დენიელ ჰელინი
პაოლო მანჩინი

მედიასისტემების შედარება

მედია და პოლიტიკური სისტემების სამი მოდელი

FUNDED THROUGH THE BOOK TRANSLATION PROGRAM, U.S. EMBASSY IN GEORGIA

დაფინანსებულია საქართველოში აშშ-ს საელჩოს წიგნების თარგმნის პროგრამის ფარგლებში

დენიელ ჰელინი, პაოლო მანჩინი

მედიასისტემების შედარება

მედია და პოლიტიკური სისტემების სამი მოდელი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
2015

დენიელ ჰელინი, პაოლო მანჩინი
მედიასისტემების შედარება
მედია და პოლიტიკური სისტემების სამი მოდელი

Daniel C. Hallin, Paolo Mancini
COMPARING MEDIA SYSTEMS
Three models of media and politics

FUNDED THROUGH THE BOOK TRANSLATION PROGRAM,
U.S. EMBASSY IN GEORGIA
დაფინანსებულია საქართველოში აშშ-ს საელჩოს წიგნების თარგმნის პროგრამის ფარგლებში

მთარგმნელი: მერაბ ბასილაია
სამეცნიერო რედაქტორი: თამარ კინწურაშვილი
რედაქტორები: ნატალია ვაჩეიშვილი, თეა ქიტოშვილი
კორექტორი: თამარ ტყემალაძე
დამკაბადონებელი: სოფიო კევლიშვილი
ყდის დიზაინი: თამარ ბასილია

Cambridge University Press

© Copyright Daniel C. Hallin and Paolo Mancini 2004

L-299183

ISBN 978-9941-18-232-7

ივანე ჯავახიშვილის
სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ბიბლიოთეკა

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა
ქაქუცა ჩოლოყაშვილის 3/5, თბილისი, 0162, საქართველო

ILIA STATE UNIVERSITY PRESS
3/5 Cholokashvili Ave, Tbilisi, 0162, Georgia

330/М66

სარჩევი

მონაცემების და ცხრილების სია iv
აკრონიმების სია v
წინათქმა vii

1. შესავალი 1

ნაწილი I. კონცეფციები და მოდელები

2. მედიასისტემების შედარება 25
3. მედიასისტემების პოლიტიკური კონტექსტი 58
4. მედია და პოლიტიკური სისტემები და დიფერენცირების საკითხი 84

ნაწილი II. სამი მოდელი

5. მედიტერიანული, ანუ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი 113
6. ჩრდილოეთ/ცენტრალური ევროპის ანუ დემოკრატიული კორპორატისტული მოდელი 186
7. ჩრდილო ატლანტიკური ანუ ლიბერალური მოდელი 258

ნაწილი III. სამი მოდელის მომავალი

8. ჰომოგენიზაციის ძალა და ლიმიტები 329
9. დასკვნა 388

ბიბლიოგრაფია 402
საძიებელი 426

მონაცემების და ცხრილების სია

მონაცემები

3.1 კავშირი 1890 წელს წერა-კითხვის ცოდნის დონესა და 2000 წელს გაზეთების ტირაჟებს შორის 81
4.1. ინდივიდუალური მაგალითების კავშირი სამ მოდელთან 89
6.1. გერმანული და შვედური გაზეთების მემარჯვენე-მემარცხენე პოზიციები 237

ცხრილები

2.1. გაზეთების გაყიდვა ყოველ 1,000 ზრდასრულ მოსახლეზე, 2000წ. 27
2.2. გენდერული სხვაობა გაზეთების წვდომის მხრივ, 2000 29
2.3. ახალი ამბების ყოველდღიური ყურებადობის ან კითხვადობის ხვედრითი წილი და ტელე/რადიო მომხმარებლების თანაფარდობა გაზეთებთან მიმართებითევროპის კავშირის ქვეყნები, 2001 30
2.4. საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სისტემები 54
3.1. კონსესუსი vs. მაჟორიტარული პოლიტიკა 65
3.2. პოლიტიკური პარტიების ეფექტიანი რაოდენობა და პოლარიზაციის ინდექსი, ჯამური ციფრები 1945-89 წლებში 77
4.1. სამი მოდელი: მედიასისტემების მახასიათებლები 86
4.2. სამი მოდელი: პოლიტიკური სისტემის მახასიათებლები 87
5.1. პარაგრაფების ფუნქცია შეერთებული შტატებისა და საფრანგეთის ახალ ამბებში 127
5.2. პარტიული პრესის პარალელიზმი იტალიური გაზეთების მკითხველებში, 1996 131
5.3. პარტიული პრესის პარალელიზმი ესპანური გაზეთების მკითხველებში, 1993 135
6.1. ნორვეგიელ ჟურნალისტთა პოლიტიკური აქტივობა, 1970-იანები 205
6.2. დანიური გაზეთების პოლიტიკური აფილაციები 234
6.3. დანიური პრესის განსხვავებული ამბები იმიგრაციის საკითხზე 240
7.1. პარტიული პრესის პარალელიზმი ბრიტანელ მკითხველებში 278
7.2. ბრიტანული პრესის წინააღმდეგობრივი პუბლიკაციები იმიგრაციის თემაზე 279
7.3. აშშ-ს ქალაქების კონკურენტული ყოველდღიური გაზეთების პროცენტული მაჩვენებელი 288
9.1. მედიასისტემების ოთხი განზომილების ვარიაცია 393

აკრონიმების სია

AGI	იტალიის ჟურნალისტთა სააგენტო
ASNE	ამერიკის გაზეთის რედაქტორთა საზოგადოება
BBC	ბრიტანეთის სამაუწყებლო კორპორაცია
CBC	კანადის სამაუწყებლო კორპორაცია
CSA	აუდიოვიზუალური ზედამხედველობის საბჭო
DNVP	გერმანიის ნაციონალური სახალხო პარტია
DR	დანიის რადიო
EBU	ევროპის მაუწყებელთა კავშირი
ECU	ევროპის სავალუტო ერთეული
EU	ევროკავშირი
FCC	ფედერალური კომუნიკაციების კომისია
IBA	დამოუკიდებელი სამაუწყებლო მმართველობა
ITC	დამოუკიდებელი სატელევიზიო კომისია
ITV	დამოუკიდებელი ტელევიზია
IU	მემარცხენეთა გაერთიანება
NOS	ჰოლანდიის მაუწყებლობის ფონდი
NUJ	ჟურნალისტთა ნაციონალური კავშირი
ORTF	საფრანგეთის რადიო-ტელევიზიის ოფისი
PASOK	საბერძნეთის პანჰელინური სოციალისტური პარტია
PBS	საზოგადოებრივი მაუწყებლის სისტემა
PCC	პრესის საჩივრების კომისია
PCI	იტალიის კომუნისტური პარტია
PP	პოპულარული პარტია
PSOE	ესპანელ სოციალისტთა მუშათა პარტია
RAI	იტალიის რადიო-ტელევიზია
RTF	საფრანგეთის რადიო-ტელევიზია
RTVE	ესპანეთის რადიო-ტელევიზიის ჯგუფი
TUC	პროფკავშირთა კონგრესი
WAN	გაზეთების მსოფლიო ასოციაცია
WTO	მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია

წინათქმა

ჩვენ ზუსტად ვერ ვიხსენებთ, როდის გაგვიჩნდა ამ წიგნის დაწერის იდეა. შესაძლოა, ეს მაშინ მოხდა, როდესაც პირველ ერთობლივ ნაშრომზე – „საუბარი პრეზიდენტის შესახებ“ – მუშაობას ვასრულებდით, რომელიც 1984 წელს გამოქვეყნდა. სწორედ მაშინ უკვე გვქონდა ძლიერი განცდა, რომ ამდაგვარი კვლევა უკიდურესად აუცილებელი იყო და რომ ის უფრო სისტემატური და ფართომასშტაბიანი უნდა ყოფილიყო. ნაბიჯ-ნაბიჯ, კონკრეტული თემების შესახებ შედარებითი კვლევების გამოცდილებაზე დაყრდნობით, ამ პროექტის იდეაც ჩამოგვიყალიბდა. მოკლედ, ჩვენ მიზნად დავისახეთ, გამოგვეკვლია ის, რამდენად შესაძლებელია პოლიტიკურ და მასმედიის სტრუქტურებს შორის სისტემური კავშირების იდენტიფიცირება. გვაინტერესებდა, ჰქონდა თუ არა აზრი გამოკვეთილ ჟურნალისტურ მოდელებსა და მედიისა და პოლიტიკის ურთიერთობების მიმართულებით კვლევას. კომუნიკაციების სფეროში, *პრესის ოთხი თეორიის* შემდგომ, ეს საკმაოდ ამბიციური პროექტი იყო. როდესაც დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილოეთ ამერიკის სხვადასხვა მედიასისტემების კვლევა დავიწყეთ, დავინახეთ, რომ ამ სისტემებს ჰქონდათ რიგი ერთობლივი მახასიათებლები, რომლებიც გარკვეულ შემთხვევებში ერთდროულად იჩენდა თავს ცალკეულ გამოკვეთილ მოდელებში. მომდევნო თავებში ჩვენ ჩამოვაყალიბებთ სქემას, რომელიც ჟურნალისტიკისა და მედია ინსტიტუტების სამი მოდელის ირგვლივ არის კონცენტრირებული და შევეცდებით იმ მრავალი ვარიაციის კვალიფიცირებას, რომელიც არსებული მედიასისტემების წიაღში, ან მათ გადაკვეთაზე წარმოიშობა და სწორედ ჩვენ მიერ დასახელებულ სამ მოდელს მიეკუთვნება. ჩვენ შევეცადეთ, ემპირიულად გვეწარმოებინა შედარებითი ანალიზი და არ გვეფიქრა რომელიმე საპირწონე, იდეალურ პროფესიონალურ მოდელზე, რომლის მეშვეობით სხვა სისტემების შეფასება იქნებოდა შესაძლებელი. ამგვარად, ჩვენ თავი ავარიდეთ ნორმატიულად ცენტრისტულ მიდგომას, რომელიც კომუნიკაციის

კვლევაში შედარებითი ანალიზის გამოყენებას აფერხებდა და ამ მეთოდის სისწორის დამტკიცებას მომდევნო ფურცლებზე შევეცდებით. ამავე დროს, წინამდებარე წიგნში ჩვენ შევეცდებით, შევაფასოთ ის სუსტი და ძლიერი მხარეები, რომელიც ამა თუ იმ მედიასისტემის მოდელს დემოკრატიის გაძლიერების ამოცანასთან დაკავშირებით აქვს. კომუნიკაციური თეორიის ნორმატიული ორიენტაციისათვის ეს ღირებული საქმეა.

მეთოდოლოგიური და პრაქტიკული მიზნებიდან გამომდინარე, რასაც ჩვენ შემდგომში ავხსნით, კვლევის ფოკუსირება დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილოეთ ამერიკის ქვეყნების ლიმიტირებულ რაოდენობაზე მოვახდინეთ. ამ ქვეყნებს ბევრი საერთო აქვთ, როგორც ისტორიული, ისე კულტურული და ინსტიტუციონალური განვითარების თვალსაზრისით. დარწმუნებულები ვართ, რომ წარმოდგენილი ანალიზის დიდი ნაწილი საყურადღებო სხვა რეგიონების მკვლევრებისთვისაც იქნება. ჩვენ ნაკლებად გავამახვილებთ ყურადღებას დანარჩენ სამყაროსთან ჩვენი მოდელების მიმართებაზე. ხაზგასმით აღვნიშნავთ იმასაც, რომ ჩვენი განზრახვა არ ყოფილა, წარმოდგენილი ანალიზი რომელიმე სხვა სისტემას მოდიფიცირების გარეშე მივუსადაგოთ.

აღნიშნული პროექტის განხორციელების პროცესში მიღებული გამოცდილება იმთავითვე შთამბეჭდავი აღმოჩნდა: ჩვენ აღმოვაჩინეთ საინტერესო განსხვავებები იქ, სადაც არ მოველოდით და მსგავსებები იქ, სადაც განსხვავებებს ველოდით. ჩვენ საშუალება გვქონდა, სტიმულის მომცემი დისკუსიები გაგვემართა კოლეგებთან მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. გადავლახეთ ენობრივი ბარიერები და არაერთი საათი ერთმანეთის მოსაზრებათა ინტერპრეტირებაში გავატარეთ. საბოლოოდ კი, განსხვავებული იდეების გაერთიანება და ერთიან, შეჯერებულ არგუმენტად ჩამოყალიბება შევძელით (ვიცით, რომ უნივერსიტეტების განხილვის კომიტეტები თანაავტორობით შექმნილ წიგნებს გაწეული შრომის განახევრებად მიიჩნევენ. ჩვენ შემთხვევაში ეს ასე არ იყო). წიგნი სანახევროდ სან დიეგოში და სანახევროდ პერუჯაში იწერებოდა. ხანგრძლივი მგზავრობები და ტრანსატლანტიკური გადაფრენები ხშირად ახალი იდეებისა და ხელახალი გააზრების საფუძველი ხდებოდა. დაბოლოს, ჩვენ არ ვამტკიცებთ, რომ საბოლოოდ ჩამოყალიბებული და დასრულებული ანალიზი წარმოვადგინეთ; კომუნიკაციებში შედარებითი კვლევის დონე ამისათვის საკმაოდ პრიმიტიულია, როგორც კონცეპტუალურად, ისე ხელმისაწვდომი მონაცემებისა და კონკრეტული

მაგალითების შესწავლის თვალსაზრისით. ჩვენ გვჯერა, რომ საგულისხმო შედეგები შეგვიძლია შემოგთავაზოთ, მაგრამ კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი იქნება ის, რომ ჩვენ მომავალი კვლევებისათვის ახალ საკვლევ სივრცეს და სტრატეგიას შევიმუშავებთ.

პროექტის „ოფიციალურ“ დასაწყისად 1998 წელს, ბერკლიში გამართულ კონფერენციას მივიჩნევთ. სემინარის განმავლობაში და მას შემდეგ ჩვენი კოლეგებისაგან არაერთი რჩევა მივიღეთ, ხოლო რამდენიმე ინსტიტუტმა დახმარება გაგვიწია. გვინდა მათი წვლილი აღვნიშნოთ: კალიფორნიის უნივერსიტეტი, სან დიეგო – ამ უნივერსიტეტმა უდიდესი დახმარება გაგვიწია სამგზავრო გრანტებითა და სწავლების შესაძლებლობით, რაც წიგნზე მსჯელობისა და წერის პროცესში უმნიშვნელოვანესი იყო. კალიფორნიის უნივერსიტეტის გერმანული და ევროპული კვლევების ცენტრმა ბერკლიში, საშუალება მოგვცა კონფერენცია გაგვემართა 1998 წელს, ასევე დააფინანსა ჩვენი რამდენიმე კონთენთ ანალიზი და გამოსაშვები სემინარი, რომელსაც ერთობლივად კალიფორნიის უნივერსიტეტში ვასწავლიდით. პერუჯას უნივერსიტეტმა „პროგეტი დ'ატენეო“ დამტებითი სამგზავრო გრანტები გამოგვიყო. „რადიოტელევიზიონე იტალიანა RAI“ დოკუმენტური მასალის მოძიებაში დაგვეხმარა. დორტმუნდის ჟურნალისტიკის ინსტიტუტმა, ერიხ ბროსტის საპროფესორო ფონდთან თანამშრომლობით, მნიშვნელოვანი შესაძლებლობა მოგვცა, ჩვენს ადრეულ მიგნებებზე გვემსჯელა. დიუსელდორფის უნივერსიტეტის მოწვეულმა პროფესურამ, რომელსაც გერმანული ფონდი აფინანსებდა და პროფესორ კარინ ბიოჰმ-დიურის მიერ იყო ორგანიზებული, კვლევის შესაძლებლობა მოგვცა, ისევე, როგორც შეერთებული შტატების საინფორმაციო სააგენტომ (USIA), რომელმაც, საბერძნეთში სამოგზაურო გრანტი გამოგვიყო. უდიდესი მნიშვნელობა ჰქონდა შეხვედრებს, რომლებიც ნოვა დე ლისბოას, კომპლუტენსა დე მადრიდის უნივერსიტეტებისა და მაკედონიის ჟურნალისტთა კავშირის დახმარებით მოეწყო.

სტლიანოს პაპათანასოპულოსი, რალფ ნეგრინე, ვინფრიდ შულცი, ვოლფგანგ დონსბახი, ხოსე ლუის დადერი, მიშელ გურევიჩი, პიტერ ჰამფრისი, ერიკ ნევიუ, კატერინა ჰადამიკი, გერდ კუპერი ესწრებოდნენ სემინარებს, რომლებზეც ჩვენს პროექტს განვიხილავდით და მათ მიერ მოწოდებული ინფორმაცია და კრიტიკული შენიშვნები უაღრესად სასარგებლო იყო ჩვენთვის. ჩვენ მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში არაერთი კოლეგა შევაწუხეთ თხოვნით, წაეკითხათ წიგნის ცალკეული თავები და გამოეთქ-

ვათ შენიშვნები. ჩვენ მიერ შემუშავებული პროექტის დახვეწის პროცესში განსაკუთრებით სასარგებლო პიტერ ჰამფრის, ჯეიმს კურანის, ლენარდ ვეიბულის, რაიმო სალოკანგას, რობერტ ჰაკეტის, ვინფრიდ შულცის, კიზ ბრანდტის, ჯეი ბლუმლერის, სტლიანოს პაპათანასოპულოსის, ხოსე ლუის დადერის, იზაბელ ფერნანდესის, ერიკ ნევიუს აზრები იყო. ჩვენ ასევე არაერთ კოლეგას ვთხოვეთ, კონკრეტული ქვეყნების შესახებ ინფორმაციით დაგვხმარებოდნენ, რაზეც ჩვენ ხელი არ მიგვიწვდებოდა. იმათ გარდა, ვინც უკვე ჩამოვთვალეთ, ჩვენ დახმარება მივიღეთ ისეთი ადამინებისაგან, როგორებიც არიან: ელს დე ბენსი, მონიკა დიერფ-პიერი, ტომ ოლსონი, იან ეკეკრანტსი, იეჟი ჟაო, რუდი რენგერ, ნელსონ თრაქუინა, ერიკ დარასი, იორმა პერი და სიგურდ ჰიოსტი. ჩვენ რამდენჯერმე განვიხილეთ წიგნის შინაარსი სიზ ჰამელინკთან, პიტერ დალგრენთან, კაარლე ნორდერსტრენგთან, კლაუს შონბახთან, როდ ბენსონთან, პატრიკ შამპეინთან, დომენიკ მარჩეტისთან, ჰოლი სემეტკოსთან და ჯ.მ. ნობრე-კორეიასთან ერთად. რაკელ ფერნანდესი, ლუსია ოლივა, ხუან დიას ნოკოლასი და მარია ტერეზა კორდერო ესპანეთში ინეტრვიუების ორგანიზებაში დაგვეხმარნენ. არაერთი ჟურნალისტი, მედია რეგულატორი და სხვანი რიგი ქვეყნებიდან პასუხობდნენ ჩვენს შეკითხვებს და გვითმობდნენ დროს. როდ ბენსონი და მაურო პორტო ანალიზის კოდირებასა და წინამდებარე კონტენტ ანალიზის ჩამოყალიბებაში დაგვეხმარნენ. ალაინ კოენი და ფერუხ ილმაზი გვეხმარებოდნენ თარგმნისას.

1

შესავალი

„მარტივად რომ ვთქვათ", – წერდნენ *პრესის ოთხ თეორიაში*– (1956) ზიბერტი, პიტერსონი და შრამი, „წიგნის მიზანია, პასუხი გასცეს კითხვას: რატომ არის პრესა ისეთი, როგორიც არის? რატომ ემსახურება ის სხვადასხვა მიზანს და ამა თუ იმ ქვეყანაში მკვეთრად განსხვავებული ფორმით იჩენს თავს? რატომ არის, რომ მაგალითად, საბჭოთა პრესა ასე განსხვავდება ჩვენი პრესისაგან, არგენტინისა კი – დიდი ბრიტანეთისგან"?

ამ კითხვებთან დაკავშირებით კომუნიკაციის სივრცემ ძალზედ მცირე პროგრესი განიცადა თითქმის ნახევარი საუკუნის განმავლობაში. თუმცა იყო მცდელობები, განსაკუთრებით 70-იანი წლებიდან მოყოლებული, რომ ეს სივრცე შედარებითი ანალიზის მიმართულებით განვითარებულიყო, მაგრამ კვლევის ეს ტრადიცია არსებითად კვლავაც საწყის, ჩამოუყალიბებელ ეტაპზეა[1] ჩვენი მცდელობაა, წინამდებარე წიგნში შემოგთავაზოთ რამოდენიმე სავარაუდო პასუხი ზიბერტის, პეტერსონისა და შრამის მიერ დასმულ კითხვებზე, თუმცა არა მათ მიერ შემოთავაზებული მასშტაბით. ჩვენ შემოვიფარგლეთ დასავლეთ ევროპის განვითარებული, კაპიტალისტური დემოკრატიებით და ჩრდილოეთ ამერიკით. ჩვენი მცდელობაა იმ ძირითადი ვარიაციების იდენტიფიცირება, რომლებიც დასავლეთის დემოკრატიების ახალი ამბების მედიის სტრუქტურისა და პოლიტიკური როლის თვალსაზრისით განვითარდა, ასევე გამოვცადოთ ზოგიერთი იდეა, თუ როგორ შეიძლება შეფასდეს დემოკრატიული პოლიტიკისთვის ეს ვარიაციები და მათგან გამომდინარე შედეგები. ჩვენ მთავარი ყურადღება მედია და პოლიტიკური სისტემების ურთიერთობაზე გადავიტანეთ და ამდენად, აქცენტი ჟურნალისტიკასა და ახალი ამბების მედიის ანალიზზე მეტად გავაკეთეთ, ვიდრე მედია პოლიტიკასა და კანონზე.

---

1 რამდენიმე საყურადღებო განცხადება ამ მიმართულებით ბლუმლერს, მაკლეოდს და როზენგრენს (1992), ბლუმლერსა და გურევიჩს (1995), და კარანსა და პარკს (2000) ეკუთვნით.

რატომ შედარებითი ანალიზი?

ღირს ცოტა ხნით შევჩერდეთ, ზიბერტის, პიტერსონის და შრამის ყველაზე მნიშვნელოვან მიგნებაზე: თუ გვსურს, მივიღოთ პასუხი კითხვაზე – „რატომაა პრესა ისეთი, როგორიც არის“? – შედარებით ანალიზს უნდა მივმართოთ. შედარებითი ანალიზის როლი სოციალურ თეორიაში შესაძლოა ორი ძირითადი ფუნქციის – კონცეფციის ფორმირებასა და სიცხადის შეტანაში მისი როლისა და მიზეზ-შედეგობრივი დასკვნების თვალსაზრისით იყოს გაგებული.[2]

შედარებითი ანალიზი სოციალურ კვლევებში უპირველესად იმიტომ არის ღირებული, რომ ის უფრო გვიმძაფრებს ცვლილებებისა და მსგავსებების აღქმას, რაც თავის მხრივ, დიდ როლს თამაშობს კონცეფციის ფორმირებაში და უფრო დახვეწილს ხდის კონცეფტუალიზაციის მეთოდს. მედია ლიტერატურის უმეტესი ნაწილი უკიდურესად ეთნოცენტრულია იმ გაგებით, რომ მართალია, ის ერთი, ცალკეული ქვეყნის გამოცდილებას აღწერს, მაგრამ დაწერილია განზოგადებულად, ისე, თითქოს ამ ქვეყნის მოდელი უნივერსალურია. უკიდურეს შემთხვევაში, ეს შესაძლოა სწორი იყოს იმ ქვეყნებისათვის, სადაც კარგად განვითარებული მედია სკოლებია, ამერიკის შეერთებული შტატების, ბრიტანეთის, საფრანგეთისა და გერმანიის ჩათვლით. იმ ქვეყნებში, სადაც მედია კვლევების ტრადიცია ნაკლებად არის განვითარებული, თავს იჩენს სხვა ტენდენცია: სხვა ქვეყნის ლიტერატურის სესხების ტენდენცია, როგორც წესი, ანგლო-ამერიკული ან ფრანგული ლიტერატურის – და ამ ლიტერატურის ისე გამოყენება, თითქოს ის უპრობლემოდ შეიძლება მიესადაგოს ყველა ვითარებას. ჩვენ გვჯერა, რომ სწორედ კვლევის ეს სტილი ხშირად აფერხებდა მედია მკვლევრებს, დაესვათ შეკითხვა „რატომ არის მედია ისეთი, როგორიც არის“? მედიასისტემების მნიშვნელოვანი ასპექტები მიჩნეულია, როგორც „ბუნებრივი“ და ზოგიერთ შემთხვევაში იმდენად ჩვეულებრივი, რომ საერთოდ ყურადღების მიღმა რჩება. შედარება აძლიერებს ჩვენს შესაძლებლობას, უფრო მკაფიოდ დავინახოთ ის, თუ მედიასისტემის რომელი ასპექტები საჭიროებენ უკეთ განმარტებას, რადგან ჩნდება „ბუნებრივის“ „დენატურალიზების“ ფაქტორი. ამ თვალსაზრისით, როგორც ბლუმლერი

2 შედარებით მეთოდზე ბაზისური ნაშრომები, ტექსტში შემოთავაზებულის გარდა, მარშის (1964), პრჟევორსკის და ტეუნის (1970), ტილლის (1984), დოგანისა და პელასის (1990) და კოლერის (1993) კვლევებს მოიცავს.

და გურევიჩი (1975:76) მიიჩნევენ, შედარებით ანალიზს „შესწევს უნარი, უხილავი ხილული გახადოს“ და ყურადღება გაამახვილოს ნებისმიერი მედიასისტემის, მათ შორის ჩვენი საკუთარის იმ ასპექტებზე, „რომლებიც შესაძლოა ბუნებრივად ითვლებოდეს, იყოს კიდეც და ართულებდეს პრობლემის გამოვლენას, როდესაც ყურადღება ერთ ეროვნულ ობიექტზე არის მიპყრობილი.“ შედარებით ანალიზში ჩვენი ერთობლივი მუშაობა სწორედ ასეთი ტიპის მიგნებით დაიწყო. ადრეულ 80-იან წლებში, როდესაც აშშ-ს და იტალიის სატელევიზიო ახალ ამბებს ვადარებდით და მათი კონსტრუქცია სატელევიზიო ახალი ამბების ბუნებრივ მოდელად მიგვაჩნდა, აღმოვაჩინეთ, რომ საქმე კონკრეტული სისტემის პროდუქტთან გვქონდა. ამგვარად, ჩვენ იძულებულები გავხდით, ხელახლა გვეკვლია და დაგვენახა ბევრი რამ, რაც გამოვტოვეთ. მაგალითად ის, რომ ამერიკული სატელევიზიო ახალი ამბები გაცილებით უფრო ინტერპრეტაციულ ხასიათს ატარებდა, ვიდრე იტალიური, რაც ამერიკული ჟურნალისტიკის „ობიექტურობაზე“ დამკვიდრებულ შეფასებას ეწინააღმდეგებოდა (ჰალლინი და მანჩინი 1984).

შედარებითი ანალიზი შესაძლებლობას იძლევა, დავინახოთ ბევრი ისეთი რამ, რასაც ადრე ვერ ვამჩნევდით და ამდენად ვერ ვაყალიბებდით. ის ასევე გვაიძულებს, დავაკონკრეტოთ და დავხვეწოთ იმ კონცეფციის მასშტაბი და მისაღებობა, რომელსაც ვიყენებთ. ბენდიქსის (1963:535) თანახმად, შედარებითი კვლევა „იმპლიციტურ განზოგადოებებს მნიშვნელოვან კონტროლს უწესებს“, რაც კონცეფციის გამოყენების ლიმიტირებისა და მეტი სიცხადისაკენ გვიბიძგებს. მაგალითად, სოციოლოგები მიიჩნევენ, რომ „ურბანიზაცია“ მჭიდროდ არის ასოცირებული სეკულარიზმთან და ინდივიდუალიზმის დასავლურ ფორმებთან, რაც მოგვიანებით, შესაძლოა ურბანიზმის გაგების ნაწილად ჩამოყალიბდეს. ბენდექსის თანახმად, ეს განზოგადება ინგრევა, თუ ჩვენ ინდოეთს ან სხვა არადასავლურ საზოგადოებებს შევხედავთ. ანალოგიურად ჩვენ შევეცდებით, მეტი სიცხადე შევიტანოთ მედია კვლევების საკვანძო კონცეფციებში, მაგალითად ისეთში, როგორიცაა ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაცია და გამოვიყენოთ შედარებითი ანალიზი, რათა დავადგინოთ ის, თუ კონცეფციის რომელი ასპექტებია განსხვავებული და რომელი – არა.

თუ შედარება გვიჩვენებს განსხვავებას, ის მსგავსებასაც დაგვანახებს და მედიასისტემების მკაფიო გააზრებაში დაგვეხმარება. მაგალითად, განვლილ ათწლეულებში, შეერთებულ შტა-

ტებში, მედიაში პოლიტიკოსების ნეგატიურად გაშუქებამ იმატა. ჩვენ, როგორც წესი, ასეთ ცვლილებებს ისტორიული მოვლენების – ვიეტნამი და ვოტერგეიტი, ასევე ცვლილებები საარჩევნო კამპანიების წარმართვაში – გადასახედიდან ვხსნით. თუმცა ეს ტენდენცია მხოლოდ შეერთებულ შტატებს არ ახასიათებს. და ის პრაქტიკულად, უნივერსალურია მთელი დასავლური დემოკრატიებისათვის. ამ ცვლილებების განზოგადება და ამ ტენდენციის ამერიკის შეერთებულ შტატებში მომხდარი კონკრეტული შიდა ისტორიული მოვლენებით ახსნა ადეკვატური არ იქნება. შედარებით ანალიზს შეუძლია დაგვიცვას მცდარი განზოგადებისაგან, მაგრამ ამავე დროს, როგორც ბენდექსი ამბობს, შეუძლია, მიგვიყვანოს უფრო მისაღებ, დასაბუთებულ განზოგადებამდე.

ცხადია, შედარებითი ანალიზი ამ შედეგს ავტომატურად არ იძლევა. ის თავისთავად ეთნოცენტრულიც შეიძლება იყოს და სხვადასხვა სისტემას თავს ახვევდეს ჩარჩოს, რომელიც ერთერთს ასახავს, ისევე, როგორც პრესის თეორია მიზნად შეიძლება შედარებითობას ისახავდეს, მაგრამ შედარებით ანალიზს არ ეფუძნებოდეს. მოგვიანებით ამ თავში ჩვენ შევეცდებით დავასაბუთოთ, რომ კომუნიკაციის სფეროში ეთნოცენტრიზმს თეორიის მკაცრად ნორმატიული ხასიათი აძლიერებს. შედარება, რა თქმა უნდა, შეიძლება ეთნოცენტრულიც იყოს, მაგრამ ჩვენ გვჯერა, რომ სწორად გამოყენებული შედარებითი მეთოდი ქმნის სისტემური კრიტიკის საფუძველს იმ ნაშრომისათვის, რომელიც გადაჭარბებულ განზოგადებას და კონცეპტუალურ შეზღუდულობას ეხება.

მეორე მიზეზი, რომელიც სოციალურ კვლევებში შედარებითობის მნიშვნელობას უსვამს ხაზს, არის ის, რომ იგი სოციალურ ფენომენთა შორის ურთიერთობის შესახებ ჰიპოთეზის ტესტირების საშუალებას იძლევა. „თუ გვინდა მოვახდინოთ იმის დემონსტრირება, რომ ერთი მოვლენა მეორედან გამომდინარეობს, ამის ერთადერთი საშუალებაა იმ ვითარებების შედარება, როდესაც ეს მოვლენები დროის ერთ მონაკვეთში ხდება ან არ ხდება“, – წერს ემილ დურკჰეიმი (1965) *სოციოლოგიური მეთოდის წესებში*. ეს მიდგომა სოციალური მეცნიერების უმეტესობაში მეთოდოლოგიურ სტანდარტად იქცა, განსაკუთრებით მათ შორის, ვინც სოციალურ მოვლენათა სისტემური კვლევებით არის დაინტერესებული და სადაც ვარიაციები ხშირად ერთი ქვეყნის კვლევას არ სცდება. „სოციოლოგიური წესის“ შესახებ დურკჰეიმის ამ მოსაზრების ირგვლივ მრავალი ეპისტემოლოგიური დისკუსია მიმდინარეობს. ზოგიერთს მიაჩნია, რომ სოციალური მეცნიერე-

ბა საბუნებისმეტყველო მეცნიერებებს უნდა მისდევდეს, რათა მიაგნოს წესს, რომელიც „ყოველთვის და ყველგან არსებითი იქნება;" მეორენი მიიჩნევენ, რომ სოციალური თეორიის განზოგადება კონკრეტულ სისტემებთან და ისტორიულ კონტექსტთან მიმართებაში, ყოველთვის პირობითი და შედარებითი იქნება. ზოგი თვლის, რომ მეტი სიცხადეა საჭირო მიზეზისა და შედეგის – „დამოკიდებული" და „დამოუკიდებელი" ცვლადების იდენტიფიცირებაში. სხვები მიიჩნევენ, რომ სოციალური მოვლენის თანაევოლუციის იდენტიფიცირებისათვის მიზეზისა და შედეგის განცალკევებულად განხილვა ყოველთვის აუცილებელი არ არის. ისინი, ვინც კომუნიკაციის სისტემურ ანალიზზე მუშაობენ, ხშირად სკეპტიკურად „პოზიტივიზმს" უყურებენ. მიიჩნევა, რომ „პოზიტივისტები" ინდივიდუალურ სივრცეში მომუშავე მკვლევრებს შორის არიანკონცენტრირებულნი. მრავალი წლის განმავლობაში კომუნიკაციის ემპირიული კვლევა, მედია ეფექტის პარადიგმის სინონიმად იყო აღქმული, რაც არა მსხვილი მედიასისტემების სტრუქტურებს, არამედ ინდივიდუალურ მიდგომებსა და შეხედულებებზე კონკრეტული გზავნილების ეფექტიანობას შეეხებოდა. შესაძლოა, სწორედ ეს იყო ერთ-ერთი მიზეზი იმისა, რომ შედარებითი ანალიზის სისტემატური გამოყენება ნელა იკიდებდა ფეხს. ჩვენ გვჯერა, რომ არ არის აუცილებელი საბუნებისმეტყველო მეცნიერებასა და სოციალურ მეცნიერებებს შორის განსხვავებებზე მკვეთრი აქცენტები გაკეთდეს იმისათვის, რომ მედიასისტემებისა და მათი სოციალურ-პოლიტიკური შემადგენლის კვლევაში შედარებითი ანალიზის ეფექტიანობა დამტკიცდეს.

ავიღოთ ერთი მაგალითი: ჯეფრი ალექსანდერის უჩვეულო და ძალზედ საინტერესო მცდელობა, შეექმნა შედარებითი ჩარჩო ახალი ამბების მედიის ანალიზისათვის, ბადებს კითხვას, თუ რით შეიძლება აიხსნას ავტონომიური ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის ძალა შეერთებულ შტატებში? ის გვთავაზობს შემდეგ ჰიპოთეზას: „უაღრესად მნიშვნელოვანია ის გარემოება, რომ შეერთებული შტატების მედია სივრცეში არასდროს აღმოცენებულა გაზეთები, რომლებიც მუშათა კლასთან იქნებოდა დაკავშირებული" (1981:21). შემდგომში ის შეერთებული შტატების პრესის ისტორიას საფრანგეთისა და ბრიტანეთის გამოცდილებას ადარებს და გვთავაზობს მოსაზრებას, რომ სწორედ ლეიბორისტული პრესის არარსებობით აიხსნება ამერიკის შეერთებულ შტატებში ავტონომიური ჟურნალისტიკის განვითარება. ალექსანდერის ამ მნიშვნელოვან თეორიულ ჩარჩოს უფრო ვრცლად ჩვენ მე-4

და მე-8 თავებში განვიხილავთ. რაც შეეხება ლეიბორისტული პრესის შესახებ ამ ჰიპოთეზას, შედარებითი ანალიზი გვაძლევს საშუალებას, ადვილად და დასაბუთებულად უარვყოთ ის, რადგან ჩვენ შეერთებული შტატებისა და საფრანგეთის შედარებაზე შორს მივდივართ. ევროპაში არის არაერთი მაგალითი იმისა, რომ ძლიერი ლეიბორისტული პრესა და ავტონომიური ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი თანაბრად არის განვითარებული. ჩვენ ვამტკიცებთ, რომ ეს მოდელი მეტწილად ჩრდილოეთ ევროპისათვის არის დამახასიათებელი. იმას, თუ სხვა რა ფაქტორებია არსებითი ჟურნალისტური ავტონომიისათვის, ჩვენ მოგვიანებით განვიხილავთ (ისევე, როგორც საკითხს, თუ როგორ უნდა მოხდეს მისი იდენტიფიცირება).

მიზეზ-შედეგობრივი კავშირის დასადგენად, შედარებითი მეთოდის გამოყენება ანალიზის პროცესში გაცილებით ადრეულ ეტაპზე ხდება. ჩვენი კვლევა მეტწილად ექსპერიმენტულ ხასიათს ატარებს, ის იყენებს შედარებით ანალიზს უფრო მეტად წინასწარ განსაზღვრული მიზნების პირველი კლასტერისთვის, კონცეფციის დახვეწისა და თეორიის განვითარებისთვის, ვიდრე ჰიპოთეზის ტესტირებისა და მიზეზ-შედეგობრივი კავშირების დასადგენად. ამჯერად, ჩვენი ამოცანა მედიასისტემების შედარებისათვის საჭირო ჩარჩოს და იმ ჰიპოთეზების შექმნაა, რაც საშუალებას მოგვცემს გავარკვიოთ, რა სტრუქტურული თუ ისტორიული კავშირები აქვთ მათ პოლიტიკური სისტემების განვითარებასთან. ჩვენ არ ვამტკიცებთ, რომ ეს ჰიპოთეზები ტესტირებულია და ეს ნაწილობრივ იმის ბრალია, რომ მომდევნო ტექსტში გამოყენებული მონაცემები უკიდურესად ლიმიტირებულია.

ფართო სინთეტიკური სტილის შედარებითი ანალიზი უაღრესად ღირებულია, თუმცა რთულია გამოსაყენებლად, მით უმეტეს მაშინ, როდესაც საკვლევი ველი შედარებით პრიმიტიულია. ერების გენერალიზაცია სარისკოა მაშინ, როდესაც ჩვენი ცოდნა მათი მედიასისტემების, ისტორიის და პოლიტიკური კულტურის შესახებ არათანაბარია. სწორედ ამიტომ, ეს პროექტი ამერიკელებისა და ევროპელების მჭიდრო თანამშრომლობით განხორციელდა. შესაძლოა გაჩნდეს კითხვა, რატომ არ მივმართეთ თანამშრომლობის უფრო ფართო ფორმატს? ეს, რა თქმა უნდა, ბევრ პრაქტიკულ სირთულესთან იქნებოდა დაკავშირებული, თუმცა მთავარი მიზეზი იყო ის, რომ ამ წიგნში მიზნად მაქსიმალურად დამაჯერებელი თეორიული ჩარჩოს ჩამოყალიბება, ან თუნდაც ამ მიმართულებით ნაბიჯის გადადგმას ვისახავდით. მრავალფე-

როვანი თანამშრომლობა ამ სფეროში ხშირად თეორიის საერთო მსაზღვრელის ძიებით ან თეორიული წინააღმდეგობების ვერგადაჭრით სრულდება. იმედი გვაქვს, რომ მკვლევრები ჩვენ მიერ წარმოდგენილი ზოგადი არგუმენტებით დაინტერესდებიან და გაგებით მოეკიდებიან იმ შეცდომებს და უზუსტობებს, რომლებსაც შესაძლოა, კონკრეტულ შემთხვევებთან მიმართებაში დავუშვებთ. შედარებით კვლევაში რეალური თანამშრომლობა მეტწილად ირიბი ხასიათისაა. ჩვენ კვლევას ევროპელი და ამერიკელი მეცნიერების მიერ შექმნილ ფუნდამენტზე ვაგებთ და იმედი გვაქვს, რომ ბევრი მკვლევარი ამ წიგნში შემოთავაზებულ იდეებს, მომავალში კიდევ უფრო განავითარებს.

კვლევის მასშტაბი

წინამდებარე კვლევა შეერთებული შტატების, კანადის, ევროპის უმეტესი ნაწილის მედიასისტემებს მოიცავს და მასში მხოლოდ ძალიან პატარა სახელმწიფოები (მაგალითად, ლუქსემბურგი, რომლის მედიასისტემა მეტწილად მეზობელი ქვეყნების აუდიტორიებთან არის დაკავშირებული) არ შედიან. ამგვარად, ჩვენი კვლევა „ყველაზე მსგავსი სისტემების“ დიზაინს გთავაზობთ. როგორც ლიუფჰარტმა (1971) აღნიშნა, შედარებითი ანალიზის ყველაზე მთავარი პრობლემა „ბევრი ცვლადი და ცოტა მაგალითია“. ამ პრობლემის გადაწყვეტის ყველაზე სწორი გზა, მისი აზრით, შედარებით ახლო მდგომ შემთხვევებზე ფოკუსირება და რელევანტური ცვლადების რაოდენობის შემცირებაა. ეს მიდგომა განსახილველი საკითხების რაოდენობას კი შეამცირებს, მაგრამ კომუნიკაციის სფეროში, სადაც არსებული ლიტერატურა და მონაცემთა ბაზა ისედაც მწირია, ეს ერთგვარი შეღავათიც იქნება, რადგან კვლევაში განსაზღვრული რაოდენობის საკითხებზე მეტი კვალიფიციური ანალიზი ისედაც შეუძლებელია. ჩვენ დავინახეთ, რომ *პრესის ოთხი თეორიის* ერთ-ერთი პრობლემა არის ის, რომ მისი საკვლევი არეალი იმდენად ფართოა, რომ ზედაპირულობა გარდაუვალია, როგორც ეს, მაგალითად, კონტრასტული ფოტოს შემთხვევაში ხდება, რომელიც ზედმეტად გვზღუდავს და ვერ ვხედავთ ბევრ დეტალს, რომლის ნახვაც ჩვენ გვჭირდება.[3] ვიფარგლებით რა ჩრდილო ამერიკული და დასავ-

3 მეორე მაგალითია მარტინისა და ჩაუდჰარის (1983) მედიასისტემების გლობალური ანალიზი, რომელიც ცდილობს, მსოფლიო „სამ იდეოლოგიურ სისტემად“ დაყოს: დასავლური, კომუნისტური და

ლეთ ევროპული სისტემების შედარებით, ჩვენ, ვეხებით მეტ-ნაკლებად თანაბარი ეკონომიკური განვითარების დონის, კულტურისა და პოლიტიკური ისტორიის მქონე ქვეყნებს. რა თქმა უნდა, ეს არეალის შეზღუდვაა: მოდელები, რომლებიც აქ განვითარდა, მნიშვნელოვანი ადაპტირების გარეშე, სამყაროს დიდი ნაწილის მოდელებს არ მიესადაგება, თუმცა ვიმედოვნებთ, რომ სხვა რეგიონებზე მომუშავე მკვლევრები გამოიყენებენ ჩვენს ნაშრომს, როგორც საფუძველს სხვა მოდელების კონსტრუირებისთვის. ერთ-ერთი უპირატესობა, რომელსაც ჩვენ მიერ არჩეული ჩრდილო ამერიკული და დასვლეთ ევროპული მოდელები გვანიჭებს არის ის, რომ მათ გლობალური დომინირების ტენდენცია ახასიათებთ; ამგვარად, ამ სისტემების ლოგიკისა და განვითარების გააზრება, რეგიონალურ მკვლევრებს კარგ მაგალითს მისცემს არამარტო შედარებითი ანალიზის განხორციელების თვალსაზრისით, არამედ თავად რეგიონალური მოდელების აღსაწერად, რადგან ჩვენ მიერ წარმოდგენილმა სისტემებმა, სხვა სისტემების ფორმირებაზე მოახდინეს გავლენა.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ჩვენი კვლევა შემეცნებითი ხასიათისაა და „ყველაზე იდენტური სისტემების“ დიზაინი არ არის გამიზნული იმაზე, რომ კონკრეტული ცვლადები მიზეზების დემონსტრირებისათვის უცვლელად იყოს გამოყენებული. ჩვენი ამოცანაა, ისეთი კონცეფციის ფრთხილი შემუშავება, რომელიც შემდგომი შედარებითი ანალიზისა და მათი ურთიერთკავშირის ჰიპოთეზის შემუშავებისათვის იქნება სასარგებლო. ფაქტია, რომ შემეცნებით კვლევაში გეოგრაფიული განსაზღვრებებიც საკმაოდ პირობითია: ჩვენ ჯერ არ გვაქვს თეორიული ჩარჩო, რომელიც მაგალითების შერჩევისთვის ბაზისური იქნებოდა. სანაცვლოდ, ჩვენ ნაცად სტრატეგიას მივმართეთ, კვლევის არეალის გეოგრაფიული შეზღუდვის გზით, იმ დაშვებით, რომ ეს გონივრულად შესადარებელი მაგალითების დაჯგუფების შესაძლებლობას მოგვცემდა. „შედარებითობა“, როგორც ლიუფჰარტი (1971:687) ამბობს, „ნებისმიერი არეალის განუყოფელი თვისება არ არის, ის უფრო მეტად შემთხვევითი შერჩევის გზით დაჯგუფებულ ქვეყნებს ახასიათებთ“. გარკვეული თვალსაზრისით,

---

მესამე სამყარო – კეთილშობილური მცდელობა, მოიცვას მთელი მსოფლიო. თუმცა, ეს თავად ამ ჯგუფების შიგნით ძალზედ ფართო განზოგადოებას უკავშირდება. არის ასევე, მაგალითად, ნიმოს და მანსფილდის (1982) ნაშრომები, რასაც საერთო ანალიტიკურ ჩარჩოზე მცირედი გავლენა აქვს.

არეალზე დამოკიდებული მიდგომა უფრო პრაქტიკულია მენეჯერების თვალსაზრისით – ჩვენ საშუალება გვქონდა, გაცილებით იოლად ვწვეოდით ქვეყნებს და გვესარგებლა იმ უპირატესობით, რაც ევროპული მედიასისტემების შესახებ შედარებისათვის საჭირო გაცილებით დიდი მონაცემების ხელმისაწვდომობას უკავშირდება. ალბათ შეგვეძლო ავსტრალიისა და ახალი ზელანდიის ჩართვაც კვლევაში, რომელთა ისტორია დასავლეთ ევროპასთან მჭიდრო კავშირშია და გაგვეკეთებინა ეს ისე, რომ მაინცდამაინც არ გაგვერთულებინა კონცეპტუალური ჩარჩო. თუმცა გაგვიჩნდა ეჭვი, რომ ყოველი ახალი გამოცდილების შემოტანა, ახალ, მნიშვნელოვან ცვლადს წარმოშობდა, რაც თავის მხრივ, შესაბამისი ლიტერატურის მოხმობასა და აქედან გამომდინარე, ჩარჩოს ჩამოყალიბებაზე ძალისხმევის გაღებას მოითხოვდა. მე-4 თავში ჩვენ შემოგთავაზებთ სამკუთხედს, რომელშიც ყოველი შემთხვევა მედიის სამ მოდელთან მიმართებაშია წარმოდგენილი. ნებისმიერი საგრძნობი გაფართოება შეუძლებელს გახდიდა ორგანზომილებიან რეპრეზენტაციას.

ლიუფჰარტის ტერმინოლოგია რომ გამოვიყენოთ, „გასაანალიზებელი სივრცის შემცირების“ სურვილი იმითაც არის განპირობებული, რომ ჩვენ თავიდანვე გადავწყვიტეთ, ფოკუსირება მედიის ახალ ამბებსა და მედია რეგულაციებზე მოგვეხდინა. ცხადია, მედიასისტემების შედარებითმა ანალიზმა, შესაძლოა, კულტურული ინდუსტრიაც – ფილმები, მუსიკა, ტელე და სხვა გასართობი პროგრამები, ტელეკომუნიკაცია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა და სხვა – მოიცვას. ეს კი დამატებითი ლიტერატურის და განსხვავებული კონცეფციების მოხმობას ნიშნავდა, რაც ამჯერად ჩვენი ამოცანა არ იყო.

პრესის ოთხი თეორიის მემკვიდრეობა

რადგან ჩვენ ვეყრდნობით *„პრესის ოთხ თეორიას“*, ნაშრომს, რომელიც მსოფლიოში კვლავაც აღიარებულია და საფუძველი დაუდო ახალი ამბების მედიის შედარებითი ანალიზის ძირითად ჩარჩოს, აზრი აქვს, მივყვეთ ზიბერტის, პეტერსონის და შრამის არგუმენტებს.[4] „ამ თავის თეზისი“, – განაგრძობენ ისინი, – „არის

4 წლების განმავლობაში ზიბერტის, პეტერსონის და შრამის სქემის არაერთი ვარიაცია იყო შემოთავაზებული. მაგალითად, ალტშულმა (1995), ჰაჩტენმა (1996), მუნდტმა (1991) და პიკარდიმ (1985) შემოგვთავაზეს იმ მოდელის დამატება, რასაც ჩვენ კორპორატიული

ის, რომ პრესა ყოველთვის იძენს იმ ფორმას და შესაბამისობაში მოდის იმ სოციალურ და პოლიტიკურ სტრუქტურებთან, რომელშიც ოპერირებს. განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ასახავს სოციალური კონტროლის სისტემას იქ, სადაც ურთიერთობები ინდივიდებსა და ინსტიტუტებს შორის უკვე ჩამოყალიბებულია. ჩვენ გვჯერა, რომ საზოგადოების ამ ასპექტების გაგება, პრესის სისტემური გააზრებისთვის ფუნდამენტურია" (1-2). ჩვენი აზრით, პრობლემა სწორად არის წარმოჩენილი. ვფიქრობთ, უნდა გავყვეთ ზიბერტის, პეტერსონის და შრამის მიერ შემოთავაზებულ დღის წესრიგს, რათა ვაჩვენოთ, რამდენად ღრმა საფუძვლები აქვს განსხვავებულ მედია მოდელებს პოლიტიკურ და ეკონომიკურ სტრუქტურებში. ჩვენ ვამტკიცებთ, რომ ახალი ამბების მედიის არსის გაგება შეუძლებელია სახელმწიფოს არსის, პოლიტიკური პარტიების სისტემის, ეკონომიკური და პოლიტიკური ინტერესების ურთიერთობის მოდელის და სოციალური სტრუქტურის სხვა ელემენტებს შორის, სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების გაგების გარეშე.

გარკვეული თვალსაზრისით, ჩვენ ზოგიერთ საკითხს იმაზე მეტად ღიად ვტოვებთ, ვიდრე ეს *პრესის ოთხი თეორიის* ავტორებმა გააკეთეს. შევნიშნავთ, რომ ზიბერტი, პეტერსონი და შრამი, როგორც ჩანს, „სოციალური კონტროლის სისტემასთან" მიმართებაში მედიას უფრო „დამოუკიდებულ ცვლადად" მიიჩნევდნენ, რომელიც ამ სისტემას „ასახავდა". ირონიაა, რომ ამ თვალსაზრისით, მათი ეს მოსაზრება მარქსის ფუძემდებლურ და სუპერსტრუქტურირებულ თეორიას იმეორებს (მიუხედავად იმისა, როგორც ვნახავთ, ისინი მარქსს მალევე თავდაყირა აყენებენ). ბევრი თვალსაზრისით, მართებულია იმის დაშვება, რომ მედიასისტემა, ძირითადად „ასახავს" სოციალური სტრუქტურის სხვა ასპექტებს – მაგალითად, პარტიულ სისტემას. მაგრამ, ამასთანავე, არსებობს საფუძვლიანი მტკიცებულებები, რომ თავად მედიასაც აქვს გავლენა სხვა სოციალურ სტრუქტურებზე.

ისტორიულად მედიის რეფლექტურობა თუ დამოუკიდებელი გავლენის უნარის ხარისხი, ცვლადი კატეგორიაა. ბევრი მკვლევარი ასაბუთებდა მისი გავლენის ზრდის ტენდენციას, განსაკუთრებით პოლიტიკურ სისტემასთან მიმართებაში. იმის აღიარება, რომ მედია მნიშვნელოვანი „ექსოგენური" ცვლადია, რომელიც ზეგავლენას სხვა პოლიტიკურ ინსტიტუტებზე ახდენს, შედარე-

---

დემოკრატიის მოდელი ვუწოდეთ. მაკქუაილმა (1994:131-2) ოთხი თეორიის რევიზიის რამდენიმე შეჯამება შემოგვთავაზა.

ბით პოლიტიკაში ადრე უგულებელყოფილი მედია ინსტიტუტებით მკვლევართა დაინტერესების საფუძველი გახდა. ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ, როგორც კომუნიკაციების მკვლევრები ანიჭებდნენ მცირე მნიშვნელობას შედარებით ანალიზს, ასევე შედარებითი პოლიტიკის მკვლევრები ნაკლებად ამახვილებდნენ ყურადღებას მედიაზე. თუ ინდექსურ საძიებელში პოლიტიკურ პარტიებზე კლასიკურ ნაშრომებს მოიძიებთ, მედიასა და პრესაზე პრაქტიკულად ვერაფერს იპოვით, მიუხედავად იმისა, რომ მედია პოლიტიკოსებსა და პოლიტიკურ პარტიებზე მათი არსებობის მანძილზე უხვად წერდა და იმ პირობებში, როდესაც ხსენებული კლასიკური ნაშრომები პარტიების, როგორც კომუნიკაციური ინსტიტუტების განსაზვრებას გვთავაზობენ (დოიჩი 1966; სარტორი 1976). არადა, თეორიული პერსქპექტივა ახლოს იყო იმასთან, რომ შემოეთავაზებინა ის, როგორც კომუნიკაციის სხვა საშუალებებთან ურთიერთობის სერიოზული მოდელი.

ამ თვალსაზრისით ცვლილებები დღეს სახეზეა გარკვეულწილად იმის გამო, რომ იზრდება განცდა, რომ მედია იმაზე ნაკლებად „რეფლექტურია," ვიდრე ის უწინ იყო. ზოგჯერ ამ ცვლილების შეფასებაც გადაჭარბებულია. მიჰყვებიან რა მაკლუჰანის ტრადიციას, მედია მკვლევრები პროფესიულ მიკერძოებულობას ავლენენ, როდესაც ზედმეტ მნიშვნელობას ანიჭებენ მედიის დამოუკიდებელ გავლენას. სხვა სფეროების მკვლევრებიც ხშირად იგივეს აკეთებენ, შესაძლოა იმ განცდის გამო, რომ მათი აზრით, მედია „სცილდება პროფესიულ ჩარჩოებს," როდესაც სხვა ინსტიტუტებთან შედარებით, უფრო გავლენიანი ხდება. ბორდიუს უკანასკნელი ნაშრომი „ტელევიზიის შესახებ" (1998) ამის მაგალითად გამოდგება, ისევე, როგორც არაერთი სპეკულაცია შედარებით პოლიტიკაში „ვიდეოკრატიის" თაობაზე. მე-8 თავში, ჩვენ შევეხებით მედიისა და პოლიტიკური სისტემების ურთიერთგავლენის თემას და შევეცდებით, გამოვყოთ მედიასისტემის შედარებითი გავლენის არგუმენტები, რაც თანამედროვე ევროპის პოლიტიკური სისტემის ფორმირებაში იკვეთება.

ზიბერტი, პეტერსონი და შრამი წერენ:

> „იმისათვის, რომ სრულად დავინახოთ განსხვავებები პრესის სისტემებს შორის, ის სოციალური სისტემებიც უნდა გავიაზროთ, რომლებშიც პრესა ფუნქციონირებს. იმისათვის, რომ დავინახოთ სოციალური სისტემების ნამდვილი კავშირები პრესასთან, საზოგადოების გარკვეულ ფუნდამენტურ წარმოდგენებსა და შეხედულებებში უნდა

> გავერკვიოთ, ანუ გავერკვიოთ ადამიანის, საზოგადოებისა და სახელმწიფოს ბუნებაში, ადამიანისა და სახელმწიფოს ურთიერთობაში და ცოდნისა და სიმართლის ხასიათში. ამგვარად, ამ ბოლო ნაშრომის ერთ-ერთი ფილოსოფია პრესის სისტემების სხვადასხვაობაა. ეს წიგნი არის იმ ფილოსოფიური და პოლიტიკური ურთიერთობების თუ თეორიების შესახებ, რაც თანამედროვე მსოფლიოში პრესის სხვადასხვა სახეობის მიღმა არსებობს“ (2).

ამ წერტილიდან ჩვენ ზიბერტის, პეტერსონისა და შრამისგან დამოუკიდებლად სვლას ვიწყებთ. ჩვენც გვჯერა, რომ პოლიტიკური კულტურა მნიშვნელოვანია და შევეცდებით, ვაჩვენოთ ის, თუ რამდენად არის დაკავშირებული მედიასისტემებში არსებული განსხვავებები სახელმწიფოსა და საზოგადოების შესახებ სოციალურად გაზიარებულ კონცეფციებთან, ობიექტურობასთან, საჯარო ინტერესთან და სხვა მსგავს კატეგორიებთან. თუმცა, პრესის „ფილოსოფიაზე“ ან როგორც ზოგჯერ მას უწოდებენ „იდეოლოგიაზე“ ფოკუსირება, არის ის მთავარი თვალსაზრისი, რომელსაც ჩვენ *პრესის ოთხი თეორიის* საკვანძო ჩავარდნად მივიჩნევთ. ზიბერტმა, პეტერსონმა და შრამმა, ფაქტიურად, მედიისა და სოციალური სისტემების ურთიერთობის ემპირიული ანალიზი არ მოახდინეს. მათ არც მედიასისტემის რეალური ფუქციონირება და არც იმ სოციალური სისტემების ანალიზი არ მოუხდენიათ, რომელშიც ისინი მოქმედებდნენ, არამედ შემოიფარგლნენ მხოლოდ „რაციონალურობით თუ თეორიით“, რომლითაც ისინი საკუთარ ლეგიტიმაციას ახდენდნენ. „მტკიცებით, რომ „ფილოსოფია მედიასისტემებს შორის არსებული განსხვავების უკანასკნელი ინსტანციაა“, წიგნი მედიის მატერიალური არსებობის ფაქტს ყურადღების მიღმა ტოვებს“ (ნერონე 1995:23).

არც მათი ანალიზი იყო ზედმიწევნით „შედარებითი“: ნაწილობრივ ამის ახსნა ცივი ომია. *პრესის ოთხი თეორია* იმდენად არის მოცული მეორე მსოფლიო ომის შედეგად წარმოქმნილი აშშ-საბჭოთა მოდელების დაპირისპირების დიქოტომიით, რომ მსოფლიო მედიასისტემების მრავალფეროვნებისათვის ცოტა ადგილი რჩება. იკვლევენ რა ოთხი თეორიის წარმოშობის საწყისებს, ზიბერტი, პეტერსენი და შრამი, მაგალითად, ეყრდნობიან მხოლოდ სამი ქვეყნის მაგალითს: შეერთებულ შტატებს, რომელსაც ლიბერტარიანული და სოციალური პასუხისმგებლობის თეორიებს უკავშირებენ; ბრიტანულს, რომელსაც ორივეს, როგორც ავტორიტარულ, ასევე შეერთებული შტატების მსგავსად,

ლიბერტარიანულ თეორიას უკავშირებენ და საბჭოთა კავშირს. უფრო მეტიც, ყველა მოდელი რეალურად „გამომდინარეობს... ოთხი თეორიის შიგნით არსებული ერთ-ერთი თეორიიდან – კლასიკური ლიბერალიზმიდან – (ნერონე 1995:21). ევროპული გამოცდილების გასაგებად, ოთხი თეორიის გამოყენება ძალზე ლიმიტირებულია. შესაძლოა, ვინმემ მიიჩნიოს, რომ დასავლეთ ევროპული მოდელი კომბინირებულია და შედგება ლიბერტარიანული მოდელის (მეტ-ნაკლებად არარეგულირებული კომერციული და პარტიული პრესა და ადვოკატირების ჟურნალისტიკა), სოციალური პასუხისმგებლობის მოდელის (საზოგადოებრივი მაუწყებელი, პასუხის უფლების კანონმდებლობა, პრესის სუბსიდირება, პრესის საბჭოები) და ავტორიტარული ტრადიციის (გოლისტური სახელმწიფო მაუწყებელი ან ბრიტანული აქტი სახელმწიფო საიდუმლოების შესახებ, ასევე კონტროლის განხორციელება რეალური დიქტატურის დროს) კომპონენტებისაგან. ვინმემ შესაძლოა ისიც თქვას, რომ გარკვეულწილად ამ ელემენტებს ნებისმიერი სისტემა შეიცავს, თუმცა ეს მეტისმეტად მყიფე ჩარჩოა რეალური შედარებითი ანალიზის დასაწყებად.

პრესის ოთხი თეორია, როგორც საშინელებათა ფილმიდან გადმოსული ზომბი, მედია ლანდშაფტზე დიდხანს ბატონობდა. მიგვაჩნია, რომ დროა, ის ღირსეულად მივაბაროთ მიწას და სვლა შედარებითი ანალიზის უფრო დახვეწილი მოდელების განვითარებისაკენ განვაგრძოთ.

მედიასისტემების მოდელები

ერთ-ერთი მიზეზი, რის გამოც *პრესის ოთხი თეორია* ამდენი წლის განმავლობაში დომინირებდა, იყო მტკიცება, რომ მსოფლიო მედიასისტემების კლასიფიკაცია, რიგი მარტივი და მოკრძალებული მოდელების დაჯგუფებითაც იყო შესაძლებელი. არსებობს თუ არა შესაძლებლობა იმისა, რომ ოთხი თეორია ახლებურად დაჯგუფებული ისეთი მოდელებით ჩავანაცვლოთ, რომელთაც უკეთესი ემპირიული დასაბუთება და იმავდროულად ორიგინალების არსი შეუნარჩუნდებათ? შესაძლებელია, თუმცა დიდი სიფრთხილით. ჩვენ რეალურად მედიასისტემების სამ მოდელს შემოგთავაზებთ. ამაზე საფუძვლიანად შემდეგ თავში შევჩერდებით, თუმცა აქვე გეტყვით, რომ ეს მოდელებია: ლიბერალური მოდელი, რომელიც ბრიტანეთში, ირლანდიასა და ჩრდილოეთ ამერიკაში დომინირებს; კორპორატისტული დემოკ-

რატიის მოდელი, რომელიც ჩრდილოეთ ევროპაშია გავრცელებული და პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი, რომელიც სამხრეთ ევროპის მედიტერიანულ ქვეყნებს ახასიათებთ. ლიბერალურ მოდელს საბაზრო მექანიზმებისა და კომერციული მედიის შედარებითი დომინირება ახასიათებს; კორპორატისტული დემოკრატიის მოდელი კომერციული მედიისა და ორგანიზებულ სოციალურ და პოლიტიკურ ჯგუფებთან დაკავშირებული მედიის თანაარსებობის ისტორიულ გამოცდილებას ემყარება და იმავდროულად, სახელმწიფოს შედარებით აქტიური, თუმცა კანონით შეზღუდული ფუნქციით ხასიათდება. პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელისთვის კი დამახასიათებელია მედიის პარტიულ პოლიტიკაში ინტეგრირება, კომერციული მედიის განვითარების მწირი ისტორია და სახელმწიფოს გავლენის მაღალი ხარისხი. ჩვენ შევეცდებით, ვაჩვენოთ მკითხველს, რომ ის მახასიათებლები, რომლებიც ამ მოდელებში იჩენენ თავს, ურთიერთდაკავშირებულია, რომ ისინი ისტორიული განვითარების მნიშვნელოვანი მონაკვეთების შედეგია და შემთხვევით არ წარმოქმნილან. ამ მოდელებზე მსჯელობისთვის ჩვენ ასევე გამოვიყენებთ კონკრეტული ქვეყნის მედიასისტემებს, რათა ვაჩვენოთ, თუ რამდენად შეესაბამება ამ მოდელებს კონკრეტული ქვეყნის მედიასისტემა.

ჩვენ მიერ შემოთავაზებული კვალიფიკაციები, თავიდანვე განმარტებას საჭიროებენ. ესაა იდეალური მოდელები, რომელთაც კონკრეტული ქვეყნის მედიასისტემები პირობითად შეესაბამება. მნიშვნელოვანი განსხვავებებია იმ ქვეყნებს შორის, რომელთაც მოდელების განხილვისას, ჩვენ ერთად დავაჯგუფებთ. ბრიტანული და ამერიკული მედიასისტემები, რომელთაც ლიბერალური მოდელის ნიმუშებად გთავაზობთ, რეალურად მრავალი თვალსაზრისით მნიშვნელოვნად განსხვავდებიან, მიუხედავად იმისა, რომ ჟურნალისტიკის ანგლო-ამერიკული მოდელი ერთიანად არის მიჩნეული. იტალია, რომელსაც „კონსენსუსზე“ დაფუძნებული პოლიტიკური სისტემა და დემოკრატიული მმართველობის ნახევარსაუკუნოვანი გამოცდილება ახასიათებს, საკმაოდ განსხვავდება ესპანეთის მაჟორიტარული სისტემისა და დემოკრატიულ მმართველობაზე დაგვიანებული გადასვლის მაგალითისაგან. თუმცა ორივე ქვეყანა ბევრი ნიშნით ძალზედ ახლოა პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელთან. გერმანიას ჩვენ დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელთან მიმართებაში განვიხილავთ, მიუხედავად იმისა, რომ ის მნიშვნელოვნად განსხვავდება იმ პატარა დემოკრატიული ქვეყნებისაგან, რომლებიც ამ მოდელის კლასიკურ ნიმუშებს წარმოადგენენ. ჩვენ ასევე

ვიმსჯელებთ საფრანგეთზე, როგორც პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელის მედიტერიანულ ქვეყანაზე, თუმცა ასევე დავინახავთ, რომ საქმე პოლარიზებული დემოკრატიისა და კორპორატისტული დემოკრატიის ნაზავთან გვაქვს, ისევე, როგორც ბრიტანეთის შემთხვევაში, როცა სახეზეა ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელების მახასიათებლები. ნაწილობრივ ჩვენ იმედი გვაქვს, რომ ეს მოდელები ამ განსხვავების გააზრებაშიც დაგვეხმარება. ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ ჩვენი უპირველესი ამოცანა სისტემების ინდივიდუალური კლასიფიკაცია კი არ არის, არამედ იმ საერთო მახასიათებლების იდენტიფიცირება, რაც სისტემებს აერთიანებთ.

მნიშვნელოვანია ასევე აღინიშნოს, რომ მედიასისტემები ერთგვაროვანი არ არის. მათ ხშირად სხვადასხვა პრინციპით მოქმედი მედია და ამ პრინციპების თანაარსებობა ახასიათებთ. „უმეტეს ქვეყნებში," – წერს მაკქუალი (1994:133), – „მედია თავისი მიზნებითა და ფილოსოფიით, ერთ რომელიმე კონკრეტულ სისტემას არ შეესაბამება, არამედ მოიცავს ცალკეულ, თანმხვედრ, ხშირად შეუსაბამო ელემენტებს, განსხვავებული ნორმატიული მოლოდინებისა და რეალური რეგულირებების თვალსაზრისით." ბრიტანეთში, მაგალითად, ისტორიულად ჟურნალისტიკის სამი განსხვავებული კულტურა ჩამოყალიბდა, რომლებიც მართალია, საერთო მახასიათებლებს იზიარებენ, თუმცა ამავე დროს ერთმანეთისგან მკვეთრად განსხვავდებიან. ესენია: ტაბლოიდური პრესა, ხარისხიანი პრესა და მაუწყებლობა. ამ თვალსაზრისით ჩვენი მოდელები *პრესის ოთხი თეორიისაგან* საკმაოდ განსხვავებულია. ისინი აღწერენ არა საერთო ფილოსოფიას, არამედ ურთიერთდაკავშირებულ სისტემას (მაკქუალი უარყოფს ტერმინ „სისტემას," თუმცა მისი გამოყენება ჰომოგენურობას არ გულისხმობს), რომელიც შესაძლოა, თავის თავში მოიცავდეს სახასიათო განსხვავებებს როგორც შრომითი, ასევე მედია პრინციპების კონფლიქტის თვალსაზრისითაც.

დაბოლოს, მოდელები არ უნდა იყოს გაგებული, როგორც სტატიკური სისტემის აღწერა. მედიასისტემები, რომლებსაც ჩვენ აღვწერთ, უწყვეტი ცვლილების პროცესში არიან და უკვე 1990 წელს ძირეულად განსხვავდებიან იმისგან, რაც 1960 წელს იყო. თუ ბრიტანეთში, ისტორიულად სამი ჟურნალისტური კულტურა არსებობდა (სხვების იდენტიფიცირებაც შეიძლება, თუ ღრმა ისტორიაში წავალთ), დღეს ისინი ნაკლებად მკვეთრად არიან გამოხატული, ვიდრე ეს ოცი წლის წინ იყო. იმედი გვაქვს,

რომ მკითხველი ამ მოდელებს არა ფიქსირებული მახასიათებლების ერთობად აღიქვამს, არამედ დაინახავს იმ სისტემური ურთიერთობების საფუძვლებს, რაც ამ ცვლილებების არსს გასაგებს გახდის.

წინამდებარე ანალიზში ჩვენ ისტორიას მნიშვნელოვან ყურადღებას დავუთმობთ. მედია ინსტიტუტები დროთა განმავლობაში ვითარდება. განვითარების ნებისმიერ ეტაპზე ისტორიული მოვლენები და ინსტიტუციური მოდელები, რომლებიც ასევე წარსულის მემკვიდრეობაა, ევოლუციის მიმართულებაზე ახდენენ გავლენას. მაგალითად, ჩვენ დავინახავთ, რომ 1890 წელს ბრიტანეთში წერა-კითხვის ცოდნის დონესა და გაზეთების გავრცელების ტირაჟებს შორის ძლიერი კავშირია და რომ გაზეთების დღევანდელი გავრცელება დროის კონკრეტული პერიოდის გაგრძელებაა. ნორტმა (1990) ამ მოვლენას „წარსულზე დამოკიდებულება“ უწოდა. წარსულზე დამოკიდებულება მხოლოდ იმას გულისხმობს, რომ წარსულს დიდი გავლენა აქვს, მაგრამ ეს იმას სულაც არ ნიშანავს, რომ თანამედროვე ან მომავლის ინსტიტუტები აუცილებლად წინამორბედს დაემსგავსება და ცვლილებები გამორიცხულია. ჩვენ დავინახავთ, რომ განვლილ წლებში დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილოეთ ამერიკის მედიასისტემები თვისობრივად შეიცვალნენ. ვნახავთ, რომ გლობალიზაციამ და კომერციალიზაციამ მედიასისტემების მნიშვნელოვანი კონვერგენცია განსაკუთრებით განაპირობა.

ერთი კითხვა, რომელსაც ვერ ვუპასუხებთ არის ის, თუ რამდენად არის შესაძლებელი, რომ ჩვენ მიერ გამოყოფილი სისტემები, რომლებიც მეოცე საუკუნის დასაწყისში დასავლურ დემოკრატიაში წარმოიშვნენ, ერთბაშად გაქრნენ. მედიასისტემების ისტორიული საფუძვლები ეროვნული სახელმწიფო ინსტიტუტებიდან მომდინარეობენ, ნაწილობრივ იმის გამო, რომ ისინი მჭიდროდ არიან დაკავშირებული პოლიტიკურ სამყაროსთან. მედიასისტემების ნაციონალურ დონეზე დიფერენცირება აშკარად მცირდება და ჩვენ ჯერ არ ვიცით, შეჩერდება თუ არა რაღაც ეტაპზე კონვერგენცია, თუ გაგრძელდება მანამ, ვიდრე ნაციონალური დიფერენცირება არარელევანტური გახდება.

გვჭირდება თუ არა მედიის ნორმატიული თეორიები?

კომუნიკაციის სფერო და განსაკუთრებით ჟურნალისტიკის კვლევა ყოველთვის მკვეთრად ნორმატიულ ხასიათს ატარებდა.

ეს ნაწილობრივ იმ პროფესიული განათლებით არის განპირობებული, რომლის თანახმად, უფრო მნიშვნელოვანია იმის ასახვა, თუ რისთვის არის ჟურნალისტიკა, ვიდრე იმის დეტალური გაანალიზება, თუ რა და რატომ არის ის ისეთი, როგორიც არის. ასე რომ ისეთი წიგნი, როგორიცაა: *„მსოფლიოს უდიდესი ყოველდღიური გაზეთები: ორმოცდაათი გაზეთის პროფილი“* (მერილი და ფიშერი 1980) ცხადია,მოიცავს არა იმ გაზეთებს, რომლებიც შესაბამისი ქვეყნისთვის არის ყველაზე მეტად ტიპური ან ყველაზე დიდი ტირაჟით გამოიცემა, არამედ „დიდი“ გაზეთების ცნება გულისხმობს ისეთ გამოცემებს, რომლებიც პროფესიული პრაქტიკის მოდელად გამოდგება. *პრესის ოთხი თეორიაც* საკმაოდ ნორმატიულ ხასიათს ატარებს (მისი ქვეასათაურია: ავტორიტარული, ლიბერტარიანული, სოციალური პასუხისმგებლობისა და კომუნისტური კონცეფციები იმისა, თუ როგორი უნდა იყოს და რას აკეთებდეს პრესა) და მსოფლიო პრესის მოდელებს იმისდა მიხედვით აფასებს, თუ რამდენად არის ის დისტანცირებული ნეიტრალური „ვოჩდოგური“ პრესის ლიბერალური იდეალისაგან და თავისუფალი სახელმწიფოს მხრიდან ჩარევისაგან. გვიანი შედარებითი ანალიზი, განსაკუთრებით ამერიკის შეერთებულ შტატებში, დაკავშირებული იყო მოდერნიზაციის თეორიასთან და მსოფლიო პრესის სისტემებს ლიბერალურ იდეალურ მოდელთან მიმართებაში განიხილავდა, თუმცა უფრო დაბალი განვითარების კუთხით, ვიდრე ტოტალიტარიზმის, როგორც საპირწონეს ჭრილში.[5]

ნაწილობრივ ცივი ომის ადრეულ პერიოდში აშშ-ს მთავრობის მიერ წარმოებული კამპანიის გამო, როგორც ამას ბლანშარი (1996) მიუთითებს, ნორმატიულ თეორიაში არსებული ლიბერალური მოდელი, რომელიც უპირველესად ამერიკულ და, შედარებით ნაკლებად, ბრიტანულ გამოცდილებას ეფუძნება, მთელ მსოფლიოში იმდენად გავრცელდა, რომ ჟურნალისტიკის სხვა კონცეფციები მკაფიოდ გააზრებული თავად პროცესის მონაწილეების მიერაც არ არის. თვით შეერთებულ შტატებშიც კი ნეიტრალური, დამოუკიდებელი „ვოჩდოგის“ ნორმატიულ იდეალს, ჟურნალისტები მათი საქმიანობის ბუნდოვანი გაგებისაკენ მიჰყავს და ისეთ ფუნქციებს უგულებელყოფენ, როგორიცაა, მაგალითად, კონსენსუსური ღირებულებების აღნიშვნა (ჰელინი

5 ასეთ მიდგომას ვხვდებით, მაგალითად, ედელშტეინთან (1982), იხილეთ კრიტიკული მსჯელობა შედარებითი კვლევის შესახებ ჰარდთან (1988).

1986:116-18), რაც ნორმატიული მოდელის მიღმაა. უფსკრული იდეალურსა და რეალურს შორის, კიდევ უფრო ღრმაა ისეთ ქვეყნებში, როგორიცაა იტალია ან ესპანეთი, სადაც ჟურნალისტები ლოიალობას უცხადებენ ლიბერალური მოდელის ნეიტრალურობასა და ობიექტურობას მაშინ, როდესაც პრაქტიკაში ღრმად ფესვგადგმული, მიკერძოებული ადვოკატირების ტრადიციას მისდევენ. მეცნიერებაშიც კი ანგლო-ამერიკული ლიბერალური მოდელი უფრო სრულფასოვნად არის კონცეფტუალიზებული, მათ შორის მისი კრიტიკოსების მიერ, ვიდრე სხვა მედიასისტემების მოდელები. იკვეთება ძლიერი ტენდენცია, როცა შედარებითი დისკურსი ნორმატიულ შეფასებებზე უპირატესია, ხშირად (*პრესის ოთხი თეორიის* მსგავსად). ისევ და ისევ, ეს მიდგომა მართებულია ლიბერალური მოდელის დამცველთათვის, მაგალითად, ალექსანდერისა (1981) და კრიტიკოსი ჩალაბისთვის (1998), ვინც მიიჩნევს, რომ ფრანგული და ბრიტანული მედიის ისტორია დეპოლიტიზირებული, კომერციული მედიის ანტიიდეალისკენ იხრება.

ჩვენი ინტერესის სფეროა მედიასისტემების შეფასება არა ნორმატიულ იდეალებთან მიმართებაში, არამედ კონკრეტულ სოციალურ მოცემულობებში მედიის ისტორიული განვითარების ანალიზი. ჩვენ გვსურს, გავიაზროთ, თუ რატომ განვითარდნენ ისინი ასეთი სახით; რა როლი ითამაშეს პოლიტიკურ, სოციალურ და ეკონომიკურ პროცესებში და ურთიერთობის რა მოდელები აქვთ სხვა სოციალურ ინსტიტუტებთან. ჟურნალისტიკის ჩვენი მოდელები ემპირიულია და არა ნორმატიული.

რა თქმა უნდა, ეს იმას არ ნიშნავს, რომ ჩვენ ნორმატიული მიდგომები არ გვაინტერესებს. არავითარ შემთხვევაში არ ვაპირებთ, ფუნქციური რელატივიზმის მიდგომის განვითარებას და მტკიცებას, რომ ნებისმიერი მედია მთელი საზოგადოების ცხოვრებაში თავისთავად უცილობლად პოზიტიურ როლს თამაშობს. სინამდვილეში, ჩვენ შევეცდებით, მკითხველს დავანახოთ, რომ შედარებითი ანალიზი შესაძლოა, უაღრესად მნიშვნელოვანი იყოს იმ ნორმატიული საკითხების განხილვისთვის, რომლებიც კომუნიკაციის მკვლევარებს აწუხებთ. ხელს უწყობს თუ პირიქით, აფერხებს მედიის დამოუკიდებლობას კომერციალიზაცია? არის თუ არა პლურალისტული საზოგადოებისთვის დამახასიათებელი მრავალფეროვნება უკეთესად წარმოდგენილი მედიასისტემაში, რომელსაც შიდა და გარე პლურალიზმი ახასიათებს – კონკრეტულად, ახალი ამბების მედიაში, რომელიც გარკვეულ

პოლიტიკურ ორიენტაციას გამოხატავს თუ მედიაში, რომელიც ინფორმაციის „დაბალანსებულად“ გადმოცემას ცდილობს? რომელი ეკიდება მეტი პასუხისმგებლობით საზოგადოებაში გაჩენილ ახალ მოსაზრებებს: – პროფესიული კომერციული პრესა თუ ის, რომელიც მჭიდროდ არის დაკავშირებული პოლიტიკურ სისტემასთან? შედარებითი ანალიზი დაგვეხმარება ვუპასუხოთ ამ შეკითხვებს, უპირველეს ყოვლისა, უფრო მკაფიო წარმოდგენის შექმნის გზით სხვადასხვა ინსტიტუციონალური მექანიზმების შესახებ, რაც დემოკრატიულ საზოგადოებაში კომუნიკაციის პრობლემების მოსაგვარებლად განვითარდა და მეორე, შესაძლებლობას მოგვცემს, შევაფასოთ ინსტიტუციური სტრუქტურის რეალური შედეგები ჩვენთვის მნიშვნელოვან ისეთ ღირებულებებთან დაკავშირებით, როგორიცაა, მრავალფეროვნება, ღიაობა და პასუხისმგებლობა, დამოუკიდებლობა, ინფორმაციის სიზუსტე და სრულფასოვნება.

ვვარაუდობთ, რომ უმეტეს შემთხვევებში, შედარებითი ანალიზი ამ კითხვებზე კომპლექსურ პასუხებს შემოგვთავაზებს. ამდენად, ის დაგვეხმარება, გავარკვიოთ, თუ რა პირობებში მივყავართ კომერციალიაზაციას მედიის დამოუკიდებლობისაკენ, რა შემთხვევებში აფერხებს მას და რა პირობებში შეიძლება იყოს სხვა ინსტიტუციური მექანიზმები ხელსაყრელ ღირებულებათა უზრუნველსაყოფად? და ჩვენ კვლავ დავრჩებით იმ აზრზე, რომ ნორმატიული საკითხების განხილვისას, მათზე პასუხი მხოლოდ ფორმალური და უნივერსალური სახით ვერ გაიცემა. გაურკვეველია ის, თუ რამდენად შეიძლება ერთ კონტექსტში „მომუშავე“ მედიამოდელმა „იმუშაოს“ სხვა, სრულიად განსხვავებულ კონტექსტში. ბუნდოვანია, მაგალითად, როგორ შეიძლება ვინმემ მოახდინოს ნეიტრალური კომერციული ჟურნალისტიკის ამერიკული მოდელის, ან ბრიტანული ტაბლოიდური პრესის გადატანა 50-იანი წლების ნიდერლანდებში ან 1970-იანი წლების იტალიაში, იმ მოლოდინით, რომ აუდიტორიის ნდობას მოიპოვებს ან დემოკრატიულ პოლიტიკაზე გავლენა ისევე ექნება, როგორც ადგილობრივ კონტექსტებში ჰქონდა. ანალოგიურად, ჩვენ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მეოცე საუკუნის დასაწყისში დასავლეთ ევროპის დემოკრატიულ პროცესებზე პარტიულ პრესას უმნიშვნელო გავლენა ჰქონდა, მაგრამ ეს სრულებითაც არ ნიშნავს, რომ ჩვენ უგულებელვყოფთ მათ მნიშვნელობას სხვადასხვა პოლიტიკურ კონტექსტში, როდესაც რამოდინიმე ათეული წლის წინ მათი აღორძინება მოხდა. ასევე ვერ უარვყოფთ იმის შესაძლებ-

ლობასაც, რომ ზოგიერთ სხვა პოლიტიკურ სისტემაში, მათ მნიშველოვანი ფუნქციის შესრულება დღესაც შეუძლიათ. ნებისმიერი შეფასება, რომელსაც ჩვენ მედიასისტემასთან მიმართებაში ვაკეთებთ, სოციალური კონტექსტის მკაფიო გაგებას ეფუძნება, როგორიცაა საზოგადოებაში არსებული განსხვავებები, პოლიტიკური პროცესი, რომლის შედეგადაც მათი გადაჭრა მოხერხდა (ან ვერ მოხერხდა); და პოლიტიკური მრწამსის უპირატესი მოდელი.

მონაცემთა ლიმიტაცია

„ახლა, 1975 წელს, არავის შეუძლია იმის მტკიცება, რომ შექმნის კვლევის იმ ველის დამაჯერებელ სურათს, რომელზეც ამ ესეშია საუბარი“, – წერდნენ ბლუმლერი და გურევიჩი (1975 [1995]) იმ ადრეულ ეტაპზე, როდესაც პოლიტიკურ კომუნიკაციაში შედარებითი ანალიზის ჩარჩოს შემუშავებას შეეცადნენ. „არა მარტო იმიტომ, რომ პოლიტიკურ კომუნიკაციებში მცირე რაოდენობის კვლევებია, რომელთა ფოკუსიც შედარებითობაა. უფრო მნიშვნელოვანი ის არის, რომ ჯერჯერობით არ არსებობს ჩამოყალიბებული ხედვა, თუ რას უნდა შეეხებოდეს ის...(59)“. დღესდღეობით ვითარება მცირედით გაუმჯობესდა. შედარებითი ანალიზის რამდენიმე კვლევა ჩატარდა და ასევე საგრძნობლად გაიზარდა მეცნიერთა შორის საერთაშორისო კომუნიკაცია (მაგალითად, 1985 წელს „კომუნიკაციის ევროპული ჟურნალის“ შექმნა). მიუხედავად ამისა, ბაზისური სიტუაცია კვლავ ისეთია, როგორც ბლუმლერი და გურევიჩი 1975 წელს აღწერდნენ: შედარებითი მონაცემების ლიმიტაცია მკაცრად ზღუდავს ჩვენს შესაძლებლობას, მყარი დასკვნები გამოვიტანოთ მედიისა და სოციალური სისტემების ურთიერთმიმართებაზე.

გარკვეული თვალსაზრისით, კომუნიკაციის შედარებითი კვლევა შესაძლოა, არსებითად უფრო რთული აღმოჩნდეს, ვიდრე სხვა სფეროში. მაგალითად, შედარებითი პოლიტიკის მკვლევრებს შეუძლიათ, ისარგებლონ სტრუქტურირებული არჩევანის უპირატესობით, რომელიც ელექტორალურ პოლიტიკას ახასიათებს, როცა გენერირებას უკეთებს რაოდენობრივ მონაცემებს, რომელთა შედარება სხვადასხვა სისტემაში გაცილებით მარტივია. საკმაოდ მარტივია ისეთი მონაცემების შედარება, როგორიცაა გაზეთების ტირაჟები, სახელმწიფოს მიერ პრესის სუბსიდირება ან (შედარებით რთულად) საკუთრების კონცენტრაცია. თუმცა კვლევის პროცესში, ჩვენ ფრიად გაკვირვებული

დავრჩით, თუ რაოდენ რთული იყო ყველა ქვეყნის შესახებ ისეთი კონკრეტული ინფორმაციის მოპოვება, როგორიცაა, მაგალითად, აქვთ თუ არა ქვეყნებს „პასუხის უფლების“ საკანონმდებლო ნორმა ან ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის უფლება. ამასთანავე, ჩვენ ბევრჯერ აღმოვაჩინეთ წინააღმდეგობები, გამოქვეყნებულ ლიტერატურასა და იმ თეორეტიკოსთა შეფასებებში, რომელთაც კონსულტაციისთვის მივმართავდით, ასევე განსხვავებები თავად არსებულ ლიტერატურაში. სიტუაცია გაცილებით უფრო რთულია, როდესაც საქმე მედიაში ყოველდღიური პოლიტიკური დისკურსის ინფორმაციულ ნაკადს ეხება, რომელთა არსი დიდწილად დამოკიდებულია კულტურულ ნიუანსებზე, რისი კვლევა და დათვლაც გაცილებით რთულია, ვიდრე შედარებით პოლიტიკაში. ხაზი უნდა გაესვას იმას, რომ შედარებითი ანალიზი რაოდენობრივ მონაცემებს არ საჭიროებს, თუმცა ასეთი მონაცემები ხშირად შესაძლოა, უაღრესად სასარგებლო იყოს. დიდწილად კომუნიკაციაში ჩვენ უფრო თვისობრივ მაგალითებზე დაყრდნობა გვჭირდება, მაგალითად, დისკურსული ანალიზისას ან მინდვრის დაკვირვების დროს, კონკრეტული მაგალითების შესწავლა თეორიული ფოკუსით ტარდება, რაც მედიასისტემების შედარებითი ანალიზის უფრო ფართო გაგების საშუალებას იძლევა.[6] ეს ჩვენ იმ კონცეპტუალურ პრობლემასთან გვაბრუნებს, რომლის იდენტიფიცრება 1975 წელს ბლუმლერმა და გურევიჩმა მოახდინეს: ვუბრუნდებით ფაქტს, რომ ჩვენ კვალავაც არ ვართ ჩამოყალიბებულები, თუ რას ვეძებთ მედიასისტემების შედარებითი კვლევის პროცესში. ჩვენი წიგნი სწორედ ამ კონცეპტუალურ პრობლემას უკავშირდება. არსებული კვლევის მოცემული ლიმიტაცია, ჩვენ მიერ შემოთავაზებული ყველა ჰიპოთეზის ტესტირების საშუალებას არ იძლევა. ჩვენი ანალიზი უშუალოდ უკვე არსებულ, გამოქვეყნებულ წყაროებს ეფუძნება და ახალი ემპირიული კვლევის მხოლოდ მოკრძალებული მცდელობაა. სანაცვლოდ, ჩვენ თეორიული სინთეზისა და მედიის და პოლიტიკური სისტემების შედარებითი კვლევის ჩარჩოს გთავაზობთ.

წიგნის გეგმა

წიგნი სამ ნაწილად არის დაყოფილი. I ნაწილი თეორიულ ჩარჩოს მოიცავს. მე-2 თავში მოცემულია მედიასისტემების შედა-

6 შედარებით ანალიზში მაგალითების მნიშვნელობა, იხილეთ: ლიუფჰარტი (1971), ჯორჯი (1979), ჯორჯი და მაკქივანი (1989),

რების განზომილებები და განხილულია რიგი კონცეპტუალური საკითხებისა, რაც ამ განზომილებებს უკავშირდება. მე-3 თავში ჩვენ ფოკუსირებული ვიქნებით პოლიტკური სისტემებისა და სოციო-პოლიტიკური ისტორიის იმ მახასიათებლებზე, რომლებიც, ჩვენი აზრით, მნიშვნელოვანია მედიასისტემების განვითარების გააზრებისთვის. შემოგთავაზებთ რამდენიმე ჰიპოთეზას მედია და პოლიტიკური სისტემების მახასიათებლების ურთიერთკავშირის თემაზე. მე-4 თავში შემოგთავზებთ სამ მოდელს და შევუდგებით მსჯელობას სოციალურ თეორიასთან ამ მოდელების კავშირზე უფრო ფართო პერსპექტივაში, კერძოდ დიფერენციაციის თეორიასთნ მიმართებაში, რომელიც, ჩვენი აზრით, ლიბერალურ მოდელს, კომუნიკაციის თეორიების უმეტესობაში, ნორმად ამკვიდრებს. ასევე შემოგთავაზებთ დიფერენციაციის თეორიის ისეთი კრიტიკოსების დამოკიდებულებას, როგორებიც ჰაბერმასი და ბორდიუ არიან.

II ნაწილში დეტალურად განვიხილავთ ისეთ მოდელებს, როგორებიცაა: მედიტერიანული, ანუ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი (მე-5 თავი); ჩრდილო/ცენტრალური ევროპის, ანუ დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელი (მე-6 თავი); ჩრდილო-ატლანტიკური, ანუ ლიბერალური მოდელი (მე-7 თავი). ჩვენ ამ მოდელების ისტორიულ განვითარებასა და თითოეულის სტრუქტურულ და კულტურულ ლოგიკაზე ვიმსჯელებთ. შევეცდებით, გავიაზროთ, თუ რამდენად შეესაბამება კონკრეტული მაგალითები ზოგად მოდელს. ჩვენ ასევე შევეცდებით, დავადგინოთ იმ ჩარჩოს რეალურობა, რომელსაც I ნაწილში გთავაზობთ.

