალისტთა მოღვაწეობა. თანამედროვე სპორტული მედიის მდგომარეობა. განხილულმა მასალამ დადასტურა, რომ თანამედროვე ქართული სპორტული ჟურნალისტიკა ირეკლავს მსოფლიოში მიმდინარე პროცესებს და მისი განვითარების სამომავლო პერსპექტივას წარმოადგენს ე.წ. „ახალი მედია“. ბეჭდური გამოცემები მხოლოდ ტრადიციის სახეს ინარჩუნებს.

## გამოყენებული ლიტერატურა:

**გაფრინდაშვილი 2012:** გაფრინდაშვილი, ნ. ძირითად ტერმინთა განმარტება. წიგნში: „შედარებითი ლიტერატურათმცოდნეობის თეორიული საფუძვლები“. თბილისი, გამომცემლობა მერიდიანი, 2012

**გელაშვილი 2014:** საკითხავი ტექნოლოგიების და ახალი სახელოვნებო დარგების მოდელირება გლობალიზაციის კონტექსტში. წიგნში: ნაციონალური ლიტერატურები და კულტურული გლობალიზაციის პროცესი. საერთაშორისო სიმპოზიუმის მასალები, ნაწილი I, თბილისი, ლიტერატურის ინსტიტუტის გამომცემლობა, 2014

**ვეკუა, რუე 2017:** ვეკუა, მარინე და ჟილ რუე, ჟურნალისტიკა. მეორე განახლებული გამოცემა

**კაკაბაძე 1983:** კაკაბაძე, მ. გაზეთი „ლელო“. ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია, ტ. 6. თბილისი 1983

**კობიაშვილი:** კობიაშვილი, ბ. სპორტული და ბეჭდური სამაუწყებლო მედია 360 გრადუსით. <https://www.mediachecker.ge/ka/blogio/article/49458-sportuli-betcduri-da-samautsyeblo-media-360-gradusith>

**მალალურაძე 2009:** მალალურაძე, თ. თანამედროვე პუბლიცისტური ჟანრების თავისებურებანი. თბილისი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2009

**მალალურაძე 2013:** მალალურაძე, თ. თანამედროვე მასკომუნიკაციური თეორიები და კონცეფციები (დამხმარე სახელმძღვანელო). თბილისი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2013

**გემაზაშვილი 2011:** გემაზაშვილი, ზ. ეროვნულობა, ნაციონალიზმი და მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებანი. წიგნში: საზღვარგარეთული მედიათეორიები. თბილისი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2011

**რატინი 2012:** რატინი, ი. ლიტერატურული გვარები და ჟანრები. წიგნში ლიტერატურისმცოდნეობის შესავალი. თბილისი, GCLA Press, 2012

**სამხარაძე 2017:** სამხარაძე, ნ. ფეხბურთი და ნაციონალიზმი საქართველოში 1960-1980-იან წლებში. ცივილიზაციური ძიებანი, #15, (გვ.91-100) თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2017

**ცაგარელი 2016:** ცაგარელი, ლ. კულტურის კვლევათა შესავალი, თბილისი: ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2016

**ქორიძე 2015:** ქორიძე, თ. ქართული ჟურნალისტიკის რაინდი: წიგნში: გოგელია, არჩილ. ბილიკი, საქართველოს სპორტულ ჟურნალისტთა ასოციაციის გამოცემა, თბილისი 2015

**ჩიქოვანი 2014:** ჩიქოვანი, ნ. ნაციონალიზმის ეპოქა და იდენტობის პრობლემის აქტუალიზაცია: ზოგადი კანონზომიერებანი და ლოკალური თავისებურები. ცნებები და ტერმინები (გვ. 12-17) წიგნში: იდენტობის ნარატივები საქართველოში: მრავალეთნიკური ქართველი ერის სათავეებთან, ავტორთა კოლექტივი, თბილისი, 2014

**წიფურია 2016:** წიფურია, ბ. კულტურული იდენტობა XX საუკუნის საქართველოში. წიგნში: ბელა წიფურია „ქართული ტექსტი საბჭოთა/პოსტსაბჭოთა/პოსტმოდერნულ კონტექსტში. თბილისი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2016

„ლელო“ - უხუცესი სპორტული გაზეთი, ბმული:

<http://www.media.ge/ge/portal/articles/43094/>

“სარბიელი“-სპორტული გამოცემა 1990 წლის 28 დეკემბრიდან

<https://www.sarbieli.com/%e1%83%95%e1%83%98%e1%83%9c%e1%83%95%e1%83%90%e1%83%a0%e1%83%97/>

[http://msy.gov.ge/index.php?lang\\_id=GEO&sec\\_id=248](http://msy.gov.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=248)

<https://sportall.ge/>

<https://www.live.ge/>

<https://popsport.com/>

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Giorgi Pavliashvili

Main Trends of Development of Modern Georgian Sport Journalism

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for degree of master in  
Mass Communication and Media Research

Thesis supervisor: Mari Tsereteli  
Associate professor

Tbilisi  
2019