III ნაწილი იქნება ჩვენი კვლევის შეჯამება, რა დროსაც ფოკუსირებას დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილო ამერიკის მედიასისტემებში ამჟამად მიმდინარე ტრანსფორმაციის პროცესებზე მოვახდენთ. მე-8 თავი მედიასისტემების ჰომოგენიზაციასა, ანუ კონვერგენციაზეა ფოკუსირებული და შეეხება ცვლილებების მამოძრავებელ იმ ფაქტორებს, რომლებიც ჩვენ მიერ წარმოდგენილ სამ მედიასისტემას შორის არსებულ სხვაობებს ამცირებს და საბოლოოდ ლიბერალური მოდელისკენ იხრება. მე-8 თავი ასევე უბრუნდება თეორიულ დებატებს დიფერენცირების შესახებ. განვიხილავთ, რამდენად შეიძლება გამოდგეს დიფერენციაციის თეორიასთან დაკავშირებული „მოდერნიზაციის“ ენა ჩარჩოდ მედიასისტემების კონვერგენციის გაგებისათვის. დასკვნით ნაწილში ჩვენ შევაფასებთ, რა შევიმეცნეთ ჩვენი კვლევის შედეგად და რას ვთავაზობთ მკითხველს მედია და პოლიტიკური სისტემების შედარებითი ანალიზისათვის სამომავლოდ.

ნაწილი I

კონცეფციები და მოდელები

2

მედიასისტემების შედარება

წინამდებარე თავში ჩვენ მედიასისტემების შედარების ჩარჩოს შემოგთავაზებთ. შევეცდებით, აღვწეროთ ის ოთხი ძირითადი განზომილება, რომელთა მიხედვით, დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილო ამერიკის მედიასისტემების შედარება იქნება შესაძლებელი: 1) მედიაბაზრის განვითარების დონე, განსაკუთრებული აქცენტით მასობრივად ტირაჟირებადი პრესის ძლიერ ან სუსტ განვითარებაზე; 2) პოლიტიკური პარალელიზმი, რომელიც მედიასა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის ურთიერთობის ხარისხსა და ბუნებას ასახავს ან უფრო ფართოდ თუ შევხედავთ, იმას, რამდენად ასახავს მედიასისტემა საზოგადოებაში არსებულ ძირითად პოლიტიკურ სხვადასხვაობებს; 3) ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის დონე; 4) მედიასისტემაში სახელმწიფოს ინტერვენციის ხარისხი და ბუნება.

აღსანიშნავია, რომ თითოეული მათგანი გარკვეულწილად შესაძლოა, ცალკეულ, რაოდენობრივ განზომილებად მივიჩნიოთ. ეს იმას ნიშნავს, რომ ჩვენ ვსაუბრობთ პრესის ცირკულაციის მაღალ ან დაბალ დონეზე, პოლიტიკურ პარალელიზმზე, ჟურნალისტურ პროფესიონალიზმსა თუ სახელმწიფოს ჩარევაზე. თუმცა ჩვენ ასევე დავინახავთ, რომ თითოეული განზომილება კომპლექსურია და ბევრი სხვა ფაქიზი თვისობრივი სხვაობა იჩენს თავს, როდესაც კონკრეტული მედიასისტემის ანალიზს შევუდგებით. ბევრ შემთხვევაში ჩვენ დავინახავთ, რომ მცირე განზომილება მედიასისტემების განსხვავებულობაზე ახდენენ გავლენას. ბუნებრივია, ეს არ არის ამდაგვარი ჩარჩოს შექმნის პირველი და უკანასკნელი მცდელობა. ჩვენ შევეცადეთ, კვლევა ადრეულ ნაშრომებზე დაგვეფუძნებინა, იმ ქვეყნების განსხვავებებისა და მსგავსებების მოდელების სრულყოფის საფუძველზე, რომლებიც წინამდებარე ნაშრომშია განხილული. ამასთანავე შევეცადეთ, დაგვეკავშირებინა ეს მოდელები იმ პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ კონტექსტთან, სადაც ისინი განვითარდნენ. ერთ-ერთი ვერსია, რომელიც ძალიან ახლოს არის ჩვენს მიდგომასთან, ბლუმლერისა და გუ-

რევიჩის ხედვაა (1995). ბლუმლერმა და გურევიჩმა თავდაპირველად 1975 წელს შედარებითი ანალიზისათვის ოთხი განზომილება შემოგვთავაზეს: 1) მასმედიის ორგანიზაციებზე სახელმწიფოს კონტროლის ხარისხი; 2) მედიის მიკერძოებულობის ხარისხი; 3) მედიისა და პოლიტიკური ელიტის ინტეგრირებულობის ხარისხი; 4) მედიაინსტიტუტების ლეგიტიმაციის აღიარების ბუნება.

ამ მიდგომის პირველი განზომილება ჩვენს მეოთხე განზომილებას ემთხვევა. მეორე და მესამე განზომილებები შეესაბამება იმ კომპონენტებს, რასაც ჩვენ პოლიტიკურ პარალელიზმს ვუწოდებთ. მეოთხე განზომილება კი არსებითად ჩვენეული პროფესიონალიზმის განზომილებასთანაა თანხვედრაში.

წინამდებარე თავში ჩვენ შევეცდებით, შემოგთავაზოთ ამ ოთხი განზომილების განსაზღვრება და მათთან დაკავშირებული კონცეფციები, ასევე სიცხადე შემოვიტანოთ შედარებით პრობლემურ კონცეფციებში და ვაჩვენოთ ზოგიერთი განსხვავება, რომელიც მედიასისტემებში არსებობს. ამ პროცესში ჩვენ ხშირად მოვუხმობთ მაგალითებს კონკრეტული მედიასისტემების ჩვენეული ანალიზის საფუძველზე. ასეთი მაგალითების სრულად განვრცობა, ცხადია, ამ ნაწილში შეუძლებელია, თუმცა უფრო სიღრმისეულად მათ ჩვენ წიგნის II ნაწილში შემოგთავაზებთ.

მედიაბაზრების სტრუქტურა: მასობრივი პრესის განვითარება

მედიასისტემებს შორის არსებული ყველაზე თვალსაჩინო განსხვავებები მასობრივად ცირკულირებადი პრესის განვითარებას უკავშირდება. ზოგიერთ ქვეყანაში მასობრივად ტირაჟირებადი გაზეთები მეცხრამეტე საუკუნის მიწურულს და მეოცე საუკუნის პირველ ნახევარში განვითარდა. ზოგან ეს პროცესი არც დაწყებულა. ეს ისტორიული სხვაობა, გაზეთების მკვეთრად განსხვავებული ტირაჟების მხრივ, დღევანდელობაზეც აისახა, დაწყებული ათას ზრდასრულ მოსახლეზე ყველაზე მაღალი, 720 ეგზემპლიარით ნორვეგიაში, დამთავრებული, ათას სულ მოსახლეზე ყველაზე დაბალით – 78-ით საბერძნეთში. როგორც 2.1 ცხრილში ჩანს, გაზეთების მაღალი ტირაჟები სკანდინავიისა და ჩრდილოეთ ევროპის სხვა ქვეყნებს ახასიათებთ, ხოლო დაბალი – სამხრეთ ევროპის ქვეყნებს.

განსხვავება, რა თქმა უნდა, მხოლოდ რაოდენობაში არ არის. სხვაობა გაზეთების ბუნებაში, აუდიტორიასთან დამოკიდებულებასა და გაცილებით ფართო სოციალურ-ეკონომიკური კომუნიკა-

ცხრილი 2.1. გაზეთების გაყიდვა ყოველ 1,000 ზრდასრულ მოსახლეზე, 2000წ.

ნორვეგია	719.7
ფინეთი	545.2
შვედეთი	541.1
შვეიცარია	453.7
გაერთიანებული სამეფო	408.5
გერმანია	375.2
ავსტრია	374.3
დანია	374.1
ნიდერლანდები	347.1
შეერთებული შტატები	263.6
კანადა	205.7
ირლანდია	191
საფრანგეთი	190
ბელგია	186.5
ესპანეთი	129.4
იტალია	121.4
პორტუგალია	82.7
საბერძნეთი	77.5

წყარო: გაზეთების მსოფლიო ასოციაცია, *მსოფლიო პრესის მიმართულებები*

ციის პროცესში, მათ ფუნქციაშია. გაზეთები სამხრეთ ევროპაში უფრო მცირე ელიტებზეა ორიენტირებული – ძირითადად, ურბანულ მოსახლეობაზე, განათლებულ და პოლიტიკურად აქტიურ მკითხველზე. შინაარსობრივად ისინი უფრო რთული და პოლიტიზირებულია და შეიძლება ითქვას, რომ უფრო ჰორიზონტალურ პროცესსა და ელიტურ ჯგუფებს შორის ურთიერთობებშია ჩართული. განსხვავებული ვითარებაა ჩრდილოეთ ევროპასა და ჩრდოლოეთ ამერიკაში, სადაც გაზეთები უფრო მეტად მასობრივ მკითხველზეა ორიენტირებული და პოლიტიკურ ცხოვრებაში ჩართულობა აუცილებელ პირობას არ წარმოადგენს. ამ თვალსაზრისით, ისინი უფრო ვერტიკალური კომუნიკაციის პროცესში არიან ჩართული და მედიატორობენ პოლიტიკურ ელიტებსა და

რიგით მოქალაქეებს შორის, თუმცა ამავდროულად, ინტერელიტური კომუნაკაციის ჰორიზონტალურ პროცესშიც შეუძლიათ ფუნქციის შესრულება.

შედარებით დაბალი ტირაჟების გამო, სამხრეთ ევროპაში გაზეთები ისტორიულად მომგებიანი ბიზნესი არ ყოფილა და ხშირად პოლიტიკური მოთამაშეების სუბსიდირებაზე იყვნენ დამოკიდებული. ეს, თავის მხრივ, სერიოზული იმპლიკაციაა პოლიტიკური პარალელიზმისა და ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის ხარისხის თვალსაზრისით, რასაც ჩვენ ქვემოთ განვიხილავთ.

ჩრდილოეთ ევროპის ბაზარზე გაზეთების ცირკულაციის მაღალმა დონემ, ერთი მხრივ, ძლიერი მედია კომპანიების შექმნა უზრუნველყო, თუმცა, როგორც ჩვენ დავინახავთ, მაღალი საგაზეთო ტირაჟების მქონე ქვეყნებში კომერციული მედია იმ მედიასთანაც თანაარსებობდა, რომელიც უფრო ღრმად იყო დაკავშირებული პოლიტიკურ სამყაროსთან. ერთი რამ ცხადია: პრესის ცირკულაციის მასობრივი ზრდა კომერციალიზაციის სინონიმი არამც და არამც არ არის.

კიდევ ერთი საინტერესო ფაქტორი, რომელიც პრესის განვითარების თვალსაზრისით გამოიკვეთა, არის სამხრეთ ევროპაში გაზეთების კითხვის მხრივ არსებული გენდერული სხვაობა. ეს მაშინ, როდესაც ეს განსხვავება მცირეა, ან საერთოდ არ იკვეთება ჩვენს კვლევაში წარმოდგენილ სხვა რეგიონებში. ეს ტენდენცია ასახულია ცხრილში 2.2, რომელიც აჩვენებს გენდერულ „ჩავარდნებს“ დაწყებული 35 პროცენტიანი სხვაობით ქალ და მამაკაც მკითხველს შორის პორტუგალიაში, და დამთავრებული 1 პროცენტიანით – შვედეთში. ეს ფაქტი ასახავს წერა-კითხვის ცოდნის დონეებს შორის არსებულ ისტორიულ სხვაობას და ასევე, განსხვავებებს მედიის ფუნქციებში. იმის გამო, რომ სამხრეთ ევროპაში მედია მჭიდროდ იყო დაკავშირებული პოლიტიკურ სამყაროსთან, ხოლო ქალები პოლიტიკურ ცხოვრებაში ისტორიულად არ მონაწილეობდნენ, გაზეთის კითხვის ჩვევა ქალთა შორის აქ არ განვითარებულა.

მასობრივად ცირკულირებადი გაზეთების განსხვავებულ განვითარებას, ბუნებრივია, თან ახლდა სხვაობები ბეჭდური და ელექტრონული მედიების როლების თვალსაზრისითაც. იმ ქვეყნებში, რომელთაც გაზეთების მასობრივი გავრცელება არ ახასიათებთ, პოლიტიკური მოვლენების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად, საზოგადოება მთლიანად ელექტრონულ საშუალებებზეა დამოკიდებული. ცხრილი 2.3 ასახავს გაზეთებისა და ტელევიზი-

ცხრილი 2.2. გენდერული სხვაობა გაზეთების წვდომის მხრივ, 2000

	კაცი	ქალი	მამრ/მდედრ.
პორტუგალია	58.3	24.1	2.41
ესპანეთი	47	26.2	1.79
იტალია	50.2	29.8	1.68
საბერძნეთი	22.5	17.2	1.31
ბელგია	57.9	47.5	1.21
კანადა	64.6	54.9	1.17
ნიდერლანდები	70.8	60.7	1.16
შეერთებული შტატები	59	52	1.13
შვეიცარია	78	72	1.08
ავსტრია	78.4	73.2	1.07
საფრანგეთი.	34.3	32	107
გაერთიანებული სამეფო	84	79	1.06
დანია	76.1	72.1	1.06
ირლანდია	59	56	1.05
ფინეთი	87	84	1.04
ნორვეგია	87	85	1.02
შვედეთი	89	88	1.01

წყარო: გაზეთების მსოფლიო ასოციაცია, მსოფლიო პრესის მიმართულებები.

ების, როგორც ინფორმაციის წყაროს, შედარებით მნიშვნელობას (მხედვალობაშია მისაღები, რომ ტელევიზიის აუდიტორია ნაკლებ ვარირებს, ვიდრე გაზეთების).

მედიაბაზრის სტრუქტურის სხვა ასპექტები. წიგნში ჩვენ განსაკუთრებულ ყურადღებას ვამახვილებთ გაზეთის კითხვის მხრივ არსებულ ფართო სხვაობებზე. ამ განსხვავებებს ღრმა, ისტორიული ფესვები აქვს. აქამდე, როგორც ვიცით, იმ ქვეყნებმა, რომლებმაც მასობრივად ცირკულირებადი პრესა მეთვრამეტე საუკუნის მიწურულიდან ან მეოცე საუკუნის დასაწყისამდე ვერ განავითარეს, ეს ვერც მოგვიანებით მოახერხეს, მიუხედავად იმისა, რომ წერა-კითხვის დონითა და პოლიტიკურ-ეკონომიკური განვითარების მოდელით მაღალტირაჟიან ქვეყნებს დაუახ-

ცხრილი 2.3. ახალი ამბების ყოველდღიური ყურებადობის ან კითხვადობის ხვედრითი წილი და ტელე/რადიო მომხმარებლების თანაფარდობა გაზეთებთან მიმართებითევროპის კავშირის ქვეყნები, 2001

	ტელევიზია	გაზეთები	ტვ/გაზეთები
საბერძნეთი	65	1	5
პორტუგალია	64	20	3.20
ესპანეთი	72	24	3
იტალია	83	30	2.77
საფრანგეთი	62	26	2.38
ბელგია	60	30	2
გაერთიანებული სამეფო	71	47	1.51
ირლანდია	67	46	1.46
დანია	70	51	1.37
ნიდერლანდები	77	60	1.28
ფინეთი	79	67	1.17
გერმანია	68	59	1.15
ავსტრია	61	55	1.11
შვედეთი	69	70	0.99

წყარო: ევრობარომეტრი: საზოგადოებრივი აზრი ევროპის კავშირში. ანგარიში # 55, ოქტომბერი 2001. ბრიუსელი: ევროკომისია.

ლოვდნენ. ჩვენ გამოვთქვამთ მოსაზრებას, რომ პრესის მასობრივ ცირკულაციას ან ასეთის არარსებობას მედიის, როგორც პოლიტიკური ინსტიტუტის განვითარებაზე, დიდი გავლენა აქვს.

ამავდროულად, არის მედია ბაზრის რამდენიმე სხვა ასპექტი, რომელიც ჩვენს კვლევაში დრო და დრო იჩენს თავს. ერთ-ერთი ასეთი ასპექტი, რომელიც პრესის მასობრივი გავრცელების განვითარებასთან პირდაპირ კავშირშია, არის მკვეთრი განსხვავებები მედიასისტემებს შორის: ერთი მხრივ, სენსაციური მასობრივი პრესა და „ხარისხიანი“ გაზეთები, რომლებიც თავის მხრივ, ელიტურ მკითხველზეა ორიენტირებული (ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითია ბრიტანეთი) და ის სისტემები, სადაც მედიაბაზარი ასეთი სტრატიფიცირებული არ არის (ან შეზღუდულად არის განვითარებული). ასევე შესაძლებელია, რომ მიზეზი იყოს მასობრივად ტირაჟირებადი პრესის დეფიციტი, ან ის, რომ პრესა ერთდროულად ელიტასაც ემსახურება და ფართო აუდიტორიასაც.

საგაზეთო ბაზრები ადგილობრივი, რეგიონალური და საერთო ნაციონალური გაზეთების ბალანსის თვალსაზრისითაც განსხვავებულია. ზოგან (ბრიტანეთი, ავსტრია, იტალია, ესპანეთი) საერთო ნაციონალური ან სუპერ რეგიონალური გაზეთები დომინირებენ, ზოგან (შეერთებული შტატები, კანადა, შვეიცარია) ადგილობრივი და გარკვეულ ქვეყნებში კი (გერმანია, საფრანგეთი, სკანდინავიის ქვეყნები) ორივე კატეგორიაა კომბინირებული. საერთო ნაციონალური ბაზრები, როგორც ჩვენ ვნახავთ, მიდრეკილნი არიან, აწარმოონ პოლიტიკურად მეტად დიფერენცირებული პრესა. ზოგიერთი მედიაბაზარი უბრალოდ სხვებზე დიდია, რამაც შესაძლოა, მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინოს რიგ მედიასაშუალებებზე და ამდენად, მედიის სახელმწიფო რეგულაციებსა და პოლიტიკურ აქტორებთან მათ ურთიერთობაზე. მნიშვნელოვანია ენობრივი ფაქტორიც, რომელიც მედიაბაზარს ცალკეულ სეგმენტებად ყოფს (როგორც ეს შვეიცარიაში ან ბელგიაშია), ან ზრდის კონკურენციის სიმძაფრეს ქვეყნის გარეთ წარმოებულ მედია გამოცემებთან (მაგალითად, როგორც ეს ირლანდიაში, კანადაში, ავსტრიასა და ბელგიაშია).

პოლიტიკური პარალელიზმი

ჟურნალისტიკას ყოველთვის მრავალი ფუნქცია ჰქონდა: ის უზრუნველყოფს ეკონომიკურ აქტორებს ინფორმაციით ფასების და ისეთი მოვლენების შესახებ, როგორიცაა, მაგალითად, გემების კატასტროფა, ომები ან ტექნოლოგიური ინოვაციები, რამაც შესაძლოა, გავლენა იქონიოს მათ ინტერესებზე; ის იმავდროულად უზრუნველყოფს გართობას, ადამიანური ისტორიების და ჭორაობის ბეჭდური ეკვივალენტის ფორმით. ბეჭდური ერის დასაწყისში, კონკრეტულად რეფორმაციის ეპოქაში, პოლიტიკური ადვოკატირება ბეჭდური მედიის ერთ-ერთი მთავარი ფუნქცია იყო. მეთვრამეტე საუკუნის მიწურულს და მეცხრამეტე საუკუნის დასაწყისში, როდესაც გაზეთებმა პოლიტიკურ ცხოვრებაში გავლენა შეიძინეს, ადვოკატირება მედიის ცენტრალური ფუნქცია ყველა იმ ქვეყანაში გახდა, რომელსაც ჩვენ ვიკვლევთ. პოლიტიკური ჟურნალისტი იყო პუბლიცისტი, რომელიც თავის როლს ამა თუ იმ პოლიტიკური ჯგუფის ან მიზნის სასარგებლოდ საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მოხდენაში ხედავდა. ბევრ შემთხვევაში გაზეთის დაფუძნება ან მხარდაჭერა სწორედ პოლიტიკური პარტიებისა და აქტორების მიერ ხდებოდა. მეცხრამეტე სა-

უკუნის მიწურულს კი პოლიტიკური ჟურნალისტიკის სრულიად განსხვავებულმა მოდელმა დაიწყო დამკვიდრება, რომელიც ჟურნალისტს პოლიტიკური კომუნიკაციის ისეთ მიუკერძოებელ არბიტრად განიხილავდა, რომელიც კონკრეტული პოლიტიკური ინტერესებისა და მიზნებისგან შორს იდგა და ინფორმაციასა და ანალიზს ყოველგვარი შეფერილობის გარეშე მიუკერძოებლად გადმოსცემდა. ამგვარ განვითარებას ხშირად კომერციული პრესის წარმოშობას უკავშირებდნენ, რომლის მიზანი კომერციული მოგების მიღება იყო და არა პოლიტიკური მიზნების მსახურება და მისი შემოსავლის წყარო უფრო რეკლამა იყო, ვიდრე პოლიტიკური სუბსიდიები. იმავდროულად, ეს უშუალო კავშირში იყო ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის ზრდასთან, რომელზეც ჩვენ შემდგომში ვისაუბრებთ.

მედიის არც ერთი სერიოზული მკვლევარი არ გაიზიარებს მოსაზრებას, რომ ჟურნალისტიკა სადმე, ზედმიწევნით მიუკერძოებელია. ამ მოსაზრების უარსაყოფად, არაერთი კვლევის შედეგიც იკმარებდა. მაშინაც კი, როდესაც ჟურნალისტები გულწრფელად იზიარებენ „ობიექტური“ ჟურნალისტიკის იდეოლოგიას, ახალი ამბები თავის თავში პოლიტიკურ ღირებულებებს მაინც შეიცავს, რაც არაერთ გავლენას უკავშირდება – ინფორმაციის შეგროვების და შერჩევის რუტინა და ფართო საზოგადოების მიერ გაზიარებული საერთო იდეოლოგიური დაშვებები. თუმცა არც ის იქნება სწორი, რომ კომერციულ და პოლიტიზირებულ პრესას შორის მკაცრი ზღვარი გავავლოთ: ჩვენ ვნახავთ, რომ კომერციული მედიაც შესაძლოა, პოლიტიკურად მიკერძოებული იყოს და პირიქით, პოლიტიკური პარტიების მხარდაჭერილ, არაკომერციულ პრესას შეუძლია შეიმუშაოს ნორმები პოლიტიკური ბალანსის უზრუნველსაყოფად. მიუხედავად ამისა, მედიასისტემებს შორის მნიშვნელოვანი სხვაობები რჩება მედიისა და პოლიტიკური აქტორების კავშირების ხარისხის მხრივ, ასევე პოლიტიკური ჟურნალისტიკის ადვოკატირებისა და მიუკერძოებელი ინფორმაციის ტრადიციას შორის ბალანსის თვალსაზრისით.

მედიასისტემებს შორის ყველაზე თვალსაჩინო განსხვავება არის ის, რომ ზოგ ქვეყანაში მედიას მკვეთრი პოლიტიკური ორიენტაცია აქვს და ზოგიერთში კი – არა. სცადეთ და სთხოვეთ პოლიტიკით დაინტერესებულ ადამიანს, მოგცეთ მედიის ერთგვარი „საგზაო რუკა“, ბევრ ევროპულ ქვეყანაში პასუხად მყისვე გაზეთების პოლიტიკურ ორიენტაციას შემოგთავაზებენ: მაგალითად, გერმანიაში მემარჯვენე ცენტრისტული ფრანკფურტერ

ალგემაინე, მემარცხენე ცენტრისტული *ზიუტ დოიჩე ცაითუნგი*, კიდევ უფრო მემარჯვენე დი ველტი და კიდევ უფრო მემარცხენე ფრანკფურტერ რუნდშაუ. მიუხედავად იმისა, რომ კლასიკური გაგებით ნამდვილი პარტიული პრესა თითქმის აღარ არსებობს და ევროპულ გაზეთებში პოლიტიკური ტენდენციები დღესდღეობით ისეთი მკვეთრი არ არის, როგორც ეს თაობების წინ იყო, მკაფიო პოლიტიკური ტენდენციები ზოგიერთ ქვეყანაში უფრო მკვეთრია, ვიდრე სხვაში და არა მხოლოდ პრესაში, არამედ ელექტრონულ მედიაშიც. შეერთებულ შტატებში ვერავინ შეძლებს სრულფასოვნად აღწეროს ამ თვალსაზრისით მედიის პოლიტიკა; მემარჯვენეები თვლიან, რომ მთელი მედია მემარცხენეობისაკენ არის მიდრეკილი, ხოლო მემარცხენეები კი – პირიქით.

ეს განსხვავება გამოხატულია პარტიული პრესის პარალელიზმის კონცეფციაში, რომელიც მედიასისტემების შედარებითი ანალიზის ადრეულ კვლევებშია შემოთავაზებული (სეიმურ-ურე 1974; ბლუმლერი და გურევიჩი 1975) და რომლის ადაპტირებასაც ჩვენ მივმართავთ და პოლიტიკური პარალელიზმის უფრო ფართო კონცეფციას შემოგთავაზებთ. პარტიული და მედიასისტემების სტრუქტურების პარალელურობის ხარისხი იყო ის საკითხი, რომელსაც სეიმურ-ურე და შედარებითი ანალიზის სხვა ექსპერტები ადრეულ ეტაპზე იკვლევდნენ. ყველაზე მკაფიოდ გამოხატული სახით ასეთი პარალელიზმი თავს იჩენს მაშინ, როდესაც ახალი ამბების ცალკეული ორგანიზაცია პირდაპირ არის დაკავშირებული პოლიტიკურ პარტიასთან, რომლის შეხედულებებსაც ის საჯარო სივრცეში გამოხატავს. მაგალითად, მე-20 საუკუნის დასაწყისში დანიაში ყველა ქალაქში გამოდიოდა ოთხი გაზეთი, რომელიც თავის მხრივ, ქვეყანაში მოქმედი ოთხი პოლიტიკური პარტიის პოზიციებს ასახავდნენ. მედიასა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის ასეთი „ერთი-ერთში“ პირდაპირი კავშირის არსებობის პრაქტიკა, სულ უფრო და უფრო უცხო ხდება თანამედროვეობისთვის და იქ, სადაც მედია პოლიტიკურად დიფერენცირებულია, ეს არა პარტიებს, არამედ ზოგად პოლიტიკურ ტენდენციებს უკავშირდება: მაგალითად, ფრანკფურტერ ალგემაინე მემარჯვენე ცენტრისტული გაზეთია და არა ქრისტიან-დემოკრატების, ვიწრო პარტიული გაგებით. *ზიუტ დოიჩე ცაითუნგი* მემარცხენე ცენტრისტებისაა და არა სოციალ-დემოკრატიული პარტიის და ასე შემდეგ. ვან დერ ეიკი (2000:320) ნიდერლანდულ დი ფოლკსკრანტს აღწერს, როგორც „პოსტმატერიალურ ღირებულებებზე, როგორიცაა: განათლება, მულტიკულტურა-

ლიზმი და სოციო-ეკონომიკური თანასწორობა“ ორიენტირებულ გაზეთს. ამდენად, ჩვენ უფრო ზოგად ტერმინს – პოლიტიკურ პარლელიზმს გამოვიყენებთ და იმავდროულად ვაღიარებთ, რომ პარტიული პრესის პარალელიზმი, უფრო გამოკვეთილი გაგებით, ზოგ შემთხვევაში არსებობს.

პოლიტიკურ პარალელიზმს რიგი განსხვავებული კომპონენტები და ინდიკატორები ახასიათებს საიმისოდ, რომ დავადგინოთ, რამდენად მკაფიოდ არის ის წარმოდგენილი მედიასისტემებში.[7] ის, თუ რამდენად ასახავს სხვადასხვა მედიასაშუალება კონკრეტულ პოლიტიკურ ორიენტაციას ახალი ამბების თუ მიმდინარე მოვლენების გაშუქების დროს, ზოგჯერ კი გასართობ გადაცემებში, როგორც წესი, მედია შინაარსში ვლინდება.

ისტორიულად პოლიტიკური პარალელიზმის მეორე მთავარი კომპონენტი მედიასა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის ორგანიზაციული კავშირებია. ასეთი კავშირები შესაძლოა, ასევე იყოს პროფკავშირებთან, კოოპერატივებთან, ეკლესიებთან და სხვა მსგავს ინსტიტუტებთან, რომლებიც ხშირად პოლიტიკურ პარტიებთან არიან დაკავშირებული. მეოცე საუკუნეში, არაერთი მედია ორგანიზაცია იყო დაკავშირებული ისეთ ინსტიტუტებთან, რომლებიც ფინასურად და გავრცელების მხრივ ეხმარებოდნენ მათ და თავის მხრივ, მედია სხვადასხვა საშუალებით ცდილობდა, მომსახურებოდა ამ ინსტიტუტების მიზნებსა და ამოცანებს. ამ სახის ორგანიზაციულმა კავშირებმა თავისი თავი ამოწურა, თუმცა, ჩვენ ვთვლით, რომ იმ ქვეყნებში, სადაც ასეთი კავშირები ძლიერი იყო, მათი გავლენები კვლავაც რჩება. პოლიტიკური პარალელიზმის კიდევ ერთი კომპონენტი არის ტენდენცია, რომლის თანახმადაც, მედია პერსონალი პოლიტიკურად აქტიურია და ხშირად პარტიულ და საჯარო სამსახურში არიან დასაქმებული. ეს ტენდენცია დღესდღეობით ნაკლებად იჩენს თავს. უფრო გავრცელებული ტენდენციაა, როდესაც ჟურნალისტი და სხვა პერსონალი თავიანთი პროფესიული კარიერული ზრდისათვის თავად განსაზღვრავენ თავის პოლიტიკურ აფილაციას, იმ თვალსაზრისით, რომ ირჩევენ მედია ორგანიზაციას, რომლის პოლიტიკურ შეხედულებებსაც თავადაც იზიარებენ. ასევე გავრცელებული პრაქტიკაა, როდესაც ჟურნალისტი ირჩევს ისეთ ორგანიზაციას, რომელიც სხვადასხვა პოლიტიკური ტენდენციის დაბალანსებას

7 სისტემაში პოლიტიკური პარალელიზმის გაზომვის პატერსონისა და დონსბახის ერთ-ერთი მცდელობა (1993).

ცდილობს, ან ინიშნება სამსახურში იმის გამო, რომ პოლიტიკური აფილაცია მას გარკვეულ პოლიტიკურ კარს უღებს.

პოლიტიკური პარალელიზმი ხშირად მედიის აუდიტორიის მიკერძოებაშიც გამოიხატება, როდესაც სხვადასხვა პარტიისა და ტენდენციის მხარდამჭერები თავიანთი შეხედულების შესაბამისად ყიდულობენ გაზეთებს ან უყურებენ სატელევიზიო არხებს.

დაბოლოს, პოლიტიკური პარალელიზმი ჟურნალისტის ფუნქციური ორიენტაციისაა და პრაქტიკაში გამოიხატება. ჟურნალისტები, ზოგიერთ სისტემაში და გარკვეულ ისტორიულ პერიოდებში, უფრო „პუბლიცისტის“ როლს ირგებენ, რომელიც ერთ დროს პოლიტიკურ ჟურნალისტიკაში იყო დომინანტური და შესაბამისად, ისინი საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მოხდენაზე არიან ორიენტირებული. სხვა მედიასისტემებში ჟურნალისტები საკუთარ თავს ნეიტრალური ინფორმაციის ან გართობის უზრუნველმყოფებად განიხილავენ, რასაც ჩვენ პოლიტიკური პარალელიზმის დაბალ დონეს მივაკუთვნებთ. ეს განსხვავებები დაკავშირებულია იმასთან, თუ რამდენად ახდენენ ისინი აქცენტირებას კომენტარებსა და ანალიზზე ინფორმაციის შეგროვების საპირწონედ. ძალზე ძნელი წარმოსადგენია, რომ გერმანელი, იტალიელი ან ფრანგი ჟურნალისტები დასთანხმებოდნენ მათ თანამედროვეებს, 1950-იანი წლების ცნობილ ამერიკელ კოლუმნისტებს ჯოზეფ და სტიუარტ ალსოფებს (1958:5) (რომლებიც იმ მცირერიცხოვან ჟურნალისტთა შორის იყვნენ, ვინც მათ ასაკში კომენტარების წერის პრივილეგია მოიპოვეს) მტკიცებას, რომ „რეპორტიორის ფეხები მისი სხეულის უფრო მნიშვნელოვანი ნაწილია, ვიდრე მისი თავი“. იმ დროის კონტინენტური ევროპელი ჟურნალისტებისთვის კომენტარი და ანალიზი ჟურნალისტიკის მთავარი ფუნქცია იყო. ჟურნალისტურ კულტურაში ამ სახის განსხვავებები დაკავშირებულია სხვაობებთან წერის სტილსა და სხვა ჟურნალისტურ პრაქტიკასთან, როდესაც ერთ სისტემაში უპირატესობა მხატვრულ და ერუდირებულ კომენტარებს ენიჭებოდა, ხოლო სხვაგან ლაკონურ, ტელეგრაფის ტიპის ინფორმაციულ სტილს; ზოგიერთ ქვეყანაში კომენტარი და ინფორმაცია მკაფიოდ იყო გამიჯნული, როდესაც სხვა ქვეყნებში მათ თავისუფალ ნაზავს ენიჭებოდა უპირატესობა. ეს განსხვავებები ჟურნალისტური საქმიანობის ორგანიზებაშიც გამოიხატებოდა: ზოგ სისტემაში ჟურნალისტები საკმაოდ თავისუფლად იცვლიდნენ რეპორტიორისა და კომენტატორის როლებს, თუკი საერთოდ ეს განსხვავება მათთვის რაიმეს ნიშნავდა, მაშინ, როდესაც სხვა

სისტემებში ეს ფუნქციები მკაცრად გამიჯნული იყო. ჩვენ შევეცდებით დავასაბუთოთ, რომ ჟურნალისტიკაში ადვოკატირების ტრადიციის სიძლიერე დაკავშირებულია მედიისა და პოლიტიკური პარტიების და ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების ინსტიტუციური კავშირების ისტორიასთან. ჟურნალისტური კულტურის ამ მახასიათებელს ჩვენ ასევე პოლიტიკური პარალელიზმის ერთ-ერთ ინდიკატორად განვიხილავთ. იმ სისტემებში, სადაც პოლიტიკური პარალელიზმი ძლიერია, ჟურნალისტიკის კულტურა და დისკურსული სტილი პოლიტიკასთან არის მჭიდროდ დაკავშირებული.

პოლიტიკური პარალელიზმის კონცეფციასთან მჭიდროდ არის დაკავშირებული ის ორი განსხვავებული მიდგომა, რომელშიც მედიასისტემები პოლიტიკური კუთვნილებისა და ორიენტაციის მრავალფეროვნების საკითხებს აგვარებენ და რასაც ლიტერატურაში შიდა და გარე პლურალიზმს უწოდებენ. გარე პლურალიზმი შეგვიძლია განვსაზღვროთ, როგორც პლურალიზმი, რომელიც მთელი მედიასისტემის დონეზე მიიღწევა და გულისხმობს რიგ მედიასაშუალებებს ან ორგანიზაციებს, რომლებიც საზოგადოებაში არსებულ სხვადასხვა ტენდენციასა და შეხედულებას ასახავენ. სისტემები, რომელთაც გარე პლურალიზმი ახასიათებთ, ცხადია, პოლიტიკური პარალელიზმის მაღალი ხარისხით გამოირჩევიან. ამის საპირისპიროდ, შიდა პლურალიზმი განისაზღვრება, როგორც ინდივიდუალური მედიასაშუალების ან ორგანიზაციის შიგნით არსებული პლურალიზმი. ეს ტერმინი მედია კვლევების ლიტერატურაში ორი განსხვავებული მნიშვნელობით გამოიყენება. ჩვენ მას იმ შემთხვევებთან მიმართებაში გამოვიყენებთ, როდესაც მედია ორგანიზაციები, როგორც პოლიტიკურ ჯგუფებთან ისტიტუციურ კავშირებს ერიდებიან, ასევე ცდილობენ, შეინარჩუნონ ნეიტრალურობა და დაიცვან ბალანსი. ამ გაგებით, სისტემებს, რომელთაც შიდა პლურალიზმი ახასიათებთ, დაბალი პოლიტიკური პარალელიზმით გამოირჩევიან. შიდა პლურალიზმს ზოგჯერ ისეთ მედია ორგანიზაციებთან მიმართებითაც გამოიყენებენ, როგორც წესი, მაუწყებლებთან მიმართებაში, რომლებიც ერთი ორგანიზაციის შიგნით, სტრუქტურასა და შინაარსში ფორმალურად სხვადასხვა პოლიტიკურ ძალას წარმოადგენენ (ჰოფმან-რიმი 1996). ეს შეიძლება გაგებული იყოს, როგორც პოლიტიკური პარალელიზმის გარდამავალი დონე, რამდენადაც ის გულისხმობს პოლიტიკური განსხვავებების ორგანიზაციულ სტრუქტურაში ასახვას, ასევე შინაარსში, როდესაც, მაგალითად,

ერთი საინფორმაციო გადაცემა შესაძლოა, ერთი პოლიტიკური ორიენტაციის წამყვანს მიჰყავდეს, მეორე კი – განსხვავებული პოლიტიკური ორიენტაციის ჟურნალისტს.

პოლიტიკური პარალელიზმი მაუწყებლობის მართვასა და რეგულაციებში

იმის გამო, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის სისტემები და მარეგულირებელი სააგენტოები, რომელთაც კომერციულ მაუწყებელთა ზედამხედველობა ევალებათ, საზოგადოებრივ ინსტიტუტებს წარმოადგენენ, ცხადია, რომ ისინი მნიშვნელოვნად არიან დაკავშირებული პოლიტიკურ სისტემასთან. ეს ურთიერთობები მნიშვნელოვნად განსხვავდება ფორმით, ასევე პოლიტიკური პარალელიზმის განსხვავებული ხარისხითაც. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მართვის ოთხი ძირითადი მოდელი შეიძლება გამოიყოს (ჰამფრისი 1996: 155-8), ხოლო მარეგულირებელი ორგანოები ქვეყნების უმეტესობაში თითქმის იდენტურ მოდელს მისდევენ:

1) სამთავრობო მოდელი, როდესაც საზოგადოებრივი მაუწყებელი ახლოა სახელწიფო ტელევიზიის სტატუსთან – კონტროლდება პირდაპირ მთავრობის ან პოლიტიკური უმრავლესობის მიერ. კლასიკური მაგალითია ფრანგული მოდელი პრეზიდენტ დე გოლის დროს. 1964 წლამდე იგი ფორმალურად ინფორმაციის სამინისტროს დაქვემდებარებაში იყო, პრაქტიკაში კი 1964 წლიდან 1980 წლამდე მთავრობის მიერ ფორმალურად დამოუკიდებელ „ოფის რადიო დიფიუზიონ-ტელევიზიონ ფრანსეზ“-ის (ORTF) სამეურვეო საბჭოში დანიშვნების მეშვეობით კონტროლდებოდა. ისტორიული განვითარების ადრეულ ეტაპებზე, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეს მოდელი ბევრმა ევროპულმა ქვეყანამ გამოიყენა, თუმცა შემდგომში განავითარეს ისეთი ალტერნატიული ინსტიტუციონალური ფორმები, რომელთაც უნდა უზრუნველეყოთ პოლიტიკური უმრავლესობისაგან საზოგადოებრივი მაუწყებლების მნიშვნელოვანი დამოუკიდებლობის ხარისხი. ეს მოდელი დასავლეთ ევროპის ახალ დემოკრატიებში, საბერძნეთში, პორტუგალიასა და ესპანეთში ამა თუ იმ ფორმით კვლავაც არსებობს. ბოლო შემთხვევებში საზოგადოებრივი მაუწყებლების დირექტორებს არა პირდაპირ მთავრობა, არამედ პარლამენტი ნიშნავს, თუმცა საბოლოო ჯამში, მმარ-

თველ პარტიას ეს მოდელიც ეფექტიანი კონტროლის შესაძლებლობას აძლევს.

2) პროფესიონალური მოდელი, რომელსაც, უპირველეს ყოვლისა, ბრიტანეთის მაუწყებლობის კორპორაცია (BBC) განასახიერებს, ეფუძნება ძლიერ ტრადიციას, რომლის თანახმად, მაუწყებელი პოლიტიკური კონტროლისაგან დაცული უნდა იყოს და პროფესიონალების მიერ იმართებოდეს. ჩვენ შეგვიძლია ვნახოთ, რომ ეს მოდელი ასევე ნიშანდობლივია კანადის მაუწყებელთა კორპორაციისთვის (CBC), ირლანდიის, ზოგიერთი სკანდინავიური ქვეყნისა და შეერთებული შტატების საზოგადოებრივი მაუწყებლებისათვის.

3) საპარლამენტო ანუ პროპორციული წარმომადგენლობის მოდელში საზოგადოებრივი მაუწყებლის მართვა გადანაწილებულია პოლიტიკურ პარტიებს შორის პროპორციული წარმომადგენლებით, რაც იტალიაში ცნობილია, როგორც *lottizzazione*-ს, ხოლო გერმანულენოვან ქვეყნებში – *proporz*-ის პრინციპი. ამ მოდელის კლასიკური მაგალითია, რადიო ტელევიზიონე იტალიანა (RAI), სადაც 1980 წელს არა მარტო დირექტორთა საბჭოს წევრები დაინიშნენ პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპით, არამედ 3 არხი პარტიებს შორის განაწილდა: RAI 1 ქრისტიან-დემოკრატების კონტროლ ქვეშაა, RAI 2 – „სეკულარული" პარტიების და RAI 3 – კომუნისტური პარტიის. უფრო მეტიც, ამ არხებზე დაბალი დონის დანიშვნებიც ასევე პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპით ხორციელდება. საპარლამენტო მოდელი სამთავრობო მოდელისაგან მკაფიოდ მხოლოდ იმ სისტემებშია განსხვავებული, სადაც კოალიციური მთავრობებია და ძალაუფლების განაწილება სისტემურია. ამ განსხვავებას ჩვენ მომდევნო ტექსტში განვმარტავთ. მაჟორიტარულ პოლიტიკურ სისტემაში მიუხედავად იმისა, რომ მაუწყებელი ფორმალურად პარლამენტის გავლენის ქვეშაა და პირდაპირ მთავრობის კონტროლს არ ექვემდებარება, სამეურვეო საბჭოს წევრების პროპორციული წესით დანიშვნას მაინც პოლიტიკური უმრავლესობის გავლენისაკენ მივყავართ, როგორ ეს ესპანეთშია.[8]

---

8 ფაქტიურად, როგორც ჩვენ ვნახავთ, სამთავრობო პარტიები იტალიაში დომინანტურ პოზიციებზე არიან; ამ თვალსაზრისით იტალია, ისევე, როგორც სამხრეთ ევროპის სხვა ქვეყნები, სამთავრობო მოდელისკენ იხრებიან.

4) „სამოქალაქო“ ანუ „კორპორატიული“ მოდელი ძალზე ახლოსაა საპარლამენტო მოდელთან იმ თვალსაზრისით, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლობის კონტროლი აქაც სხვადასხვა სოციალურ და პოლიტიკურ ჯგუფებს შორისაა განაწილებული, თუმცა განსხვავდება იმით, რომ წარმომადგენლობის უზრუნველყოფა ამ შემთხვევაში პოლიტიკური პარტიების გარდა, სხვა „სოციალურად რელევანტურ ჯგუფებზე“ – პროფკავშირები, ბიზნეს ასოციაციები, რელიგიური ორგანიზაციები, ეთნიკური ასოციაციები და სხვები – დაყრდნობით ხორციელდება. ამის ყველაზე მკაფიო მაგალითია, ჰოლანდიური „პილარიზებული“ სისტემა, სადაც მაუწყებლობა იმართება უშუალოდ ასოციაციების მიერ, რომლებიც განსხვავებულ რელიგიურ და იდეოლოგიურ ქვეჯგუფებს წარმოადგენენ. ეს ფორმა ასევე დამახასიათებელია ევროპაში სათემო რადიოებისა და გერმანიის სამაუწყებლო საბჭოებისთვის, სადაც პოლიტიკურ პარტიებთან ერთად, „სოციალურად რელევანტური ჯგუფებია“ წარმოდგენილი.

ჩვენ ასევე მივმართავთ კელის (1983) მიერ შემოთავაზებულ სამგანზომილებიან დაყოფას. კელი გვთავაზობს ისეთ მახასიათებლებს, როგორიცაა: პოლიტიკა – მაუწყებელზე, ფორმალურად ავტონომიური სისტემები და პოლიტიკა მაუწყებელში. ის, რასაც ჩვენ პროფესიულ მოდელს ვუწოდებთ, ამ შემთხვევაში უდავოდ „ფორმალურად ავტონომიური სისტემაა“; „პოლიტიკა მაუწყებელზე“ – სამთავრობო მოდელი და საპარლამენტო და სამოქალაქო მოდელები კი „პოლიტიკა მაუწყებელში“ სისტემისთვის არის დამახასიათებელი, თუმცა ძალაუფლების დაყოფის ზოგიერთი სისტემა უფრო „პოლიტიკა მაუწყებელზე“ მოდელისკენ იხრება, სადაც პარტიები კონტროლს ინარჩუნებენ. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ „სამოქალაქო“ მოდელი ადვილად შეიძლება ჩამოიშალოს და საპარლამენტო მოდელში გადაიზარდოს, სადაც „სოციალურად რელევანტურ ჯგუფებს“ პოლიტიკურ პარტიებთან მჭიდრო კავშირები აქვთ. კელის მიერ შემოთავაზებული დაყოფა მნიშვნელოვან ფილოსოფიურ განსხვავებებს უსვამს ხაზს. პროფესიონალური, საპარლამენტო და სამოქალაქო/კორპორატიული მოდელები გარკვეულწილად იმ პრობლემის გადაწყვეტის საშუალებაა, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ან მისი მარეგულირებელი სტრუქტურის ყველაზე გავლენიანი პოლიტიკური ძალის ზემოქმედებისგან დაცვა, ასევე უუნარობისგან, ემსახუროს პოლიტიკურად მრავალფეროვან

საზოგადოებას. პროფესიონალური მოდელი დამოუკიდებლობის საკითხს წყვეტს იმდენად, რამდენადაც ცდილობს დაიცვას მაუწყებელი პოლიტიკური ინტერესებისგან, რათა პარტიებისა და სხვა ორგანიზაციების ინტერესები სატელევიზიო და რადიო პროდუქციის წარმოების პროცესის მიღმა დატოვოს. საპარლამენტო და სამოქალაქო/კორპორატიული მოდელი, რომელიც, როგორც ვნახავთ, ძალაუფლების დაყოფის ან „კონსენსუსური“ პოლიტიკური სისტემებისთვის არის დამახასიათებელი, ამ შედეგის მიღწევას პროცესში ყველა ძირითადი ძალის ჩართულობის გზით ცდილობს. პოლიტიკური პარალელიზმის თვალსაზრისით პროფესიული მოდელი სპექტრული ვერტიკალის დაბალ ნიშნულზეა, სამთავრობო მოდელი – მაღალზე, ორი დანარჩენი კი – შუაში.

აღნიშნული მოდელები, როგორც წესი, ერთმანეთს არ გამორიცხავენ და რეალობაში ყოველთვის კომბინირებული სახით არსებობენ. ბევრ სისტემაში, მაგალითად, პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპი საზოგადოებრივი მაუწყებლის დირექტორთა საბჭოს დანიშვნისას კომბინირებულია კულტურისა და ხშირად ლეგალურ ნორმებთან, რაც მაუწყებლის პროფესიონალთათვის მნიშვნელოვან ავტონომიურობას უზრუნველყოფს. ჩრდილოეთ ევროპის სამაუწყებლო სისტემების უმეტესობა შეიძლება აღვიქვათ, როგორც საპარლამენტო ან სამოქალაქო/კორპორატიული და პროფესიონალური მოდელების კომბინაცია. ყველა თანამედროვე სამაუწყებლო მოდელს მმართველობისთვის პროფესიონალები სჭირდება და ვერც ერთი სისტემა ვერ იმუშავებს ადეკვატურად, თუ ამ პროფესიონალებს დამოუკიდებლობის გარკვეული ხარისხი არ ექნებათ. თანამედროვეობაში, ყველა სამაუწყებლო სისტემა პოლიტიკური წნეხის ობიექტია და პოლიტიკური პლურალიზმის სისტემაში ყველას უნდა ჰქონდეს მექანიზმი, რათა სხვადასხვა სოციალური და პოლიტიკური ჯგუფების წნეხს დაუპირისპირდნენ. თუმცა ამ მოდელების ურთიერთმიმართება სხვადასხვა სისტემაში მნიშვნელოვნად განსხვავდება.

ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ამ მოდელებს შორის განსხვავებებში წვდომა, იმ ნორმებისა და პრაქტიკის ფორმალური სტრუქტურების მიღმა ხედვას მოითხოვს, რაც ამ ინსტიტუტების რეალურ ოპერირებას განსაზღვრავს, BBC ამის კარგი მაგალითია. ბრიტანეთის სამაუწყებლო კორპორაციის დირექტორს პრემიერ-მინისტრი ნიშნავს. ფორმალური სტრუქტურის მხრივ BBC სა-

ხელმწიფოს მიერ კონტროლირებადი მაუწყებლისგან დიდად არ განსხვავდება. მისი განსაკუთრებულობა, როგორც ჩვენ ვნახავთ, ფესვგადგმულია არაფორმალურ ნორმებში, რაც გენერალური დირექტორის შერჩევასთან დაკავშირებულ მოლოდინებში გამოიხატება: თუ როგორი ურთიერთობები აქვს მას მთავრობასთან და ოპოზიციასთან და როგორ განისაზღვრება ჟურნალისტების და სხვა პროფესიონალების როლი ორგანიზაციის შიგნით.

როგორც ვთქვით, ანალოგიური განსხვავებები შეიძლება ვიპოვოთ მარეგულირებელ ინსტიტუტებშიც, რომელთა ფუნქცია კერძო მაუწყებელთა ზედამხედველობაა. კერძოდ, განსხვავება შეიძლება იყოს უფრო პოლიტიზირებულ მარეგულირებელსა – სადაც პოლიტიკური პარტიების როლი ცენტრალურია – და იმ დამოუკიდებელ საზოგადოებრივ სააგენტოებს შორის (ცენტრალური ბანკის მსგავსად), რომლებიც მეტწილად იურიდიული და ტექნიკური ექსპერტების მეშვეობით იმართებიან.

პროფესიონალიზაცია

„პროფესიონალიზმისა“ და „პროფესიონალიზაციის“ კონცეფციები ისევე, როგორც ბევრი სხვა კონცეფცია სოციალურ მეცნიერებაში ყოველთვის ცხარე კამათის საგანი იყო. ამ კონცეფციების საზღვრები ბუნდოვანია და მათი ძირეული განმარტება მუდმივი რეინტერპრეტაციის საგანია. დებატების უმეტესობაში პროფესიონალიზაციის იდეალური ტიპი ყველაზე ხშირად კლასიკური „ლიბერალური“ პროფესიების, პირველ რიგში, მედიცინისა და სამართლის ისტორიას ეფუძნება. ჟურნალისტიკა ამ იდეალური ტიპისგან საკმაოდ დაცილებულია. ამ მოდელის ერთ-ერთი საკვანძო კრიტერიუმი არის ის, რომ პროფესიული საქმიანობა „ეფუძნება სისტემურ ცოდნას ან დოქტრინას, რომელიც მხოლოდ ხანგრძლივი და დადგენილი ტრენინგების შედეგად შეიმეცნება“ (ვილენსკი 1964:138). ჟურნალისტიკას ასეთი სისტემური სახის, ჩამოყალიბებული ცოდნა ან დოქტრინა არ აქვს. ბოლო დროს დამკვიდრებულ ფორმალურ „პროფესიულ“ ტრენინგებს თავისი წვლილი შეაქვთ ჟურნალისტიკის, როგორც საქმიანობისა და სოციალური ინსტიტუტის დეფინიციის ჩამოყალიბებაში. თუმცა, ცხადია, რომ ეს არც ჟურნალისტური პრაქტიკისათვის არის არსებითი და არც მჭიდრო კორელაციაშია პროფესიონალიზმთან იმ სახით, როგორც ჩვენ მას განვსაზღვრავთ და არც ფორმალურ ტრენინგებთან. შეერთებული შტატების პრესტიჟული

საინფორმაციო ორგანიზაციების უმეტესობაში იშვიათად შეხვდებით თანამშრომლებს, რომელთაც ჟურნალისტის დიპლომი აქვთ, თუმცა სხვა მხრივ სრულიად აკმაყოფილებენ პროფესიონალიზმის კონცეფციას. ამ დროს ესპანეთში, გერმანიისგან განსხვავებით, უფრო ხშირად შეხვდებით მათ, ვისაც ჟურნალისტის ხარისხი აქვთ, თუმცა ეს სრულებით არ ნიშნავს იმას, რომ ესპანელი ჟურნალისტები გერმანელებზე უფრო მაღალი პროფესიონალიზაციით ხასიათდებიან, რადგან ფორმალური ტრენინგები აუცილებელი წინაპირობა არ არის. უფრო მეტიც, ჟურნალისტურ პროფესიაში შესვლა ფორმალურად რეგულირებადი არ არის. ირონიაა, რომ ერთადერთი დასავლეთ ევროპული ქვეყანა, სადაც ჟურნალისტთა ორდენის წევრობა გამოცდის ჩაბარებას ეფუძნება და იგი სავალდებულო ხასიათისაა, არის იტალია, რომელიც, სხვა კრიტერიუმების თანახმად, რასაც ჩვენ შემდგომში ვნახავთ, ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაციის განსაკუთრებით დაბალი ხარისხით გამოირჩევა.

ამ ნაწილის მთავარი ფოკუსი სწორედ ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაციაა. მედიასთან დაკავშირებული საქმიანობებიდან, პროფესიონალიზმის საკითხი ყველაზე მეტად სწორედ ჟურნალისტიკასთან მიმართებაში იჩენს თავს. თუმცა მართებული იქნება, თუ ანალოგიურ საკითხებს სხვა მედია პროფესიონალებთან მიმართებითაც განვიხილავთ. კერძოდ, საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სისტემაში, სადაც სამაუწყებლო პროგრამირების ყველა სახე გარკვეულწილად საჯარო სერვისად განიხილება, საკმაოდ რელევანტურია, სატელევიზიო პროდიუსერების პროფესიული ავტონომიის საკითხიც დაისვას.

პროფესიონალიზაციის განზომილებები. რამდენადაც ჟურნალისტიკა იდეალური ტიპის ლიბერალური პროფესიებისგან დაშორებულია, ამასთანავე ის ამ პროფესიების მნიშვნელოვანი მახასიათებლების მატარებელიცაა. შესაბამისად, ძალზე სასარგებლო იქნება, თუ მედიასისტემებს ჟურანალისტიკის პროფესიონალიზაციის ხარისხისა და ფორმების მიხედვით შევადარებთ. ჩვენ ფოკუსირებას უშუალოდ პროფესიონალიზაციის სამ, მეტნაკლებად ახლოს მდგომ განზომილებაზე მოვახდენთ.

1) ავტონომიურობა. ავტონომიურობა პროფესიონალიზმის განსაზღვრებისას ყოველთვის ცენტრალური იყო. ეს ის ფუნდამენტური საფუძველია, რის გამოც ბევრი საქმიანობა „პროფესიონალიზაციას“ ცდილობს, რათა თავიანთი საქმიანობის პროცესზე ძლიერი კონტროლი გაამართლოს. კლასიკური

მაგალითია მედიცინა: მიუხედავად იმისა, რომ ბიუროკრატიამ შეზღუდა ექიმთა ავტონომიურობა, რომლითაც ვირტუალურად ყველა (როგორც მინიმუმ შეერთებულ შტატებსა და ბრიტანეთში) „თავისუფალ“ პროფესიად ყოფნის ერაში სარგებლობდა,[9] ითვლება, რომ არსებობს რიგი გადაწყვეტილებები, რომელთა მიღება მხოლოდ პროფესიონალ მედიკოსს შეუძლია და გარე ჩარევა არასწორი იქნებოდა. ჟურნალისტიკას ასეთი ავტონომიურობის ხარისხისთვის არასდროს მიუღწევია. ექიმების და იურისტების ავტონომია „ეზოთერული“ ხასიათის ცოდნას ეფუძნება. ჟურნალისტიკას ასეთი ეზოთერული ცოდნა არ აქვს, თუმცა პროფესიის სტრატეგიული პოზიცია ინფორმაციის ნაკადში, ზოგჯერ ნაწილობრივ ავსებს მას. ექიმებისა და იურისტებისაგან განსხვავებით, რომლებიც პერსონალურ სერვისს უზრუნველყოფენ, ჟურნალისტიკა მუშაობს ინდუსტრიაში, სადაც მასობრივი წარმოება ნორმაა. უმეტეს შემთხვევაში ჟურნალისტები არ ფლობენ წარმოების საკუთარ საშუალებებს, არამედ დიდი კორპორაციების მიერ დაქირავებული თანამშრომლები არიან. გარკვეული თვალსაზრისით, ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაცია სწორედ მაშინ დაიწყო, როდესაც ამ სივრცეში დაქირავებული ჟურნალისტი შემოვიდა და ჟურნალისტის პროფესია გამომცემლის ან პოლიტიკოსის/მფლობელის ცნებებს გამოეყო. გარდა ცალკეული ისტორიული მომენტისა და განსაკუთრებული შემთხვევისა, რომელთაც ჩვენ შემდგომში განვიხილავთ, ჟურნალისტებს იშვიათად უცდიათ და თითქმის არასოდეს მიუღწევიათ მედია ორგანიზაციების სრული კონტროლის უფლებისთვის. მიუხედავად ამისა, ზოგჯერ ჟურნალისტები წარმატებით აღწევდნენ შედარებით ავტონომიას ორგანიზაციაში. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ჟურნალისტიკაში სამუშაო პროცესის კონტროლი კოლეგიალურ ხასიათს ატარებს და გავლენა ჟურნალისტებზე დიდწილად კოლეგა ჟურნალისტების დამოკიდებულებით განისაზღვრება (აქვე უნდა ითქვას, რომ ავტონომიურობაში ჩვენ აუცილებლად ინდივიდუალური ჟურნალისტის დამოუკიდებლობას კი არა, ჟურნალისტუ-

9 კონტინენტურ ევროპაში ზოგიერთი პროფესიონალი უფრო საჯარო მოხელეებად განიხილებოდნენ, ვიდრე სერვისების უზრუნველმყოფ ბაზრის სუბიექტებად (მაკკლელანდი 1990). თუმცა ეს იმას არ ნიშნავს, რომ ისინი ნაკლები „პროფესიონალები“ იყვნენ იმ კრიტერიუმებით, რომელთაც ჩვენ ვავითარებთ.

რი კორპუსის, როგორც ერთი მთლიანის, ავტონომიურობას ვგულისხმობთ).

ჟურნალისტური ავტონომიურობის ხარისხი მნიშვნელოვნად განსხვავდება დროის, მედიასისტემების და თავად მედიასისტემების შიგნით სხვადასხვა ტიპის ახალი ამბების ორგანიზაციების მიხედვით (მაგალითად, „ხარისხი“ „პოპულარული“ პრესის საპირწონედ, პრესა მაუწყებლობის საპირწონედ). როდესაც დონბახმა და პატერსონმა (1992) შეერთებულ შტატებში, გერმანიაში, ბრიტანეთსა და იტალიაში ჟურნალისტებს ჰკითხეს, თუ რამდენად მნიშვნელოვანი იყო „მენეჯმენტის მხრიდან ზეწოლა“ „მათ მუშაობაში“, იტალიელი ჟურნალისტების 27-მა პროცენტმა განაცხადა, რომ ზეწოლა იყო „ძალიან“ ან „საკმაოდ“ მნიშვნელოვანი მაშინ, როდესაც იდენტური პასუხი გერმანელი ჟურნალისტების მხოლოდ 7-მა პროცენტმა გასცა.

2) განსაზღვრული პროფესიული ნორმები. პროფესიები, როგორც კოლინზი (1990) განმარტავს, არის საქმიანობები, რომლებიც ცხოვრების გარკვეულ წესთან, ეთიკის კოდექსებთან, პიროვნების გაცნობიერებულ იდენტობასთან და გარე ბარიერებთან მიმართებაში ჰორიზონტალურადაა ორგანიზებული. „ჰორიზონტალური“ ორგანიზების მნიშვნელოვანი შემადგენელია პროფესიისათვის დამახასიათებელი განსაზღვრული ნორმების არსებობა, რომელთაც პროფესიის შიგნით იზიარებენ. ჟურნალისტიკის შემთხვევაში ასეთი ნორმები შესაძლოა, მოიცავდეს ისეთ ეთიკურ ვალდებულებებს, როგორიცაა კონფიდენციალური წყაროების გაუთქმელობა ან რეკლამისა და სარედაქციო შინაარსის ერთმანეთისაგან გამიჯვნა, ასევე პრაქტიკული რუტინა, მაგალითად, როგორიცაა ზოგადი სტანდარტი „ახალი ამბების ინფორმაციული ღირებულების განსაზღვრა“; ამასთანავე, კრიტერიუმები, რომლითაც საუკეთესო პროფესიული პრაქტიკა ფასდება და პროფესიული პრესტიჟის განსაზღვრა ხდება. ამდენად, ჟურნალისტური პროფესიონალიზაცია გამოიხატება ისეთ კრიტერიუმში, როგორიცაა ჟურნალისტების პირადი პოლიტიკური შეხედულების მიუხედავად, მასალის ინფორმაციული ღირებულების განსაზღვრა და მათი მზაობა, დადგნენ კოლეგა ჟურნალისტების გვერდით და არა გარე ძალების, მაგალითად, პოლიტიკური პარტიის ლიდერების ან აქციონერის. ცხადია, რომ განსაზღვრული პროფესიული ნორმების არსებობა

დაკავშირებულია ავტონომიურობასთან იმ თვალსაზრისით, რომ ასეთი ნორმებით ჟურნალისტური საქმიანობის მართვა შეუძლებელი იქნებოდა, თუ მათ გარე აქტორები გააკონტროლებდნენ. ჩვენ ვნახავთ, რომ მნიშვნელოვანი ცვლილებებია განსაზღვრული ჟურნალისტური ნორმების ევოლუციის, პრაქტიკოს ჟურნალისტებს შორის კონსენსუსის მიღწევისა და ახალი ამბების მომზადების პროცესზე მათი პრაქტიკული გავლენის მხრივ.

3) ორიენტირება საზოგადოებრივ სამსახურზე. „პროფესიონალიზმის“ კონცეფციის კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი კომპონენტი არის ის, რომ პროფესიები საზოგადოებრივი სამსახურის ეთიკაზე არიან ორიენტირებული. აღნიშნული პოსტულატი პროფესიების სოციოლოგიის საკმაოდ წინააღმდეგობრივი დებულებაა. პარსონსი (1939), პროფესიონალიზმის საზოგადოებრივ სამსახურზე ორიენტირებას მარქსისტული თეორიის კრიტიკის ნაწილად განიხილავდა, რომლის თანახმად, კაპიტალიზმის განვითარება „ცივი კალკულაციის“ გარდა, ყველა სხვა მოტივაციის არსებობას უგულებელყოფდა. პრესის სოციალური პასუხისმგებლობის ზიბერტის, შრამისა და პეტერსონისეული თეორია პროფესიონალიზმის სწავლების პერიოდს ეკუთვნის. 1960 წლის რევიზიონისტული ტალღა, პარსონსის საპირისპიროდ, ამტკიცებდა, რომ პროფესიების „ალტრუიზმი“ გაგებული უნდა იყოს, როგორც იდეოლოგია, რომელიც საკითხის მეორე მხარეს მალავს და პროფესიონალების ეკონომიკური მონოპოლიის და სოციალურ გავლენის გამართლებას ემსახურება. ამ პერიოდის ჟურნალისტიკის კლასიკური სოციოლოგია ანალოგიურად შეშფოთებული იყო ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზმის იდეოლოგიის კრიტიკის გამო. უეჭველია, ასევე მიამიტობა იქნებოდა მხოლოდ იმის გაზიარებაც, რომ ჟურნალისტები საზოგადოებას მართოოდენ უანგაროდ ემსახურებიან.

მიუხედავად ამისა, ჟურნალისტიკის, როგორც „საზოგადოებრივი ნდობის“ იდეოლოგიის დამკვიდრება ისტორიული განვითარების მნიშვნელოვანი შემადგენელია და „მხოლოდ იდეოლოგიად“, მით უფრო, უბრალო ალტრუიზმად არ უდა იყოს აღქმული. ეს საზოგადოებაში ჟურნალისტიკის როლის ისტორიულად სპეციფიკური კონცეფციაა, რომელსაც, როგორც ჟურნალისტური პრაქტიკის, ასევე სხვა სოციალურ ინსტიტუტებთან მედიის ურთიერთობის თვალსაზრისით

მნიშვნელოვანი შედეგები მოაქვს. ახსნას საჭიროებს ასევე ის განსხვავებები, რომლებიც სხვადასხვა საზოგადოებაში მათი განვითარების თანმდევი იყო. პროფესიულ სტატუსზე პრეტენზიის მქონე სხვა საქმიანობებისაგან განსხვავებით, ჟურნალისტიკის შემთხვევაში საზოგადოებრივი სამსახურის ეთიკას განსაკუთრებული მნიშვნელობა შეიძლება ჰქონდეს: რადგან ჟურნალისტიკა არ არის ეზოთერული ცოდნის მატარებელი და იმიტომაც, რომ ჟურნალისტები ავტონომიურობის დეკლარირებას ახდენენ და მათი გავლენა დიდწილად დამოკიდებულია სწორედ საზოგადოებრივი ინტერესის მსახურებაზე. საზოგადოებრივი სამსახურის ეთიკის განვითარების ერთ-ერთი მკაფიო გამოვლინება ჟურნალისტური თვითრეგულირების მექანიზმის არსებობაა, რომელიც ზოგიერთ სისტემაში ფორმალურად ორგანიზებულია, მაგალითად „პრესის საბჭოების“ სახით (ელექტრონული მედიის შემთხვევაში კი ზოგჯერ „აუდიოვიზუალური საბჭოები“) და ზოგჯერ არაფორმალურად ოპერირებს. იმისდა მიუხედავად, რამდენად ფორმალიზებული სახით არის ორგანიზებული თვითრეგულირების მექანიზმი, მისი გავლენა ცალკეულ შემთხვევაში განსხვავებულია.

ინსტრუმენტალიზაცია. შემდგომ თავებში ხშირად მოგვიწევს იმ კონტრასტების განხილვა, რომლებიც მედიის პროფესიონალიზაციასა და ინსტრუმენტალიზაციას შორის იჩენს თავს. ინსტრუმენტალიზაციაში ვგულისხმობთ გარე აქტორების – პარტიების, პოლიტიკოსების, სოციალური ჯგუფების ან მოძრაობების, პოლიტიკური გავლენის მოპოვების მოსურნე ეკონომიკური სუბიექტების მცდელობას, გააკონტროლონ მედია, რათა ამ საშუალებით პოლიტიკურ სამყაროში თავიანთი ინტერესები განახორციელონ. პარტიული პრესა, გარკვეული თვალსაზრისით, პოლიტიკაში საკუთარი ინტერესების გასატარებლად პარტიების ინსტრუმენტს წარმოადგენს, თუმცა, როგორც ვნახავთ, პარტიებთან დაკავშირებული ბევრი გაზეთი, სოციალური ფუნქციის შესასრულებლად, წმინდად ინსტრუმენტული ფუნქციის კონცეფციას გაემიჯნა. ჩვენ ასევე ვნახავთ, რომ კერძო მფლობელობაში მყოფი ზოგი გაზეთი ხშირად პირდაპირ ან ნაწილობრივ პოლიტიკური ინტერვენციის მიზნით არის დაფუძნებული. ცხადია, რომ, რაც უფრო მაღალია მედია ორგანიზაციის ინსტრუმენტალიზაციის ხარისხი, მით უფრო დაბალია პროფესიონალიზმი: ჟურნალისტების ავტონომიურობა უზრუნველყოფილი არ არის და ჟურნალისტურ

პრაქტიკას, ნაცვლად ჟურნალისტური კრიტერიუმებისა, პოლიტიკური ფაქტორები განსაზღვრავენ. შესაბამისად, ნაცვლად „საზოგადოებრივი ვალდებულებებისა", ჟურნალისტიკა პარტიკულარულ ინტერესს ემსახურება.

ტერმინ – ინსტრუმენტალიზაციას შემდგომ თავებში სპეციფიკურ ტერმინ პოლიტიკურ ინსტრუმენტალიზაციასთან მიმართებაში გამოვიყენებთ. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ მედიის „ინსტრუმენტალიზაცია" შესაძლოა, კომერციული მიზნითაც მოხდეს: მაგალითად, მნიშვნელოვანია რეკლამა. მედია ორგანიზაციები ხშირად სხვადასხვა ფორმის კომერციულ ინსტრუმენტალიზაციას განიცდიან, ფილმებსა და სატელვიზიო პროგრამირებაში „პროდაქთ პლეისმენთის" აშკარა ფორმით დაწყებული და რეკლამის დამკვეთების მიერ სარედაქციო შინაარსზე გავლენის მოხდენის უფრო ფარული ფორმებით დამთავრებული. ჩვენ ასევე ვნახავთ, რომ მნიშვნელოვანი დისკუსია მიმდინარეობს მედიის კომერციალიზაციისა და პროფესიონალიზაციის ურთიერთმიმართებასთან დაკავშირებით. ზოგიერთი მიიჩნევს, რომ ვითარება ჰარმონიულია და კომერციალიზაცია პოლიტიკური ინსტრუმენტალიზაციის ხარისხს კვეცს. თუმცა, ჩვენ ვთვლით, რომ პროფესიონლიზმის ხელყოფა შეუძლია როგორც ინსტრუმენტალიზაციას, ასევე კომერციალიზაციას და ბევრ შემთხვევაში, ორივეს ერთდროულად.

პროფესიონალიზაცია და პოლიტიკური პარალელიზმი. ერთი საგულისხმო კითხვა, რომელიც ამ საკითხთან დაკავშირებით შეიძლება წარმოიშვას, არის ის, თუ რატომ განვიხილავთ პროფესიონალიზაციისა და პოლიტიკური პარალელიზმის საკითხებს, როგორც განცალკევებულ განზომილებებს? როგორც I თავში აღვნიშნავდით, ანგლო-ამერიკული ანუ „ლიბერალური" მედია მოდელი მიჩნეულია იმ ტიპურ მოდელად, რომლის მიხედვითაც დანარჩენი მოდელების შეფასება ხდება და სწორედ ამ კონცეპტუალური ჩარჩოს თანახმად, პროფესიონალიზაცია არსებითად „ობიექტურობისა" და პოლიტიკური ნეიტრალობის სინონიმად განიხილება. ამ გადასახედიდან სისტემაში, რომელშიც მედიას ორგანიზებულ სოციალურ და პოლიტიკურ ჯგუფებთან აქვს კავშირი და ჟურნალისტი თავის პროფესიულ როლში პუბლიცისტის კონცეფციის ელემენტებს ინარჩუნებს, პროფესიონალიზაცია სუსტად არის განვითარებული. შემოთავაზებული ინტერპრეტაციის თანახმად, თუ ჟურნალისტები საზოგადოებრივ ინტერესს ემსახურებიან და არა პარტიკულარულს, თუ ისინი თავიანთ საქ-

მიანობაში სპეციფიკური ჟურნალისტური სტანდარტებით მოქმედებენ და არა გარედან თავსმოხვეული დღის წესრიგით, მაშინ მათ, როგორც ნეიტრალური ინფორმაციის მომწოდებლებმა უნდა იმოქმედონ და თავიდან აიცილონ რომელიმე პარტიკულარულ მოსაზრებასთან იდენტიფიცირება.

ცხადია, რომ პოლიტიკური პარალელიზმისა და პროფესიონალიზაციის განზომილებები რეალურად ურთიერთკავშირშია. პროფესიონალიზმზე მსჯელობის ერთი გზა დიფერენციაციის თეორიაზე გადის: პროფესიონალიზმის მაღალი ხარისხი ნიშნავს, რომ ჟურნალისტიკა, როგორც ინსტიტუტი, დიფერენცირებულია და სხვა ინსტიტუტებისგან განსხვავებული პრაქტიკა აქვს, მათ შორის, პოლიტიკის ჩათვლით. ან ბორდიუს სოციოლოგიურ ასპექტში თუ განვიხილავთ, პროფესიონალიზაცია არსებობს იქ, სადაც ჟურნალისტიკა განვითარებულია, როგორც განსაზღვრული სფერო სხვა, მათ შორის პოლიტიკური სივრცისგან, მნიშვნელოვანი ავტონომიით (დიფერენცირების თეორიას და ბორდიუს თეორიას უფრო ღრმად ჩვენ მოგვიანებით, მე-4 თავში განვიხილავთ). იქ, სადაც პოლიტიკური პარალელიზმის ხარისხი ძალზე მაღალია და მედია და პოლიტიკური ორგანიზაციები მჭიდროდ არიან დაკავშირებული ერთმანეთთან, ხოლო ჟურნალისტები პარტიულ პოლიტიკაში აქტიურად არიან ჩართული, პროფესიონალიზაციის ხარისხი მართლაც დაბალია: ჟურნალისტები მოკლებული არიან ავტონომიურობას და სარგებლობენ დამოუკიდებლობის მხოლოდ იმ ხარისხით, რომელსაც მათ მათივე პოლიტიკური პოზიცია ანიჭებთ. მათ აკლიათ მკაფიო საერთო კულტურა და სოციალური მიზნის ერთიანი ხედვა, რომელიც შესაძლოა, განსხვავდებოდეს იმ პოლიტიკოსთა მიზნებისაგან, რომლებთანაც მედიასაშუალება არის აფილირებული. შესაძლოა, სხვაგვარადაც ითქვას, რომ ცხადია, ისტორიულად ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის განვითარებამ მნიშვნელოვანწილად შეარყია პოლიტიკური პარალელიზმი მრავალი თვალსაზრისით: შეამცირა რა მედიაზე პოლიტიკური პარტიების და სხვა პოლიტიკური ორგანიზაციების კონტროლი და შექმნა ერთიანი პრაქტიკა, რომელმაც მედია ორგანიზაციებს შორის არსებული პოლიტიკური განსხვავებები გააუფერულა. ამავე დროს, მიგვაჩნია, რომ ამ ორ განზომილებას შორის ემპირიული კავშირი საკმაოდ მკვეთრია და არ არსებობს დამაჯერებელი არგუმენტი იმისა, რომ ისინი კონცეპტუალურ სინონიმებად განვიხილოთ.

რადგან ეს საკითხი გვეხმარება ორივე განზომილებას შორის არსებული განსხვავების განმარტებაში, კარგი იქნება, თუ მას მეტად განვავრცობთ. განვიხილავთ ორ მაგალითს, რომელიც ამ წიგნის პირდაპირი ფოკუსის გარეთ მყოფი რეგიონიდან არის მოყვანილი.

ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის ბუნების შესახებ ერთერთ საინტერესო დისკუსიას კომუნისტური პოლონეთის მედიის შესახებ ქარის (1990) ანალიზი წარმოადგენს. ეს შემთხვევა საინტერესოა იმიტომაც, რომ მედიის სტრუქტურული მდგომარეობა პოლონეთში განსხვავდება იმისგან, რასაც ჩვენ ზოგადად პროფესიონალიზაციას ვუწოდებთ. ქარი ამტკიცებს, რომ მიუხედავად ოფიციალური იდეოლოგიისა, რომელიც პოლონეთში მედიას პარტიის ინსტრუმენტად განიხილავდა, პოლონელმა ჟურნალისტებმა ძლიერი პროფესიული კულტურის განვითარება მაინც შეძლეს. გარკვეულწილად შეიძლება, ეს არშემდგარი პროფესიონალიზმიც კი იყოს, იმ პირობების გათვალისწინებით, რომ მედიაში მკაცრი ცენზურა მოქმედებდა, მედიასაშუალებებს სახელმწიფო ფლობდა და სახეზე იყო პოლიტიკური რეპრესიებიც. გარე პირობები ქმნიდა საფუძველს იმისათვის, რომ ჟურნალისტებს საკუთარი პროფესიული როლის კონცეფციის შესაბამისად არ ემოქმედათ. მიუხედავათ ამისა, მათ ასეთი კონცეფცია განავითარეს: პოლონელ ჟურნალისტებს საზოგადოებაში საკუთარი, განსაკუთრებული იდენტობის და ფუნქციის ძლიერი განცდა ჰქონდათ და წინააღმდეგობას უწევდნენ ჟურნალისტურ საქმიანობაში გარედან ჩარევას, მათ შორის ადრეული სტალინიზმის ეპოქის „მუშა და გლეხ კორესპონდენტების“ სისტემას, მაღალი რანგის პოლიტიკურ ფიგურებს, რომლებიც პოლიტიკურ კომენტარებს წერდნენ, თუმცა მათ ჟურნალისტთა კავშირის წევრობაზე უარს ეუბნებოდნენ; ასევე „სოლიდარობის“ ხელმძღვანელებს, რომლებიც ახლად წარმოქმნილ დისიდენტურ პრესაზე კონტროლის მოპოვებას ცდილობდნენ. ისინი ავტონომიურობას დიდ მნიშვნელობას ანიჭებდნენ და მწვავე პოლიტიკური კონფლიქტების დროსაც კი პროფესიული სოლიდარობის დაცვას ახერხებდნენ. პრესტიჟის იერარქიას კი, არა პოლიტიკურ განსხვავებებზე, არამედ კოლეგიალურ შეფასებებზე აფუძნებდნენ.

ამავე დროს, პოლონელი ჟურნალისტები, მაქს ვებერის მსგავსად, ჟურნალისტიკას „პოლიტიკურ პროფესიად“ განიხილავდნენ. ისინი თავის როლს პოლიტიკის ფორმირებასა და სოციალური პრობლემების მოგვარებაში ხედავდნენ. მათ მიაჩნდათ, რომ

ფაქტების მშრალად გადმოცემა შეუთავსებელი იყო ნამდვილ პროფესიონალურ საქმიანობასთან და განსაკუთრებულ მნიშვნელობას კომენტარებს ანიჭებდნენ. ჟურნალისტიკის ასეთი კონცეფცია, როგორც ჩანს, მთელ პოსტსაბჭოურ დამოუკიდებელ მედიაში დომინირებდა. ადამ მიხნიკი, გაზეტა ვიბორშჩას – საწყის ეტაპზე პროფკავშირული გაერთიანება სოლიდარობასთან დაკავშირებული და ამჟამად პოლონეთის მთავარი ყოველდღიური გაზეთის რედაქტორი ხაზს უსვამდა რა ვიწრო პარტიკულარული ინტერესებისათვის თავის არიდების და მაღალი ხარისხის შიდა პლურალიზმის უზრუნველყოფის აუცილებლობას, 1995 წელს წერდა: „მე ყოველთვის მინდოდა, რომ ამ გაზეთს მკაფიოდ გამოკვეთილი მიმართულება ჰქონოდა. ეს იდენტობა განპირობებული იყო დემოკრატიული ოპოზიციის „სოლიდარობასთან“ და მშრომელთა სოციალურ ეთიკასთან... (76)“. მას იქვე ციტირებული ჰქონდა ლეგენდარული პოლონელი ჟურნალისტის კსავერი პრუჟინსკის სიტყვები, რომლის თანახმად, „ჟურნალისტის ამოცანა იმის გახმოვანებაა, თუ რა დასკვნამდე მივიდა ის თავის მსჯელობაში (78)“.

მეორე საინტერესო მაგალითი უკავშირდება ისრაელს (რომლის ჟურნალისტიკის ისტორიული ფესვები ნაწილობრივ ცენტრალურ ევროპაშია). 1989 წელს კანადელმა გამომცემელმა ჰოლინჯერმა გაზეთი „ჯერუსალიმ პოსტი“ იყიდა და მალევე შეეცადა ინგლისურენოვანი გაზეთის პოლიტიკურ მიმართულებაზე კონტროლის დაწესებას. წლების განმავლობაში „ჯერუსალიმ პოსტის“ მფლობელები ლეიბორისტულ პარტიასთან დაკავშირებული ეკონომიკური ორგანიზაციები იყვნენ, რაც ევროპაში დამკვიდრებული პრაქტიკა იყო. ჰოლინჯერის მფლობელი კორნარდ ბლექი პოლიტიკურად კონსერვატორი იყო. მთავარი რედაქტორი ერვინ ფრენკელი შეეწინააღმდეგა ახალი მფლობელის მცდელობას, ჩარეულიყო ჟურნალისტთა გადაწყვეტილებებში და მალევე გადადგა. ასევე მოიქცა გაზეთის ოცდაათამდე ჟურნალისტი.[10] რედაქტორმა თავისი გადაწყვეტილება პოსტის სვეტში ასე ახსნა:

---

10 ამ საქმეს მოჰყვა შრომითი დავების სასამართლოს საინტერესო გადაწყვეტილება, რომელიც ჟურნალისტებისთვის კომპენსაციის გადახდას ითვალისწინებდა. მოსამართლემ გამოთქვა მოსაზრება, რომელიც გაზიარებულია ჩრდილოეთ და ცენტრალურ ევროპაში, სადაც ის ხშირად პრესის შიდა თავისუფლებას უკავშირდება. კერძოდ: პრესის თავისუფლება მოითხოვს, რომ რედაქტორები და რეპორტიორები გამოხატვის თავისუფლების უფლებით სარგებ-

„ჟურნალისტიკა სოციალური მსჯელობის წარმოებაა. ამ მსჯელობის ობიექტი ისტორიის მოცემული მონაკვეთი და ყოველდღიური საინფორმაციო ნაკადია, საიდანაც ჟურნალისტი საზოგადოებისათვის ღირებულ ინფორმაციას გამოარჩევს და ისე გვიამბობს მას, როგორც მიუკერძოებელი თვითმხილველი. ეს არის ახალი ამბები. ჟურნალისტი ახალ ამბავს წონასა და მნიშვნელობას ანიჭებს. შემდგომი განსჯის გზით, ჟურნალისტი ცდილობს, ამბავს მეტი კონტექსტუალური დამაჯერებლობა და აღწერილობითი სიცხადე შესძინოს.

ჟურნალისტი ყოველივე ამას იმ საზოგადოების სახელით აკეთებს, რომლის ნაწილიც თავადაა, იმ რწმენით, რომ „ახალი ამბავი", რომელსაც ის ავრცელებს, არსებითია საზოგადოების უკეთესი თვითმმართველობისთვის. ამ თვალსაზრისით, ჟურნალისტიკა საზოგადოებრივი ნდობის გუშაგია.

გაზეთში მსჯელობის პროცესი კოლექტიურ ხასიათს ატარებს, რასაც კონტროლის და დაბალანსების მექანიზმიც აქვს, თუმცა თვალსაზრისი მაინც რჩება. სწორედ ამის გამო, გაზეთებს აქვთ სპეციფიკური მახასიათებელი, გადმოსცენ ამბავი მათი აღქმების შესაბამისად.

მსჯელობის თანმიმდევრულობის უზრუნველყოფა და გარე გავლენისაგან დაცვა რედაქტორისა და მისი ავტორიტეტის ამოცანაა. დაბოლოს, სწორედ რედაქტორი წყვეტს იმას, თუ რა უნდა გამოქვეყნდეს და რა არა. სწორედ ეს იცავს პროცესს ქაოსისა და კორუფციისგან მანამ, ვიდრე მასალის დაბეჭდვა-არდაბეჭდვის საკითხი შიშს ან კეთილგანწყობას არ უკავშირდება.

ჟურნალისტური მსჯელობის ფორმირების პროცესი ზედმიწევნით ზუსტად არ აღწერს პროფესიას, თუმცა ასახავს იმ ვალდებულებებს, რომლებიც მის სამართლიანობას უკავშირდება."

ფრენკელის განცხადება მკაფიოდ აყალიბებს ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის მთავარ ელემენტებს: ჟურნალისტიკის არსი „საზოგადოებრივი ნდობაა", გაზიარებული პროფესიული პრაქტიკის სტანდარტები (ფრენკელის „კონტროლი და ბალანსი") და ფოკუსირება ჟურნალისტურ ავტონომიურობაზე. თუ ფრენკე-

ლობდნენ და დაცულები იყვნენ მედია მფლობელების ულიმიტო ჩარევისაგან.

ლის მიერ შემოთავაზებული შეფასება ზუსტია, ბოლო ელემენტი [ავტონომიურობა] განსაკუთრებით კარგად იყო განვითარებული „ჯერუსალიმ პოსტში“, სადაც, როგორც თავად ამბობს, რედაქტორისა და გამომცემლის ფუნქციები არასოდეს ყოფილა გამიჯნული და რედაქტორის დამოუკიდებლობა „აბსოლუტური“ იყო. ეს კი, თავის მხრივ, უზრუნველყოფდა იმას, რომ „ჟურნალისტური ინტერესი საქმიანობასა და პოლიტიკაში უპირატესი იყო და გაზეთისა და კომპანიის პოლიტიკაზე დომინირებდა“. ამავე დროს ფრენკელი „ინტერპრეტაციული მსჯელობის“ მნიშვნელობას უსვამდა ხაზს და აცხადებდა, რომ „ყველა გაზეთს საკუთარი მახასიათებელი აქვს და მიმდინარე ამბავს ისე გადმოსცემს, როგორს ამას თავად აღიქვამს“. ცალსახაა მისი მოსაზრება, რომ გარკვეული აზრის ქონა არათუ ეწინააღმდეგება, არამედ მჭიდრო კავშირშია ჟურნალისტურ დამოუკიდებლობასთან და ჟურნალისტიკის მიმართ საზოგადოებრივ ნდობასთან: ეს მიდგომა ნიშნავს „მიუკერძოებელი თვითმხილველის“ არსებობას, რომელიც „მიმდინარე ამბავს“ გადმოსცემს ისე, როგორც ამას თავად ჟურნალისტი აღიქვამს; ფრენკელის აზრით, სწორედ ასე ემსახურება ჟურნალისტიკა საზოგადოებას და სწორედ ამიტომ არის ჟურნალისტის ავტონომიურობა მნიშვნელოვანი დაიცვას არა ნეიტრალიტეტი, არამედ „სოციალური თვალსაზრისის“ ჩამოყალიბების პროცესის სამართლიანობა.

ეს მიდგომა მნიშვნელოვნად განსხვავდება პროფესიონალიზმის, როგორც პოლიტიკური ნეიტრალურობის ანუ „ობიექტურობის“ ჩრდილო ამერიკული კონცეფციისგან. ასეთი მიდგომა კონტინენტური ევროპის ბევრი ჟურნალისტისათვის უფრო მისაღები იქნებოდა. ჟურანილისტის სოციალური როლის ეს ხედვა ეჭვქვეშ აყენებს მოსაზრებას იმის თაობაზე, რომ ჟურნალისტური პროფესიონალიზმისა და პოლიტიკური პარალელიზმის თანაარსებობობა შეუძლებელია. ჩვენ ვამტკიცებთ, რომ ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის უმეტეს ნაწილში მეოცე საუკუნის მანძილზე პოლიტიკური პარალელიზმის შედარებით მაღალი დონე პროფესიონალიზმის მაღალ ხარისხთან ერთად არსებობდა და გარკვეულწილად ეს დღესაც გრძელდება.

სახელმწიფოს როლი

ნებისმიერ საზოგადოებაში, მედიასისტემების ჩამოყალიბებაში, სახელმწიფო მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. თუმცა, საგრძ-

ნობი განსხვავებაა იმ თვალსაზრისით, თუ რამდენად ერევა ის მედიის საქმიანობაში და რა ფორმით. სახელმწიფო ინტერვენციის ყველაზე საგულისხმო ფორმა საზოგადოებრივი მაუწყებლობაა, რომელიც დასავლეთ ევროპის ყველა ქვეყანაში (გარდა მცირედი გამონაკლისისა – ლუქსემბურგი) და ჩრდილეთ ამერიკაში არსებობს, ხოლო ბევრ ქვეყანაში უახლოეს პერიოდამდე ერთადერთი ან ძირითადი მაუწყებლობის ფორმა იყო. ცხადია, ბოლო ხანებში სახეზეა კომერციული მაუწყებლობების მიმართულებით მკვეთრი ძვრები, თუმცა საზოგადოებრივი მაუწყებელი ყველა იმ ქვეყანაში ინარჩუნებს საკმაოდ მნიშვნელოვან როლს, რომელთაც ჩვენ ვიკვლევთ. 2.4 ცხრილში წარმოდგენილია საზოგადოებრივი მაუწყებლების შემოსავლების პროცენტული ხვედრი, როგორც ერთ სულ მოსახლესთან, ასევე მთლიან შიდა პროდუქტთან მიმართებაში, სარეკლამო და სხვა კომერციული წყაროებიდან მიღებული თანხების და ტელეაუდიტორიის წილი 2000 წლის მონაცემებით. წარმოდგენილთაგან მხოლოდ ევროპის ერთ ქვეყანაში დაეცა საზოგადოებრივი მაუწყებლის აუდიტორიის წილი 20 პროცენტზე ქვემოთ და უმეტეს ქვეყნებში ეს მონაცემი 30-50 პროცენტს შორის მერყეობდა, განსხვავებით 9 პროცენტისა კანადაში და 2 პროცენტისა შეერთებულ შტატებში. ამერიკისგან განსხვავებით, ევროპაში დაფინანსების დონეც გაცილებით მაღალია. კომერციულ შემოსავლებზე დამოკიდებულების მხრივ საზოგადოებრივი მაუწყებლების სიტემების „სისუფთავე“ ევროპაში განსხვავებულია.

საზოგადოებრივი მაუწყებლობა მედიის სახელმწიფო მფლობელობის ყველაზე მნიშვნელოვანი ფორმაა (უკანასკნელ დრომდე, უმეტეს ქვეყანაში ტელეკომუნიკაციების ინდუსტრიას სახელმწიფო მართავდა). თუმცა ბევრ ქვეყანაში სახელმწიფო ასევე ფლობდა საინფორმაციო სააგენტოებს, გაზეთებს და მედიასთან დაკავშირებულ სხვა წარმოებებსაც პირდაპირ ან სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული კომპანიების მეშვეობით. პრესის სუბსიდირებაც მოქმედი პრაქტიკა და მნიშვნელოვანი ფაქტორი იყო იმ ქვეყანათა უმეტესობაში, რომელთაც ჩვენ ვიკვლევთ. ეს შესაძლოა, ყოფილიყო პირდაპირი ან ირიბი გზით (მაგალითად, საფოსტო, სატელეკომუნიკაციო ან დამატებითი ღირებულების გადასახადზე დაწესებული შეღავათები) ან შესაძლოა, მიმართული ყოფილიყო მედია ორგანიზაციების ან კონკრეტული ჟურნალისტებისკენ (მაგალითად, საგადასახადო შეღავათები ან საზოგადობრივი ტრანსპორტის მგზავრობის ღირებულების

ცხრილი 2.4. საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სისტემები

	შემოსავალი 1 სულ მოსახლეზე (ECU)	შემოსავლის % მთლიან შიდა პროდუქტთან მიმართებით	კომერციული შემოსავლის %	სატელევიზიო აუდიტორიის წილი
	(1997) ა	(1997)ბ	(1998)გ	(2000)დ
დანია	104.5	0.37	34.8	69
გაერთიანებული სამეფო	103.7	0.30	15.8	39
შვეიცარია	99.7	0.36	26.2	
ფრანგული				32
გერმანული				32
იტალიური				25
ავსტრია	88.6	0.39	49.9	57
გერმანია	85.5	0.38	17.2	42
ნორვეგია	72	0.23	0	41
ირლანდია	69.8	0.36	66	48
ფინეთი	68.8	0.34	25.4	43
შვედეთი	67.4	0.30	7.3	44
ფლამანდიური			33.4	32
ფრანგული			27.6	25
საფრანგეთი	55.8	0.21	45.5	44
იტალია	49.2	0.20	43	48
ნიდერლანდები	45	0.22	22.5	37
ესპანეთი	33.9	0.28	77.6	33
კანადა	23.8	0.13	32	9
საბერძნეთი	17.9	0.18	43.1	12
პორტუგალია	12.5	0.15	55.5	34
შეერთებული შტატები	5.8	0.02	13	2

წყარო (ა): თეოდოსი და ალბანი (2000:193); ბელგიის მონაცემები აღებულია ევროპული აუდიოვიზუალური ობსერვატორიის 2002 წლის სტატისტიკური წიგნიდან და შეეხება 2000 წელს.
წყარო (ბ): თეოდოსი და ალბანი (2000:193).
წყარო (გ): ევროპისთვის შულცი (2002); შეერთებული შტატებისა და კანადისთვის (თეოდოსი და ალბანი 2000:192); შეერთებული შტატებისა და კანადის მონაცემები 1997 წელს ასახავს.
წყარო (დ): ევროპისთვის შულცი (2002); კანადისთვის ლორიმერი და გაშერი (2001:141); შეერთებული შტატებისთვის ჰონესი (1994:17).

ანაზღაურება).[11] სახელმწიფო და ხშირად სახელმწიფოს კუთვნილი საწარმოები, რეკლამის დამკვეთებადაც გვევლინებიან და მეტწილად საკმაოდ მნიშვნელოვნადაც. კინო ინდუსტრიის სუბსიდირებაც ასევე გავრცელებული პრაქტიკაა.

სახელმწიფო ინტერვენციის სხვა ფორმებია:

- ცილისწამების, დეფამაციის, პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობის, პასუხის უფლების კანონმდებლობა;
- სიძულვილის ენის კანონმდებლობა;
- ჟურნალისტური საქმიანობის პროფესიული საიდუმლოების დაცვა (რომელიც წყაროების კონფიდენციალობას იცავს) და „სინდისის თავისუფლების“ კანონი (რომელიც ჟურნალისტს გაზეთის პოლიტიკური ორიენტაციის ცვლილების შემთხვევაში იცავს);
- სამთავრობო ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის კანონი;
- მედია კონცენტრაციის, მფლობელობისა და კონკურენციის კანონმდებლობა;
- პოლიტიკური კომუნიკაციის კანონმდებლობა, განსაკუთრებით წინასაარჩევნო კამპანიების დროს;
- მაუწყებლობის ლიცენზირების და მაუწყებლის შინაარსის მარეგულირებელი კანონმდებლობა, მათ შორის პოლიტიკური პლურალიზმის, ენისა და ადგილობრივი შინაარსის ჩათვლით.

უფრო ფართო გაგებით, შეგვიძლია განვასხვაოთ, ერთი მხრივ, შედარებით ლიბერალური მედიასისტემა, სადაც სახელმწიფოს ინტერვენცია შეზღუდულია და იგი მთლიანად ბაზარზეა დამოკიდებული და მეორე მხრივ, მედიასისტემა, სადაც სოციალ-დემოკრატიული ან დირიჟირების ტრადიცია გამოხატულია სახელმწიფოს დიდ როლში, როგორც მფლობელობის, ასევე დაფინანსებისა და რეგულირების მხრივ. ლიბერალური მოდელის ყველაზე „ექსტრემალური“ მაგალითი, ცხადია, ამერიკის შეერ-

11 პიკარი (1984) საგაზეთო ინდუსტრიაში სახელმწიფოს ფინანსური ინტერვენციის ბაზისურ ფორმებს აღწერს. ის ასევე ცდილობს, დააჯგუფოს სახელმწიფოები ამ ინტერვენციის ხარისხის მიხედვით, თუმცა არც ისე წარმატებულად, რადგან მისი მეთოდოლოგია მხოლოდ სახელმწიფოს დახმარების კონკრეტული გამოვლინების არსებობას ან არარსებობას ეყრდნობა და არა მის მასშტაბს ან პოლიტიკას, რომელიც ასეთ ალოკაციას განსაზღვრავს (რამაც, მაგალითად, ხელისუფლებას პოლიტიკური მხარდაჭერის ან ოპონირების სანაცვლოდ კონკრეტული გაზეთის წახალისების ან დასჯის საშუალება მისცეს).

თებული შტატებია, სადაც პირველი შესწორების უნიკალური საკანონმდებლო უპირატესობა ზღუდავს რეგულირების ფორმების უმეტესობას, რაც ევროპაშია დამკვიდრებული. თუმცა, ჩვენ ვნახავთ, რომ სახელმწიფოს როლი შეერთებულ შტატებშიც თავისებურად მნიშვნელოვანია. ამასთანავე მცირედი ვარიაციებია სხვადასხვა სისტემაში ჩამოყალიბებული კონკრეტული მედია პოლიტიკის ნაზავში, რომელიც, როგორც წესი, მჭიდროდაა დაკავშირებული საზოგადოებისა და სახელმწიფოს ურთიერთმიმართების ფართო მოდელთან, რაზეც ჩვენ მომდევნო თავში ვიმსჯელებთ. სისტემები ასევე მედია რეგულაციების ეფექტიანობის მიხედვითაც განსხვავებულია: მედიაში სახელმწიფოს შეზღუდული როლი შეიძლება გააზრებული, ბაზრის კანონებზე მორგებული მიდგომიდან გამომდინარეობდეს ან განპირობებული იყოს პოლიტიკური სისტემის უუნარობით – დაამკვიდროს და განახორციელოს მედია პოლიტიკა. ეს ფენომენი, როგორც ჩვენ ვნახავთ, განსაკუთრებით დამახასიათებელია სამხრეთ ევროპის უახლოესი ისტორიისთვის. თრაქუინა (1995) მას „ველური დერეგულირების“ კატეგორიას მიაკუთვნებს.

მედია მფლობელობის, დაფინანსებისა და რეგულირების საკითხების გარდა, სახელმწიფო ყოველთვის მნიშვნელოვან როლს ასრულებს, როგორც ინფორმაციის წყარო და ახალი ამბების „პირდაპირი განმსაზღვრელი“ (ჰალი, 1978), რომელსაც საზოგადოებრივი თემატიკის დღის წესრიგის ჩამოყალიბებისა და ფორმირების უდიდესი გავლენა გააჩნია. თუმცა ეს ორი ფუნქცია ერთმანეთთან აუცილებელ კორელაციაში არ არის, რაც იმას ნიშნავს, რომ ცხადი არ არის, რომელ სისტემაში უფრო მეტად აქვს დღის წესრიგის „პირდაპირი განმსაზვრელის“ როლი სახელმწიფოს – ლიბერალურში თუ იქ, სადაც მფლობელობის, დაფინასებისა თუ რეგულაციების თვალსაზრისით სახელმწიფო ინტერვენცია უფრო ძლიერია.

დასკვნა

ჩვენ მიერ შემოთავაზებული ოთხი განზომილება ფარავს ყველა ძირითად ცვლადს, რომელიც დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილო ამერიკის მედიასისტემების შედარებისთვის არის რელევანტური, სულ მცირე მედიისა და პოლიტიკის თვალსაზრისით. ამ განზომილებებს ჩვენ განვიხილავთ, როგორც მედიასისტემის მახასიათებელ კლასტერებს, რომელთაც ერთობლიობაში ცვალე-

ბადობა ახასიათებთ. მაგალითად, ასეთია ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის და პოლიტიკური პარალელიზმის რამდენიმე კომპონენტი, რომელიც სრულყოფილებით და განჭვრეტადობით ყოველთვის არ გამოირჩევა; ასევე ის გარემოება, რომ ზოგიერთმა სისტემამ ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის კომპონენტი შესაძლოა, უფრო საფუძვლიანად განავითაროს, ვიდრე სხვამ; ან სახელმწიფომ გარკვეულ საკითხებთან მიმართებაში მნიშვნელოვანი როლი შეასრულოს და უგულებელყოს სხვა საკითხები. თითოეულ განზომილებას შესაძლოა, კიდევ სხვა შესატყვისი აქვს (მაგალითათ, ახალი ამბების შინაარსთან), რომელთა იდენტიფიცირება შემდგომ კვლევას საჭიროებს. ჩვენ ასევე მიგვაჩნია, რომ ოთხივე განზომილება, საბოლოო ჯამში ერთმანეთს არ ექვემდებარება. ეს მიდგომა ჩვენ ჟურნალისტური პროფესიონალიზმისა და პოლიტიკური პარალელიზმის მაგალითზე ცხადად ჩამოვაყალიბეთ: ისინი ერთმანეთზე დიდ გავლენას ახდენენ, თუმცა ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად ვარირებენ. ვფიქრობთ, რომ ორ დანარჩენ განზომილებასთან მიმართებაშიც იგივე ხდება. იმედი გვაქვს, რომ შემდგომი ანალიზი, ჩვენ მიერ შემოთავაზებულ ჩარჩოს უფრო დამაჯერებელს გახდის, თუმცა ცხადია, რომ საჭიროა მეტი კვლევა, რათა ის უფრო სრულფასოვნად შეფასდეს.

მომდევნო თავში წარმოდგენილია პოლიტიკური სისტემის ის მთავარი განზომილება, რომელსაც ჩვენ მედიისა და პოლიტიკის შედარებითი ანალიზისთვის არსებით შემადგენლად მივიჩნევთ. ამავე თავში გამოვყოფთ რამდენიმე ჰიპოთეზას წარმოდგენილი ცვლადებისა და მედიასისტემების ჩვენ მიერ შემოთავაზებული განზომილების ურთიერთ მიმართებაზე.

3

მედიასისტემების პოლიტიკური კონტექსტი

I თავში ჩვენ შემოგთავაზეთ მოსაზრება, რომ მედიასისტემები პოლიტიკური ისტორიის, სტრუქტურისა და კულტურის ფართო კონტექსტის გავლენით ყალიბდება. ამ ნაწილში ჩვენ პოლიტიკური სისტემების იმ პრინციპულ მახასიათებლებზე ვიმსჯელებთ, რომელთაც მედია ინსტიტუტების სტრუქტურაზე გავლენის მოხდენა შეუძლიათ. შედარებითი პოლიტიკისა და პოლიტიკური სოციოლოგიის ლიტერატურიდან იმ კონცეფციებს დავესესხეთ, რაც ჩვენი აზრით, მედიასისტემების ევოლუციის გაგებაში დაგვეხმარება. ამ კონცეფციებზე ჩვენ შედარებით მოკლედ შევჩერდებით და ბოდიშს მოვუხდით ამ სფეროს სპეციალისტებს იმ მსჯელობისათვის, რომელიც მათ ძალზედ გამარტივებულად შეიძლება მოეჩვენოთ; ამასთანავე, მედია მკვლევრებს იმისთვის, რომ უცნობი კონცეფციების მიმოხილვა შესაძლოა, მეტისმეტად ნაჩქარევად მიიჩნიონ. იმედი გვაქვს, რომ მეცნიერთა ორივე ჯგუფისთვის ჩვენი მსჯელობა და კონცეფცია უფრო დასაბუთებული მას შემდეგ გახდება, რაც მათ კონკრეტული საქმეების ანალიზისას მოვუხმობთ. ამავე თავში ჩვენ რამდენიმე ჰიპოთეზას აღვწერთ, რომლებიც პოლიტიკური სისტემების ცვლადებისა და მედიასისტემების ცვლადების ურთიერთკავშირის კვლევისას გამოვყავით. ამ თავის ბოლო ნაწილში ჩვენ წარმოგიდგენთ არგუმენტებს იმის თაობაზე, რომ პოლიტიკური და მედიასისტემების განვითარებაზე გავლენას საერთო ისტორიული ფესვები ახდენს, რაც მნიშვნელოვანი ფაქტორია მათ შორის არსებული კავშირების გასააზრებლად. ყველა წარმოდგენილი არგუმენტი კონკრეტული სისტემის განვითარების ხანგრძლივი ანალიზის შედეგია.

პოლიტიკური სოციოლოგიისა და შედარებითი პოლიტიკის ჩვენ მიერ მოხმობილი კონცეფციები უმეტესწილად მედია კვლევების მიზნით არ შემუშავებულა და ამდენად, მათი შერჩევისა და ადაპტაციის მეთოდოლოგია დარგის მკვლევრებს შესაძლოა, უცნაურად მოეჩვენოთ, თუმცა ჩვენ ამ ადაპტაციის მართებულობის დასაბუთებას შემდეგომ ანალიზში ვეცდებით. მედიასისტემების

შედარებითი კვლევის ერთ-ერთი სერიოზულ გამოწვევას შედარებითი პოლიტიკის კვლევის ჩარჩოდან ისეთი ელემენტების შერჩევა წარმოადგენს, რომლებიც მედიის ანალიზისთვის რელევანტური და ჩვენს კონცეპტუალურ მიზნებთან ადაპტირებადი იქნება.

გარკვეული თვალსაზრისით, პოლიტიკური სისტემის ცვლადებს, რომელთაც ჩვენ პოლიტიკური და მედიასისტემების ურთიერთობის ანალიზის კონტექსტში განვიხილავთ, „დამოუკიდებელი ცვლადებიც" შეიძლება ვუწოდოთ, რადგან მათი უმეტესობა ზოგადია და სოციალური სტრუქტურისა და კულტურის გაგრძელებაა, რაც მედიასისტემების მახასიათებელია და ჩვენ ამაზე უკვე ვისაუბრეთ. როგორც პირველ თავში აღვნიშნეთ, მედია და პოლიტიკური სისტემების კავშირს ჩვენ უფრო თანაევოლუციის ჭრილში განვიხილავთ, ვიდრე მკაფიოდ გამოკვეთილ მიზეზ-შედეგობრივ მოვლენათა წყობას. ცხადია, პოლიტიკურ ინსტიტუტებზე მედიასისტემის შედარებითი გავლენა, ასევე საპირისპირო გავლენა, შესაძლოა, ისტორიულად იცვლებოდეს, როდესაც გარკვეულ მონაკვეთებში პოლიტიკური ინსტიტუტები მედიაზე დომინირებენ, სხვა დროს კი მედიასისტემები უფრო დამოუკიდებელია (ან მეტად ექვემდებარება ეკონომიკურ გავლენებს) და მეტი ავტონომიური გავლენა აქვს პოლიტიკურ სამყაროზე. ამ საკითხებს უფრო დეტალურად მე-8 თავში განვიხილავთ.

ინტერაქცია ეკონომიკურ ცვლადებთან

წინამდებარე თავში ჩვენ წარმოგიდგენთ რამდენიმე ჰიპოთეზას იმასთან დაკავშირებით, თუ რამდენადაა დაკავშირებული პოლიტიკური ცვლადები მედია ცვლადებთან. გასათვალისწინებელია, რომ ურთიერთობის წარმოდგენილი აღწერა საკმაოდ უხეშია და მედია და პოლიტიკური სისტემების მახასიათებლების ზედმიწევნით ზუსტ ურთიერთმიმართებას არ წარმოადგენს. ამას თავისი ახსნა აქვს: ერთი მხრივ, რეალური პოლიტიკური სისტემის უაღრესად კომპლექსური ხასიათის გამო და მეორე მხრივ, იმის გათვალისწინებით, რომ პოლიტიკური ცვლადები კავშირშია რამდენიმე სხვა გავლენასთან, რაც, თავის მხრივ, მედიასისტემებზე აისახება. მედია ძალზედ მნიშვნელოვანი თვალსაზრისით პოლიტიკურ ინსტიტუტად შეგვიძლია მივიჩნიოთ, თუმცა ამავდროულად (და ეს ტენდენცია მზარდია) ის ბიზნესიცაა და მას

მრავალი ეკონომიკური ფაქტორი აყალიბებს.[12] წინა თავში უკვე აღვნიშნეთ მედია ბაზრის სტრუქტურის ზოგიერთი მნიშვნელოვანი მახასიათებელი, რომელიც ჩვენი ანალიზისათვის აქტუალურია: მაგალითად ის, რომ პრესის საერთო ნაციონალური ბაზარი მეტად შეესატყვისება გარე პლურალიზმს, ვიდრე ლოკალური ბაზრები. შედარებითი ანალიზის კონცეპტუალური ჩარჩოს შესამუშავებლად და ამ ფაქტორების გასააზრებლად, შედარებით მცირე სამუშაოა გაწეული, თუმცა ჩვენ ამ სიცარიელის შევსებას არ შევეცდებით. ამასთანავე, ამ ფაქტორებთან დაკავშირებით, რამდენიმე რელევანტური მაგალითის მოხმობა სასარგებლო იქნება.

ერთ-ერთი ასეთი უაღრესად მნიშვნელოვანი ფაქტორი უდავოდ არის სარეკლამო ინდუსტრიის განვითარება, რომელიც, თავის მხრივ, მოხმარებისა და ბიზნესის სოციოლოგიის ისტორიულ მოდელს უკავშირდება. პილატი (1990:47), მაგალითად, გვთავაზობს დაკვირვებას იმ განსხვავებებზე, რაც ევროპასა და შეერთებულ შტატებს შორის არსებობს, სადაც მედიის მარკეტინგის მიზნით გამოყენება ადრეულ ეტაპზე საკმაოდ მძლავრად განვითარდა:

> „ევროპაში ბაზრებს ნაციონალური [კონტინენტალურისგან განსხვავებით] განზომილებები აქვთ, რაც ამერიკასთან შედარებით, მნიშვნელოვნად მცირეა: კულტურული თვალსაზრისით ეს მეტ ჰომოგენურობას გულისხმობს და შესაბამისად, შედარებით ნაკლებ მოტივაციას, კომუნიკაციის გზით, კოლექტიური ჩვევის სტანდარტიზირება მოხდეს. ამავე დროს, ხშირად ეს გარემოება ფირმების შესაძლებლობებს ზღუდავს და განზომილებას უფრო მოკრძალებულს ხდის, რაც მსხვილ ბიზნეს ორგანიზაციებთან შედარებით გაცილებით ნაკლებ სარეკლამო შემოსავლებს გულისხმობს. ბრენდინგი შესაძლებელს ხდის შემცირდეს ან განეიტრალდეს რისკები და სისუსტეები, რაც ამერიკული ბიზნესის მასშტაბებს უკავშირდება: გაზრდი-

12 მედია ასევე არის კულტურული ინსტიტუტი. იმის გამო, რომ წინამდებარე წიგნის მთავარი ფოკუსი ახალი ამბების მედია და მედიის პოლიტიკურ სისტემებთან ურთიერთობაა, მისი პოლიტიკური კულტურა, სპეციფიკურად, სტრუქტურულ ფაქტორებთან დაკავშირებული ასპექტები, რაც რელევანტურია ჩვენს ანალიზთან, განხილულია აღნიშნულ თავში. შედარებითი ანალიზი კულტურულ ინდუსტრიაზე რომ მოგვემზადებინა, ბუნებრივია, სხვა კულტურული ფაქტორების გათვალისწინებაც მოგვიხდებოდა.

ლი კოორდინაციის ორგანიზაციული ხარჯები; ადგილობრივი უპირატესობის დაბალი დონე; ახალი პროდუქციის კვლევის მაღალი ფასები... გარკვეული პროდუქცია, რომელიც ტრადიციულად ინდუსტრიულ წარმოებაში არ შედის (დაწყებული ახალი სპაგეტით და ნაყინით, დამთავრებული პურით და გარეთ სადილით) უფრო ფართოდაა წარმოდგენილი ევროპაში. ასევე გასათვალისწინებელია ადგილობრივი მეწარმეები, რომლებიც კომერციულ ფაქტორებს (დისტრიბუციის კაპილარული ქსელები, ფასები) ეყრდნობიან და ინარჩუნებენ სამოქმედო პოტენციალს, მიუხედავად იმისა, რომ მათ მსხვილი დისტრიბუტორები ნაკლებად სწყალობენ."

პილატი აღნიშნავს, რომ ბრენდული მარკეტინგი მრავალმა კულტურულმა და ეკონომიკურმა ფაქტორმა წარმოშვა და ამდენად, რეკლამამ ევროპული ბიზნესისთვის ნაკლებად ცენტრალური ფუნქცია შეიძინა, რამაც, თავის მხრივ, გავლენა მედიის განვითარებაზე სხვადასხვა თვალსაზრისით მოახდინა. შესაძლოა, ნაწილობრივ ამითაც აიხსნებოდეს დასავლეთ ევროპაში საზოგადოებრივი მაუწყებლობის უპირატესობა.

მეორე ფაქტორი, ვფიქრობთ, კაპიტალის კონცენტრაციის ხარისხია, როგორც მედია ინდუსტრიაში, ასევე ზოგადად ეკონომიკაში. როგორც ჩანს, იქ, სადაც კაპიტალის მაღალი კონცენტრაციაა, სახელმწიფოსა და მედია მფლობელებს შორის ურთიერთკავშირის შედარებით მაღალი ხარისხია. ეს შესაძლოა, გამოიხატოს, როგორც სუბსიდირებისა და რეგულაციების სახით ან კლიენტერისტული კავშირებით, ფარული ალიანსებით და სხვა ფაქტორებით, როცა მედიაზე გარე ბიზნეს ინტერესების ზემოქმედების ტენდენცია ყალიბდება. მე-5 თავში ჩვენ ვნახავთ ესპანეთის მაგალითს, სადაც ბანკების ერთმა მცირე ჯგუფმა, რომელიც ქვეყანაში არსებული კაპიტალის დიდ ნაწილს განკარგავდა, მედიაზეც მოიპოვა დიდი გავლენა.

ამ თავის დასაბალანსებლად, ჩვენ მედიასისტემების პოლიტიკურ კონტექსტზეც გავაკეთებთ აქცენტს.

სახელმწიფოს როლი

ის განსხვავებული ფუნქციები, რაც სახელმწიფომ, როგორც მედიის მფლობელმა, მარეგულირებელმა და დამფინანსებელმა

შეიძლება შეასრულოს, უშუალო კავშირშია იმ ზოგად განსხვავებებთან, რომელსაც სახელმწიფო საზოგადოებაში ასრულებს. ბაზისურ დონეზე, შესაძლებელია, განვასხვავოთ *ლიბერალური დემოკრატიები* – აშშ, როგორც ამის ყველაზე მკაფიო მაგალითი და *სოციალურად ორიენტირებული დემოკრატიები*, რომლებიც მეტწილად კონტინენტური ევროპის ქვეყნებში დომინირებს. ცხადია, რომ ეს განსხვავებები აბსოლუტური ხასიათის არ არის, რადგან კაპიტალისტური დემოკრატიების ქვეყნებში სახელმწიფოს მნიშვნელოვანი, თუმცა ლიმიტირებული როლი აკისრია. ღრმა დიქოტომია არ სჭირდება იმ განსხვავებების დანახვას, რომელთა შუქჩრდილები საკუთრივ ევროპულ ქვეყნებში იჩენს თავს. ამის მაგალითია იგივე შვეიცარია, რომელიც შვედეთის, ნორვეგიის და მეზობელი ავსტრიისაგან განსხვავებით, უფრო ლიბერალური მოდელის ჯგუფის ქვეყნებისაკენ იხრება. თუმცა შეერთებული შტატების პრაქტიკას, სადაც სახელმწიფოს როლი მკაფიოდ რეგლამენტირებულია და ევროპის ტრადიციებს შორის, სადაც სახელმწიფო ინტერვენცია უფრო ძლიერია, სხვაობა მკაფიოა, რაც სახელმწიფოსა და მედიასისტემების ურთიერთობებზე ძლიერად აისახება. სახელმწიფო ისევე იღებს ტელევიზიებისა და მნიშვნელოვანი ხარისხით პრესის დაფინანსებაზე პასუხისმგებლობას, როგორც ჯანდაცვაზე, უმაღლეს განათლებაზე, კულტურულ ინსტიტუტებზე (მაგალითად, სიმფონიურ ორკესტრებსა და ოპერაზე), ხშირად კი პოლიტიკურ პარტიებსა და ეკლესიებზე. მედიას მეოცე საუკუნის ევროპაში, უპირველეს ყოვლისა, სოციალურ ინსტიტუტად განიხილავენ და მხოლოდ მეორე რიგში, ან საერთოდაც არა – ბიზნესად. როგორც კაპიტალსა და მშრომელთა შორის წარმოშობილი დავების მედიაციაში, ჯანდაცვისა და ნაციონალური ინდუსტრიის ხელშეწყობაში მოელიან ევროპაში სახელმწიფოს ჩარევას, ასევე დასაშვებად მიიჩნევა მედიაბაზარზე ინტერვენცია საერთო ამოცანების მისაღწევად: როგორიცაა: პოლიტიკური პლურალიზმით და დემოკრატიული ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებით დაწყებული, რასობრივი ჰარმონიითა და ეროვნული ენების, კულტურის შენარჩუნებით დასრულებული (დალი და ლინდბლომი 1976; გუსტაფსონი 1980). განსხვავება შეერთებულ შტატებსა და ევროპის პრაქტიკას შორის სახელმწიფოს ინტერვენციის ხარისხის თვალსაზრისით, სოციალური ცხოვრების ყველა სხვა ასპექტთან შედარებით, ალბათ ყველაზე მკაფიოდ გამოხატული მედიაშია, რადგან ამერიკული სამართლებრივი ტრადიცია უზრუნველყოფს პრესის თავისუფლებას იმ

კონცეფციაზე დაყრდნობით, რომ კერძო მოთამაშეებს სახელმწიფო ჩარევისგან თავისუფლებას ანიჭებს და თავისუფლების ამ იდეას სხვა სოციალურ ღირებულებებზე მაღლა აყენებს. განსხვავების კიდევ ერთი მკაფიო ილუსტრაცია ის არის, რომ ევროპულ ქვეყნებში ძირითადად პოლიტიკური კომუნიკაციის რეგულირება ხორციელდება: ბევრი ფასიან პოლიტიკურ რეკლამაზე შეზღუდვას აწესებს; ზოგიერთი კამპანიების ხანგრძლივობაზე ლიმიტს; საზოგადოებრივ და ზოგჯერ კომერციულ ტელევიზიებშიც პოლიტიკოსებისთვის გამოყოფილი დროის რეგულირებაც მოქმედებს. შეერთებულ შტატებში ასეთი საკითხები სასამართლოს მიერ *პირველი შესწორების* ხელყოფად განიხილება.

აქტიური სახელმწიფოს ევროპულ ტრადიციას ღრმა ისტორიული ფესვები აქვს. ეს ტრადიცია არისტოკრატიული მმართველობის პრელიბერალური და უფრო მოგვიანებით წარმოშობილი მოდერნული სოციალური დემოკრატიის ტრადიციებიდან მომდინარეობს. მედია სივრცეში, ისევე, როგორც სხვა სფეროებში, ის ავტორიტარიზმისა და პატერნალისტიკის, მეტი ჩართულობისა და პლურალიზმის ელემენტებს მოიცავს. ბრიტანეთში ოფიციალური საიდუმლოების შესახებ აქტი და ესპანეთის მთავრობის ინტერვენცია მედია მფლობელობაში – პირველი ელემენტის მაგალითებია. თუმცა შვედეთში პრესის ომბუდსმენის ინსტიტუტი და საზოგადოებრივი მაუწყებლის საბჭოს სოციალური ჯგუფებით დაკომპლექტების გერმანული მოდელი ბოლო ელემენტების ილუსტრაციად გამოდგება. თუმცა ვხვდებით ორივე ელემენტის კომბინირებასაც ბევრ ინსტიტუციურ სტრუქტურასა და პრაქტიკაში, რისი მაგალითიცაა ფრანგული კანონმდებლობა, რომელიც უცხო ენაზე წარმოებულ შინაარსს არეგულირებს.

გარდა სოციალურად ორიენტირებული და ლიბერალური დემოკრატიების პრაქტიკებს შორის არსებული სხვაობებისა, შესაძლოა, საზოგადოებაში სახელმწიფოს როლის შესახებ სხვა განსხვავებების მოხმობაც. კაცენშტეინი (1995), მაგალითად, შეერთებული შტატებისა და ბრიტანეთის ლიბერალიზმის, იაპონური და ფრანგული სტატიზმის, ევროპის მცირე სახელმწიფოებისა და ნაწილობრივ გერმანიის კორპორატიზმის სამი სახის განსხვავებებს აღწერს. ამ განსხვავებებს ჩვენ დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელის აღწერის დროს მივუბრუნდებით. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ჩვენი კვლევის ობიექტებიდან სამი ქვეყანა, საბერძნეთი, ესპანეთი და პორტუგალია ავტორიტარული მმართველობიდან დემოკრატიულზე არცთუ დიდი ხნის წინ

გადავიდა. მათ წლების განმავლობაში სოციალური დემოკრატიის არარსებობის პირობებში სტატიზმი ახასიათებდათ, ანუ ეკონომიკასა და ზოგადად საზოგადოებაში სახელმწიფოს ძლიერი როლი და იმავდროულად, არასოციალურად ორიენტირებული სახელმწიფო. ამ ისტორიული გამოცდილებისა და კლიენტელიზმის კომბინაცია, რომელსაც შემდგომში განვიხილავთ, სამხრეთ ევროპის ქვეყნებს ისტორიულად მნიშვნელოვნად განასხვავებს.

კონსენსუსი vs. მაჟორიტარული დემოკრატია

კონსენსუსის და მაჟორიტარულ დემოკრატიებს შორის ლიუპარტის (1984;1999) მიერ შემოთავაზებული განსხვავებები შედარებითი პოლიტიკის კვლევებში ფართოდ გამოიყენება და ის არსებითია პოლიტიკური და მედიასისტემების ურთიერთმიმართების გასაგებად, განსაკუთრებით იმ ბოლო ფორმულირებაში, რომელსაც თავად ლიუპარტი აღმასრულებელი პარტიების განზომილებას უწოდებს. ლიუპარტის კონტრასტული მოდელი 3.1 ცხრილშია მოცემული.

მაჟორიტარიანიზმი – როგორც ამას ლიბერალურ სისტემაზე საუბრისას მე-7 თავში განვიხილავთ, სადაც ეს მოდელი დომინირებს – ასოცირდება ჟურნალისტების სწრაფვასთან, იყვნენ საზოგადოების ნეიტრალური მსახურები და არა კონკრეტული პოლიტიკური ტენდენციის ან სოციალური ჯგუფის ინტერესების გამხმოვანებლები, რომლებსაც შიდა პლურალიზმი უფრო აქვთ განვითარებული, ვიდრე გარე. თუმცა დავინახავთ იმასაც, რომ ბრიტანული პრესა ამ ჯგუფში საგრძნობლად განსხვავებულია. მაჟორიტარული დემოკრატიის ხანგრძლივი ტრადიციის მქონე ქვეყნების პოლიტიკური კულტურის ნაწილი ისიცაა, რომ პარტიები არა საზოგადოების კონკრეტული სეგმენტის საგრძნობი მხარდაჭერის მოსაპოვებლად იბრძვიან, არამედ მათი ამოცანაა, მთელი ერი წარმოადგინონ და შესაძლოა, სწორედ ამიტომაცაა ნეიტრალური პროფესიონალიზმი მაჟორიტარული სისტემისთვის უფრო ბუნებრივი ცნება. ასევე, მაჟორიტარიზმის მახასიათებელია, მოიცვას ყველა პარტია, რომელსაც ბუნდოვანი იდეოლოგიური იდენტობა აქვს, საზოგადოების ფართო ფენებში სოციალურ დაყოფაზე აპელირებს, რაც მეტად ახასიათებს ამერიკის საპრეზიდენტო სისტემას, ვიდრე ბრიტანეთის *ვესტმინსტერულს*. სადაც პარტიული *ყოვლისმომცველობა* დომინირებს, უნდა ვივარაუდოთ, რომ იქ *ყოვლისმომცველი* მედიაც ვითარდე-

ცხრილი 3.1. კონსესუსი vs. მაჟორიტარული პოლიტიკა

მაჟორიტარული პოლიტიკა	კონსენსუსის პოლიტიკა
1. გამარჯვებული პარტია ძალაუფლების კონცენტრირებას ახდენს	ძალაუფლების გაყოფა
2. კაბინეტის დომინირება	ძალაუფლების გაყოფა კანონმდებელსა და აღმასრულებელს შორის
3. ორპარტიული სისტემა	მრავალპარტიული სისტემა
4. პლურალისტული საარჩევნო სისტემა	პროპორციული წარმომადგენლობა
5. მთავრობისა და ოპოზიციის მკაფიო გამიჯვნა	კომპრომისი და თანამშრომლობა ოპოზიციურ ძალებთან

ბა. მეორე მხრივ, კონსენსუსის სისტემები, როგორც წესი, მრავალპარტიულია და გარე პლურალიზმი (იმ სახით, როგორც წინა თავში აღვწერდით) პოლიტიკური პარალელიზმის სხვა მახასიათებლებთან ერთად, მრავალპარტიული მოწყობის მედიასისტემაშიც უფრო უნდა აისახებოდეს.

ყველაზე მკაფიო და პირდაპირი კავშირია კონსენსუსისა და მაჟორიტარულ სისტემებს ან, შეიძლება ასეც ვთქვათ, მაჟორიტარულ და მაუწყებლობის მართვის და რეგულირების სისტემებს შორის, რომლებიც იმავე მოდელებს მიჰყვებიან, რომლებიც საჯარო პოლიტიკის სხვა სფეროებშიც პრივალირებენ. კონსენსუსის სისტემაში პოლიტიკის ყველაზე ბაზისური მახასიათებელი ძალაუფლების გაყოფაა და მაუწყებლობის მართვაში ძალაუფლების გაყოფის ყველაზე მკაფიო მაგალითიც კონსენსუსის მოდელის ქვეყნებში შეიძლება ვიპოვოთ, იქნება ეს საპარლამენტო მოდელი (იტალია, ბელგია) თუ სამოქალაქო/კორპორატისტული მოდელი (ნიდერლანდები, გერმანია).

მაჟორიტარულ სისტემებთან მიმართებაში ჰამფრი (1996:11) ამტკიცებს, რომ „შესაძლოა, გვქონდეს მოლოდინი, რომ საზოგადოებრივ მფლობელობაში მყოფი მედია უფრო ადვილად მოექცევა დომინანტური პოლიტიკური ტენდენციის გავლენის ქვეშ". მართლაც, რასაც ჩვენ მაუწყებლობის რეგულირების „სამთავრობო მოდელს" ვუწოდებთ, როგორც წესი, მაჟორიტარულ სისტემებში

გვხვდება: რისი ილუსტრაციაცაა საფრანგეთი 80-იან წლებამდე და თანამედროვე ესპანეთი, პორტუგალია და საბერძნეთი. ხშირად მაუწყებლობის მართვის ერთი და იგივე ინსტიტუციონალური მოწყობა სხვადასხვა შედეგით მთავრდება, როგორც კონსენსუსის, ისე მაჟორიტარულ სისტემებში: პარლამენტის მიერ მმართველი საბჭოს პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპით დანიშვნა კონსენსუსის სისტემებში ძალაუფლების გაყოფით სრულდება და იტალია ამის მაგალითია; ან მაჟორიტარულ სისტემაში ეფექტიან სამთავრობო კონტროლში გადაიზრდება, როგორც ეს ესპანეთში მოხდა. ჰამფრი ასევე აღნიშნავს, რომ მაჟორიტარული სისტემის კვინტესენციური ქვეყნის – ბრიტანეთის – ვესტმინსტერული მოდელი იმით არის გამორჩეული, რომ მასში უმრავლესობის მიერ მაუწყებლის დაქვემდებარება კი არ ხდება, არამედ პოლიტიკური კონტროლისგან მაუწყებლის გამიჯვნა. არსებული მოდელისგან ასეთი გადახრა ძირითადად ბრიტანეთში შეზღუდული სახელმწიფოს ძლიერ ლიბერალურ ტრადიციას უკავშირდება.

რეალურად ჩანს, რომ მაუწყებლობის მმართველობის პროფესიული მოდელი მეტწილად მაჟორიტარიზმთან ასოცირდება. პლურალისტურ პოლიტიკურ სისტემაში პოლიტიკური უმრავლესობის მიერ მაუწყებლობის პირდაპირი კონტროლი ძნელად შესაძლებელია. ის თითქმის ყოველთვის სერიოზულ პოლიტიკურ კონფლიქტს წარმოშობს და მედიასისტემისადმი ნდობის ხარისხს ხელყოფს. საწყის ეტაპებზე ევროპული ქვეყნების უმეტესი მაუწყებლობები სამთავრობო მოდელის მსგავსი იყო, თუმცა დროთა განმავლობაში ალტერნატივებიც გამოიკვეთა. ერთ-ერთი ასეთი ალტერნატივა ძალაუფლების განაწილება იყო, თუმცა ის მაჟორიტარული სისტემის პოლიტიკურ სტრუქტურასა და კულტურასთან მოდიოდა კონფლიქტში. შესაბამისად, ვითარებიდან ლოგიკური გამოსავალი პროფესიონალური მოდელი უნდა ყოფილიყო. ამ მოდელს კანადა და ირლანდია შეესატყვისება. მას მეტ-ნაკლებად მიესადაგება შვედეთიც, სადაც კონსენსუსისა და მაჟორიტარიზმის კომბინაციას ვხვდებით, თუმცა მეოცე საუკუნის ოციანი წლებიდან მოყოლებული, შვედეთი უპირატესად ერთპარტიული მთავრობის მმართველობით ხასიათდება და ბრიტანეთის მსგავსად, პოლიტიკისა და მაუწყებლობის გამიჯვნის მაღალი ხარისხით გამოირჩევა. ამდენად, ჩვენ ვთვლით, რომ მაჟორიტარულ სისტემებში, სადაც მაუწყებლობა სამთავრობო მართვითა და რეგულირებით დაიწყო და დროთა განმავლობაში,

როგორც ჩანს, მაუწყებლობის პროფესიული მოდელი განვითარდა. ამას იმანაც შეუწყო ხელი, რომ ხელისუფლებებს ესმოდათ, რომ ისინი შეუცვლელები არ არიან, არსებობს მათი ალტერნატივები, მაუწყებლობის მუდმივ კონტროლზე ფიქრი უსაფუძვლოა და ერთხელაც ოპოზიციაში მოხვდებიან და მათთვის კონტროლირებადი მაუწყებელი სასურველი პარტნიორი არ იქნება.

ინდივიდი vs. ორგანიზებული პლურალიზმი; ლიბერალიზმი vs. კორპორატიზმი

ერთ-ერთი განზომილება, რომელიც მაჟორიტარულ და კონსენსუსით მართვას შორის არსებულ ლიპარტისეულ განსხვავებას უკავშირდება, ინტერესთა ჯგუფების პოლიტიკური მნიშვნელობაა. „მაჟორიტარული დემოკრატიის ტიპური ინტერესთა ჯგუფების სისტემა არის დამოუკიდებელი ჯგუფების კონკურენტული და არაკოორდინირებული პლურალიზმი, კორპორატიზმის კოორდინირებული და კომპრომისზე ორიენტირებული სისტემისგან განსხვავებით, რაც კონსენსუსის მოდელისთვისაა დამახასიათებელი“, – აცხადებს ლიუფჰარტი (1999:171). ჩვენ ამ სხვაობას იმ სისტემებს შორის უფრო ფართო კონტრასტს დავუკავშირებთ, სადაც, ერთი მხრივ, პოლიტიკური წარმომადგენლობა აღქმული და ორგანიზებულია სამთავრობო ინსტიტუტებსა და ინდივიდუალურ მოქალაქეებს შორის ურთიერთობის თვალსაზრისით, მრავალმხრივ, დაპირისპირებულ სპეციალურ ინტერესებთან“ ერთად, რასაც ჩვენ *ინდივიდუალიზირებულ* პლურალიზმს ვუწ„ოდებთ და მეორე მხრივ, *ორგანიზებულ პლურალიზმთან*, *სადაც* ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებს პოლიტიკურ პროცესში ცენტრალური ადგილი უკავიათ. ორგანიზებული პლურალიზმის სისტემებს ახასიათებს მკაცრად ინსტიტუციონალიზებული სოციალური ჯგუფები, რომლებიც საზოგადოების სხვადასხვა სეგმენტს წარმოადგენენ და ხშირად ფართო საზოგადოებასთან მათი წევრების მედიაციაში ცენტრალურ როლს ასრულებენ და შესაძლოა, ფორმალურად იყვნენ ჩართული საჯარო პოლიტიკის წარმართვის პროცესში. ორგანიზებული პლურალიზმის საუკეთესო მაგალითია მე-20 საუკუნის დასაწყისიდან შუა ხანებამდე ნიდერლანდებში დომინანტი „პილარიზებული“ სისტემა, სადაც სხვადასხვა ჯგუფმა – პროტესტანტებმა, კათოლიკეებმა, სოციალისტებმა და ლიბერალებმა საკუთარი საგანმანათლებლო, კულტურული, სოციალური და პოლიტიკური ინსტიტუტები

განავითარეს – სპორტული კლუბებით დაწყებული და პროფკავშირებით და პოლიტიკური პარტიებით დამთავრებული. კათოლიკურმა და კომუნისტურმა სუბკულტურებმა იტალიაში ანალოგიურად განავითარეს ორგანიზაციული სტრუქტურის ძალზე მჭიდრო ქსელი, რომელზეც ინდივიდები დიდწილად იყვნენ დამოკიდებული დასვენებითა და კულტურით დაწყებული, სამუშაო ადგილებითა და სახელმწიფო სერვისებით დამთავრებული. იმ შემთხვევებს, როდესაც ორგანიზებული ქვეთემები სოციალური ცხოვრების უდიდესი ნაწილის სტრუქტურირებას ახდენენ და სოციალური ინსტიტუტები მათ მიერ არის გამიჯნული, როგორც ეს ნიდერლანდებში, 1960 წლამდე იყო დამკვიდრებული – შედარებითი პოლიტიკის ლიტერატურა *სეგმენტირებულ პლურალიზმს* მიაკუთვნებს.

პოლიტიკურ პროცესში სოციალური ჯგუფების ფორმალურ ინტეგრირებას *კორპორატიზმს* უწოდებენ. როგორც კაცენშტეინი (1985:32) ამტკიცებს, ევროპის პატარა ქვეყნებმა, განსაკუთრებით სკანდინავიამ, ასევე ჰოლანდიამ, ბელგიამ, ლუქსემბურგმა და შვეიცარიამ მეოცე საუკუნის ოციან წლებში განავითარეს პოლიტიკური ფორმა, რომელიც სამი მახასიათებლით გამოირჩეოდა: ეროვნულ დონეზე გამოხატული სოციალური პარტნიორობის იდეოლოგია; მეტ-ნაკლებად ცენტრალიზებული და კონცენტრირებული ინტერესთა ჯგუფები; დაპირისპირებული მიზნების ნებაყოფლობითი და არაფორმალური კოორდინირება ინტერესთან ჯგუფებს, ინტერესთა ჯგუფების, სახელმწიფო ბიუროკრატიასა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის განგრძობითი პოლიტიკური ვაჭრობის გზით. კაცენშტეინი *დემოკრატიული კორპორატიზმის* ამ ფორმას, რომელიც მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდში, მნიშვნელოვანწილად გერმანიაში და ავსტრიაში განვითარდა, *ლიბერალიზმისაგან* მიჯნავს. მე-6 თავში ჩვენ ვეცდებით დავასაბუთოთ, რომ კორპორატიზმის მოდელის გაგება უაღრესად მნიშვნელოვანია ჩრდილოეთ და დასავლეთ-ცენტრალური ევროპის მედიასისტემების გასააზრებლად. სეგმენტირებული პლურალიზმისა და კორპორატიზმის მოდელებთან ასოცირებული სტრუქტურული ჯგუფები საგრძნობლად დანაწევრდნენ დასავლეთ ევროპის მნიშვნელოვან ნაწილში და სოციალური კუთვნილების უფრო ინდივიდუალიზირებული მოდელის მიმართულებით განვითარდნენ. თუმცა მათ უდიდესი როლი ითამაშეს ევროპის უმეტეს ნაწილში პოლიტიკური და მე-

დიასისტემების ჩამოყალიბებაში, პოლიტიკურ ცხოვრებაზე მათი გავლენა დღესაც საგრძნობია.

ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ სისტემები ხშირად იმისდა მიხედვითაც განსხვავდებიან, თუ რამდენად დომინანტურ როლს ასრულებენ პოლიტიკური პარტიები სხვა ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებთან შედარებით. პოლიტიკური პარტიების ძლიერი გავლენა დამახასიათებელია სისტემებისთვის, რომლებიც პოლარიზებული პლურალიზმისკენ არის მიდრეკილი. ამ სისტემას მომავალში უფრო დაწვრილებით განვმარტავთ. ასეთ სისტემებს ისტორიულად, შედარებით სუსტად განვითარებული სამოქალაქო სექტორი ახასიათებთ და პარტიები სწორედ ამ ვაკუუმის ავსებენ.

იქ, სადაც ორგანიზებული პლურალიზმი ძლიერად იყო განვითარებული, მედიაც ყოველთვის საგრძნობლად იყო ინტეგრირებული ჯგუფური წარმომადგენლობის ინსტიტუტებში. მაგალითად, დანიური „პილარიზებული“ სისტემა გულისხმობდა, რომ სხვადასხვა სუბკულტურულ ჯგუფებს საკუთარი გაზეთები და მაუწყებლობები უნდა ჰქონოდათ. ამდენად, ორგანიზებული პლურალიზმი მჭიდრო კავშირშია გარე პლურალიზმთან და პოლიტიკურ პარალელიზმთან: ამ დროს მედია პარტიებთან, პროფკავშირებთან და ეკლესიებთან არის დაკავშირებული და ჟურნალისტიკის არსი გაგებულია, როგორც კონკრეტული ჯგუფების და იდეოლოგიების გავრცელების ფუნქცია, რაც ყველაზე მკაფიოდ იმ საზოგადოებებში იჩენს თავს, რომელთაც ორგანიზებული პლურალიზმი ახასიათებთ. ასეთ საზოგადოებებს, იქნება ეს საპარლამენტო თუ სამოქალაქო/კორპორატისტული მოდელები, ახასიათებთ სისტემა, რომელსაც შეიძლება „მაუწყებლობის სისტემაში პოლიტიკა“ ვუწოდოთ, რადგან დემოკრატია სოციალური ინტერესების პირდაპირი წარმომადგენლობის უზრუნველყოფად არის გაგებული. საინტერესო ილუსტრაცია იმისა, თუ როგორ აისახება პოლიტიკური კულტურის განსხვავებები სამაუწყებლო პოლიტიკაზე, ბრიტანეთსა და სკანდინავიის ქვეყნებში სათემო რადიოების ლიცენზირების წესებია: ბრიტანეთი ეკლესიებისა და პარტიებისთვის ლიცენზირებას კრძალავს მაშინ, როდესაც სკანდინავიური ქვეყნები ასეთ შეზღუდვებს არ აწესებენ და პირიქით, ახალისებენ მათ ლიცენზირებას (დე ბენსი და პეტერსენი 1992). დაბოლოს, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ საზოგადოებებში, სადაც სოციალური ჯგუფების ცენტრალიზებული ორგანიზაციული წარმომადგენლობებია, მსგავსი ორგანიზაციები ჟურნა-

ლისტებსაც ექნებათ. შემდგომში ჩვენ ვნახავთ, რომ ჩრდილოეთ ევროპის დემოკრატიულ კორპორატისტულ საზოგადოებებში ჟურნალისტის პროფესიაც მკაცრად ორგანიზებულია.

რაციონალურ-ლეგალური ხელისუფლება და კლიენტელიზმი

მაქს ვებერის განსაზღვრების თანახმად, *რაციონალურ-ლეგალური ხელისუფლება*, როგორც მმართველობის ფორმა, ფორმალურ და უნივერსალურ წესებს ეყრდობა. ვებერის მიხედით, ამ სისტემის მახასიათებელი ინსტიტუტი ბიუროკრატიაა, რომელიც პარტიების, ინტერესთა ჯგუფებისა და ინდივიდუმებისგან დამოუკიდებელი ადმინისტრაციული აპარატია. იგი დადგენილი პროცედურების თანახმად მოქმედებს და მთელ საზოგადოებას ემსახურება. ავტონომიური ადმინისტრაციის საკვანძო მახასიათებლებს შორისაა საჯარო სამსახურის ფორმირება დამსახურების მიხედვით, ფორმალური წესებისა და პროცედურებისადმი ერთგულება და „კორპორატიული ერთობა", რაც დადგენილ რეგულაციებს აძლიერებს და ადმინისტრაციულ პროცესს გარეშე გავლენებისაგან იცავს. ავტონომიური ადმინისტრაციის ფორმირებისათვის გადამწყვეტი ფაქტორი ისეთი საჯარო სამსახურის შექმნაა, რომელიც ადმინისტრაციული პერსონალის შერჩევას, წახალისებას და შენარჩუნაბას უზრუნველყოფს და ამ პროცესს განსაკუთებული სტატუსის მქონე ჯგუფების გავლენისა თუ პარტიული პატრონაჟისაგან მიჯნავს. ისტორიულად, შეფტერის (1977) თანახმად, ბიუროკრატიის ავტონომიურობა შეერთებულ შტატებსა და ევროპაში სხვადასხვაგვარად არის ორგანიზებული. ზოგიერთ ქვეყანაში, ეს პროცესი მეჩვიდმეტე-მეთვრამეტე საუკუნეებში დაიწყო. ამ ქვეყნების მონარქებმა, არმიების გაფართოებასთან ერთად, მმართველი აპარატების შექმნის აუცილებლობა დაინახეს და შეეცადნენ, შეექმნათ „მოდერნული, ცენტრალიზებული ბიუროკრატიული სახელმწიფო, რათა ჩაენაცვლებინათ დეცენტრალიზებული standerstaat [რომელშიც ადმინისტრაციული თანამდებობები ტრადიციულად მიწათმფლობელებს ჰქონდათ მონოპოლიზებული]" (417). სხვა ქვეყნებში ეს პროცესი მეცხრამეტე საუკუნეში „რაციონალური ბურჟუაზიის" მიერ წარიმართა, რომელიც მოქნილ, კანონზე დაფუძნებულ მარეგულირებელ სისტემაზე იყო ორიენტირებული და თანამედროვე კაპიტალიზმის განვითარების დინამიური პროცესის უზრუნველყოფას შესაძლებელს ხდიდა. ბიუროკრატიასთან ერთად,

რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის საკვანძო ინსტიტუცია დამოუკიდებელი სასამართლო სისტემაა. ამ პროცესში კულტურული კომპონენტიც მნიშვნელოვანია, მაგალითად, რამდენად არიან მზად მოქალაქეები, ბიზნესი და სხვა აქტორები, დაიცვან კანონმდებლობა ან თავი აარიდონ მას და რამდენად ემსახურებიან საჯარო მოხელეები, ტექნიკური ექსპერტები ან ხელისუფლების სხვა წარმომადგენლები „საზოგადოებრივ ინტერესს", რომელსაც პარტიკულარულ ინტერესებზე მაღლა აყენებენ.

პოლიტიკური სტრუქტურის სხვა ელემენტების პარალელურად, რაციანალურ-ლეგალური ხელისუფლების განვითარების ყველაზე ნათელი და პირდაპირი იმპლიკაცია შესაძლოა, ვიპოვოთ საზოგადოებრივი მაუწყებლობების სისტემებში და კერძო მაუწყებლობის მარეგულირებელ სააგენტოებში, პრესის სუბსიდირების პრაქტიკაში და ა.შ. იქ, სადაც რაციონალურ-ლეგალური ხელისუფლება ძლიერადაა განვითარებული, ეს ინსტიტუტები, ისევე, როგორც სხვა საჯარო დაწესებულებები, სამთავრობო კონტროლისგან, პარტიებისა და კონკრეტული პოლიტიკოსების გავლენისაგან შედარებით ავტონომიურები არიან და მკაფიო წესებსა და პროცედურებს ექვემდებარებიან. თუმცა ეს უცილობლად იმას არ ნიშნავს, რომ მაუწყებლობის მმართველობა ფორმალურად ავტონომიურ, პროფესიულ მოდელს მისდევს. ჩვენ შემდგომში ვნახავთ, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის ჩრდილოეთ და ცენტრალური ევროპის ბევრ ქვეყანას ძლიერი რაციონალურ-ლეგალური ხელისუფლებები ჰყავთ, თუმცა „პოლიტიკაში მაუწყებლობის" მედიის რეგულირების მოდელს მისდევენ. ბიუროკრატია, რა თქმა უნდა, სრულიად ავტონომიური ვერ იქნება და არჩეული პოლიტიკური ჯგუფების მიმართ ვალდებულებები ექნება. ბიუროკრატიის ნეგატიური კონოტაცია იმითაც არის განპირობებული, რომ ზოგჯერ ადმინისტრაციული აპარატი ანგარიშვალდებულებას კარგავს. ყველა ბიუროკრატია, განსაკუთრებით უმაღლეს დონეზე, გარკვეული პოლიტიკური კონტროლისა და პოლიტიკური „შეღწევადობის" სუბიექტია (სულეიმანი 1984). მაგრამ იქ, სადაც ძლიერი რაციონალურ-ლეგალური ხელისუფლებაა, ეს პროცესი მეტ-ნაკლებად საჯარო სამსახურის პროფესიული ავტონომიურობით ბალანსდება. იგივე შეიძლება ითქვას, საზოგადოებრივ მაუწყებლებსა და ჟურნალისტებზეც. იმ ქვეყნებში, სადაც რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა ნაკლებად განვითარებულია (აქ ძირითადად სამხრეთ ევროპის ქვეყნები იგულისხმება) საზოგადოებრივ მაუწყებ-

ლებზე პარტიული გავლენა უფრო ძლერია და მარეგულირებელი ინსტიტუციებიც უფრო აქტიურები არიან.

რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა მედიასისტემებზე სხვა სახის, არაპირდაპირ გავლენასაც ახდენს. ლეგალურ-რაციონალური მმართველობის სისტემა კოდიფიცირებულ პროცედურებს და ინფორმაციას, ასევე ამ ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას საჭიროებს, რაც, თავის მხრივ, ჟურნალისტიკის განვითარებისათვის შედარებით ნოყიერ ნიადაგს ქმნის. ჰაბერმასი საჯარო სფეროს წარმომავლობაზე მსჯელობისას აღნიშნავს, რომ ფორმალიზებული საჯარო ადმინისტრირების ინსტიტუტი, მოქალაქეთა ფართო აუდიტორიამდე დადგენილებებისა და განცხადებების მიტანას საჭიროებდა, რამაც პრესის წარმოშობაში დიდი როლი ითამაშა (1989:21-2).

მედიის ინსტრუმენტალიზაცია იმ სახით, როგორც ჩვენ მას წინა თავში აღვწერდით, ძლიერი ლეგალურ-რაციონალური მმართველობის სისტემაში ნაკლებად იჩენს თავს: მედია მფლობელებს კონკრეტულ პოლიტიკურ პარტიებთან ნაკლებად მჭიდრო და სტაბილური ურთიერთობები აკავშირებთ და მედია საკუთრებას პოლიტიკაში ინტერვენციისათვის ნაკლებად იყენებენ. ადმინისტრაციული და სასამართლო ინსტიტუტების დამოუკიდებლობა და კანონზე დაფუძნებული საჯარო პოლიტიკა იმას მოასწავებს, რომ სისტემები, სადაც რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა ძლიერია, ბიზნესი დიდად არ არის დამოკიდებული კონკრეტული ხელისუფალის თვითნებურ გადაწყვეტილებაზე, რომელიც, მაგალითად, პოლიტიკურად აფელირებულ წარმოებას შეიძლება ანიჭებდეს უპირატესობას. მათი ბედი ასევე არ განისაზღვრება იმით, თუ რომელი პოლიტიკური ძალაა ხელისუფლებაში დროის კონკრეტულ მონაკვეთში. ეს იმას არ ნიშნავს, რომ ძლიერი ლეგალურ-რაციონალური სისტემის პირობებში ბიზნესს საჯარო პოლიტიკაზე გავლენა არა აქვს ან მისი ინტერესები უგულებელყოფილია: პირიქით, ლეგალურ-რაციონალურ სისტემაში ამ გავლენის ინსტიტუციონალიზება ხდება, იმავდროულად საზოგადოებაში არსებულ პოლიტიკურ ძალთა ბალანსის მიხედვით, პოლიტიკურ პროცესში სხვა ინტერესების ჩართვაცაა შესაძლებელი. ეს იმას ნიშნავს, რომ ბიზნესის მფლობელებს პარტიკულარული პოლიტიკური ალიანსების ნაკლები საჭიროება აქვთ, რაც, თავის მხრივ, მედია მფლობელებს პოლიტიკური პარტიებისგან დისტანცირებას უადვილებთ.

ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაციაც მეტად ახასიათებთ იმ სისტემებს, სადაც ლეგალურ-რაციონალური მმართველობა ძლიერია. ფაქტიურად, ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაცია სათავეს იმავე ისტორიული პროცესიდან იღებს, საიდანაც დამოუკიდებელი ადმინისტრაციული და სამართლებრივი სისტემები წარმოიშვნენ, კერძოდ, იმ ისტორიული ფაზიდან, რომელსაც „ბურჟუაზიულ რაციონალიზაციას“ უწოდებენ. განვითარების ამ პროცესმა ისტორიულად მრავალი თვალსაზრისით განაპირობა ურთიერთზემოქმედება. ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაცია ევროპასა და ჩრდოლოეთ ამერიკაში მეცხრამეტე საუკუნის მეორე ნახევარში დაიწყო, სადაც პროფესიონალიზაციის მოდელზე გადასვლა სოციალური ცხოვრების არაერთ სფეროში, მათ შორის საჯარო ადმინისტრირებისას დაიწყო. ჟურნალისტური და ადმინისტრაციული პროფესიონალიზმი ერთიან მსოფლმხედველობას ეფუძნება, მათ შორისაა, საერთო სიკეთის სამსახურზე ორიენტირებული ავტონომიური ინსტიტუციები და რაციონალურ ფაქტებზე ფოკუსირებული საჯარო დისკურსი. „ბიუროკრატია რაციონალური თვისების მატარებელია“, – წერდა ვებერი, „მის ქცევაში კანონები, საშუალებები, საბოლოო შედეგი და მშრალი ფაქტები დომინირებენ“ (გერდტი და მილერი 1946:244). იგივე შეიძლება ითქვას ინფორმაციაზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკის ახალ ფორმებზე. ბევრ შემთხვევაში ჟურნალისტები, რომლებიც მეტწილად პროგრესული საშუალო წრიდან იყვნენ გამოსული, აქტიურად იყვნენ ჩართულები რეფორმირების პროცესში, რომელმაც თანამედროვე მოდერნული ადმინისტრაციული სისტემების შექმნას შეუწყო ხელი. ამ სისტემებმა, თავის მხრივ, პოლიტიკურად „ნეიტრალური“ საინფორმაციო წყაროები წარმოშვა, რასაც შემდგომში ინფორმაციაზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკა დაეფუძნა. იგი დიდწილად საჯაროდ ხელმისაწვდომ პროცედურებსა და დოკუმენტებს დაეყრდნო, რაც ახალი ამბების დიდი ნაწილისთვის არსებითად იქცა.

პოლიტიკური კლიენტელიზმი ზემოთ აღწერილი მოდელის კონტრასტული ფორმაა, რომელიც მეოცე საუკუნის დიდ მონაკვეთში სამხრეთ ევროპაში დომინირებდა და რომლის მემკვიდრეობა, ჩვენი ღრმა რწმენით, კვლავ მნიშვნელოვანია ამ რეგიონის მედიასისტემის გასააზრებლად. კლიენტელიზმი სოციალური ორგანიზების ისეთ ფორმას განეკუთვნება, რომელშიც სოციალურ რესურსებზე წვდომა „პატრონების“ მიერ კონტროლდება და მისი გამოყენების საშუალება კლიენტებს პატივისცემისა და

მხარდაჭერის სხვადასხვა ფორმის სანაცვლოდ ეძლევათ (მუზელისი 1980, ეიზენშტადი და ლემარჩენდი 1981, რონიგერი და გიუნეშ-აიატა 1994, პიატონი 2001, ჰალინი და პაპათანასოპულოსი 2002). ეს სოციალური ორგანიზების პარტიკულარული ფორმაა, რომელშიც ფორმალური წესები ნაკლებ მნიშვნელოვანია და წინა პლანზე პირადი კავშირებია, ან კლიენტელიზმის გვიანდელ ფორმებში ურთიერთობების მედიაცია პოლიტიკური პარტიების, ეკლესიის და სხვა ორგანიზაციების მეშვეობით ხორციელდება. თუ რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა ასოცირდება პოლიტიკურ კულტურასთან, რომელიც „საერთო სიკეთესა“ და „საზოგადოებრივ ინტერესზეა“ ორიენტირებული (ჩვენ არ შევეხებით იმ საკითხს, თუ რამდენად არის „საერთო სიკეთის“ სახელით განხორციელებული პოლიტიკა რეალურად ყველას ინტერესების სამსახურში), კლიენტელისტურ სისტემაში პარტიკულარული ინტერესები ძლიერია, „საერთო სიკეთის“ ცნება კი – სუსტი. კლიენტელისტური ურთიერთობები ისტორიის სხვადასხვა ეტაპზე განსხვავებული ხარისხით ყველა საზოგადოებამ გამოიარა და ეს პრაქტიკა გარკვეული სახით დღესაც განაგრძობს არსებობას (ლეგი 1975). თუმცა ასეთი ურთიერთობები რეფორმატორული მოძრაობების სამიზნე გახდა, რომელთა მიზანი რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის გაძლიერება იყო. იქ, სადაც ასეთი მოძრაობები წარმატებული იყო, კლიენტელიზმი მნიშვნელოვნად შემცირდა.

კლიენტელიზმი, როგორც საზოგადოებრივი, ასევე კერძო მედიის ინსტრუმენტალიზაციისაკენ არის მიდრეკილი. საზოგადოებრივი მედიის შემთხვევაში დანიშვნები პოლიტიკური ერთგულების ნიშნით უფრო ხდება, ვიდრე პროფესიონალიზმის კრიტერიუმებზე დაყრდნობით. კერძო ბიზნესების მფლობელებსაც ხშირად პოლიტიკური კავშირები აქვთ, რაც მნიშვნელოვანია სახელმწიფო კონტრაქტების და კონცესიების (სამაუწყებლო ლიცენზიების ჩათვლით) მოსაპოვებლად და ბევრი სხვა თვალსაზრისითაც აუცილებელია ბიზნესის წარმატებულად ოპერირებისთვის. მფლობელები ხშირად საკუთარ მედიასაშუალებებს სხვა ელიტებთან მოლაპარაკებებისა და პოლიტიკურ სამყაროში ინტერვენციის ინსტრუმენტად იყენებენ. უფრო მეტიც, ბევრ შემთხვევაში, სწორედ ეს არის მედია მფლობელების საწყისი მოტივაცია. სწორედ ამიტომ, პოლიტიკური პარალელიზმი დამახასიათებელია იმ საზოგადოებებისთვის, სადაც კლიენტელიზმის ტრადიცია ძლიერია.

იქ, სადაც კლიენტელიზმი მძლავრობს, კანონმორჩილება შედარებით სუსტია. მოთამაშე აქტორები განწყობილნი არიან, გამოიყენონ საკუთარი კავშირები არასასურველი რეგულაციებისთვის თავის ასარიდებლად. ეს, თავის მხრივ, „ველური დერეგულაციის“ ფენომენს წარმოშობს, რომელზეც ჩვენ მე-2 თავში ვსაუბრობდით, როდესაც მარეგულირებელი ორგანოების მხრიდან მაუწყებლობის რეგულაციების წარუმატებელი მართვის შემთხვევებს განვიხილავდით. ის ასევე ინსტრუმენტალიზაციასაც უწყობს ხელს. კანონმდებლობის დარღვევის მისაღებობა ახალისებს და სტიმულს აძლევს პარტიკულარულ ზეწოლებს. პოლიტიკოსებს საშუალება ეძლევათ, მედია მფლობელებზე ზეწოლა მაუწყებლობის, საგადასახადო და სხვა კანონმდებლობის შერჩევითი გამოყენების გზით განახორციელონ. თავის მხრივ, მედია მფლობელებს და ზოგჯერ ცნობილ ჟურნალისტებსაც შეუძლიათ, გამოიყენონ მათ ხელთ არსებული საშუალებები საჯარო ოფიციალურ პირებზე სელექციური ზეწოლისთვის, მათი გადაცდომების მხილების მუქარის გზით.

კლიენტელიზმი ასევე ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაციის დაბალ დონესთან ასოცირდება. ჟურნალისტები კლიენტელისტურ ქსელებში ინტეგრირებისკენ არიან მიდრეკილი და მათი კავშირები პარტიებთან, მფლობელებთან და სხვა „პატრონებთან“ პროფესიულ სოლიდარობას ასუსტებს. კლიენტელიზმთან დაკავშირებულ ლიტერატურაში ფართოდ დამკვიდრებული აზრია, რომ იგი არღვევს საზოგადოების სოციალური ორგანიზების „ჰორიზონტალურ“ ფორმას და პროფესიონალიზაციაც ერთერთი მათგანია. ვინაიდან პოლიტიკური კულტურა საზოგადოებრივი სიკეთის და პარტიკულარული ინტერესების გამიჯვნაზე განსაკუთრებულ აქცენტს არ აკეთებს და არც აბსტრაქტული ნორმების დაცვას მისდევს, პროფესიონალიზაციის კულტურული საფუძველი ძალზედ მყიფეა. ამ თვალსაზრისით, არსებობს კავშირი იმ ფაქტს შორის, რომ იტალიელები მანქანის ღვედს არ იკრავენ, მიუხედავად იმისა, რომ ეს კანონის მოთხოვნაა და მეორე მხრივ, იტალიელი ჟურნალისტების ქმედებებს შორის, რომლებიც ჟურნალისტური ეთიკის კოდექსებს არ იცავენ, მიუხედავად იმისა, რომ მათ პროფესიულ კავშირს ასეთი კორეგულაცია შემუშავებული აქვს.

დაბოლოს, კლიენტელიზმი საზოგადოებრივ კომუნიკაციაზე მეტად კერძოსთან ასოცირდება. რიგითი მოქალაქის საჭიროება, ფლობდეს ინფორმაციას საზოგადოებრივ მოვლენებზე, შედარე-

ბით მცირეა. პიატონი (2001:2002) წერს: „კლიენტელიზმი არის.... მარტივი: არჩევანი მოგებისთვის“. ამავე დროს, პოლიტიკური კომუნიკაციის პროცესი დახურულობისკენ არის მიდრეკილი: საჯარო განხილვები და დოკუმენტები პოლიტიკური პროცესისთვის ნაკლებ მნიშვნელოვანია, უპირატესობა ელიტებს შორის მოლაპარაკებებს ენიჭება. ამდენად, ჟურნალისტების წვდომა პოლიტიკურ ინფორმაციაზე, მათ პირად კონტაქტებზეა დამოკიდებული, რაც თავის მხრივ, განაპირობებს იმას, რომ პოლიტიკური კომუნიკაცია ელიტებს შორის მოლაპარაკებების პროცესს უფრო ემსახურება, ვიდრე საზოგადოების ინფორმირებას.

ზომიერი vs. პოლარიზებული პლურალიზმი

კიდევ ერთი განსხვავება შედარებითი პოლიტიკის სფეროში *ზომიერ* და *პოლარიზებულ* პლურალიზმს შორის იჩენს თავს. პოლარიზებულ პლურალიზმში, სარტორის (1976;135) თანახმად, „უფსკრული, როგორც ჩანს, ძალზედ ღრმაა... კონსენსუსი ძალზედ მცირე... პოლიტიკური სისტემის ლეგიტიმურობა კითხვის ნიშნის ქვეშაა. რომ შევაჯამოთ, პოლარიზება თავს იჩენს იქ, სადაც იდეოლოგიური დისტანცირება სახეზეა“...

ანტისისტემური პოლიტიკური პარტიების არსებობა პოლარიზებული პლურალიზმის თანმდევია. იტალიაში, მაგალითად, დემოკრატიულ პერიოდებში, ფაშისტური და კომუნისტური პარტიების არსებობა მნიშვნელოვანი ფაქტორი იყო. ამ დროს კომუნისტები არჩევნებში 25-დან 30 პროცენტამდე ხმებს იღებდნენ. პოლიტიკური სპექტრი ფართოა და პოლიტიკური პარტიები ცდილობენ, მკაფიო და მკვეთრად საპირისპირო იდეოლოგიები წარმოადგინონ. ზომიერი პლურალიზმის პირობებში ტენდენციები უფრო ცენტრისტულია, პარტიებს შორის იდეოლოგიური სხვაობები შედარებით ნაკლები და განსხვავებები ნაკლებად მკაფიო, ამავე დროს პოლიტიკური წესრიგის ძირითადი ჩარჩო მეტად არის გაზიარებული პოლიტიკური პარტიების მიერ.

პოლარიზებული პლურალიზმის კლასიკური მაგალითი, რომელზეც სარტორი მიანიშნებდა, სულ რამდენიმე შემთხვევაში იყო სახეზე: იტალია (მაშინ, როდესაც მან ეს ტერმინი ჩამოაყალიბა), საფრანგეთის მეოთხე რესპუბლიკა და ვაიმარის გერმანია. თუმცა მედიასისტემების განვითარების უკეთ გაგებისათვის, ჩვენი ღრმა რწმენით, მნიშვნელოვანია იმ არსებით განსხვავებებში გარკვევა, რომლებიც, ერთი მხრივ, იდეოლოგიური პოლა-

ცხრილი 3.2. პოლიტიკური პარტიების ეფექტიანი რაოდენობა და პოლარიზაციის ინდექსი, ჯამური ციფრები 1945-89 წლებში

	პოლარიზაცია	პარტიები
საფრანგეთი	5.1	4.8
პორტუგალია	4.7	3.6
ფინეთი	3.9	5.5
იტალია	3.7	4
საბერძნეთი*	3.7	3.2
ნიდერლანდები	3.6	4.9
გერმანია	3.6	2.9
ესპანეთი	3.4	4
გაერთიანებული სამეფო	3.3	2.7
ნორვეგია	3.2	3.9
შვედეთი	3.2	3.4
ავსტრია	2.4	2.5
დანია	2.4	4.8
ბელგია	2.1	5
შვეიცარია	1.6	5.6
ირლანდია	0.9	3.1

წყარო: ლეინი და ერსონი 19911;184-5
*მხოლოდ დემოკრატიული პერიოდები.

რიზაციის მაღალი ხარისხისა და მრავალფეროვნების მქონე სისტემებში, ხოლო, მეორე მხრივ, იმ სისტემებს შორის იჩენენ თავს, სადაც ასეთი პოლარიზაცია შედარებით დაბალია. 3.2. ცხრილი გვიჩვენებს ევროპულ ქვეყნებს შორის არსებული იდეოლოგიური პოლარიზაციის თვალსაზრისით არსებულ განსხვავებებს (ლეინი და ერსონი 1991, პოლიტიკური პარტიების მანიფესტებზე დაყრდობით) და პარტიათა რაოდენობას. იდეოლოგიური პოლარიზაციის ხარისხი ისტორიულ განსხვავებებს უკავშირდება, რაც ნაწილობრივ ამ თავის ბოლო ნაწილშია შეჯამებული. პოლარიზებული პლურალიზმი იქ განვითარდა, სადაც კონსერვატორული წინააღმდეგობა ლიბერალიზმის მიმართ ძლიერი და ლიბერალიზმზე გადასვლა კი ხანგრძლივი და წინააღმდეგობრივი იყო. მოგვიანებით ტერმინ *პოლარიზებულ პლურალიზმს* პოლიტიკური განვითარების უფრო ფართო კონტექსტში განვიხილავთ და

მას ისეთ ქვეყნებთან მიმართებაში გამოვიყენებთ, როგორიც ესპანეთი და პორტუგალიაა, სადაც პოლარიზებული პლურალიზმის ფორმა მეოცე საუკუნის დასაწყისში დემოკრატიის ხანმოკლე პერიოდის განმავლობაში არსებობდა (და შემდგომში, დიქტატორული მმართველობით დიდი ხნით ჩანაცვლდა). მიუხდავად ამისა, ამ ქვეყნებზეც ვრცელდება ის მოდელი, რომელსაც სარტორი იტალიასთან მიმართებაში ავითარებს.

პოლარიზებული პლურალიზმი პოლიტიკური პარალელიზმის მაღალი ხარისხისკენ არის მიდრეკილი: გაზეთები, როგორც წესი, იდეოლოგიურ ტენდენციებთან იდენტიფიცირდება, ამასთანავე ადვოკატირებასა და კომენტარზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკის ტრადიცია ძლიერია. მრავალფეროვანი მსოფლმხედველობების ჭიდილისას, ნეიტრალური ჟურნალისტიკის იდეა ნაკლებად რეალისტურია. კლიენტელიზმის მსგავსად, რომელთანაც პოლარიზებულ პლურალიზმს საერთო ისტორიული ფესვები აკავშირებს, ეს სისტემა ძირს უთხრის „საერთო სიკეთის“ კონცეფციას და პარტიკულარულ იდეოლოგიურ ვალდებულებებზე მაღლა დგება. სარტორი მიიჩნევს, რომ პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემა ხასიათდება პოლიტიკური კულტურით, რომელიც წინა პლანზე აყენებს „იდეოლოგიას, როგორც პოლიტიკის გაგებისა და აღქმის საშუალებას და ამდენად, განმარტებულია, როგორც პოლიტიკურ საკითხებზე ფოკუსირებული გამოკვეთილი დოქტრინა“ (137)[13]. ასეთ კულტურაში არ არის გასაკვირი, რომ ადვოკატირებასა და კომენტარზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკის ტრადიცია მძლავრობს. პოლარიზებული პლურალიზმის საზოგადოებებს ასევე ისტორულად ახასიათებთ მწვავე პოლიტიკური კონფლიქტები, რასაც ხშირად რეჟიმის ცვლილება მოსდევს. მედიას, როგორც წესი, ამ ბრძოლის ინსტრუმენტად იყენებენ ზოგჯერ დიქტატორები, ზოგ შემთხვევაში კი ის მოძრაობები, რომლებიც ასეთი რეჟიმების წინააღმდეგ იბრძვიან. დემოკრატიული პოლიტიკის პერიოდებში კონკურენტი პოლიტიკური პარტიებიც ანალოგიურად მოქმედებენ. ამ ისტორიას კვლავ მედიის პოლი-

13 სარტორი ამ იდეოლოგიურ სტილს უკავშირებს „რაციონალიზმის მენტალიტეტს, რომელიც ემპირიული და პრაგმატული მენტალიტეტის საპირწონეა (137)“, თუმცა ის არ იკვლევს ამ კულტურული განსხვავებების ისტორიულ საფუძვლებს. როგორც მე-5 თავში ვნახავთ, პატნამი (1973) ამ საკითხს პოლარიზაციის მარტივ ფაქტს მიაკუთვნებს – ფაქტს, რომ პოლიტიკური ცხოვრება უაღრესად წინააღმდეგობრივია.

ტიზირებისკენ მივყავართ. მეორე მხრივ, ზომიერი პლურალიზმი მედიის კომერციალიზაციასა და/ან პროფესიონალიზაციას მეტად უწყობს ხელს და ნაკლებად არის მიდრეკილი პოლიტიკური პარალელიზმისა და ინსტრუმენტალიზაციისკენ.

ისტორიული ფესვები

ევროპული პოლიტიკური ინსტიტუტების განვითარება ისეთ საკვანძო სოციალურ ტრანსფორმაციებთან დაკავშირებულ კონფლიქტებს უკავშირდება, როგორიცაა: პროტესტანტული რეფორმაცია, ინდუსტრიული რევოლუცია, დემოკრატიული რევოლუცია და ნაციონალური სახელმწიფოს ფორმირება. მედიასისტემებიც ამ ტრანსფორმაციების, კონფლიქტებისა და გაყოფების შედეგად განვითარდა. ადრეული მედია – გაზეთები, წიგნები, პამფლეტები, სარეკლამო ფურცლები – ამ კონფლიქტების შემადგენელი ნაწილი იყო და თანამედროვე მასმედიაც დიდწილად კონკრეტულ პოლუსებთან ასოცირდება. თანამედროვე გაზეთი განსაკუთრებით ხასიათდება იმით, რომ ის არის სეკულარული, ურბანული, ნაციონალური, დემოკრატიული, კაპიტალისტური წესრიგის ინსტიტუცია. ამდენად, კონკრეტული რეალიები, რომელთა მეშვეობითაც ეს ცვლილებები განხორციელდა და ამ ფონზე წარმოშობილი კონფლიქტები არსებითია მედიისა და პოლიტიკური სისტემების ურთიერთობათა გასააზრებლად.

მომდევნო თავში ჩვენ უფრო დეტალურად განვიხილავთ კონკრეტული მედია და პოლიტიკური სისტემების ისტორიულ თანაგანვითარებას და მათთვის დამახასიათებელ სოციალურ კონტექსტს. ამჯერად ჩვენ ყურადღებას გავამახვილებთ საგრძნობ განსხვავებაზე იმ ქვეყნებს შორის, სადაც ლიბერალურმა, ბურჟუაზიულმა ინსტიტუტებმა ფეოდალიზმსა და პატრიმონიალიზმზე შედარებით ადრეულ ეტაპზე გაიმარჯვეს და მეორე მხრივ, იმ ქვეყნებს შორის, სადაც კონფლიქტი ლიბერალურ ძალებსა და ტრადიციულ კონსერვატიზმს შორის მეოცე საუკუნემდე გადაუჭრელი რჩებოდა. ეს ისტორიული სხვაობები დიდწილად უკავშირდება მედია სიტემის იმ საკმაოდ განსხვავებული მოდელის განვითარებას, რომელიც ჩრდილოეთ და სამხრეთ ევროპის ქვეყნებში ჩამოყალიბდა. ჩრდილოეთ ევროპის უმეტეს ნაწილში, სადაც მიწათმფლობელთა ინტერესები, რაც ძველი სოციალური წესრიგის მთავარი საფუძველია, ევროპის უმეტესი ნაწილისგან განსხვავებით, შედარებით სუსტი იყო და ლიბერალურმა ძალებ-

მა მათი ჰეგემონიის კონსოლიდირება გაცილებით ადრე მოახერხეს. სადაც ეს მოდელი დომინირებდა, ზომიერი პლურალიზმი და პოლიტიკურ სფეროში რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა, მასობრივად ტირაჟირებადი მედია და ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი ძლიერად განვითარდა. როგორც ტოკვილი აღნიშნავს, შეერთებული შტატები თავიდანვე ლიბერალური საზოგადოება იყო და მომდევნო პოლიტიკური კონფლიქტები შრომასა და კაპიტალს შორის, მონობასა და რასობრივ სეგრაგაციაზე, ლიბერალური ჰეგემონიის ნიადაგზე წარიმართა. ამ თვალსაზრისით შემოთავაზებულ მოდელს შეერთებული შტატებიც ასევე შეესაბამება.

სამხრეთ ევროპაში მიწის მესაკუთრეთა ინტერესები და კათოლიკური ეკლესია გაცილებით ძლიერი იყო; ინდუსტრიალიზაცია და ბაზარი მოგვიანებით განვითარდა; მწვავე პოლიტიკური კონფლიქტი პოლიტიკური სისტემის ძირითადი ფორმის შესახებ კი გაცილებით გახანგრძლივდა. ამან პოლიტიკის სფეროში პოლარიზებული პლურალიზმი, კლიენტელიზმი და სტატიზმი განაპირობა. მედიასისტემაში კი, კონტრრეფორმატორული კულტურული ტრადიციის, პოლიტიკური ავტორიტარიზმისა და ბაზრისა და ნაციონალური სახელმწიფოს სუსტი განვითარების შედეგად, მასობრივად ტირაჟირებადი გაზეთები არასდროს განვითარებულა, ხოლო კლიენტელიზმმა მედიის პროფესიონალიზაცია შეზღუდა. როდესაც დემოკრატიამ ფესვების გადგმა დიწყო, მაშინვე თავი იჩინა მედიის ფართო სპექტრმა, რომელიც ძალაუფლებისთვის მებრძოლ სხვადასხვა პოლიტიკურ დაჯგუფებებთან მჭიდროდ იყო დაკავშირებული, აღნიშნულ სისტემას პოლიტიკური პარალელიზმის მაღალი ხარისხი ახასიათებდა.

თანამედროვე მედიასისტემების გასააზრებლად ისტორიის ცოდნის მნიშვნელობის კარგი ილუსტრაციაა ის ფაქტი, რომ გაზეთების ტირაჟების თანამედროვე მაჩვენებელი ისევ მეცხრამეტე საუკუნის დასასრულს დამკვიდრებულ ნიშნულს ასახავს, როცა მასობრივად ტირაჟირებადი გაზეთები პირველად განვითარდა. მონაცემები 3.1 გვიჩვენებს, თუ როგორი კორელაციაა 1890 წელს წერა-კითხვის ცოდნის დონესა და 2000 წლისათვის გაზეთების ტირაჟების მაჩვენებელს შორის იმ ცამეტ ქვეყანაში, რომელთა შესახებ მონაცემებიც მოგვეპოვება. აქედან ორის (ტირაჟების რეგისტრაციის ტრანსფორმაციის მიხედვით) კორელაციის ხარისხი არის 8. ამ მონაცემებში თვალშისაცემია სხვაობა ჩრდილოეთ და სამხრეთ ევროპას შორის არსებული მდგომარე-

მონაცემები 3.1 კავშირი 1890 წელს წერა-კითხვის ცოდნის დონესა და 2000 წელს გაზეთების ტირაჟებს შორის

ობის მხრივ. სამხრეთ ევროპაში გაზეთების დაბალი ტირაჟები 1890 წლის წიგნიერების დონეს ასახავს. ჩვენ არ ვამტკიცებთ, რომ წიგნიერების დონე მასობრივად ტირაჟირებად გაზეთებს განაპირობებს (გარკვეული თვალსაზრისით, მიზეზ-შედეგობრივმა ფაქტორმა შესაძლოა, სხვა მიმართულებით წაგვიყვანოს). როგორც კიპოლა (1969:18) მიიჩნევს, „წერა-კითხვის ცოდნის დონე მართლაც არის კომპლექსური სოციო-კულტურული რეალობის ერთ-ერთი ასპექტი; მასობრივად ცირკულირებადი პრესის განვითარება ამავე რეალობის მეორე ასპექტია.

ცხადია, ცალკეულ ქვეყნებს შორის მრავალი ვარიაცია იჩენს თავს, როგორც ამას ჩვენ მომდევნო თავში ვნახავთ. ეს ვარიაციები ართულებს იმ მარტივ დაყოფას, რომელსაც ჩვენ, ერთი მხრივ, იმ ქვეყნებს შორის მივმართეთ, სადაც ლიბერალური ინსტიტუტების კონსოლიდაცია ადრე მოხდა და მეორე მხრივ, იმ ქვეყნებს, სადაც ეს პროცესი დროში გაიჭიმა. ისტორიული განსხვავებულობის თვალსაზრისით გერმანია და საფრანგეთი შერეული მოდელის მაგალითს წარმოადგენენ. ჩრდილო ატლანტიკის ლიბერალურ ქვეყნებს: ბრიტანეთი, ირლანდია, შეერთებული შტატები და კანადა, მართალია, ბევრი საზიარო აქვთ ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნებთან, სადაც ლიბერალური ინსტიტუტები ასევე ადრეულ ეტაპზე განვითარდნენ, თუმცა ამასთანავე მათ ერთმანეთისაგან პოლიტიკური და მედია ისტორიის მნიშვნელოვანი ასპექტები განასხვავებს. II ნაწილში ჩვენ შევეცდებით, მედიასისტემების ისტორიული კონტექსტის მეტად სიღრმისეული ხედვა შემოგთავაზოთ.

დასკვნა

ამ თავში ჩვენ პოლიტიკური სისტემების ისეთი ცვლადების იდენტიფიცირება შემოგთავაზეთ, რომლებიც, ჩვენი აზრით, მედიასისტემების შედარებითი ანალიზისათვის რელევანტურია. ეს ცვლადები, რომლებიც შედარებითი პოლიტიკისა და პოლიტიკური სოციოლოგიის ლიტერატურიდან მომდინარეობს და ზოგიერთ შემთხვევაში მათზე დაყრდნობით განვითარდა, შესაძლოა, ხუთ ძირითად განზომილებად შეჯამდეს: ურთიერთობა სახელმწიფოსა და საზოგადოებას შორის, განსაკუთრებით, განსხვავება ლიბერალური და სოციალური კეთილდღეობის დემოკრატიის სახელმწიფოებს შორის; განსხვავება კონსენსუსსა და უმრავლესობაზე დაფუძნებულ მმართველობას შორის; განსხვავებები, რომლებიც

კონსენსუსისა და მაჟორიტარული მმართველობის, ორგანიზებული პლურალიზმისა ან კორპორატიზმის და ლიბერულური პლურალიზმის მოდელებს შორის იჩენს თავს; რაციონალურ- ლეგალური ხელისუფლების განვითარება და განსხვავება ზომიერ და პოლარიზებულ პლურალიზმს შორის. მიგვაჩია, რომ პოლიტიკური სტრუქტურისა და კულტურის ამ მახასიათებლებს სისტემური სახე აქვთ და მედიასისტემის მნიშვნელოვან მახასიათებლებთან არიან დაკავშირებული. ჩვენ შევაჯამეთ იმ კავშირების მოდელები, რომლებმაც წინამდებარე კვლევის განხორციელებისას იჩინა თავი. შემოთავაზებული კავშირები ჰიპოთეზად უნდა განვიხილოთ, იმის გათვალისწინებით, რომ კვლევის წინასწარ შედეგებზე ვსაუბრობთ. მიუხედავად ამისა, ჩვენ მიერ შემოთავაზებული ვერსია ძლიერია და მას ჩვენ, ცალკეული მედიასისტემის განვითარებაზე მსჯელობისას, მეორე ნაწილში განვიხილავთ. ასევე ვასაბუთებდით, რომ ეს კავშირები სათავეს იმ ისტორიული ფესვებიდან იღებს, რაც მედია და პოლიტიკური სისტემების განვითარებას უდევს საფუძვლად, მათ შორის საბაზრო და პოლიტიკური დემოკრატიის ბურჟუაზიული ინსტიტუტების ადრეული თუ მოგვიანებითი განვითარება ცენტრალურია.

მომდენო თავში ჩვენ წარმოვადგენთ მედიასისტემის სამ მოდელს, რის საფუძველზეც კონკრეტული სისტემის განვითარების შესახებ მსჯელობას წარვმართავთ და იმ ფართო თეორიულ საკითხებსაც განვიხილავთ, რაც სამი მედიასისტემის ანალიზის საფუძველს წარმოადგენს.

4

მედია და პოლიტიკური სისტემები და დიფერენცირების საკითხი

მე-2 და მე-3 თავებში მედიასისტემების შედარებისთვის ჩარჩო და ის კონცეფციები წარმოვადგინეთ, რომლებიც შედარებითი პოლიტიკისა და პოლიტიკური სოციოლოგიის საფუძველზეა ადაპტირებული და ჩვენი აზრით, მნიშვნელოვნად უკავშირდება მედიასისტემებს. მე-3 თავში ჩვენ ასევე წარმოვადგინეთ რამდენიმე ჰიპოთეზა იმასთან დაკავშირებით, თუ რა კავშირი არსებობს ცალკეული პოტიკური და მედიასისტემების ცვლადებს შორის. წიგნის დარჩენილ ნაწილში შევეცდებით, ეს კავშირები უფრო სინთეთეზურად და ისტორიულ ჭრილში გავაანალიზოთ და შევისწავლოთ ურთიერთობის მოდელები, რომლებიც ჩრდილოეთ ამერიკასა და დასავლეთ ევროპაში განვითარდა; მიზეზები, რაც გარკვეული მახასიათებლების ერთროულად წარმოქმნას განაპირობებს და რატომ, როდის და სად ხდება ეს. წინამდებარე თავი ჯერ მედია და პოლიტიკური სისტემების ურთიერთობის სამი მოდელის ანალიზით იწყება, რაც ცალკეული ქვეყნების მედიასისტემების შესახებ ემპირიული მსჯელობის სახეს მიიღებს და შემდეგში უკვე დავსვამთ შეკითხვას, თუ რამდენად შეიძლება წარმოდგენილი მოდელის გააზრება დიფერენცირების თეორიის ჭრილში. ვფიქრობთ, დიფერენცირების თეორიაზე მსჯელობა საშუალებას მოგვცემს, უფრო სიღრმისეულად დავინახოთ საკითხი, რომელიც ამ თავის შესავალში წამოვჭერით მედიასისტემების შეფასების სტანდარტად ლიბერალური მოდელის გამოყენების შესახებ, რასაც მე-8 თავში მედიასისტემების კონვერგენციისა თუ ჰომოგენიზაციის თაობაზე და იმის შესახებ მსჯელობა მოჰყვება, თუ რამდენად შეიძლება ამ პროცესის „მოდერნიზაციად“ აღქმა.

წარმოდგენილი სამი მოდელი

პოლიტიკური და მედიასისტემების მახასიათებლების ურთიერთქმედებაზე მსჯელობა, რომელიც ამ თავში განივრცობა, 4.1 და 4.2 ცხრილებში წარმოდგენილი სამი მოდელის ირგვლივაა კონცენტრირებული. ამ მოდელების ბაზისური მახასიათებლები ცხრილებშია აღწერილი. წიგნის II ნაწილში ჩვენ ყოველი მათგანის ლოგიკას და ისტორიული ევოლუციის დეტალებს გამოვიკვლევთ. ჩვენ უკვე მოვახდინეთ სამი მოდელის იდენტიფიცირება იმ გეოგრაფიული რეგიონების მიხედვით, რომლებშიც ისინი დომინირებდნენ და იმ საკვანძო პოლიტიკური ელემენტების მიხედვითაც, რაც ჩვენი შეფასებით, გადამწყვეტია ყოველ მოდელში არსებული მედია და პოლიტიკური ურთიერთობების მახასიათებლების გასააზრებლად: მედიტერიანული, ანუ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი, ჩრდილო/ცენტრალური ევროპული, ანუ დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელი და ჩრდილო ატლანტიკური, ანუ ლიბერალური მოდელი. ცხრილი 4.1 მედია სიტემებზეა ფოკუსირებული და ცხრილი 4.2 – პოლიტიკური სისტემისა და პოლიტიკური ისტორიის რელევანტური მახასიათებლების ასახვაზე.

ჩვენ ვასაბუთებთ, რომ ეს მოდელები წარმოაჩენენ საკითხებს, რომელთა განვითარების პროცესი მსგავსებებსა და განსხვავებებს შეიცავდა და ჩვენ მიერ დაჯგუფებული ქვეყნების მახასიათებლები მნიშვნელოვანწილად იდენტურია. ამავე დროს უნდა გვახსოვდეს, რომ არსებობენ „იდეალური ტიპებიც“: იმედი გვაქვს, რომ კონცეპტუალური თვალსაზრისით მედიისა და პოლიტიკური სისტემების შესახებ შედარებითობის პერსპექტივით ორგანიზებულ მსჯელობაში მათ სარგებელი ექნებათ. ამავე დროს, უნდა ვიცოდეთ, რომ ეს „იდეალური ტიპები“ საკმაოდ დაცილებულები არიან ცალკეული ქვეყნების მედიასისტემებს და სრულად არ მოიცავენ იმ კომპლექსურობას, რომელსაც ჩვენ მიერ იდენტიფიცირებული ძირითადი ცვლადების ურთიერთგავლენები აყალიბებენ.

წარმოდგენილი ცხრილები უკიდურესად გამარტივებულია. ეს ნაწილობრივ ერთ გვერდზე ინფორმაციის კონცენტრირებით არის განპირობებული. იმედი გვაქვს, რომ ასეთი მონაცემები მკითხველს ჩვენ მიერ შემოთავაზებული ჩარჩო კონსტრუქციის აღქმაში დაეხმარება. ამავე დროს, იმედს გამოვთქვამთ, რომ მათი ინტერპრეტირება უფრო ნიუანსური იქნება, როდესაც კონკრეტული ქვეყნების მოდელებზე მსჯელობას შევუდგებით. გა-

ცხრილი 4.1. სამი მოდელი: მედიასისტემების მახასიათებლები

	მედიტერიანული ანუ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი	ჩრდილოეთ ევროპული ანუ დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელი	ჩრდილო ატლანტიკური ანუ ლიბერალური მოდელი
	საფრანგეთი, საბერძნეთი, იტალია, პორტუგალია, ესპანეთი	ავსტრია, ბელგია, დანია, ფინეთი, გერმანია, ნიდერლანდები, ნორვეგია, შვედეთი, შვეიცარია	ბრიტანეთი, შეერთებული შტატები, კანადა, ირლანდია
საგაზეთო ინდუსტრია	დაბალი ტირაჟები; ელიტისტური, პოლიტიკურად ორიენტირებული პრესა	მაღალი ტირაჟები; მასობრივად ცირკულირებადი პრესის ადრეული განვითარება	საშუალო ტირაჟები; მასობრივად ცირკულირებადი კომერციული პრესის ადრეული განვითარება
პოლიტიკური პარალელიზმი	მაღალი პოლიტიკური პარალელიზმი; გარე პლურალიზმი, კომენტარებზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკა; მაუწყებლობის მართვის საპარლამენტო ან სამთავრობო მოდელი – მაუწყებლობის სისტემაზე პოლიტიკის დომინირება	გარე პლურალიზმი, განსაკუთრებით საერთო ნაციონალურ პრესაში; ისტორიულად ძლიერი პარტიული პრესა; ნეიტრალურ კომერციულ პრესაზე გადასვლა; პოლიტიკა სამაუწყებლო სისტემაში, ძლიერი ავტონომიით	ნეიტრალური კომერციული პრესა; ინფორმაციაზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკა; შიდა პლურალიზმი (თუმცა გარე ბრიტანეთში); მაუწყებლობის მართვის პროფესიული მოდელი – ფორმალურად ავტონომიური სისტემა
პროფესიონალიზაცია	სუსტი პროფესიონალიზაცია; ინსტრუმენტალიზაცია	ძლიერი პროფესიონალიზაცია; ინსტიტუციონალიზებული თვითმმართველობა	ძლიერი პროფესიონალიზაცია; არაინსტიტუციონალიზებული თვითმმართველობა
სახელმწიფოს როლი მედიასისტემაში	სახელმწიფოს ძლიერი ჩარევა; პრესის სუბსიდირება საფრანგეთსა და იტალიაში; ცენზურის პერიოდები; „ველური დერეგულაცია“ (საფრანგეთის გამოკლებით)	სახელმწიფოს ძლიერი ჩარევა, თუმცა პრესის თავისუფლების დაცვით; პრესის სუბსიდირება, განსაკუთრებით სკანდინავიის ქვეყნებში; ძლიერი საზოგადოებრივი მაუწყებელი	ბაზრის დომინირება (გამონაკლისია ძლიერი საზოგადოებრივი მაუწყებელი ბრიტანეთსა და იტალიაში)

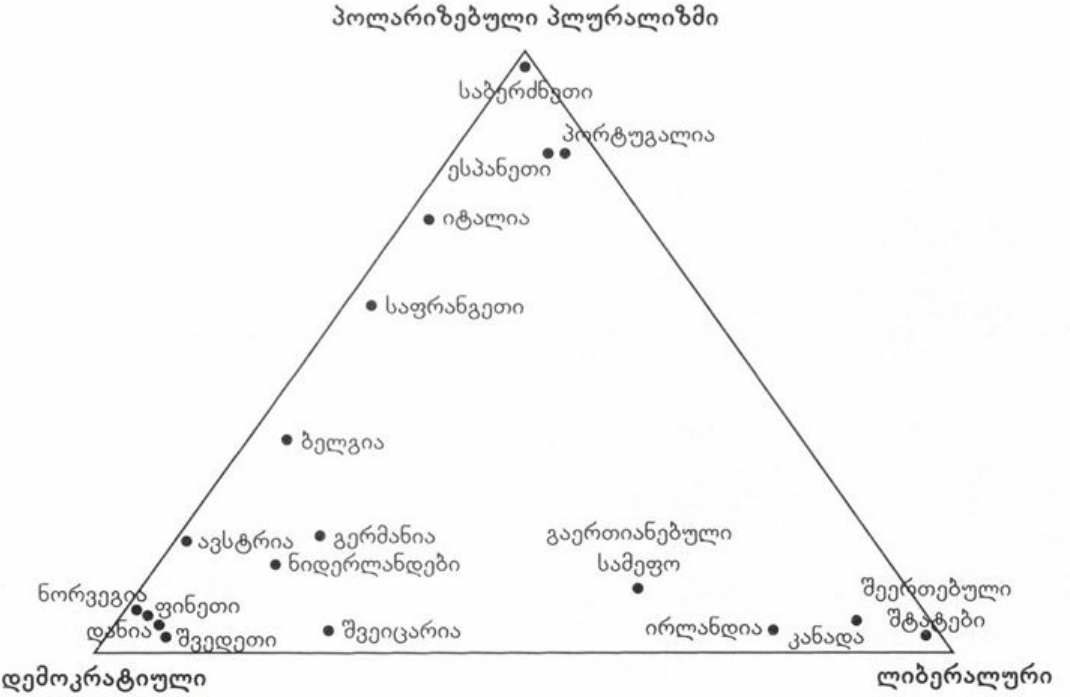
ცხრილი 4.2. სამი მოდელი: პოლიტიკური სისტემის მახასიათებლები

	მედიტერიანული ანუ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი	ჩრდილოეთ/ცენტრალური ევროპული ანუ დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელი	ჩრდილო ატლანტიკური ანუ ლიბერალური მოდელი
	საფრანგეთი, საბერძნეთი, იტალია, პორტუგალია, ესპანეთი	ავსტრია, ბელგია, დანია, ფინეთი, გერმანია, ნიდერლანდები, ნორვეგია, შვედეთი, შვეიცარია	ბრიტანეთი, შეერთებული შტატები, კანადა, ირლანდია
პოლიტიკური ისტორია; კონფლიქტისა და კონსენსუსის მოდელები	გვიანი დემოკრატიზაცია; პოლარიზებული პლურალიზმი	ადრეული დემოკრატიზაცია; ზომიერი პლურალიზმი (გამონაკლისია გერმანია, ავსტრია 1945 წლამდე)	ადრეული დემოკრატიზაცია; ზომიერი პლურალიზმი
კონსენსუსი თუ მაჟორიტარული ხელისუფლება	ორივე	უპირატესად კონსენსუსური	უპირატესად მაჟორიტარული
ინდივიდი vs. ორგანიზებული პლურალიზმი	ორგანიზებული პლურალიზმი; პოლიტიკური პარტიების ძლიერი როლი	ორგანიზებული პლურალიზმი; სეგმენტირებული პლურალიზმის ისტორია; დემოკრატიული კორპორატიზმი	ინდივიდუალური წარმომადგენლობა ვიდრე ორგანიზებული პლურალიზმი (განსაკუთრებით შეერთებულ შტატებში)
სახელმწიფოს როლი	დირიჟიზმი, სახელმწიფოს და პარტიების ძლიერი ჩარევა ეკონომიკაში; ავტორიტარიზმის პერიოდები, ძლიერი სოციალურად ორიენტირებული სახელმწიფო საფრანგეთსა და იტალიაში	ძლიერი სოციალურად ორიენტირებული სახელმწიფო; სახელმწიფოს საგრძნობი ჩარევა ეკონომიკაში	ლიბერალიზმი; სუსტი სოციალურად ორიენტირებული სახელმწიფო, განსაკუთრებით შეერთებულ შტატებში
რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა	რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის სუსტი განვითარება (გამონაკლისია საფრანგეთი; კლიენტელიზმი	რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის ძლიერი განვითარება	რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის ძლიერი განვითარება

ვიმეორებთ I თავში შემოთავაზებულ რამოდენიმე ფორმულირებას. პირველი, ერთი მოდელის ნიშნით გაერთიანებული ქვეყნები ჰეტეროგენულები არიან და ჩვენი მიზანი მათ შორის არსებული სხვაობების მინიმუმამდე დაყვანა არ ყოფილა. რა თქმა უნდა, ზოგიერთ შემთხვევაში ასეთი განსხვავებების არსებობა ჩვენი მთავარი არგუმენტი შეიძლება იყოს. მაგალითად, მაშინაც კი, როდესაც შეერთებული შტატებისა და ბრიტანეთის მოდელების მსგავსება ჩვენ არგუმენტაციის კარგ პირობას გვიქმნის, ასეთ შემთხვევებშიც უფრო განსხვავების ჩვენებას ვცდილობთ და ასევე ვცდილობთ იმის დასაბუთებას, რომ წარმოდგენა ჟურნალისტიკის „ანგლო-ამერიკული“ მოდელის არსებობაზე ნაწილობრივ მითია. ბრიტანული მოდელი, ჩვენი აზრით, რეალურად ლიბერალურ და ჩრდილო კონტინენტურ ევროპაზე გავრცელებულ, დემოკრატიული კორპორატიზმის იდეალურ ტიპებს შორის უნდა მოიაზრებოდეს. საფრანგეთიც „შერეული“ მაგალითია და ასევე პოლარიზებული პლურალიზმისა და დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელების შორის შეიძლება მოვიაზროთ. ავიღოთ ერთი მაგალითი: გაზეთების გავრცელების თვალსაზრისით ის „მედიტერიანულ“ ქვეყნებზე მაღლა დგას, თუმცა დანარჩენ ევროპას ჩამორჩება. ეს იმ წინააღმდეგობრივი მედია ისტორიის შედეგია, რომელიც პრესის ცირკულაციის აღმასვლებითა და დრამატული ვარდნებით ხასიათდებოდა. შეიძლება ითქვას, რომ გარკვეული განზომილებით, ბელგიასაც ბევრი საერთო აქვს მედიტერიანულ ქვეყნებთან, რისი მაგალითიცაა, პოლიტიკური პარტიების შედარებით მეტი ჩართულობა საზოგადოებრივ მაუწყებლობაში. შვედეთს, შეიძლება ითქვას, ბევრი რამ ლიბერალურ მოდელთან აკავშირებს: საზოგადოებრივი მაუწყებლის პოლიტიკური პარტიებისაგან მკაცრი გამიჯვნა ამის მაგალითია. თუმცა ბევრ სხვა ასპექტში ლიბერალური მოდელისგან მნიშვნელოვნად განსხვავდება. გერმანული სისტემა, რომელიც პოლარიზებული პლურალიზმის მსგავსი იყო 1945 წლის stunde null-მდე (ნაციზმის დამხობის შემდეგ მედია და პოლიტიკური სისტემების ხელახალი მშენებლობა დაიწყო). მისი სისტემა მიშვნელოვნად განსხვავდება, ჩრდილოეთ ევროპის სახელმწიფოების დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემებისგან. ესპანეთი და პორტუგალია, სადაც დიქტატურა მეოცე საუკუნის უმეტეს პერიოდში მძლავრობდა, უნდა გამოიყოს საფანგეთისა და იტალიის სისტემებისგან, სადაც დემოკრატიულ პოლიტიკას უფრო ხანგრძლივი ისტორია აქვს. ინდივიდუალურ ქვეყნებს შორის არსებულ ზოგიერთ ვარიაციას,

თუმცა არა ყველას, ჩვენ მომდევნო თავში შევეხებით და შევეცდებით ვაჩვენოთ, როგორ შეიძლება მათი გაგება იმ ცვლადების თვალსაზრისით, რომლებიც წინა თავებში შემოგთავაზეთ.

მონაცემები 4.1. გრაფიკულად გვიჩვენებს მოდელების ვარიაციას და თითოეულ მოდელს სამკუთხედის ერთ კუთხეში წარმოგვიდგენს შესაბამის ქვეყნებთან ერთად. ქვეყნები განთავსებულია ისე, რომ ასახავს ჩვენს წინასწარ შეფასებებს სამი მოდელის იდეალურ ტიპებთან მათი მსგავსებისა თუ განსხვავებების მხრივ. გერმანია, მაგალითად, ბევრ საერთო მახასიათებელს იზიარებს იმ ქვეყნებთან, რომლებიც ჩვენი კლასიფიკაციით დემოკრატიულ კორპორატიზმს მივაკუთვნეთ – ეს გაზეთების მაღალ ტირაჟებს, პოლიტიკაში, მათ შორის მედია პოლიტიკაში, ორგანიზებული ჯგუფების მაღალ ჩართულობას გულისხმობს. მაგრამ გერმანია ჩვენი სამკუთხედის შუაში, პოლარიზებულ პლურალიზმსა და დემოკრატიულ კორპორატიზმთან ახლოს განვათავსეთ. ამას რამდენიმე მიზეზი აქვს: მას პოლარიზებული დემოკრატიის ქვეყნების ისტორიისათვის დამახასიათებელი მკვეთრი იდეოლოგიური კონფლიქტები და კორპორატიული დემოკრატიის



მონაცემები 4.1. ინდივიდუალური მაგალითების კავშირი სამ მოდელთან

ქვეყნებისგან განსხვავებული კონფრონტაციული პოლიტიკური სტილი ახასიათებს. ამასთანავე, პოლარიზებული პლურალიზმის სხვა ქვეყნების მსგავსად, პარტიები აქაც დიდ როლს თამაშობენ, როგორც სოციალურ ცხოვრებაში, ისე მედიაში. ისევე, როგორც ლიბერალურ სისტემაში, პრესის სუბსიდირება აქაც არ ხდება და მედია პოლიტიკაში უპირატესობას კერძო მფლობელობას ანიჭებს. ესპანეთი და პორტუგალია, იტალიასთან შედარებით, დაცილებული არიან დემოკრატიული კორპორატიზმისაგან და ლიბერალურ მოდელთან უფრო ახლოს არიან განთავსებული, რადგან მათ სუსტი, სოციალურად ორიენტირებული სახელმწიფო და სახელმწიფოს მხრიდან საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და პრესის მხარდაჭერის ნაკლები ხარისხი ახასიათებთ. პრინციპში, შეიძლებოდა ამ სამკუთხედში ქვეყნების რაოდენობრივ მონაცემებზე დაყრდნობით განთავსება, მაგრამ წიგნის პირველ თავში აღწერილი მონაცემთა ბაზის ლიმიტირებულობისა და რაც მთავარია, კონცეპტუალური პრობლემის გამო, რომელიც სხვადასხვა კრიტერიუმის იმგვარ შეფასებას უკავშირდება, რაც კონტრასტების ჩვენებისას სწორ მიმართულებას მოგვცემს და შეცდომაში არ შეგვიყვანს. რა თქმა უნდა, ეს კონცეპტუალური პრობლემა იმას ნიშნავს, რომ ცხრილში ქვეყნების განთავსების საკითხი ერთობ საკამათო შეიძლება იყოს. ამ მედიასისტემების ორგანზომილებიან სივრცეში განთავსება საკითხის კომპლექსურობიდან აბსტრაგირებაა და იმას არ ნიშნავს, რომ წიგნის II ნაწილში ამ საკითხზე უფრო კომპლექსური მსჯელობა არ იქნება.

მნიშვნელოვანია გვახსოვდეს, რომ კონკრეტული ქვეყნების მედიასისტემები ჰომოგენურები არ არიან და არც თავად ქვეყნები არიან ერთგვაროვანი. ბევრგან პოლიტიკურ და მედიასისტემებს რეგიონალური ვარიაციები ახასიათებთ. ასე მაგალითად: მედია კვებეკსა და კატალონიაში რიგი მახასიათებლებით განსხვავდება კანადისა და ესპანეთის ერთიანი მედიასისტემებისგან, ასევე განსხვავებულია სამხრეთ და ჩრდილოეთ იტალიის ეკონომიკური და პოლიტიკური კულტურა და მედიაბაზარიც. ნაციონალური სახელმწიფო ჩვენი კვლევის ძირითადი ერთეულია და გასული ორი საუკუნის განმავლობაში მედიასისტემებიც ძირითადად ამ ბაზაზე ყალიბდებოდნენ. მაგრამ უნდა გვახსოვდეს, რომ ეს შეცდომის საფრთხესაც შეიცავს. მნიშვნელოვანია იმის გააზრება, რომ კონკრეტული მედიასისტემის ყოველი ელემენტი ერთიანი ლოგიკით არ ოპერირებს და პოლიტიკურ სამყაროსთან ერთგვაროვანი ურთიერთობა არ აქვს (სწორედ ეს არის პრე-

სის ოთხი თეორიის ერთ-ერთი სისუსტე. ამ თეორიის ავტორებს მიჩნიათ, რომ ყოველი საზოგადოება ერთიანი მსოფლმხედველობით ხასიათდება და ეს გარემოება მედიასისტემების ყველა ელემენტზე აისახება). ყველა სისტემაში პრესა და მაუწყებლობა სხვადასხვა ლოგიკას ექვემდებარება და შესაბამისად, განსხვავებულად მოქმედებს. ასე მაგალითად: პრესა მეტწილად გარე პლურალიზმს ექვემდებარება მაშინ, როცა მაუწყებლისათვის უფრო შიდა პლურალიზმია დამახასიათებელი. ბევრ შემთხვევაში მაუწყებლები იმგვარად არიან ორგანიზებულნი, რომ არ გაიმეორონ პრესაში გაბატონებული მოდელი. პრესის სხვადასხვა სექტორიც სხვადასხვა ლოგიკით მოქმედებენ –ნაციონალური გაზეთები უფრო პოლიტიზირებულნი არიან მაშინ, როდესაც რეგიონალური პრესა უფრო კომერციული და მიუკერძოებელია.

დაბოლოს, უნდა გვახსოვდეს, რომ მედიასისტემები არ არის სტატიკური და ისტორიული განვითარების პროცესში ცვლილებები ახასიათებს. ამ ისტორიული ცვლილებების რეპრეზენტაცია დიაგრამებში რთული ამოცანაა, თუმცა ამაზე ფართო მსჯელობა მომდევნო თავში გვექნება. ბევრი კამათია იმის თაობაზე, რომ მიმდინარეობს ისტორიული ძვრა, რომლის მიხედვითაც ევროპული მედიასისტემები ლიბერალური მოდელის მიმართულებით ვითარდება და ერთგვარ კონვერგენციას აქვს ადგილი და რომ ეს პროცესი განსაკუთრებით 1980 წლიდან, ევროპული მაუწყებლების კომერციალიზაციის კვალდაკვალ ხდება. რა თქმა უნდა, ჩვენ მიერ სამ ჯგუფში გაერთიანებული ქვეყნების მედიასისტემები 1970-იან წლებში ერთმანეთისგან უფრო მკვეთრად განსხვავდებოდნენ, ვიდრე დღეს. კონვერგენციის საკითხზე ვრცლად III ნაწილში ვიმსჯელებთ. წიგნის II ნაწილში ჩვენ შედარებით მეტ აქცენტს მედიასისტემების ისტორიულ და თანამედროვე განსხვავებებზე გავაკეთებთ და შევეცდებით უფრო მკაფიოდ წარმოვაჩინოთ ის ლოგიკა, რომელზე დაყრდნობითაც ლიბერალურ-დემოკრატიული სისტემები განვითარდნენ და რომელთა სრულყოფილი კონცეპტუალიზაცია მედია მკვლევარებს არ მოუხდენიათ, როგორც ამას პირველ თავში აღვნიშნავდით.

შესაძლოა, გაჩნდეს კითხვა იმასთან დაკავშირებით, თუ რატომ ხდება ისე, რომ ჩვენ მიერ შემოთავაზებული მოდელები, როგორც წესი, გეოგრაფიულად მომიჯნავე ქვეყნებს მოიცავს. ცხადია, არ არის საფუძველი, რომ ეს მიდგომა აპრიორი სწორი იყოს. არის თუ არა ეს უცნაური ისტორიული დამთხვევა? ეს საკითხი კვლევის საწყის ეტაპზევე ჩვენთვის თავსატეხი იყო: მედიასის-

ტემების დიფერენცირება მართლაც გეოგრაფიულ მოცემულობას მიჰყვებოდა, მაგრამ ჩვენ დარწმუნებულები არ ვიყავით, რომ შევძლებდით მიზეზების ახსნას. შემდგომი ანალიზის პროცესში დავინახეთ, რომ ამ ტენდენციას ღრმა მიზეზები ჰქონდა. პირველ რიგში, იყო გეოგრაფიული მსგავსება ევროპული ისტორიის განვითარებაში, რაც გარკვეული ქვეყნების ჯგუფს ახასიათებდა, რისი მაგალითიცაა: პროტესტანტიზმი და ინდუსტრიალიზაცია, რომელიც ერთდროულად ჩრდილოეთში უფრო წარმოიშვა, ვიდრე სამხრეთში. მეორეც, არსებობდა მნიშვნელოვანი გავლენა სხვადასხვა ქვეყნების ჯგუფებს შორის: ირლანდიაში, კანადასა და შეერთებულ შტატებში ბრიტანული პოლიტიკური, ეკონომიკური და მედიასისტემების ექსპორტირება მოხდა; ნაპოლეონის შეჭრამ იტალიასა და იბერიის ნახევარკუნძულზე ამ ქვეყნებზე საფრანგეთის უზარმაზარი გავლენა განაპირობა და რეგიონში ჟურნალისტიკას ჩაუყარა საფუძველი. ურთიერთგავლენების მჭიდრო ქსელი არსებობდა ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის ქვეყნებს შორისაც. ჩვენ მიერ განხილული თვრამეტი ქვეყანა თვრამეტი დამოუკიდებელი მაგალითი რომ ყოფილიყო, ბუნებრივია, ეს სტატისტიკურად მათი ერთიან გეოგრაფიულ კონტექსტში განხილვის საშუალება არ გვექნებოდა, მაგრამ რეალურად ეს დამოუკიდებელი მაგალითები არ არის. მათი განვითარება ღრმად გადაჯაჭვული იყო ერთმანეთთან და გეოგრაფიულ მოცემულობას მიჰყვებოდა.

სწორედ ამ განსაზღვრებებზე დაყრდნობით გთავაზობთ სამი მოდელის ძირითად მახიასიათებლებს, პირველ რიგში მედიასისტემებზე ფოკუსირებით, ხოლო შემდეგში იმ პოლიტიკურ კონტექსტზე, რომლებშიც ისინი ვითარდებოდნენ.

მედიტერიანული ანუ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი ელიტაზე ორიენტირებული, თუმცა შედარებით ნაკლები ცირკულაციის პრესით და ელექტრონული მედიის ცენტრალიზებულობით ხასიათდება. პრესის თავისუფლება და კომერციული მედია ინდუსტრიის განვითარება აქ შედარებით გვიან დაიწყო. გაზეთები ხშირად ეკონომიკურად მარგნალიზებული იყო და სუბსიდირებას საჭიროებდა. პოლიტიკური პარალელიზის ხარისხი მაღალია; პრესას პოლიტიკურ ცხოვრებასა და გარე პლურალიზმზე ფოკუსირება, კომენტარებზე ორიენტირება და ადვოკატირების ჟურნალისტიკის ტრადიცია მეტად ახასიათებდა, ვიდრე ეს ევროპის სხვა ქვეყნებში იყო. პოლიტიკური პარტიების, მთავრობის, პოლიტიკური კავშირების მქონე ინდუსტრიალისტების

მიერ მედიის ინსტრუმენტალიზაცია დამკვიდრებული პრაქტიკაა. საზოგადოებრივი მაუწყებლობა სამთავრობო ან საპარლამენტო მოდელებს იმეორებს, როგორც ამას მესამე თავში აღვწერდით. ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაცია ისე მძლავრად განვითარებული არ არის, როგორც სხვა მოდელებში. ჟურნალისტიკა პოლიტიკური აქტივიზმისგან მკაფიოდ გამიჯნული არ არის და ჟურნალისტთა ავტონომიურობა ხშირად შეზღუდულია. ამავე დროს, ჩვენ დავინახავთ, რომ მედიტერიანულ ქვეყნებში ადგილი აქვს ჟურნალისტური ავტონომიის საკითხებთან დაკავშირებულ ღია კონფლიქტებს. პოლარიზებულ პლურალიზმში ხელისუფლება და ახალი ამბების მწარმოებელი ორგანიზაციები გაცილებით უფრო ღიად შედიან ერთმანეთთან კონფლიქტში. სახელმწიფო გაცილებით დიდ როლს ასრულებს, როგორც მედია მფლობელი, მარეგულირებელი და დამფუძნებელი, თუმცა მისი უნარი, ეფექტიანად არეგულიროს მედია, ხშირად შეზღუდულია. ბევრ მედიტერიანულ ქვეყანაში ადგილი აქვს სახელმწიფო მაუწყებლობის კომერციულ მაუწყებლად გარდაქმნის სწრაფ და ზოგჯერ არაკონტროლირებად პროცესს. ანუ, როგორც ამას ტრაქუინა უწოდებს, ადგილი აქვს „ველურ დერეგულირებას“.

პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი იმის გამო შევარჩიეთ, რომ ჩვენი აზრით, ამ მოდელის საფუძველი სამხრეთ ევროპის ქვეყნებისთვის დამახასიათებელი იდეოლოგიური მრავალფეროვნებისა და კონფლიქტების მაღალ ხარისხს უკავშირდება, რაც თავის მხრივ, ლიბერალური ინსტიტუტების შედარებით გვიანი განვითარებითაა განპირობებული. ამ ქვეყნებში ლიბერალიზმის დაგვიანებული განვითარება სახელმწიფოს ძლიერ როლს უკავშირდება (ხშირად ავტორიტარული ფორმით). გარდამავალ პერიოდებში პოლიტიკური პარტიების დიდმა გავლენამ კლიენტელიზმი და რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის სუსტი განვითარება განაპირობა. ამ მოდელში ჩვენ ვაჯგუფებთ ისეთ ქვეყნებს, როგორებიცაა: საფრანგეთი, საბერძნეთი, იტალია, პორტუგალია და ესპანეთი. საფრანგეთი მათ შორის მაინც გამორჩეული შემთხვევაა. ერთი მხრივ, პოლარიზებული პლურალიზმი და სახელმწიფოს ძლიერი როლი, მედიაში პოლიტიკური პარალელიზმის ისტორიული არსებობა და მეორე მხრივ, გაცილებით უფრო ძლიერი ინდუსტრიალიზაცია, მასმედიის ცირკულაციის მაღალი დონე და რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა.

ჩრდილო/ცენტრალური ანუ დემოკრატიულ-კორპორატისტული მოდელი პრესის თავისუფლების, საგაზეთო ინდუსტრიის

ადრეულ ეტაპზე განვითარებით ხასიათდება. აქ გაზეთების ცირკულაციის დონე მაღალია. ამ ქვეყნების ისტორია ძლიერი პარტიული და სხვა ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებთან დაკავშირებული პრესის არსებობითაც გამოირჩევა. პოლიტიკური პრესა კომერციულ პრესასთან მეოცე საუკუნის უმეტეს მონაკვეთში თანაარსებობდა. ეს პროცესი 1970 წლისათვის შესუსტდა. ისტორიულად პოლიტიკური პარალელიზმი მაღალია და მიუხედავად იმისა, რომ მისი წილი მცირდება, გარე პლურალიზმის ზომიერი ხარისხი და კომენტარზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკის ლეგიტიმურობა კვლავაც ნარჩუნდება. ამავე დროს ნეიტრალური პროფესიონალიზმისა და ინფორმაციაზე ორიენტირებული ჟურნლისტიკის წილი იზრდება. ამ ქვეყნებში ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზმის და ფორმალური ჟურნალისტური ორგანიზაციების ფუნქციონირების მაღალი დონეა. მნიშვნელოვანწილად მედია სოციალურ ინსტიტუტად განიხილება და მიუხედავად მის მიმართ სახელმწიფოს მიერ აღიარებული პასუხისმგებლობისა და რეგულირებისა, პრესის თავისუფლება დაცულია. საზოგადოებრივი მაუწყებლების სისტემები საპარლამენტო ან სამოქალაქო/კორპორატიულ მიდგომებს ასახავენ და მათ მართვაში პარტიებისა და ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების წარმომადგენლები მონაწილეობენ. ამავდროულად, ჟურნალისტური დამოუკიდებლობის ხარისხი მაღალია. უნდა ითქვას, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელში წარმატებით თანაარსებობენ მედიასისტემების ისეთი მახასიათებლები, რომლებიც შეუთავსებლად მიიჩნეოდნენ: ძლიერი კომერციული მედია პოლიტიკური კავშირების მქონე მედიასთან თანაარსებობს და პოლიტიკური პარალელიზმის მაღალი ხარისხის პირობებშიც ფუნქციონირებს. პოლიტიკური პარალელიზმის მაღალი ხარისხი ასევე თანაარსებობს ჟურნალისტურ პროფესიონალიზაციასთან; პრესის თავისუფლებისა და ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის ძლიერი ლიბერალური ტრადიცია ხელს არ უშლის მედიასა და სხვა საზოგადოებრივ სექტორებში სახელმწიფოს ინტერვენციას.

ამ ქვეყნებში ლიბერალური ინსტიტუტები ძირითადად ადრულ ეტაპზე განვითარდნენ. ამ ქვეყნებს ასევე ახასიათებთ კარგად ორგანიზებული სოციალური ჯგუფები; ზოგიერთ მათგანს ძლიერი სეგმენტირებული პლურალიზმის ისტორიული გამოცდილება აქვს. მეოცე საუკუნის ოციან წლებში ამ ქვეყნებში (გარდა ავსტრიისა და გერმანიისა, სადაც ის მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ წარმოიშვა) დემოკრატიული კორპორატიზმი აღმოცენდა,

როგორც სისტემა, რომელმაც ყველა ეს ჯგუფი ერთიან პოლიტიკურ პროცესში მოაქცია. დღეს ისინი ზომიერი პლურალიზმით (მიუხედავად იმისა, რომ იდეოლოგიური დივერსიფიცირება ლიბერალური მოდელის ქვეყნებზე უფრო მაღალია) და კონსენსუსის პოლიტიკით ხასიათდებიან. სოციალურ კეთილდღეობაზე ორიენტირებული სახელმწიფო ძლიერია, თუმცა არსებითი ვარიაციები ახასიათებს. რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა ამ ქვეყნებში ასევე ძლიერია. ამ მოდელში ჩვენ ვაერთიანებთ: ავსტრიას, ბელგიას, დანიას, ფინეთს, გერმანიას, ნიდერლანდებს, ნორვეგიას, შვედეთს და შვეიცარიას.

ჩრდილო ატლანტიკური ანუ ლიბერალური მოდელი. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მსგავსად, ამ მოდელს პრესის თავისუფლებისა და მასობრივად ტირაჟირებადი პრესის ადრეული განვითარება ახასიათებს, მიუხედავად იმისა, რომ გაზეთების ტირაჟები დღეს აქ გაცილებით დაბალია, ვიდრე დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში. ლიბერალური მოდელის ქვეყნებში კომერციული გაზეთები დომინირებენ, პოლიტიკური პარალელიზმი დაბალია, შიდა პლურალიზმი ძლიერია, თუმცა ამ მხრივ სერიოზული გამონაკლისი ბრიტანეთის საკმაოდ პარტიზანული, ანუ მხარდამჭერი პრესაა. აქ ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაცია შედარებით მაღალია, მიუხედავად იმისა, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მსგავსი ფორმალური ორგანიზაციები არ მოქმედებენ. ჟურნალისტურ ავტონომიურობას მეტწილად კომერციული გავლენები უფრო ზღუდავს, ვიდრე პოლიტიკური ინსტრუმენტალიზაცია, რომელიც უფრო ბრიტანეთისათვის არის დამახასიათებელი. ინფორმაციაზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკა დომინირებს, თუმცა ბრიტანულ პრაქტიკაში კომენტირების ტრადიციაც არსებობს. სახელმწიფოს როლი შეზღუდულია, თუმცა, ძირითადად შეერთებულ შტატებში, განსხვავებით ირლანდიისა და კანადისგან, სადაც ეროვნულ კულტურაზე ზრუნვამ სახელმწიფოს როლი გააძლიერა და ბრიტანეთისგან, სადაც საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და კომერციული მაუწყებლების რეგულირება საკმაოდ ძლიერია. საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და მაუწყებლების რეგულირება პროფესიული მოდელის მიხედვით არის ორგანიზებული და პოლიტიკური კონტროლისაგან შედარებით მკვეთრად არის გამიჯნული.

ცხადია, ლიბერალური ინსტიტუტები ამ საზოგადოებებში შედარებით ადრე განვითარდა. აქ ბაზრის როლი ტრადიციულად უფრო ძლიერია და სახელმწიფოს როლი შედარებით ლიმიტირე-

ბული, რაც შეერთებულ შტატებს უფრო ახასიათებს, ვიდრე სხვა ქვეყნებს. ყველა მიდრეკილია ზომიერი პლურალიზმისაკენ და იხრებიან მაჟორიტარიზმისაკენ და კარგად ორგანიზებული სოციალური ჯგუფებიც, რაც ესოდენ მნიშვნელოვანია კონტინენტური ევროპის ქვეყნებში, არც ერთს არ ახასიათებს, თუმცა ბრიტანეთი ამ თვალსაზრისითაც საკმაოდ განსხვავდება შეერთებული შტატებისგან. ყველა ლიბერალურ ქვეყანაში რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა ძლიერად არის განვითარებული.

დიფერენცირება და დედიფერენცირება

წარმოდგენილ სისტემებს შორის განსხვავებები ზოგადად რომ შევაჯამოთ, ლიბერალურ ქვეყნებში მედია – ბიზნეს სამყაროსთან უფრო ახლოსაა და დაცილებულია პოლიტიკურ სამყაროს. პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემაში მედია პოლიტიკურ სამყაროსთან უფროა ინტეგრირებული მაშინ, როცა დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემაში კავშირი ბიზნესთან და პოლიტიკასთან თანაბრად არსებობს, თუმცა ბოლო პერიოდის ტენდენცია მედიას უფრო ბიზნეს სამყაროსკენ უბიძგებს და პოლიტიკას აშორებს. მე-8 თავში ჩვენ უფრო დეტალურად ვნახავთ, რომ ყველა ქვეყანაში იკვეთება ტენდენცია, რომლის თანახმადაც, მედია სულ უფო მეტ კომერციალიზაციას განიცდის. მედია და მასთან დაკავშირებული საქმიანობები სულ უფრო მეტად ექვემდებარება პროფესიონალიზაციის ტენდენციას და არღვევს იმ კავშირებს, რომელმაც ერთ დროს მედია პოლიტიკასთან დააკავშირა. ეს განსაკუთრებით პოლიტიკურ პარტიებთან და კარგად ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებთან ურთიერთობებს ეხება. ამ თვალსაზრისით სახეზეა კონვერგენცია ლიბერალური მოდელის მიმართულებით.

ცხადია, რომ სისტემებს შორის გასხვავებებისა და თანმდევი კონვერგენციის გასაანალიზებლად ყველაზე რელევანტური მიდგომა დიფერენცირების თეორიის ტრადიციის მოხმობა იქნება, რომელიც დურკჰეიმისგან იღებს სათავეს და ტალკოტ პარსონსის სისტემების თეორიაზე ვრცელდება. თანამედროვე მედია კვლევებში დიფერენცირების თეორიას არცთუ ხშირად მიმართავენ. ადრე ის უფო ხშირად გამოიყენებოდა: 1960 წლისათვის, მედიასისტემების შედარებითი კვლევის შრომები „მოდერნიზაციის“ ჩარჩოს უკავშირდებოდა, რასაც თავის მხრივ, უშუალო კავშირი დიფერენცირების თეორიასთან ჰქონდა (მაგალითად,

ფაი 1963). დიფერენცირების თეორიიდან წამოსული მრავალი დებულება მედიასისტემების შესახებ გამომუშავებულ კონვენციურ ცოდნას დაედო საფუძვლად, კერძოდ, იმ დებულებას, რომ ლიბერალური მოდელი ყველაზე „მოდერნულია“ და ამ მიმართულებით სვლა „მოდერნიზაციად“ უნდა იყოს გაგებული. წიგნის ამ ნაწილში დიფერენცირების თეორიის დებულებას ჩვენ უფრო მკაფიოდ ჩამოვაყალიბებთ და მედიასისტემების უკეთ გაგების მიზნით, ალტერნატიული ჩარჩოებისგან გამოვყოფთ. ეს ასევე მაკროსოციოლოგიურ დონეზე მედიასისტემების ცვლილებების გაგებაში დაგვეხმარება. ჩვენს კვლევას მოგვიანებით ამ თვალსაზრისით განვავრცობთ. მე-8 თავში, როდესაც მედიასისტემების კონვერგენციაზე ვისაუბრებთ, ამ მსჯელობას მივუბრუნდებით, რათა მედიასისტემების კვლევაში დიფერენცირების თეორიის მისაღებობა დავასაბუთოთ.

დიფერენცირების თეორიის პერსპექტივა. დურჰეიმი, საზოგადოებაში შრომის დანაწილებაში (1983) პროფესიების სეპარაციაზე, როგორც საზოგადოების ერთგვარ ჰორიზონტალურ დიფერენცირებაზე საუბრობდა. მისი თქმით, თანამედროვე საზოგადოებები უფრო კომპლექსური გახდა, რადგან სოციალურმა შემადგენლებმა სპეციალიზირებული ფუნქციები გადაინაწილეს. დურკჰეიმის მოსაზრება, იმასთან დაკავშირებით, რომ საზოგადოების კომპლექსურობის ზრდას სოციალური ფუნქციების და ინსტიტუტების ფუნქციური დიფერენცირება ესაჭიროება, პარსონსის ევოლუციონისტურ თეორიას ცენტრალურ დებულებად დაედო (1971:26). პარსონსი დიფერენციაციას განსაზღვრავს, როგორც „სოციალური სისტემის შემადგენლის ან სტრუქტურის ორ ისეთ შემადგენლად ან სტრუქტურად დაყოფად, რომელთა მახასიათებლები და ფუნქციური მნიშვნელობა სისტემისათვის განსხვავებულია“. ის პროცესს პრიმიტიულიდან თანამედროვე საზოგადოებისკენ ცვლილებად აღწერს, სადაც თავდაპირველად ერთიანი სოციალური ფუნქცია განცალკევდება და იყოფა: მაგალითად, პოლიტიკა და ეკონომიკა რელიგიისაგან დიფერენცირდება.

პარსონსის სულ მცირე სამი მთავარი მოსაზრებაა, რომელსაც მისი მიმდევარი მედია ანალიტიკოსები ეყრდნობოდნენ. პირველი: პარსონსი გამოყოფს ევოლუციური პროცესის მნიშვნელობას ფუნქციათა საწყისი ერთიანობისგან და თვლის, რომ საზოგადოება სპეციალიზაციის პირობების მიმართულებით პროგრესირებს. მეორე: ფუნქციათა მზარდი სპეციალიზაცია, სხვადასხვა

სუბსისტემის ურთიერთკავშირისათვის, ინტეგრაციულ მექანიზმებს საჭიროებს და რომ კომუნიკაციური სისტემები სწორედ ამ ინტეგრაციულ ფუნქციას ასრულებენ. მესამე: დიფერენციაცია ყოველი სუბსისტემის ადაპტირების და აქედან გამომდინერე მთელი საზოგადოების ადაპტირების უნარს ზრდის. ეს ევოლუციონისტური თვალსაზრისი, მოდერნულობის აღმატებული ღირებულების გაზიარებას საჭიროებს. სწორედ ამიტომ, პარსონსი მრავალი კრიტიკოსის სამიზნეა. მას იმის გამოც აკრიტიკებენ, რომ მისი სტრუქტურული ფუნქციონალიზმი კონსერვატიული და ეთნოცენტრულია და არსებული სოციალური წესრიგის აპოლოგეტად აღიქმება.

დიფერნციაციის თეორიის კიდევ ერთი გავლენიანი ვერსია ნიკლას ლუჰმანს ეკუთვნის. ლუჰმანის ვერსია პარსონსის ევოლუციონისტურ ხედვაზე უფრო მკვეთრად ფუნქციონალისტურია და შეიძლება ითქვას, უფრო ცინიკურიც.[14] ლუჰმანი აცხადებს, რომ სხვაობა სპეციალიზირებული მასმედიის სისტემის მიერ წარმოებულ საზოგადოებრივ ცოდნასა და იმ ცოდნას შორის, რომელსაც ქმნიან „ბრძენნი, მღვდლები, წარჩინებულები, ქალაქის, რელიგიურად ან პოლიტიკურად და ეთნიკურად გამორჩეული ცხოვრების წესი... იმდენად ძლიერია, რომ საუბარი დაღმასვლასა თუ პროგრესზე, შეუძლებელია“ (200:85). ამ თვალსაზრისით მისი ხედვა პარსონსის ხედვისგან განსხვავდება. იგი მოდერნულობის უზენაესობის იდეას უარყოფს. სხვა ბევრი თვალსაზრისით კი მათი შეხედულებები თანხვედრაშია.

საზოგადოებრივი აზრი, აცხადებს ლუჰმანი კარგად ცნობილ გაზეთში, ფუნქციურად გაგებული უნდა იყოს, როგორც საშუალება თემების შერჩევისა, რომლის ირგვლივ საზოგადოებრივი დისკუსია ფოკუსირდება. ეს თემები გაგებულია, როგორც მნიშვნელობები, რომელთა შესახებ „მსჯელობისას, ვიღაცას შესაძლოა, ერთი და იგივე ან განსხვავებული აზრი ჰქონდეს“ (ლუჰმანი 1978:94). ლუჰმანს მიაჩნია, რომ საზოგადოებრივი აზრი, როგორც საერთო აზრის ტრადიციული გაგება, „შესაძლოა, არც არსებობს“. მიკროჯგუფების დონეზე თემები სხვადასხვა პარტნიორებს შორის დიალოგის საშუალებას იძლევა და უფრო ფართო, სისტემურ პერსპექტივაში საზოგადოებრივ განხილვას ხდის შე-

14 ცინიკური იმ გაგებით, რომ ლუჰმანი უარყოფს მცირედ მინიშნებასაც კი იმის თაობაზე, რომ საზოგადოებრივი აზრი განათლებული შეიძლება იყოს. მედია, ლუჰმანის აზრით, არა განათლებას, არამედ „გაღიზიანებას“ უწყობს ხელს.

საძლებელს. ლუჰმანს მიაჩნია, რომ თვალსაზრისის თემას გარკვეული მახასიათებლები უნდა გააჩნდეს: ის უნდა იყოს ზოგადი და იმგვარად ამარტივებდეს საზოგადოებრივ დისკუსიას, რომ რამდენიმე წინააღმდეგობრივ ნაკადად არ ყოფდეს მას. ასევე უნდა არსებობდეს მკაფიო გამიჯვნა თემასა (ინფორმაცია კონკრეტულ საკითხთან დაკავშირებით) და აზრს (ამ თემისადმი დამოკიდებულება და მისი შეფასება) შორის. თუ ეს ორი კომპონენტი გამიჯნული არ არის, პარტნიორებს შორის დისკუსია ვერ შედგება: დიალოგის თანაბარ პირობებში წარმართვის საშუალება არ იქნება და ის მანიპულაციის საგანი გახდება.

ლუჰმანი განსაკუთრებულ აქცენტს იმაზე აკეთებს (2000:37), რასაც თავად საჯარო კომუნიკაციის პროცესის „თვითკმარ ხასიათს“ უწოდებს და მიაჩნია, რომ მედია „ავტონომიურია საკუთარი სელექციურობის რეგულირებაში“ (200:23-4). საკომუნიკაციო თემების განზოგადებას, სოციალურ სუბსისტემებს შორის ამოცანების განაწილებაში, სპეციფიკური ადგილი უკავია. ლუჰმანი ერთმანეთისგან მიჯნავს განხილვის წესებსა და გადაწყვეტილების მიღების წესებს, პირველი კომუნიკაციის სფეროს ეკუთვნის, მეორე – პოლიტიკური ინსტიტუტების. მასმედიის საშუალებით საკომუნიკაციო თემებზე ყურადღების გამახვილება, გაანალიზება და პოლიტიკური სისტემებისათვის შეთავაზება ხორციელდება. მნიშვნელოვან პრობლემებზე ყურადღების გამახვილება მედიასისტემის მიერ ორგანიზებული საზოგადოებრივი აზრის ფუნქციაა, ხოლო მთავრობა და უფრო ფართო გაგებით პოლიტიკური სისტემა ამ პრობლემების საპასუხოდ გადაწყვეტილებების მიღებაზეა პასუხისმგებელი – მედია და საზოგადოება მსჯელობს, მაგრამ გადაწყვეტილებას არ იღებს. თემების ირგვლივ საზოგადოებრივი დისკუსიის ორგანიზება სოციალურ კომპლექსურობას ამარტივებს. სხვაგვარად, ამის მენეჯირება შეუძლებელი იქნებოდა. ამ ფუნქციის შესასრულებლად კომუნიკაციის საშუალებებს სხვა სისტემებისგან, განსაკუთრებით იმ პოლიტიკური სისტემებისაგან დამოუკიდებლობა ესაჭიროებათ, რომლებისთვისაც ისინი თემატურ დღის წესრიგს ადგენენ.

დიფერენციაციის თეორიის პერსპექტივიდან გაკეთებული კიდევ ერთი არაორაზროვანი განცხადება მედიასთან დაკავშირებით ალექსანდერის (1981) ეკუთვნის. ის მიიჩნევს, რომ საზოგადოება მაშინ არის „მოდერნული“, როდესაც მისი ჟურნალისტური ინფორმაციის სისტემა სხვა სოციალური სისტემებისგან ავტონომიურია:

„მოდერნიზირებად და დიფერენცირებად საზოგადოებაში მედია კონკრეტული ჯგუფური კონტრაქტების ჩამნაცვლებელია, რადგან დღეს ერთიანი შეხვედრა შეუძლებლია. რა თქმა უნდა... თავად მედია მხოლოდ სოციალური დიფერენცირების გზით წარმოიშვება; და რაც უფრო „მოდერნულია“ საზოგადოება, მით უფრო მნიშვნელოვანია მისი მედია... მოქნილი ნორმატიული პროდუქციის არსებობა სხვა სოციალური სუბსისტემების ჯგუფებისა და ინსტიტუტების კონტროლისგან ავტონომიური ახალი ამბების მედიაზეა დამოკიდებული. თუ ახალი ამბები პოლიტიკური ხელმძღვანელობის მიერ კონტროლდება, მას არ შეეძლება, შეაფასოს ან აღწეროს პოლიტიკური მოვლენა დაპირისპირებული პოლიტიკური ან ნორმატიული პერსპექტივის მხრივ. ახალი ამბების მწარმოებელი მედია ასევე მეტნაკლებად დამოუკიდებელი უნდა იყოს ზოგადი ღირებულებების უზრუნველმყოფი ისეთი ინსტიტუციებისაგან, როგორებიცაა: ეკლესია, უნივერსიტეტი და პარტია. დაბოლოს, სტრუქტურებისაგან დიფერენციაცია ეკონომიკურ განზომილებაშიც, კერძოდ კი სოციალურ კლასებში უნდა ხდებოდეს.“

ალექსანდერი დასავლურ საზოგადოებაში ახალი ამბების მედიის განვითარებას – შეერთებულ შტატებსა და საფრანგეთზე ფოკუსირებულად – როგორც მედიის, სხვა სოციალური ერთეულებისაგან დიფერენცირების პროგერესირებად პროცესს აანალიზებს. ეს ერთეულებია: პოლიტიკური ჯგუფები, სახელმწიფო, რელიგია და სხვა. „რაციონალურ-ლეგალურ საზოგადოებებში“ (მისი სიტყვებით) ჟურნალისტიკა სახელმწიფოს პარალელურ გზას მიუყვება: ორივე სხვა სოციალურ ინსტიტუტთან მიმართებაში საკუთარი გადაადგილების თავისუფლებისთვის იბრძვის. ახალი ამბების მედიის პროგრესირებადი დიფერნცირება, ალექსანდერის აზრით, სამი მთავარი ფაქტორის შედეგია: მოთხოვნილება უნივერსალურ ინფორმაციაზე, რომელსაც ახალი სოციალური ჯგუფები ადრეულ სოციალურ წესრიგთან დაკავშირებული ადვოკატირების ჟურნალისტიკის საპირწონედ აყენებენ; პროფესიული ნორმებისა და თვითრეგულირების მზარდი ტენდენცია, რასაც შედეგად ჟურნალისტური ავტონომიურობის განვითარებისკენ მივყავართ; და „ნაციონალურ სამოქალაქო კულტურაში არსებული უნივერსალიზმის ხარისხი“ (ეს უკანასკნელი, როგორც მომდევნო თავებში ვნახავთ, რაციონალურ-ლეგალურ მმართვე-

ლობასთან და ზომიერ პლურალიზმთან არის დაკავშირებული და მცირე გამონაკლისებში მაჟორიტარიზმთანაც). ალექსანდერი ასევე მკაფიოდ აცხადებს, რომ ლიბერალური მოდელი იმ სახით, როგორც ეს ამერიკაში არსებობს, ყველაზე ახლოსაა დიფერენცირებული მედიის იდეალურ სისტემასთან (აქვე შევნიშნავათ, რომ ლუჰმანი, რომელიც ახალი ამბებისა და მოსაზრების გამიჯვნის მნიშვნელობას უსვამს ხაზს, ლიბერალური მოდელის პოზიციებს აძლიერებს).

დიფერენციაციის კონცეფცია მედიასისტემებს შორის არსებული განსხვავებების გასააზრებლად უდავოდ სასარგებლოა. მასთან ჩვენ მიერ მოხმობილი ბევრი კონცეფციის დაკავშირებაც შეიძლება. პროფესიონალიზაცია დიფერენცირების თეორიის ცენტრალური კონცეფციაა და მისი გააზრება ჟურნალისტიკის სხვა საქმიანობებისა და სოციალური პრაქტიკისგან დიფერნცირების ხარისხის მიხედვით შეიძლება მოხდეს. პოლიტიკური პარალელიზმის მრავალი ელემენტი, პარტიებსა და მედიას შორის ორგანიზაციული კავშირების ყველაზე მკაფიო გამოვლინებით, მედიასა და პოლიტიკურ სისტემას შორის დიფერენცირების ხარისხით ან მისი არარსებობით შესაძლოა აიხსნას. თუმცა ბოლომდე ნათელი არ არის, შეიძლება თუ არა პოლიტიკური პარალელიზმის ნებისმიერი ფორმა მედიასისტემაში დიფერენციაციის ნაკლებობაზე მეტყველებდეს? მაგალითად, არ არის ცხადი, რა ხარისხითაა შეუთავსებელი გარე პლურალიზმი მედიასისტემის დიფერენიაციასთან. ის, რომ მედია საკუთარ აზრს გამოთქვამს, სრულებითაც არ ნიშნავს იმას, რომ ეს აზრი ყველა შემთხვევაში იდენტური ინება და განსხვავებული იდეოლოგიური ორიენტაცია არ ექნება. შესაბამისად, სახელმწიფოს როლის შესახებ ჩვენეული ანალიზის გარკვეული ნაწილი შესაძლოა, მედიასა და სახელმწიფოს შორის დიფერენცირების არსებობად ან არარსებობად განვიხილოთ. კითხვა იმასთან დაკავშირებით, თუ რამდენად აქტიურია სახელმწიფო სხვა სოციალურ ინსტიტუტებთან მიმართებაში, ამ ინსტიტუტებისაგან სტრუქტურული დიფერენციაციის საკითხს არ მოიცავს; მკაფიოდ დიფერენცირებული სახელმწიფო ხშირად საკმაოდ აქტიურია. მოცემულობა, რომ ის აქტიურია, სრულებითაც არ ნიშნავს, რომ ეს სხვა სუბსისტემების დიფერენციაციას აზიანებს უფრო მეტად, ვიდრე ეს შეიძლება აქტიურ მედიასისტემას დიფერენციაციასთან მიმართებით უცილებლად გაეკეთებინა. პრესის სუბსიდირებამ, მაგალითად, შესაძლოა, სახელმწიფოსგან მედიის ავტონომიურობას შეუქმ-

ნას საფრთხე, თუმცა რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის პირობებში, სადაც სუბსიდირების პრაქტიკა სახელმწიფოს მიერ მკაფიოდ განსაზღვრულ კრიტერიუმებს ეფუძნება, როგორც წესი, უარყოფითი ეფექტი თავს არ იჩენს.

სამი მოდელის პირობებში, ლიბერალური მოდელი „სხვა სოციალური შტოებისაგან" მედიის დიფერენციაციის უფრო მაღალი ხარისხით გამოირჩევა. განსაკუთრებით ისტორიულად პოლიტიკურ სივრცეში აქტიური მოთამაშეებისგან: პარტიები, ინტერესთა ჯგუფები და ზოგიერთ შემთხვევაში რელიგიური ჯგუფები. მეორე მხრივ, პოლარიზებული პლურალიზმისა და დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემები სხვა სოციალური და პოლიტიკური ჯგუფებისგან დიფერნციაციის ნაკლები ხარისხით ხასიათდებიან. თუმცა უკანასკნელი დროის გამოკვეთილი ტენდენცია სწორედ დიფერენციაციის მიმართულებით სვლაში გამოიხატება და ეს ტენდენცია განსაკუთრებით დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემებში აღინიშნება. მე-8 თავში ვნახავთ, რომ პოლიტიკური სისტემებიდან დიფერენციაციის ტენდენცია ჩვენ მიერ განხილულ ყველა ქვეყანაში სხვადასხვა ხარისხით არსებობს და ეს იმ სამ ფაქტორთანაა დაკავშირებული, რომელზეც ალექსანდერი წერდა. ესენია: ახალი სოციალური ჯგუფების მხრიდან უნივერსალურ ინფორმაციაზე გაზრდილი მოთხოვნა, პროფესიული ნორმებისა და ავტონომიურობის ზრდა და უნივერსალური პოლიტიკური კულტურის განვითარება.

ამავე დროს, დიფერენციაციის თეორიასთან მიმართებით არაერთი პრობლემა არსებობს, განსაკუთრებით მედია ისტორიის აღქმასთან დაკავშირებით, რომელიც წარმოდგენილია როგორც სწორხაზოვანი სვლა უფრო ღრმა დიფერენციაციასკენ. ამ შემთხვევაში საინტერესო იქნებოდა, სოციალურ სისტემაში მედიის როლის დანახვის ორი კონტრასტული პერსპექტივის მოხმობა. საუბარია კრიტიკულ თეორიაზე, რომელიც ჰაბერმასმა, ბორდიუმ და ფრანგმა სოციოლოგებმა ბორდიუზე დაყრდნობით შეიმუშავეს. ყველა შემთხვევასთან მიმართებით ჩვენ ამ პერსპექტივას შედარებით მოკლედ წარმოვადგენთ, ხოლო მე-8 თავში ამ საკითხზე უფრო სისტემურად ვისაუბრებთ და მას დიფერენციაციის თეორიის საპირწონედ მოვუხმობთ.

დიფერენციაციის თეორიის კრიტიკა: ჰაბემასი და ბორდიუ. ჰაბერმასს მიაჩნია, რომ საჯარო სივრცე არა დიფერენციაციით, არამედ დედიფერენციაციით ხასიათდება. „კოლექტიური ნების ფორმირების" ახლად წარმოშობილი სფერო, სადაც საზოგადოებ-

რივი საკითხების განხილვა და დამოუკიდებელი საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაა შესაძლებელი, ლიბერალური ინსტიტუტების განვითარების ადრეულ ეტაპზე წარმოიშვა და მოგვიანებით კომერციული მასმედიის განვითარების შედეგად საბაზრო ეკონომიკაში „ჩაიშალა“. პოლიტიკური ძალები, პოლიტიკური პარტიების სახით, სახელმწიფო და სხვა გავლენიანი ორგანიზაციები, რომლებიც სოციალურ რესურსებს აკონტროლებდნენ, პოლიტიკურ ძალაუფლებას ფლობდნენ და საზოგადოებასთან ურთიერთობის ტექნოლოგიებზეც მიუწვდებოდათ ხელი, ყოველივეს საჯარო კომუნიკაციის პროცესზე დომინირებისათვის იყენებდნენ. პოლიტიკური და ეკონომიკური ძალაუფლების მქონე სისტემების მიერ საჯარო სივრცის დედიფერენციაცია არის ნაწილი იმისა, რასაც ჰაბერმასი „ცოცხალი სამყაროს კოლონიზაციას“ უწოდებს. ამ თვალსაზრისით ლიბერალური მოდელი, სადაც მედიის კომერციალიზაცია უფრო წინწასულია და რომელიც საზოგადოებასთან ურთიერთობას აქტიურად იყენებს, სხვა მოდელებთან შედარებით მაღალი დიფერენციაციის ხარისხით თუ „მოდერნულობით“ გამოირჩევა.

ბორდიუ, ისევე როგორც ჰაბერმასი, პარსონიანული სისტემის თეორიის ფუნდამენტურ ელემენტებს იზიარებს, რაც დიფერენციაციის თეორიის პრობლემებს შეეხება და ვებერისა და დურკჰეიმის დებულებებიდან მომდინარეობს. ბორდიუს ველის თეორიაში „ველი“ სოციალური აქტივობის სფეროა, რომელსაც „თამაშის საკუთარი წესები“, პრაქტიკის სტანდარტები და შეფასების კრიტერიუმები აქვს. მტკიცება იმისა, რომ ჟურნალისტიკა ან მედია წარმოიშვა, როგორც „ველი“, ნიშნავს იმას, რომ ეს ველი დიფერენცირებულია სხვა სამოქმედო სფეროებისგან. ბორდიუ მკაფიო პრეფერენციას ავტონომიურ ველებს ანიჭებს. ის მათ „ჰეტერონომიულ“ და „ავტონომიურ“ პოლუსებად ყოფს, რომელთაგან პირველზე გავლენას ყველაზე ძლიერად სხვა ველები ახდენენ.

> „ბორდიუს მიხედვით, ტოტალური დომინირება სახეზეა იქ, სადაც ერთი ყველა დანარჩენ ველზე დომინირებს. გამონაკლისია მხოლოდ ის, რასაც მთელი საზოგადოება „კაცობრიობის მიღწევად მიიჩნევს“. ველის ავტონომიურობა იმისდა მიხედვით უნდა შეფასდეს, თუ რამდენად უზრუნველყოფს ის წინაპირობას ყოველი ველისთვის სრული კრეატიული პროცესის მხრივ და წინააღმდეგობას იერარქიის დომინანტი სისტემის მხრიდან „სიმბოლური ძალადობის“ მიმართ“ (ბენსონი 1998:465).

მიუხედვად ამისა, ბორდიუ ევოლუციის პროცესს უფრო დიდი დიფერენციაციისკენ მიმართულ განვითარებად არ მიიჩნევს: ველი მასში მოქმედი აგენტების ურთიერთდაპირისპირების შედეგად იცვლება და მისი მიმართულების წინასწარ განსაზღვრა შეუძლებელია. ბორდიუს მიერ მოხმობილი მკვლევარების თანახმად, თანამედროვე საფრანგეთში ფრანგული მედია პოლიტიკური ველისგან დისტანცირდა და ამავე დროს მზარდად დომინანტურ ეკონომიკის ველს უახლოვდება[15] (მე-8 თავში დავინახავთ, რომ დიფერენციაციის თეორიის მომხრეები, როგორც წესი, კომერციალიზაციაზე ნაკლებად საუბრობენ და სწორედ ამაშია ის წინააღმდეგობა, რომელიც დიფერენციაციის თეორიის მედიასთან მიმართებაში გამოყენების დროს იჩენს თავს). მედია ველის ავტონომიურობის პოლუსს, რომელიც მეტწილად ელიტური ბეჭდური მედიით იყო წარმოდგენილი, კომერციული ტელევიზიით წარმოდგენილ ჰეტერონომულ პოლუსთან მიმართებაში, ნიადაგი გამოეცალა. დაბოლოს, ლუჰმანის, ალექსანდერის და სხვათა თანახმად, თავისთავად მედია საზოგადოებისათვის უფრო მნიშვნელოვან ფაქტორად იქცა, რამაც ბორდიუს მიერ იდენტიფიცირებული შედეგები განაპირობა. კერძოდ, მედიის მზარდი ზემოქმედების შედეგად, სხვა კულტურულმა ველებმა ავტონომიურობა დაკარგეს (ბორდიუს მიაჩნია, რომ მასმედიის მზარდმა გავლენამ აკადემიური ველის დაშლა გამოიწვია, რომელშიც მეტწილად „ჰეტერონომიული“ ინტელექტუალები დომინირებენ, რომელთა პრესტიჟი აკადემიის გარედან საზრდოობს). ამგვარად, ბორდიუმ და ფრანგმა მკვლევარებმა, რომლებიც ამ ტრადიციაში მუშაობდნენ, გვიჩვენეს კომპლექსური სურათი, რომელშიც მედია ცვლილება დედიფერენციაციის მნიშვნელოვან ხარისხს განაპირობებს.

ძალაუფლების საკითხი. მთავარი კრიტიკა, რომელიც დიფერენციაციის თეორიასთან მიმართებაში იჩენს თავს, არის ის, რომ ეს თეორია ძალუფლების საკითხს ყურადღებას არ აქცევს. დიფერენციაციის თეორია ინსტიტუტებს შორის ურთიერთობებით ინტერესდება და არა აგენტებსა თუ სოციალურ ინტერე-

15 ბორდიუს ველების თეორიის შეჯამებას და მედია კვლევებში მათი გამოყენების მართებულობის შესახებ მოსაზრებებს ბენსონის (1998), მარლიერის (1998) ბენსონი (2000) და ნევიუს (2001) ნაშრომებში იხილავთ. ბორდიუ უშუალოდ მედიაზე არასდროს წერდა. მცირე გამონაკლისია მისი „ტელევიზიის შესახებ“. მიუხედავად ამისა, მრავალი მედია მკვლევარი, ძირითადად ისინი, ვინც სოციოლოგიის სფეროში არიან კონცენტრირებულნი, ბორდიუს იდეებს ეყრდნობიან.

სებს შორის. აღნიშნული თეორიის თანახმად, დიფერენციაცია ძალაუფლებას მნიშვნელოვანწილად აფერმკრთალებს ან სულ მცირე, ის უმნიშვნელო სოციალურ საკითხამდე დაჰყავს. მედია კვლევებთან მიმართებაში ეს თეორია გვთავაზობს მოსაზრებას, რომ მაღალი ხარისხის დიფერენცირების ლიბერალურ სისტემაში ძალაუფლება მაქსიმალურად გადანაწილებული და ნაკლებ კონცეტრირებული უნდა იყოს. ჩნდება კითხვები: რამდენად არის გამოკვეთილი მნიშვნელოვანი განსხვავებები ძალაუფლების გადანაწილების მხრივ ჩვენ მიერ წარმოდგენილ სამ სისტემაში? იკვეთება თუ არა მნიშვნელოვანი უთანასწორობები ამ სისტემებში მედიის ხელმისაწვდომობისა და ინტერესებისა და მოსაზრებების წარმოდგენის კუთხით?

არსებობს ლიტერატურა, რომელიც სხვადასხვა ნაციონალურ ტრადიციებში მედიის სოციალურ და პოლიტიკურ სტრუქტურებთან ურთიერთობებს აღწერს. თუმცა არ არსებობს კვლევა, რომელიც ზემოთ დასმულ კითხვებზე პასუხის გაცემის საშუალებას სისტემური და შედარბითი ანალიზის საფუძველზე მოგვცემდა.[16] ამ წიგნში განხილული ყველა სისტემა დემოკრატიული და პლურალისტურია. ყოველ მათგანში პოლიტიკური პარტიები, სოციალური ჯგუფები და მოძრაობები (ორგანიზებულიც და არაორგანიზებულიც), ინდივიდები და ინსტიტუტები საკუთარი ხმისა და ძალაუფლებისათვის იბრძვიან. შესაბამისად, მედია ამ პლურალიზმს სხვადასხვაგვარად ასახავს, აყალიბებს და მის ინკორპორირებას ახდენს. ამავე დროს, ყველა ძალაუფლების სისტემას წარმოადგენს. თითოეულ სისტემაში აქტორებს შორის სტრუქტურირებული უთანასწორობა იჩენს თავს; ზოგს მეტად მიუწვდება ხელი რესურსებზე ან გავლენის მოხდენის მხრივ უკეთესი პოზიცია აქვს. მედია არა მარტო დემოკრატიული შეჯიბრებითობის პროცესის ნაწილად უნდა განვიხილოთ, არამედ ძალუფ-

16 საინტერესოა, რომ მედია კვლევებთან დაკავშირებული ლიტერატურა უფრო მეტად არის ფოკუსირებული ლიბერალურ ქვეყნებში ძალაუფლების საკითხებზე, ვიდრე სხვა ქვეყნებში არსებულ ვითარებაზე. ბრიტანელი და ამერიკელი მკვლევრები, მაგალითად, უფრო ხშირად ეყრდნობიან გრამსკის, ვიდრე იტალიელები. ირონიაა, რომ ამის ერთ-ერთი მიზეზი არის ის, რომ რაოდენობრივი კვლევების „ანგლო-ამერიკული“ ემპირიული ტრადიცია, რომელიც ზოგადად ძალაუფლების საკითხებს გვერდს უვლის, კონტინენტურ ევროპაში უფრო დომინირებს, ვიდრე ინგლისურენოვან ქვეყნებში, სადაც „კრიტიკულ“ ტრადიციას 1970-იანი წლებიდან მოყოლებული, მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს.

ლების სტრუქტურადაც. მიუხედავად იმისა, რომ ლიბერალური სისტემის უპირატესობის აღიარება მარტივ ჭეშმარიტებად მიიჩნევა, ყველა სისტემაში არსებობს მედია კრიტიკოსი, რომელიც თვლის, რომ „მეზობლის ბალახი უფრო მწვანეა“. ამგვარად, ლიბერალურ ქვეყნებში მედია კრიტიკოსები ხშირად დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემას შენატრიან, განსაკუთრებით სკანდინავიას, რომელსაც ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებთან დაკავშირებული მედია ტრადიცია ახასიათებს და მიაჩნიათ, რომ ის მათ ქვეყნებში დომინანტი კომერციული სისტემის დემოკრატიული ალტერნატივაა. თუმცა, რასაც ამერიკელი და ბრიტანელი ჟურნალისტები პლურალიზმის მომხიბვლელ ფორმად მიიჩნევენ, სკანდინავიელი მკვლევარები საზოგადოებაში დამკვიდრებული ინტერესთა ელიტების მხრიდან მედიაზე კონტროლის განხორციელებად აფასებენ. ამავე დროს კრიტიკოსები პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემაში ლიბერალური სისტემის „მოდარაჯე ძაღლის“ ფუნქციას უფრო დემოკრატიულად მიიჩნევენ მაშინ, როდესაც თავად ლიბერალური სისტემის მეცნიერები თვლიან, რომ კომერციის გავლენა მათ სისტემაზე და პროფესიული რუტინის შეზღუდვები ახალი ამბების წარმოების პროცესს ვიწრო იდეოლოგიურ ჩარჩოში აქცევს. საკამათო არაა განსხვავებების კომპლექსური მოდელების არსებობა, სადაც ესა თუ ის ჯგუფი თუ იდეა მეტ გავლენას მოიპოვებს და ექნება დომინანტური პოზიცია ამა თუ იმ პირობებში. არსებული კვლევების შეზღუდულობის გათვალისწინებით, ამ სფეროს შესწავლა უაღრესად მნიშვნელოვანი იქნებოდა. თუმცა ამ განსხვავებებზე ჩვენ მომდევნო გვერდებზე ვიმსჯელებთ, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ საკმაოდ სკეპტიკურად ვუყურებთ იმ იდეას, რომ სამი მოდელის იერარქიის დადგენა საზოგადოებრივი სივრცის გახსნილობის მიხედვით განხორციელდეს. არც იმის გვჯერა, რომ მედიასისტემების ლიბერალური მოდელისკენ კონვერგირება ძალაუფლების სისტემებიდან სეპარაციად შეიძლება განვიხლოთ. მე-8 თავში ჩვენ ვნახავთ, რომ მედიასა და უმეტესი ევროპული ქვეყნებისათვის დამახასიათებელ ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებს შორის არსებული ძველი კავშირების რღვევას შესაძლოა, სოციალურ ინტერესთა რეპრეზენტაციის თვალსაზრისით უფრო დიდი დისბალანსი მოჰყვეს, ვიდრე გახსნილობა და დივერსიფიცირებულობა.

ძალზედ ძნელია იმის თქმა, თუ რამდენად თანაბრად ნაწილდება ძალაუფლება სხვადასხვა მედიასისტემაში. გაცილებით მეტის თქმა შეიძლება იმაზე, თუ როგორ მუშაობს ძალუფლება

სხვადასხვა სისტემაში? დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში, მაგალითად, ორგანიზებულ ჯგუფებთან მედიის ურთიერთობა ისტორიულად უაღრესად მნიშვნელოვანი იყო. რაც შეეხება ლიბერალურ ქვეყნებს, აქ უფრო ცენტრალურია ბაზრის ფაქტორი (რომელშიც მედია აუდიტორიის გარკვეულ სეგმენტზე უფრო რეაგირებს, ვიდრე სხვაზე) და რუტინა, რომლითაც ჟურნალისტები ინდივიუდალურ პოლიტიკურ აქტორებთან ურთიერთობენ. თუმცა აქვე ერთი მნიშვნელოვანი განსხვავებაც უნდა აღინიშნოს. 1970-იანი წლებიდან სახელმწიფოს ნეომარქსისტულ თეორიაში სახელმწიფოს „სტრუქტურალისტურ“ და „ინსტრუმენტალისტურ“ თეორიებს შორის განსხვავება გაჩნდა (მაგ. ესპინ 1982; ბლოკი 1987).[17] ინსტრუმენტალისტური თეორია ფოკუსირებულია ძალაუფლებაზე, რომელსაც ცალკეული აქტორები გაცნობიერებულად და პირდაპირ ახორციელებენ დაშინების, წაქეზების, პირადი კავშირების და სხვა მსგავსი მეთოდების გამოყენების გზით. სტრუქტურალისტური თეორია ფოკუსირებულია ისეთ სისტემაზე, სადაც მიკერძოებულ პოლიტიკურ პროცესს არაპერსონიფიცირებული სტრუქტურები ან მექანიზმები უზრუნველყოფენ. ამ სისტემაში აქტორები თანაბარი ხელმისაწვდომობის პირობებში არ იმყოფებიან ან პოლიტიკური პროცესის შედეგი შეზღუდულია ისე, რომ მასში კონკრეტული აქტორის მონაწილეობა აუცილებლობას არ წარმოადგენს.[18] „სტრუქტურალისტური“თეორიების მიმდევრები სოციალური კლასებისა და სხვა აქტორებისგან სახელმწიფოს „შედარებით ავტონომიურობაზეც“ საუბრობენ და მიაჩნიათ, რომ სახელმწიფო უფრო საკუთარი ლოგიკით ოპერირებს და სხვა სოციალური სფეროების მმართველობას ნაკლებად ექვემდებარება, ეს კი განსაკუთრებით სოციალურ კლასებს შორის ურთიერთობის ეკონომიკის ლოგიკას ეხება. პოლიტიკური ლიტერატურა სტრუქტურალისტურ თეორიას ინსტრუმენტალისტურ თეორიაზე უფრო დახვეწილად მიიჩნევს, რადგან ეს

17 ეს ნაშრომები 1970 წლის, ე.წ. პოლანტსა და მილიბენდის დებატებს აღწერენ. მილიბენდმა (1969) პოლიტიკურ ძალაუფლებაში მედიის როლზე მსჯელობას ადრეული და საკმაოდ არათანამედროვე მარქსისტული ანალიზი დაურთო.

18 ეს განსხვავება ლუკეს (1974) მიერ შემოთავაზებული ძალაუფლების სამ „სახეს“ უკავშირდება: ძალაუფლება, რომელიც რესურსებზე პირდაპირი ხელმისაწვდომობის მქონე აქტორები ახორციელებენ; ძალაუფლება, რომელსაც ინსტიტუციური მიკერძოებულობა განაპირობებს; და ძალაუფლება, რომელიც დომინანტი კულტურის გავლენის შედეგია.

უკანასკნელი „შეთქმულების“ პრიმიტიულ თეორიასთან არის ახლოს. მაგრამ უნდა ითქვას, რომ ასეთი ლიტერატურის უმეტესი ნაწილი ჩრდილო ამერიკისა და ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნების პრაქტიკაზეა ფოკუსირებული. ეს რომ ასე არ ყოფილიყო, შესაძლოა, ინსტრუმენტალისტური თეორია საკმაოდ ადეკვატურიც აღმოჩენილიყო.

მსგავსი განსხვავებები შესაძლოა, მედია კვლევისთვისაც სასარგებლო იყოს. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნები, გარკვეული დოზით მედიის ინსტრუმენტალიზაციისაკენ არიან მიდრეკილები. ინსტრუმენტალიზაციის გარკვეული ხარისხით არსებობა არც ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემებისთვის არის უცხო. ბრიტანეთში რუპერტ მერდოკის, კანადაში კონრად ბლეკის ან გერმანიაში აქსელ სპრინგერის პოლიტიკური როლი შესაძლოა, მნიშვნელოვანწილად ინსტრუმენტალიზაციის თვალსაზრისით განვიხილოთ. ცხადია, ძალაუფლების „სტრუქტურიზებული“ ფორმები პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებშიც არსებობს.[19] თუმცა ზოგადად, სტრუქტურული მექანიზმები, როგორც ჩანს, ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებისთვისაა უფრო მნიშვნელოვანი, რადგან აქ მედია შედარებით მეტი ავტონომიურობით სარგებლობს. ამ მექანიზმებს შორის მთავარი მაინც ჟურნალისტების პროფესიული რუტინაა, რომელიც შესაბამისი ლიტერატურის თანახმად, განსაკუთრებით შეერთებულ შტატებში, ბრიტანეთსა და კანადაშია განვითარებული და სადაც ახალი ამბების წარმოება მოიცავს როგორც მედიის დიფერენცირებულ ურთიერთობას ინფორმაციის სხვადასხვა წყაროსთან, ასევე საინფორმაციო ღირებულების და ინტერპრეტაციის კულტურულ და იდეოლოგიურ კრიტერიუმებს.

დასკვნა

ამ თავში წარმოგიდგინეთ ის სამი მოდელი, რომელიც თვრამეტი ქვეყნის მედიასისტემის შესახებ წარმოებული მსჯელობის ემპირიულ ბაზას განაპირობებს. II ნაწილში ამ სამი მოდელის ლოგიკურ შეფასებასა და ისტორიული განვითარების დეტალებს

19 სამპედრო (1997), მაგალითად, აანალიზებს რა ესპანეთში სავალდებულო სამხედრო სამსახურის წინააღმდეგ მიმართული გამოსვლების მედია გაშუქებას, ყოველივეს ძირითადად ინსტიტუციონალური და სტრუქტურული პირობებით აღწერს.

გამოვიკვლევთ. ასევე შევისწავლით მედია და პოლიტიკური სისტემების ცვლადების იმ კავშირებს, რომლებიც განვითარების ამ მოდელებში იჩენს თავს და დავადგენთ იმას, თუ რამდენად შეესაბამება ან არ შეესაბამება ცალკეული ქვეყანა წარმოდგენილ სამ მოდელს.

ჩვენ ასევე წარმოვადგინეთ დისკუსია დიფერენციაციის თეორიასთან დაკავშირებით, როგორც ჩარჩო ამ მოდელებს შორის განსხვავებებისა და ისტორიული განვითარების თავისებურებათა გასააზრებლად. ჩვენ შევეცადეთ, დაგვესაბუთებინა, რომ დიფერენციაციის თეორია გარკვეულწილად დისტანცირდება მედიასისტემებს შორის არსებული განსხვავებების ფართოდ გააზრების ამოცანისაგან. ეს განსაკუთრებით მედიასისტემების პოლიტიკური პარტიების სისტემებთან და კლასობრივ, რელიგიურ, ეთნიკურ და სხვა მსგავსი ფაქტორებით გაერთიანებულ სოციალურ ჯგუფებთან მისი შერწყმის კონტექსტში იკვეთება. ასევე გავარკვიეთ, თუ რა ხარისხით სცილდებიან ეს სისტემები ასეთ ურთიერთობებს. ამავე დროს, არსებობს კარგი საფუძველი, რათა ჩრდილო ამერიკისა და დასავლეთ ევროპის მედია ისტორია განვიხილოთ, როგორც დიფერენციაციისაკენ შეუქცავადად სვლის პროცესი ან დიფერენცირებულობის ხარისხის თვალსაზრისით ამ სამი მოდელის იერარქიულ ქსელში ფორმირება მოვახდინოთ. მას შემდეგ, რაც II ნაწილში სამ მოდელს და მათ ისტორიას უფრო დაწვრილებით გავაანალიზებთ, III ნაწილში მედიასისტემების კონვერგენციულ ტენდენციებს ჩავუღრმავდებით. ამ მომენტისათვის, უნდა აღვნიშნოთ, რომ 4.1 ცხრილში, ჩვენ მიერ შემოთავაზებული სამკუთხედი და მასზე განლაგებული სამი მოდელი, დიფერენციაციის თეორიასთან მნიშვნელოვანი შეუსაბამობის არსებობაზე მიუთითებს. ჩვენ რომ გაგვეზიარებინა დებულება იმის თაობაზე, რომ დიფერენციაციის მიმართულებით მედიასისტემა ცალმხრივად ვითარდება, მაშინ წარმოდგენილი სამკუთხედის ორგანიზება სხვაგვარად, ერთ ხაზად მოგვიწევდა. პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი სქემის ერთ მხარეს, ხოლო ლიბერალური მეორე მხარეს განლაგდებოდა, რაც შეეხება დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებს, მათ ამ პოლუსებს შორის, სხვადასხვა ადგილებზე განთავსება მოუწევდათ.

ნაწილი II

სამი მოდელი

წიგნის II ნაწილში ჩვენ მიერ წარმოდგენილი მედიასისტემის სამი ქვეყნის ჯგუფზე დეტალურად ვისაუბრებთ და I ნაწილში შემოთავაზებული თითოეული მოდელის ლოგიკასა და ისტორიულ ევოლუციას შევისწავლით. მე-5 თავში მედიტერიანულ, ანუ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელს განვიხილავთ; ჩრდილო/ცენტრალური ევროპის დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელზე მე-6 თავში, ხოლო ჩრდილო-ატლანტიკურ, ანუ ლიბერალურზე მე-7 თავში ვიმსჯელებთ. შევეცდებით, გამოვყოთ ის საერთო ელემენტები, რომლებიც ამ მოდელებს ახასიათებს და ის განმასხვავებელი ცვლადები, რომლებიც ინდივიდუალურ ქვეყნებს იდეალურ ტიპოლოგიას აშორებს. II ნაწილის ყოველი თავი პრესის წარმოშობის ისტორიის განხილვით იწყება და მედიასისტემაზე მსჯელობით გრძელდება და საბოლოოდ იმ პოლიტიკური კონტექსტის განხილვით სრულდება, რომელშიც თითოეული მედიასისტემა განვითარდა. შემოგთავაზებთ იმის ანალიზს, თუ რა კავშირებია მე-2 თავში აღწერილ ცვლადებსა და მე-3 თავში წარმოდგენილ პოლიტიკურ ცვლადებს შორის. სამი მედიასისტემის მოდელის განხილვა, მნიშვნელოვანწილად იმ ოთხი ცვლადის ირგვლივ ორგანიზდება, რომელზეც მე-2 თავში ვსაუბრობდით. ეს ცვლადებია: მედია ბაზრის, განსაკუთრებით მასობრივად ცირკულირებადი პრესის განვითარება; პოლიტიკური პარალელიზმი; ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი და სახელმწიფოს როლი. თავების სტრუქტურა იმისდა მიხედვით შეიცვლება, თუ რომელი მაგალითის განხილვას რამდენი მსჯელობა დასჭირდება. მაგალითად, პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელზე მსჯელობისას ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის თემის განხილვა მედიის ინსტრუმენტალიზაციის საკითხში გადაიზრდება და ამ მიმართულებით გაფართოვდება; დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელზე საუბრისას, კომერციულ მედიაბაზარსა და პოლიტიკურ პარალელიზმს შორის არსებულ კომპლექსურ ურთიერთობაზე საგანგებო დისკუსიას შემოგთავაზებთ.

5

მედიტერიანული, ანუ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი

1974-1975 წლებში საბერძნეთში, პორტუგალიასა და ესპანეთში დასავლეთ ევროპის უკანასკნელი ავტორიტარული რეჟიმები დაემხო და ლიბერალურ დემოკრატიაზე გადასვლის წარმატებული პროცესები დაიწყო. გარდამავალი პერიოდის ამ გამორჩეულმა ისტორიულმა გამოცდილებამ „სამხრეთ ევროპის“ მიმართ ისტორიკოსთა და სოციალურ მეცნიერთა დიდი ყურადღება მიიპყრო (მაგალითად, გიუნტერი, დიამანდოროსი, ფულე 1993). სამხრეთ ევროპად, როგორც წესი, ის სამი ქვეყანა მოიაზრება, რომელმაც დემოკრატიის მიმართულებით 1970-იანი წლების შუაში გადადგა ნაბიჯი და იტალია, რომელმაც ტრანზიცია გაცილებით ადრე განახორციელა, თუმცა ამ სამ ქვეყანასთან არაერთ ისტორიულ და სტრუქტურულ მსგავსებას იზიარებს. საფრანგეთიც ხშირად სამხრეთ ევროპის კონტექსტში განიხილება, თუმცა მას ყოველთვის ზღვარზე მყოფ ქვეყნად მიიჩნევენ. ლიბერალური ინსტიტუტების, კაპიტალისტური ინდუსტრიალიზაციის და პოლიტიკური დემოკრატიის გვიანი განვითარება არის ის ფაქტორი, რომელიც სამხრეთ ევროპას დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილოეთ ატლანტიკისაგან განასხვავებს და საფრანგეთი ამ კონტექსტში ნაკლებად მოიაზრება. რევოლუციამდელი რეჟიმის (ancient rejime) გავლენა, ანუ მიწათმფლობელი არისტოკრატიის, აბსოლუტისტური სახელმწიფოს და კათოლიკური და მართლმადიდებლური ეკლესიების გავლენა ამ ქვეყნებში ძლიერი იყო, რაც ლიბერალური ინსტიტუტების განვითარებას აფერხებდა. ლიბერალიზმის გამარჯვება აქ მხოლოდ ხანგრძლივი პოლიტიკური კონფლიქტის შედეგად გახდა შესაძლებელი, რომელიც ზოგიერთ შემთხვევაში, მეოცე საუკუნის შუამდეც გაგრძელდა. ამ ისტორიის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მემკვიდრეობაა, რომ სამხრეთ ევროპის პოლიტიკური სპექტრი კვლავაც ფართოდ შემორჩა, ხოლო პოლიტიკური განსხვავებები გაცილებით მწვავე იყო, ვიდრე დასავლეთ ევროპაში ან ჩრდოლოეთ ამერიკაში. როგორც

მე-3 თავში ვნახეთ, ეს არის ის, რასაც პოლიტიკური მეცნიერების მკვლევარები პოლარიზებულ პლურალიზმს უწოდებენ და რაზეც ჩვენ უფრო სისტემურად ამ თავის ბოლო ნაწილში ვისაუბრებთ, როცა გავაანალიზებთ იმ პოლიტიკურ კონტექსტს, რომელმაც სამხრეთ ევროპის მედიასისტემა ჩამოაყალიბა.

ჩვენი აზრით, სამხრეთ ევროპის მედიტერიანულ რეგიონში დემოკრატიული ტრანსფორმაციის გვიანმა და წინააღმდეგობრივმა პროცესმა მედიისა და პოლიტიკური სამყაროს ურთიერთობის გამორჩეული მოდელის წარმოქმნა განაპირობა. მედიტერიანული ქვეყნების მასმედია აქტიურად იყო ჩართული რეგიონისთვის ისტორიულად დამახასიათებელ პოლიტიკურ კონფლიქტებში. მასმედია ამ რეგიონში ასევე ტრადიციულად იდეოლოგიური გამოხატვისა და პოლიტიკური მობილიზაციის საშუალებად აღიქმებოდა. ამავე დროს, კომერციული მედიაბაზარი აქ სუსტად ვითარდებოდა, რის გამოც მედია სახელმწიფოზე, პოლიტიკურ პარტიებზე, ეკლესიებზე და კერძო მეპატრონეებზე იყო დამოკიდებული, რაც მის პროფესიონალიზაციას და მედიის, როგორც ავტონომიური ინსტიტუტის დამკვიდრებას აფერხებდა. თუმცა ეს მოდელი ცვალებადია: გლობალიზაციის გავლენა, კომერციალიზაცია და სეკულარიზაცია მედიას მთელ ევროპაში, განსაკუთრებით მედიტერიანულ სივრცეში ცვლის და ჩვენ ამაზე მე-8 თავში უფრო ვრცლად ვისაუბრებთ. მიუხედავად ამისა, მედიტერიანულ ქვეყნებში მედია მაინც მნიშვნელოვნად განსხვავებული რჩება, რაც მისი ისტორიით არის განპირობებული.

მედიასისტემის თვალსაზრისით, ისევე, როგორც პოლიტიკური ისტორიისა და სოციალური სტრუქტურების მხრივ, საფრანგეთი მართლაც მიჯნაზე მყოფი ქვეყანაა. მედიამოდელების ჩვენი კონცეფციის თვალსაზრისით, საფრანგეთი პოლარიზებული პლურალიზმისა და დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელების ზღვარზეა. ფრანგული მოდელი მედიტერიანულ მოდელს ორი მიზეზის გამო მივაკუთვნეთ: პირველი: ჩვენი აზრით, მედიაზე პოლიტიკური სფეროს დომინირების ტენდენცია, რაც სწორედ პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემაში მძლავრობს, საფრანგეთის მედია ისტორიისთვისაც დამახასიათებელია. შესაბამისად, ფრანგული რეალობა ამ მოდელთან ყველაზე ახლოს დგას. მეორე: საფრანგეთისა და სამხრეთ ევროპის ქვეყნებს შორის ხანგრძლივი და მჭიდრო ისტორიული კავშირი არსებობს. სწორედ ნაპოლეონის შეჭრამ განაპირობა იტალიასა და იბერიის ნახევარკუნძულზე თანამედროვე გაზეთების კულტურის და-

ნერგვა, ფრანგული ჟურნალისტიკის პარადიგმა კი ამ რეგიონში ჟურნალისტიკის განვითარების საფუძველი გახდა.

ჟურნალისტიკის პოლიტიკური და ლიტერატურული ფესვები

მედია სამხრეთ ევროპაში არა საბაზრო, არამედ უპირველესად პოლიტიკურ და ლიტერატურულ ინსტიტუტად ჩამოყალიბდა. ჩრდილოეთ ევროპასა და ჩრდილოეთ ამერიკაში მედია კომერციულ ბურჟუაზიაზე იყო ორიენტირებული. ეს უკანასკნელი კი სისხლხორცეულად იყო დამოკიდებული სანდო ინფორმაციაზე ვაჭრობის, ნავიგაციის, ტექნოლოგიებისა და პოლიტიკის შესახებ, რამაც გადამწყვეტი როლი ითამაშა პირველი გაზეთების განვითარებაში. მასობრივად ცირკულირებადი პრესის განვითარება უკავშირდება მზარდი საშუალო, მშრომელი და აგრარული კლასის შემოსვლას ბაზარზე, ასევე პოლიტიკურ პროცესს – მასობრივი პოლიტიკური პარტიების განვითარებას.

რა თქმა უნდა, ამ პროცესის გარკვეული ელემენტები მედიტერიანულ ქვეყნებში, განსაკუთრებით საფრანგეთსა და სამხრეთ იტალიაში, ადრეც არსებობდა. მაგალითად, ვენეცია ერთ დროს ევროპის ბეჭდური ინდუსტრიის ყველაზე მნიშვნელოვანი ცენტრი იყო. სწორედ აქ გამოიცემოდა პირველი გაზეთები იმავე დანიშნულებით, როგორც ეს ჩრდილოეთ ევროპაში ხდებოდა. კონტრრეფორმაციის დაწყებამ შეარყია და საბოლოოდ დაასამარა ვენეციის ბეჭდური ინდუსტრია და ცენტრმა ამსტერდამში გადაინაცვლა (ბრიგსი დ აბიურკი 2002:57-8). ზოგადად, ბურჟუაზიის, როგორც კლასის, განვითარება სამხრეთ ევროპაში ძალზედ ნელა მიმდინარეობდა და პირველი გაზეთები აქ არისტოკრატიასთან იყო დაკავშირებული, რომლის სიმდიდრის წყაროს მიწათმფლობელობა წარმოადგენდა და არა ვაჭრობა. ჰაბერმასის მიერ აღწერილ ლიტერატურულ სალონებს ძირითადად არისტოკრატია სტუმრობდა და არა ბურჟუაზია. შესაბამისად „ლიტერატურული საჯარო სივრცის“ პერიოდმა სამხრეთ ევროპაში გაცილებით დიდხანს გასტანა. ბალზაკის მიერ დაკარგულ ილუზიებსა და მოპასანის ლამაზ მეგობარში ლამაზად აღწერილი ჟურნალისტური სამყარო მეტწილად არისტოკრატიას უკავშირდებოდა. იგივე შეიძლება ითქვას ადრეული მეცხრამეტე საუკუნის იტალიურ ჟურნალისტიკაზე (ეს ის პერიოდია, როდესაც ამერიკაში უკვე „პენი ფეიფერ“ იწყებს დამკვიდრებას). იტალიის კლერიკალური წრე, რომელიც მჭიდროდ იყო დაკავშირებული მიწათმფლობელ

არისტოკრატიასთან, ამ პროცესში ასევე მნიშვნელოვან როლს ასრულებდა (მურიალდი. 1986; ფარინელი და სხვ). აღწერდა რა მეცხრამეტე საუკუნის იტალიური გაზეთების კითხვის წესს, რიკუპერატი (1981:1087) წერდა: „ჩვენ ვნახეთ, რომ ლიტერატურული წრე იყო პუბლიკა, რომელიც ერუდირებული ადამიანებისგან, თეოლოგებისგან, უნივერსიტეტის პროფესორებისგან, სამეცნიერო აკადემიური სფეროს წარმომადგენლებისგან შედგებოდა. ამ საზოგადოებაში სასულიერო პირების როლი ძლიერი იყო". რიკუპერატი ვარაუდობს, რომ იმ პერიოდის იტალიურ გაზეთებში დასაქმებულ ჟურნალისტთა ნახევარზე მეტი კლერიკალი იყო. პრესის მიზანი მეცხრამეტე საუკუნის სამხრეთ ევროპულ პრესაში ლიტერატურული და პოლიტიკური იდეების გამოხატვა იყო. ბალზაკი „პრესას" აღწერდა, როგორც:

> „სიტყვას, რომელიც მიღებულია, რათა გამოხატოს ყველაფერი, რაც პერიოდულად ქვეყნდება პოლიტიკასა და ლიტერატურაში, და სადაც მავანი განსჯის, როგორც იმათ შრომას, ვინც მართავს და იმათსაც, ვინც ადამიანის სავალ ორ გზას ადგენს.(ფერენცის ციტატა (1993;28)

რეგიონის ყველა მკვლევარი ჟურნალისტიკის წარმოშობას იდენტურად აღწერს: იტალიელი ისტორიკოსი ალბერტო ასორ როსა (1981) იტალიური ჟურნალისტიკის ისტორიაში ორ სისხლძარღვზე (filoni) – ლიტერატურულსა და პოლიტიკურზე საუბრობს; ნევიუ (1991) ფრანგული ჟურნალისტიკის ისტორიაში "tropisme litteraire"-სა და "tropisme politique"-ზე საუბრობს (იხ. აგრეთვე ჩალაბი 1996).

კომერციული გაზეთების გაჩენა და გაზეთების ტირაჟების ზრდა სამხრეთ ევროპაში 1880 წლიდან დაიწო. მასობრივად ცირკულირებადი გაზეთების განვითარება ამავე პერიოდში ჩრდილოეთ ევროპაში, ჩრდილოეთ ამერიკასა და აღმოსავლეთ აზიაში ხდება. თუმცა, უნდა ითქვას, რომ სერიოზული მასშტაბების მასობრივად ტირაჟირებადი პრესა მედიტერიანულ ქვეყნებში არასოდეს ჩამოყალიბებულა. ეს პროცესი საფრანგეთში უფრო ღრმად განვითარდა და ეს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია, რის გამოც საფრანგეთი მოდელების მიჯნაზე მდგომ ქვეყნად განიხილება. დღეს საფრანგეთში გაზეთების ტირაჟები სხვა მედიტერიანული ქვეყნებისას აღემატება, თუმცა, დასავლეთ ევროპის ქვეყნებზე დაბალია. საფრანგეთში პრესას მკითხველთა რაოდენობისა და პრესის თავისუფლების მხრივ, სწრაფი

აღმავლობაც განუცდია და დაღმასვლაც. რევოლუცია, ადამიანისა და მოქალაქის უფლებების დეკლარაცია, ისტორიის ადრეულ პერიოდში პრესის თავისუფლების წინაპირობად იქცა. გაზეთების გაყიდვებმა იმ დროისთვის ტექნიკური შესაძლებლობის მაქსიმუმს, დღეში 300 000 ეგზემპლარს მიაღწია. ეს იმდროინდელი მსოფლიოს მასშტაბით უდიდესი მიღწევა იყო. გაზეთების მომხმარებელთა რაოდენობამ, იმის გათვალისწინებით, რომ ისინი საჯარო ადგილებში – კაფეებში ვრცელდებოდა, არისტოკრატიისა და ბურჟუაზიის აუდიტორიას გადააჭარბა, თუმცა, მომდევნო სტანდარტებთან მიმართებაში ის მაინც საკმაოდ შეზღუდული დარჩა – მხოლოდ სამი მილიონი იმ პირობებში, როდესაც ზრდასრული მოსახლეობის რაოდენობა თოთხმეტი მილიონი იყო (პოპკინი 1990:82-6). 1802 წლისათვის კი პარიზული გაზეთების ტირაჟის მაჩვენებელი კვლავ 33,000-ის ნიშნულზე დაბრუნდა.

პრესის თავისუფლება საფრანგეთში 1881 წელს აღდგა და ეს პერიოდი, პირველ მსოფლიო ომამდე, ფრანგული პრესის ოქროს ხანად არის მიჩნეული. ამავე პერიოდში მნიშვნელოვანი როლი შეასრულეს კომერციულმა გაზეთებმა, რომლებიც ნაწილობრივ „პენი პრესის“ მოდელს იმეორებდნენ (Le Matin-ს ამერიკელი მართავდა), ყოველივე ამან ფრანგული პრესა კვლავ გავრცელების რეიტინგების სათავეში მოაქცია. პირველი მსოფლიო ომის წინ *Le Petit Parizien* სამ მილიონიანი ტირაჟით მთელ საფრანგეთში ვრცელდებოდა და მთელ მსოფლიოში გაყიდვების მხრივ ლიდერი იყო. საფრანგეთში ყოველ 1 000 მცხოვრებზე 244 გაზეთი იყიდებოდა, რაც დაახლოებით შეერთებული შტატების მაჩვენებელს (255) უტოლდებოდა. ტირაჟების მხრივ საფრანგეთი ბრიტანეთს უსწრებდა, სადაც ეს კოეფიციენტი ყოველ 1000 სულზე 160 იყო (ალბერტი 1983:24-5). თუმცა, კომერციულმა პრესამ, რომელიც აპოლიტიკურობის დეკლარირებას ახდენდა, ვერ ჩაანაცვლა პრესა, რომელიც თვალსაზრისის გამოხატვაზე იყო ორიენტირებული, როგორც ეს ლიბერალური მოდელის ქვეყნებში მოხდა. 1914 წლისათვის პარიზის პრესის 80% კვლავაც თვალსაზრისის გამომხატველ გაზეთებს ეკავა (თოგმარტინი 1998:95), მიუხედავად იმისა, რომ მათი ტირაჟები ნაკლებ მნიშვნელოვანი იყო. ფრანგული პრესის „ოქროს ხანა“ ძლიერ და მდგრად საგაზეთო ინდუსტრიაში ვერ გადაიზარდა. მიუხედავად იმისა, რომ ტირაჟები დიდი იყო, საფრანგეთში კომერციული პრესა არასდროს ყოფილა ისეთივე მომგებიანი, როგორც შეერთებულ შტატებსა და ბრიტანეთში იყო. სარეკლამო ბაზარი საფრანგეთში მცირე

იყო და 1936 წელს ბრიტანეთისა და ამერიკის სარეკლამო შემოსავლებთან მიმართებით დაახლოებით 1/6-დან 1/8-მდე შეადგენდა (თოგმარტინი 1998:107; ნევიუ 2000:11-12). 1930 წლისათვის საფრანგეთის საგაზეთო ინდუსტრიის უმეტესობა კარტელების მიერ იმართებოდა და კორუმპირებული იყო, რაც სერიოზულ დაღმასვლას წარმოადგენდა. ნაციზმის პერიოდში რეპრესიებმა და ნაციზმთან კოლაბორაციონიზმმა მედიის განვითარება დიდი ხნით შეაფერხა და მისი ნაწილობრივი რეაბილიტაცია მხოლოდ მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ მოხდა.

საფრანგეთის გამოცდილებამ სხვა მედიტერიანულ ქვეყნებზე დიდი გავლენა იქონია. მართალია, განვითარების მოდელი აქაც არსებითად იდენტურად წარიმართა, თუმცა კომერციული მედია სხვა ქვეყნებში საფრანგეთზე გაცილებით სუსტი იყო. იტალიასა და იბერიის ნახევარკუნძულზე პრესა ნაპოლეონის შეჭრის შემდეგ გაჩნდა და გაზეთები ძირითადად ტრადიციულობისა და მოდერნულობის ჭიდილში ყალიბდებოდა და ამ ბრძოლას ემსახურებოდა. ეს პროცესი თითქმის მომდევნო საუკუნე-ნახევრის განმავლობაში გაგრძელდა. ესპანეთსა და იტალიაში ძლიერი პრესა, როგორც თვალსაზრისის გამომხატველი ინსტიტუტი მეცხრამეტე საუკუნეში გაჩნდა და იტალიური აღორძინების (Italian Risorgimento) და ესპანური Canovite Restoration (ორტისი1995) პერიოდებში ლიბერალური სახელმწიფო ინსტიტუტების ჩამოყალიბებაში მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა. ამ პროცესების ესპანელი ლიდერები – კანუვასი და კანელიასი; იტალიელი – კავური და მაზინი, როგორც ჟურნალისტები, ასევე პოლიტიკოსები იყვნენ. გაზეთი უაღრესად მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი აღმოჩნდა იმ მოძრაობის ორგანიზებისათვის, რომელსაც ისინი ხელმძღვანელობდნენ. 1880-1920 წლების მონაკვეთში ამ ქვეყნების კომერციული პრესაც სუსტად იყო განვითარებული და გაზეთები ამერიკული და ბრიტანული პრესის მსგავსად, ინფორმაციაზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკის განვითარების ექსპერიმენტებს ატარებდნენ, მაგრამ მათი ეკონომიკური და სოციალური ბაზა, ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებისგან განსხვავებით, უკიდურესად შეზღუდული იყო. წერაკითხვის ცოდნის დონე, საფრანგეთისგან განსხვავებით, მაღალი არ იყო (კოპოლა 1969). საფრანგეთში განათლების გავრცელებაზე მთავრობა ზრუნავდა (ვებერი 1976). ესპანეთში, 1887 წელს მოსახლეობის 70% გაუნათლებელი იყო და იგივე შეიძლება ითქვას მოსახლეობის 1/3-ზე 1940 წლისათვის (ორტისი 1995:216).

მდგომარეობა არც იტალიაში იყო რადიკალურად განსხვავებული. 1870 წლისათვის, უნიფიკაციის დროს წერა-კითხვის უცოდინრობის დონე 60%-მდე იყო, რასაც ლინგვისტური მრავალფეროვნებაც ემატებოდა. მოსახლეობის მხოლოდ 2-3%-ს ესმოდა ტოსკანური დიალექტი, რომელიც უნიფიკაციის პერიოდში ოფიციალურ ენად გამოცხადდა (ვინსენტი 2000:139).[20] სწორედ ტელევიზიის დამსახურებაა იტალიაში ლინგვისტური სტანდარტიზაციის განხორციელება (დე მაურო 1979). 1920-30 წლებისთვის პრესის განვითარება ესპანეთსა და პორტუგალიაში დიქტატურამ ათწლეულების მანძილზე შეაფერხა.

პირველი ბერძნული გაზეთები საბერძნეთში თურქეთის მიერ ოკუპაციის დროს შეიქმნა და 1830 წლამდე არსებობდა. საბერძნეთის ისტორია მწვავე პოლიტიკური კონფლიქტებით, დიქტატურისა ან ოკუპაციის და დემოკრატიის ხშირი მონაცვლეობით ხასიათდებოდა. ბერძნული გაზეთები, მეტწილად, ვითარდებოდა როგორც პოლიტიკური მედიუმი, რომელსაც შეზღუდული რაოდენობის მკითხველი ჰყავდა. 1960-იან წლებამდე გაზეთები ლიტერატურულ ბერძნულს იყენებდნენ, რაც საგრძნობლად განსხვავდებოდა იმ ენისგან (დემოტიკური-demotike), რომელზეც ისინი ყოველდღიურ ცხოვრებაში საუბრობდნენ. იმავდროულად, დიქტატურამ, რომელიც საბერძნეთს 1967-74 წლებში მართავდა, პრესაში დემოტიკურის გამოყენება აკრძალა (ზაჰაროპოლუსი და პარასხოსი. 1993). პორტუგალიაში პრესის თავისუფლება 1820 წლიდან იღებს სათავეს, თუმცა მეცხრამეტე საუკუნის განმავლობაში ეს პროცესი ხშირი წყვეტით აღინიშნებოდა. პორტუგალიური პრესის თავისუფლების ყველაზე მნიშვნელოვანი პერიოდი 1910 წელს მონარქიის დამხობიდან 1926 წლამდე, სალასარის დიქტატურის დამყარებამდე გაგრძელდა. 1974 წლის რევოლუციის დროისათვის პორტუგალიური პრესა ევროპაში ყველაზე სუსტად განვითარებული იყო (სიტონი და პილმოტი. 1980: ეგი და თრაქუინა. 1984).

საბოლოო ჯამში, სამხრეთ ევროპაში კომერციული პრესა, ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებთან შედარებით (რომელთა ისტორიას მომდევნო თავში უფრო დეტალურად გამოვიკვლევთ), ნაკლებად განვითარებული იყო. მეორე მხრივ, საფრანგეთსა და იტალიაში პარტიული პრესა მეოცე

---

20 წერა-კითხვის უცოდინრობა სამხრეთ ევროპაში ძირითადად მეორე მსოფლიო ომის დროს აღმოიფხვრა და დღეს დანარჩენი ევროპისგან საგრძნობლად აღარ განსხვავდება.

საუკუნის დასაწყისშივე განვითარდა, რაც ორივე ქვეყნისათვის დიდი ხნის მანძილზე, ხანგრძლივი პოლიტიკური ისტორიის ნაწილი იყო. ამ თვალსაზრისით საფრანგეთისა და იტალიის მედიის ისტორია დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების ისტორიის მსგავსია. იტალიის კომუნისტური პარტია (PCI), გერმანულ სოციალ-დემოკრატიულ პარტიასთან ერთად, კვინტენსენციური მასობრივი პარტია იყო. ისევე, როგორც ჩრდილოეთ ევროპის მასობრივ პარტიებს, მასაც სოციალური და სპორტული კლუბების, კულტურული ორგანიზაციების, ბიბლიოთეკების, ეკონომიკური ინსტიტუტების და რაც მთავარია, საკომუნიკაციო მედიის დიდი ქსელი ჰქონდა, რომლის მეშვეობითაც საკუთარ ორგანიზაციულ და კულტურულ ცხოვრებაში მრავალ მოქალაქეს იზიდავდა. იტალიის კომპარტიის (PCI) მთავარი გაზეთი *L'Unità* 1924 წელს ანტონიო გრამსკის მცდელობით დაფუძნდა და 1960 წლისათვის ტირაჟის რეკორდულ მაჩვენებელს – 300 000, ხოლო საკვირაო დამატებამ – 700 000 მიაღწია, რაც იტალიისათვის უპრეცედენტო მაჩვენებელი იყო (მურიალდი. 1986). გაზეთი 1990 წლამდე ლიდერობდა და ის ახლაც არსებობს, როგორც მემარცხენეთა გამოცემა, თუმცა პარტიის ოფიციალური ორგანოს სტატუსით აღარ სარგებლობს. აღნიშნულმა გაზეთმა უდიდესი როლი ითამაშა იმ პოლიტიკური სუბკულტურის განვითარებაში, რომელიც იტალიის კომუნისტური პარტიის ირგვლივ ჩამოყალიბდა. ამ სუბკულტურის ნაწილი Festa del'Unità – ყოველწლიური ერთიანობის ფესტივალი იყო, რომელიც ქვეყნის მემარცხენეების კოლექტიურ სოციალურ ცხოვრებაში კვლავაც მნიშვნელოვან დღესასწაულად რჩება და იტალიის ბევრ ქალაქში დღესაც აღინიშნება. გაზეთის წარმატებისთვის პარტია არა მხოლოდ სუბსიდირების, არამედ პარტიული ორგანიზაციული ქსელის მეშვეობით მისი დისტრიბუციის გამოც იყო მნიშვნელოვანი. გაზეთები სხვა პარტიებმაც დააფუძნეს: ქრისტიან-დემოკრატების *Il Popolo* და სოციალისტების *L'avanti* ქვეყნის მნიშვნელოვანი გამოცემები იყო. ეს გაზეთები მასობრივიპარტიებისათვის სასიცოცხლოდ აუცილებელი იყო საზოგადოებასთან კომუნიკაციისათვის, განსაკუთრებით იმ პირობებში, როცა პრესის უმეტესობას პოლიტიკური კავშირებისა და ამბიციების მქონე ინდუსტრიალისტები აკონტროლებდნენ. ამ თემას მოგვიანებით განვავრცობთ.

ფაშიზმმა შეაჩერა პლურალისტური პარტიული პრესის განვითარება. თუმცა, ეს პროცესი პოსტგანმათავისუფლებელ პერიოდში მყისიერად განახლდა, როცა პარტიული გაზეთები

პოლიტიკურად ორიენტირებულ იმ გაზეთებს შეუერთდნენ, რომლებიც ხშირად წინააღმდეგობის მოძრაობასთან იყვნენ დაკავშირებული და დემოკრატიული მედიის პიონერებად იქცნენ (მაგალითად, საფრანგეთში Combat, რომელსაც ფრანგი ფილოსოფოსი ალბერტ კამიუ ხელმძღვანელობდა, 1974 წლამდე გამოიცემოდა). იტალიური გაზეთების ორმოცდაათი პროცენტი 1940-იანი წლების მეორე ნახევარში პარტიული იყო. ძლიერი პარტიული პრესა საფრანგეთშიც განვითარდა (ბარბრუკი 1995). 1947 წლისათვის საფრანგეთის კომუნისტური პარტიის გაზეთს *L'Humanité*-ს ყველაზე დიდი ცირკულაცია ჰქონდა. 1996 წლისათვის გაზეთის ტირაჟი 60 000-მდე შემცირდა, თუმცა მას კვლავ მნიშვნელოვან პოლიტიკურ ხმად მიიჩნევდნენ. ფრანგულ კულტურაში არსებულ ღირებულებათა სისტემის მაჩვენებელია ის ფაქტი, რომ, როდესაც 2001 წელს ამ იდეოლოგიზირებული გაზეთის გადარჩენისათვის, მისი აქციების გაყიდვა გახდა აუცილებელი, ინვესტიცია მთავარმა კომერციულმა ტელეკომპანია TFI-მ განახორციელა.

ესპანეთსა და პორტუგალიაში დიქტატორულმა რეჟიმებმა დასაწყისშივე მოსპეს, როგორც მასობრივი პარტიები, ასევე პარტიული პრესა (ორივე ქვეყანაში პარტიები მცირერიცხოვანი იყო). ესპანეთში Prensa del Movimento არსებობდა, რომელიც ფრანკოს Movometo Nacionale-სთან იყო დაკავშირებული, მაგრამ მათ დემოკრატიულ პერიოდში მნიშვნელოვანი როლი არ შეუსრულებიათ. სალასარის რეჟიმს პორტუგალიაში არასდროს ყოფილა მობილიზებაზე ორინტირებული რეჟიმი, რომელსაც პარტიული პრესასჭირდებოდა. პორტუგალიურ პრესას არც დემოკრატიის პერიოდში დაკისრებია განსაკუთრებული როლი. საბერძნეთში, გარკვეული მიზეზების გამო, რაც მკაფიო კლიენტელისტურ პოლიტიკას უკავშირდებოდა, მასობრივი პარტიები 1970 წლამდე არც კი განვითარებულა. ასე რომ, ჭეშმარიტი პარტიული პრესა აქ ძლიერი არასდროს ყოფილა. რაც შეეხება კერძო მფლობელობაში მყოფ გაზეთებს, რომლებიც უკიდურესად მიკერძოებულნი იყვნენ, მათ ჩვენ მოგვიანებით განვიხილავთ.

ისევე, როგორც დემოკრატიული კორპორატიზმის ზოგიერთ ქვეყანაში (მაგალითად, ნიდერლანდები), ეკლესიასთან დაკავშირებული მედია მედიტერიანული ევროპის ქვეყნებშიც დიდ როლს თამაშობდა. 1970 წლამდე კათოლიკეთა კუთვნილი გაზეთი *Ya* ყველაზე მაღალცირკულირებადი გაზეთი იყო ესპანეთში. ლიბერალურ-კათოლიკურმა გაზეთმა *La Croix*-მა საფრანგეთში მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა. ესპანეთსა და პორტუგალი-

აში ეკლესიები მნიშვნელოვან რადიოქსელებს ფლობენ და გარკვეულწილად ტელევიზიებსაც. ყოველდღიური კათოლიკური გაზეთები კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია იტალიაშია: *L'Osservatore Romano* კათოლიკური ეკლესიის ორგანოა; *L'Avvenire* იტალიელი ეპისკოპოსების ორგანიზაციის გაზეთია და რელიგიურ ორგანიზაციებთან კავშირებს დღემდე ინარჩუნებს. სამხრეთ იტალიაში გაზეთებს ადგილობრივი ეკლესიებიც ფლობენ.

მედიტერიანული ქვეყნების გაზეთები, იქნება ეს კომერციული, პარტიული თუ ეკლესიასთან დაკავშირებული გამოცემა, როგორც წესი, განათლებულ, პოლიტიკური სამყაროთი დაინტერესებულ ელიტაზეა ორიენტირებული. იტალიელმა ჟურნალისტმა ფორელამ ეს ვითარება განსაკუთრებით კარგად აღწერა 1959 წელს დაწერილ ესეში *"Millecinquecento lettors"* – „თხუთმეტი ასეული მკითხველი."

> „პოლიტიკურმა ჟურნალისტებმა ჩვენს ქვეყანაში თავის აუდიტორიაში თხუთმეტი ასეული მკითხველი შეიძლება დაითვალონ: მინისტრები და მათი მდივნები, პარლამენტის წევრები (ზოგიერთი მათგანი), პარტიისა და პროფკავშირების წევრები, უმაღლესი კლერიკალები და ის ინდუსტრიალისტები, რომლებსაც საკუთარი თავის ინფორმირებულად წარმოჩენა სურთ. სხვა დანარჩენს მნიშვნელობა არა აქვს, თუნდაც გაზეთი სამასი ათას ეგზემპლარად გაიყიდოს. პირველ ყოვლისა, ნათელი არ არის, თუ რამდენად კითხულობს რიგითი მკითხველი გაზეთის პირველ გვერდს. ნებისმიერ შემთხვევაში, მათი გავლენა მინიმალურია. მთელი სისტემა პრივილეგირებულ მკითხველთან ჟურნალისტების ურთიერთობაზეა აგებული."

1970-იანი ან შესაძლოა 1980-იანი წლებიდან ყველა მედიტერიანულ ქვეყანაში სახეზეა ბეჭდური მედიის ორიენტირის ცვლა კომერციული ბაზრის მიმართულებით. *La republica* – იტალიაში, *Público* – პორტუგალიაში, *El País, Diario 16* (1970 და 1980 წლებში), *El periódico de Catalunya* – ესპანეთში და Liberation – საფრანგეთში – ყველა მათგანმა გაყიდვების ზრდის აგრესიული კამპანია წამოიწყო. ამისათვის მათ ჟურნალისტიკის ისეთი ფორმები აირჩიეს, რომლებშიც პოლიტიკაზე ფოკუსირების ძველი მიდგომა კომბინირებული იყო მეტ ადამიანურ ინტერესებთან, ფიჩერსულ ახალ ამბებთან, მეტ გრაფიკულ პრეზენტაციასთან. 1990 წლისათვის ესპანეთი და პორტუგალია ორადორი ქვეყანა იყო მთელ მსოფლიოში, სადაც გაზეთების ტირაჟები იზრდებოდა. მართა-

ლია, თუ გაზეთები მხოლოდ „თხუთმეტ ასეულ მკითხველზე“ აღარ არის ორიენტირებული, ის მაინც მოიცავს საზოგადოების მატერიალურად უზრუნველყოფილ, განათლებულ უმცირესობას, რომელსაც საზოგადოებაში გამოკვეთილი პოლიტიკური და კულტურული იდენტობა აქვს (მაგალითად, დელბერგე 2000). თუ 2.1 ცხრილს მივუბრუნდებით, დავინახავთ, რომ მედიტერიანულ ქვეყნებში გაზეთების ტირაჟები დანარჩენი ევროპის სტანდარტით, ისევ დაბალია: 1000 მოსახლეზე 78 ეგზემპლარი – საბერძნეთში (2000 წელი), 190 ეგზემპლიარი – საფრანგეთში. უნდა აღინიშნოს მედიტერიანული ქვეყნების კიდევ ორი დამატებითი მახასიათებელი. გაზეთების კითხვის გენდერული დიფერენცირებულობა საკმაოდ დიდია და ასახავს პრესის სიახლოვეს პოლიტიკურ სამყაროსთან, საიდანაც ქალები გარიყულნი არიან; ამასთანავე, აჩვენებს ქალთა შორის წერა-კითხვის ისტორიულად დაბალ დონეს (1910 წელს, ესპანეთში ქალთა 70 %-მა წერა-კითხვა არ იცოდა [ვინსენტი 2000:10]). 2.2 ცხრილიდან ჩანს, რომ პორტუგალიაში, ესპანეთში, იტალიასა და საბერძნეთში პრესაზე ხელმისაწვდომობის მხრივ გენდერული სხვაობები გაცილებით დიდია, ვიდრე კვლევაში წარმოდგენილ ყველა სხვა ქვეყანაში. ესპანეთში, მაგალითად, მამაკაცთა 47% და ქალთა 26% აცხადებს, რომ გაზეთებს ყოველდღიურად კითხულობს. ასევე საგულისხმოა, რომ მედიტერიანულ ქვეყნებში გაზეთების გაყიდვები მეტწილად საგაზეთო ჯიხურებზეა დამოკიდებული და გამომწერთა რაოდენობა მცირეა. საფრანგეთი აქაც გამონაკლისია. მედიტერიანულ ქვეყნებში გაზეთების ძირითადი წილი – 90% პრესის ჯიხურებში იყიდება მაშინ, როდესაც ბრიტანეთში პრესის ჯიხურებში გაყიდული გაზეთების წილი 59%-ია, შვედეთში – 28%, ნიდერლანდებში – 10% (გაზეთების მსოფლიო ასოციაცია 2001).

ტაბლოიდური ან სენსაციონისტური პოპულარული მედია მედიტერიანულ ქვეყნებში არსებითად არ არის, გამონაკლისია *France Soir,* რომლის გაყიდვები 1980 წლიდან საგრძნობად შემცირდა.[21] გერმანელი გამომცემლის „აქსელ სპრინგერის“ და „დეილი მირორის“ მონაწილეობით, სენსაციონისტური გაზეთების დაფუძნების მცდელობამ ესპანეთში, რამდენჯერმე კრახი

21 *Le Parisien*-იც ერთ დროს სენსაციონისტური გაზეთი იყო, თუმცა მოგვიანებით მან მიმართულება შეიცვალა და პარიზის ერთ-ერთ რესპექტაბელურ გამოცემად იქცა. არც *Le Parisien* და არც *France Soir* არასდროს ყოფილან ისეთი სენსაციონისტურები, როგორიც ბრიტანული ტაბლოიდებია.

განიცადა (ბარერა 1995:137-9). პოპულარული პრესის ფუნქციას სამხრეთ ევროპაში ყოველდღიური სპორტული გაზეთები ასრულებს, რომლებიც მნიშვნელოვანია ყველა ქვეყანაში, და ზოგ შემთხვევაში ყოველკვირეული გამოცემები, რასაც ესპანელები *prensa del corazón*-ს უწოდებენ. ეს უკანასკნელი ძირითადად ქალთა აუდიტორიაზეა ორიენტირებული და ცნობილი და ნაკლებად ცნობილი ადამიანების ისტორიებით არის გაჯერებული[22]. წიგნის გამოცემის მომენტისათვის, ყოველდღიური სპორტული გამოშვებების საერთო ტირაჟები იტალიაში 800 000; ესპანეთში 650 000; პორტუგალიაში 200 000 იყო (მაშინ, როდესაც საერთო ინტერესების ოთხი მთავარი გაზეთის ტირაჟი 280 000-ს არ აღემატებოდა). უნდა აღინიშნოს, რომ მე-2 თავში მოყვანილი ციფრები, რომლებიც ყოველ ათას მოსახლეზე პრესის ცირკულაციას აღწერდა, სპორტულ პრესასაც მოიცავდა და სამხრეთ ევროპაში გაზეთების ტირაჟების მონაცემებს ზრდიდა. საფრანგეთის გარდა, აქ ადგილობრივი პრესაც სუსტადაა განვითარებული. საფრანგეთში ტირაჟების 70%, სწორედ ადგილობრივ პრესაზე მოდის, რომლის მკითხველიც ნაკლებად ელიტურია და მას მამაკაცები მას ნაკლებად კითხულობენ,ნაციონალურ პრესასთან შედარებით. საფრანგეთის ყველაზე გაყიდვადი პროვინციული გაზეთია Quest France და მისი ტირაჟია 700 000.

მასობრივად ტირაჟირებადი გაზეთები სამხრეთ ევროპაში, იმიტომაც ვერ განვითარდა მაღალ დონეზე, რომ მეოცე საუკუნის შუა პერიოდამდე აქ ამის არც ეკონომიკური და არც პოლიტიკური წინაპირობა არ იყო. არადა, მეოცე საუკუნის შუა პერიოდში რადიო უკვე სერიოზული მედიუმი გახდა და ტელევიზიის განვითარებაც ამ ეპოქას უკავშირდება. ნაკლებ სავარაუდოა, რომ იმ ქვეყნებში, სადაც მასობრივად ცირკულირებადი მედია მეცხრამეტე საუკუნის ბოლოს არ განვითარდა, როდესმე ამას შეძლებენ. ერთადერთი ჭეშმარიტი მასმედია, რომელიც სამხრეთ ევროპაში განვითარდა, ელექტრონული მედიაა და მისი მნიშვნელობა საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების პროცესში განსაკუთრებით დიდია.

---

22 1930 წლიდან მოყოლებული ესპანეთში ყველაზე მნიშვნელოვანი გამოცემაა ¡Hola! პრეზიდენტმა ფილიპე გონსალესმა პირველი ინტერვიუ სწორედ ამ გაზეთს მისცა (ბარერა) 1995:177). კომპანია ასევე ბრიტანეთში გამოსცემს ¡Hello!-ს. ¡Hola! ბრიტანულ ტაბლოიდებზე ნაკლებად სენსაციონისტურია. მან მხოლოდ ერთხელ შეიძინა ექსკლუზიურად ლედი დის შიშველი ფოტოები.

პოლიტიკური პარალელიზმი

როგორც ისტორია გვამცნობს, მედიტერიანული ქვეყნების მედია უაღრესად პოლიტიზირებულია და პოლიტიკური პარალელიზმიც შედარებით მაღალია. ჟურნალისტიკის სტილი მნიშვნელოვნად არის კომენტარებზე ორიენტირებული. გაზეთები მიდრეკილნი არიან, გამოხატონ გამოკვეთილი პოლიტიკური ტენდენციები, რაც მკითხველის განსხვავებულ პოლიტიკურ დამოკიდებულებებზე აისახება. გარკვეულ პერიოდებში, გაზეთები პოლიტიკური აქტივისტის ფუნქციას ასრულებდნენ და პოლიტიკური მოვლენის მხარდასაჭერად მკითხველის მობილიზებას ახდენდნენ. საზოგადოებრივი მაუწყებელი პარტიული პოლიტიზებისკენ არის მიდრეკილი. როგორც ჟურნალისტებს, ასევე მედია მფლობელებს ხშირად პოლიტიკური კავშირები და ალიანსები აქვთ და საკმაოდ გავრცელებული პრაქტიკაა, როდესაც ჟურნალისტები პოლიტიკოსები ხდებიან და პირიქით.

საბერძნეთი ამ მხრივ საუკეთესო მაგალითია. დევნილობიდან მოყოლებული, ბერძნული პრესა უპირველესად ყოველთვის ინსტრუმენტული იყო. მისი კულტურული საფუძვლები მწვავე იდეოლოგიურ დაყოფებს უკავშირდებოდა, ისევე, როგორც სახელმწიფო ან პარტიულ კავშირებს, რაც მას სუბსიდირებით, დისტრიბუციითა თუ დახმარების სხვა ფორმით უზრუნველყოფდა. ბევრი ათენური გაზეთი დღესაც სხვადასხვა პოლიტიკურ იდეოლოგიებს ასახვით არის დაკავებული და მათი სტატიები ხშირად ძალზედ საკამათოა. ზახარაპულოსი და პარასხოსი (1993) 1991 წელს საბერძნეთში შეერთებული შტატების პრეზიდენტის ჯორჯ ბუშის ვიზიტთან დაკავშირებით, ბერძნული პრესის სათაურების მაგალითებს გვთავაზობენ: „ეროვნული წარმატება – კვიპროსის პრობლემა მოგვარებულია“ და „ფრიგიდული ბუში: კვიპროსი ქუვეითი არ არის, თქვა ცეზარმა.“ ბერძენი ჟურნალისტები თვალსაზრისზე ზედმეტად ორიენტირებულები და პოლიტიკურად ანგაჟირებულები არიან, ხშირად ისინი პოლიტიკურ თანამდებობებზეც აცხადებენ პრეტენზიას.

ფრანგული გაზეთების პოლიტიკური იდენტობა განსხვავებულია, ცალსახად იდეოლოგიზირებული *L'Humanité*-დან მოყოლებული აპოლიტიკურ რეგიონალურ გაზეთ La Croix-მდე. პარიზის ძირითადი ყოველდღიური გაზეთების უმეტესობა პოლიტიკური ტენდენციების ფართო სპექტრს ასახავენ. *Le Monde* და *Libération* მემარცხენე ცენტრისტული, ხოლო *Le Figaro* და *France Soir* მემარჯვენე ცენტრისტული გამოცემებია. პოლემიკურმა სტილმა, რო-

მელსაც ხშირად ნახავთ ბერძნულ პრესაში და ერთ დროს სახეზე იყო ფრანგულშიც, მეტწილად თავი ამოწურა (შარონი 1990). მიუხედავად ამისა ალბერტი (1983) წერს:

> „ფრანგული ჟურნალისტიკა ყოველთვის გამოხატვაზე უფრო იყო ორიენტირებული, ვიდრე დაკვირვებაზე: ის შეჯამებასა და რეპორტაჟზე უპირატესობას ქრონიკასა და კომენტარს ანიჭებს. ფაქტების პრეზენტაციასთან ერთად, ის ყოველთვის დაინტერესებულია იდეების ექსპოზიციით... ამ მხრივ ის რადიკალურად განსხვავდება ანგლო-საქსონური ჟურნალისტიკისგან, სადაც ახალი ამბავი ყოველთვის კომენტარზე მეტად პრიორიტეტულია."

ფერენცი ამტკიცებს, რომ იმ დროისათვის, როდესაც საფრანგეთში პრესის მასობრივი ცირკულაცია განვითარებას იწყებდა, ახალი ამბების საკვანძო ელემენტები და ინფორმაციაზე დაფუძნებული ანგლო-ამერიკული მოდელი შეთვისებული ჰქონდა. „დოქტრინისა და რეფლექციის" სტატიებმა დასაბამი დაუდო ჟურნალისტიკის ახალ ფორმას, რომელშიც რეპორტაჟი და კომენტარი კომბინირებული იყო. თუმცა, კომენტარსა და სტილზე განსაკუთრებული ყურადღების გამახვილებამ ჩამოაყალიბა ფრანგული ჟურნალისტიკის ანგლო-ამერიკულისგან განსხვავებული მოდელი. ამ თავის ბოლო ნაწილში ჩვენ დეტალურად ვნახავთ, რომ მეოცე საუკუნის ბოლო ორ დეკადაში ინფორმაციაზე ორიენტირებულმა ჟურნალისტიკამ ფრანგულ მედიაში დიდი კვალი დატოვა და ეს განსაკუთრებით საგამოძიებო რეპორტაჟებს შეეხო. თუმცა, ამავდროულად ფრანგული ჟურნალისტიკა კვლავაც შედარებით დიდ აქცენტს აკეთებს კომენტარებზე, რაც მის პოლიტიკურ ფესვებს ასახავს. ცხრილი 5.1. სამი გაზეთის – The New York Times, Le Monde და Le Figaro-ს შინაარსობრივი ანალიზის შედეგებს ასახავს და 1960 და 1990 წლებში ნაციონალური პოლიტიკის გაშუქების მაგალითებს ეფუძნება. ცხრილში მოცემულია პარაგრაფების პროცენტული მაჩვენებელი, რომელიც შემდეგ ოთხ ჟურნალისტურ ფუნქციას ასახავს: მოვლენებისა და განცხადებების აღწერა, წინაისტორია, ინტერპრეტაცია და კომენტარი (რაც, როგორც წესი, ქმედების ან მოვლენის მოტივებს, მიზეზებსა და მოსალოდნელ შედეგებს გულისხმობს)[23].

---

23 კვლევა მოიცავს 318 ამბავსა და 1479 პარაგრაფს *Le Mondi*-დან; 308 ამბავსა და 1350 პარაგრაფს *Le Figaro*-დან; 358 ამბავსა და 3 189 პარაგრაფს *The New York Tiames*-იდან. მონაცემები შემთხვევითი შერჩე-

ცხრილი 5.1. პარაგრაფების ფუნქცია შეერთებული შტატებისა და საფრანგეთის ახალ ამბებში

	მხოლოდ აღწერა	წინაისტორია	ინტერპრეტაცია	თვალსაზრისი
Le Monde	76,6%	7.5	17.1	6.6
Le Figaro	70.0	11.3	13.4	5.2
The New York Times	90.3	4.5	4.8	0.4

სამივე გაზეთში რეპორტიორული, ანუ აღწერილობითი ფუნქცია დომინირებდა, ამერიკული გაზეთის პარაგრაფების 90 %-ში და ფრანგული გაზეთების 70%-ში. მიუხედავად ამისა, მკაფიოდ ჩანს, რომ ფრანგული პრესა უფრო მეტ აქცენტს წინაისტორიაზე, ინტერპრეტაციასა და თვალსაზრისზე აკეთებს. თვალსაზრისს, მაგალითად, *Le Monde*-ში პარაგრაფების 6.6%, ხოლო *The New York Times*-ში 1% ეთმობა. როდესაც თვალსაზრისთან დაკავშირებით *The New York Times*-ის ამბების კოდირება ხდებოდა, გამოიკვეთა, რომ ეს მეტწილად დაკავშირებული იყო ჟურნალისტის მიერ საკამათო ფაქტების შესახებ დასკვნების გაკეთებასთან. ფრანგულ პრესაში კი მეტწილად პოლიტიკის ადვოკატირება და პოლიტიკურ ქმედებათა ღირებულებითი განსჯა ჭარბობდა. ორ დეკადას – 1960-იან და 1990-იან წლებს შორის არსებითი სხვაობები ჩვენ ვერ აღმოვაჩინეთ.

გვინდა კომენტარზე ორიენტირებული პოლიტიკური ჟურნალისტიკის ერთ-ერთი მაგალითი გაგაცნოთ ფრანგული გამოცდილებიდან. 1991 წლის 21 ივნისს *Le Mond*-ში გამოქვეყნდა წამყვანი სტატია, რომელიც სოციალისტ პრემიერ-მინისტრ ედით კრესონსა და კონსერვატორ პრეზიდენტ ჟაკ შირაკს შორის „იმიგ-

ვის წესით შეირჩა 1965-1967 და 1995-1967 წლების მონაკვეთში და ყოველი მომდევნო ამბავი ნაციონალური პოლიტიკის საკითხებზე იყო კოდირებული. პარაგრაფების კოდირება მათი პრედომინანტური ფუნქციის მიხედვით განხორციელდა და იქ, სადაც მულტიფუნქციურობა იკვეთებოდა, კოდირება უფრო აქტიური ჟურნალისტური ფორმების მეხედვით მოხდა შედარებით ნაკლებად აქტიურ ფორმებთან მიმართებაში, პრინციპით – თვალსაზრისის უპირატესობა ინტერპრეტაციაზე, წინა ისტორიაზე, მარტივ აღწერაზე. ფრანგული გაზეთების კოდირება როდ ბენონმა, ხოლო შეერთებული შტატების – მაურო პორტომ შეასრულეს.

რაციის შესახებ პოლიმიკას“ გვთავაზობდა. სათაურის ქვეშ განთავსებული იყო ე.წ. „ქუდი“ (chapeuau) პარაგრაფის სახით, რასაც ამერიკელი ჟურნალისტები სატატიის „კაუჭს“ უწოდებენ. პარაგრაფში გადმოცემული იყო შირაკის მისამართით კრესოს მიერ გამოთქმული კრიტიკა. ქვემოთ კი წამყვანი პოლიტიკური რეპორტიორის ბრუნო ფრაპას სტატია იყო, რომელიც ასე იწყებოდა (თარგმანში მაქსიმალურად ვეცადეთ გადმოგვეცა ტიპიური ფრანგული ლიტერატურული სტილი):

„დიახ, იმიგრაცია საფრანგეთს პრობლემებს უქმნის. და მაინც, არც განვლილი ოცდაათი წელიწადი, და არც მომავალი არ გვაფიქრებინებს, რომ ისინი ამისათვის სწორად მოემზადნენ ან მოემზადებიან (*n' ont rien vu venir ni rien su maîtriser*). დიახ, არაეფექტიანობა სახეზეა და წარმოსახვა ნულზე (გარდა საზოგადოების დაბალი ფენებისა). დიახ, ეკონომიკური წყვდიადი დაძაბულობის სიმძაფრეს ზრდის.

ორი უნაყოფო დისკურსი ერთმანეთს უპირისპირდება: უარყოფა და ისტერიკა. ანგელოზი მემარცხენეები უჯიათი ფაქტებით გამოწვეულ დისკომფორტს ვერ მალავენ. მემარჯვენე ექსტრემისტები ყოველდღიურად იმაგრებენ პოზიციებს მედუქნეების მარტივი დასკვნით „გაგზავნეთ იქ, საიდანაც ჩამოვიდნენ.“

რა არის ახალი: საარჩევნო ურნაზე მუდმივად ორიენტირებული მემარჯვენეები საერთო განწყობას კვალში უდგებიან. 19 ივნისს ჟაკ შირაკმა ორლეანში „გადატვირთულობასა“ და ფრანგი მუშის იმ წუხილზე ილაპარაკა, რასაც ეს „ფრანგი მშრომელი“ მეზობელი იმიგრანტების „ხმაურისა და სუნის“ გამო განიცდის. მიშელ პოინიატოვსკი [კონსერვატორი პოლიტიკოსი] Le Figaro-ში თავს იმით იწონებს, რომ ჟან მარი ლე პენზე [ანტი საიმიგრაციო ფრონტის ლიდერი] „შორს მიდის.“

არის სიტყვები, რომლებიც ყარს.“

იტალიაში, ისევე, როგორც საფრანგეთში, პოლიტიზირებული პრესის ადრეული ტრადიცია, ფაშისტური დიქტატურისა და გათავისუფლების გამოცდილებით იყო გამყარებული. ფაშისტურ იტალიაში მედია, ბუნებრივია, პოლიტიკურ მიზნებს უნდა მომსახურებოდა – მუსოლინი ჟურნალისტი იყო. განმანთავისუფლებელი პერიოდის დადგომისას პირველი საგაზეთო ლიცენზიები

ანტიფაშისტურ ძალებზე გაიცა. როგორც აღვნიშნეთ, პარტიულ პრესას, პოსტგანმათავისუფლებელ პერიოდში უაღრესად დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა. კომერციული გაზეთების ხელახალ აღმოცენებას პოლიტიკური ორიენტაცია მაინც ახასიათებდა, რის მიზეზებზეც ჩვენ მოგვიანებით ვისაუბრებთ. ჟურნალისტიკა კომენტარზე ორიენტირებული გახდა. ისევ ფორცელას (1959) ციტატას მოვუხმობთ:

> „როდესაც ჟურნალისტობა დავიწყე, მეგონა, რომ ჟურნალისტიკა უპირველესად ინფორმაცია, ფაქტები, ახალი ამბავი იყო... მაგრამ სამწუხაროდ, ნელ-ნელა აღმოვაჩინე, რომ მოვტყუვდი. პოლიტიკური ჟურნალისტისთვის ფაქტი თავის თავზე თავად არ მეტყველებს. ის ან ძალიან ბევრზე მეტყველებს ან მეტისმეტად მცირედზე. როდესაც ფაქტი მეტყველია, თქვენ მისი შერბილება უნდა სცადოთ. თუ ფაქტი ისედაც უმნიშვნელოა ან ბევრს არაფერს ამბობს, თქვენ მას სათანადო მნიშვნელობა უნდა მიანიჭოთ. სიცხადე ამ საქმეში ზედმეტი ტვირთია.“ (454)

ორმოცდაათიან და სამოციან წლებში პოლიტიკური რეპორტინგის ყველაზე გავრცელებული ფორმა ე.წ. „მიმოხილვა“ (pastone) იყო, რომელსაც პრესტიჟული ჟურნალისტები წერდნენ და მოწინავე გვერდებზე აქვეყნებდნენ (დარდანო 1976). აქ დღის მთავარი პოლიტიკური მოვლენების მიმოხილვა ჟურნალისტურ კომენტარებთან იყო კომბინირებული (ეს ფორმა დიდწილად ფრანგების chronique და ესპანელების cronica-ს იდენტურია). მიუხედავად იმისა, რომ 1970 წლიდან ბაზარზე ორიენტირებული პრესა მომძლავრდა, პოლიტიკური კომენტირებისა და პოლიტიკური იდენტობის მქონე პრესა ასპარეზიდან არ გამქრალა (მანჩინი 2000a; როიდი 2001). La republica იტალიაში ბაზარზე ორიენტირებულ საგაზეთო ინდუსტრიაზე გადასვლის პიონერი იყო. მან უფრო მრავალფეროვანი წერის სტილი და გრაფიკული პრეზენტაციის ფორმები შემოიტანა. გაზეთმა გააფართოვა დღის წესრიგი მეტი გასართობი, კულტურული, სპორტული და კრიმინალური ქრონიკის თემატიკის წარმოდგენის გზით. დაიქირავა ქალი ჟურნალისტები და მკითხველ ქალთა რაოდენობა გაზარდა. მიუხედავად ამისა, ის მაინც მემარცხენე გაზეთად რჩება და საუკეთესო მაგალითია გაზეთისა, რომელიც მკითხველს „ორიენტაციას უფრო სთავაზობს, ვიდრე ახალ ამბებსა და ფაქტებს“, როგორც ამას პირველ ნომერში თავად მისი დამფუძნებელი ეუგენიო

სკალფარი აცხადებდა (ციტატა „პიგიოლიდან“ 1991:6) (1976, 14 იანვარი). სკალფარი წერდა:

> „ეს გაზეთი სხვებისგან განსხვავებულია: ეს არის ჟურნალი, რომელსაც არა აქვს პრეტენზია ილუზორულ პოლიტიკურ ნეიტრალიტეტს მიჰყვეს, არამედ ღიად აცხადებს, რომ პოლიტიკური ბრძოლის მხარეს დგება. ის შექმნეს ადამიანებმა, რომლებიც იტალიელი მემარცხენეების ფართო წრეს წარმოადგენენ.“

1990 წლისათვის კიდევ ორი იტალიური გაზეთი *L'Indipedentre* და *Il Giornale* გამოჩნდა ასპარეზზე. მათ მკითხველის ძიებაში სენსაციური მიმართულება აირჩიეს და აქამდე უცნობი მყვირალა საუბრებით გამოირჩეოდნენ. თუმცა, ისინიც მკაფიოდ პოლიტიკური გამოცემები იყო: *L'Indipedentre* მემარჯვენე ფრთის ჩრდილოეთ ლიგასთან იყო დაახლოებული და *Il Giornale* ბერლუსკონის „ფორცა იტალიასთან“.

L'Indipedentre-ს ისტორია, იტალიური ჟურნალისტური კულტურის კარგი ილუსტრაციაა. ის ანგლო-საქსონური ჟურნალისტური სტილის დუბლირებას შეეცადა, „ობიექტური“ და ნეიტრალური გაზეთის „ცივი“ სათაურებითა და ახალი ამბების დრამატიზების დაბალი ხარისხით, მაგრამ მცდელობა უშედეგო გამოდგა. მისი გაყიდვები დაბალი იყო, ვიდრე დამფუძნებლებმა რედაქტორი არ გადააყენეს და მის ადგილას პოლიტიკურ ბრძოლაში ჩაბმის მოსურნე, მებრძოლი ჟურნალისტი ვიტორიო ფელტრი არ დანიშნეს. დანიშვნიდან მალევე გაზეთი ჩრდილოეთ ლიგის „არაოფიციალურ ხმად“ იქცა. ზოგიერთი იტალიური გაზეთი, *La Stampa,* განსაკუთრებით, *Il Corriera della sera, La Refublica*-სთან შედარებით, უფრო ინფორმაციისკენ იხრებიან, ვიდრე კომენტირებისკენ. თუმცა ზოგადად, კომენტარზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკა იტალიაში ბაზარზე ორიენტირებული პრესისკენ გადახრას გადაურჩა. აქ, ცხადია, შეიძლება იმის მტკიცებაც, რომ მედია მოგულის, სილვიო ბერლუსკონის პოლიტიკაში მოსვლის ფაქტორმა იტალიურ პრესაში პარტიზანული ტენდენციები გააძლიერა.

პოლიტიკური პარალელიზმის არსებობის მკაფიო გამოხატულება არის ის, რომ მედია მისი აუდიტორიის პოლიტიკური ორიენტაციის მიხედვით არის დიფერნცირებული. ცხრილი 5.2 1996 წლიდან მოყოლებული იტალიური გაზეთების მკითხველთა პოლიტიკურ ორიენტაციას ასახავს. ციფრები ცხადყოფს, რომ

ცხრილი 5.2. პარტიული პრესის პარალელიზმი იტალიური გაზეთების მკითხველებში, 1996

	კომუნისტები Refounding	მემარცხენე დემოკრატები	პოპულარული პარტია	ჩრდილოეთის ლიგა	ფორცა იტალია	ნაციონალური ალიანსი
Corrierre della sera	64	89	120	100	111	100
La Republica	124	156	122	54	34	62
La Stampa	71	105	81	215	98	65
Il Giornale	28	22	8	57	260	188
Il Giorno	0	75	61	246	164	93
La Nazione	84	70	193	0	88	153
Il Mattino	97	88	135	13	99	162
Resto del Carlino	126	111	135	56	83	85
Gazetta Mezzogiorno	50	87	27	0	97	203
L'Unità	165	245	19	19	19	35
L'Avvenire	47	47	613	60	27	60

წყარო: სანი (2001:205)

მონაცემები ასახავს ცალკეული პარტიის ამომრჩეველთა ოდენობას, ვინც ყოველ ათას მოსახლეზე აღნიშნულ გაზეთებს კითხულობს. ამდენად 100-ზე მეტი მონაცემი აღნიშნავს, რომ გაზეთის მკითხველთა შორის პარტიის ამომრჩეველთა წარმომადგენლობა უაღრესად მაღალია. 100-ს ქვემოთ კი დაბალ წარმომადგენლობითობაზე მიანიშნებს.

მკითხველის არჩევანს მნიშვნელოვანწილად პოლიტიკა განსაზღვრავს.

იტალიური გაზეთები ხშირად პოლიტიკური აქტივისტების მსგავსად მოქმედებენ და ამა თუ იმ პოლიტიკური მოვლენის ირგვლივ მკითხველთა მობილიზებას ახდენენ. ეს, რა თქმა უნდა, პარტიული პრესის ცენტრალური ამოცანა იყო, თუმცა, ექსკლუზიურად მხოლოდ მისთვის არ იყო დამახასიათებელი. კომერციული გაზეთებიც ხშირად ათავსებენ ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა მოხვდეს მკითხველი ამა თუ იმ პოლიტიკურ დემონსტრაციაზე და ასევე ხშირად პოლიტიკურ კამპანიებსაც აწარმოებენ. ამის ყველაზე დრამატული მაგალითი 1974 წლის რეფერენდუმი იყო. იტალიაში ცოლ-ქმრის გაყრასთან დაკავშირებით კანონმდებლობა იცვლებოდა. გაზეთ Il Massaggero-ს მთელი პირველი გვერდი ერთ სიტყვას – „არა“ ეკავა. ცალკეული ჟურნალისტები ხშირად აქტივისტებივით მოქმედებენ. 2001 წელს გენუაში ჟურნალისტთა კავშირის თავმჯდომარე მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის საწინააღმდეგო საპროტესტო მანიფესტაციას ხელმძღვანელობდა.

ესპანეთსა და პორტუგალიაში პლურალისტური და პოლიტიკურად მიკერძოებული პრესის ტრადიცია დიქტატურებმა შეაფერხეს. პორტუგალიაში ეს ტრადიცია 1974 წელს, რევოლუციის შედეგად აღდგა. როგორც კი რევოლუცია რადიკალურ ფაზაში შევიდა, რადიოსადგურები და გაზეთები პოლიტიზირებულმა ჟურნალისტებმა აიღეს ხელში. ჟურნალისტთა კავშირმა მათი როლი ამ პირობებში ასე აღწერა:

> „გაზეთები ანტიფაშისტური, ანტიკოლონიური, ანტიიმპერიული ბრძოლის ორგანოებად უნდა განვიხილოთ და მათ უპირობოდ მშრომელების, მუშების, გლეხების, ფართო მასებისა და ყველა ჩაგრულის მხარეს უნდა იბრძოლონ.“ (აჯისა და თრაქუინას ციტატა 1984:13).

ამავე დროს, პოლიტიკური პარტიების განვითარებასთან ერთად, გაზეთები მათ მოკავშირეებად იქცნენ და მათი დამფუძნებლები ხშირად პარტიები ან სახელმწიფოები იყვნენ. ბევრი გაზეთი, რომელსაც რევოლუციამდე ბანკები ფლობდნენ, რევოლუციის შემდეგ სახელმწიფოს კუთვნილებაში გადავიდა. თუმცა, 1980 წლიდან ბევრი ნაციონალიზებული გაზეთის პრივატიზირება მოხდა. საგაზეთო და რადიო ინდუსტრია კომერციულ სფეროში შევიდა და პარტიული პოლიტიზირების ხარისხმაც იკლო.

ესპანეთში დემოკრატიული გარდაქმნები უფრო ეტაპობრივად, ელიტის მენეჯირებით განხორციელდა. სრულყოფილად ჩამოყალიბებული დემოკრატიული ინსტიტუტების არარსებობის პირობებში „მედია სუარესის რეფორმატორული მთავრობის მიერ განხორციელებული ცვლილებების შესახებ საზოგადოების ინფორმირების ფუნქციას ასრულებდა. ასევე მნიშვნელოვანი იყო მედიის, როგორც ახლად შექმნილი პოლიტიკური პარტიებისა და პროფკავშირების გეგმების არტიკულირების პლატფორმა“ (გიუნტერი, მონტერო და ვერტი 2000:45). ეს იყო ახალი, პლურალისტური პრესა, რომელსაც *Parlameto de Palel*-ს (გაზეთების პრესა) უწოდებდნენ და ის კომერციულ კონტექსტში შეიქმნა, თუმცა ძლიერი პოლიტიკური კავშირები ჰქონდა. ამ თვალსაზრისით მთავარი მედია მოვლენა *El País*-ის გამოჩენა იყო, რომელიც კომერციულმა მედია კონგლომერატმა PRISA-მ 1977 წელს გამოსცა. გაზეთის დამფუძნებლები იმ პოლიტიკური ოჯახების წარმომადგენლები იყვნენ, რომლებსაც ქვეყანა დემოკრატიზაციის გარდამავალ ეტაპზე უნდა ემართათ (გიუნტერი, მონტერო და ვერტი 2000:45). რამოდენიმე თვეში *El Pais*-ს *Diario 16* შეუერთდა. გარდამავალ პერიოდში ფრანკოიზმის წინააღმდეგ დემოკრატიული პროცესების ადვოკატირებას ჟურნალისტები თავიანთ უპირველეს ამოცანად მიიჩნევდნენ და ეს ფუნქცია ამ პერიოდის ჟურნალისტიკის მთავარი მახასიათებელი იყო. კანელი, როდრიგესი, სანჩესი (2000: 128-32) და კანელი და პიკე (1998) აღნიშნავენ, რომ 1990-იანი წლების ბოლოსთვის, ესპანელი ჟურნალისტების 40-50 % მიიჩნევდა, რომ „გარკვეული ღირებულებებისა და იდეების მხარდაჭერა“ და „საზოგადოებაზე ზეგავლენა“ ჟურნალისტური საქმიანობის მნიშვნელოვანი ასპექტი იყო. ამ პოზიციას უფროსი თაობის ის ჟურნალისტებიც იზიარებენ, რომელთაც მუშაობა გარდამავალ პერიოდში მოუწიათ.

არსებობს საფუძველი ვიფიქროთ, რომ მაშინ, როდესაც მეოცე საუკუნის ბოლო ათწლეულში პოლიტიკური პარალელიზმი მთელ ევროპაში შემცირდა, ესპანეთის ახალ დემოკრატიაში მისი წილი გაიზარდა და ამან მედიის ორ დაპირისპირებულ ბანაკად ჩამოყალიბება განაპირობა. ამ მხრივ ესპანური რეალობა იტალიურის მსგავსი იყო, სადაც ბოლო წლებში პარტიზანული ტენდენცია მედიაში ასევე გაიზარდა. როდესაც 1982 წელს ხელისუფლებაში ესპანეთის მუშათა სოციალისტური პარტია (PSOE) მოვიდა და ამით დემოკრატიის პირველი გარდამავალი ეტაპი დასრულდა, PRISA მმართველი ელიტის ახლო მოკავშირე გახდა. მისი მფლო-

ბელი პრეზიდენტ ფილიპე გონსალესის მრჩეველი გახდა, ხოლო თავად მედია კონგლომერატი მძლავრ ბეჭდურ და ელექტრონულ მედიასაშუალებებს აერთიანებდა. ამავდროულად, ოპოზიციური ბანაკი, რომელიც ტრადიციულად მონარქისტულ მოძრაობასთან ასოცირდებოდა, გაზეთ ABC-ს ირგვლივ ირაზმებოდა, ეკლესია რადიო ქსელ COPE-ს და ახალ გაზეთ El Mundo-ს ფლობდა. ეს გაზეთი 1989 წელს *Diario 16*-თან კონფლიქტის შედეგად წარმოიშვა და მისი მკითხველები PSOE-ს მმართველობის პერიოდში ისეთი ოპოზიციური ჯგუფების მხარდამჭერები იყვნენ, როგორებიცაა: კონსერვატიული Partido Popular (PP), Izquierda Unida (IU) და გაერთიანებული მემარცხენეები, რომელთა მთავარი საყრდენი კომუნისტური პარტიაა. გიუნტერის, მონტეროსა და ვერტის თანახმად, ესპანეთსა და იტალიაში მკითხველთა სიმპათიები პოლიტიკური ლოიალობის ასახვაა. El Mundo-მ პოპულარობა ძირითადად PSOE-ს მმართველობის პერიოდში მმართველთა ფინანსური კორუფციული საქმიანობის მხილებით და ბასკურ სეპარატიზმთან ბრძოლაში ადამიანის უფლებების დარღვევების გამოძიებით მოიპოვა. იგივე გიუნტერის, გონსალესისა და ვერტის შეფასების თანახმად, El Mundo-სა და ABC-ს მკითხველებისათვის კორუფცია უფრო მნიშვნელოვანი საკითხი იყო, ვიდრე *El Pais*-ს აუდიტორიისთვის.

როგორც კი 1990 წელს არჩევნები კონკურენტული გახდა, მედიის პოლიტიკური მიკერძოება და მედიაზე ხელისუფლების ზეწოლა, ორივე გაიზარდა. მას შემდეგ, რაც 1996 წელს ხელისუფლებაში *Partido Popular*-ი მოვიდა, PRISA-ში გაერთიანებული მედია ოპოზიციური გახდა. პროსამთავრობო ბანაკი *El Mundo*-ს, COPE-ს და პრივატიზებული სახელმწიფო ტელეკომუნიკაციის კომპანიის – *Telefonica de Espana* (რომელსაც პრეზიდენტ ხოსე მარია აზნარის ბავშვობის მეგობარი ხელმძღვანელობდა) ირგვლივ გაერთიანდა. ამ უკანასკნელმა კერძო ტელეკომპანია Antena 3-სა და რადიოქსელ *Onda Ceroze*-ზე კონტროლიც მოიპოვა. მალევე PRISA-ს „კანალ პლიუსის“ საპირწონედ სატელიტური ტელევიზია ამოქმედდა (ბუსტამანტე 2000). საერთო ნაციონალური მასშტაბის მედიასაშუალებიდან, ბანაკების დაპირისპირების პროცესს მხოლოდ Tele 5 ასცდა, რადგან მის სადამფუძნებლო კაპიტალში უცხოური ინვესტორების წილი დიდი იყო. რეგიონული მედია, როგორც წესი, ადგილობრივი რეგიონალური პოლიტიკის ასახვაა. ასე მაგალითად, ბარსელონაში გამომავალი გაზეთი *La*

ცხრილი 5.3. პარტიული პრესის პარალელიზმი ესპანური გაზეთების მკითხველებში, 1993

	ყველაზე ხშირად კითხვადი გაზეთები		
	El Pais	*ABC*	*El Mundo*
ხმა მისცეს PSOE-ს	36%	13%	10%
ხმა მისცეს PP-ს	14	74	38
ხმა მისცეს IU-ს	24	3	21
ხმა მისცეს სხვა პარტიას	7	5	2
არჩევნებში მონაწილეობა არ მიუღიათ	19	5	29

წყარო: ესპანური CNEP-ის კვლევა წარმოდგენილი გიუნტერის, მონტეროს და ვერტის მიერ (2000:46).

Vanguardia კატალონიელი ნაციონალისტების (CiU)[24] მოკავშირე და მათთან დაახლოებული გაზეთია.

ესპანეთში, პოლიტიკური პრესის წყვეტის ტრადიციის პარალელურად, მეტნაკლებად იზრდება პროფესიონალიზმის ამერიკული ფორმა, როგორც მინიმუმ, ახლად შექმნილ გაზეთებში (ტრადიციული კონსერვატიული გაზეთი ABC მკაფიო იდეოლოგიზირებული სტილით გამოირჩევა).[25] *El País*-ის The Style Book პირველ გვერდზე წერს: – „ინფორმაცია და თვალსაზრისი მკაფიოდ გამიჯნული უნდა იყოს". მიუხედავად ამისა, ადვოკატირების ტრადიცია და ნეიტრალური პროფესიონალიზმის გავლენა ესპანეთის ახლად შექმნილ გაზეთებშიც თანაარსებობს. *El Mundo*-ს დირექტორი პედრო ჯ. რამირეზი მის საწყის სტატიაში გაზეთის მიზნების შესახებ წერს: „საკუთარი შეხედულებების დამცველი, რადიკალური ორგანო" (ბარერას ციტატა 1995:126). ესპანურ პრესაში მავანი დაინახავს, რომ მწვავე საკითხები აქ მედიის უკიდურეს დიფერენცირებას განაპირობებს, რაც სათაურებზე, თემების შერჩევაზე, აქცენტებზე (მათ შორის, ფოტოებსა და სტატიებში) და პოლემიკურ სარედაქციო ტექსტებზეც აისახება. ესპანური სტანდარტის ერთ-ერთი მაგალითია – ესპანელი მოსამართლის, ბალთაზარ გარზონის მოთხოვნა, ყოფილი ჩილელი

24 ბარერა (1995:10ff) PSOE-ს მმართველობის პერიოდში, პოლიტიკური ევოლუციის ორიენტაციების დეტალურ აღწერას გვთავაზობს.

25 გიუნტერი, მონტერო და ვერტი (2000:55) მიიჩნევენ, რომ ABC და *El Mundo* უფრო ახდენენ ახალი ამბებისა და თვალსაზრისის აღრევას, ვიდრე *El País*.

დიქტატორის ავგუსტო პინოჩეტის ესპანეთის სასამართლოში წარდგენის შესახებ, რასაც სხვადასხვა ბანაკში მყოფ მედიასაშუალებებში განსხვავებული რეაქციები მოჰყვა: ესპანელ მემარცხენეებს მიაჩნიათ, რომ მემარჯვენეები გულის სიღრმეში, გარკვეულწილად კვლავაც ფაშისტები არიან. ამდენად, პინოჩეტის შემთხვევას მნიშვნელოვანი იდეოლოგიური იმპლიკაცია მოჰყვა. როდესაც ესპანეთის საგარეო საქმეთა მინისტრმა მატუტესმა კომენტარი გააკეთა ჩილეს პრეზიდენტ ფრეის გადაწყვეტილებაზე, ექსტრადიციის შესახებ ესპანეთის განჩინების მსოფლიოს სასამართლოში გასაჩივრების შესახებ (20 სექტემბერი, 1999), *El Pais*-მა დაბეჭდა მყვირალა სათაური „მატუტესი მიესალმება ჩილეს გადაწყვეტილებას, ჰააგის ტრიბუნალში „პინოჩეტის საქმის" განხილვის თაობაზე". *El Mundo*, მინისტრის განცხადების შეფასებისას, ასეთი კატეგორიული არ ყოფილა: „მატუტესი ამბობს, რომ ფრეიმ „პინოჩეტის საქმეზე" გადაწყვეტილება ზეწოლის ქვეშ მიიღო". ერთ-ერთი კვლევა აჩვენებს, რომ მკითხველების 85% ენდობა ინფორმაციას, სადაც ის თვალსაზრისთან არის შეზავებული (ორტეგა და ჰამანესი 2000:168).

პოლიტიკური პარალელიზმი საზოგადოებრივ მაუწყებელში

მედიტერიანულ ქვეყნებში საზოგადოებრივი მაუწყებლებიც პარტიული პოლიტიზირებისკენ იხრებიან და მოქმედებს სისტემა „პოლიტიკის გავლენა მაუწყებლობაზე". ფრანგული მოდელი, რომელიც პრეზიდენტ დე გოლის დროს მოქმედებდა, მაუწყებლობის იმ „სამთავრობო მოდელის" კვინტისენციური ილუსტრაციაა, რომელზეც ჩვენ წიგნის მე-2 თავში ვსაუბრობდით. დე გოლი ტელევიზიაზე კონტროლს მთავრობის ეფექტიანობის მნიშვნელოვან ფაქტორად განიხილავდა. საფრანგეთის საზოგადოებრივი მაუწყებლის (RTF) უმაღლეს ხელმძღვანელობას 1864 წლამდე ინფორმაციის მინისტრი ნიშნავდა და ის პოლიტიკურ კონტროლს ექვემდებარებოდა, რაც მომდევნო პერიოდშიც გრძელდებოდა (კუნი 1995). 1960-70-იანი წლების ცვლილებები ყველაზე მეტად სწორედ მაუწყებლის ხელმძღვანელობის ფორმირების წესსა და მის პოლიტიკაზე აისახა. იმის გამო, რომ მთავრობა მაუწყებლის ხელმძღვანელობის დანიშვნისას პოლიტიკური ლოიალობის პრინციპზე უარის თქმას არ ცნობდა, 1980 წლამდე მაუწყებლის რეფორმირების ყველა მცდელობა წარუმატებლად დამთავრდა. მხოლოდ1989 წელს გადაიდგა მნიშვნელოვანი ნაბიჯი მთავრო-

ბის კონტროლის შემცირების მიმართულებით და საფრანგეთში Council Supérior de'l Audivisuel (CSA) შეიქმნა (კუნი 1995; ჰოფმანი-რიმი 1996). საბჭოს ერთ მესამედს რესპუბლიკის პრეზიდენტი ნიშნავს, ერთ მესამედს სენატის პრეზიდენტი და ასამბლეა ნიშნავენ. გამოიყენება იგივე ფორმულა, რაც საკონსტიტუციო სასამართლოსთან მიმართებაში მოქმედებს. წევრთა მესამედი ყოველ ორ წელიწადში იცვლება და ამდენად თავიდან არის აცილებული საბჭოს წევრების დანიშვნის ხელისუფლების ცვლასთან კავშირი. დანიშვნები არაპოლიტიკურია და მეტწილად ექსპერტულ გამოცდილებას ეყრდნობა დაგნოს ანალიზის თანახმად (2000:37-9), მთავრობა კვლავაც გადამწყვეტია მაუწყებლის არხების დირექტორის დანიშვნის საქმეში, თუმცა საბჭოს მედიაციური როლი არხების მენეჯმენტში მთავრობის ჩარევას ზღუდავს, რადგან ნებისმიერი დანიშვნა მაინც საბჭოს დადასტურებას საჭიროებს.

საბერძნეთში, პორტუგალიასა და ესპანეთში პოლიტიკურ უმრავლესობას მაუწყებელზე ეფექტიანი კონტროლის განხორციელების საშუალება აქვს. ეს კონტროლი იტალიაში შედარებით შეზღუდულია. საბერძნეთში, გოლისტური პერიოდის მსგავსად, მაუწყებლობის მართვა პირდაპირი გზით ხორციელდება. კომპანია ERT-ის დირექტორები პრესისა და მასმედიის მინისტრის დაქვემდებარებაში არიან. არსებობს მრჩეველთა საბჭოს გაფართოებული შემადგენლობაც ნაციონალური რადიო-ტელევიზიის საბჭოს სახით, რომელსაც პარლამენტი პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპით ნიშნავს, თუმცა ვიმეორებთ, რომ ის საკონსულტაციო საბჭოა. პორტუგალიური საზოგადოებრივი მაუწყებელი არის კორპორაცია, რომლის კაპიტალი მთლიანად სახელმწიფოს ხელშია. სახელმწიფო ასახელებს მის დირექტორებსაც. ამავე დროს ფრანგული მოდელის მსგავსად, შექმნილია სოციალური კომუნიკაციის უმაღლესი მმართველი ორგანო, რომელიც უფრო მეტი დამოუკიდებლობით სარგებლობს, ზედამხედველობის ფუნქცია აქვს და ახალი ამბების დირექტორებს ამტკიცებს. არსებობს ასევე საზოგადოებრივი აზრის მრჩეველთა საბჭოც, სადაც რელევანტური საზოგადოებრივი ჯგუფები არიან წარმოდგენილი, როგორც ეს გერმანულ მოდელშია. ესპანეთში Grupo Radio Televisión Española-ს (RTVE) მმართველობას საპარლამენტო პარტიები აკომპლექტებენ და უმრავლესობის ორი მესამედით ამტკიცებენ. ესპანეთში ძირითადად მაჟორიტარული სისტემაა (იხ. მე-3 თავი) – PSOE ქვეყანას აბსოლუტური უმრავლესობით მართავდა და 2000 წლის არჩევნებში აბსოლუ-

ტური უმრავლესობა PP-მ მოიპოვა. ასე რომ, პროპორციულ, წარმომადგენლობით პარლამენტში დამტკიცება პრაქტიკულად უმრავლესობის მიერ განხორციელებულ დანიშვნებს ნიშნავს. თუმცა, ორი მესამედის მოგროვება, მაინც ოპოზიციასთან მოლაპარაკებების წარმოებასაც გულისხმობს. 2000 წლის შემდგომ, სამეურვეო საბჭოს 6 წევრი PP-დან (Partido Popular) იყო (აქედან ოთხი ჟურნალისტი აღმოჩნდა), თითო-თითო კატალონიური და კანარის ნაციონალისტური პარტიებიდან, რომლებიც უმრავლესობის მოკავშირეები არიან და ოთხი ოპოზიციური PSOE-დან. IU და ბასკეთის ნაციონალისტური პარტია ამ საბჭოში წარმოდგენილი არ არიან. საბჭოს წევრები ცალსახად პარტიული წარმომადგენლები არიან და ორივე პარტია – PSOE და PP მაუწყებელზე ინტერვენციულ პოლიტიკას ახორციელებენ. პოლიტიკური გაშუქება ესპანეთში არსებულ პოლიტიკურ ძალებს გვერდს ვერ აუვლის, თუმცა მმართველი ძალის მხარეს მკაფიო გადახრა სახეზეა (ბუსტამანტე 1989; როსპირი არჩევნების გაშუქებაზე 1996; ფერნანდესი და სანტანა 2000). იგივე მდგომარეობაა რეგიონალურ საზოგადოებრივ მაუწყებლებშიც. როგორც გიუნტერი, მონტერო და ვერტი თავიანთ კვლევაში აცხადებენ (2000), გაზეთის მკითხველის მსგავსად, სხვადასხვა ტელეკომპანიების ახალი ამბების გამოშვებებსაც განსხვავებული აუდიტორია ჰყავთ. TVE-ს მაყურებლების პოლიტიკური პრეფერენციები სხვადასხვა კომერციული ტელევიზიების ყურებისგან განსხვავდება. იგივეა რადიო მსმენელებთან მიმართებაშიც. ესპანური რადიო განსაკუთრებით მწვავე პოლიტიკური სადისკუსიო პროგრამებით – terrtulias – ხასიათდება და მას პოლიტიკაზე დიდი გავლენა აქვს.

საფრანგეთი, საბერძნეთი, ესპანეთი და პორტუგალია არსებითად მაჟორიტარული სისტემებია. იტალია კონსენსუსის სისტემაა. მაუწყებლობის პოლიტიზებამ აქ განსხვავებული ფორმა შეიძინა. 1950-1960-იან წლებში იტალიის სოციალურ ცხოვრებაში კათოლიკური კულტურა, ხოლო პოლიტიკაში ქრისტიან-დემოკრატები დომინირებდნენ. იტალიის საზოგადოებრივი მაუწყებელი RAI, სწორედ კათოლიკურ დომინანტს ასახავდა. 1970 წლისათვის იტალიის საზოგადოებრივ ცხოვრებაში მომხდარი ძვრების შედეგად, დღის წესრიგში პოლიტიკური ბალანსის საკითხიც დადგა. ქრისტიან-დემოკრატების გავლენა შესუსტდა და ისინი იძულებულები გახდნენ, ძალაუფლება ე.წ. „სეკულარულ პარტიებთან“ გაეყოთ. უფრო მეტიც, მათ კომუნისტურ ოპოზიციასთან თანამშრომლობაც მოუწიათ. საზოგადოებრივი მაუწ-

ყებლის კონტროლის საკითხმაც მთავრობიდან პარლამენტში გადაინაცვლა და RAI ე.წ. lottizzazione პროცესის ნაწილი გახდა, რომლის თანახმადაც, პარტიებმა ძალაუფლება და რესურსები გადაინაწილეს, თუმცა სამთავრობო პარტიები კვლავაც პრედომინანტურ პოზიციებს ინარჩუნებდნენ (კიარენცა2002).

1980 წელს სისტემა იძულებული გახდა RAI-ს სატელევიზიო არხები პარტიებისათვის გადაენაწილებინა, ამგვარად: პირველი არხი RAI – ქრისტიან-დემოკრატებს, მეორე RAI 2 – სეკულარულ პარტიებს, ხოლო მესამე, რეგიონალურ არხად ჩაფიქრებული RAI 3 – კომუნისტურ ოპოზიციას ერგო. Lottizzazione-ს პროცესმა ცვლილებები არამარტო ადმინისტრაციული საბჭოს ფორმირების წესში შეიტანა, არამედ, ახალი ამბების პროგრამირების წესი მთელ მაუწყებელში შეცვალა. ახალი სისტემა პრაქტიკულად გარე და შიდა პლურალიზმის ნაზავად ჩამოყალიბდა. გარე პლურალიზმის იმ თვალსაზრისით, რომ ყველა პარტიას საკუთარი არხი ჰქონდა; ხოლო შიდა ორი ფაქტორის გამო: პირველი ის, რომ RAI-ს კვლავაც ერთიანი მმართველი რგოლი ჰყავდა და მეორეც იმიტომ, რომ ყველა არხი დაკომპლექტებული იყო სხვადასხვა პარტიების წარმომადგენლებისაგან. თითოეული არხის საინფორმაციო პროგრამა იტალიური პოლიტიკური პარტიების მთელ სპექტრს ასახავდა: იმ დროისათვის სატელევიზიო რეპორტინგის გავრცელებული პრაქტიკა იყო ჯერ მოვლენათა შეჯამება, ხოლო შემდგომ სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენელთა კომენტარების აუდიტორიისთვის მიწოდება (ჰელინი და მანჩინი 1984). ეს პრაქტიკა სხვა მედიტერიანულ ქვეყნებშიც იყო დამკვიდრებული, მიუხედავად იმისა, რომ არხების მენეჯირებაში იქ Lottizzazione-ს პრინციპი არ მოქმედებდა. მიმდინარე ამბების ამსახველ სხვა პროგრამებს, მეორე მხრივ, აშკარად პოლიტიკური ორიენტაცია ჰქონდათ, რაც ჟურნალისტებს კომენტირების დიდ საშუალებას აძლევდა, რაც, როგორც წესი, ახალი ამბების ფორმატში შეუძლებელია[26].

---

26 1980 წელს მმართველმა პარტიამ UCD-მა ესპანეთის პარლამენტს ინიციატივით მიმართა, რომ Lottizzazione-ს პრინციპი ესპანეთშიც დამკვიდრებულიყო (სხვათა შორის, ამისათვის სწორედ იტალიური ტერმინი გამოიყენა), თუმცა ოპოზიციურმა PSOE-მ, რომელმაც იცოდა, რომ მალე ხელისუფლებაში უმრავლესობით მოვიდოდა, ეს იდეა უარყო (ფერნანდესი და სანტანა 2000:101), რადგან ძალაუფლების გაყოფის პერსპექტივა მკაფიოდ დაინახა.

1990-იანი წლების პარტიულმა კოლაფსმა, რომელიც ტრადიციული პარტიების ფინანსურმა სკანდალებმა და ცივი ომის დასასრულმა გამოიწვია, სისტემა რადიკალურად შეცვალა. RAI-ს მმართველი ორგანო დღეს ხუთი წევრისგან შედგება, რაც იმას ნიშნავს, რომ პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპით დანიშვნები ვერ განხორციელდება. ის, რომ მასში უმრავლესობის სამი და ოპოზიციის ორი წევრია წარმოდგენილი, უფრო მაჟორიტარული ლოგიკის მატარებელია (მარლეტი და რონკაროლო 2002). არხების პერსონალი კვლავაც Lottizzazion-ის პრინციპით ინიშნება, თუმცა მათ შორის სხვაობა ისეთი მკაფიო აღარ არის, არხის უმაღლესი დირექტორატი კვლავაც მჭიდრო კავშირშია პოლიტიკასთან. იმ მომენტისათვის, როდესაც ეს წიგნი იწერებოდა, TG1-ის დირექტორი უმრავლესობასთან დაახლოებული პირი (ის ჟურნალისტი იყო და ვიდრე დირექტორი გახდებოდა, ბერლუსკონის „ფორცა იტალიის“ მოადგილე იყო), ხოლო TG3 დირექტორი ოპოზიციასთან დაახლოებული პირი იყო.

მედიტერიანულ ქვეყნებში პოლიტიკური ლოგიკა დიდ როლს ასრულებს მაუწყებლობაში, განსაკუთრებით, თუმცა არაექსკლუზიურად, საზოგადოების მფლობელობაში მყოფ მედიაში, რაც თავის მხრივ, ახალი ამბებისა და მიმდინარე მოვლენების პროგრამებზე აისახება. ამის ყველაზე მკაფიო ილუსტრაცია არის ის, რომ ახალი ამბების დღის წესრიგს არა მოვლენის „საინფორმაციო ღირებულება“, არამედ პოლიტიკური მიზანშეწონილობა განსაზღვრავს. საფრანგეთსაც და იტალიასაც მაუწყებლობაში პარტიების წარმომადგენლობის მონიტორინგის ფორმალური სისტემები აქვთ (კარუზო 2000). 1969 წლიდან საფრანგეთში „ერთი მესამედის წესი“ მოქმედებს. ეს იმას ნიშნავს, რომ საეთერო დროის ერთი მესამედი – მთავრობის, ერთი მესამედი – საპარლამენტო უმრავლესობის და იმდენივე ოპოზიციისთვის არის გამოყოფილი (არჩევნების პერიოდში კი, დრო კანდიდატებს შორის თანაბრად ნაწილდება). 2000 წელს ეს წესი განახლდა, რომლის თანახმად, საეთერო დრო იმ პატარა პარტიებისთვისაც უნდა გამოეყოთ, რომლებიც პარლამენტში წარმოდგენილნი არ იყვნენ, თუმცა ამ ნორმის ზუსტი კრიტერიუმები დღემდე შემუშავებული არ არის. ეს წესი ყველა მაუწყებელს, საზოგადოებრივსაც და კერძოსაც, თანაბრად ეხება და CSA მის შესრულების ყოველთვიურ მონიტორინგს ახორციელებს.

პროფესიონალიზაცია

როგორც უკვე ვნახეთ, ჟურნალისტიკა მედიტერიანულ ქვეყნებში ლიტერატურისა და პოლიტიკის სამყაროს გაგრძელებაა. ჟურნალისტური კორპუსი „ავტორებისა და რედაქტორების უფორმო კრებულია“ და ჟურნალისტიკა „მარშრუტი, რომელსაც საბოლოო დანიშნულების ადგილი არ აქვს“ (ფერენცი,1993:29, 41. ჩალაბი 1996). გაზეთები, როგორც წესი, „მწერლობას, პოლიტიკოსობას და ინტელექტუალობას უფრო აფასებენ“ და ჟურნალისტიკა ყოველთვის მცირედ ანაზღაურებადი, „მეორადი საქმიანობა“ იყო, რომელსაც უმეტესობა პოლიტიკაში ან ლიტერატურაში მოსვლის ტრამპლინად განიხილავდა (ორტეგა და ჰამანესი 2000:125). ესპანეთში ამბობენ, რომ პოლიტიკაში მოსვლის ორი გზა არსებობს: სამხედრო კარიერა და ჟურნალისტიკა (ორტიზი 1995). მეცხრამეტე საუკუნის ბოლო პერიოდიდან, კომერციული პრესისა და „ახალი ჟურნალისტიკის“ გაჩენასთან ერთად, ვითარება თანდათან შეიცვალა. გაიზარდა იმ ადამიანების რიცხვი, რომლებიც ჟურნალისტიკით სერიოზულად დაკავდნენ და მას მთელ დროს უთმობდნენ. სწორედ ამ დროს დაიწყო განვითარება ჟურნალისტიკის სხვადასხვა ჟანრმა და ჟურნალისტიკის პროფესიონალურმა იდენტობამ დამკვიდრება დაიწყო.

მრავალი თვალსაზრისით, ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაციის პროცესი, ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მიმდინარე პროცესების პარალელურია. მედიტერიანულ ქვეყნებში ეს პროცესი არ იყო ისეთი ძლიერი, როგორც ჩრდილოეთში. ჟურნალისტიკის ლიტერატურული და პოლიტიკური ფესვები უფრო ღრმა იყო და პოლიტიკური კავშირებიც გაცილებით დიდხანს გრძელდებოდა. მედია ბაზრის სიმწირეს, გაზეთების მცირე მასშტაბებს და არათვითკმარობას განაპირობებდა. სახელმწიფოს ჩარევები, განსაკუთრებით დიქტატურის პერიოდებში, ჟურნალისტიკის, როგორც პროფესიის ჩამოყალიბებას აფერხებდა. ასე რომ, პროფესიონალიზაციის დონე მედიტერიანულ ქვეყნებში კვლავაც დაბალი რჩება, თუმცა მეოცე საუკუნის ბოლო ორ ათწლეულში ის მნიშვნელოვნად გაიზარდა.

ძალიან მნიშვნელოვანია, მკაფიოდ ჩამოვაყალიბოთ ის, თუ რას ვგულისხმობთ სიტყვებში „პროფესიონალიზაციის დაბალი დონე“: ეს, მაგალითად, არ ნიშნავს, რომ ჟურნალისტები მედიტერიანულ ქვეყნებში სხვაზე ნაკლებად განსწავლულები არიან. ესპანელ ჟურნალისტებს დღესდღეობით უფრო მეტს აქვს უნი-

ვერსიტეტების ხარისხი, ვიდრე გერმანიაში ან ბრიტანეთში (ვივერი 1998). პოლიტიკურ ელიტასთან და ლიტერატურულ სამყაროსთან ტრადიციული კავშირისა და განათლებულ ელიტებზე გაზეთების ორიენტირებულობის გამო, სამხრეთ ევროპაში ჟურნალისტიკა უფრო ელიტურ პროფესიად აღიქმება, ვიდრე ევროპის სხვა რეგიონებში. იტალიაში ცნობილი მწერლები და ინტელექტუალები ხშირად ჟურნალისტურ საქმიანობასაც ეწეოდნენ: მაგალითად, ცნობილი კინორეჟისორი პაზოლინი იმავდროულად *Il Corriere Dell Sera*-ს კომენტატორიც იყო. ამავე გაზეთში მუშაობდა ცნობილი იტალიელი მწერალიც, „იტალიელების“ ავტორი, ბარზინი. წიგნების გამოცემა, ფრანგული ჟურნალისტიკის ვარსკვლავებისათვის ყოველთვის პრესტიჟის საქმე იყო (რიფელი 1984). ასევე უნდა ითქვას, რომ არავინ ამტკიცებს, თითქოს მედიტერიანულ ქვეყნებში ჟურნალისტები სხვებზე უარესად ასრულებენ საკუთარ მოვალეობას. უბრალოდ ნორმატიული თვალსაზრისით, პროფესიონალიზაცია კომპლექსური საკითხია და ჩვენ ამ საკითხს სხვადასხვა კუთხით გამოვიკვლევთ. თუმცა, მავანმა, შესაძლოა, დარწმუნებით თქვას, რომ *Le Momde*-ის, *El País*-ის, *La Vanguardia*-სა და *La Republica*-ს პოლიტიკური ანალიზი უფრო დახვეწილია, ვიდრე ეს ამერიკულის, ბრიტანულ ტაბლოიდებზე, რომ არაფერი ვთქვათ. ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ მედიტერიანულ პრესას უფრო მცირე და უფრო დახვეწილი გემოვნების მკითხველი ჰყავს.

1980-იანი წლების დასაწყისში *Le Monde*-სა და *The WashingTon Post*-ის შედარებით კვლევაში პადიოლიუ (1985:310-11) აღნიშნავს, რომ ფრანგული ჟურნალისტიკის მახასიათებლების შესწავლამ იმ არგუმენტამდე მიიყვანა, რომ აქ პროფესონალიზმის ხარისხი უფრო დაბალია, ვიდრე სხვა სისტემებში:

> „...სუსტი პროფესიული ორგანიზაციები, გარდა კონკურენტული პროფკავშირული ფორმისა; პრესის, როგორც კოლექტიური, ავტონომიური და ლეგიტიმური სოციალური აქტორის შეზღუდული აღიარება; შეზღუდული საერთო პროფესიული ეთიკის სისტემა; ჟურნალისტურ სტანდარტებზე შეთანხმების ლიმიტაცია; ტრენინგ ინსტიტუტების დაბალი პრესტიჟი და სხვ.“

ის ასევე აცხადებს, რომ *Le Monde*-ს ჟურნალისტები მათი გაზეთის სოციალური ფუნქციის მიმართ მაღალ ერთგულებას ავლენენ, თუმცა სხვა საინფორმაციო ორგანიზაციების ჟურნალის-

ტებთან ერთობის განცდა ნაკლებად აქვთ. ამ თვალსაზრისით ისინი ინსტიტუტის და არა პროფესიის ნაწილად აღიქვამენ თავს.

რა თქმა უნდა, პადიოლიუს კვლევების დროიდან ბევრი რამ შეიცვალა. *Liberation*-ის აღმასვლის შემდგომ, რეგიონალური გაზეთების მნიშვნელობის ზრდამ და რაც მთავარია, ჟურნალისტურ „ველზე" ელექტრონული მედიის კიდევ უფრო გაძლიერებამ *Le Mond*-ის უნიკალურობის მნიშვნელობა შეამცირა. მედიის, როგორც სოციალური აქტორის მნიშვნელობა შეუდარებლად გაიზარდა და მიუხედავად ამისა, პადიოლის შენიშვნა მედიტერიანულ რეგიონთან მიმართებაში მაინც აქტუალურია.

სამხრეთ ევროპის პროფესიული ორგანიზაციები და ჟურნალისტური გაერთიანებები, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებთან შედარებით სუსტია. საფრანგეთში, სადაც პროფკავშირები უფრო პოლიტიკასთან არის აფელირებული, ჟურნალისტების გაწევრიანება გაერთიანებებში საკმაოდ ლიმიტირებულია. ესპანეთში ჟურნალისტების 60% პროფესიულ ასოციაციას ფაშისტური კორპორატიზმის დროიდან შემორჩა, თუმცა „დღეს წევრობა მხოლოდ ტრადიციაა" (ისევე, როგორც რაიმე სახის მატერიალური სარგებელი); 4% პროფკავშირის წევრები არიან (კანელი და პიკე 1998:306; საფრანგეთის შესახებ მაკმანე 1998). იტალიაში, საბერძნეთსა და პორტუგალიაში მართლაც არსებობენ ჟურნალისტური კავშირები, რომლებსაც პოლიტიკური ხაზის წინააღმდეგ მოქმედება შეუძლიათ. იტალიის შემთხვევაში კი, ის საკმაოდ გავლენიან ძალადაც ჩამოყალიბდა, რომელსაც გავლენა მედია პოლიტიკაზეც აქვს და სწორედ მისი მცდელობით გახდა შესაძლებელი ეთიკის კოდექსის შემუშავება და მიღება. ამ თვალსაზრისით, იტალიური მოდელი პოლარიზირებული პლურალიზმის ქვეყნებიდან დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელთან ყველაზე ახლოს დგას.

პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებში ასევე მნიშვნელოვანი ფორმაა სახელმწიფოს მიერ ჟურნალისტური პროფესიის აღიარება. ეს ფაქტორი, არა ჟურნალისტური პროფესიის ავტონომიურობის განვითარების პირობა, არამედ სახელმწიფოზე მისი დამოკიდებულების მანიფესტაცია უფროა. ამ თვალსაზრისით იტალია ყველაზე მკაფიო მაგალითია. 1963 წლის ბრძანებით ჟურნალისტების შესახებ კანონმა ჟურნალისტის სტატუსი ისევე მკაფიოდ განსაზღვრა, როგორც ეს ექიმების, ადვოკატების, ინჟინრებისა და სხვა პროფესიების წარმომადგენელთა მიმართებაში კეთდება. ჟურნალისტური საქმიანობისთვის ეს სავალდებუ-

ლო ნორმაა. თუმცა, თუ კანონმდებლობა პროფესიაში დაშვების წესს მნიშვნელოვნად აკონტროლებს, ამავდროულად მისი როლი ერთიანი სტანდარტებისა და პროფესიული ქცევის ნორმების განვითარების თვალსაზრისით ექვივალენტური არ არის. ამდაგვარი ფორმალური ორგანიზაცია საფრანგეთშიც არის – *Comission de la Carte*, რომელიც ერთგვარი რწმუნების სიგელებს გასცემს, თუმცა მისი ძირითადი ფუნქცია იმ სარგებლის მენეჯირებაა, რომელსაც ჟურნალისტი სახელმწიფოსაგან იღებს და ასევე ხელფასის მინიმალური ზღვრის დაწესებაა. საფრანგეთის მსგავსი კომისია პორტუგალიაშიც ფუნქციონირებს. პროფესიაში დაშვების პროცედურა ესპანეთშიც დისკუსიის საგანი იყო, რისი მიზეზიც სამუშაო ბაზარზე მაღალი კონკურენციაა, რის შედეგადაც ხშირად მედია ინდუსტრიის ბევრი წარმომადგენლები არასათანადო პირობებში ხვდებიან (ფერნანდესი 1997; დროებითი და ნახევარგანაკვეთიანი დასაქმების პრობლემა სხვა ქვეყნებშიც მზარდი პრობლემაა). დამქირავებლები ასეთ კონტროლს კატეგორიულად ეწინააღმდეგებიან.

ჟურნალისტური განათლების ფორმალიზება ყველა მედიტერიანულ ქვეყანაში შედარებით გვიან განხორციელდა. ბეჩელონის (1995) აზრით, ეს იმის გამო მოხდა, რომ ჟურნალისტიკაში შესვლის დამკვიდრებული წესი ადრე პირად მეგობრობასა და ოჯახურ კავშირებზე გადიოდა. ჟურნალისტური განათლების განვითარება იტალიაში მხოლოდ 1980 წლიდან დაიწყო.

ანგარიშვალდებულების უზრუნველმყოფი სისტემები მედიტერიანულ ქვეყნებში ფორმალიზებული არ არის. სამხრეთ ევროპაში პრესის საბჭო ნაციონალურ დონეზე არ არსებობს. ერთადერთი რეალურად მოქმედი საბჭო სამხრეთ ევროპაში არის კატალონიური Consell de la informacio de Catalonia, რომელიც ბრიტანული პრესის საჩივრების კომისიის მოდელზე აეწყო. ამის გამო, სამხრეთ ევროპაში მედია ეთიკის ერთიან სტანდარტზე კონსენსუსი ვერ ჩამოყალიბდა, რაზეც პადიოლიუ (და რიფელი 1984:26) მიანიშნებდა. ქცევის კოდექსის შექმნის მცდელობა სამხრეთ ევროპაში, რა თქმა უნდა იყო. საფრანგეთში 1935 წელს Syndicat National Des Journalistes დაფუძნდა, მაგრამ ამ კოდექსის მკაფიო ინსტიტუციონალიზება ჟურნალისტურ კულტურასა და პრაქტიკაში ვერ მოხერხდა. 1990 წელს იტალიაში ჟურნალისტური ეთიკის კოდიფიცირების სერიოზულ მცდელობას ჰქონდა ადგილი. 1997 წლის კვლევის შედეგად აღმოჩნდა, რომ მოქმედი ჟურნალისტების 30%-ზე ნაკლებმა იცოდა ამ კოდექსის მოთ-

ხოვნათა არსი, ხოლო იტალიელი ჟურნალისტების უმეტესობა საერთოდ არ ცნობდა მას (მანჩინი 2000:123). უნდა ითქვას, რომ მედიტერიანულ ქვეყნებში შედარებით სუსტადაა დაცული ჟურნალისტთა მიერ ინფორმაციის შეგროვების კონფიდენციალობა (ეს საკითხი ოდნავ უკეთ საფრანგეთსა და პორტუგალიაშია მოწესრიგებული)[27]. ეს ფაქტორი ფართო საზოგადოების მხრიდან ჟურნალისტური პროფესიის აღიარების დაბალი ხარისხითაც არის განპირობებული.

ჟურნალისტური ავტონომიურობა vs. ინსტრუმენტალიზაცია

ჟურნალისტურ სტანდარტზე არსებული სუსტი კონსენსუსი და პროფესიული თვითრეგულირების ინსტიტუტების განუვითარებლობა იმ ფაქტს ასახავს, რომ ჟურნალისტიკა მედიტერიანულ ქვეყნებში არა ავტონომიურ ინსტიტუტად, არამედ გარე ძალების, ძირითადად პოლიტიკური და ბიზნესწრეების მიერ მართულ ინსტიტუტად აღიქმება. ცნობილმა იტალიელმა ჟურნალისტმა პანსამ (1977) იხმარა ფრაზა „*giornalista dimezzato*“ სანახევრო ჟურნალისტიკა. მისი აზრით, იტალიელი ჟურნალისტი სანახევროდ საკუთარ თავს, სანახევროდ კი ჟურნალისტიკის მიღმა გარე ძალებს ეკუთვნის, როგორებიც არიან მედია მფლობელები, ფინანსური წრეები და პოლიტიკოსები. იტალიური ჟურნალისტიკის თამაშის წესები ტრადიციულად ყველა პოლიტიკურ წესზე მაღლა იდგა: მათ მუდმივად უწევდათ პოლიტიკურ ელიტებს შორის არსებული ვაჭრობის პროცესის გათვალისწინება და მისი მსახურება. წიგნის ბოლო ნაწილში, ჩვენ უფრო ვრცლად ვისაუბრებთ იმაზე, თუ როგორია გარიგებების პროცესი, ამ პროცესში მედიის როლი და პოლიტიკურ კომუნიკაციაზე დაფუძნებული დემოკრატიის სისტემა. ამ თავში ჩვენ ჟურნალისტური „ავტონომიურობისა“ და „ინსტრუმენტალიზაციის“ დაპირისპირებაზე შევჩერდებით, რაც სამხრეთ ევროპის ქვეყნებისათვის ესოდენ ნიშანდობლივია.

მედიტერიანული რეგიონისათვის ყველაზე დამახასიათებელი საკითხი სხვადასხვა აქტორების მიერ მედიის პოლიტიკაში ჩარევის იარაღად გამოყენებაა. ამის მრავალი ფორმაა აპრობირებუ-

27 ერეა (1993); როდრიგეს რუისი (1993); მენდესი (1999). უნდა ითქვას, რომ მედია სამართლის შედარებითი ანალიზის მოძიება ზოგადად რთულია. ცხადია, რომ სამართლებრივი პრაქტიკა არის მწირი, ტექსტები არასრულყოფილი.

ლი. პოლიტიკურ პარტიებთან და ეკლესიასთან დაკავშირებული მედია, ცხადია, დიდწილად ამ ინსტიტუტების ინტერვენციის ფასილიტაციისთვის არის დაფუძნებული. დიქტატორულ პერიოდებში მედია ავტორიტარული ელიტების პოლიტიკურ და კულტურულ ინტერესებს ემსახურებოდა. დემოკრატიულ რეჟიმებშიც კი საზოგადოებრივი მაუწყებლები უფრო სახელმწიფო ინტერესებთან არიან დაკავშირებულნი, ვიდრე ნაციონალური კულტურის, პოლარიზებული პოლიტიკის პირობებში სახელმწიფოს როლის განმტკიცების (როგორც ეს გოლისტურ საფრანგეთში) ან პოლიტიკური პლურალიზმისა და კონსენსუსის წახალისების (როგორც ეს RAI-ს შემთხვევაში *Lottizzione* პრინციპით კეთდებოდა) ამოცანებთან. ზოგ შემთხვევაში, განსაკუთრებით საფრანგეთში – პირველი და მეორე მსოფლიო ომებს შორის მონაკვეთში – ჟურნალისტები და მედია მფლობელი ფულს პოლიტიკური და კერძო ინტერესების მქონე ძალებისგან ერთდროულად იღებდნენ, რათა მათი პროპაგანდა მედიაში ახალი ამბების სახით განეთავსებინათ. მედია ფულს არასასურველი პუბლიკაციების არგამოქვეყნების სანაცვლოდაც იღებდა.

მედიის ინსტრუმენტალიზაციის ყველაზე მნიშვნელოვანი ფორმა მაინც კომერციული მფლობელების მიერ (ზოგჯერ კერძო, ზოგჯერ სახელმწიფოსთან დაკავშირებული) მედიის გამოყენებას უკავშირდება; ასევე უშუალოდ სახელმწიფო მფლობელობაში მყოფ ორგანიზაციებს, რომლებიც მიზნად პოლიტიკურ სამყაროზე გავლენის გაძლიერებას ისახავენ. იტალიაში, ნაციონალურ დონეზე გაზეთების მასობრივი ცირკულაცია მეოცე საუკუნის პირველ დეკადაში დაიწყო და იმდროინელი გაზეთების უკან, როგორც წესი, ფოლადის მწარმოებელი ინდუსტრიული და ფინანსური ჯგუფები იდგნენ. იმ დროისათვის ყველაზე გავლენიანი ორი ჯგუფი Ilva და Perrone იყო (კასტრონოვო 1976). ეს გაზეთები მომგებიანი არ ყოფილა და მათი სუბსიდირება მეპატრონეების პოლიტიკური გავლენის გაძლიერებას ემსახურებოდა. მაგალითად, Ilva მილიტარულ-ინტერვენციული პოლიტიკის აქტიური მხარდამჭერი იყო. ეს განწყობილებები, მნიშვნელოვანწილად, მეორე მსოფლიო ომის პოსტსაომარ პერიოდშიც გაგრძელდა. მილანური ყოველდღიური გაზეთი *Il Giorno* სახელმწიფო მფლობელობაში მყოფი ნავთობ კომპანია ENI-ს პრეზიდენტმა ენრიკო მატეიმ 1956 წელს დააფუძნა და მისი მიზანი საზოგადოებრივ ცხოვრებაში პოლიტიკური სექტორის გავლენის გაძლიერება იყო. მატეი სოციალისტებთან და ქრისტიან დემოკრატებთან დაახლო-

ებული პირი იყო. ჯოვანი ანჯელი, რომელიც „ფიატს“ წარმოადგენდა, *La Stampa*-ს აკონტროლებდა; ერთ დროს „ფიატის“ გენერალური მენეჯერი და ამჟამად სამოდელო სამყაროს მაგნატი ჩეზარე რომიტი *Il Corriera Dell Sera*-ს; „ოლოვეტის“ მფლობელი კარლო დებენედეტი L'Essprsso და *Le Repubblica*-ს აკონტროლებდა (მართალია, *Le Repubblica* თავდაპირველად, როგორც წმინდა საგამომცემლო საქმე დაიწყო, მაგრამ 1989 წელს ის დე ბენედეტის Monadadori-მ ის შეისყიდა). და ბოლოს, Il Messagero-ს მრავალი წლის განმავლობაში Montedison Chemocals-ის მფლობელი რაულ პერუცი აკონტროლებდა (ამჟამად ეს გაზეთი უძრავი ქონების კონცერნს ეკუთვნის). ყოველი მათგანი პოლიტიკური მოთამაშეა და გაზეთები მათ ხელში უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტებია. კერძო ტელევიზიების ფლობამ სილვიო ბერლუსკონის საკუთარი პარტიის შექმნისა და პრემიერ-მინისტრის პოსტის მოპოვების საშუალება მისცა. ბერლუსკონი, თავისი ძმის მეშვეობით, ასევე *Il Giornale*-ს აკონტროლებს, ხოლო 1989 წელს *Le Republica*-ზე გავლენის მოპოვება წარუმატებლად სცადა.

ანალოგიური ვითარებაა საბერძნეთში. ინდუსტრიალისტები, რომელთა ინტერესებში ნაოსნობა, სამოგზაურო ბიზნესი, მშენებლობა, ტელეკომუნიკაციები და ნავთობის მრეწველობა შედიოდა, მედია საკუთრებაშიც დომინირებდნენ. მედიის, როგორც პოლიტიკაზე ზეწოლის ინსტრუმენტის გამოყენების ტრადიცია, დღესაც გრძელდება. პაპათანასოპულოსი (2000) წერს, რომ საბერძნეთში მოქმედებს ტრადიციული მიდგომა: „მომეცით სამინისტრო, თორემ ახალ გაზეთს დავაფუძნებ“. გაზეთების მფლობელები საბერძნეთში ძირითადად ცნობილი ადამიანები არიან, რომლებიც პოლიტიკურ სამყაროში მნიშვნელოვანი აქტორები არიან (დიმიტრასი 1997:101).

პირველ და მეორე მსოფლიო ომებს შორის პერიოდში საფრანგეთში გადაიდგა ნაბიჯები პოსტლიბერალური მიმართულებით. შეიქმნა საზოგადოებრივ სერვისზე ორიენტირებული სისტემა და ეს ამ პერიოდში არსებული კორუფციისა და ინსტრუმენტალიზაციის წინააღმდეგ მიმართული ქმედება იყო. 1945 წელს საფრანგეთის პრესის ასოციაცია გამოვიდა განცხადებით, რომელშიც ნათქვამი იყო: „პრესა კომერციული მოგების საშუალება არ არის. ის თავისუფალი მაშინ არის, როდესაც მთავრობაზე ან ფინანსების გავლენაზე კი არ არის დამოკიდებული, არამედ მხოლოდ ჟურნალისტებისა და მკითხველის სინდისზე“ (თოგმარტინი 1998:144). მიუხედავად ამისა, ეს მიდგომა სისტემად ვერ ჩამოყა-

ლიბდა და ძველი მიდგომის ბევრი ელემენტი კვლავ აღორძინდა. პოლიტიკაში ამბიციური კერძო მედია მფლობელობის ნათელი მაგალითი *Le Figaro*-ს და *France-Soir*-ის დამფუძნებელი რობერტ ერსანია. ერსანი 1956-78 წლებში საფრანგეთის პარლამენტის, მოგვიანებით კი ევროპარლამენტის წევრი იყო. 1986-1988 წლებში ნაციონალურ ასამბლეაშიც შედიოდა, რომლის 12 წევრი ერსანის მფლობელობაში მყოფ სტრუქტურებთან იყვნენ დაკავშირებულნი (თუნსთალი და პალმერი 1991:145). ესპანეთში, იტალიასა და საბერძნეთისგან განსხვავებით, მედია მფლობელობაში უფრო მედია კონგლომერატები და არა ინდუსტრიული ჯგუფები დომინირებენ. სამხრეთ ევროპაში სახეზეა ტენდენცია, რომ მედია ბაზრის ზრდასთან ერთად, მედია საკუთრება მომგებიანი ხდება. ერსანის იმპერია მედია ბიზნესსაც ეფუძნებოდა. იმავდროულად, ესპანელი მედია მფლობელები, მკაფიოდ გამოკვეთილ პოლიტიკურ ალიანსებშიც მონაწილეობენ. ესპანეთში ბანკები, როგორც ინვესტორები, ასევე მნიშვნელოვანი აქტორები არიან. ბარერა (1995:350) მათ მოტივაციას ასე აღწერს:

> „ეს არ არის წმინდა ბიზნეს ურთიერთობა მედიასთან, განსაკუთრებით დღევანდელ კომერციულ ტელევიზიებთან მიმართებაში. ეს უბრალოდ მომგებიანობის წინაპირობაა პოლიტიკურ ძალასა და საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მოხდენის თვალსაზრისით."

ცხადია, რომ ინსტრუმენტალიზაცია პირდაპირ კავშირშია ჟურნალისტური ავტონომიურობის დაბალ დონესთან, ანუ, რასაც პანსას განსაზღვრება *giornalista dimezzato* გულისხმობს. ეს იმას არ ნიშნავს, რომ მედიტერიანულ ქვეყნებში ეს პროცესები წინააღმდეგობის გარეშე მიმდინარეობს. ფაქტიურად, ამ ქვეყნებში სარედაქციო დამოუკიდებლობისათვის ბრძოლა გაცილებით მწვავეა, ვიდრე ჩრდილოეთ ევროპასა და ჩრდილოეთ ამერიკაში. ამ ქვეყნებში ჟურნალისტებმა საკუთრების უფლებაზე დაფუძნებულ იერარქიაში განსაზღვრული პროფესიული ავტონომიურობა მოიპოვეს. პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებში, სადაც საკუთრების უფლება რადიკალური გამოწვევების წინაშე დგას, დროდადრო ჟურნალისტები ავტონომიურობის რადიკალურ ფორმებს ითხოვენ.

გათავისუფლების შემდგომ პერიოდში, საფრანგეთში მემარცხენეების მიერ საზოგადოებრივ სერვისებზე ორიენტირებული, კერძო კაპიტალისაგან თავისუფალი პრესის სისტემის შექმნის

მცდელობა (როგორც შემდგომ გამოჩნდა, მხოლოდ მცდელობა), ყველაზე მნიშვნელოვანი მაგალითია. პოსტგათავისუფლებული პერიოდის მკაფიოდ პოლიტიზებული პრესა მალევე მინელდა და ინდუსტრიალისტებმა უმეტეს გაზეთებზე კონტროლი აღადგინეს. მაგრამ ამ მოვლენებს ფრანგულ მედია ისტორიაში უკვალოდ არ ჩაუვლია და მოგვიანებით არაერთხელ იჩინა თავი. ომის შემდგომ Le Figaro-მ საგამომცემლო ლიცენზია მიიღო. მას ჟურნალისტი პიერ ბრისონი ხელმძღვანელობდა. მოულოდნელად დავა მასსა და გაზეთის ომამდელ მფლობელს შორის სარედაქციო პოლიტიკასთან დაკავშირებით წარმოიშვა. ეს დავა იმით დასრულდა, რომ ორგანიზაცია ორ კომპანიად გაიყო: ერთი მედია შინაარსზე და მეორე ბიზნეს ასპექტებზე იყო პასუხისმგებელი. ორივეს, პრაქტიკულად, ბრისონი ხელმძღვანელობდა. ზოგადად 1950-1960-იან წლებში ფრანგული გაზეთების დირექტორები (რაც ამერიკული მთავარი რედაქტორის ექვივალენტი იყო) მედია მფლობელებისგან დამოუკიდებლობის საკმაო ხარისხით სარგებლობდნენ (ფრიბერგი 1981). *Le Figaro*-ში კონფლიქტი 1968 წლის მასობრივი საპროტესტო აქციების დროს განახლდა. სწორედ ამ დროს იყიდა ეს გაზეთი ერსანმა და ორგანიზაციის ორ ნაწილად გაყოფაც გააუქმა. ეს ბევრმა ჟურნალისტმა გააპროტესტა და გაფიცვა მოაწყო. მათ ე.წ. cluse de conscience-ს (სინდისის მუხლი) საფუძველზე კომპენსაციები მოითხოვეს. ამ მუხლის თანახმად, ჟურნალისტს აქვს უფლება, მოითხოვოს კომპენსაცია, თუ გაზეთის მენეჯმენტი იდეოლოგიურ პლატფორმას იცვლის. „სინდისის მუხლი" პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემის მახასიათებელია, რადგან აქ კონფლიქტები პოლიტიკურ მიმართულებასთან დაკავშირებით უფრო ხშირი და მწვავეა. ასეთი კანონი იტალიასა და ესპანეთშიც მოქმედებს (ისრაელშიც არის ანალოგი), ხოლო ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემებში არ გვხვდება, ყოველ შემთხვევაში იმ სახით, რა სახითაც ის პოლარიზებული დემოკრატიის ქვეყნებში მოქმედებს.[28]

ჟურნალისტური ავტონომიისადმი ერსანის დამოკიდებულება, მის ამ შეფასებაშია აღწერილი:

> „ჩემთვის პლურალიზმი ერთ გაზეთში პოლიტიკური შეხედულებების მრვალფეროვნების გადმოცემა არ არის.

28 დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ზოგჯერ მოქმედებს სინდისის მუხლის მსგავსი ნორმა, რომელიც ჟურნალისტს აძლევს უფლებას, არ მიიღოს დავალება, რომელიც მის პრინციპებს ეწინააღმდეგება.

> თუ ჟურნალისტი *L'Humanité*-ში იწყებს მუშაობას, მან უნდა აწარმოოს გაზეთი, რომელიც კომუნისტური პარტიის სურვილებს შეესაბამება. პრესამ, მისი ბუნებიდან გამომდინარე, პოლიტიკური არჩევანი უნდა გააკეთოს და ჟურნალისტებმა უნდა იმუშაონ იმ გაზეთებში, რომლებიც მათ პოლიტიკურ შეხედულებებთანაა შესაბამისობაში" (თუნსტალი და პალმერ 1991:145).

1968 წლის მასობრივი პროტესტების დროს, საფრანგეთში საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბევრმა ჟურნალისტმა გამოხატა პროტესტი იმ შეზღუდვების გამო, რომელთაც მათ პოლიტიკური მოვლენების გაშუქებისას უწესებდნენ. ბევრი მათგანი, გაფიცვების დამთავრებისთანავე სამსახურებიდან დაითხოვეს.

მხოლოდ *Le Monde*-სა და *Libération*-ში (რომელიც მოგვიანებით, 1968 წლის საპროტესტო ტალღის შემდგომ რადიკალურ კოოპერატიულ გაზეთად დაფუძნდა) შემორჩა საფრანგეთის პოსტგანმათავისუფლებელი პერიოდის ჟურნალისტური კონტროლის გარკვეული ფორმა. *Le Monde*-ის მართვა რედაქტორთა და ჟურნალისტთა კორპორაციის ხელში გადავიდა. მათ უფლება ჰქონდათ, აერჩიათ რედაქტორი, ფინანსურად კი მხარს მკითხველთა კორპორაცია და „მორალურ გარანტორთა" ჯგუფი უმაგრებდა, რომელსაც ხმის უფლება არ გააჩნდა. დროთა განმავლობაში კომპანიის ჟურნალისტური საკუთრების პრაქტიკა მოიშალა, თუმცა დღემდე *Le Monde*-ის რედაქტორის თანამდებობა არჩევითია და ამ თვალსაზრისით ეს ჟურნლისტური ავტონომიის უჩვეულო მაგალითია. საინტერესოა, რომ *Le Monde*, უკანასკნელ დრომდე აწარმოებს პოლიტიკას, რომლის თანახმადაც, სარეკლამო შემოსავლების წილი ლიმიტირებულია და ეს გაზეთზე გარედან ზეგავლენის მოხდენის თავიდან აცილებისათვის საჭირო ზომად განიხილება. *Le Monde*-ის მსგავსად, *Libération*-ში მართვის არაიერარქიული კულტურის ინსტიტუციონალიზება განხორციელდა და მართვა Societe Civil des Personel-ს, როგორც რადიკალურ ალტერნატივას გადაეცა. 1996 წელს აქციების უმეტესი ნაწილი კომერციულ კომპანია Chargeeurs, S.A-ზე იმ პირობით გაიყიდა, რომ თანამშრომლებმა წილის 20% ახალი დირექტორის დანიშვნაზე ვეტოს უფლებით შეინარჩუნეს.

მედია მფლობელობის არსებული ფორმების შეცვლა ჟურნალისტებმა რევოლუციის შემდგომ პორტუგალიაშიც სცადეს და გარკვეული დროის განმავლობაში ეს ამოცანა კიდევაც განახორციელეს, თუმცა, არა ჟურნალისტთა პროფესიული ავტონო-

მიისათვის. ამ შემთხვევაში ეს პროცესი კლასობრივი ბრძოლის კონტექსტში მიმდინარეობდა. პორტუგალიური რევოლუციის ეს ფაზა ნაწილობრივ იმიტომაც შეწყდა, რომ ჟურნალისტების მხრიდან კათოლიკური რადიო *Renacenta*-ზე კონტროლის დამყარების მცდელობის მიმართ საზოგადოებრივი აზრი კრიტიკულად განეწყო. მედია მფლობელობის არსებული წესების წინააღმდეგ 1970 წლიდან მოყოლებული იტალიელი აქტივისტი ჟურნალისტებიც იბრძოდნენ. *Il Meseggero*-ს პირველ გვერდზე, განქორწინებასთან დაკავშირებული რეფერენდუმის კონტექსტში მთელ გვერდზე დაბეჭდილი „არა" მედია მფლობელის ნების საწინააღმდეგოდ გადადგმული ნაბიჯი იყო. იტალიასა და პორტუგალიაშიც მფლობელებმა საკუთარი უფლებები აღიდგინეს, თუმცა სარედაქციო საბჭოების არსებობა ამ დროის მემკვიდრეობაა, რაც ჟურნალისტებს გარკვეულ გადაწყვეტილებებზე გავლენის მოხდენის შესაძლებლობას აძლევს, და როგორც წესი, დირექტორის დანიშვნას შეეხება. *El País*-ს, რომელიც 1970 წელს, სოციალური აქტივიზმის პერიოდში დაფუძნდა, ასეთი საბჭო ახლაც აქვს.

თუმცა ზოგადად, მედიტერიანულ ქვეყნებში ჟურნალისტური ავტონომია, დემოკრატიული კორპორატიზმის და ლიბერალურ ქვეყნებთან შედარებით, დაბალია. გასაკვირი არ არის, რომ იტალიელ, გერმანელ, ბრიტანელ და შეერთებული შტატების ჟურნალისტებში ჩატარებული გამოკითხვის თანახმად (დონსბახი და პატერსონი 1992), ყველაზე მეტად სწორედ იტალიელი ჟურნალისტები აღნიშნავენ, რომ რედაქტორებისა და მენეჯმენტის მხრიდან მათ საქმიანობაზე განხორციელებული ზეწოლა „ძალიან" ან „საგრძნობლად" შემზღუდველი ფაქტორია, ბრიტანელი ჟურნალისტების 15%, შეერთებული შტატების 13%, გემანელების 7-ის საპირისპიროდ. იტალიელი ჟურნალისტები ასევე აცხადებენ, რომ რედაქციებში ისინი პოლიტიკური მოტივებით ზეწოლას განიცდიან. არსებობს მონაცემები ესპანეთისა და საბერძნეთის შესახებაც, საიდანაც ჩანს, რომ პრინციპი „კეისარს კეისრისა" ჟურნალისტურ საქმიანობაში აქტიურად მოქმედებს[29].

29 როდესაც ბერძენ ჟურნალისტებს ვეკითხებოდით, არის თუ არა დღეს ჟურნალისტიკა თავისუფალი პროფესია, უმეტესობამ უპასუხა, რომ ისინი ზეგავლენას განიცდიდნენ: 7.9% ამბობდა, რომ პროფესიულ საქმიანობას თავისუფლად ახორციელებდა; 65.7% აცხადებდა, რომ ზეწოლას განიცდიდა; 24.3% კი თვითცენზურაზე საუბრობდა. 75% თვლიდა, რომ „მედია ორგანიზაციების მფლობელების მიერ არჩეული ხაზი" „მასმედიის პოლიტიკასა და იმიჯს" განსაზღვრავდა (იხ. ჰელინი და პაპანათაპოლუსი 2000). ესპანეთში კენალი და პიკეს აღ-

საზოგადოებრივ მაუწყებლობაში ჟურნალისტური ავტონომიის საკითხი განსაკუთრებული თემაა და მასზე ცალკე უნდა

წერით (1998), ჟურნალისტთა 21.9 % აცხადებდა, რომ „ჩემი ბოსის ზეწოლა“ „მნიშვნელოვანია“ ან „ძალიან მნიშვნელოვანი“ იყო. ჟურნალისტთა 4.9% მედიის მფლობელების მხრიდან განხორციელებულ ზეწოლაზე საუბრობდა. ესპანეთში ჩატარებული კიდევ ერთი კვლევის თანახმად, ჟურნალისტების 63.9 % არ ეთანხმებოდა მტკიცებას, რომ „ჟურნალისტიკა პოლიტიკური ძალის გავლენისაგან თავისუფალია“, ხოლო 76.6 % არ იზიარებდა მოსაზრებას, რომ ჟურნალისტიკა ეკონომიკური ძალების გავლენისგან დაცული იყო (ორტეგა და ჰამანესი 2000:168). კანელი და პიკე ასევე აცხადებენ, რომ მათი კვლევის თანახმად, ჟურნალისტების 21.9 % ავტონომიურობის დაბალი ხარისხის შესახებ ნაკლებად საუბრობდა და ძირითადად, შეზღუდულ ვადებზე, არასაკმარის საგაზეთო ფართსა და სარედაქციო საქმიანობის სხვა ლოჯისტიკურ საკითხებზე ამახვილებდნენ ყურადღებას. ეწინააღმდეგება თუ არა მათი მიგნებები მტკიცებას, რომ ჟურნალისტური ავტონომია სამხრეთ ევროპაში შედარებით შეზღუდულია? ვფიქობთ, რომ გაზვიადება ინსტრუმენტალიზაციის ხარისხთან დაკავშირებით, საჭირო არ არის. მედიის საქმიანობაში მედია მფლობელების ჩარევა თანამედროვე მედიასისტემების დამახასითებელი რეალობაა. ჟურნალისტების საქმიანობის ძირითადი მოცულობა რუტინულია და არც მფლობელები და არც რედაქტორები ამ რუტინის მონიტორინგით თავს არ იწუხებენ. საქმიანობაში პირდაპირ ჩარევასთან დაკავშირებული დავები ზოგადად იშვიათობაა, მაგრამ ეს აისბერგის ხილული მხარეა და პოლიტიკაში ჟურნალისტიკის როლის გაანალიზების პროცესში მისი იგნორირება არ შეიძლება. ეს ბევრ საზოგადოებაში ხდება, მაგრამ სამხრეთ ევროპაში უფრო ხშირია. ამის მიზეზი ისიც არის, რომ იშვიათია ისეთი მოვლენები, რომლებიც მფლოებელების განსაკუთრებულ პოლიტიკურ ინტერესს ეხება ან ხელყოფს. ესპანურ გაზეთებს ზოგიერთ ამბავთან მიმართებაში საკმაოდ ღია მიკერძოების გამოხატვაც შეუძლიათ. ამის მაგალითია მოსამრთლეების, ლიარიოსა და გარზონას კონფლიქტის გაშუქება, რომელიც *El País*-ს მფლობელის წინააღმდეგ ქმედებებს უკავშირდებოდა. სხვა შემთხვევაში მედიის მიკერძოებულობა შესაძლოა, ერთობ დახვეწილი იყოს და რიგ შემთხვევაში საერთოდაც არ იკვეთებოდეს. დაძაბულობის თავიდან აცილებას ხშირად ის ფაქტორიც განაპირობებს, რომ ჟურნალისტები ბუნებრივად მიიჩნევენ სხვადასხვა გაზეთის განსხვავებულ პოლიტიკურ პოზიციას და მათ მიერ ამ პოზიციის გაზიარებას. ერთმა ესპანელმა ჟურნალისტმა ინტერვიუს დროს გვითხრა, რომ თუ ჟურნალისტი *El País*-ში მუშაობს, ის ამბებს სხვაგვარად აღწერს და *El Mundo*-ში კი სრულიად განსხვავებულად და რომ ეს პროფესიის ნაწილია. ხშირად ჟურნალისტები თავად იზიარებენ საკუთარი გაზეთების შეხედულე-

ვისაუბროთ. იმის გამო, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლები სამხრეთ ევროპაში მნიშვნელოვანწილად პოლიტიკური პარტიების მიერ კონტროლდება, ჟურნალისტების როლი აქ საკმაოდ შეზღუდულია. მომდევნო თავში ვნახავთ, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში 1960-იანი წლების მიწურულს 1970-იან წლებში ტელეჟურნალისტიკა ოფიციალურ პოლიტიკასა და ინსტიტუტებთან მიმართებაში, კრიტიკული განწყობებისკენ გადაიხარა. განსხვავებული ვითარება იყო იტალიაში, სადაც მიუხედავად კრიტიკულობისაკენ მიდრეკილი მედია კულტურის მომძლავრებისა, ეს ტენდენცია უფრო ბეჭდურ მედიაზე აისახა, ვიდრე სატელევიზიოზე. ზოგადად მედიტერიანულ ქვეყნებში ტელეჟურნალისტიკა უფრო პასიურობისკენ იყო მიდრეკილი. ყოველ შემთხვევაში, ეს ვითარება საინფორმაციო გამოშვებებზე აისახებოდა (მიმდინარე ამბების პროგრამებისგან განსხვავებით, რომლებიც უფრო კომენტირებაზე იყო ორიენტირებული). უცნაურია, მაგრამ ჟურნალისტიკის ეს ფორმა, ბევრი თვალსაზრისით, 1960 წლებამდე შეერთებულ შტატებში გაბატონებულ, შეზღუდულ „ობიექტურ ჟურნალისტიკას“ ჰგავდა, სანამ ცვლილებები უფრო აქტიური ფორმების მიმართულებით არ გამოიკვეთა. ჟურნალისტები, როგორც პოლიტიკური დღის წესრიგის განსაზღვრის, ასევე პოლიტიკური რეალობის ინტერპრეტაციის ფუნქციას სხვა პოლიტიკურ აქტორებს (პარტიები, ორგანიზებული ჯგუფების წარმომადგენლები) უტოვებენ, რომელთა კომენტარებიც ახალ ამბებში დომინირებს (ჰელინი და მანჩინი 1984; ესპანეთი შესახებ გიუნტერი, მონტერო და ვერტი 2000). საარჩევნო პროცესის გაშუქება ესპანეთის საზოგადოებრივი მაუწყებლისათვის მხოლოდ იმაში გამოიხატება, რომ ის სხვადასხვა პარტიის კამპანიას მხოლოდ პირდაპირი რეპორტაჟების სახით გადასცემს და ჟურნალისტს მხოლოდ პასიურ მედიატორად განიხილავს. დროის მონიტორინგის უაღრესად ფორმალიზებული რეგულაციები საფრანგეთსა და იტალიაში ასევე ზღუდავს ჟურნალისტის ავტონომიურობას. თუმცა ფრანგული მარეგულირებელი – CSA – სამი მესამედის წესს ერთობ ფორმალურად ასრულებს.

ბებს (მეტწილად ეს წამყვან ჟურნალისტებს ეხება) და სენსიტიურ თემებსაც სწორედ მათ ანდობენ.

მედია და სახელმწიფო

სამხრეთ ევროპის ქვეყნების სოციალურ ცხოვრებაში სახელმწიფო ტრადიციულად დიდ როლს ასრულებდა და ამ მხრივ გამონაკლისი არც მედიაა. ეს როლი კომპლექსურია: ის ასახავს როგორც ჩარევის ავტორიტარულ ტრადიციას, ასევე კეთილდღეობის სახელმწიფოს დემოკრატიულ ტრადიციასაც, რაც მათ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებს ამსგავსებს. ასევე კომლექსურია ის გარემოება, რომ სახელმწიფოს სურვილი, მოიცვას მედია, ხშირად მის შესაძლებლობას აღემატება: სახელმწიფოს უნარი, ეფექტიანი ჩარევა განახორციელოს, ხშირად შეზღუდულია რესურსით, პოლიტიკური კონსენსუსის არარსებობით დ ა ასევე კლიენტელისტური ურთიერთობებით, რაც ერთიანი მოქმედებისთვის მის შანსებს ამცირებს.

ისტორიის უმეტეს მანძილზე სახელმწიფო ძირითადად ცენზორის როლს ასრულებდა. პირდაპირი ავტორიტარული კონტროლისა და დიქტატურის წლები სავარაუდოდ წარსულს ჩაბარდა, თუმცა გარკვეული მემკვიდრეობა დემოკრატიულ პერიოდშიც შემორჩა. ფრანგული კანონმდებლობა სახელმწიფოს, განსაკუთრებულ შემთხვევაში, პუბლიკაციის ტირაჟიდან ამოღების უფლებას ანიჭებს. ეს უფლება საფრანგეთში 1950-იან წლებში, ალჟირის ომის დროს და 1970 წლის დასაწყისში გამოიყენეს, როდესაც 1968 წლის მაისის საპროტესტო აქციების მონაწილეები დააპატიმრეს, რამაც ზოგიერთი რადიკალური გაზეთის რედაქტორი აღაშფოთა. დე გოლმა ეს ნორმა 350-ჯერ გამოიყენა (ეიზენდრათი 1982). ჟურნალსტების წინააღმდეგ კანონის გამოყენება 1970-1980-იან წლებში ესპანეთშიც მოქმედი პრაქტიკა იყო და როგორც ჩვენ შემდეგ ტექსტში ვნახავთ, მედია მფლობელებზე ზეწოლა კვლავაც მნიშვნელოვანი პოლიტიკური ტაქტიკაა (ფერნანდესი და სანტანა. 2002). ავტორიტარიზმის მემკვიდრეობა ყველაზე თვალსაჩინო საბერძეთშია, სადაც ჟურნალისტებს საჯარო მოხელეების ცილისწამებისათვის ზოგჯერ ისევ ასამართლებენ (როგორც წესი, შედეგი მსუბუქი ჯარიმა ან გადავადებული სასჯელებია) და სახელმწიფოს აქვს მასალის გამოქვეყნების აკრძალვის ან სულაც კონფისკაციის უფლება, სხვა საკითხებთან ერთად რელიგიის ან რესპუბლიკის პრეზიდენტის შეურაცხყოფის საფუძვლით (დიმიტრიასი 1997:100).

სახელმწიფო მნიშვნელოვან როლს თამაშობს, როგორც მედია მფლობელიც. ზოგადად ევროპაში და მედიტერიანულ ქვეყნებში ისტორიის დიდი მონაკვეთის მანძილზე საზოგადოებრივ

მაუწყებლებს სწორედ სახელმწიფოები ფლობდნენ. სახელმწიფო საკუთრების წილი კომერციულ ბეჭდურ მედიაშიც დიდი იყო. ავტორიტარიზმის დროს, მაგალითად, ესპანეთში ფრანკოს რეჟიმი სახელმწიფო გაზეთებს ფლობდა. ფრანგული საინფორმაციო სააგენტო France Press და იტალიური Agencia Giornalistica (კიდევ ერთი იტალიური სააგენტო ANSA ახალი ამბების კოოპერატიული ორგანიზაცია, რომელსაც სახელმწიფო სუბსიდირების საშუალებით მართავდა), ესპანური EFE საწყის ეტაპზე სახელმწიფო სააგენტოები იყო. თუმცა მათ საქმიანობაში სახელმწიფოს ჩარევის ხარისხი განსხვავებული იყო.[30] საზოგადოებრივი დაფინანსების მქონე საინფორმაციო სააგენტოების დაფუძნებას ორი მიზანი აქვს: საერთაშორისო სცენაზე ეროვნული პრესის წარმოდგენა და იმ ადგილობრივი მედიასაშუალებების სუბსიდირება, რომლებიც ამ სააგანტოების სერვისებს მოიხმარენ. ფრანკოს დროს ესპანეთში არსებობდა საზოგადოებრივ საკუთრებაში მყოფი სარეკლამო სააგენტო *Havas*, რომელიც მრავალი წლის განმავლობაში სარეკლამო გაყიდვებს აკონტროლებდა და მისი პრივატიზაცია მხოლოდ 1987 წელს განხორციელდა. იმ დროს საზოგადოებრივი საგამომცემლო კომპანიაც არსებობდა. საგულისხმოა, რომ სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული საწარმოები ზოგჯერ კერძო მედია მფლობელებს გაფართოებაში და ახალი შენაძენების გაკეთებაშიც უწყობდნენ ხელს. ამის მაგალითია 1970-იან წლებში სახელმწიფო ბანკები, რომლებიც რობერტ ერსანს იმპერიის გაფართოებაში დაეხმარა. ასევე საინტერესოა, რომ საფრანგეთის მთავრობა წლების მანძილზე ქვეყნის საზღვრებს გარეთ მაუწყებელ რადიოსადგურ *peripheriquies*-ის აქციების დიდ პაკეტს ფლობდა, რამაც ფრანგული რადიო ბაზრის ჩამოყალიბებაში იმ პერიოდში მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა, როდესაც „მონოპოლია“ საზოგადოებრივი რადიოს ხელში იყო. 1990-იან წლებამდე ესპანეთის მთავრობა ყველა მნიშვნელოვანი რადიოსადგურის 25 პროცენტიანი წილის მფლობელი იყო, ხოლო გათავისუფლების შემდგომ პერიოდში, პორტუგალიის მთავრობა (საფრანგეთის მთავრობის მსგავსად) გაზეთების უმეტესობას ფლობდა (ეპა-

30 სააგენტო „ფრანს პრესი“, როგორც წესი, მეტ-ნაკლებად დამოუკიდებელ სააგენტოდ მიიჩნევა, თუმცა მისი ხელმძღვანელის დანიშვნას ხშირად პოლიტიკური დებატები უკავშირდებოდა (თოგმარტინი 1998: 146 ff). EFE-ს ხელმძვანელი ესპანეთში ალფონსო სანჩეს პალომარესი, რომელიც სააგენტოს ათი წელიწადი მართვდა, პრემიერ-მინისტრ ფილიპე გონსალესის ახლო მეგობარი იყო.

ნეთის მთავრობას ფრანკოს მემკვიდრეობიდან ასევე „პრენსა დელ მუვიმიენტო“ ერგო). იტალიაში, ნახევრად სახელმწიფო საწარმოები ბეჭდურ მედიასაშუალებებს ფლობდნენ ან მათში ინვესტირებებს ახორციელებდნენ. Il Giorno-ს და Il Messagero-ს სწორედ ასეთი კომპანიები ფლობენ, რომლებიც ამავდროულად რეკლამის მნიშვნელოვანი დამკვეთებიც არიან. SIPRA, RAI-ის სარეკლამო დანაყოფები ბევრი კომერციული გაზეთის სარეკლამო საქმიანობას წარმართავენ (კასტრონოვო და ტრანფაგლია 1994).

იტალიასა და საფრანგეთში პრესის სუბსიდირების დონე მთელი ევროპის მასშტაბით ყველაზე მაღალია (ჰამფრისის 1996:105-6). პირდაპირი დაფინანსება ძირითადად ეკონომიკურად მარგინალურ პრესაზე (იდეოლოგიურ და პარტიულ გაზეთებზე) მოდის, რომელსაც პოლიტიკური მრავალფეროვნების მიზნით ინარჩუნებენ. თუმცა, იტალიაში, 1980-იან წლებში ასეთ სუბსიდირებას ყველა გაზეთი იღებდა. ყველაზე საგრძნობი სუბსიდირება საგადასახადო და სხვა შეღავათების მეშვეობით ხორციელდება. საერთო შეფასებით, სუბსიდიები გაზეთების შემოსავლების 12-13%-ს შეადგენს. არსებობს ჟურნალისტების ინდივიდუალური სუბსიდირების ფორმები. მაგალითად, ფრანგი ჟურნალისტები გადასახადების 30 პროცენტიანი ფასდაკლებითა და ნაციონალურ მუზეუმებში უფასო შესვლის უფლებით სარგებლობენ; იტალიელი ჟურნალისტები – სამგზავრო ბილეთებზე ფასდაკლებით და Ordine di Gionalisti-ს მეშვეობით, სხვა მოქალაქეებზე უკეთესი ჯანდაცვითა და პენსიით.

სხვა ქვეყნებში სუბსიდირების ასეთი ინტენსიური სისტემა არ მოქმედებს. თუმცა, სხვადასხვა პერიოდების პრაქტიკა განსხვავებულია. პორტუგალიაში შეღავათები გაზეთების საფოსტო მომსახურებაზე არსებობდა. ასევე შემცირებული იყო ჟურნალისტებისათვის ტრანსპორტის მომსახურების საფასური და დაწესებული იყო სუბსიდიები ჟურნალისტების ტრენინგებისა და ტექნოლოგიური მოდერნიზაციისთვის. 1980 წლებამდე ესპანეთს საგრძნობი სუბსიდირების პრაქტიკა ჰქონდა, რაც შემდგომში აღარ გაგრძელებულა. მიუხედავად ამისა, სახელმწიფო სარეკლამო დაკვეთები კვლავაც მნიშვნელოვან შემოსავალს წარმოადგენს, განსაკუთრებით მცირე გაზეთებისათვის, რომელთაც ასეთი სარეკლამო დაკვეთების გარეშე არსებობა გაუჭირდებოდათ. საფრანგეთის, იტალიისა და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების სუბსიდირების ფორმებისაგან განსხვავებით, ესპანეთი ამ ფორმას არცთუ იშვიათად პოლიტიკური ზეგავლენის

საშუალებად იყენებს. საბერძნეთში სახელმწიფო სუბსიდირება ნორმატიულად მოწესრიგებული არ არის და უფრო კლიენტელისტურ პრაქტიკას ეფუძნება, რაზეც ჩვენ შემდგომში ვისაუბრებთ. ძირითადად ე.წ. „რბილი სესხების“ ღია და ფარული ფორმები გამოიყენება და არცთუ იშვიათია ჟურნალისტებისათვის სახელმწიფო სამსახურების შეთავაზების პრაქტიკა (დიმიტრასი 1997:102-3).

შეერთებული შტატების წმინდა ლიბერალური მოდელისგან განსხვავებით და სხვა ევროპული ქვეყნების მსგავსად, მედიტერიანული მედიასისტემა მედიას სოციალურ ინსტიტუტად განიხილავს, რომლის რეგულირება საზოგადოებრივი ინტერესებიდან უნდა გამომდინარეობდეს. საბერძნეთის გარდა, მთელ ევროპაში მოქმედებს კანონი „პასუხის უფლების“ შესახებ, რაც კრიტიკის ობიექტს პრესაში პასუხის გამოქვეყნების უფლებას აძლევს (ევროპის წევრ ქვეყნებში [EU] პასუხის უფლება საზოგადოებრივ მაუწყებლებშიც კანონით არის გარანტირებული). უმეტეს ქვეყნებში, განსაკუთრებით საფრანგეთში (ბერდი 1999), სიძულვილის ენასთან დაკავშირებული რეგულაციები მოქმედებს. ასევე მკაფიოდ არის გაწერილი საარჩევნო პროცესში პოლიტიკური კომუნიკაციის ნორმები; საფრანგეთში, ესპანეთში, პორტუგალიასა და იტალიაში ფასიანი რეკლამის განთავსების მოცულობები და საზოგადოებრივი აზრის კვლევის შედეგების გამოქვეყნების წესებია გაწერილი (მაგალითად, საფრანგეთში საზოგადოებრივი აზრის კვლევების გამოქვეყნება მიმდინარე კვირაში არჩევნების დღემდე აკრძალულია). პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობის ვალდებულებასთან დაკავშირებული რეგულაციები საფრანგეთში ძლიერია, რაც ერთგვარად ზღუდავს ჟურნალისტურ გამოძიებებს. თუმცა, ამავდროულად, ნებისმიერ პირს, რომელიც ჩათვლის, რომ მედიის საქმიანობის შედეგად დაზარალდა, უფლება აქვს, არა მარტო „პასუხის უფლება,“ არამედ საკითხის სხვა სამართლებრივ სისტემაში განხილვა მოითხოვოს. დემოკრატიული კორპორატიულ ქვეყნებში ასეთი ინსტიტუტები მეტწილად პრესის საბჭოებია. მოქმედებს რიგი რეგულაციები, რომლებიც კომერციული მაუწყებლების საქმიანობას აწესრიგებს, თუმცა, როგორც მომდევნო ტექსტში ვნახავთ, ეს რეგულაციები დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მიღმა ნაკლებ ეფექტიანია. მედიასაშუალებების კონცენტრაციისაგან დამცავი რეგულაციებიც მედიტერიანულ ქვეყნებში ერთობ სუსტია. ამის მიზეზი, მე-

დიტერიანულ ქვეყნებში, მედია მფლობელების და პოლიტიკოსების ტრადიციული მჭიდრო პირადი კავშირებია.

მედიტერიანული ქვეყნების მედია ისტორიაში მნიშვნელოვან ფენომენად პოლიტიკური სკანდალების რაოდენობის ზრდა გამოიკვეთა, რაც თავის მხრივ, მედიისა და პოლიტიკის ურთიერთობებში ძირეული ცვლილების ნიშანია. მედიტერიანულ ქვეყნებში, ლიბერალური თეორიისგან განსხვავებით, მედია „მოდარაჯე ნაგაზის“ ფუნქციას ისტორიულად მოკლებული იყო. სახელმწიფო ფინანსებზე მედიის მაღალი ხარისხით დამოკიდებულება, პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობასა და ოფიციალური ინფორმაციის გასაჯაროებაზე დაწესებული მკაცრი შეზღუდვები, მედია და პოლიტიკური ელიტების მჭიდრო კავშირები და ყოველივე ამის ფონზე, განსაკუთრებით საფრანგეთში, ცენტრალიზებული სახელმწიფო, რომელიც არ არის მიდრეკილი ინფორმაციის „გაჟონვისკენ“, თავის მხრივ, წარმოშობს ჟურნალისტურ კულტურას, რომელიც სიფრთხილით ეკიდება ისეთი ინფორმაციის გამოქვეყნებას, რომელიც სახელმწიფო მოხელეებს გააღიზიანებს. ასე შეიძლება აღიწეროს ამ რეგიონის ჟურნალისტური პრაქტიკა, რაც მედიტერიანული ქვეყნების მედიაში პოლიტიკური კრიტიკისა და დებატების არარსებობას სულაც არ ნიშნავს. გარდა ავტორიტარული პერიოდებისა, ამის მტკიცება უაზრობა იქნებოდა იმ ქვეყნებთან მიმართებაში, სადაც პოლარიზებული პლურალიზმი პოლიტიკური სისტემაა, ხოლო მრავალიდეოლოგიური დაპირისპირება საინფორმაციო გამოშვებების ცენტრალური თემა. თუმცა, საგამოძიებო ჟურნალისტიკის პროდუქტი, კორუფციის მხილება და არაკომპეტენტურობის ჩვენება, მედია პროდუქციაში საკმაოდ იშვიათობა იყო.

1980 წლიდან ეს ვითარება ძირეულად შეიცვალა. მედიტერიანულ ქვეყნებს პოლიტიკური სკანდალების სერიამ გადაუარა. იტალიის დემოკრატიის პოლიტიკურ სტრუქტურებში რადიკალური ცვლილებები ტანგენტოპოლის ანუ „ქრთამის ქალაქის“ საქმემ განაპირობა, რომელიც ბიზნესმენებისა და კორპორაციების მიერ ცნობილი პოლიტიკოსებისთვის ქრთამის გადახდის ფაქტს შეეხებოდა. პოლიტიკური ცხოვრებიდან გაქრნენ ქრისტიან-დემოკრატები, სოციალისტები, ლიბერალები და რესპუბლიკელები ანუ პარტიები, რომლებიც იტალიას ნახევარი საუკუნის განმავლობაში მართავდნენ. ამას მრავალი გავლენიანი ოფიციალური ლიდერის დაპატიმრება მოჰყვა. ამ სკანდალების ზუსტი დინამიკა და მასში მედიის როლი, ქვეყნების მიხედვით განსხვავებული

იყო. თუმცა, მედიისა და პოლიტიკის ურთიერთობები ყველა ქვეყანაში შეიცვალა. მედია ნაკლებად დიფერენცირებულია, პოლიტიკურ ელიტებთან ურთიერთობა რთული და წინააღმდგობრივი გახდა. საფრანგეთის შემთხვევაში ასეთი მოვლენა სახელმწიფოს მხრიდან Greenpeace-ის გემ Rainbow Warrior-ზე განხორციელებული შეტევა იყო, რომელიც წყნარ ოკეანეში საფრანგეთის მიერ ბირთვული გამოცდას აპროტესტებდა. ეს მასალა *Le Monde*-მა გამოაქვეყნა. ითვლება, რომ სწორედ ეს მოვლენა იყო ის წყალგამყოფი, რომელმაც ფრანგულ მედიას სახელმწიფოსთან ნაკლებად დიფერენცირებული დამოკიდებულებისკენ უბიძგა. უნდა ითქვას, რომ ეს ყოველივე *Le Monde*-ისა და Liberation-ის მძაფრი კონკურენციის ფონზე ვითარდებოდა იმ პერიოდში, როდესაც *Le Monde*-ის პრესტიჟი მემარჯვენე მმართველობის პირობებში მის ოპოზიციურ იმიჯს ეფუძნებოდა, ხოლო სოციალისტური მთავრობის მოსვლის შემდეგ, მას „პარტიის ოფიციალურ" გაზეთად აღქმის საფრთხე დაემუქრა. ამ სახის ინფორმაცია უფრო ადრე მეინსტრიმული პრესის მიღმა არსებულ სატირულ გაზეთ *Le Canard Enchaine*-ში გამოქვეყნდა (ისევე, როგორც ნახევრად პორნოგრაფიულ ესპანურ ჟურნალ *Interviu*-ში).

იტალიაში სკანდალები მოსამართლეთა დამსახურება უფრო იყო, ვიდრე საგამოძიებო ჟურნალისტიკის საქმიანობის შედეგი. თანგეთოპოლის საქმეში მილანელმა მოსამართლეებმა მედიას მიმართეს და ის გამოძიებისადმი საზოგადოებრივი ნდობის მოპოვების საშუალებად გამოიყენეს (პიზორნო 1998).[31]

საფრანგეთშიც საგამოძიებო ჟურნალისტიკის გაძლიერება მეტწილად 1960-იან წლებში „გამომძიებელ მაგისტრების (juges d'instuction) ახალი თაობის" გამოჩენას უკავშირდება, რომლებსაც ხშირად „წითელ მოსამართლეებადაც" მოიხსენიებდნენ. ისინი 1968 წლის საპროტესტო ტალღის იდეების ერთგულები იყვნენ

31 საგამოძიებო ჟურნალისტიკის გაძლიერება საფრანგეთშიც მეტწილად 1960-იან წლებში „გამომძიებელი მაგისტრების (juges d'instuction) ახალი თაობის" გამოჩენას უკავშირდება, რომელთაც ხშირად „წითელ მოსამართლეებადაც" მოიხსენიებდნენ. ისინი 1968 წლის საპროტესტო ტალღის იდეების მატარებლები იყვნენ, რომელიც ადამიანის უფლებებზე იყო ფოკუსირებული და როგორც წესი, საშუალო კლასიდან მოდიოდნენ (მარჩეტი 2000:31). მათ მოსამართლეთა პოლიტიკური პარტიებისაგან მეტი ავტონომიის მიზნით კამპანია წამოიწყეს. მათვე ჩაატარეს არაერთი გახმაურებული გამოძიება, რამაც სკანდალზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკის განვითარებისათვის ნოყიერი ნიადაგი შექმნა.

და, როგორს წესი, საშუალო კლასების მემარცხენე იდეებით განმსჭვალულები (მარცეტი 2000:31), ამ მოსამართლეებმა წამოიწყეს კამპანია მოსამართლეთა მეტი ავტონომიისა და სასამართლო სისტემის პოლიტიკური პარტიებისაგან დამოუკიდებლობის გამყარების მიზნით. მათვე ჩაატარეს არაერთი გახმაურებული გამოძიება, რამაც სკანდალზე ორიენტირებული ჟურნალისტკის განვითარებისათვის ნოყიერი ნიადაგი შექმნა.

მიუხედავად იმისა, რომ მედია მხილებათა ინიციატორი არ იყო, მათი როლი უაღრესად მნიშვნელოვანი გახდა. სკანდალების საწყის ეტაპზევე ჟურნალისტების უმეტესობა მოსამართლეების მხარეს დადგა და იმ „კორუმპირებული პოლიტიკური კლასის“ წინააღმდეგ გაილაშქრა, რომელიც იმ დროს იტალიას მართავდა. ამგვარად, ემოციურმა გაშუქებამ ჩამოაყალიბა პოზიტიური საზოგადოებრივი აზრი „არაკორუმპირებული მოსამართლეების“ შესახებ და ჯერემი ბენთამის თეორიამ ეს იმიჯი გააძლიერა. ყოველივე ამან მოსამართლეებს საშუალება მისცა, განეხორციელებინათ ისეთი ცვლილებები, რომლებიც იტალიაში ადრე წარმოუდგენელი იყო. სასამართლო სისტემისა და მედიის კავშირი ერთობ ძლიერი გამოდგა პოლიტიკურ პარტიებთან მიმართებაში, რადგან ისინი საზოგადოებრივ აზრს ეყრდნობოდნენ და მათი სახელით ლაპარაკობდნენ. ჩვენ ვნახეთ, რომ Diario16-მა და მოგვიანებით El Mundo-მ ესპანეთშიც მნიშვნელოვანი როლი შეასრულეს ტანგენთოპულის მსგავსი ფინანსური სკანდალებისა და ბასკ ნაციონალისტთა წინააღმდეგ განხორციელებული უკანონო ქმედებების მხილებაში[32]. ესპანეთში საგამოძიებო ჟურნალისტიკა უფრო პოლიტიკურ პარტიებთან კავშირში მოქმედებდა და იმ პოლიტიკური ძალების სკანდალებს ამხელდა, რომლებსაც მედია პოლიტიკურ მტრად მიიჩნევდა. ამის მიუხედავად, ამ პროცესმა მედია, როგორც პოლიტიკური მოთამაშე, გააძლიერა.

მედიტერიანული ქვეყნებისათვის დამახასიათებელი ტენდენციაა, რომ ჟურნალისტიკას მოვლენები მორალურ ასპექტში გადაჰყავს და ჟურნალისტი კორუმპირებული ელიტის წინააღმდეგ საზოგადოებრივი აზრისა და ხალხის სახელით მოქმედებს. ეს უნიკალური გამოცდილება არ არის. მიზეზი მედიის ბაზარზე მე-

32 მედიტერიანული ქვეყნების, ისევე, როგორც დემოკრატიული კორპორატიზმის მედია, პოლიტიკოსების პირად ცხოვრებასათან დაკავშირებული სკანდალების გაშუქებას თავს არიდებდა, რაც ლიბერალური მოდელის ქვეყნებისთვის არის დამახასიათებელი. სამხრეთ ევროპაში სექსი სკანდალი არ არის!

ტად ორიენტირებაა, ასევე ის, რომ მიმდინარეობს „კრიტიკული პროფესიონალიზმისაკენ“ ჟურნალისტური კულტურის გადახრა და პოლიტიკური პარტიებისადმი ტენდენციური ერთგულების პრაქტიკისგან დაშორება. ამ პროცესებს, უფრო განზოგადებულად ჩვენ მე-8 თავში განვიხილავთ. უნდა ითქვას, რომ პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებში, მედიისა და სახელმწიფოს ტრადიციული კავშირების გათვალისწინებით, პროცესები ერთობ დრამატულად ვითარდებოდა.

„ველური დერეგულაცია“

თრაქუინა (1995, 1007) პორტუგალიაში 1980-1990-იან წლებში განხორციელებულ მედია პოლიტიკას „ველურ დერეგულაციად“ აფასებს. ამის არგუმენტად მას ის ფაქტი მოჰყავს, რომ პორტუგალიაში კომერციული მაუწყებლები სრულიად უკონტროლოდ იყვნენ დატოვებული ისე, რომ არავითარი საზოგადოებრივი ინტერესის დაცვის ვალდებულება მათ არ ეკისრებოდათ. არ იყო დაწესებული საზოგადოებრივი ვალდებულებები კომერციული მაუწყებლობისთვის და ჩარჩო, რომელიც მათ საზოგადოებრივი სერვისის ფუნქციას შესძენდა, რაც თავის მხრივ, მოქალაქეების ინფორმირებაზე, მოსაზრებათა მრავალფეროვნების ასახვაზე, ენისა და კულტურის პოპულარიზაციაზე და აუდიო/ვიდეო პროდუქციის წარმოების გაფართოებაზე იქნებოდა ორიენტირებული. 1991 წელს პორტუგალიამ საზოგადოებრივი მაუწყებლობის ლიცენზიები და ლიცენზირების გადასახადი გააუქმა. მაუწყებლობა ჩვენ მიერ განხილულ ქვეყნებში, განსხვავებულად ვითარდებოდა. თუმცა, „ველური დერეგულაციის“ ელემენტები რეგიონის ყველა ქვეყანას, საფრანგეთის გარდა, ამა თუ იმ ხარისხით შეეხო. მიუხედავად იმისა, რომ ამ ქვეყნებში სახელმწიფოს როლი მედიაში დიდი იყო ან შესაძლოა, სწორედ ამიტომაც, სამხრეთ ევროპაში „კომერციული წარღვნა“ გაცილებით მოულოდნელად და ინტენსიურად მოხდა, ვიდრე ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნებში.

შეიძლება ითქვს, რომ იტალია „ველური დერეგულაციის“ კლასიკური მაგალითია. საბერძნეთის, ესპანეთისა და პორტუგალიისგან განსხვავებით, იტალიას დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მსგავსად, მაუწყებლობის საზოგადოებრივი სერვისის საკმაოდ დიდი ისტორია აქვს, მიუხედავად იმისა, რომ ამ დამოკიდებულებას პარტიების მიერ განხორციელებული კონ-

ტროლი საკმაოდ აქტიურად ბღალავდა. ქრისტიან-დემოკრატების მმართველობის დროს ამ პროცესის მოტივი კათოლიციზმის ლიბერალური კონცეფციის პოპულარიზაცია და ხალხის კულტურული დონის ამაღლება იყო. ადრეულ ეტაპზე ტელევიზია განსაკუთრებულ აქცენტებს იტალიურ და მსოფლიო კლასიკაზე აკეთებდა. 1970 წლიდან პოლიტიკური მემარცხენეობის ზრდასთან ერთად, იზრდებოდა ტელევიზიის, როგორც სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფოს შემადგენელ ნაწილად გააზრების პროცესი, რომელსაც პლურალიზმის დამკვიდრება საზოგადოების ფართო ფენებში შეეძლო. მიუხედავად ამისა, შეიძლება ითქვას, რომ ევროპულ მაუწყებლებში „კომერციული წარღვნა“ სწორედ იტალიიდან 1970 წელს დაიწყო. 1976 წელს იტალიის საკონსტიტუციო სასამართლომ RAI-ს მონოპოლია გააუქმა და ამ დროდან, 1990 წლამდე ქვეყანაში კომერციული მაუწყებლობის მარეგულირებელი ნორმები საერთოდ არ არსებობდა. ერთი მთავრობა მთლიანად გადადგა იმის გამო, რომ მაუწყებლობის შესახებ კანონის შეთანხმება ვერ მოხერხდა. სამი მინისტრი მას შემდეგაც გადადგა, რაც კანონი უკვე მიღებული იყო, რადგან თვლიდნენ, რომ ეს კანონი ბერლუსკონის ინტერესებზე იყო მორგებული. ბერლუსკონის მონოპოლია კომერციულ ტელევიზიებზე, სწორედ რეგულაციური ვაკუუმის პერიოდში დამყარდა.

„ველური დერეგულაციის“ კონცეფციას საბერძნეთის მაგალითიც ზუსტად შეესაბამება. 1980 წლიდან საბერძნეთში ჯერ პირატულმა რადიომ, შემდეგ კი ტელესადგურებმა დაიწყეს მაუწყებლობა. (ხშირად მათ ადგილობრივი მთავრობები აფუძნებდნენ, რომლებსაც სხვა პარტიები პანელინისტური სოციალისტური პარტიის [PASOK] საპირწონედ ქმნიდნენ). მთავრობა იძულებული იყო ამ კომპანიების ლეგალიზაციისკენ გადაედგა ნაბიჯები, თუმცა იმის გამო, რომ ასეთი კომპანიები ათასობით ფუნქციონირებდა და ავტორიზაციის გარეშე მაუწყებლობდნენ, მათი ლიცენზირება შეუძლებელი იყო. საბერძნეთის საზოგადოებრივ მაუწყებლობას, რომელიც დამოუკიდებლობის უაღრესად დაბალი ხარისხით გამოირჩეოდა, ევროპაში მაყურებლების ყველაზე მცირე აუდიტორია ჰყავდა (8%). ბერძნულ კომერციულ ტელევიზიებში სენსაციონალიზმის ხარისხი ძალიან მაღალია (პაპანათანასოპულოს 1997; 2001)

ესპანეთში, საბერძნეთისა და პორტუგალიის მსგავსად, საზოგადოებრივ მაუწყებლობას, ამ ინსტიტუტის სრული გაგებით, არასდროს უარსებია (ბუსტამენტე 1989).

ფრანკოს დიქტატურა მაუწყებლობაზე პოლიტიკურ და იდეოლოგიურ კონტროლს დიდ მნიშვნელობას ანიჭებდა, თუმცა ამის მიღმა მაუწყებელი კომერციული პრინციპებით ოპერირებდა. სალიცენზიო მოსაკრებლი არც არასდროს დაწესებულა. ესპანეთის ტელევიზიას რეკლამებით ყოველთვის ეხმარებოდნენ, განსაკუთრებით 1982-1992 წლებში. მას შემდეგ ტელევიზიას დეფიციტური გარღვევა აქვს, რაც იმას ნიშნავს, რომ ხელისუფლების მხრიდან სუბსიდირება ესაჭიროება (დე მატეო 1997: 204). რადიოში ყოველთვის შერეული, კომერციული და სახელმწიფოს თანამფლობელობის სისტემა მოქმედებდა. ესპანეთი იტალიის შემთხვევიდან კიდევ ერთი გარემოებით განსხვავდებოდა. ეს პრაქტიკა PSOE-ს მმართველობის დროს დამკვიდრდა და იმ უარყოფით გამოცდილებად არის შეფასებული, რომელიც ყველამ თავიდან უნდა აიცილოს: ესპანეთში მაუწყებლობის ლიცენზირებაზე უარი არცერთ მთავრობას არ უთქვამს, რის გამოც რეგიონალური მთავრობები ადგილობრივ რადიო და ტელეკომპანიებს აფუძნებდნენ და მათ ავტორიზაციის გარეშე ამუშავებდნენ (მაქსვუელი 1995; ფერნანდესი და სანტანა 2000), რამაც მაუწყებლობის პირატული პრაქტიკა დაამკვიდრა. ესპანეთის მთავრობამ ზოგადად მაუწყებლობის ლიცენზირების პრაქტიკა შეინარჩუნა და განსაკუთრებული ყურადღება ლიცენზიანტების პოლიტიკურ კუთვნილებას მიანიჭა (ბარერა 1995; ფერნანდესი, სანტანა 2000) (ესპანეთში ლიცენზიებს არა რაიმე სპეციალიზებული ან დამოუკიდებელი მარეგულირებელი სააგენტო, არამედ უშუალოდ მთავრობა გასცემს). ამავე დროს ადგილობრივი მასშტაბით მოქმედი მაუწყებლობა კანონმდებლობით აღიარებულია, როგორც „მნიშვნელოვანი საზოგადოებრივი სერვისი". მიუხედავად ამისა, საზოგადოებრივი სერვისების მარეგულირებელი ბაზა ბრიტანულთან და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებთან შედარებით, სუსტად განვითარებულია და მათი აღსრულებაც პრაქტიკულად არ ხორციელდება. კომერციული ფაქტორები არა მარტო კომერციულ ტელეკომპანიებზე, RTVE-ზეც საგრძნობ გავლენას ახდენენ. როდესაც ესპანეთის მედია ისტორიაზე ვსაუბრობთ, უნდა გავითვალისწინოთ ის, რომ ესპანეთში საზოგადოებრივი სერვისის დისკურსი ძალზედ მწირი იყო, ხოლო სახელმწიფოს მხრიდან მედიაში ჩარევა პოლიტიკური კონტროლის განხორციელების ცინიკურ ქმედებად აღიქმებოდა. მაშინ, როდესაც ევროპის სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფოები დაცულები იყვნენ და ნეოლიბერალიზმი გლობალურად მძლავრობ-

და, ესპანეთში, პორტუგალიასა და საბერძნეთში დემოკრატია მოშლილი იყო. ამ ქვეყნებმა გამოტოვეს ისტორიული პერიოდი, როდესაც ევროპაში სოციალური დემოკრატია მკვიდრდებოდა და სანაცვლოდ სახელმწიფო ინტერვენციის განსხვავებული გამოცდილება მიიღეს.

„ველური დერეგულაციის“ ტალღა საფრანგეთს სრულად არ შეხებია, თუმცა ამ პროცესის გარკვეულმა ელემენტებმა თავი აქაც იჩინა. დაგნო (2000) აღნიშნავს, რომ საფრანგეთში საზოგადოებრივ მაუწყებელს ნაციონალური კულტურისათვის მნიშვნელოვან ინსტიტუტად განიხილავდნენ და მიუხედავად ამისა, ის წმინდა საზოგადოებრივი მაუწყებელი, როგორც ასეთი, არასდროს ყოფილა. იგი ყოველთვის შემოსავლების შერეულ სისტემაზე იყო დამოკიდებული: ნაწილობრივ სარეკლამოზე, ხოლო საზოგადოებრივი ფინანსირება ლიმიტირებული იყო და ამით ის მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდა ევროპის დანარჩენი სამაუწყებლო პრაქტიკისგან. ასე მაგალითად, ოცდაათი ECU (ევროკავშირის საბანკო ანგარიშსწორების ერთეული წარსულში) ერთ სულ მოსახლეზე მაშინ, როდესაც გაერთიანებულ სამეფოში ეს ციფრი ორმოცდათერთმეტი, ხოლო გერმანიაში სამოცდათორმეტი იყო (ესპანეთსა და პორტუგალიაში თერთმეტი ECU).[33] საფრანგეთის მთავრობამ გადაწყვიტა, რომ წინააღმდეგობის ნაცვლად *Peripheriques*-ს შეერთებოდა და მისი ინვესტირება დაეწყო. ასე რომ, საფრანგეთი კომერციულ ერაში უსწრაფესად შევიდა: „ევროპის ქვეყნების კომერციალიზაციის ერაში, თავბრუდამხვევ კომერციალიზაციაში საფრანგეთიც ჩაითრიეს და მოულოდნელად სკეპტიკოსების დამოკიდებულებაც შეიცვალა“ (დაგნო 2000:76). ამ ენთუზიაზმის ყველაზე თვალსაჩინო შედეგი საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხის პრივატიზება იყო. საფრანგეთმა 1980-იან წლებში გაიარა პერიოდი, როდესაც მარეგულირებელ ორგანოებს კერძო მაუწყებლებთან მიმართებაში რეგულაციების ამოქმედების საკმაოდ დიდი პრობლემა ჰქონდათ.

ზოგადად, საფრანგეთმა, მედიტერიანული ევროპის ქვეყნებს შორის, ცენტრალიზებული სახელმწიფო მმართველობის განვითარება და *dirigisme*-ს ტრადიციის დამკვიდრება ყველაზე წარმატებულად მოახერხა. სახელმწიფო ინტერესების უზრუნველყოფის მიზნით, მედიაბაზარზე სახელმწიფო ინტერვენცია დღესაც იგრძნობა. მიუხედავად იმისა, რომ მაუწყებლის აქცენტი უფრო

33 დაგნო (2000:230,n.4). დაგნოს მონაცემი Obsevatoire Eroopeen de'l Audivisuel-ის დოკუმენტებს ეყრდნობა.

გაფართოვდა და კულტურის პოპურლარიზაციის თემატიკიდან უფრო ფართო, კონკურენტუნარიანი მედია ინდუსტრიის შენების ფაზაში გადავიდა. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ფრანგული მარეგულირებელი ორგანო პრობლემატურ ახალგაზრდულ რადიო სადგურებთან ბრძოლაში ყოველთვის გამარჯვებული არ გამოდის (დაუნსი და ჰარე 1999). საზოგადოებრივი მაუწყებლის, როგორც ნაციონალური ინსტიტუტის ფუნქციაზე არსებული კონსენსუსი, კვლავაც შენარჩუნებულია. საფრანგეთში განსაკუთრებით მკაცრია რეგულაციები ენასთან და ევროპული წარმოების შინაარსთან მიმართებაში, Conseil Superiereur de'l Audiovisuel კი მსოფლიო სტანდარტებით ძლიერი და აქტიური მარეგულირებელი სააგენტოა. მას კერძო ტელევიზიების შინაარსთან დაკავშირებულ პროგრამულ გადაწყვეტილებებზე არსებითი გავლენა აქვს. მარეგულირებლის ინტერვენციის ერთ-ერთი კარგი მაგალითია მოთხოვნა, რომლის თანახმად, რეალითი შოუ Loft Story-ს პროდიუსერმა შოუს მონაწილეებს კამერების მიღმა დარჩენისას, მათ გარკვეული დრო უნდა მისცენ.

პოლიტიკური ისტორია, სტრუქტურა და კულტურა

ამ ნაწილში ჩვენ მედიასისტემების მახასიათებლების სამხრეთ ევროპის ქვეყნების ისტორიასთან, სოციალურ-პოლიტიკურ სტუქტურასა და კულტურასთან დაკავშირებას შევეცდებით. მთავარი კონცეფცია, რომელსაც დავეყრდნობით – პოლარიზებული პლურალიზმი და კლიენტელიზმი, ჩვენ წიგნის მე-3 თავში აღვწერეთ. ახლა ამ აღწერილობის კონკრეტული გამოხატულებებს შემოგთავაზებთ.

პრესის თავისუფლების იდეა, როგორც უკვე ითქვა, იტალიასა და იბერიის ნახევარკუნძულზე, ნაპოლეონის დაპყრობითი ომების კვალდაკვალ გავრცელდა. ლიბერალური ინსტიტუტები ესპანეთში, კარის (1980) თქმით, „ეკონომიკურად და სოციალურად „ჩამორჩენილ" კონსერვატიული საზოგადოების პირისპირ აღმოჩნდნენ." ინდუსტრიალიზმი და საბაზრო ურთიერთობები ერთობ სუსტად განვითარებული იყო და განვითარების ტემპები კი, მთელი მეცხრამეტე საუკუნის მანძილზე და მეოცე საუკუნის დასაწყისისათვისაც კი დაბალი და არათანაბარი. 1930 წლისათვის პორტუგალიის, ესპანეთის, იტალიისა და საბერძნეთის მოსახლეობის 47% სოფლის მეურნეობით იყო დაკავებული, მაშინ, როცა ეს მაჩვენებელი გერმანიაში 20%-ს არ აღემა-

ტებოდა. საფრანგეთი შუა პოზიციას იკავებდა, სადაც სოფლის მეურნეობაში მოსახლეობის 29% იყო ჩართული (მალეფაკისი 1995:41). როდესაც ნაპოლეონის ინტერვენციის პარალელურად, ამ ქვეყანაში ლიბერალიზმის იდეები შევიდა, პოლიტიკური სტრუქტურა თავისი არსით ფეოდალური და პატრიმონიალური ხასიათის იყო. აქ მიწის საკუთრებაზე და სახელმწიფოს აბსოლუტიზმზე დაფუძნებული საზოგადოება იყო, თუმცა უნდა ითქვას ისიც, რომ აბსოლუტიზმი სოფლად ღრმად დამკვიდრებული არ ყოფილა. ეკლესია კულტურულ ცხოვრებაზე დომინირებდა. ის სოციალური კლასები, რომლებიც ლიბერალიზმის დასაყრდენი უნდა გამხდარიყვნენ (ინდუსტრიული და კომერციული ბურჟუაზია, ურბანული მუშათა კლასი და საშუალო კლასი) შედარებით სუსტები იყვნენ. ლიბერალური ინსტიტუტების იმპორტირება საფრანგეთშიც ანალოგიურად 1821 წელს, თურქეთის ბატონობის დასრულების დროს დაიწყო და ეს ადრე გასახლებულმა პატრიოტებმა გააკეთეს. ეს პროცესი „მართლმადიდებელი ეკლესიის ანტიდასავლურ, ანტისაგანმანათლებლო იდეოლოგიის და პრეკაპიტალისტური, განუვითარებელი ეკონომიკის და პატრიმონიალური კონტროლის ინსტიტუტების პირისპირ აღმოჩნდა“ (მუზელისი 1995). საფრანგეთში ლიბერალური ინსტიტუტების განვითარების გაცილებით უკეთესი წინაპირობები არსებობდა, თუმცა სწორედ საფრანგეთი, ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებთან შედარებით, ტრადიციისა და მოდერნულობის უმწვავესი კონფლიქტით გამოირჩეოდა. ლიბერალური ინსტიტუტების გვიანი, კონფლიქტური და არათანაბარი განვითარების გააზრება, სამხრეთ ევროპის რეგიონში მედიის განვითარების გასაანალიზებლად ფუნდამენტური საკითხია.

ლიბერალური სოციალური და ეკონომიკური ინსტიტუტების სისუსტემ, გაზეთების მასობრივი ცირკულაციის განვითარება შეაფერხა. ანტიგანმანათლებლურმა ტენდენციებმა ასევე წერაკითხვის დონის განვითარებას არ შეუწყო ხელი და სამხრეთ ევროპა ჩრდილოეთ ევროპისა და ჩრდილოეთ ამერიკისაგან განსხვავებით, დიდი ხნით ზეპირი გადაცემის კულტურაში ჩატოვა. საბაზრო ეკონომიკის რესურსის სიმცირემ კომერციული გაზეთების არსებობის საშუალება არ შექმნა. იმავდროულად, მოთხოვნა ინფორმაციაზე ორიენტირებულ შინაარსზე არ არსებობდა, რაც საბაზრო ურთიერთობების პირობებში, სასიცოცხლო საჭიროებას წარმოადგენდა. მაგალითად, ასეთი იყო ინფორმაცია ფასებზე, ახალ ტექნოლოგიებზე, სამართლებრივ რეგულაციებზე,

საერთაშორისო და საშინაო პოლიტიკაზე. ტრადიციულ საზოგადოებაში ინფორმაცია უფრო პირადი ხასიათისა და ლოკალურია. პოლიტიკური არასტაბილურობა და რეპრესიები გაზეთის გამოცემას სარისკო საქმედ აქცევდა. პოლიტიკური დემოკრატიის ლიმიტირებული განვითარება, პოლიტიკური ინფორმაციის მიმართ შეზღუდულ არჩევანს განაპირობებდა. მაგალითად, ესპანეთში მეცხრამეტე საუკუნის ბოლომდე მოქმედებდა საარჩევნო სისტემა *turno*, რომელშიც პარტიები, რომლებიც წარჩინებულთა მცირე ჯგუფებისგან შედგებოდა, კანდიდატებს ოფისში ეცნობოდნენ, ხოლო პოლიტიკური ბოსები მათზე დამოკიდებულ სოფლის მოსახლეობის ხმებს აკონტროლებდნენ. პოლიტიკურ ელიტებს შორის წარმოქმნილი კოლიზიები, სამხრეთ ევროპის ადრეული პერიოდის ლიბერალური წესების თანმდევი მოვლენა იყო.

ცხადია, რომ სხვადასხვა ქვეყნებში ისტორია განსხვავებულად ვითარდებოდა, რისი მემკვიდრეობაც ჩვენ თანამედროვე მედიასისტემებშიც შეგვიძლია დავინახოთ. პუტმანი (1993) იტალიაში რეგიონალური მმართველობის შესახებ გამოქვეყნებულ ცნობილ კვლევაში აღწერს იმ განსხვავებებს, რომლებიც ჩრდილოეთ და სამხრეთ იტალიის სოციალურ სისტემებს შუა საუკუნეებიდან მოყოლებული განასხვავებდა, რაც სამხრეთ ევროპის ტიპურ სურათს ქმნიდა. პუტმანი მიუთითებს, რომ რეგიონებში, სადაც თემური რესპუბლიკები განვითარდა, ურბანული თემების განვითარებაც მოხდა, რასაც სამოქალაქო ასოციაციებისა და მეტ-ნაკლებად პროფესიონალიზებული ადმინისტრაციული სტრუქტურების განვითარება მოჰყვა. მეჩვიდმეტე საუკუნეში აქ თვითმმართველობები გაუქმდა, თუმცა პუტმანის აზრით, სამოქალაქო ცხოვრების ჩვევები კულტურაში დარჩა, რაც ამ რეგიონში წარმატებული მმართველობის მიზეზია. სწორედ ამ რეგიონებში გაზეთების ცირკულაცია ყველაზე მაღალია. გაზეთების კითხვადობას პუტმანი სამოქალაქო თემის შეფასების ინდექსის მნიშვნელოვან ცვლადად განიხილავს. ესპანეთში ლიბერალური ინსტიტუტები სხვა რეგიონებთან შედარებით გაცილებით ძლიერად იყო განვითარებული ბასკეთში, მადრიდსა და კატალონიაში. ბევრი მკვლევარი „ორი ესპანეთის“ არსებობაზეც საუბრობს, რაც თანამედროვე მედიასისტემაზეც აისახა და გაზეთების კითხვის მაჩვენებლითა და ისეთი ფენომენითაც დასტურდება, როგორიცაა მთელ სამხრეთ ევროპაში, მხოლოდ კატალონიაში მოქმედი პრესის საბჭო. განსხვავება სამხრეთსა და ჩრდილოეთს

შორის საფრანგეთშიც არსებობს, თუმცა აქ სახელმწიფოს ცენტრალიზებულობამ ეს დაყოფა შეამცირა.

პოლარიზებული პლურალიზმი

კონსერვატიული ძალების სიძლიერემ სამხრეთ ევროპაში თავიდანვე განაპირობა ამ რეგიონში პოლიტიკის უკიდურესი პოლარიზება და სიმწვავე. ძველი წესრიგის მომხრეები ლიბერალური მოდერნიზაციის მომხრე მემარჯვენეებს წინააღმდეგობას უწევდნენ. სოციალისტურად და ზოგჯერ ანარქისტულად განწყობილი მუშათა კლასის გაძლიერების შედეგად მემარჯვენეებმა კონსოლიდირებულ ლიბერალურ წყობაში ინკორპორირებას თავი აარიდეს და შედეგად, რადიკალიზებული ოპოზიციაც მემარცხენე ფლანგზე აღმოჩნდა. პოლიტიკური კონფლიქტის სიმძაფრე ძალზედ მაღალი იყო, რადგან არ არსებობდა არავითარი თანხმობა სოციალური სტრუქტურის წესზე. სამხრეთ ევროპაში ლიბერალური დემოკრატიის კონსოლიდაცია ბოლო დრომდე ვერ მოხერხდა და სანტორის (1976) დეფინიციით, „პოლარიზებული პლურალიზმის“ სახე მიიღო. პლურალიზმის ეს ფორმა განსხვავებული იდეოლოგიების მქონე პარტიებისა და ფართო პოლიტიკური სპექტრის, მათ შორის „ანტისისტემური“ ძალების, როგორც მემარჯვენე, ისე მემარცხენე პოლიტიკურ პროცესში ჩართულობას გულისხმობს. საფრანგეთსა და იტალიაში, დასავლეთ ევროპაში ყველაზე ძლიერი კომუნისტური პარტიები ჩამოყალიბდა, რომლებიც ოცდამეერთე საუკუნეშიც განაგრძობენ არსებობას. ამ ქვეყნებში ძლიერი მემარჯვენე პარტიებიც მოქმედებს. როგორც მე-3 თავში ლინის და ერიქსონის (1991) პოლარიზაციის ინდექსში ვნახეთ, საფრანგეთს ამ თვალსაზრისით ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი აქვს: მისი საერთო მონაცემი 1945-1989 წლებში 5.1 შეადგენდა. საფრანგეთს მოჰყვება პორტუგალია – 4.7, საბერძნეთი და იტალია – 3.7 და ესპანეთი – 3,4 (პორტუგალია და ესპანეთი ამ ინდექსში გვიან, 1975 წლიდან მოხვდენენ). ევროპის საერთო მონაცემი 3.1-ია.

მეოცე საუკუნის ბოლო ორი დეკადის განმავლობაში პოლარიზაციის ხარისხმა სამხრეთ ევროპაში საგრძნობლად იკლო. ეს ნაწილობრივ „სეკულარიზაციის“ პრიცესის შედეგია, რაზეც ჩვენ მე-8 თავში ვისაუბრებთ. თუმცა, აქაც სახეზეა კონტრტენდენციები, რისი მაგალითიც საფრანგეთში ექსტრემისტი მემარჯვენეების მერ აგორებული ანტიემიგრანტული ტალღაა. ესპანეთში

დღეს ორი „ყოვლისმომცველი“ პარტია და მათი პოლიტიკური იდეოლოგიები ერთმანეთისგან დიდად არ განსხვავდება, თუმცა მათ შორის არსებული ანტაგონიზმი პოლიტიკურ განსხვავებებს არ შეესაბამება[34]. პუტმანი (1993:33) საინტერესო მონაცემებს გვთავაზობს, რომელიც იტალიის თვითმმართველობის თანამშრომლების შეხედულებათა ცვლის დინამიკას გვიჩვენებს. 1970 წელს გამოკითხულთა 50% თვლიდა, რომ „პოლიტიკურ ოპონენტთან კონსენსუსი საკუთარი პოზიციის ღალატი იყო“. 1989 წელს კი იგივე პოზიცია მხოლოდ 29%-მა დააფიქსირა. თუ 1970 წლისათვის, რეგიონის მცხოვრებთა გარკვეული ჯგუფები ავტორიტარიზმის მიმართ სიმპათიას გამოხატავდნენ, დღეს მედიტერიანულ ევროპაში ანტიდემოკრატიული შეხედულებები ისევეა შემცირებული, როგორც ეს დანარჩენ ევროპაშია (გიუნტერი და მონტერო 2001).

მიუხედავად ყველაფრისა, პოლარიზებულმა პლურალიზმმა რეგიონის მედიაზე დიდი გავლენა მოახდინა. გაზეთები და ზოგჯერ ზოგიერთი ელექტრონული მედიასაშუალება იდეოლოგიურ ბრძოლებში მხარეებად ერთვებოდა, განსაკუთრებით მეცხრამეტე საუკუნეში ლიბერალიზმის პოზიციებს გამოხატავდა. იდეოლოგიური განსხვავების და კონფლიქტის სიმძაფრემ იტალიური მედიის პოლიტიკისაგან დიფერენცირება, ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის კულტურის განვითარება და ზოგადად ჟურნალისტიკის პარტიული იდეოლოგების მიღმა ორგანიზება შეაფერხა. პოლიტიკური პარტიების გავლენებისგან დისტანცირება საზოგადოებრივ მაუწყებლობასაც გაუჭირდა. ჩალაბი

---

34 სოციალისტური პარტია, რომელიც ძალაფლებაში ყოფნის დროს თავისუფალი ბაზრის პრინციპებს უჭერდა მხარს, „პარტიდო პოლპურალ“-ის მსგავსად ყოვლისმომცველი პარტიაა. გაერთიანებული მემარცხენეები კვლავაც განაგრძობენ არსებობას, ისევე, როგორც რადიკალური ნაციონალისტური პარტიები. ესპანური პოლიტიკა, პოლარიზებული პლურალიზმის სტილისა და ტონის თვალსაზრისით, ისეთი ხარისხით გამოირჩევა, როგორიც იდეოლოგიური განსხვავების ხარისხს არ შეესაბამება. მემარცხენეები პარტიდო პოპულარის ფრანკოიზმთან გაიგივებას ცდილობენ, მაშინ, როდესაც PSOE მათ თოთხმეტწლიანი მმართველობის პერიდში ძალაუფლების მონოპოლიზებაში ადანაშულებს. მათ უბრალოდ როლები გაცვალეს და ახლა ერთნი ხელისუფლებაში არიან, ხოლო მეორენი – ოპოზიციაში და როგორც ჩანს, ამ ქვეყანაში დემოკრატიული ტრანზიცია კვლავაც „მოგებული იღებს ყველაფერს“ პრინციპით ხასიათდება.

(1996:310) საფრანგეთისა და ანგლო-ამერიკული ისტორიის შედარებისას, შემდეგ საკითხზე ამახვილებს ყურადღებას:

> „ამერიკის შეერთებულ შტატებსა და ბრიტანეთში პოლიტიკური ბრძოლები საპარლამენტო ბიპარტიულობით იყო შემოსაზღვრული. ჟურნალისტებს შეეძლოთ საკუთარი „ნეიტრალურობის“ დეკლარირება მოეხდინათ უბრალო განცხადებით, რომ არცერთ პარტიას მხარს არ უჭერდნენ და „მიუკერძოებლობის“ დემონსტრირებისთვის ორივე პარტიის მიმართ თანაბარი ყურადღება გამოეჩინათ. პოლიტიკური ბრძოლის ეფექტიანმა კოდიფიცირებამ არა პოლიტიკური თვალსაზრისის, არამედ ახალ ამბებსა და ინფორმაციაზე დაყრდნობით დისკურსის განვითარებას შეუწყო ხელი. საფრანგეთში მესამე რესპუბლიკის პერიოდში პოლიტიკური პოზიციების დიაპაზონი კომუნიზმიდან როიალიზმამდე იყო გადაჭიმული და კითხვის ნიშნის ქვეშ ისეთი საკითხები დგებოდა (მაგალითად, კერძო საკუთრება და საყოველთაო ხმის უფლება), რაზეც ვაშინგტონსა და ლონდონში კონსენსუსი უკვე დიდი ხანია არსებობდა.“

ამავე დროს, იდეოლოგიურ მრავალფეროვნებაში მედიის ჩართულობის პოზიტივიც არსებობს, რასაც ბევრი აღნიშნავს. საფრანგეთისა და იტალიის პოსტგანმანთავისუფლებელ პერიოდში მრავალფეროვნებისა და პრესის პოლიტიკური ჩართულობის შესახებ იდეალისტური წარმოდგენები დომინანტური იყო. პუტმანი (1973:81-2) ბრიტანეთისა და იტალიის ელიტების შედარების შესახებ ჩატარებული კვლევის შედეგებში აღნიშნავდა, რომ იტალიაში, ისევე, როგორც პოლარიზებული პლურალიზმის სხვა ქვეყნებში, მკაფიოდ გამოკვეთილი დისკურსული სტილი იყო გაბატონებული, რომელიც ხასიათდებოდა როგორც „რაციონალურად თანმიმდევრული, სოციალურ და მორალურ პრინციპებზე „სინთეტურად“ მორგებული, მკაფიო და ერთგული“. სტილი, რომელიც იმავდროულად მიკერძოებულიც იყო. „ხშირი სოციალური კონფლიქტები“, – დასძენს ის – „როგორც ჩანს, ზოგადად ხსნის და ასაბუთებს სოციალურ ცხოვრებას“. ჟურნალისტიკაში ეს იმაში გამოვლინდა, რომ ჟურნალისტები ფაქტს თავისთავად მეტყველ კატეგორიად არ მიიჩნევდნენ, კომენტარებს განსაკუთრებულ ღირებულებას ანიჭებდნენ, ხოლო ნეიტრალურობას შეუსაბამოდ, მიამიტურად და ოპორტუნიზმად თვლიდნენ.

პოლარიზებული პლურალიზმის კიდევ ერთი გვერდითი მოვლენა იყო ის, რომ ჟურნალისტის, როგორც „მოდარაჯე ნაგაზის“ ფუნქციის დაკნინება ხდებოდა. ჟურნალისტები პოლიტიკური სტაბილურობის და დემოკრატიული ლეგიტიმურობის საკითხებზე წუხდნენ. ეიზენდრათი (1982:79) ფრანგი სოციოლოგის, რობერტ ესკარპიტის ციტირებას ახდენს, რომელიც პირველი ჟურნალისტური სკოლების დამფუძნებელი იყო:

> „რატომ უნდა ვქექოთ ფაქტები? ეს უძველესი ქვეყანაა და მისი წარსული სავსეა მტრობით. ჩვენ შესაძლოა შეცდომები დავუშვათ. ყველა შუშის სახლში ვცხოვრობთ. მაგალითად, მე წინააღმდეგობის მონაწილე ვარ. შემიძლია პარიზის ქუჩებში ვიარო და კოლაბორაციონისტები ვამხილო... ხალხი, ვინც ადამიანების სიკვდილზე არის პასუხისმგებელი. რა მოხდება, თუ მე ამას გავაკეთებ? რა მოხდება, თუ ყველა ამის კეთებას დავიწყებთ? როგორ შეიძლება ყველამ ერთად, როგორც ერთიანმა ერმა ვიცხოვროთ?“

პადიოლიუს (1985) ერთ-ერთი წამყვანი რედაქტორის პოსტუოტერგეიტული პერიოდის დროს ნათქვამი ციტატა მოჰყავს: „განა აუცილებელია, რომ ფრანგული ანტიპარლამენტარიზმი სენსაციებით ვკვებოთ?“ პოლარიზებულმა პლურალიზმმა მედია ორგანიზაციებიც შეზღუდა, კერძოდ, საზოგადოებრივი მაუწყებლობა, რომელიც იდეოლოგიური გავლენებისა და მოქიშპე პარტიების მხრიდან მის დათმობის სურვილის არქონის გამო, მუდმივი პოლემიკის და საჯარო განკითხვის საგანია.

პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემა ტიპური კომპლექსური პოლიტიკური სისტემაა, რომელშიც დაპირისპირებული პარტიები და ფრაქციები მონაწილეობენ. შედეგი ის რის, რომ ამ სისტემაში საზოგადოებრივი სივრცე, ლიბერალური საზოგადოებრივი სივრცისგან განსხვავებულად სტრუქტურირდება, რადგან ლიბერალურ სივრცეში პოლიტიკური კომუნიკაციის ცენტრალური ელემენტი პოლიტიკოსების ინდივიდუალი მოქალაქეებისგან შემდგარი საზოგადოებისთვის მიმართვაა. ამ ტიპის მრავალპარტიულ სისტემაში პოლიტიკური კომუნიკაციის მთავარი კომპონენტი ცალკეულ პარტიებს, ფრაქციებსა და მათთან დაკავშირებულ სხვადასხვა სოციალურ მოთამაშეს შორის მიმ-

დინარე გარიგებების პროცესია.[35] ამ მოლაპარაკებების უმეტესი ნაწილი საჯარო სივრცის მიღმა მიმდინარეობს ან ირიბად, გაშიფრული ფორმით შემოდის. მოლაპარაკებათა პროცესი ერთობ დელიკატური, ზოგჯერ არეულ-დარეულია და მისი წარმართვა არაოფიციალურად უფრო მოსახერხებელია. ამ პროცესში მედია, განსაკუთრებით გაზეთები, ისტორიულად მონაწილეობს. მედია ამ პროცესის უაღრესად მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს წარმოადგენს, რადგან მისი მეშვეობით ელიტები პროცესს მიჰყვებიან, პროგრესის შესახებ კომენტარებს აკეთებენ და ადგენენ დღის წესრიგს, მიანიშნებენ პოზიციებსა და ვალდებულებებზე, ერთმანეთზე ზეწოლას ახდენენ და ბოლოს შეთანხმებას აღწევენ. სამხრეთ ევროპის მედიის ბევრი მახასიათებელი მიუთითებს, რომ პოლიტიკურ მოთამაშესა და მედიას შორის მჭიდრო კავშირები არსებობს; რომ მედია პოლიტიკას განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებს და რომ ჟურნალისტიკა შედარებით ელიტისტური, მეტწილად არა მკითხველზე, არამედ პოლიტიკურ ინსაიდერებზეა ორიენტირებული. ეს ნიშნები ყველაზე მეტად იტალიას ახასიათებს. სხვა მედიტერიანულ სისტემებში ამ ფაქტორს მაჟორიტარიზმი აბალანსებს, თუმცა ეს ნიშნები იქაც იკვეთება. არსებობს გარკვეული მსგავსება პოლარიზებული პლურალიზმისა და კორპორატიული დემოკრატიზმის სისტემებს შორის, განსაკუთრებით იმ ქვეყნებში, რომლებიც ასეთი პრაქტიკისკენ მიდრეკილნი არიან.

დემოკრატიული კორპორატიზმის მსგავსად, მედიტერიანულ რეგიონსაც მეტწილად „აფილაციური მხარდაჭერა უფრო ახასიათებს, ვიდრე საკითხზე ორინტირებული“. ეს იმას ნიშნავს, რომ ინდივიდი „ხმას იმ პოლიტიკურ ძალას აძლევს, რომლის ნაწილადაც საკუთარ თავს მიიჩნევს და არა რეპრეზენტაციულად, როგორც სოციალური ჯგუფის წარმომადგენელი“ (პარისი და პასქუინო 1977:224). ის ნაკლებად ფიქრობს კონკრეტული სა-

35 პიატონი (2001:91) ამ საკითხს კლიენტელიზმს მიაკუთვნებს, რაზეც ჩვენ მოგვიანებით ვისაუბრებთ. „ფრაგმენტირებული დემოკრატიის პირობებში პოლიტიკური გადაწყვეტილებების პროცესი ხშირად დაუსრულებელ ხასიათს იღებს და არ არსებობს შეთანხმების მინიმალური წესებიც კი. ეს ხშირად ცხენით მოვაჭრეების ურთიერთობას ემსგავსება“... ფაქტი, რომ თამაშის წესები არ არსებობს, ერთ-ერთი განმასხვავებელი ნიშანია, რომელიც პოლარიზებულ პლურალიზმს დემოკრატიული კორპორატიზმისაგან გამოჰყოფს, სადაც მოლაპარაკებებს ასევე საკვანძო ადგილი უჭირავს, თუმცა ის გარკვეულ წესებს ეფუძნება.

კითხის შეფასებას, რომელსაც ამა თუ იმ პარტიის კანდიდატი მას სთავაზობს. ეს ტენდენციაც განსხვავებული ხარისხითაა დამახასიათებელი ამა თუ იმ ქვეყანაში. მაგალითად, ეს ნაკლებად შეეხება ესპანეთს, ორი დიდი პარტია „ყოვლისმომცველობით“ გამოირჩევა, ხოლო სოციალური ფესვები საკმაოდ პირობითია (თუმცა, მემარცხენე პარტიები საკუთარ ფესვებს ფრანკოს წინა პერიოდს უკავშირებენ და ამომრჩეველთან უფრო „აფილირებული“ ურთიერთობა აკავშირებთ). ასეთ ვითარებაში პოლიტიკური კომუნიკაცია კონკრეტული პოლიტიკური ჯგუფების მომხრობაზე, მათი ინტერესების სხვა ჯგუფებისათვის განმარტებასა და მოლაპარაკების წარმართვაზეა მიმართული. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებისგან განსხვავებით, აქ გარიგებების პროცესი საერთო სიკეთის მიღწევით არ არის განპირობებული: თითოეული ჯგუფი საკუთარი ინტერესებიდან გამოდის.

სახელმწიფოს როლი

სამხრეთ ევროპის ქვეყნებში კაპიტალიზმის გვიანი განვითარებაც სახელმწიფოს ცენტრალურ როლს უკავშირდება. სუსტი ბაზრის პირობებში, სახელმწიფო კაპიტალის აკუმულირების მხრივ ცენტრალურ როლს ასრულებდა. ძლიერი ბურჟუაზიისა და სამოქალაქო საზოგადოების არარსებობის გამო, სახელმწიფო სოციალური ცხოვრების მთავარი მაორგანიზებელიც იყო. მაგალითად, მეცხრამეტე საუკუნის საბერძნეთსა და ესპანეთში არმია ხშირად საშუალო კლასს ანაცვლებდა და სამოქალაქო ინიციატივებით გამოდიოდა (მალეფაკისი 1995). საფრანგეთსა და იტალიაში დემოკრატიის კონსოლიდაციამ, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მსგავსად, სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფოს განმტკიცება განაპირობა. განსაკუთრებით იტალიაში ეს დაკავშირებული იყო საჯარო პოლიტიკასთან, რომელიც პრესას მხარდაჭერას და ისეთი საზოგადოებრივი მაუწყებლობის შექმნას ცდილობდა, რომელიც ყველა სოციალური და პოლიტიკური ჯგუფისათვის იქნებოდა ხელმისაწვდომი. თუმცა ამ იდეალს ზღუდავდა პოლიტიკური კულტურა, რომელიც პარტიკულარისტული ინტერესებისკენ უფრო იყო მიმართული, ვიდრე საზოგადოსკენ, შესაბამისად კორპორატიული დემოკრატიზმის ქვეყნებისგან განსხვავებული შედეგი დგებოდა. ესპანეთში, პორტუგალიასა და საბერძნეთში სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფოს კომპონენტი უფრო სუსტია, რაც, როგორც

შეზღუდული რესურსების, ასევე გვიანი ტრანზიციის შედეგია. ამ პერიოდში ნეოლიბერალიზმი გლობალურად დინამიურად ვითარდებოდა.[36]

მედიის განვითარებაში სახელმწიფოს ძლიერი როლიც ამ ზოგად ტენდენციას ასახავს. ბეჩელონი (1980: 233-4) წერს:

> „იტალიაში... ყველა კულტურულ ინიციატივას, ძალზე მცირე გამონაკლისის გარდა, ეკონომიკურად მყიფე ნიადაგი ჰქონდა და სახელმწიფოს ან კერძო მესაკუთრის მხარდაჭერას საჭიროებდა. ამას ორი შედეგი ჰქონდა: არც ერთი ეკონომიკურად თვითკმარი კულტურული ან ჟურნალისტური კომპანია არ ჩამოყალიბებულა. ინტელექტუალები და ჟურნალისტები კი მუდმივ ფინანსურ არასტაბილურ ვითარებაში იყვნენ და შესაბამისად ავტონომიურობის ძალზედ მცირე ხარისხით სარგებლობდნენ. სახელმწიფოს, რომელიც სიტუაციას აკონტროლებდა, მანევრირებისა და ჩარევის არაერთი საშუალება რჩებოდა“...

სამხრეთ ევროპის სახელმწიფოების ცენტრალიზებულობა არა მარტო მედია ინსტიტუტებში სახელმწიფოს ძლიერ ჩარევას, არამედ გარკვეულწილად საპირისპირო პროცესის არსებობასაც გულისხმობს. სწორედ იმიტომ, რომ ცენტრალიზაცია მაღალია, სახელმწიფო პოლიტიკაზე ზეგავლენის შესაძლებლობა სხვა სოციალურ აქტორებსაც აქვთ და მისი განხორციელების ერთ-ერთი

---

36 წინამდებარე ცხრილი ასახავს დასავლეთ ევროპის თექვსმეტ ქვეყანას შორის მედიტერიანული ქვეყნების რეიტინგებს, სახელმწიფო სექტორის მოცულობის მიხედვით 1985 წლისათვის.

	სახელმწიფოს გადახდილი თანხები მშპ-სთან მიმართებაში %	საგადასახადო შემოსავლები მშპ-სთან მიმართებაში %
საფრანგეთი	6	6
საბერძნეთი	9	12
იტალია	11	13
პორტუგალია	13	15
ესპანეთი	15	16

წარმოდგენილი მონაცემების თანახმად, საბერძნეთში სახელმწიფოს ხარჯები შედარებით მაღალი იყო, თუმცა დასავლეთ ევროპაში მისი სოციალური ხარჯები დაბალი, ხოლო სამხედრო ხარჯები მაღალი იყო მშპ-სთან მიმართებაში (ლეინი და ერსონი 1991:328-35).

მთავარი საშუალება სწორედ მედიაა. განსაკუთრებით ბიზნესს მუდმივი აქვს სახელმწიფო გავლენიან სახელმწიფო კონტრაქტებზე, სუბსიდიებზე, რეგულაციებზე და სხვა მრავალზე წვდომის ინტერესები. სწორედ ამის გამო, ბიზნესი ყოველთვის მზად იყო, ფინანსურად მარგინალურ მდგომარეობაში მყოფი მედია დაეფინანსებინა.

ძლიერი სახელმწიფოსა და იმ პოლიტიკური კონფლიქტების ისტორიის შერწყმამ, რაზეც ჩვენ წინა თავებში ვსაუბრობდით, სამხრეთ ევროპაში უკიდურესად პოლიტიზებული საზოგადოების ჩამოყალიბება განაპირობა. მუზელისი (1995:22) საბერძნეთის შესახებ წერს:

> „ყოვლისმომცველი და გაბატონებული ბიურაკრატიის გარეშე, საბერძნეთში ვერაფერს გააკეთებთ. ასევე ვერაფერს იტყვი და აზრს ვერ გამოთქვამ ისე, რომ ამას მკვეთრი პოლიტიკური შეფერილობა და დატვირთვა არ მიეცეს. ათენის მაღალი საზოგადოების წვეულებებიდან დაწყებული და სოფლის ყავახანებით დამთავრებული, პოლიტიკურ მოვლენებსა და პერსონებზე საუბარი სოციალური ინტერაქციის, კულტურული ურთიერთობებისა და ჩვეულებრივი საუბრების აუცილებელი შემადგენელია... ყველაფრის პოლიტიკური ლოგიკის პრიზმაში დანახვის ტენდენცია ყველა ინსტიტუციულ სფეროს მოიცავს, სპორტით და რელიგიით დაწყებული, განათლებითა და თეატრით დამთავრებული."

თითქმის იგივეს თქმა იტალიაზეც შეიძლება. პოლიტიზების ხარისხი აქაც ისტორიულად მაღალია და ეს არჩევნებზე მოქალაქეთა აქტივობისა და პარტიის წევრობის მაღალ მაჩვენებელშიც გამოიხატება. ცხადია, რომ ეს გარემოება ამ ქვეყნების კომერციული მედიის პოლიტიზების მაღალ ხარისხზეც აისახება. თუმცა პოლიტიზების ასეთი ხარისხი ესპანეთსა და პორტუგალიას არ ეხება. შესაძლოა, დიქტატურის ხანაში დემობილაზაციის პროცესმა განაპირობა ის, რომ ეს ორი ქვეყანა პოლიტიკაში მასობრივი ჩართულობის მაღალი დონით არ ხასიათდება.

კლიენტელიზმი და რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა

სამხრეთ ევროპაში ლიბერალური ინსტიტუტების გვიანი განვითარება ამ ქვეყნებში არსებული კლიენტელიზმითა და რა-

ციონალურ-ლეგალური მმართველობის განვითარების დაბალი ტემპითაც არის განპირობებული (ჰელინი და პაპათანასოპულოსი 2002). კლიენტელიზმის რაობა ჩვენ მე-3 თავში ავხსენით და ვთქვით, რომ ეს არის სოციალური ორგანიზების ისეთი ფორმა, რომელიც „პატრონების“ მიერ იმართება და მათ მიერ კონტროლირებული სახელმწიფო რესურსები კლიენტებს სხვადასხვა სახის მხარდაჭერის სანაცვლოდ ეძლევათ. ეს პრაქტიკა სამხრეთ ევროპაში ტრადიციული ფეოდალური სისტემის ნგრევის შემდგომ შეიქმნა და სიცოცხლისუნარიანი აღმოჩნდა, რადგან ლიბერალიზმთან ასოცირებული სოციალური ორგანიზების უნივერსალისტური ფორმები ძალზედ სუსტი იყო. კლიენტელიზმის ადრეული ფორმები, რომლებიც მიწათმფლობელებზე და მათ ხელში კონცენტრირებულ რესურსებზე ადამიანის პიროვნულ დამოკიდებულებას ეფუძნებოდა, მოდერნიზებამ ჩაანაცვლა, თუმცა ის ბოლომდე ვერ აღმოფხვრა. მასობრივ პარტიათა განვითარებასთან ერთად, ძველმა პოლიტიკურმა ბოსებმა პოზიციები მნიშვნელოვნად დათმეს და პოლიტიკურმა მონოპოლიამ უფრო კონკურენტულ სტრუქტურას დაუთმო გზა. თუმცა, პარტიებმა პატრონაჟის პარტიკულარული ფორმები შეითვისეს, რაც კლასიკური კლიენტელიზმისთვის ესოდენ დამახასიათებელია. ზოგადად ითვლება, რომ კლიენტელიზმი მასობრივი პარტიებისა და ნებაყოფლობითი ორგანიზების „ჰორიზონტალურ“ მოწყობას ანგრევს, მაგრამ შეიძლება ითქვას, რომ სამხრეთ ევროპაში აღმოცენდა „დემოკრატიული კლიენტელიზმის“ ფორმა, რომელიც ასეთი ორგანიზაციების ზრდას დაეხმარა, როგორც ეს პირველად შეერთებულ შტატებში, მეცხრამეტე საუკუნეში მოხდა.

საფრანგეთი გამონაკლისია ამ მოდელიდან, რომელსაც კლიენტელისტური ურთიერთობის მდგრადობა და რაციონალურ-ლეგალისტური მმართველობის სისუსტე ახასიათებს. ეს ერთ-ერთი მთავარი მიზეზი იყო, რის გამოც ჩვენ საფრანგეთი მარგინალურ შემთხვევად განვიხილეთ და პოლარალიზებული პლურალიზმისა და დემოკრატიული კორპორატიზმის ზღვარზე განვათავსეთ. ფრანგული კულტურული ტრადიცია „საერთო ნების“ სახელმწიფოს განსახიერება იყო და მას პროფესიული ადმინისტრაციის დიდი ტრადიცია გააჩნდა. ეს ტრადიცია შუა საუკუნეებიდან მომდინარეობდა და „ხიდებისა და გზების ნაციონალურ სკოლას“ უკავშირდებოდა. ეს სკოლა კომპეტენტური ადმინისტრატორების შერჩევისა და განსწავლისათვის არსებობდა. ამჟამად ამ ფუნქციას École Nationale d'Administration ასრულებს,

რომელიც ადმინისტრაციულ ელიტას მერიტოკრატიული და არა პოლიტიკური კუთვნილების ნიშნით აყალიბებს და მათში ძლიერ *ésprit de corps* კორპორატიულ სულისკვეთებას და შესაბამის ავტონომიურობას აღვივებს. ფრანგი საჯარო მოხელეები ნაკლებად არიან იზოლირებულები პარტიული პოლიტიკისგან, ვიდრე მათი კოლეგები სამხრეთ ევროპის სხვა ქვეყნებში. მათ შეუძლიათ, და ასეც იქცევიან, საჯარო სამსახურიდან გადადგომის გარეშე მიიღონ მონაწილეობა არჩევნებში. მაგრამ ადმინისტრაციული ელიტის საერთო წესები და კულტურა ძლიერია (სულეიმანი 1984).[37] ბიუროკრატიის უარყოფითი სტერეოტიპი, რომელიც ადმინისტრაციული აპარატის საკუთარ წესებს ემორჩილება და გარე კონტროლს არ ექვემდებარება, დიდწილად სწორედ ფრანგული რეალობიდან იღებს სათავეს. პარიზის Etude Politiques ინსტიტუტში, ფრანგი ჟურნალისტები საჯარო მოხელეებთან ერთად ხშირად სასწავლო კურსს გადიან და გარკვეულწილად ისინიც საერთო ელიტური კულტურის ნაწილი არიან.

ჩვენ მიერ მოხმობილ ქვეყნებში უკანასკნელ წლებში კლიენტელიზმის ხარისხმა კლება იწყო. ამის მიზეზი, ერთი მხრივ, ევროპაში საერთო ეკონომიკური ინტეგრაციის პროცესია (რაც ქვეყნებს რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის საერთო სტანდარტს უწესებს) და მეორე მხრივ, ჟურნალისტური განათლების ხარისხის ზრდა, რაც პარტიკულარისტულ კავშირებს და სუბკულტურას საერთო პროფესიული კულტურითა და შერჩევის ქსელით ანაცვლებს. მიუხედვად ამისა, ისტორიის გავლენა და კლიენტელიზმის რელევანტურობა სამხრეთ ევროპის მედიასისტემაში გარკვეულ შედეგებს განაპირობებს. კლიენტელისტურ სისტემაში ინფორმაციას კერძო რესურსად განიხილავენ. მიაჩნიათ, რომ მისი საჯარო გაზიარება სავალდებულო არ არის, რაც ჟურნალისტიკის ინსტიტუციურ განვითერებას აფერხებს. ბარერა (1995:161) თვლის, რომ ბიზნეს ჟურნალისტიკა ესპანეთში დაგვიანებით ნაწილობრივ იმიტომაც განვითარდა, რომ ესპანურ ბიზნესს გამჭვირვალობა აკლდა.[38] კლიენტელიზმი სოციალურ მოთა-

37 საფრანგეთისგან განსხვავებით, იტალიაში საჯარო სამსახური ნეიტრალურია, თუმცა ელიტარული კორპუსის დაქირავებისა და ფორმირების სისტემა სუსტია და პოლიტიკურ პროცესში ადმინისტრაციას ისეთივე განსაკუთრებული როლი არ ენიჭება, როგორც ეს საფრანგეთშია (კასესი 1984).

38 ის ამბობს, რომ თანამედროვე მულტიმედია ჯგუფებმა შეინარჩუნეს ფინანსური დოკუმენტები მაშინაც კი, როდესაც მათ არავითარი ღირებულება არ გააჩნდათ. მათი ქმედება განაპირობა იმან, რომ „ეკო-

მაშეებს შორის პარტიკულარისტული კავშირების მნიშვნელობას ზრდის. სახელმწიფოს ცენტრალიზებულობისა და პოლიტიკური პარტიების მიერ ინდივიდუალური პატრონების ხელში ადრე არსებული ფუნქციების შეთვისების გამო, პოლიტიკურ პარტიებთან კავშირების არსებობა განსაკუთებულ მნიშვნელობას იძენს. პოლიტიკური ინსტიტუტების პარტიული პოლიტიზება ის მთავარი განმასხვავებელი ნიშანია, რომელიც მედიტერიანულ ქვეყნებს დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემისგან განასხვავებს. მედიტერიანულ სისტემაში, იმ ქვეყნებისგან განსხვავებით, სადაც რაციონალურ-ლეგალური მმართველობაა განვითარებული, ბიუროკრატია და სასამართლო სისტემა ერთმანეთისგან სუსტად არის გამიჯნული, ხოლო პოლიტიკურ პარტიებთან ან იქ არსებულ ფრაქციებთან კავშირები განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იმ აქტორებისათვის, ვისაც სახელმწიფოსთან თანამშრომლობა ესაჭიროება. მაუწყებლობის რეგულირება ამის კარგი მაგალითია. ბერლუსკონის სატელევიზიო იმპერიის შექმნას იტალიის სოციალისტურ პარტიასთან მისმა ახლო ურთიერთობებმა დიდწილად შეუწყო ხელი. კომერციული მაუწყებლობის ლიცენზირების პროცესი ესპანეთშიც მკაცრი პოლიტიკური ლოგიკიდან გამომდინარე ხორციელდებოდა.

მედიასთან მიმართებაში კლიენტელისტური მიდგომების კიდევ ერთი კარგი მაგალითი, სამხრეთ ევროპაში მედია მფლობელების წინააღმდეგ სამართლებრივი პროცედურების გამოყენების სიხშირეა. კლიენტელიზმის მემკვიდრეობა როგორც პარტიულ-პოლიტიზებულ სასამართლო სიტემაში, ისე კანონმდებლობისთვის თავის არიდების პრაქტიკაშიც იჩენს თავს. „მიდგომა, რომლის თანამხმადაც... თუ ერთმა ჯგუფმა თავის არიდების სარფიან გზას მიაგნო, მაშინ მეორე ჯგუფმა საკუთარ ინტერესებს თავად უნდა მიხედოს“ (პატნამის მიერ შემოთავაზებული დენის მაკ სმითის ციტატა 1993:143). ასეთ შემთხვევაში, მთავრობისათვის შედარებით იოლია სამართლებრივი სისტემა, საგადასახადო კანონმდებლობა თუ სხვა რეგულაციები კერძო აქტორების, მათ შორის მედია მფლობელების წინააღმდეგაც

ნომიკური ინფორმაცია ქვეყნის ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ცხოვრებაში სულ უფრო მზარდ მნიშვნელობას იძენს: რათა შეინარჩუნონ ადგილი ბაზარზე, შეინარჩუნონ ინფორმაცია საკუთარი ინტერესების დასაცავად, რაც ესოდენ მნიშვნელოვანია სტრატეგიულ სექტორებში მოქმედი ეკონომიკური ჯგუფებისათვის. უნდა გვახსოვდეს, რომ ინფორმაცია ძალაუფლებაა.“

შერჩევით აამოქმედოს. ესპანეთში PRISA-ს მფლობელ ხესუს დე პოლანკოს ბრალდებები მას მერე წაუყენეს, რაც მისი მოკავშირე სოციალისტები ხელისუფლებიდან წავიდნენ. ანტონიო ასენსიო აცხადებდა, რომ მას დაპატიმრებით დაემუქრნენ, თუ მის მფლობელობაში არსებულ Antena3-ს Telefonica de España-ს არ მიყიდიდა (ორივე შემთხვევაში PSOE-მ ადრევე არ დაუჭირა მხარი კანონმდებლობას მედია საკუთრების შესახებ, რომელიც აღნიშნულ ბიზნესებს მედია იმპერიების გაფართოების საშუალებას აძლევდა). პრივატიზების შემდეგ Telefonica-ს პრეზიდენტის ხუან ვილალონიას წინააღმდეგ უსაფრთხოების ნორმების დარღვევის გამო გამოძიება მას შემდეგ დაიწყო, რაც მან პრეზიდენტ აზნარის კეთილგანწყობა დაკარგა, რომელმაც თავის დროზე ის თანამდებობაზე დანიშნა. რამდენიმე ბრალდება ბერლუსკონის იტალიაშიც წაუყენეს. ეს ყოველივე ზრდის მედია მფლობელებისა და სხვა კერძო აქტორების სურვილს, რომ ფსონი გავლენიან პოლიტიკურ პარტიებზე გააკეთონ და პოლიტიკაში დომინანტ ფრაქციებთან ითანამშრომლონ. მეორე მხრივ, თავად მედია მფლობელებსაც აქვთ შესაძლებლობა, პოლიტიკურ ფიგურებზე ზეწოლა განახორციელონ და კორუფციული მხილებები შერჩევით გამოიყენონ. ეს გარემოება აღვივებს პოლიტიკოსების სურვილს, მედიის კონტროლი განახორციელონ. პოლიტიზაციის, ინსტრუმენტალიზაციისა და სახელმწიფოს ჩარევის პრაქტიკა, როგორც უკვე ვნახეთ, სამხრეთ ევროპის პოლიტიკური მახასიათებლებიდან იღებს სათავეს. სოციალისტურ პარტიასთან ბერლუსკონის კავშირის მაგალითი გვიჩვენებს, რომ მართალია მედიტერიანულ ქვეყნებში სახელმწიფო მედიაში ძლიერ ჩარევას ახორციელებს, კლიენტელიზმის სიცოცხლისუნარიანობა ხშირად ნაკლებ ეფექტიანია: პარტიკულარისტული კავშირები ასუსტებს მის შესაძლებლობას, იმოქმედოს ცენტრალიზებულად და თანმიმდევრულად, რაც შედეგად მაუწყებლობის „ველურ დერეგულაციას“ უწყობს ხელს.

კლიენტელიზმი დაკავშირებულია პოლიტიკურ კულტურასთან, რომელიც საერთო საზოგადოებრივი ინტერესის პარტიკულარულ ინტერესზე მაღლა დაყენების იდეას ცინიკურად უყურებს. „გარე სამყაროსგან ველურად გამოკეტილი“ – ასე შეაფასა ეს კულტურა ბელაჰმა (1974) იტალიის შესახებ ანალიზში. ეს კულტურა „გულისხმობს ოჯახისა და კლანისადმი ერთგულების ფორმებს, მათ შორის ისეთი ფსევდოჯგუფებისა და ოჯახების მიმართ, როგორიცაა მაფია, სოფელი და ქალაქი, ფრაქცია და საძმო .... და ასუსტებს ლიბერალური დემოკრატიის ღირებუ-

ლებებისადმი ერთგულებას". ბევრი მიიჩნევს, რომ იტალიური პოლიტიკური კულტურის ამგვარი შეფასება ზედაპირული და გამარტივებულია (მაგალითად, სკიოლა 1990). მიაჩნიათ, რომ ასეთ შეფასებაში იგნორირებულია მაღალი (თუნდაც არათანაბარი) პოლიტიკური ჩართულობა, რაც ჩვენ უკვე განვიხილეთ და პლურალიზმისა და დებატებისათვის განსაკუთრებული ღირებულების მინიჭება, რაც იტალიური პოლიტიკური კულტურისთვის არის დამახასიათებელი და რომელმაც თავის პიკს, გარკვეული თვალსაზრისით სწორედ მაშინ მიაღწია, როდესაც ბელაჰის ესე დაიწერა. ამავე დროს, მართლია ისიც, რომ პარტიკულარიზმის ისეთი მნიშვნელოვანი ელემენტი, როგორიც „საზოგადოებრივი ინტერესის" უზენაესობაა, კლიენტელიზმის ისტორიის მქონე სხვა ქვეყნების მსგავსად, იტალიის პოლიტიკურ კულტურაში პრობლემად რჩება. ჩვენი აზრით, ეს ის მნიშვნელოვანი ფაქტორია, რომელიც სამხრეთ ევროპაში ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზმის განვითარებას აფერხებს. მომდევნო თავებში ჩვენ ვნახავთ, რომ ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში პროფესიონალიზაცია ადრეული კლიენტელიზმის რაციონალურ-ლეგალური ინსტიტუტებით ჩანაცვლებას უკავშირდება.

დასკვნა

კაპიტალიზმსა და ბურჟუაზიულ დემოკრატიაზე სამხრეთ ევროპის გადასვლის ხანგრძლივმა და კონფლიქტურმა გზამ ამ ქვეყნების მედიასისტემები პოლიტიკურ სამყაროსთან მჭიდროდ დააკავშირა. მას შემდეგ, რაც ამ ქვეყნებში დემოკრატიული კონსოლიდაცია შედგა, პოლიტიკური პარალელიზმის მაღალმა ხარისხმა იმძლავრა. მედია ერთმანეთთან მოქიშპე და ძალაუფლებისათვის მებრძოლი პოლიტიკური სპექტრის დიდ ნაწილს ემსახურებოდა, როგორც გარიგებების პროცესში, ასევე საკუთარი მომხრეების პოლიტიკური ხმების მობილიზაციის საქმეში. აქ კომერციული პრესა ისე მძლავრად არ განვითარებულა, როგორც ეს ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემებში მოხდა. ბეჭდური მედიის ტირაჟები შედარებით დაბალი დარჩა და შესაბამისად, ელექტრონული მედიის როლი ცენტრალური იყო. მაუწყებლობაც პარტიული პოლიტიზირებისაკენ იყო მიდრეკილი, თუმცა საფრანგეთმა ამ გზას 1980 წლიდან გადაუხვია. აქ ლიბერალური და კორპორატიული დემოკრატიის სისტემების ქვეყნებთან შედარებით, ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი

სუსტადაა განვითარებული, ხოლო პოლიტიკური ლოიალობა არცთუ იშვიათად საერთო პროფესიული ნორმებისა და ინსტიტუტებისადმი ერთგულებაზე უპირატესია. სახელმწიფოს, პარტიებისა და პოლიტიკური კავშირების მქონე კერძო მფლობელების მიერ მედიის ინსტრუმენტალიზაცია დამკვიდრებული პრაქტიკაა. სახელმწიფო მედიაში ინტერვენციონისტული როლის შესრულებას მრავალი საშუალებით ცდილობს, თუმცა კლიენტელიზმი და პოლიტიკური პოლარიზაცია ხშირად მის მარეგულირებელ ეფექტს ამცირებს. საფრანგეთი ამ მხრივაც გამონაკლისია.

მედიტერიანული ქვეყნების ჟურნალისტიკამ მნიშვნელოვნად გადაუხვია ლიბერალური და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში დამკვიდრებული ნეიტრალური ჟურნალისტიკისა და „მოდარაჯე ნაგაზის“ მედიის პრინციპებს და ბევრი შეფასება ამ სისტემებთან მიმართებაში ნეგატიურია (მაგალითად, პადოვანი და კალაბრეზე 1996; ჰიბერდი 2001), ისევე, როგორც ზოგადად სამხრეთ ევროპის ქვეყნების დასავლურ ნორმებთან შეუსაბამობასთან მიმართებით. ამიტომ გვეჩვენება, რომ შემაჯამებელ თავში, სამხრეთ ევროპის დემოკრატიულ პროცესში მედიის როლის ზოგიერთ ნორმატიულ საკითხთან დაკავშირებით კონფრონტაცია გარდაუვალია. ჩვენი მიზანი არ არის, გავაკეთოთ საბოლოო შეფასება იმასთან დაკავშირებით, თუ რამდენად უკეთესი ან უარესია მედიტერიანული სისტემა ჩრდილო ამერიკულ ან დასავლეთ ევროპულთან შედარებით. ზოგადად არასწორია ამა თუ იმ მედიასისტემის იმ ისტორიული კონტექსტიდან ამოგლეჯილად განსჯა, რომელშიც ის ყალიბდებოდა. ნებისმიერ შემთხვევაში, შედარებითი კვლევა იმისა, თუ როგორ ფუნქციონირებენ სისტემები, საბოლოო დასკვნისათვის ერთობ ლიმიტირებულ შესაძლებლობას იძლევა. ჩვენი ამოცანა მხოლოდ დემოკრტიული ფუნქციების განხორციელების პროცესში არსებული იმ მსგავსებებისა და განსხვავებების იდენტიფიცირებაა, რომლებიც საბოლოო დასკვნისათვის რელევანტური იქნება.

უპირველეს ყოვლისა, უნდა გვახსოვდეს, რომ სამხრეთ ევროპის მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრის პრაქტიკაში მნიშვნელოვანი წარმატებული მაგალითებია: ამ რეგიონის ქვეყნებმა პოლიტიკურად და ეკონომიკურად დრამატულ გარემოებებს დააღწიეს თავი, მოახდინეს დემოკრატიული პოლიტიკური სისტემების კონსოლიდირება და შეამცირეს ის დიდი ეკონომიკური უფსკრული, რომელიც მათ დასავლეთ ევროპისაგან საუკუნის დასაწყისში ყოფდა. რა თქმა უნდა, ამ ქვეყნების მედიასისტემებში

მრავალი პრობლემაა, რის იდენტიფიცირებასაც თავად ჟურნალისტები, მოქალაქეები და მკვლევრები ახდენენ. ამ პრობლემათა ნუსხაში ბეჭდური მედიის მკითხველების მცირე რაოდენობა და ამ მკითხველთა შორის არსებული გენდერული დისბალანსიც შედის. აქვეა ავტორიტარული კულტურის ნარჩენები, რაც საჯარო ინფორმაციის ხელმისაწდომობაზე აისახება, მედიის ინსტრუმენტალიზაციის ტენდენციებს და კრიტიკულ ჟურნალისტიკაზე ზეწოლას განაპირობებს. უნდა აღინიშნოს, რომ ინსტრუმენტალიზაციის პრაქტიკაში აქტიურად არიან ჩართულები როგორც პოლიტიკური ელიტები, ისე მედია მფლობელები (ხშირად ეს ერთი და იგივე ხალხია). არის პოზიტიური ელემენტებიც და ეს, უპირველეს ყოვლისა, მედია პლურალიზმია, რომელიც საზოგადოებას განსხვავებული მოსაზრებების ფართო სპექტრს სთავაზობს. ვინ როგორ ზომავს ამ პლურალიზმს და როგორ ახერხებს მათ სისტემურ შედარებას, მკვლევართა პრობლემად რჩება და ამ საკითხებს ვერავინ გაექცევა. ბევრი თვალსაზრისით მედიტერიანული ქვეყნები კარანის (1991) მიერ შემოთავაზებული „რადიკალური დემოკრატიული“ საჯარო სივრცის მოდელისათვის ჩაკეტილია. აღნიშნული მოდელის თანახმად, მედიის ფუნქციაა, უზრუნველყოს „ბრძოლის ველი დაპირისპირებული სოციალური ძალებისათვის“ (29).

სხვა ელემენტების განსჯა კი უფრო რთულია. ერთ-ერთი ასეთი ელემენტი მედიის პოლიტიკაზე ფოკუსირების მაღალი მაჩვენებელია. იტალიის ბეჭდურ მედიაში, პოლიტიკური თემების გაშუქებისთვის განკუთვნილი საგაზეთო ფართი 1976-1996 წლებში გაორმაგდა (მანჩინი 2002). ეს შესაძლოა, კომერციული დეპოლიტიზაციის (რაც სხვა სახის მედიაში უფრო იჩენს თავს) ჯანსაღ ალტერნატივადაც შევაფასოთ და შესაძლოა, მედიაზე პარტიული ელიტების ჰეგემონიადაც მივიჩნიოთ. უდავოა, რომ სამხრეთ ევროპაში პოლიტიკურ პარტიებს მედიაზე უდიდესი გავლენა აქვთ. ამის მიზეზი პოლიტიკური კონფლიქტების ხანგრძლივი ისტორია, სახელმწიფოს ტრადიციულად დიდი როლი და სამოქალაქო საზოგადოების სისუსტეა. ეს ყოველივე სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებულ ფორმებს იღებს. ამ მხრივ საფრანგეთი, მეტ-ნაკლებად გამონაკლისია და ამის მიზეზი პრეზიდენტის ინსტიტუტის და ბიუროკრატიის სიძლიერეა. ესპანეთსა და პორტუგალიაში პარტიებს მასებში ისე ღრმად არ შეუღწევიათ, როგორც ეს მაგალითად, იტალიაში მოხდა. ამავე დროს, მათ დიდი როლი შეასრულეს გარდამავალი დემოკრატიული პროცე-

სის მენეჯირებაში (კოლომერი 1996). სწორედ ამიტომ, მედიაზე პარტიების მნიშვნელოვანი გავლენა გასაკვირი არ არის და არც ის, რომ მედიაც, თავის მხრივ, დიდწილად მათ საქმიანობაზეა ფოკუსირებული.

პარტიებთან მედიის ურთიერთობის ხასიათს თავად პარტიების სიძლირე და სისუსტეები განაპირობებს. ამან, თავის მხრივ, მედიის ის პლურალისტური სისტემა ჩამოაყალიბა, რომელიც პოლიტიკას სერიოზულად აშუქებს. ამავე დროს, სწორედ ეს ქმნის ჟურნალისტური ელიტიზმის, მკითხველი აუდიტორიის არამდგრადობის (მაგალითად, გენდერული დისბალანსი) ტენდენციას და მედიას პოლიტიკურ ძალებთან თანამშრომლობისაკენ უბიძგებს. მედია პარტიული ელიტის საქმიანობის გაშუქებაზე ორიენტირებული ხდება და ესეც გამოკვეთილი ტენდენციაა. ლიბერალური სისტემის კრიტიკოსთა მუდმივი წუხილის საგანი ის გარემოებაა, რომ პოლიტიკური ამბების გაშუქების სტრატეგიულ ხაზში და თამაშის წესებში პოლიტიკური ელიტების სტრატეგიაზე, მათ წარმატება-წარუმატებლობაზე მსჯელობა დომინირებს და არა რიგითი მოქალაქის მოტივირებაზე მორგებული პოლიტიკა. მედიტერიანულ სისტემაში ეს პრობლემა უფრო თვალსაჩინოა. ფრანგული და ა.შ.შ მედიასაშუალებების შინაარსის ჩვენ მიერ ჩატარებული შედარებითი ანალიზი გვიჩვენებს, რომ *New York Times*-ის მიერ მოწოდებული სტატიების 10.8 პროცენტი „პოლიტიკური თამაშის“ ჩარჩოზე აკეთებს აქცენტირებას მაშინ, როდესაც ეს მონაცემი *Le Monde*-ის შემთხვევაში 21.7 პროცენტია, ხოლო *Le Figaro*-ში – 23.6 პროცენტი. ამ თვალსაზრისით იტალიური მედიაც გამორჩეულია, რომელიც მთავარ ყურადღებას პოლიტიკურ პარტიებს შორის მიმდინარე მოლაპარაკებებს, კონკრეტული პოლიტიკური ფიგურებისა და ფრაქციების კარიერულ წინსვლასა თუ წარუმატებლობას უთმობს (მანჩინი 1996; მარლეტი 1985). ამავე დროს უნდა გვახსოვდეს, რომ იტალიური პოლიტიკური კოალიციები ძალზე მყიფიე და მუდმივად ცვალებადია.

ნიშნავს თუ არა მედიისა და პოლიტიკური ინსტიტუტების (განსაკუთრებით პარტიული ელიტების) სიახლოვე იმას, რომ პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემაში საჯარო სივრცე ნაკლებად ღიაა? ამ შეკითხვაზე პასუხს არსებული მცირედი კვლევები იძლევა, რომელიც „არასკენ“ იხრება. არ იკვეთება ზოგადი ტენდენცია, რომლის თანახმად პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემა საჯარო სივრცისთვის ნაკლებ ღიაა. მაგალითად, სამპედრომ (1997) ესპანეთში სამხედრო სავალდებულო სამსახურის

წინააღმდეგ მიმდინარე მოძრაობის მედია გაშუქება შეისწავლა. ამ მოძრობამ თავის კულმინაციას 1980 წლების ბოლოს და 1990-იანების დასაწყისში მიაღწია და სამოქალაქო დაუმორჩილებლობაში გადაიზარდა. რადგან სოციალური მოძრაობები გულისხმობს პოლიტიკური ისტებლიშმენტის გარეთ მყოფი ჯგუფების მცდელობას, საკითხი პოლიტიკურ დღის წესრიგში დასვან, მედიის მიერ სოციალური მოძრაობების გაშუქება ის მნიშვნელოვანი ტესტია, რომელიც მედიასისტემის დემოკრატიულობის ხარისხს განსაზღვრავს. სამპედროს კვლევა შედარებითი არ ყოფილა, თუმცა ძალზედ ადვილად შეიძლება გამოდგეს ლიბერალური სისტემის ანალოგიურ კვლევებთან შესადარებლად. მისი მიგნებების გარკვეული ელემენტები საკმაოდ განსხვავებულია იმისგან, რამაც შესაძლოა, ჩრდილოეთ ამერიკაში იჩინოს თავი: ყველაზე თვალსაჩინო არის ის ფაქტი, რომ გაზეთებს შორის მიკერძოების მხრივ არსებული განსხვავებები, როგორც საინფორმაციო დღის წესრიგში, ისე წყაროების გამოყენებასა და გაშუქების სხვა ელემენტებშიც მკაფიოდ აისახა. ABC-ის, მაგალითად, თავდაცვის სამინისტროს წყაროებზე პრივილეგირებული წვდომის შესაძლებლობა ჰქონდა, მაშინ, როდესაც El Pais იდენტური ურთიერთობა იუსტიციის სამინისტროსთან ჰქონდა დამყარებული. საკმაო დროის მანძილზე, კეთილსინდისიერი წინააღმდეგობის მოძრაობის მონაწილეებს, მედიის თვალსაწიერში მოხვედრა უჭირდათ. თუმცა, გარკვეულ ეტაპზე კედელი გაირღვა და ეს ნაწილობრივ იმის გამო მოხდა, რომ სამოქალაქო პროტესტმა სოციალური წესრიგი დაარღვია და ნაწილობრივ იმის გამოც, რომ პოლიტიკურ ელიტაში განხეთქილება მოხდა. შედეგად ამ პერიოდში მედია გაშუქებამ საკმაოდ ინტენსიური და პლურალისტური ხასიათი შეიძინა, რაც ნაწილობრივ დაკავშირებული იყო „საკომუნიკაციო მედიის დივერსიფიცირებულობასთან, სარედაქციო პოლიტიკის შესაბამისად, კონფლიქტების გაღვივებასთან და დაპირისპირებული ინტერესების წარმოჩენასთან (291)". მოგვიანებით ელიტებმა მედიის დღის წესრიგზე კონტროლი აღადგინეს. მედიის მხარდაჭერისა და დივერსიფიცირებულობის მნიშვნელობის გარდა (რაც შეერთებულ შტატებში დიდ როლს არ თამაშობს) სამპედროს მიგნება ძალზე ახლოს იყო ლიბერალური ქვეყნების კვლევის შედეგებთან მედიისა და სოციალური მოძრაობების შესახებ და ესპანური მედიის არანაკლებ გახსნილობაზეც მეტყველებდა.

ბენსონი (2000) საფრანგეთსა და აშშ-ში 1970-90 წლებში იმიგრაციის პოლიტიკის გაშუქების საკითხს იკვლევდა. მან განსხვავებული ჟურნალისტური კულტურითა და პოლიტიკური ინსტიტუტებისადმი მედიის არაერთგვაროვანი დამოკიდებულებით განპირობებულ არაერთ განსხვავებას მიაგნო. ესპანურის მსგავსად, ფრანგული მედია მკვეთრად პოლიტიზირებული იყო და იდეოლოგიური პოზიციების ფართო სპექტრს წარმოადგენდა, მეტად იყო ორიენტირებული კომენტარსა და ანალიზზე, ვიდრე კონკრეტული ამბების გადმოცემაზე. ფრანგული მედია ინფორმაციის წყაროებად უფრო პოლიტიკური პარტიებისა და ორგანიზებული სამოქალაქო ჯგუფების გამოყენებისკენ იყო მიდრეკილი[39] მაშინ, როდესაც ამერიკული მედია უფრო აპოლიტიკურ წყაროებზე იყო ფოკუსირებული, მაგალითად, მოსამართლეებზე. ბენსონი ოფიციალური პოლიტიკის შესახებ პირუთვნელი დებატისა და მკაფიო კრიტიკისათვის მზაობას ვერც ერთ სისტემაში ვერ ხედავდა. ცხადია, ეს სპეციფიკური კვლევებია, რომელსაც კონკრეტული თემატური ფოკუსი აქვს. ჩანს, რომ ჰიპოთეზა საფუძვლიანია, თუმცა შედარებითი კვლევის უფრო ფართო მასშტაბით განხორციელება საკითხის უფრო კომპლექსურად დანახვის შესაძლებლობას მოგვცემდა, ვიდრე უბრალოდ მედიტერიანული მედიის „ჩამორჩენილად“ შეფასება.

---

39 პადიოლიუ (1985:307-8) თვლის, რომ ფრანგული მედიისათვის სახელმწიფოზე დამოკიდებული „სუბიექტის“ როლი უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე ის, რაც აქტიურ მოქალაქეზეა დამოკიდებული, მაშინ, როდესაც ამერიკული მედია პირიქით, სწორედ აქტიური მოქალაქის როლზე აკეთებს აქცენტს. გარდა იმისა, რომ ეს ბენსონის კვლევას ეწინააღმდეგება. ამის ილუსტრაციად დაგეგმილი დემონსტრაციებისა და დებატების შესახებ წინასწარი ინფორმაცია მოჰყავთ), ის ასევე ჩვენს იმ კვლევასთან მოდის წინააღმდეგობაში, რომლის თანახმადაც ამერიკული მედია ორგანიზებული სამოქალაქო ჯგუფების აქტივიზმს ხშირად სიფრთხილით ეკიდება (ჰელინი და მანჩინი 1994).

6

ჩრდილოეთ/ცენტრალური ევროპის ანუ დემოკრატიული კორპორატისტული მოდელი

იმას, რასაც ჩვენ დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელს ვუწოდებთ, ჩრდილოეთ და ცენტრალურ ევროპაში – სკანდინავიაში, ბენელუქსის ქვეყნებში, გერმანიაში, ავსტრიასა და შვეიცარიაში განვითარდა. მედიტერიანულის მსგავსად, ამ თავში განხილულ ქვეყნებს გეოგრაფიული სიახლოვე აკავშირებთ და სამივე ჯგუფის მსგავსად, ხშირი და ინტენსიური სოციალური კონტაქტების ისტორია ახასიათებთ, რაც ზოგჯერ მტრობის ხასიათს ატარებდა. ენობრივი თვალსაზრისით ისინი განსხვავდებიან, თუმცა ამ ჯგუფში შემავალ სამ ქვეყანაში გერმანულად მოსაუბრე ადამიანების მრავალრიცხოვან თემებს ვხვდებით. ჰოლანდია, დანია ნორვეგია და შვედეთი ასევე ახლოს დგანან გერმანისთან, თუმცა მოგვიანებით, ინგლისურმა ამ რეგიონში lingua franca-ს ფუნქცია შეიძინა.

მოდელებს შორის გამოცდილების გაზიარების, კულტურული და პოლიტიკური მოდელების ურთიერთგავლენის ხარისხი განსაკუთრებით მაღალი კონკრეტულ ჯგუფებშია: ავსტრიას, შვეიცარიასა და გერმანიას შორის. ასევე სკანდინავიის ჯგუფის ქვეყნებშიც: ბელგიასა და ნიდერლანდებს შორის.[40] იმავდროულად ისტორიული ევოლუციის უაღრესად მსგავსმა პროცესმა მთლიანი რეგიონი მოიცვა. ამ ქვეყნების ურთიერთობა ხშირად კონფლიქტის ხასიათს ატარებდა. მაგრამ კონფლიქტიც სოციალური ურთიერთობის ფორმაა და ხშირად კულტურული მოდელების ურთიერთგავლენების ექსპორტირებას ნიშნავდა. ჩვენ ვნახავთ, რომ „რელიგიური პროპაგანდის დიადი ომი“ (ანდერსონი 1983), რომელიც ლუთერის მიერ ეკლესიის მისამართით გაკეთებულ

40 ევროკავშირის წევრობის პარალელურად (ნორვეგიის გარდა), სკანდინავიური დემოკრატიები კვლავაც არაერთ ერთობლივ პოლიტიკურ გადაწყვეტილებას იზიარებენ, 1952 წელს შეიქმნა ჩრდილოური საბჭო, რომლის მიზანი ამ ქვეყნების პოლიტიკის ინტეგრირება იყო.

გამოწვევას მოჰყვა, ჩრდილოეთ და ცენტრალურ ევროპაში ერთიანი კულტურისა და საჯარო სივრცის ჩამოყალიბებას დაედო საფუძვლად. მან არა მარტო რელიგიური ხასიათი, არამედ ამ ქვეყნების პოლიტიკური სტრუქტურა და მედია პრაქტიკაც განსაზღვრა. საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ რეგიონში ახლად გაჩენილი ბეჭდური მედია ღრმად ფესვგადგმული პოლიტიკური და რელიგიური სუბკულტურების კონფლიქტებში თვითგამოხატვის ინსტრუმენტად იქცა.

გერმანიის გარდა, ამ თავში განხილული ქვეყნები მცირერიცხოვანია: სახელი, რომელიც ამ მოდელისათვის შევარჩიეთ – „დემოკრატიული კორპორატიზმი" ანალიტიკოს პიტერ კაცენშტეინის (1985) ნაშრომის – „პატარა ქვეყნები მსოფლიო ბაზრებზე" გავლენის შედეგია. კაცენშტეინი აღნიშნავს, რომ ეს მოდელი ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის ქვეყნებმა მეოცე საუკუნის დასაწყისში მოირგეს და იგი კომპრომისის საფუძველზე, ძირითად ორგანიზებულ ინტერესთა ჯგუფებს შორის ძალაუფლების გაყოფას და სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფოს გაფართოებას გულისხმობდა. გერმანიასა და ავსტრიაში ამ მოდელის ძირითადი მახასიათებლები მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ განვითარდა (როდესაც ცენტრალურ ევროპაზე ვსაუბრობთ, ჩვენ ავსტრიას, გერმაინიასა და შვეიცარიას ვგულისხმობთ. ისეთი ქვეყნები, როგორებიცაა: პოლონეთი, უნგრეთი და ჩეხეთის რესპუბლიკა, ცენტრალური ევროპის ისტორიას კი იზიარებენ, მაგრამ კომუნიზმის გამოცდილებამ, ცხადია, მათი პოლიტიკური და მედია ისტორია შეცვალა და ცენტრალური ევროპისგან გამოყო). ამ თავის ბოლოს ჩვენ ვნახავთ, რომ კაცენშტეინი ამ მოდელის განვითარებას იმ ისტორიულ წინაპირობებს უკავშირებს, რომელთა თანახმად, ცენტრალურ ევროპაში საეკლესიო კონსერვატიული ძალები და მიწათმფლობელი არისტოკრატია საკმაოდ სუსტი იყო, განსხვავებით მედიტერიანული ევროპისაგან, სადაც პოლარიზებული პლურალიზმი განვითარდა. ჩვენ ასევე ვნახვთ, რომ ეს ისტორია მედიასისტემის გამოკვეთილი მოდელის ევოლუციის საკითხსაც უკავშირდება.

ამ რეგიონის ქვეყნების საერთო ისტორიამ, მათმა მშვიდობიანმა თუ საომარმა ურთიერთობებმა, მიუხედავად მათ შორის არსებული მრავალი განსხვავებისა, მედიასისტემებს ბევრი საერთო მახასიათებელი შესძინა. ამ ურთიერთობების მოკლედ დახასიათება „თანაარსებობის" იმ სამი პირობით შეიძლება, რომელიც დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებისათვის არის

საერთო. ეს მახასიათებლები შეიძლება გაერთიანდეს სამ „თანაარსებობად“, რომელთაც ჩვენ გამორჩეულად დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებს მივაკუთვნებთ – მედიასისტემის ელემენტების სამი წყება, რომელიც სხვა სისტემებში ერთდროულად არ გვხვდება (ან შესაძლოა, მხოლოდ გარკვეულ ისტორიულ მომენტებში) და არათავსებადად შეიძლება მივიჩნიოთ (განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ ლიბერალურ მოდელს „ნორმად“ მივიჩნევთ), თუმცა იმავე დროს მეოცე საუკუნის დემოკრატიულ კორპორატიზმშია წარმოდგენილი.

პირველ რიგში, უნდა აღინიშნოს პოლიტიკური პარალელიზმის მაღალი ხარისხი, რაც მედიის ძლიერი ტენდენციაა და მასში მხარდამჭერთა თუ სხვა სოციალურ დაყოფას ასახავს და რაც დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მასობრივად ტირაჟირებადი პრესის ძლიერ განვითარებასთან თანაარსებობდა. ამ ორიდან პირველი ელემენტი პოლიტიკური მხარდაჭერა ბოლო პერიოდში საგრძნობლად შესუსტდა. მიუხედავად ამისა, ვფიქრობთ, რომ პრესის ადვოკატირების ძლიერი გამოცდილება არა მარტო ჩრდილოეთ და ცენტრალური ევროპის ქვეყნების ისტორიას ახასიათებს, არამედ მნიშვლოვნად ჟურნალისტიკაზე, მედია სტრუქტურასა და მათ ინტერაქციაზე. საგულსხმოა, რომ ყველა ქვეყანაში ძლიერი კომერციული მედიაბაზარიც დროულად ჩამოყალიბდა და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები ბეჭდური მედიის მაღალი ხარისხით დღემდე გამოირჩევიან (იხ. ცხრილი 2.1). ნორვეგიას, ფინეთს და შვედეთს, იაპონიასთან ერთად, მსოფლიოში გაზეთების ცირკულაციის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი აქვთ. მათ მცირედ ჩამორჩებიან დანია, გერმანია, ნიდერლანდები და ავსტრია. მხოლოდ ბელგიაა ამ სიაში განუზომლად დაბალ საფეხურზე. შემდგომში ჩვენ ვნახავთ, რომ ბელგია დემოკრატიული კორპორატიზმისა და პოლარიზებული პლურალიზმის მიჯნაზე არსებული მოდელია.

„თანაარსებობის“ მეორე მაგალითი, რომელიც დემოკრატიული კორპორატიზმის მოდელს სხვებისგან გამოარჩევს, მჭიდროდ არის დაკავშირებული პირველთან: პოლიტიკური პარალელიზმის მაღალი ხარისხი ჟურნალისტური პროფესიონალიზაციის მაღალ ხარისხთან თანაარსებობდა, რაზეც ჩვენ მე-2 თავში ვისაუბრეთ. ამ მოდელის მახასიათებლებია ასევე მყარი კონსენსუსი ისეთ საკითხებზე, როგორებიცაა: ჟურნალისტური სტანდარტი და ქცევის კოდექსი, საერთო საჯარო ინტერესის შეუვალობა და სხვა სოციალური ძალებისაგან ჟურნალისტის ავტონომიურო-

ბა. კვლავ ვიმეორებთ, რომ ბევრი ადრინდელი მახასიათებელი მიმდინარე ათწლეულებში მნიშვნელოვნად იცვლება და ეს პოლიტიკურ პარალელიზმსაც შეეხება, რაზეც ჩვენ მე-8 თავში დეტალურად ვიმსჯელებთ. მიუხედავად ამისა, ვფიქრობთ, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში პოლიტიკური პარალელიზმისა და ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის თანაარსებობის ისტორიის გააზრება ამ ქვეყნების მედიასისტემების გაგების აუცილებელი პირობაა. „თანაარსებობის“ ფაქტი იმაზე მეტყველებს, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელის გარკვეულ ელემენტებსაც იზიარებენ (მაგალითად, პოლიტიკური პარალელიზმის შედარებით მაღალ ხარისხს, ადვოკატირებასა და გარე პლურალიზმს პრესაში) და ლიბერალური მოდელისათვის დამახასიათებელი ნიშნებიც აქვთ (მაღალგანვითარებული მედიაბაზარი და პროფესიონალიზმი).

„თანაარსებობის“ მესამე ელემენტი დაკავშირებულია სახელმწიფოს როლთან. თვითმმართველობის გარკვეული ფორმების ისტორია დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში (ავსტრიისა და გერმანიის გამოკლებით) ადრეული პერიოდიდან მომდინარეობს და ამ ქვეყნებში ლიბერალური ინსტიტუტების კონსოლიდირება ადრეულ ეტაპზევე განხორციელდა. აქედან გამომდინარე, ამ სახელმწიფოს ძალაუფლების შეზღუდვის ძლიერი ტრადიცია არსებობს, რამაც თავის მხრივ, პრესის თავისუფლების განვითარება განაპირობა. მეორე მხრივ, მეოცე საუკუნეში კეთილდღეობის სახელმწიფოს პოლიტიკა და მედიაში აქტიური ჩარევის სხვა ფორმები განვითარდა და ეს ჩარევა დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მედიაში საჯარო სექტორის მნიშვნელოვან ჩართულობაში გამოიხატა, რაც ამ მოდელს ლიბერალური ქვეყნებისაგან განასხვავებს.

ბეჭდური პრესის ადრეული საფუძვლები

ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნები (როგორც კონტინენტზე, ისე ბრიტანეთში) პრესის თავისუფლების პიონერები იყვნენ. საჯაროობის პრინციპები, რაც ორივე საპარლამენტო დემოკრატიას ახასიათებს (ჰამფრის 1996) და პრესა, როგორც სოციალური ინსტიტუტი, აქ ადრეულ ეტაპზევე განვითარდა. ერთ შემთხვევაში პრესის განვითარება სავაჭრო კაპიტალიზმს, ხოლო მეორე შემთხვევაში პოლიტიკურ და რელიგიურ ბრძოლებს უკავშირდებო-

და. ამ თავის ბოლო ნაწილში ჩვენ დავინახავთ, რომ ჩრდილოეთ ევროპაში პრესის დინამიკური განვითარება *ancien régime*-ს სისუსტისა და ლიბერალიზმის აღმასვლის შედეგი იყო. ეს საკითხი ქვეყნების მიხედვით იცვლება, თუმცა ერთი საეთო რამ მაინც არსებობს: ბეჭდური მედიის განვითარება ამ ქვეყნებში განათლებული საშუალო კლასის ზრდასთან ერთად ხდება და სწორედ ეს არის დემოკრატიული კორპორატიზმის მედია ისტორიის მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორი.

გერმანიასა და ავსტრო-უნგრეთის იმპერიაში (საიდანაც ავსტრია ჩამოყალიბდა), მომცრო ქვეყნებთან შედარებით, არისტოკრატია და აბსოლუტისტები უფრო ძლიერები იყვნენ. ლიბერალურ მოდელზე გადასვლა ამ ქვეყნებში უფრო ხანგრძლივი და კონფლიქტური იყო. მიუხედავად ამისა, კომერციული და ინდუსტრიული საშუალო კლასის განვითარება საკმარისი აღმოჩნდა, რომ ახალი სოციალური წესრიგის ინსტიტუტების მხარდაჭერა მომხდარიყო და მათ შორის ძლიერი, მასობრივად ტირაჟირებადი პრესაც იყო.

ნიდერლანდებში, შვეიცარიასა და ბელგიაში – რომელთა სავაჭრო ინტერესები მსოფლიოს ფართო არეალზე ვრცელდებოდა და რამაც ისინი გაზეთის პირველ მომხმარებლებად აქცია –ვაჭრები საზოგადოებაში ადრეული ეტაპიდანვე დომინირებდნენ. სკანდინავიაში ინდუსტრიალიზმი მეცხრამეტე საუკუნის მეორე ნახევრამდე ძლიერ განვითარებული არ ყოფილა. მიუხედვად ამისა, სკანდინავიის ქვეყნებში ფეოდალური ინსტიტუტები ისეთი ძლიერი არ იყო, როგორც ევროპის სხვა ნაწილში და ურბანული საშუალო კლასი, დამოუკიდებელ გლეხობასთან ალიანსში, ხელისუფლებაში შედარებით ადრე მოვიდა, რამაც თავისი გავლენა პრესის განვითარებაზეც მოახდინა. გუსტავსონი და ჰადენიუსი, 1830 წელს დაარსებულ, შვედეთის პირველ გაზეთად მიჩნეულ გამოცემაზე საუბრისას აღნიშნავენ: „მაღაროების მფლობელებმა, ვაჭრებმა და ინტელექტუალებმა –რომლებიც პრეინდუსტრიული საზოგადოების საყრდენებს წარმოადგენდნენ – *Aftonbladet*-ის მკითხველთა წრის ფორმირება მოახდინეს. მათ კომუნიკაციის ეფექტიანი, ხარისხიანი საშუალება ესაჭიროებოდათ და გაზეთი ამ როლს ასრულებდა“ (გუსტავსონი და ჰადენიუსი 1976:32). *Aftonbladet* არა მარტო საბაზრო ეკონომიკისათვის აუცილებელ სარეკლამო, პოლიტიკურ და კომერციულ ინფორმაციას აქვეყნებდა, არამედ ლიბერალური პოლიტიკური და ეკონომიკური რეფორმებისადმი საშუალო კლასის მისწრაფე-

ბებსაც გამოხატავდა (ჰადენიუსი და უეიბული 1999). ჰადენიუსი და უეიბული ასევე აღნიშნავენ (132), რომ „კონსერვატორებს გაზეთის საქმიანობის შეჩერების ძალა არ შესწევდათ."

შვედეთი პირველი ქვეყანაა მთელ მსოფლიოში, რომელმაც საჯაროობისა და პრესის თავისუფლების პრინციპები ჩამოაყალიბა. 1766 წლის შვედეთის კონსტიტუცია ცნობს როგორც ოფიციალურ დოკუმენტებზე ხელმისაწვდომობის უფლებას, ისე პრესის თავისუფლებას. შვედეთის ისტორიაში იყო გარკვეული პერიოდები, როდესაც ეს პრინციპები, უგულებელყოფილი იყო, თუმცა ისტორიის მანძილზე უმეტესწილად შვედეთი მოძრაობდა სამართლებრივი სისტემისკენ, რომელიც უპირატესობას პოლიტიკურ ცხოვრებაში მოქალაქეების მონაწილეობას ანიჭებდა და ინფორმაციის თავისუფლებას ამ მიზნის მიღწევის მნიშვნელოვან ღირებულებად მიიჩნევდა, რაც პრესის განვითარების ხელსაყრელ წინაპირობას ქმნიდა. პრესის თავისუფლებას ჩრდილოეთ ევროპის სხვა ქვეყნებშიც შედარებით ადრე ჩაეყარა საფუძველი: ნორვეგიაში 1814 წლიდან (უოლანდი1993), ნიდერლანდებში 1815 წლიდან (ვან ლენთე და ბოერეფინი 1998), დანიაში 1848 წლიდან (სოლინჟი 1999). ბელგიამ პრესის თავისუფლება 1831 წლის კონსტიტუციით აღიარა და 1848 წელს (ვან გომპლე 1998) ბრიტანეთზე მცირე ხნით ადრე, ე.წ. ცოდნის გადასახადი გააუქმა. მოგვიანებით (1867) პრესის თავისუფლებამ ავსტრიამდე და გერმანიამდე მიაღწია. აქ კონფლიქტი პრესასა და სახელმწიფო ცენზურას შორის 1874 წლამდე ჩვეული პრაქტიკა იყო, როდესაც ბისმარკის დროს *Reichspressegesetz*-მა (პრესის იმპერიული კანონი) ადრეული ცენზურა გააუქმა და ნაციონალური გაზეთების შექმნა შესაძლებელი გახადა (სანდფორდი 1976; ჰამფრისი 1994).

ამ საკანონმდებლო ცვლილებებმა აშკარად შეუწყო ხელი პრესის მზარდ ტენდენციას, თუმცა ისიც უნდა ითქვას, რომ გაზეთების ტირაჟების ზრდა საბაზრო ინსტიტუტების, სამოქალაქო საზოგადოების და ნაციონალური სახელმწიფოს განვითარების გამოძახილიც იყო. პირველი "corantos", თანამედროვე გაზეთების წინამორბედები ურბანულ ზონებში შეიქმნა და გავრცელდა. ამსტერდამი იყო პირველი, სადაც ასეთი „კორანტო" 1602 წელს[41] გამოიცა. შემდგომ ეს კიოლნში, ფრანკფურტსა და ანტვერპენშიც გავრცელდა. ეს ქალაქები ევროპის მთავარი სავაჭრო გზების სარტყელში მდებარეობდნენ და აქ მოთხოვნა არა მარტო ეკო-

41 პირველი საინფორმაციო ბიულეტენი ინგლისურ ენაზე 1620 წელს, ამსტერდამში დაიბეჭდა და ინგლისში გაიგზავნა (კლარკი 1994).

ნომიკურ და კომერციულ ინფორმაციაზე იყო მაღალი, არანაკლებ პოლიტიკურზეც, რადგან პოლიტიკას შეეძლო ვაჭრობაზე დიდი გავლენა მოეხდინა. ამ გარემოებაზე ამახვილებს ყურადღებას ჰაბერმასი (1989:16) თავის ნაშრომში საჯარო სივრცის წარმოშობის შესახებ:

> „ვაჭრობის გაფართოებასთან ერთად, ვაჭრებს საბაზრო გათვლებისათვის მათგან მოშორებით მიმდინარე პროცესების შესახებ უტყუარი და ზუსტი ინფორმაციის ფლობის აუცილებლობა გაუჩნდათ... დიდი სავაჭრო ქალაქები საინფორმაციო არხებადაც იქცნენ; ამ არხების უწყვეტობის ორგანიზება სავაჭრო ტვირთების მიმოქცევისა და უსაფრთხოების იმპერატიულ აუცილებლობად იქცა.“

პირველ ეტაპზე ამან საინფორმაციო ბიულეტენების სახე მიიღო და ძირითადად ვაჭრებს შორის ვრცელდებოდა. ჰაბერმასის აზრით, ახალი ამბების გავრცელებამ და პრესამ თანამედროვე გაგებით ჭეშმარიტად საჯარო ფორმა (რა თქმა უნდა, სიტყვა „საჯაროს“ კვალიფიკაცია მნიშვნელოვანია, რადგან ამ სიტყვით იმ ეპოქის მოსახლეობის მცირე ნაწილის დახასიათება თუ შეიძლება) მას მერე მიიღო, რაც თანამედროვე ადმინისტრაციული სახელმწიფო განვითარდა, რომელმაც ახლად წარმოქმნილი ბაზრების რეგულირება დაიწყო. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, პრესის განვითარება რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის განვითარებას უკავშირდება და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მის მნიშვნელობაზე ჩვენ მოგვიანებით, ამ თავის ბოლოს განვიხილავთ.

გერმანიაში პირველი პერიოდიკა, ანუ *Messrelationen* მეთექვსმეტე საუკუნეში გაჩნდა. მასში იმ დროის უმნიშვნელოვანესი მოვლენები იყო მიმოხილული. თუმცა პირველი რეგულარული გამოცემა 1609 წელს ვოფენბუტელში Aviso და სტრანსბურგში Relation-ი იყო. *Einkommende Zeitungen* პირველი გერმანული ყოველდღიური გაზეთია, რომელიც ლაიფციგში 1650 წელს დაფუძნდა. გერმანულენოვან შვეიცარიაში ამ დროს, 1610 წელს *Ordinari Wochnzeitung* გამოიცა, ხოლო 1780 წელს *Neue Zürrcher Zeitung,* რომელიც თანამედროვე ხარისხიანი გაზეთის პირველ პროტოტიპად შეიძლება მივიჩნიოთ და რომელიც ლონდონურ *The Times*-ზე რვა წლით ადრე გამოჩნდა. 1798 წელს წიგნებით მოვაჭრე იოჰან ფრიდრიხ კოტამ *Algemeine Zeitung* დააფუძნა, რომე-

ლიც მეცხრამეტე საუკუნის პირველ ნახევარში ლიდერი გაზეთი იყო. ჩრდილოეთ და ცენტრალურ ევროპაში ამ ადრეულ დაფუძნებებს მეცხრამეტე საუკუნეში გაზეთების ტირაჟების მკვეთრი ზრდა მოჰყვა, რამაც განაპირობა ის, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები დღესაც მსოფლიოში გაზეთების კითხვის მხრივ ლიდერები არიან.

პრესის მასობრივი ბაზრის გაჩენა ამ ქვეყნებში რამდენიმე სტრუქტურულმა ელემენტმა განაპირობა, რითაც ეს ქვეყნები სხვებისგან გამოირჩევიან. პირველი ფაქტორი უდავოდ ადრეულ ეტაპზე წერა-კითხვის ცოდნის მაღალი დონე იყო. განათლების ისტორიკოსთა აზრით, წერა-კითხვის გავრცელების დონის მიხედვით, 1800 წლამდე ევროპა შეიძლება სამ ნაწილად დაიყოს: პირველი ჯგუფი შვედეთს, დანიას, ფინეთს, ისლანდიას, შოტლანდიას, ჟენევას, ნიდერლანდებს, საფრანგეთის ნაწილს, ინგლისსა და გერმანიას მოიცავს, რომელმაც გარკვეულწილად წიგნიერების მასობრივ დონეს უკვე მიაღწია. გეოგრაფიული სიახლოვის მქონე სხვა ჯგუფი, მიუხედავად იმისა, რომ წერა-კითხვის დონით პირველი ჯგუფის ქვეყნებს ჩამორჩებოდა, სამხრეთ და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებს მაინც საგრძნობლად აღემატებოდა. ჩრდილოეთ ევროპაში წერა-კითხვის ადრეულ ეტაპზე გავრცელება პროტესტანტული რეფორმაციით იყო განპირობებული, რადგან 1686 წლის შვედეთის ეკლესიის კანონის თანახმად, ითვლებოდა, რომ ყველა პიროვნებამ თავად „უნდა ისწავლოს და საკუთარი თვალით წაიკითხოს ის, თუ რას გვასწავლის და ბრძანებს ღმერთი თავის წმინდა სიტყვაში“ (იუჰანსონი 1981:156-7). წერა-კითხვის გავრცელების კამპანიები ხშირი მოვლენა იყო ჩრდილოეთ ევროპაში, მას, როგორც ეკლესია, ისე სახელმწიფო უჭერდა მხარს.[42] გერმანიის ზოგიერთ მხარეში მეჩვიდმეტე საუკუნეში განათლება სავალდებულო იყო. ცხრილი

42 შვედური ეკლესია, მაგალითად, ატარებდა მრევლის კითხვის დონის გამოცდას და სერტიფიცირებას, ზოგან 1620-იან წლებამდე და მომდევნო საუკუნეში, როდესაც ეკლესიის 1686 წლის კანონმა რეგულარული კითხვის კამპანია დაბადა და მასობრივი კითხვის მიმართულებით უდიდესი ძვრა მოახდინა. წიგნიერების სერტიფიცირება ეკლესიაში აუცილებლობას წარმოადგენდა, რაც თავის მხრივ, დაქორწინების ნებართვისთვის იყო აუცილებელი (იოჰანსონი 1981). ეს განსაკუთრებით სოფლებისთვის იყო მნიშვნელოვანი. როგორც შემდეგ ტექსტში ჩანს, სკანდინავიის ქვეყნებში წერა-კითხვის ცოდნის დონის მიხედვით ურბანულ და აგრარულ მხარეებს შორის განსხვავება უაღრესად მცირეა.

3.1 გვიჩვენებს, რომ წიგნიერების დონე დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში (ავსტრიისა და ბელგიის გამოკლებით) 90 პროცენტს აღწევდა და ამ მხრივ მსოფლიო ლიდერი იყო.[43]

მასობრივი წიგნიერების განვითარება მჭიდროდ იყო დაკავშირებული ინდუსტრიალიზაციის დასაწყისთან და საბაზრო ინსტიტუტების ზრდასთან. ყოველივე ამან ასევე დიდი წვლილი შეიტანა პრესის განვითარებაში. როგორც აღვნიშნეთ, ინფორმაციაზე მოთხოვნილება გაიზარდა, ასევე გაიზარდა პოლიტიკური მოტივაცია, დაფუძნებულიყო ახლად გაჩენილი ბურჟუაზიის ნების გამომხატველი გაზეთები. წარმოიშვა ეკონომიკური და კულტურული კონტექსტი, რომელშიც გაზეთებს შესაძლებლობა მიეცათ, დაფუძნებულიყვნენ, როგორც ბიზნეს სტრუქტურები და სარეკლამო და გაყიდვების შემოსავლებით ეარსებათ. იმავდროულად, ჩნდებოდა მოტივაცია, რომ გაზეთებს ახალი, ინოვაციური ტექნოლოგიები და შინაარსი შეემუშავებინათ და ამ საფუძველზე საგაზეთო ბაზარი გაეფართოებინათ. ამ მხრივ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები ლიბერალურის და ნაწილობრივ საფრანგეთის გამოცდილების პარალელურად ვითარდებოდა. მეცხრამეტე საუკუნის მეორე ნახევარში პრესის მასობრივი ცირკულაცია საფრანგეთშიც იზრდებოდა (თუმცა საფრანგეთში განვითარების პროცესი ნაწილობრივ შეფერხდა). ჰადენიუსი და უეიბული (1999) აღნიშნავენ, რომ შვედმა მედია მეწარმეებმა ბრიტანული და ფრანგული მოდელები გაიმეორეს. შვედეთის შემთხვევაში, სტოკჰოლმელმა ლიბერალმა ლარს იოჰან ჰიერტამ 1830 წელს შეერთებული შტატების ერთპენიანი გაზეთის ანალოგიით, *Aftonbladet* დააფუძნა. თუმცა მოგვიანებით გაზეთი შინაარსობრივად უფრო მრავალფეროვანი გახდა და მასში წარმოდგენილი იყო „პოლიტიკური კომენტარები, საავტორო სვეტები, პირადი მოსაზრებები, ამბები პარლამენტიდან და საერთაშორისო მოვლენები (132)". *Dugens Nyheter*-მა ტირაჟი 1864 წლიდან გაზარდა, ხოლო პირველი მასობრივად ტირაჟირებადი გაზეთი *Stokholms-Tulningen* 1889 წელს დაფუძნდა.

სოლინჟი (1999) „ლოკალური პატრიოტიზმის" ფაქტორს გამოჰყოფს და აღნიშნავს, რომ ეს კიდევ ერთი შესაძლო ფაქტორია, რომელმაც ჩრდილოეთის ქვეყნებში გაზეთების მაღალ

43 ფოსტის მიმოქცევაც დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მაღალი იყო. (ვინსენტი 2000) ჰაბერმასი ხაზს უსვამს იმ გარემოებას, რომ ვაჭრების მიერ კერძო საფოსტო სისტემის დაფუძნებამ დიდი წვლილი შეიტანა საჯარო სივრცის ფორმირებაში.

ცირკულაციის დონეს შეუწყო ხელი. პატარა ქალაქებშიც კი, მოქალაქეებს უნდოდათ საკუთარი გაზეთი ჰქონოდათ. ადგილობრივი გაზეთების მაღალი ტირაჟები ყველა სკანდინავიური ქვეყნისა და გარკვეულწილად დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მახასიათებლად რჩება (მაგალითად, გერმანია და შვეიცარია). „ლოკალური პატრიოტიზმი," ანუ ადგილობრივი თემის ცხოვრებაში მოქალაქეთა მაღალი ჩართულობა იმის შედეგია, რომ ლიბერალური ინსტიტუტები ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნების სოფლებსა და ურბანულ დასახლებებში თანაბრად ვითარდებოდა. ისეთ განსხვავებებს, რომელიც ლიბერალურ ქალაქებსა და სოფლებს შორის იჩენდა თავს, როგორც ეს ტრადიციული იერარქიითა და კლიენტელიზმით გამორჩეულ მედიტერიანულ ქვეყნებს ახასიათებდა, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში არ ვხვდებოდით. მკვეთრი განსხვავებები ურბანულ და სოფლის დონეზე წიგნიერების მხრივ იჩენდა თავს. ამ განსხვავებების საფუძვლებსა და შედეგებზე ამ თავის ბოლოს ვისაუბრებთ.

ბაზარსა და მხადაჭერას შორის

ვაჭრობის განვითარების პარალელურად, გაზეთების განვითარების ადრეული ეტაპი, რელიგიურ კონფლიქტებს უკავშირდებოდა. პროტესტანტული რეფორმაციისა და პოლიტიკური კონფლიქტების ფონზე ნაციონალური სახელმწიფოები გაჩნდნენ. ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის ქვეყნების გაზეთებისათვის ადრეულ ეტაპზე დამახასიათებელი ორმაგი ბუნება, ერთგვარი დუალიზმი, თვალშისაცემი იყო: ერთდროულად ბაზრისა და პოლიტიკური კონფლიქტის ინსტიტუტი, ვაჭრებისათვის ინფორმაციის წყარო და აზრის ფორმირებისა და მობილიზების ინსტრუმენტი. მაგალითად, შვედეთში 1645 წლიდან გამომავალი პირველი რეგულარული გაზეთი *Ordinari Post Tijdender,* რომელსაც წინ 1624 წლიდან *Herris Gothicus* უსწრებდა, ოცდაათწლიანი ომის (1618-48) კონტექსტში წარმოიშვა. *Ordinari Post Tijdender* კანცლერ აქსელ ოქსენსტერნას მმართველობის დროს დაფუძნდა, როდესაც ის მიწას დედოფალ ქრისტინას ქვეშევრდომობით მართავდა. მისი ამოცანა ნაციონალისტური გრძნობების გაღვივება და პროპაგანდა იყო. ოცდაათწლიან ომში შვედეთი მორალური მხნეობის ნაკლებობას განიცდიდა (ჰადენიუსი და უეიბული 1999:129). სალოკანგასი ასევე აღნიშნავს, რომ მეცხრამეტე

საუკუნის მეორე ნახევარში ფინურენოვანი პრესის გაფართოება ფინურ ნაციონალისტურ მოძრაობას უკავშირდებოდა.

ჩრდილოეთ და ცენტრალურ ევროპაში მედიის მხარდამჭერი ბუნება და მასობრივად ტირაჟირებადი პრესის თანაარსებობა უდავოდ პროტესტანტიზმიდან და კალვინიზმიდან იღებს სათავეს. „პროტესტანტებსა და მბეჭდავებს უფრო მეტი ჰქონდათ საერთო, ვიდრე კათოლიკეებსა და მბეჭდავებს", – წერს ელიზაბეთ ეიზენშტეინი (1979: 406). „პროტესტანტიზმი იყო პირველი მოძრაობა, გნებავთ რელიგიურ და გნებავთ სეკულარულ მოძრაობებში, რომელმაც ახალი პრესა დამკვიდრებული ინსტიტუტების წინააღმდეგ პროპაგანდისა და აგიტაციის ორგანიზებაში გამოიყენა. ხალხის მხარდაჭერის მოპოვების მიზნით, პამფლეტების გამოქვეყნებით მკითხველებისათვის, რომლებიც ლათინურ წერა-კითხვაში გაწაფულნი არ იყვნენ, რეფორმატორებმა მათდაუნებურად რევოლუციონერთა და აჯანყებულთა საყვარელ ინსტრუმენტს მიაგნეს და დასაბამი დაუდეს" (ეიზენშტეინი 1979:304. იხ. ასევე ედუარდსი 1994). პროტესტანტიზმმა არა მარტო წერა-კითხვის გავრცელებას შეუწყო ხელი, არამედ ბეჭდური სიტყვა რელიგიური, შემდგომში კი პოლიტიკური და სოციალური ადვოკატირებისათვის პირველმა გამოიყენა. ეს ტრადიცია კათოლიკურმა სამყარომაც გადაიღო და რელიგიის გარდა, სოციალურ სფეროშიც აამოქმედა. ეიზენშტეინის აზრით, პროტესტანტიზმს, ყოველ შემთხვევაში, მის ზოგიერთ ფორმას, დებატებისადმი და კრიტიკული აზროვნებისადმი დამოკიდებულების თვალსაზრისით, ბევრი რამ ჰქონდა საერთო განმანათლებლობის რაციონალიზმთან. სამწუხაროდ, ამ კუთხით განხორციელებული კვლევები ჩვენთვის ცნობილი არ არის, თუმცა მიგვაჩნია, რომ პროტესტანტიზმის ეთიკისა და ჟურნალისტიკის სულისკვეთების შესახებ საუბარი ისევე შეიძლება, როგორც პროტესტანტიზმის ეთიკასა და კაპიტალიზმის სულისკვეთებაზე საუბრობენ. ამ შემთხვევაში რელიგიური დისკურსის ჩვეულებამ, სეკულარულ საჯარო სივრცეში გადმოინაცვლა. შედეგად, შეიქმნა კულტურული მოდელი, რომელმაც ხელი შეუწყო კითხვის პოპულარიზაციას, პოზიციის დასაბუთების აუცილებლობას და საკუთარი პოზიციის დაცვის საჭიროებას. ამან წაახალისა საზოგადოება „ორი მხარე შეედარებინა, საკუთარი აზრსა და ალტერნატივებს შორის გა-

ეკეთებინა არჩევანი, ნაცვლად იმისა, რომ სხვისი ნათქვამის მიხედვით ემოქმედა“ (ბრიგსი და ბურკე 2002:81).[44]

პროტესტანტულმა რეფორმაციამ და მის გამო განვითარებულმა პოლიტიკურმა კონფლიქტებმა ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის ქვეყნებში სარწმუნოებრივი სხვადასხვაობა და განსხვავებული რელიგიური მიმდინარეობებისადმი დამოკიდებულება განაპირობა. ეს ყოველივე პოლიტიკურ და ეკონომიკურ დაყოფებთან გადაიხლართა და საკმაოდ რთული სურათი შექმნა. ამ განხეთქილებებმა, რომლებსაც ხშირად ეთნიკური და ენობრივი ფაქტორებიც ერთვოდა, ხოლო მეცხრამეტე საუკუნის მეორე ნახევრიდან კლასობრივი განზომილებაც დაემატა, ჩამოაყალიბეს მედიასისტემა (ისევე, როგორც სოციალური და პოლიტიკური ცხოვრება) და ამგვარად, მეოცე საუკუნის საკმაოდ დიდი ნაწილის სახეც განსაზღვრეს. პოლიტიკურ და კულტურულ სუბთემებად მკაცრი დაყოფა დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მკაფიო მახასიათებელია. ეს არის საკითხი, რომელიც სეგმენტირებულ პლურალიზმს განაპირობებს. მედია ინსტიტუტები, ისევე, როგორც პოლიტიკური პარტიები, დიდწილად ამ თემებიდან მომდინარეობსნ და ამანვე განსაზღვრა მედია ინსტიტუტებისა და პოლიტიკური პარტიების სიძლიერე და შეინარჩუნა იდეოლოგიურად პლურალისტური პრესის ტრადიცია, რომელსაც იმავდროულად ადვოკატირების ძლიერი ფუნქცია ჰქონდა.

სეგმენტირებული პლურალიზმის თვალსაჩინო მაგალითი დანიური საზოგადოების „პოლარიზაციაა“ *(“verzuiling”)*, რაც ლიფჰარტმა (1968) თავის ცნობილ ანალიზში აღწერა. ბრანტსი და მაკქვაილი (1997:154) წერენ: „მეოცე საუკუნის დასაწყისიდან 1960-იან წლებამდე (განსაკუთრებით პირველი ოცი წელი მეორე მსოფლიო ომის დასრულებიდან) ჰოლანდიური საზოგადოება „სეგმენტირებული პლურალიზმის“ თვალსაჩინო მაგალითი იყო. მასში იყო სოციალური მოძრაობები, საგანმანათლებლო და კომუნიკაციური სისტემები, ნებაყოფლობითი გაერთიანებები და ვერტიკალურად ორგანიზებული პოლიტიკური პარტიები (ხშირად სოციალურ სტრატასთან ჰქონდა შემხებლობა) და ეს ყოველივე რელიგიური და პოლიტიკური დაქსაქსულობის ფონზე ხდებოდა“. „სეგმენტირებული პლურალიზმის“ კონცეფცია პირველმა ლორვინმა (1971) წარმოადგინა და ეს იმ მიზნით გააკეთა, რომ

44 ცენტრალურ ევროპაში არსებულმა კიდევ ერთმა – „ებრაულმა კულტურამ“ კულტურული გარემოს დამკვიდრებაში თავისი წვლილი შეიტანა.

ნათლად აღეწერა ის რელიგიური და იდეოლოგიური წინააღმდეგობები, რომელთაც ის არა ნიდერლანდებში, არამედ ევროპის ისეთ პატარა ქვეყნებში აკვირდებოდა, როგორებიცაა: ავსტრია, შვეიცარია და ბელგია. ჰოლანდიის შემთხვევაში მთავარი საყრდენები პროტესტანტიზმი, კათოლიციზმი და სოციალისტური სუბკულტურებია, რომლებიც მეცხრამეტე საუკუნის მეორე ნახევარში ჩამოყალიბდნენ, რათა საკუთარი ავტონომია დომინანტი კონსერვატორულ-ლიბერალური გავლენისაგან დაეცვათ.

სეგმენტირებული პლურალიზმის ერთ-ერთი ნიშანი ის არის, რომ სუბთემებს სოციალიზაციისა და კომუნიკაციის საკუთარი არხები გააჩნიათ (ლიფჰარტი 1968; ბრანტსი და მაკქვაილი 1992; ნივენჰიუსი 1992; ვან დერ ეიკი 2002).

> „კათოლიკეებმა და პროტესტანტებმა არა მარტო საკუთარი სკოლები, პოლიტიკური პარტიები, პროფესიული გაერთიანებები, დამქირავებელთა ორგანიზაციები და ჰოსპიტალები დააარსეს, არამედ საკუთარი კეთილდღეობის ორგანიზაციები, სამოგზაურო სერვისები და სპორტული ასოციაციები შექმნეს. ადამიანის რელიგიური კუთვნილება განსაზღვრავდა თემს, რომელშიც მას დაბადებიდან გარდაცვალებამდე უნდა ეცხოვრა. კათოლიკე, მაგალითად, კათოლიკურ სკოლაში სწავლობდა, ჭადრაკს კათოლიკურ ახალგაზრდულ კლუბში, ფეხბურთს კათოლიკურ გუნდში თამაშობდა, ბეჭდვას კათოლიკურ კურსებზე, შვებულებას კათოლიკეთა ჯგუფში ატარებდა და საყიდლებზე სიარულსაც კათოლიკე მფლობელის მაღაზიაში ამჯობინებდა. ჯგუფური თავშესაფრის ძიება ემანსიპაციის წინაპირობად განიხილებოდა; ბეჭდური სიტყვა, კომუნიკაციის ეს მთავარი მედიუმი– პილარიზაციის უმნიშვნელოვანეს ინსტრუმენტად. ის ჯგუფს კრავდა და მას ხმის უფლებას, ამ სიტყვის პირდაპირი გაგებით, აძლევდა. გამოდიოდა პროტესტანტული, კათოლიკური და სოციალისტური ყოველდღიური და ყოველკვირეული გამოცემები და ყველა ჯგუფს თავისი ილუსტრირებული პრესა გააჩნდა“ (უიგჰოლდი 1979:193).

პრესის ამ ფუნქციამ ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის ქვეყნებში ბეჭდური მედიის მაღალი ცირკულაციის დონე განსაზღვრა და სოციალურ ცხოვრებაში მას ცენტრალური როლი დააკისრა. რელიგიური, ეთნიკური და იდეოლოგიური განსხ-

ვავებების სიღრმემ, მათ შორის მიმდინარე დაპირისპირებების ინტენსიურობამ და ამის შედეგად წარმოშობილი ინსტიტუტების სიძლიერემ წაახალისა პრესის განვითარება, რომელმაც ამ ჯგუფების წევრთათვის საურთიერთობო არხების ფუნქცია შეიძინა. მკითხველი ამ გზით ახდენდა საკუთარი თავის იდენტიფიცირებას რელიგიური, პოლიტიკური ან ეკონომიკური თემის წევრად. შვედეთთან დაკავშირებით ჰადენიუსი და უეიბული (1999:135) წერენ: – „გაზეთებსა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის არსებული კავშირები იმას ნიშნავდა, რომ გაზეთის კითხვა ძირითად სოციალურ ჯგუფებში მკვიდრდებოდა. მაგალითად, ის რომ პროფკავშირები თავიანთ წევრებს პარტიულად აფილირებული გაზეთების კითხვისაკენ მოუწოდებდნენ, ნიშნავდა იმას, რომ მუშათა კლასში გაზეთის კითხვის ჩვევას ამკვიდრებდნენ“. შვედეთში გაზეთების განვითარების ხელშემწყობი ნებაყოფლობითი ასოციაციები მეცხრამეტე საუკუნის მიწურულს სწორედ პარტიების, სხვა სოციალური და რელიგიური ჯგუფების მხარდაჭერით ფუძნდებოდა.

„სეგმენტირებული პლურალიზმის“ ხარისხი და ფორმები დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მიხედვით იცვლება. მაგრამ ყველა მათგანის სოციალური, პოლიტიკური, კულტურული ცხოვრების სტრუქტურირებაში ორგანიზებული ჯგუფები ცენტრალურ როლს ასრულებენ და მედია სიტემების მნიშვნელოვანი შემადგენელი მათთან უშუალო კავშირშია. პრესა იდენტიფიცირებისა და ჯგუფებს შორის თვითორგანიზების, დისკუსიის, შეჯიბრის და კონფლიქტის ინსტრუმენტად ჩამოყალიბდა. მაგალითად, 1771 წელს ფინეთში დაფუძნებული პირველი გაზეთი Abo Tidningar იმ შვედური ელიტის ინტერესებს წარმოადგენდა, რომელიც ფინეთს გარკვეული დროის მანძილზე მართავდა. ხუთი წლის შემდეგ თურქუში პირველი ფინურენოვანი გაზეთი გაჩნდა, რომელიც მომდევნო საუკუნიდან შვედეთის ოკუპაციისაგან ფინეთის განმათავისუფლებელი ნაციონალისტური მოძრაობის მაორგანიზებელ იარაღად იქცა. ამის პასუხად შვედურმა თემმა საკუთარი პრესა განავითარა (სალოკაგასი 1999).

ბელგიაში, მხარდაჭერის ტენდენციამ ერთდროულად ეთნიკური, რელიგიური და იდეოლოგიური დაყოფა გამოიწვია. არა მარტო ფლამანდიური და ფრანგული პრესა არსებობდა, არამედ თავდ ეს თემები იყო პოლიტიკურად დაყოფილი: 1990-იანებში კათოლიკურ, სოციალისტურ და ლიბერალურ გაზეთებს შესაბამის პოლიტიკურ პარტიებთან საკმაოდ მჭიდრო კავშირები ჰქონ-

დათ (ბურგელმანი1989). შვეიცარიაში პრესა უპირველესად ლინგვისტურ ჯგუფებთან იყო დაკავშირებული და ინტერჯგუფური დაპირისპირების მაღალი დონე აქ არასდროს დაფიქსირებულა, როგორც ეს სხვადასხვაენოვან ბევრ სახელმწიფოში მომხდარა.

შვედეთსა და სკანდინავიის სხვა ქვეყნებში, სადაც რელიგიური ან ეთნიკური განსხვავებები ისტორიულად ნაკლებად მნიშვნელოვანი იყო, პოლიტიკური მხარდაჭერის საფუძვლები სოციალური კლასისა და იდეოლოგიიდან გამომდინარეობდა. გაზეთები ძირითადად პარტიებსა და პროფკავშირებთან იყვნენ კავშირში. „ცხადი იყო, რომ პარტიებსა და პროფკავშირებს პრესის გაშუქებისა და სარედაქციო პოზიციის მხარდაჭერის გარეშე კონკურენტულ გარემოში არსებობა არ შეეძლოთ", – აღნიშნავენ გუსტავსონი და ჰადენიუსი (1974:35), რომელთა აზრით, „გაზეთები, როგორც შიდა პარტიული კომუნიკაციის, ასევე პარტიათაშორისი ურთიერთობის თვალსაზრისითაც იყო საჭირო."[45] Aftonbladet-ის გამოცემის შემდეგ, პირველად ლიბერალური გაზეთები გაჩნდა. სოციალურ-დემოკრატიული, კონსერვატიული და აგრარული გაზეთები მოგვიანებით, მეცხრამეტე საუკუნის ბოლოსკენ აღმოცენდა. სოციალისტური გაზეთები ხშირად რეგიონალურ ბაზაზე იყო ჩამოყალიბებული და პარტიის წევრთა ნებაყოფლობითი შემოწირულობებით ფინანსდებოდა (ჰადენიუსი 1983). ის ფაქტი, რომ სოციალისტური გაზეთები ადგილობრივი პარტიული ორგანიზაციების მიღმა წარმოიშვნენ, კარგად ხსნის „ლოკალური პატრიოტიზმის" ბუნებას, რომელზეც სოლინჟი საუბრობდა და უდავოდ დაგვეხმარება იმის ახსნაში, თუ რატომ არის შვედეთში რეგიონალური პრესის ტირაჟების მაღალი დონე.

---

45 გუსტავსონი პრესის, როგორც სოციალური ინსტიტუტის იმ ოთხ ფუნქციას აღწერს, რომელიც შვედეთის სამთავრობო კომიტეტმა 1970 წელს ჩამოაყალიბა. ამ ფუნქციების მნიშვნელობა ორგანიზებული ჯგუფებისთვის უაღრესად დიდია:

- მოქალაქეებისათვის ინფორმაციის იმ ფორმით გაცემა, რომ მათ შემდგომში სოციალურ საკითხებზე საკუთარი აზრის ჩამოყალიბება შეძლონ;
- მოვლენათა კომენტირება დამოუკიდებლად ან ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების წარმომადგენლობითი სახით;
- როგორც საზოგადოების წარმომადგენლებმა, გააკონტროლონ ძალაუფლების მქონეთა საქმიანობა და გააცნონ საზოგადოებას;
- ხელი შეუწყონ პოლიტიკური ჯგუფების, პროფკავშირების და სხვა მოხალისე ჯგუფებს შორის შიდა და გარე კომუნიკაციას.

1977 წლის ბოლოსთვისაც კი, ორი მკვლევარი დაწერს: „პოლიტიკური ჟურნალისტიკა სკანდინავიის ქვეყნებში მჭიდროდ ებმის პოლიტიკურ პარტიებს. დანიაში ყოველდღიური გაზეთების საერთო რეოდენობის 92 პროცენტი (1968) პარტიული კუთვნილებისაა, ფინეთში 45 პროცენტი (1972), შვედეთში 97 პროცენტი (1974) და ნორვეგიაში 87 პროცენტი (1972) (ჰოიერი და ლორენცენი 1977). დანიური „ოთხი გაზეთის სისტემა“ მეოცე საუკუნის შუა პერიოდის სკანდინავიურ, „პარტიული პრესის პარალელიზმს“ მკაფიოდ წარმოაჩენს: ყველა, მეტ-ნაკლებად დიდ ქალაქში ოთხივე პარტიას თავისი გაზეთი ჰქონდა (ჩიზმანი და კუნი 1991). კოპენჰაგენში, სხვა მცირე პოლიტიკურმა და კულტურულმა ჯგუფებმა შექმნეს თავიანთი „ნაციონალური“ გაზეთები, რომლებიც სხვა ძირითადი ქალაქების საგაზეთო „ჩანართებით“ გამოდოდა (სოლინჟი 1999).

ნორვეგიაზე საუბრისას ოსტბი (1991) აღნიშნავს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ 1920-30-იანი წლებიდან მოყოლებული პარტიებთან გაზეთების კავშირებმა აქტუალობა დაკარგა, 1970 წელს გაზეთების უმეტესობამ პარტიებთან მათი აფილირების შესახებ საჯაროდ განაცხადეს. იგივე მოხდა ფინეთშიც: ეთნიკურობაზე დაფუძნებულ გაზეთებს 1905 წლიდან 1930 წლამდე პარტიული პრესის „დიდი ერა“ მოჰყვა, 1940-იან წლებში განვითარებულ კომუნისტურ პრესასთან ერთად. 1910 წლისათვის 117 გაზეთიდან მხოლოდ 20-ს არ ჰქონდა მკაფიო პარტიული აფილაცია, ხოლო 1925 წლისათვის კი 109-დან – 11 გაზეთს (სალოკანგასი 1999).

სკანდინავიის მსგავსად, გერმანიასა და ავსტრიაში მხარდაჭერა რელიგიასა და ეთნიკურობაზე მეტად იდეოლოგიასა და სოციალურ კლასებს უკავშირდებოდა. ლიბერალური და რადიკალური გაზეთები (მათ შორის *Neue Rheinische Zeitung*, რომლის ერთ-ერთი დამაარსებელი კარლ მარქსიც იყო) 1948 წლის რევოლუციასთან ერთად წარმოიშვნენ. ხოლო სოციალ-დემოკრატთა გაზეთებმა გამოსვლა 1860 წლიდან დაიწყეს. მათ შორის უმნიშვნელოვანესი *Worwurts* 1876 წელს დაფუძნდა. ამ პერიოდში გერმანელი ჟურნალისტი უფრო იდეების პროპაგანდისტი „პუბლიცისტი“ იყო, ვიდრე „რეპორტიორი“. პარტიული პრესა განსაკუთრებით ვაიმარის რესპუბლიკის პერიოდში აყვავდა, რა დროსაც პრესის მესამედი სწორედ პარტიებთან იყო დაკავშირებული, დანარჩენი *"Generalanzeifer"* უფრო კომერციული პრესის ხასიათს ატარებდა. ასევე გამოდიოდა მეტ-ნაკლებად აპო-

ლიტიკური *Heimatzeitungen*-ც. კათოლიციზმთან დაკავშირებულ პოლიტიკურ პარტიებს 400-ზე მეტი გაზეთი ჰქონდათ, სოციალ-დემოკრატებს 200 და კომუნისტებს 50-მდე (ჰამფრისი 1994-96). ეს ჟურნალისტიკაში საგულისხმო ინოვაციების პერიოდი იყო. მაგალითად, სწორედ ამ პერიოდში შეიქმნა ილუსტრირებული პერიოდიკა, ისეთი, როგორიც იყო *Arbeiter-Illustrierte Zeitung*. ამავე კონტექსტში ვებერი (1946:99) ჟურნალისტს „პროფესიული პოლიტიკოსის სახეობად" მოიხსენიებდა. ვაიმარის რესპუბლიკის მძაფრმა პოლარიზებამ და შემდგომმა განვითარებამ უაღრესად პოლიტიზირებული კომერციული პრესის წარმოშობა და ისეთი მედია იმპერიის შექმნა განაპირობა, როგორიც ალფრედ ჰაგენბერგის მედია იმპერია იყო. თავად ჰაგენბერგმა, რომელიც ნაციზმის მიმდევარი, გერმანიის ნაციონალური სახალხო პარტიის (DNVP) რადიკალური მემარჯვენე ფრთის წარმომადგენელი იყო, ევროპაში პირველი მულტიმედიური კონგლომერატი შექმნა, რომელშიც მაღალი ცირკულაციის გაზეთები, საინფორმაციო სააგენტოები, სარეკლამო სააგენტოები და კინო წარმოება შედიოდა. ამ პერიოდში ჰაგენბერგის გაზეთები, როგორც პარტიულ, ასევე ტრადიციული ხარისხიანი კომერციული გაზეთების სივრცეში დომინირებდნენ და პარტიულ და კომერციულ ინტერესებს ემსხურებოდნენ. ინდუსტრიალისტ ჰაგენბერგის მიერ პრესის ინსტრუმენტალიზაცია, ცხადია, არსებითად პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელის იდენტურია და ვაიმარის რესპუბლიკა ამ მოდელის კლასიკურ მაგალითად მიიჩნევა. თუმცა ერთი განმასხვავებელი ნიშნით: აქ კომერციულად მომგებიან გაზეთებს ისეთი მაღალი ცირკულაცია ჰქონდათ, როგორიც მედიტერიანული სამყაროს არც ერთ ქვეყანას არ ჰქონია. ნაცისტების მიერ ძალაუფლების მიტაცებას, თავად ჰაგენბერგის იმპერიის მიტაცებაც მოჰყვა და პრესის, როგორც პროპაგანდის ინსტრუმენტად გამოყენებამ უფრო მარტივი და პრიმიტიული ფორმა მიიღო.

ვაიმარის რესპუბლიკის დროს არსებული პოლარიზებული პლურალიზმის ექსტრემალური ფორმა მეორე მსოფლიო ომის მერე არ განახლებულა, თუმცა გარკვეული თვალსაზრისით გერმანული მედიის პარტიზანულმა პრაქტიკამ კვლავ თავი იჩინა. მოკავშირეთა პოლიტიკა, გერმანული პრესის რეკონსტრუქციასთან დაკავშირებით, წინააღმდეგობრივი იყო. ერთი მხრივ, ამერიკელები ცდილობდნენ (ნაწილობრივ იმის გამო, რომ ბაზარზე საკუთარი საინფორმაციო სააგენტოებისა და მედია ინდუსტრიის პოზიციები), გერმანიაში ნეიტრალური კომერციული

პრესის მოდელის ექსპორტი განეხორციელებინათ (ბლანჩარდი 1986). მეორე მხრივ, „დენაციფიკაციის“ განხორციელების მიზნით, ისინი საწყის ეტაპზე ლიცენზიებს ისეთ გაზეთებზე გასცემდნენ, რომლებიც დაკავშირებულები იყვნენ ინდივიდებთან ან ორგანიზაციებთან, ვინც დამარცხებული ნაცისტური რეჟიმის იდეოლოგიის წინააღმდეგ პოზიციას ღიად გამოხატავდა. პირველი გაზეთი, რომელმაც ამერიკულ ზონაში ლიცენზია მიიღო, *Frankfurter Rundschau* იყო. ის კომუნისტების სამკაციანმა ჯგუფმა, სამმა სოციალ-დემოკრატმა და კათოლიკეთა მემარცხენე ფრთის წარმომადგენლებმა დააფუძნეს (სენდფორდი 1976; ჰამფრისი 1994). ეს გაზეთი დღემდე გამოდის და მემარცხენე მიმართულებისაა. ბრიტანული საოკუპაციო ძალები ამ დროს მკაფიოდ უჭერდნენ მხარს ე. წ. *Parteirchtungszeitungen*-ს, ანუ იდეოლოგიურ მრავალფეროვნებაზე დაფუძნებულ პლურალისტურ პრესას.

ავსტრიული გამოცდილება გერმანულის მსგავსია იმ თვალსაზრისით, რომ ძლიერი პარტიული პრესა აქ პოლიტიკური პოლარიზაციის დროს, მეოცე საუკუნის დასაწყისში წარმოიშვა და მეორე მსოფლიო ომამდე არსებობდა. ოკუპაციის პერიოდში სამ ძირითად პოლიტიკურ პარტიას ბეჭდური ინდუსტრიის მესამედზე მიუწვდებოდა ხელი. სკანდინავიური ქვეყნების მოდელის მსგავსად, პარტიული პრესა კორპორატიულ ავსტრიაშიც უფრო სიცოცხლისუნარიანი აღმოჩნდა, ვიდრე ლიბერალურ გერმანიაში. ზოგიერთ მკვლევარს მიაჩნია, რომ 1970 წლისათვის ავსტრიული პარტიული პრესა ევროპაში ყველაზე ძლიერი იყო: ავსტრიული გაზეთების ნახევარი, მათ შორის სოციალისტური და ქრისტიან-დემოკრატიული ტაბლოიდები, პარტიებთან იყვნენ დაკავშირებულები. 1889 წელს დაფუძნებული, სოციალისტთა *Arbeiter Zeitungi* ტირაჟის მიხედვით, მეოთხე ადგილს იკავებდა. 1990 წლისათვის იგი დამოუკიდებელ გაზეთად ჩამოყალიბდა და საგაზეთო ბაზრის 3.7 პროცენტი დაიკავა. სამი პარტიული გაზეთიც გადარჩა, რომელთაგან ყველაზე წარმატებულის ტირაჟმა 65 000 ეგზემპლიარს მიაღწია.

პარტიული პრესის პარალელიზმს, ანუ პოლიტიკურ პარალელიზმს, როგორც მე-2 თავში ვნახეთ, რამდენიმე განზომილება აქვს. იგი შესაძლოა, გამოიხატოს: მედია საკუთრებაში; ჟურნალისტების, მფლობელების ან მენეჯერების აფილირებაში; მკითხველთა განწყობასა და მედიის შინაარსში. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში, ყველა ამ განზომილებას ღრმა ისტორიული ფესვები აქვს. მფლობელობის თვალსაზრისით, პარტიებთან,

პროფკავშირებთან, ეკლესიებთან პირდაპირი კავშირები დემოკრატიული კორპორატიზმის ყველა ქვეყნის მედიასისტემის მნიშვნელოვანი შემადგენელია. ეს ტენდენცია განსაკუთრებით თვალსაჩინო პოლიტიკურ მემარცხენეებთან მიმართებაშია, სადაც სოციალისტური პარტიები და პროფკავშირები ტრადიციულად ეხმარებოდნენ საკუთარ მედიას, ზოგჯერ პირდაპირ, ზოგჯერ კი პარტიის წევრების კოოპერატიული ასოციაციების მეშვეობით და მოლოდინი ჰქონდათ, რომ „გაზეთები მათ ორგანიზაციულ სტუქტურას ასახავდნენ“ (ჰადენიუსი და უიებული 1999: 34). კონსერვატიული და განსაკუთრებით ლიბერალური ჯგუფებიც პირდაპირ ფლობდნენ გაზეთებს, თუმცა უპირატესობას ანიჭებდნენ კერძო მედიაზე დაყრდნობას, რომელსაც, როგორც ეკონომიკური, ასევე პოლიტიკური ამოცანები ჰქონდათ (გუსტაფსონი და ჰადენიუსი 1976; პიკარდი 1988; უეიბული და ენშელმი 1991). „ყველა არასოციალუსტური გაზეთის უკან, რომელიც 1800-იანი წლების დროს დაფუძნდა, იდგა ხალხი, რომელსაც ორი ამოცანა ამოძრავებდა: ზეგავლენა მოეხდინა საზოგადოებრივ აზრზე და გაეკეთებინათ ფული. ზოგიერთ შემთხვევაში კი კომერციული ინტერესი მძლავრობდა, თუმცა უმეტესწილად პოლიტიკური და კომერციული მოტივაცია თანაბრად მნიშვნელოვანი იყო“, – წერს ჰადენიუსი (1983:290). როგორც მფლობელებს, ასევე ჟურნალისტებს პოლიტიკური აფილაციები ახასიათებდათ და ხშირად ისინი პოლიტიკაში აქტიურადაც ერთვებოდნენ. ცხრილი 6.1. ჰოიერისა და ლორენცენის მიერ (1977) ჩატარებულ კვლევას ეყრდნობა, რომელიც ნორვეგიელი ჟურნალისტების პარტიულ კუთვნილებას, პარტიულ თანამდებობებს, როგორც ცენტრალურ, ასევე რეგიონულ ოფისებში ასახავს.

„პილარიზებულ“ საზოგადოებებში, განსაკუთრებით სოციალისტურ და რელიგიურ თემებში, მკითხველიც ტრადიციულად მხარდამჭერების მიხედვით იყოფა. 1983 წელს უეიბულმა აღმოაჩინა, რომ, როდესაც შვედი მკითხველი „საკუთარ გაზეთზე“ საუბრობს, ის იმ პარტიის გაზეთს გულისხმობს, რომლის მხადამჭერიც თავად არის და ეს ტენდენცია ყველაზე მეტად სოციალ-დემოკრატებს ეხებათ, რომელთა გაზეთები განსაკუთრებითაა დამოკიდებული მკითხველის მხარდაჭერაზე.[46] ეს ჩვევა ხშირად მას შემდეგაც გრძელდება, რაც პარტიებსა და გაზეთებს შორის

46 ჰადენიუსი (1983) გაზეთებს „ინტრა“ და „ექსტრა“ დისტრიბუციის მიხედვით განასხვავებს. პირველი უფრო სოციალ-დემოკრატიულ გამოცემებს ახასიათებთ, როდესაც გაზეთი პარტიის წევრთა შორის

ცხრილი 6.1. ნორვეგიელ ჟურნალისტთა პოლიტიკური აქტივობა, 1970-იანები

	გაზეთის პარტიული ვალდებულება	მთავარი რედაქტორები	აღმასრულებელი რედაქტორი	ჟურნალისტები
მუნიციპალური საბჭოს წევრი	სოციალისტი	40%	32%	12%
	ბურჟუა	26	6	9
თანამდებობა პოლიტიკურ პარტიაში	სოციალისტი	83	82	51
	ბურჟუა	59	32	28
პოლიტიკური პარტიის წევრი	სოციალისტი	92	95	75
	ბურჟუა	74	54	46

წყარო: ჰოიერი და ლორენტსენი (1977:99).

კავშირები უკვე ატროფირებულია. თუმცა სწორედ ასეთმა პრაქტიკამ შეუწყო ხელი ჟურნალისტურ და პოლიტიკურ კულტურაში მოქალაქეებსა და პარტიებს შორიც კავშირების განმტკიცებას და აჩვენა, რომ გაზეთებს ბუნებრივად აქვთ თვალსაზრისი, რაც მკითხველთან მათი კავშირისთვის მნიშვნელოვანია. დაბოლოს, პოლიტიკური პარალელიზმი პრესის შინაარსშია გამოხატული და დაკავშირებულია ისეთ ჟურნალისტურ კულტურასთან, რომელშიც საკუთარ თავში დარწმუნებული რედაქტორი და კომენტატორი (დონსბახი და კლეტი 1993) ძალიან ბევრს ნიშნავს.

პარტიებთან და ჯგუფებთან აფილირებული პრესის პარალელურად ჩრდილოეთ და ცენტრალურ ევროპაში კომერციული მასობრივი პრესაც ვითარდებოდა. ამ რეგიონში ეს პროცესი ლიბერალურ ქვეყნებზე ოდნავ მოგვიანებით დაიწყო, რისი მიზეზიც ნაწილობრივ დაგვიანებული ინდუსტრიალიზაცია და ის ბარიერები იყო, რომელსაც სეგმენტირებული პლურალიზმი ბაზრის ფორმირებას უქმნიდა. გერმანიის შემთხვევაში, ამ პროცესზე უდიდესი გავლენა იმ გარემოებამ იქონია, რომ სარეკლამო საქმიანობა მეცხრამეტე საუკუნის მეორე ნახევრამდე სახელმწიფოს მიერ იყო მონოპოლიზებული (დონბახი და კლეტი 1993). მას შემდეგ, რაც რეკლამაზე სახელმწიფო მონოპოლია გაუქმდა და გამოწერის პრაქტიკა ამოქმედდა, კომერციული გაზეთების ბაზარმა სწრაფად დაიწყო განვითარება. როგორც სენდფორდი (1976) აღნიშნავს, გერმანიაში პრესის ძალზე კომპლექსური სტრუქტუ-

ვრცელდება, მეორე კი უფრო კონსერვატორებისას, რაც როგორც პარტიის შიგნით, ისე მის გარეთ გავრცელებას ნიშნავს.

რა ჩამოყალიბდა, რომელიც ბევრ სექტორსა და შრეს მოიცავდა და დემოკრატიული კორპორატიზმის ყველა ქვეყნისათვის იყო დამახასიათებელი. ერთ-ერთი ასეთი სექტორი ხარისხიანი პრესა იყო, რომლის ძირითადი წარმომადგენლები იოჰან ფრიდრიხ კოტას *Allgemeine Zeitung* იყო, რომელსაც 1856 წელს *Frankfurter Zeitung*, ხოლო 1871 წელს *BerLiner Tagelbatt* მოჰყვა. შემდეგი სექტორი პარტიული პრესისგან შედგებოდა: ინიციატორები 1810 წელს კონსერვატორები იყვნენ, რომელთაც *Berliner Abendblätter* დააფუძნეს, რასაც შემდგომში ლიბერალური და სოციალისტური პრესა მოჰყვა. 1870-80-იანი წლებიდან დაიწყო და ადრეულ მეოცე საუკუნეში, *Boulevardzeitungen* გაზეთების ქუჩებში გაყიდვით გაგრძელდა მესამე სექტორის – მასობრივად ტირაჟირებადი პრესის გაფართოება. ამავე პერიოდის ინოვაციებს უკავშირდება სპორტის ფართოდ გაშუქება. *Boulevardzeitungen* როგორც გერმანიაში, ასევე ავსტრიაში დამკვიდრდა. საბოლოოდ, ძლიერი რეგიონალური და ადგილობრივი პრესა განვითარდა.

დამოუკიდებელი/კომერციული პრესის აღზევება შვედეთში 1920 წლიდან დაიწყო, რასაც 1940-იან წლებში შუადღის ტაბლოიდების გაჩენაც მოჰყვა (ჰადენიუსი და უეიბული 1999). „ტაბლოიდები", პოპულარული მასობრივი გაზეთის გაგებით, ხშირად ქუჩებში იყიდებოდა და გართობაზე ორიენტირებული მისი შინაარსი „ხარისხიან" პრესაზე მეტი პოპულარობით სარგებლობდა. ტაბლოიდები დემოკრატიული კორპორატიზმის ყველა ქვეყანაში არსებობდა. ავსტრიაში მაგალითად, *Neue Kronenzeitung* ბაზრის 40 პროცენტს ფლობდა. ბრიტანულ ტაბლოიდებს (red-tops) ხშირად ტაბლოიდური პრესის პარადიგმულ ნიმუშად მიიჩნევენ, თუმცა ბრიტანეთის მაგალითი ერთობ უჩვეულოა. ტაბლოიდს ანუ პოპულარულ პრესას დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მედიასისტემაში ბრიტანულისგან განსხვავებული ადგილი უჭირავს და ბაზარზე ცენტრალურ პოზიციებს არ ფლობს: უმეტეს ქვეყნებში ხარისხიანი და ადგილობრივი გაზეთები უფრო გაყიდვადია. არც პრესის ბაზრის მკვეთრი კლასობრივი სეგმენტაციაა სახეზე და ბრიტანეთისგან განსხვავებით, მას უფრო საშუალო კლასი ეტანება. მაგალითად, ნორვეგიაში ტაბლოიდ Dagbladet-ს კულტურული მოვლენების გაშუქების გამოკვეთილი ტრადიცია აქვს და მას გაცილებით უფრო განათლებული მკითხველი ჰყავს, ვიდრე ზოგადად ტაბლოიდებს (ჰოსტი 1999:114). ამავე დროს დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მკითხველის მახასიათებელი ისიც არის, რომ ის ხარისხიან და ტაბლოიდურ პრესას

თანაბარი რეგულარობით ეცნობა. ამ ქვეყნებში ტაბლოიდები სენსაციაზე ისეთივე ხარისხით არ არიან ორინტირებულები, როგორც ეს ბრიტანეთშია, თუმცა გერმანული *Build* ოთხი მილიონი მკითხველით და *Neue Kronenzeitung* ბრიტანულ ტაბლოიდებთან ახლოს მდგომი ეკვივალენტებია.

მეოცე საუკუნეში დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში კომერციული გაზეთების –„ომნიბუსების“ გამოჩენა კომერციული პრესის განვითარების საეტაპო მოვლენა იყო. კომერციულმა პრესამ საუკუნის დასაწყისში დომინანტი პოლიტიკური პრესის მარგინალიზება მოახდინა. სოლინჟი (1999) აღნიშნავს, რომ დანიაში, მეოცე საუკუნის დასაწყისისთვის პრესამ ოჯახების 100 პროცენტში შეაღწია. ეს ყოველივე პოლიტიკურად ორიენტირებულ ოთხპარტიული პრესის სისტემაში განხორციელდა, რაც იმის მაჩვენებელია, რომ პოლიტიკურ პრესას მკითხველთა აუდიტორიის გაფართოება ძალუძს. ამავე დროს ცხადი გახდა, რომ გაზეთებს ახალი მკითხველის მოზიდვის ხარჯზე გაფართოება აღარ შეეძლოთ (ანუ მათი, ვინც გაზეთებს საერთოდ არ კითხულობდა) და სხვა მედიუმების მკითხველისათვის უნდა მიემართათ, მათი გადმობირების, ან მეორე გაზეთად შეთავაზების გზით. სოლინჟის აზრით, ასეთი კონკურენცია გაზეთებს პოლიტიკური აფილირების დაძლევისკენ უბიძგებდა, რასაც შედეგად „ომნიბუსის“ გაზეთების ზრდა, შინაარსის დივერსიფიცირება და პოლიტიკური კომენტარების წილის შემცირება მოჰყვა. ამ პროცესის პიონერი 1905 წელს კოპენჰაგენში დაფუძნებული ყოველდღიური გაზეთი *Politiken* იყო, რომელმაც უარი თქვა ტრადიციულ პოლიტიკურ ფორმატზე და „ომნიბუსად“ რეპოზიციონირება დაიწყო. რაც შეეხება ფინეთის ადგილობრივ პრესას, სალოკანგასი აღნიშნავს (1999), რომ მეოცე საუკუნის დასაწყისში ყველა ადგილობრივ ბაზარზე სულ მცირე ორი გაზეთი ვრცელდებოდა. დროთა განმავლობაში ორიდან ერთ-ერთი „ომნიბუსად“ გარდაიქმნებოდა და ბაზრის ლიდერი ხდებოდა. შედარებით სუსტი პოზიციის მქონე გაზეთი, როგორც წესი, ბაზარზე ადგილის შესანარჩუნებლად, პოლიტიკურ აფილირებას აძლიერებდა და ამგვარად პოლიტიკური და კომერციული პრესის თანაარსებობის ინსტიტუციონალიზაციას ახდენდა.

საბოლოო ჯამში, როგორც ჩვენ ვნახავთ, ბალანსი უდავოდ პოლიტიკური პრესის საწინააღმდეგოდ განვითარდა და დღეს დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში კომერციული პრესა დომინირებს. თუმცა მომდევნო ნაწილში ჩვენ შეგვიძლია ვნა-

ხოთ, რომ ძლიერი პოლიტიკური პრესის ისტორია ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის მედიასისტემას ისევ მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს.

სახელმწიფო და მედია

> „ჩვენი თვალსაზრისით, სახელმწიფოს მასმედიის წინაშე პასუხისმგებლობა აკისრია. უპირველეს ყოვლისა, სახელმწიფოს აქვს ვალდებულება, უზრუნველყოს გამოხატვისა და პრესის თავისუფლება კანონმდებლობით, ფორმალურადაც და რეალურადაც. ჟურნალისტებს გარანტირებული უნდა ჰქონდეთ ინფორმაციის მოპოვებისა და მისი გავრცელების უფლება. ამავე დროს, სახელმწიფოს ვალდებულება უფრო ფართოა. დემოკრატიისა და მოქალაქეების მსახურების პროცესში, სახელმწიფო ვალდებულია, შექმნას და უზრუნველყოს ინფორმაციისა და პრესის ისეთი სისტემა, რომელიც მრვალმხრივ და მრავალფეროვან მოსაზრებებს უწყობს ხელს“ (გუსტავსონი 1980:104).

ჩვენ ვნახეთ, რომ ლიბერალიზმმა ჩრდილოეთ ევროპაში ადრევე გაიმარჯვა და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების უმეტესობას მეცხრამეტე საუკუნის პირველი ნახევრიდან შეზღუდული სახელმწიფო ძალაუფლება ახასიათებდათ. მედია სივრცეში ეს პრესის თავისუფლების მყარ გარანტიებში და სამთავრობო იფორმაციაზე საზოგადოების ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფაში აისახა.

მეოცე საუკუნის დასაწყისში დემოკრატიული კორპორატიზმის განვითარებამ ლიბერალური ტრადიციის მნიშვნელოვანი მოდიფიცირება განაპირობა. ამ თავის ბოლო ნაწილში ჩვენ ვნახავთ, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმი დიდწილად სწორედ სოციალურ ინტერესებს შორის მოლაპარაკებების მიმდინარეობის პროცესში ჩამოყალიბდა და უპირველეს ყოვლისა, კაპიტალს, მშრომელებს და აგრარულ ინტერესებს შეეხებოდა. შეთანხმების საკვანძო თემა კეთილდღეობის სახელმწიფოს ფორმირებას უკავშირდებოდა, რაც ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის გამოკვეთილ მახასიათებლად რჩება. სწორედ ეს არის ის მთავარი მახასიათებელი, რომელიც დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების პოლიტიკურ და კულტურულ სტრუქტურებს ლიბერა-

ლური მოდელის ქვეყნებისგან განასხვავებს. გარკვეული თვალსაზრისით ისინი ამ მიდგომებს მედიტერიანული სამყაროს ისეთ ქვეყნებთანაც ინაწილებენ, როგორიც საფრანგეთი და იტალიაა. მსგავსება გაცილებით ნაკლებია საბერძნეთთან, ესპანეთთან და პორტუგალიასთან, სადაც სახელმწიფო მნიშვნელოვან სოციალურ როლს კი ასრულებდა, თუმცა სოციალური დემოკრატიის იდეოლოგია გაცილებით სუსტი იყო. ამ თვალსაზრისით განსხვავებები დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებშიც არსებობს. კაცენშტეინი (1985) ერთმანეთისგან მიჯნავს, ავსტრიაში, ნორვეგიასა და დანიაში დომინანტ სოციალურ კორპორატიზმს (როგორც თავად უწოდებს) ლიბერალური კორპორატიზმისგან, რომელიც ბელგიის, ნიდერლანდებისა და განსაკუთრებით, შვეიცარიის მახასიათებელია.[47] გერმანიაც ლიბერალური კორპორატიზმის მოდელთან ახლოს მდგომი ქვეყანაა. მედია სივრცეში სახელმწიფო ძალაუფლების შეზღუდვის სურვილმა, რათა ტოტალიტარიზმის გაცოცხლების საფრთხე თავიდან ყოფილიყო აცილებული, შედარებით ლიბერალური სისტემის განვითარება განაპირობა. მიუხედავად არსებული განსხვავებისა, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებს მთლიანობაში მაღალი სოციალური ხარჯები და ეკონომიკურ და სოციალურ ცხოვრებაში ინტერვენციის სხვადასხვა ფორმები ახასიათებთ. ამავე დროს გერმანიაში აქტიური ინდუსტრიული პოლიტიკა ხორციელდება. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებისათვის დამახასიათებელი პოლიტიკური კულტურა გულისხმობს სახელწიფოს მიერ ყველა პირობის შექმნას, რათა თითოეულ მოქალაქეს და ყოველ ჯგუფს სოციალურ ცხოვრებაში მონაწილეობის სრულფასოვანი შესაძლებლობა მიეცეს. გუსტავსონის ციტატა, რომელიც ამ თავს წავუმძღვარეთ, მან ლიბერალური პარტიის ერთ-ერთი ლიდერის სტატიიდან 1970 წლის შვედეთში პრესის სოციალური ფუნქციის შესახებ არსებული კონსენსუსის საილუსტრაციოდ მოიშველია.

---

47 კაცენშტეინი შვედეთს ამ ორ ჯგუფს შორის მოიაზრებს. ის კვლევაში ფინეთზე არ საუბრობს. კაცენშტეინის ანალიზის თანახმად, სოციალური კორპორატიზმი წარმოიშვება იქ, სადაც სოციალ-დემოკრატიული პარტიები დომინირებდნენ და განსაკუთრებით ძლიერი სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფოთი ხასიათდებიან. ლიბერალური კორპორატიზმი ბურჟუაზიული პარტიების პირობებში იჩენს თავს და უფრო ბაზარზე ორიენტირებულ პოლიტიკას უკავშირდება. თუმცა ორივე შემთხვევაში პოლიტიკას კლასსა და სხვა სოციალურ დანაყოფებს შორის მიღწეული შეთანხმებები განსაზღვრავს.

აღნიშნული ციტატა ასახავს მედიისადმი დამოკიდებულების ფილოსოფიას, რომლის თანახმად, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მედია არა მხოლოდ კომერციული წარმოებაა, არამედ სოციალური ინსტიტუტი და მის წინაშე სახელმწიფოს მნიშვნელოვანი ვალდებულებები აკისრია. ეს ტრადიცია მედია პოლიტიკაში რამდენიმე სახით იჩენს თავს: პრესის სუბსიდირების სისტემის, ლიბერალურ ქვეყნებთან შედარებით უფრო მკაცრი რეგულირებისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის მკაცრი ინსტიტუციონალიზაციის გზით.

დემოკრატიული კორპორატიზმის ყველა ქვეყანაში, გარდა გერმანიისა და შვეიცარიისა, სახელმწიფო პრესის პირდაპირ სუბსიდირებას ახდენს. დანია (რომელიც კაცენშტეინის მიხედვით, სოციალური და ლიბერალური კორპორატიზმის ქვეყნებიდან გამონაკლისია) ზღვარზე მდგომი შემთხვევაა. აქ მოქმედებს პრესის ფინანსური ინსტიტუტი, რომელიც მედიის დაცულობას მცირე პროცენტიანი სესხებით უზრუნველყოფს.[48] დანიაში ასევე მოქმედებს ადგილობრივი, არაკომერციული რადიოების სუბსიდირების პრაქტიკა (პეტერსონი და სიუნე 1997). ამასთანავე ყველა მედია არაპირდაპირი სუბსიდირების ფორმებითაც სარგებლობს. მაგალითად, საგადასახადო შეღავათები, ფასდაკლებები საფოსტო და ზოგჯერ სატელეკომუნიკაციო მომსახურებებზე. სუბსიდირების სისტემა სათავეს 1960-იანი წლებიდან იღებს, როდესაც პრესის მზარდმა კონცენტრაციამ, რაც მეოცე საუკუნის დასაწყისში ჩრდილოეთ ევროპის მახასიათებელი იყო, პლურალიზმს საფრთხე შეუქმნა. მედია ბაზრების განვითარება უარყოფითად აისახა პოლიტიკურად აფილირებულ გაზეთებზე, რომელთაც მედია ბაზრებზე მეორე და მესამე პოზიციებზე გადაინაცვლეს. ამან პლურალიზმს რამდენიმე თვალსაზრისით შეუქმნა საფრთხე: კონკურენტული გაზეთების რაოდენობა სწრაფად მცირდებოდა, სარედაქციო მრავალფეროვნების არსებობა და პრესის, როგორც სოციალურ ჯგუფებს შორის დებატებისათვის ფორუმის უზრუნველყოფის ფუნქცია სათუო ხდებოდა. შვედეთში, მაგალითად, სოციალ-დემოკრატიული პარტიისა და ცენტრისტების (აგრარული) გაზეთები რთულ მდგომარეობაში აღმოჩნდნენ, რადგან წარმატებული გაზეთების უმეტესობა ლიბერალური

48 ზოგიერთი წყარო, მაგალითად, პიტერსონი, სიუნი (1992) და ჰამფრისი (1996:106) დანიას, როგორც პირდაპირი სუბსიდირების სისტემას აღწერს, მაშინ, როდესაც ზოგი (სოლინჟი) მას პირდაპირი სუბსიდირების მიღმა განიხილავს.

და კონსერვატორული იდეოლოგიის მატარებლები იყო. სწორედ ამიტომ სოციალ-დემოკრატებმა და ცენტრისტებმა პრესის სუბსიდირების შემოღებას აქტიურად დაუჭირეს მხარი (გუსტავსონი 1980; ჩისმანი და კინი 1991; ოსტბი 1991).

ზოგიერთ ქვეყანაში ყველა გაზეთის სუბსიდირების არადისკრიმინაციული წესი მოქმედებდა, ზოგან სუბსიდირება ეკონომიკურად „სუსტ“ და „სპეციალიზებულ“ გაზეთებზე იყო მიმართული, მეტწილად მათზე, ვინც პოლიტიკურ პარტიებს ან სხვა სახის სოციალურ ჯგუფებს წარმოადგენდა (მათ შორის, მაგალითად, გაზეთებს, რომლებიც ნორვეგიაში საამის ეთნიკური ჯგუფისთვის გამოდიოდა). ბევრ ქვეყანაში ეს სისტემა კომბინირებულ ხასიათს ატარებდა (ჰამფრისი 1996:105; მურშეცი 1998). სუბსიდიებს, როგორც წესი, დიდი კომერციული გაზეთების ბრუნვის მცირე წილი ეჭირათ, თუმცა ეს ფორმა ეკონომიკურად სუსტი გაზეთებისათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი იყო. ჰადენიუსა და უეიბულის შეფასებით (1999), შვედეთში ასეთ გაზეთებზე, მეორე გაზეთების საერთო ბრუნვის წილის 5-დან 35 პროცენტი მოდის.

სუბსიდირების სისტემას გაზეთების ბაზარზე არსებული დომინანტი ტენდენციის შეცვლა არ ძალუძს და ვერც კონცენტრირების ტენდენციაზე მოახდენს გავლენას ან პოლიტიკურად გამორჩეული მედიუმის „ომნიბუსით“ ჩანაცვლებას შეძლებს. თუმცა ასევე ცხადია, რომ ამ სისტემამ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში საერთო ტენდენციები შეანელა და ადრეული ეპოქისათვის დამახასიათებელი პლურალიზმი შეზღუდული სახით შეინარჩუნა. ნორვეგიაში, მაგალითად, 1972 და 1999 წლებისათვის, ადგილობრივი ბაზრების რაოდენობა, რომელზეც ერთზე მეტი გაზეთი იყო 20-დან 10-მდე შემცირდა. ჰოსტის (1999) აზრით, რომ არა სუბსიდირება, ყველა დარჩენილი მეორე გაზეთი ბაზრიდან გაქრებოდა. ის ასევე ამტკიცებს, რომ სუბსიდირებამ ხელი შეუწყო ყოველკვირეული ადგილობრივი გაზეთების განვითარებას, რომლებიც ხშირად კონკრეტულ პოლიტიკურ თვალთახედვას გამოხატავდნენ და გარკვეულწილად ადრეული პერიოდის პოლიტიკურად ორიენტირებული ყოველდღიური გაზეთები ჩაანაცვლეს. სუბსიდირების პრაქტიკამ თავისი მოკრძალებული წვლილი იმაშიც შეიტანა, რომ ჩრდილოეთ ევროპაში გაზეთების ცირკულაციის დონე კვლავაც მაღალია. ჰოსტის აზრით, ნორვეგიაში 1997 წლისათვის გაზეთების ტირაჟების მოცულობა, სუბსიდირების გარეშე, ყოველ ათას მოსახლეზე

514 ეგზემპლიარი იქნებოდა, მაშინ, როდესაც ამჟამად ეს მაჩვენებელი 589 ეგზემპლიარია. სუბსიდირების შესახებ მიმდინარე დებატებში ყოველთვის განიხილებოდა საკითხი იმის შესახებ, თუ რამდენად რეალურია დაფინანსების ამ ფორმის პირობებში გაზეთებზე სახელმწიფოს ზეწოლის ალბათობა და რამდენად არსებობს „მოდარაჯე ნაგაზის“ ფუნქციის შესრულების მზაობა. უნდა ითქვას, რომ არ არსებობს მტკიცებულებები იმისა, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ეს პრობლემა დგას. უფრო მეტიც, 1950-იანებში, ანუ ვიდრე სუბსიდირების სისტემა ამოქმედდებოდა, მედია პოლიტიკურ ელიტებთან მიმართებაში უფრო დიფერნცირებული იყო, ხოლო 1970-იანებიდან „კრიტიკული პროფესიონალიზმის“ ზრდა შეუქცევად პროცესად ჩამოყალიბდა. ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნებში ამ პროცესმა განსაკუთრებული დინამიკა სწორედ იმ პერიოდში შეიძინა, როდესაც სუბსიდირების მოცულობა ძალზე მაღალი იყო. სუბსიდიები მკაცრად განსაზღვრული კრიტერიუმებით გაიცემა, რაც მთლიანად დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის ძლიერი როლიდან გამომდინარეობს. დემოკრატიული კორპორატიზმის ფუძემდებლურ პრინციპებთან ერთად, რაც შეთანხმებისა და კომპრომისების მიღწევას გულისხმობს, რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა, პოლიტიკური მანიპულაციების მიზნით, სუბსიდირების პრესაზე ზეწოლისთვის გამოყენებას გამორიცხავს. უნდა ითქვას, რომ გაზეთების სუბსიდირების მოცულობამ ამ ქვეყნებში ბოლო ათწლეულებში იკლო, ისევე, როგორც კეთილდღეობის უზრუნველყოფის მოცულობამ, თუმცა დემოკრატიული კორპორატიზმის მედიასისტემების ეს მნიშვნელოვანი მახასიათებელი, კვლავაც მოქმედია.

ამ სისტემის ქვეყნების კიდევ ერთი მახასიათებელი პრესის თავისუფლების მაღალი ხარისხისა და ძლიერი რეგულაციების კომბინირების ტენდენციაა, რომელიც მედიას სოციალურ ინსტიტუტად განიხილავს და არა უბრალოდ კერძო ბიზნესად. უმეტეს ქვეყანაში სიძულვილის ენის ამკრძალავი კანონმდებლობა მოქმედებს, რომელიც მედია შინაარსში გარკვეული სოციალური ჯგუფების წინააღმდეგ მიმართულ გამოხატვას არეგულირებს. ბევრ ქვეყანაში, მაგალითად, გერმანიაში, ავსტრიასა და ნიდერლანდებში ნაცისტური პროპაგანა იკრძალება და ჰოლოკოსტის უარყოფისათვის სერიოზული სანქციები მოქმედებს. ნორვეგიული კანონი კრძალავს რეკლამას, „რომელიც გენდერული თანასწორობის ხელყოფას შეიცავს“ (უოლანდი 1993:128); შვედეთში

ბავშვებზე მიმართული რეკლამა არის აკრძალული. კომერციულ მაუწყებლებზე დაწესებულია შეზღუდვები, რომლებიც, როგორც წესი, რეკლამის საერთო მოცულობას, კომერციული ჭრების რაოდენობას, რეკლამისა და პროგრამული შინაარსის გამიჯვნასა და პოლიტიკური პლურალიზმის მოთხოვნებს არეგულირებს. ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა ბელგიაში, დანიაში, შვედეთსა და შვეიცარიაში ან მთლიანად არის აკრძალული, ან უაღრესად მწირი მოცულობით არის დასაშვები.[49] საარჩევნო პერიოდში ელექტრონულ მედიაზე პარტიების ხელმისაწვდომობა რეგულირებულია დანიაში, ფინეთში, გერმანიასა და შვედეთში (ფარელი და უები 2000:107). ყველა ქვეყანა განსხვავებულ პოლიტიკას მიმართავს და პარტიებს არჩევნებისათვის უფასო სარეკლამო დროს გამოუყოფს. დანციგერის (1986) თანახმად, „პასუხის უფლების“ კანონი ავსტრიაში, ბელგიაში, დანიაში, ფინეთში, გერმანიაში, ნორვეგიასა და შვეიცარიაში მოქმედებს. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების უმეტესობაში ძლიერი პრესის საბჭოების არსებობაც იმაზე მიუთითებს, რომ აქ მედიას სოციალურ ინსტიტუტად განიხილავენ და შესაბამისად, კომერციული კონკურენციის ლოგიკის ლიმიტირებას ახდენენ, როგორც მინიმუმ, პრინციპების დონეზე. თუმცა ეს ინსტიტუტები, როგორც წესი, სახელმწიფოსთან არ არის დაკავშირებული.[50] გარკვეული თვალსაზრისით, ეს დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში არსებული პოლიტიკური კულტურის ასახვაცაა: სამოქალაქო საზოგადოების სიძლიერე და სამოქალაქო ფუნქციის ინსტიტუტების განვითარების ტენდენცია აუცილებალია, რადგან სხვა შემთხვევაში მას სახელმწიფო შეასრულებს. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ძლიერი პრესის საბჭოების არსებობა გარკვეულწილად სახელმწიფო ჩარევის მნიშვნელობას ამცირებს. მაგალითად, კანონი ცილისწამების შესახებ ამ ქვეყნებში ნაკლებად აქტუალურია, ვიდრე ლიბერალური და პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემებში. ჟურანალისტიკის პროფესი-

---

49 ფარელი და უები ასევე ფინეთსაც უთითებენ; სალოკანგას (პირადი კომუნიკაცია) თანახმად, ფინეთში პოლიტიკური რეკლამა აკრძალული არ არის, თუმცა იშვიათად გამოიყენება.

50 დანიაში პრესის საბჭო კანონის საფუძველზეა შექმნილი. ზოგიერთ ქვეყანაში პრესის საბჭოს ეკვივალენტი სტრუქტურები სახელმწიფოსთან არიან დაკავშირებული, მაგალითად, შვედეთის რადიოს საბჭო.

ონალიზაციისათვის პრესის საბჭოების მნიშვნელობაზე უფრო სრულყოფილად ჩვენ მომდევნო ნაწილში ვიმსჯელებთ.

დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მაუწყებლობისადმი დამოკიდებულება სრულად შეესაბამება კეთილდღეობის სახელმწიფოს მკაცრად განსაზღვრულ ლოგიკას, რომელიც ზოგადად მედიის მიმართ მოქმედებს. ბეჭდური მედიის შემთხვევაში, სახელმწიფო ერევა, რათა ბაზრის მექანიზმების მოდიფიცირება მოხდეს, თუმცა თავად სისტემა მეტწილად ლიბერალურია და კერძო მფლობელობას და საბაზრო მიდგომებს ეყრდნობა. მეორე მხრივ, მაუწყებლობის შემთხვევაში, 1980-1990-იან წლებამდე აქ სახელმწიფოს გავლენა დომინანტური იყო და ის დღესაც საკმაოდ მნიშვნელოვან ფაქტორად რჩება. მაუწყებლობას *res publica*-ს ნაწილად განიხილავენ, როგორც ინსტიტუტის, რომლის გავლენა საზოგადოებაზე საკმაოდ ძლიერია იმისათვის, რომ ის კერძო ინტერესების იმედად არ დატოვონ. ამ მიდგომის თანახმად, იგი სახელმწიფოს, როგორც ზოგადი ინტერესების წარმომადგენლის კონტროლს უნდა ექვემდებარებოდეს. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში კომერციული ტელევიზიები შედარებით გვიან განვითარდნენ. საზოგადოებრივი მაუწყებლები აქ საკმაოდ კარგად ფინანსდებოდა და ამ თვალსაზრისით სარეკლამო შემოსავლების საჭიროებისგან შედარებით „სუფთა“ იყო, იმ თვალსაზრისით, რომ სარეკლამო ბრუნვა მათი შემოსავლების მცირედ ნაწილს შეადგენდა. საზოგადოებრივი მაუწყებლების ძირითადი აქცენტი არა გასართობი, არამედ საზოგადოებრივი სამსახური იყო, რაც ნორვეგიასთან დაკავშირებით ბასტიანსენისა და სივერტსენის (1996:141) მიერ გამოთქმულ შეფასებას – „სოციალ-დემოკრატიული განმანათლებლობის სულისკვეთებას“ ასახავდა. მაუწყებლები ისე იყვნენ ორგანიზებული, რომ სოციალური ინტერესების ფართო სპექტრისათვის გაეწიათ მომსახურება. თუ 2.4 ცხრილს მივუბრუნდებით, რომელიც საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სისტემის სიძიერესა და „სისუფთავეს“ ასახავს, ვნახავთ, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები ამ ინსტიტუტებისადმი გამორჩეული ერთგულებით ხასიათდებიან. აუდიტორიის წილის მიხედვით ამ სიას დანია და ავსტრია ლიდერობენ. ერთ სულ მოსახლეზე დაფინანსების მხრივ ყველაზე მაღალი მონაცემები ბრიტანეთის მსგავსად დანიასა და შვეიცარიას (ძვირი სისტემა განპირობებულია მრავალ ენაზე მაუწყებლობით) აქვთ. ნორვეგია ერთადერთი ქვეყანაა,

სადაც საზოგადოებრივ მაუწყებელს რაიმე სახის კომერციული შემოსავალი არ აქვს, ხოლო შვედეთში ეს წილი მინიმალურია.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის მართვა

განზრახვა იმისა, რომ დააფუძნო საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რომელიც საზოგადოებრივ ინტერესს უნდა ემსახურებოდეს, წარმოშობს კითხვას იმის თაობაზე, თუ როგორ უნდა იმართებოდეს ეს სისტემა. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მართვის საკმაოდ ბევრი მოდელი არსებობს. მე-2 თავში განხილული მოდელებიდან – სამთავრობო, საპარლამენტო, პროფესიული და სამოქალაქო – დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ბოლო სამის კომბინირებას ვხვდებით. იქიდან გამომდინარე, რომ ამ სისტემაში განსაკუთრებული აქცენტი განსხვავებულ პოლიტიკურ ჯგუფებს შორის კონსენსუსის მიღწევაზე კეთდება, გასაკვირი არ არის, რომ პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებში დამკვიდრებული სამთავრობო მოდელისგან ყველამ მოახდინა დისტანცირება და პოლიტიკური უმრავლესობის კონტროლისაგან დაცვის მექანიზმები განავითარა. ეს პროფესიონალებს ძლიერი ავტონომიურობის გარანტიით უზრუნველყოფდა და ამ თვალსაზრისით BBC-ს კლასიკურ მოდელთან სიახლოვით ხასიათდებოდა. თუმცა ლიბერალურ სისტემებთან შედარებით, დემოკრატიული კორპორატიზმის სამაუწყებლო პრაქტიკაში პოლიტიკური ძალების წვლილი მართვაში გაცილებით დიდია (ის, რაც საპარლამენტო მოდელს განსაზღვრავს), ისევე, როგორც „სოციალურად რელევანტური ჯგუფებისა“ (სამოქალაქო მოდელი).

ჰოლანდიური სისტემა განსაკუთრებით ძლიერი და ორგანიზებული ჯგუფების წარმომადგენლობითობის თვალსაზრისით საკმაოდ განსხვავებულია. ჰოლანდიელებმა მაუწყებლობის ორგანიზება, ბეჭდური მედიის მსგავსად, „პილარიზებულ“ სტრუქტურას დააფუძნეს. საზოგადოებრივი რადიო არხები მათ სოციალურ საყრდენ ჯგუფებს – კათოლიკურ KRO-ს, პროტესტანტულ NCRV-ს, სოციალისტურ VARA და AVRO-ს, ასევე ლიბერალური სუბკულტურის მიერ მხარდაჭერილ „ნეიტრალურ“ორგანიზაციას შორის გადაანაწილეს. საწყის ეტაპზე დაფინანსებისა და სამაუწყებლო დროის განაწილება პოლიტიკური კრიტერიუმებით ხდებოდა, 1960-იანი წლებიდან კი – წევრობის პრინციპით, რაც მათი პროგრამების გზამკვლევის გამოწერაში აისახებოდა. ტელევიზიაც იდენტური პრინციპით იყო ორგანიზებული. 1967

წელს ქოლგა ორგანიზაცია – ჰოლანდიის სამაუწყებლო ფონდი NOS დაფუძნდა. NOS ყოველდღიურ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებს და სპორტულ პროგრამებს აწარმოებდა. სწორედ ამ დროს უკავშირდება სტანდარტიზაციისა და სეკულარიზაციის პროცესის დასაწყისი, რომელმაც შემდგომში, კომერციალიზაციის პირობებში განსაკუთრებული დინამიკა შეიძინა, რასაც ჩვენ დეტალურად მე-8 თავში გავეცნობით (ბრანტსი და მაკქუაილი 1997). როდესაც ჰოლანდიურ საზოგადოებაში „პილარიზაციამ" შესუსტება დაიწყო, 1976 წელს ახალმა კანონმდებლობამ უფრო ნეიტრალური/ლიბერული სამაუწყებლო ორგანიზაციების – TROS-ის და Veronica-ს (ეს უკანასკნელი კომერციული ორგანიზაციაა, რომელმაც თავის დროზე მაუწყებლობა პირატულად დაიწყო) შექმნის საშუალება წარმოშვა. ასევე გაჩნდა EO, რომელიც ევანგელისტურ ეკლესიასთან იყო დაკავშირებული (ნიუვენჰიუსი 1992). „პილარიზაციის" ეპოქაში შექმნილი არხები დღესაც ფუნქციონირებენ, თუმცა მათ შორის არსებული განსხვავებები ნაკლებად დრამატულია, ვიდრე ეს ერთი თაობით ადრე იყო.

ჰოლანდიური სისტემა „გარე პლურალიზმის" ფორმას ეფუძნება (ჰოფმან რიმი 1996) და ერთმანეთისგან დამოუკიდებელ მაუწყებლებს წარმოადგენს, რომლებიც თავის მხრივ, სხვადასხვა სოციალური ჯგუფის ინტერესებს ასახავენ. დემოკრატიული კორპორატიზმის სხვა ქვეყნებში კი უპირატესობას უფრო შიდა პლურალიზმს ანიჭებენ. ეს არის მცდელობა, რომ საზოგადოების სხვადასხვა ორგანიზებული ინტერესები ერთი მაუწყებლის მეშვეობით აისახოს (ან მაგალითად, ლინგვისტურად პლურალურ საზოგადოებებში, როგორიც შვეიცარია და ბელგიაა, ენობრივი პრინციპით ორგანიზებულ სისტემაში). შიდა პლურალიზმი, ჰოფმან-რიმის გაგებით, ორი ასპექტისგან შედგება: მაუწყებლობის შინაარსი, რომელმაც საზოგადოების დივერსიფიცირება უნდა ასახოს და მაუწყებლის ორგანიზაციული სტრუქტურა, რომელშიც ხშირად სხვადასხვა სოციალური, პოლიტიკური და კულტურული ჯგუფებია წარმოდგენილი. ამ თვალსაზრისით დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემა ლიბერალურისგან მნიშვნელოვნად განსხვავდება. BBC-ს „პროფესიონალური მოდელი", როგორც მთავრობის, ისე პარტიებისა და სხვა ორგანიზებული სოციალური ძალებისგან გამიჯვნას ეფუძნება. თეორიის თანახმად, პლურალიზმი მაუწყებლის მმართველობიდან პოლიტიკის გამიჯვნით მიიღწევა, ხოლო საზოგადოების დივერსიფიცირებულობის ასახვა – ნეიტრალური პროფესიონალების მეშვეობით.

საპირისპიროდ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები იხრებიან მოდელისკენ, სადაც პლურალიზმი მმართველობაში პოლიტიკური და სოციალური ძალების წარმომადგენლობით არის გარანტირებული. პორტერი და ჰეზელბახი (1991:5-6) გერმანიის სისტემასთან დაკავშირებით წერენ:

> „პლურალიზმის ინტერპრეტაცია ანგლო-საქსონური აზროვნებისათვის ესოდენ მისაღებ ლიბერალური მოდელს რამდენიმე თვალსაზრისით ცვლის. ფედერალურ რესპუბლიკაში, პარტიები საზოგადოებრივი ცხოვრების მუდმივი ინსტიტუტებია, რომელთაც პლურალიზმის უზრუნველყოფის ფუნქცია კონსტიტუციით მკაფიოდ აქვთ განსაზღვრული... მათ, როგორც წესი, მოქალაქეთა უმრავლესობის ხმად განიხილავენ, რომელიც პარტიკულარულ ინტერესებში იკვეთება. ლიბერალიზმის კლასიკური იდეა, რომლის თანახმად, სოციალური ჯგუფები სამოქალაქო უფლებებს აბსოლუტური მმართველისგან იცავენ, ჩანაცვლებულია კონცეფციით, რომელიც ისეთ ყოვლისმომცველ დემოკრატიულ, სოციალურ და ლეგალურ სახელმწიფოს (*sozialer Rechtsstaat*) გულისხმობს, სადაც ლეგიტიმაცია პარლამენტში მოქალაქეების პოლიტიკური წარმომადგენლობის გზით ხორციელდება. პოლიტიკურ პარტიებზე ასეთი ძლიერი დამოკიდებულება ბუნებრივად იმასაც ნიშნავს, რომ ფრაქციული პოლიტიკა დასავლეთ გერმანიის ცხოვრების ყველა ასპექტში, მათ შორის მაუწყებლობაშიც ღრმად აღწევს. გერმანიის საკონსტიტუციო სასამართლო არა მარტო პოლიტიკურ პარტიებს, არამედ სხვა ინტერესთა ჯგუფებსაც „ინტერმედიატორულ ძალებად“ მიიჩნევს და თვლის, რომ გადაწყვეტილების მიღების საპარლამენტო პროცესში მათი ჩართულობა საზოგადოებრივი ნების დემოკრატიულად ფორმირების აუცილებელი პირობაა. ამდენად, გარკვეული სახელმწიფო ვალდებულების განხორციელების მიზნით, არაპარტიული ინტერესებიც იერარქიზირებულია, მაგალითად, როგორიცაა: ქველმოქმედებისათვის საზოგადოებრივი სახსრების გამოყოფა, კოლექტიური შეთანხმებები და საჯარო დაზღვევა. და ბოლო, მაგრამ არანაკლებ მნიშვნელოვანი არის ის, რომ მათ მაუწყებლის რეგულირებაში მონაწილეობის მიღების მანდატი აქვთ.“

მოდელი, რომელსაც კელიმ (1983) „პოლიტიკა სამაუწყებლო სისტემაში“ უწოდა, ყველაზე მკაფიოდ გერმანიის, ავსტრიისა და განსხვავებულად ბელგიის სისტემებში იჩენს თავს, მაშინ, როდესაც ჩრდილოეთის ქვეყნები, შეიძლება ითქვას, უფრო პროფესიული მოდელისკენ იხრებიან, რომელზეც ჩვენ მე-2 თავში ვისაუბრეთ.

ფედერალური მოწყობა გერმანული სისტემის კომპლექსურობას განაპირობებს. აქ მაუწყებლობა ადგილობრივი მიწების მმართველობაში ექცევა, სადაც ცალკეულ მიწაზე განსხვავებულ ორგანიზაციულ ფორმებს ვხვდებით. მაუწყებლობის ფედერალური სტრუქტურა, რომელიც მეორე მსოფლიო ომში ნაციზმის დამარცხების შემდეგ, მოკავშირე ძალების მიერ გერმანული მედიის რეორგანიზაციის შედეგად წარმოიქმნა, მიზნად ისეთი მედიასისტემის მოდელის დამკვიდრებას ისახავდა, რომელიც ერთი პოლიტიკური ძალის მონოპოლიზებას გამორიცხავდა და პლურალიზმს უზრუნველყოფდა. იმის გათვალისწინებით, რომ გერმანული მედიასისტემა გარე პლურალიზმს ეფუძნება და სხვადასხვა მიწას სხვადასხვა პოლიტიკური უმრავლესობა მართავს, ეს პოლიტიკური განსხვავებები მაუწყებელთა ორგანიზაციულ სტრუქტურებზეც აისახება. იგივე შეეხება კერძო მაუწყებლებსაც: ჩრდილოეთ რეინ ვესტფალიაში ლიცენზირებული RTL, რომელიც ბერტელსმანის მფლობელობაშია, სოციალ-დემოკრატებისა და მწვანეების მიერ იმართება და უფრო მემარცხენედ ითვლება, ვიდრე კონსერვატიულ ბავარიაში ლიცენზირებული მეორე დიდი კომერციული მაუწყებელი Sat-1 (პატერსონი და დონბახი 1993; იხ. ცხრილი 6.1).

გერმანიის ცალკეულ მიწაზე მოქმედ საზოგადოებრივ მაუწყებელს მთავრობისგან დამოუკიდებელი ინდივიდუალური სამეურვეო საბჭო მართავს. როგორც წესი, ეს საბჭოები როგორც პოლიტიკური პარტიების მიერ პროპორციული წარმომადგენლობითი წესით დანიშნული პირებისგან, ასევე „სოციალურად რელევანტური ჯგუფების“ (მათ შორის, პროფესიული კავშირების, ეკლესიების, ინდუსტრიული და პროფესიული ასოციაციების) წარმომადგენლებისგან შედგება. პროპორციული წარმომადგენლობა და პოლიტიკური ბალანსის უზრუნველყოფის საჭიროება ორგანიზაციის საქმიანობის საკმაოდ ღრმა ასპექტებზე, მაგალითად, ჟურნალისტებისა და სხვა საკვანძო პერსონალის დანიშვნებზე აისახება. საბჭოები, რომლებიც კერძო მაუწყებლობას არეგულირებენ, ისეთივე პრინციპით მოქმედებენ, როგორც საზოგადოებ-

რივი მაუწყებლის საბჭოები. ზოგიერთ მიწაზე კომერციული მაუწყებლები ვალდებულები არიან, ან ნებაყოფლობით იღებენ ვალდებულებას, პროგრამირების საბჭოები იგივე წარმომადგენლობით შექმნან, თუმცა მათ ხშირად მხოლოდ საკონსულტაციო ფუნქცია აკისრიათ. ასე, რომ ჰოლანდიურისგან საკმაოდ განსხვავებული გერმანული სისტემა მაინც „სამოქალაქო“ მაუწყებლობის კლასიკური ნიმუშია, რომელიც არა მხოლოდ პოლიტიკური პარტიების, არამედ ორგანიზებული სამოქალაქო ჯგუფების წარმომადგენლობას ეფუძნება. ცხადია, ამ სისტემას ბევრი კრიტიკოსიც ჰყავს. ერთ-ერთი მიზეზი არის ის, რომ ამ სისტემაში საბოლოოდ პარტიები დომინირებენ და ნაწილობრივ ისიც, რომ თუნდაც „სოციალურად რელევანტური ჯგუფების“ წარმომადგენლებს პარტიებზე აქვთ სწორება. ამ თვალსაზრისით გერმანული მოდელი მაუწყებლობის საპარლამენტო მოდელისკენ „“მიექანება.“ კრიტიკის ნაწილი კი დაკავშირებულია იმ გარემოებასთან, რომ გერმანული მოდელი ვერ უზრუნველყოფს იმ სოციალური ინტერესების წარმოდგენას, რომელიც ფორმალურად ორგანიზებული არ არის და შესაბამისად, კორპორატიული რეპრეზენტატულობის სტრუქტურაში არ ჯდება.

გერმანული სისტემის კიდევ ერთი მახასიათებელია აღნიშვნის ღირსი. გერმანიაში მაუწყებლობის ზედამხედველობის მხრივ საკონსტიტუციო სასამართლო განსაკუთრებულ ფუნქციას ასრულებს. ამას რამდენიმე მიზეზი აქვს: პირველი, რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის დიდი ტრადიცია, რომელსაც ამ თავში მოგვიანებით მივუბრუნდებით; მაუწყებლის რეგულირების ფედერალური ბუნება, რომელიც ხშირად მაუწყებლობის პოლიტიკის მთავარი საკითხების გადაწყვეტას სწორედ საკონსტიტუციო სასამართლოს უტოვებს. საკონსტიტუციო სასამართლომ არაერთხელ იხსნა მაუწყებლობის დამოუკიდებლობა, როდესაც ფედერალური ან ადგილობრივი მთავრობები მათი მეტი კონტროლის ქვეშ მოქცევას შეეცადნენ (ჰამფრისი 1994: 161-2).

ავსტრიის მაუწყებლობის ფილოსოფიაც პოლიტიკური წარმომადგენლობის პრინციპს ემყარება. თავიდან ავსტრიული სისტემა საპარლამენტო მოდელი იყო და მის დირექტორთა საბჭოს პროპორციული პარტიული წარმომადგენლობა ამტკიცებდა. 1967 წელს, დამოუკიდებლობის ხარისხის გაზრდის მიზნით, საბჭო გაფართოვდა და მის ცხრა წევრს ფედერალური მთავრობა ნიშნავდა, ექვსს – პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპით, პარლამენტი, თითო წევრს – თითო ადგილობრივი მმარ-

თველობა, ექვს წევრს – მაყურებელთა და მსმენელთა საბჭო, ხოლო ხუთს დამსაქმებლები წარადგენდნენ. დირექტორის პოზიციაც გაძლიერებული იყო. თუმცა გერმანიის მსგავსად, დირექტორების უმეტესობას ავსტრიაშიც ძლიერი პარტიული კავშირები ჰქონდა. *"proporz"* პრინციპი კი დღესაც დიდ გავლენას ახდენს ყველა დონის დანიშვნაზე არა მარტო მაუწყებლობაში, არამედ ავსტრიული ცხოვრების ბევრ ასპექტში.

ბელგიაშიც, ჰოლანდიის მსგავსად, საწყის ეტაპზევე გარე პლურალიზმის სისტემა მოქმედებდა. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ იგი უფრო უნიტარიზმის, ხოლო 1960-იან წლებში ორი სისტემის – ფრანგულის და ფლამანდიურის (ორთავე შინაგან პლურალიზმს ეფუძნებოდა) მიმართულებით განვითარდა. დირექტორები აქ პროპორციული წარმომადგენლობის წესით ინიშნებოდნენ. „საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს წევრები მუდმივად, ყოველი ახალი არჩევნების შემდგომ იცვლებოდნენ", – წერს ბურგელმანი (1989:179-80), – „... დირექტორთა საბჭოს წევრები საკუთარ თავს პოლიტიკური პარტიების „მანდატურებად" აღიქვამდნენ... მათი აზრით, მხოლოდ საბჭოებში პარტიების ფიზიკურ წარმომადგენლობითობას შეეძლო ობიექტური ახალი ამბების უზრუნველყოფა". დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებიდან ბელგია ყველაზე ახლოს პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელთან დგას, როგორც პარტიულ-პოლიტიკური თვალსაზრისით, ასევე სხვა მახასიათებლების მხრივაც.[51]

ჩრდილოეთის ქვეყნების ჟურნალისტური პრაქტიკა უფრო „პროფესიონალიზაციის" მიმართულებისკენ იხრება, რომელშიც

---

51 ბელგიის საზოგადოებრივი მაუწყებლის პარტიული პოლიტიზირება ამ ქვეყნის საზოგადოებრივი ადმინისტრირების პარტიულ-პოლიტიზებულ ხასიათს სრულად შეესაბამება (კემანი 1996:240) და ყველაზე მკაფიო მახასიათებელია, რომელსაც ბელგია პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებთან ერთად იზიარებს. ეს არ არის ღრმა იდეოლოგიური წინააღმდეგობა და ძირითადად ენობრივი და სოციალური დაპირისპირებებიდან გამომდინარეობს. პოლარიზების ხარისხი ბოლო წლებში შესაძლოა იმიტომაც გაიზარდა, რომ მემარჯვენე ძალების ის ფრთა გაძლიერდა, რომელიც ქვეყანაში იმიგრაციის კანონის გამკაცრებას მოითხოვდა. პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებთან ბელგიას კიდევ ის გარემოებაც აახლოებს, რომ აქ პარტიული სისტემა ფრაგმენტაციის მაღალი ხარისხით გამოირჩევა, ხოლო მთავრობის სტაბილურობა – დაბლით: 1945-96 წლებში აქ მთავრობა ოცდათვრამეტჯერ შეიცვალა. ეს მაჩვენებელი იტალიის შემთხვევასთან ძალზე ახლოსაა (კემანი 1996).

მაუწყებლობა არაპოლიტიკურ, ერთიანი საზოგადოების სამსახურში მდგომ ინსტიტუტად განიხილება და ამდენად, პოლიტიკური დისტანცირების ხარისხი ქვეყნების მიხედვით იცვლება. შვედეთში სამოქალაქო/კორპორატისტული მაუწყებლის ლოგიკამ განაპირობა ის,რომ აქ მაუწყებლობის კორპორაციის მფლობელობა 1960 წლიდან გაყოფილია ისეთ „პოპულარულ მოძრაობებს“ შორის, როგორიცაა: პროფკავშირები, მომხმარებელთა ორგანიზაციები და ეკლესიები, ხოლო დარჩენილ 40 პროცენტს პრესისა და ბიზნესის წარმომადგენლები ფლობენ (უეიბული და ანშელმი 1992; გუსტავსონი 1996 და ჰალტენი 1997). პოლიტიკური გავლენებისგან თავისუფლების თვალსაზრისით, შვედური სისტემა BBC-სთან ყველაზე ახლო მდგომად განიხილება (ჰამფრისი 1996: 156-7). უეიბული და დერფ-პიერი განსაკუთრებით იმ გარემოებას გამოყოფენ, რომ 1960-იანი წლებიდან აქ პროფესიონალიზმის დონე ძალზე ამაღლდა. შვედეთის საზოგადოებრივ მაუწყებელში მოხდა ძვრა, რომელიც პოლიტიკურ სისტემაზე უფრო მეტ კონტროლს გულისხმობდა და ამგვარად, პოლიტიკურ ცხოვრებაზე მისი გავლენა განუზომლად გაიზარდა. დანიისა და ნორვეგიის საზოგადოებრივი მაუწყებლები კვლავაც პარლამენტის ჩრდილქვეშ რჩებიან, თუმცა იმავდროულად ავტონომიურობის მაღალი ხარისხით ხასიათდებიან. დანიაში გარე პლურალიზმის ფორმა იმით ვლინდება, რომ დანიის რადიოს (DR) დირექტორი, როგორც წესი, პოლიტიკური მემარცხენეებიდან ინიშნება, ხოლო შედარებით ახალი საზოგადოებრივი მაუწყებლის TV2-ის კი – მემარჯვენეებიდან.

ნებისმიერ შემთხვევაში, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მაუწყებლობა ორგანიზებული სოციალური ჯგუფებისა და პოლიტიკური პარტიების საზოგადოებრივ მნიშვნელობას ასახავს და ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ მხარდაჭერის პრაქტიკა მაუწყებლებში გაცილებით ნაკლებია, ვიდრე ბეჭდურ მედიაში. საზოგადოებრივი მფლობელობა და შიდა პლურალიზმი – ერთ ორგანიზაციაში სხვადასხვა სოციალური ჯგუფის წარმომადგენლობის თანაარსებობა – ღია მხარდაჭერის თვალსაზრისის გამოხატვას ზღუდავს. სხვადასხვა ჯგუფის ერთმანეთის გავლენებს აწონასწორებენ და ქმნიან განწყობას, რომ საერთო ორგანიზაციისთვის მუშაობენ, რომელსაც ყველა მხარის სამართლიანად წარმოდგენის ვალდებულება აქვს. უმეტეს შემთხვევაში, ამ ქვეყნებში მრავალი წლის განმავლობაში თითო ან ორი არხი მაუწყებლობდა და კანონი მათ პროგრამების პოლიტიკურად და

იდეოლოგიურად დაბალანსებას ავალდებულებდა, განსაკუთრებით ორი არხის არსებობის შემთხვევაში. BBC-ს დამოუკიდებელი და „ნეიტრალური“ მოდელი ჩრდილო და ცენტრალური ევროპის ქვეყნებში დიდი გავლენით სარგებლობდა, იქაც კი, სადაც იგი პარტიული და სოციალური ჯგუფების გავლენით მნიშვნელოვან მოდიფიცირებას განიცდიდა. ამ თვალსაზრისით ტელევიზიამ ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის საზოგადოების „სეკულარიზაციის“ საქმეში მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა (ამ თემას უფრო ვრცლად ჩვენ მე-8 თავში მივუბრუნდებით). სხვა მნიშვნელოვან ცვლილებებთან ერთად, ტელევიზიამ ღია, მიუკერძოებელი ჟურნალისტიკის პრინციპები გააძლიერა, რამაც თავის მხრივ, უდიდესი გავლენა პროფესიული ახალი ამბების მედიის განვითარებაზე იქონია, რასაც ჩვენ შემდეგში განვავრცობთ.

პროფესიონალიზაცია

დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მედია ისტორიულად მჭიდროდ იყო დაკავშირებული ორგანიზებულ პოლიტიკურ ძალებთან. შეიძლება ითქვას, რომ ეს კავშირები ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაციას აფერხებდა, თუმცა რეალურად ამ ქვეყნებში ჟურნალისტური პროფესიონალიზაციის პროცესმა ადრეულ ეტაპზე იჩინა თავი. ჰოიერი და ლორენცენი (1977) ამას იმით ხსნიან, რომ გაზეთების ცირკულაციის მაღალმა დონემ ახალი ამბების ორგანიზაციებს მნიშვნელოვანი რესურსების აკუმულირების საშუალება მისცა. თავის მხრივ, დამქირავებლებმა ჟურანლისტებს ღირსეული ანაზღაურება შესთავაზეს, რამაც ისინი დამატებითი შემოსავლის ძიების აუცილებლობისგან გაათავისუფლა. თანდათანობით ბეჭდურ მედიაში ჟურნალისტები სრული დატვირთვით დასაქმდნენ, რაც ჩალაბის მიერ ადრეული საფრანგეთის შესახებ შემოთავაზებული სურათისგან სრულიად განსხვავდებოდა. საფრანგეთის შემთხვევაში ჟურნალისტები ბევრ სხვა სფეროშიც იყვნენ დაკავებულები, მაგალითად, ხელოვნებაში, ლიტერატურასა და პოლიტიკაში. შესაბამისად, პროფესიული იდენტობა აქ გვიან ჩამოყალიბდა (ჩალაბი 1996). ჟურნალისტურ სამყაროში არსებული იდეოლოგიური, რელიგიური და პოლიტიკური განსხვავებებისა, სრული განაკვეთით დასაქმებული ჟურნალისტებისთვის სოციალური კონტაქტების მხრივ ახალი შესაძლებლობები გაიხსნა. როგორც ჰოიერი და ლორენცენი მიუთითებენ, პირველი ნორვეგიული ჟურნალისტური ასოციაცია

1883 წელს, პარლამენტზე ერთი წლით ადრე დაფუძნდა. ეს ფაქტი ასევე „პოლიტიკური ხიდჩატეხილობის წელსაც“ უსწრებდა (1977:102). „ამ მოვლენათა ურთიერთკავშირი ერთიან ლოგიკაში ვერ ექცევა“, – წერდნენ ისინი, „პრესაში მძაფრი პოლიტიკური დაპირისპირების პერიოდები ჟურნალისტების გაერთიანების მცდელობამ ჩაანაცვლა. რატომ ახლა და არა ადრე“? ისინი ამ საკითხს ასე ხსნიან: „პარტიულმა კონფლიქტებმა რედაქტორები და პოლიტიკური რეპორტიორები მთელი ქვეყნის მასშტაბით ერთად შეყარა. ის გარემოება, რომ პარლამენტი მათი თავშეყრის ადგილად იქცა, იმდენად მნიშვნელოვანი არ იყო, როგორც თანმდევი პროცესი, რომელმაც მათ საერთო ინტერესების აღმოჩენისა და გააზრების საშუალება მისცა“ (102).

პირველი ჟურნალისტური კავშირები სკანდინავიასა და ჩრდილოეთ ევროპის სხვა მხარეებში შეიქმნა. ლიბარალური და პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებთან შედარებით, ასეთი ორგანიზაციები აქ დღესაც ძალზე ძლიერები არიან. ნორვეგიაში პროფესიული ასოციაცია ჟურანლისტიკის ბრიტანულ აკადემიაზე 7 წლით ადრე, 1883 წელს შეიქმნა. ნიდერლანდებში პირველი ჟურნალისტური ასოციაცია (NJK) 1894 წელს დაფუძნდა. მომდევნო წლებში სხვა კავშირები რელიგიური და პოლიტიკური აფილირების მიხედვით იქმნებოდა.[52] გერმანიაში ცენტრალური ჟურნალისტური ორგანიზციები – Verband deutcher Journalisten და Schrifstellervereine 1895 წელს დაფუძნდნენ. შვედეთში პუბლიცისტების კლუბი 1874 წელს შეიქმნა და მასში ჟურნალისტები, გამომცემლები და, რა თქმა უნდა, ჟურნალისტური ეთიკის საკითხებით დაინტერესებული ადამიანები გაერთიანდნენ (უეიბული და ბიორხესონი 1992). ჟურნალისტთა კავშირი 1901 წელს შეიქმნა (ჰოიერი და ლორენტსენი 1977). ფინეთის ჟურნალისტთა კავშირი 1921 წელს დაფუძნდა. პირველი ათწლეულების განმავლობაში ამ კავშირებში პოლიტიკური ნიშნით დაქსაქსულობა აღინიშნებოდა, თუმცა 1930-40-იან წლებში, როდესაც დემოკრატიული კორპორატიზმის კონსოლიდაციის ხარისხი გაიზარდა, ისინი ერთიან, ძლიერ ორგანიზაციებად ჩამოყალიბდნენ.[53] უძ-

---

52 „დეპილარიზაციის“ პროცესის შედეგად, სხვადასხვა კავშირები გაერთიანდნენ და 1965 წლისათვის სამმა ჟურნალისტურმა ორგანიზაციამ, ერთი კავშირი the Nederlander Vereniging van Journlaste (NVI) შექმნა.

53 ჰოიერისა და ლორცენის აღწერილობით, პროფესიონალიზაციამ სკანდინავიის ქვეყნებში დააგვიანა, რაც პრესის პოლიტიკური კავ-

ველესი პრეს-კლუბი „პრეს-კლუბი კონკორდია“ ავსტრიაში 1851 წელს დაფუძნდა და წამყვანი ავსტრიელი ჟურნალისტები და უცხოელი კორესპონდენტები გააერთიანა. არსებობენ ორგანიზაციები, რომლებიც კონკრეტული „თემების“ გაშუქების წესებს ადგენენ. გერმანიაში ასეთი ორგანიზაციაა Bundespresskonferentz, რომელიც ბრიტანეთის Wensminster Lobby-ს ან იაპონიის პრეს-კლუბის მსგავსად, პრესკონფერენციებს აორგანიზებს და მნიშვნელოვანი პოლიტიკური მოვლენებისა და საპარლამენტო საქმიანობის გაშუქების წესებს ადგენს. ხშირად ამ ორგანიზაციებს იმ ჟურნალისტებისათვის სასჯელების (მეტწილად სიმბოლური ხასიათის) დაკისრების შესაძლებლობაც აქვთ, რომლებიც დადგენილ წესებს არ ემორჩილებიან.

სხვა ასოციაციების მსგავსად, ჟურნალისტური კავშირები დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებშიც უნიტარულია – რელიგიური და პოლიტიკური ნიშნით დაყოფის გარეშე (თუმცაკლუბები, სადაც ჟურნალისტები პოლიტიკური ან რელიგიური ნიშნით ერთიანდებიან, არსებობს). ისინი წევრთა დიდ რაოდენობას ითვლიან, რაც უნივერსალურ შემთხვევაში დაახლოებით 50-60 პროცენტს აღწევს (მაგალითად, გერმანიაში [შონბახი, შტუერცებეხერი და შნაიდერი 1998:221] და ნიდერლანდებში [ვან ლენთი და ბოერეფინი 1993]). აღნიშნული მონაცემები, შედარებითობის თვალსაზრისით, უაღრესად მაღალია. ეს ორგანიზაციები აქტიურად არიან ჩართულები პრესის ეთიკის და პრესის თავისუფლების, ასევე ეკონომიკური საკითხების განხილვაში. ჰეინონენი (1998:175) აღნიშნავს, რომ თითქმის ყველა ფინელი ჟურნალისტი თვეში ორჯერ გამომავალი კავშირის გაზეთს ეცნობა. ჰამფრეის შეფასებით (1994), გერმანელ ჟურნალისტთა კავშირს უფრო „პრაქტიკოსი ჟურნალისტებისა და რედაქტორების ასოციაციის სახე აქვს, ვიდრე პროფკავშირის“. სხვა ორგანიზაციების მსგავსად, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ჟურნალისტურ გაერთიანებებს, ისევე, როგორც მფლობელთა ასოციაციებს, მედია პოლიტიკის საკითხებთან დაკავშირებით ფორმალური ხმის უფლება აქვთ.

დემოკრატიული კორპორატიზმისათვის ასევე დამახასიათებელია პრესის თვითრეგულირების შედარებით ძლიერი, ფორმალიზებული სისტემები. ბელგიის გარდა, ყველა ქვეყანაში ფუნქცი-

---

შირებითა და დაყოფებით იყო განპირობებული. თუმცა შედარებით კონტექსტში ამ განვითარებას ადრეული და ძლიერი ხასიათი ჰქონდა.

ონირებს პრესის საბჭო, მათ შორის ყველაზე ძლიერი და ცნობილი შვედეთის პრესის საბჭოა, რომელიც ღირსების სასამართლოდან იღებს სათავეს. პუბლიცისტთა კლუბმა ის 1916 წელს დააფუძნა (უეიბული და ბიორხესონი 1992). მის სიძლიერეს რამდენიმე ელემენტი განაპირობებს: მას აქვს როგორც გაზეთის დაჯარიმების, ასევე საბჭოს გადაწყვეტილების გამოქვეყნების დავალდებულების უფლება; მას მოსამართლე ხელმძღვანელობს,ხოლო მედია ინდუსტრია საბჭოში უმცირესობით არის წარმოდგენილი; დამატებითი მექანიზმია პრესის ომბუდსმენი, რომელიც საჩივრების შესწავლის მხრივ საბჭოს ეხმარება და საკუთარ თავზე იღებს დატვირთვის იმ ნაწილს, რაც მოქალაქეებისათვის საჩივრის მომზადებას უკავშირდება. ამ ინსტიტუტს ასევე ლეგიტიმაციის მაღალი ხარისხი ახასიათებს, რადგან მას შვედი ჟურნალისტები და გამომცემლები აღიარებენ და ეს გაცილებით მნიშვნელოვანი ფაქტორია, ვიდრე დაჯარიმების უფლება. უეიბულს და ბიორხესონს (1992) ასეთი მაგალითი მოჰყავთ: შვედეთის პრემიერ-მინისტრის ულოფ პალმეს მკვლელობის გამოძიების პროცესში, ორი წლის მანძილზე შვედურ მედიას ეჭვმიტანილის სახელი და გვარი საჯაროდ არც ერთხელ არ უხსენებია, რაც სრულიად წარმოუდგენელია ბრიტანული ან იტალიურ პრესის შემთხვევაში. ეს, მკვლევართა აზრით, სწორედ შვედეთის პრესის თვითრეგულირების ძლიერების მაჩვენებელია. ნორვეგიაში პრესის საბჭო სათავეს 1936 წლიდან იღებს და მასში საზოგადოების წარმომადგენლებიც მონაწილეობენ (ისევე, როგორც ჰოლანდიაში). ის საზოგადოების წევრებს საჩივრების მომზადებაში ეხმარება, თუმცა რაიმე სამართლებრივი სანქციის გამოტანის უფლებამოსილებას მოკლებულია. ჰეინონენი (1998:181) მიუთითებს, რომ ფინეთის პრესის საბჭოს გადაწყვეტილებები ჟურნალისტთა კავშირის ჟურნალში ქვეყნდება, რომელსაც გამოკითხვის თანახმად, ფინელი ჟურნალისტების 40 პროცენტი რეგულარულად და ყურადღებით ეცნობა, ხოლო დანარჩენები შემთხვევიდან შემთხვევამდე. გერმანული პრესის საბჭო მხოლოდ ჟურნალისტებითა და გამომცემლებით არის დაკომპლექტებული, რაც ნაწილობრივ მის სისუსტეს განაპირობებს. საბჭოს გადაწყვეტილებების რეგულარულ იგნორირებას დომინანტი ტაბლოიდი *Neue Kronenzeitung* ახდენს (ჰამფრისი 1996:61-2).

დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში პრესის საბჭოები მეტწილად არა სახელმწიფოს, არამედ ჟურნალისტების ან გამომცემლების მიერ, ან სულაც ერთობლივად დაფუძნდა. ზო-

გიერთ შემთხვევაში სახელმწიფოს მხრიდან რეგულირების შემოტანაზე წუხილი პრესის საბჭოების შექმნის ძლიერი მოტივატორი გახდა. მათი საქმიანობა დაფუძნებულია ჟურნალისტური ეთიკის კოდექსებზე, რომელთა შემუშავება ჟურნალისტთა და გამომცემელთა ორგანიზაციების მიერ მოხდა (ლაიტილა 1995) და ამდენად, მათ შორის გარკვეული მხარდაჭერა უზრუნველყოფილია (ჰეინონენი 1998:180). ამ მოდელისგან გამონაკლისს მხოლოდ დანია წარმოადგენს, სადაც პრესის საბჭო 1992 წელს პრესის ვალდებულებათა აქტის საფუძველზე დაფუძნდა. ამ კანონშივე გაერთიანდა ეთიკის კოდექსი, რომელიც გამომცემლებმა ოცდახუთი წლის წინ მიიღეს. ჟურნალისტთა კავშირმა ეთიკის კოდექსთან მიერთებაზე უარი განაცხადა და ეს იმით დაასაბუთა, რომ ცალკეული ჟურნალისტი და გაზეთი ეთიკურობის საკითხებს (კრუზე ნ.დ) თვად უნდა წყვეტდეს. მიუხედავად ამისა, დანიელი ჟურნალისტების ეთიკური კულტურა სკანდინავიის სხვა ქვეყნებისგან დიდად არ განსხვავდება. ჰამფრისისა და სხვათა შეფასებით (Article XIX 1993; ჰამფრისი 1996) შვედეთის, ნიდერლანდებისა და ნორვეგიის პრესის საბჭოები განსაკუთრებული ეფექტიანობით გამოირჩევიან.

ფორმალური ჟურნალისტური განათლების არსებობა დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ასევე უწყობს ხელს გამოკვეთილი ჟურნალისტური იდენტობის დამკვიდრებას, თუმცა ამ პროცესზე გავლენა ჟურნალისტური ორგანიზაციებისა და სისტემების, თვითრეგულირების განვითარებამაც მოახდინა. ფინეთში ეს პროცესი 1920-იანი წლებიდან, სამოქალაქო ომის შემდგომ იღებს სათავეს, როდესაც ცენტრალიზებული საუნივერსიტეტო სისტემა შეიქმნა და სხვა პროფესიებთან ერთად ჟურნალისტიკის სწავლებაც დაიწყო, თუმცა დემოკრატიული კორპორატიზმის სხვა ქვეყნების მსგავსად, 1960-იან წლებამდე ეს მაინც ერთობ შეზღუდული მოცულობით ხდებოდა. შვედეთში ჟურნალისტიკაში პირველი სასწავლო კურსი გიოტებორგის უნივერსიტეტში 1930 წელს დაიწყო, ხოლო პირველი სრულფასოვანი დიპლომები აქ 1960 წელს გაიცა. ნორვეგიაში ჟურნალისტიკაში ფორმალური განათლება 1951 წლიდან იღებს სათავეს. ნიდერლანდებში უტრეხტის უნივერსიტეტში პირველი არააფილირებული პროგრამა 1966 წლიდან დამკვიდრდა, მანამდე კი სწავლება სხვადასხვა ფორმატში მიმდინარეობდა.

ჟურნალისტური ავტონომიის ხარისხი დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში შედარებით მაღალია. დონბახისა და

პატერსონის (1992) კვლევის თანახმად, ბრიტანელ, იტალიელ და ამერიკელ ჟურნალისტებთან შედარებით, გერმანელი ჟურნალისტები ზემდგომი მენეჯერებისა და რედაქტორების მხრიდან ზეწოლას ყველაზე ნაკლებად უჩიოდნენ, რაზეც მხოლოდ 7 პროცენტი საუბრობდა მაშინ, როდესაც იმავე პრობლემაზე შეერთებულ შტატებში მოქმედი ჟურნალისტების 14 პროცენტი, ბრიტანელების 22 პროცენტი და იტალიელების 34 პროცენტი ამახვილებდა ყურადღებას. შვედი ჟურნალისტების მსგავსად, გერმანელების მცირე პროცენტი საუბრობდა იმაზე, რომ მათ მიერ მომზადებული ახალი ამბები რედაქციაში შეცვალეს: „ახალი ამბები, როგორც წესი, უცვლელად იბეჭდება ან ვრცელდება." ეს დასკვნა სრულ შესაბამისობაშია ბრიტანული და გერმანული რედაქციების შესახებ ესერის (1998) მიერ ჩატარებულ კვლევასთან, რომლის თანახმად, ახალი ამბების გერმანული რედაქციები ბრიტანულ სტრუქტურაზე ნაკლებ იერარქიულია, ხოლო გერმანელი ჟურნალისტები მინიმალური ზედამხედველობის ქვეშ, უფრო ინდივიდუალურად მუშაობენ.[54] გერმანული ჟურნალისტიკის კულტურა, დიდწილად ტოტალიტარულმა გამოცდილებამაც გამოკვეთა და ავტონომიურობა, როგორც ღირებულება, ამ გამოცდილების მემკვიდრეობასაც უკავშირდება. დემოკრატიული კორპორტიზმის სხვა ქვეყნების მსგავსად, გერმანელი ჟურნალისტების შრომითი უფლებები კარგად არის დაცული, რაც მათი ავტონომიურობის ხარისხზეც აისახება. თუმცა გაზეთებზე,

54 ესერი, დიდი ბრიტანეთისა და გერმანიის ახალი ამბების რედაქციების შედარებითი კვლევისას, ორ რუტინულ სხვაობას უსვამს ხაზს. ბრიტანეთში ახალი ამბების სარედაქციო მოწყობაში ფუნქციები უფრო მკვეთრად არის გამიჯნული, ვიდრე ეს გერმანულ პრაქტიკაში ხდება: გერმანიაში რეპორტიორებს, რედაქტორებსა და კომენტატორებს შორის მკაფიო გამიჯვნა არ გვაქვს. მიუხედავად იმისა, რომ გერმანულ საინფორმაციო გამოშვებებში ახალი ამბავი და კომენტარის გამიჯვნა უზრუნველყოფილია, მკაფიო ორგანიზაციულ დაყოფაზე ეს არ აისახება. ამ გარემოებას ესერი კულტურული განსხვავებულობით ხსნის. გერმანული პროფესიული კულტურა, ისტორიულად კომენტირებისა და შეფასებისაკენ იხრება. ბრიტანეთში ნაციონალური გაზეთები ორგანიზაციული პროცედურებისა და შინაარსობრივი თვალსაზრისითაც, მოდელურ გამოცემებად განიხილება. ამ გაზეთების დიდი ფინანსური რესურსები ორგანიზაციის სეგმენტირების საშუალებას იძლევა, სადაც პროფესიონალებს საკუთარი, განსაზღვრული როლი აქვთ. გერმანიის რეგიონულ პრესაში კი ორგანიზაციული შემადგენელი უფრო მცირეა, სტრუქტურა უფრო – მოქნილი და შრომის გადანაწილება კი – ნაკლები.

როგორც *tendenz* ანუ „იდეოლოგიურ“ წარმოებაზე, მენეჯმენტში თანამშრომელთა აუცილებელი მონაწილეობის საკანონმდებლო ვალდებულება არ ვრცელდება, როგორც ეს სხვა წარმოებების შემთხვევაში ხდება (ეს, თავის მხრივ, კარგი ილუსტრაციაა იმისა, რომ გერმანული კულტურა „გაზეთის ფუნქციას ინფორმაციისა და გამოხატვის თავისუფლების პატივისცემის პარალელურად, „იდეოლოგიური მართვის“ ინსტრუმენტად აღიქვამს“).[55] 1970 წელს გერმანიაში მიმდინარეობდა დებატები innere Pressfreiheit ანუ პრესის შიდა თავისუფლების შესახებ, რაც საინფორმაციო ორგანიზაციის წიაღში ჟურნალისტის თავისუფლების საკითხებს უკავშირდებოდა. იყო მცდელობა, რათა tendenz-ით შეთავაზებული მესაკუთრეების უპირატესი უფლების დაცვის ნორმებს მიბრუნებოდნენ, ხოლო გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში ჟურნალისტების მონაწილეობის ხარისხი გაზრდილიყო. რამდენიმე გაზეთმა და ჟურნალმა Stern-მა სარედაქციო სტატუტები შექმნეს, რამაც ჟურნალისტებს გარკვეული უფლებებიც განუსაზღვრა (დღეისათვის ყველაზე ცნობილი მაგალითია მემარცხენე ფრთის ყოველდღიური Taz); თუმცა კანონმდებლობაში ამ უფლების დამკვიდრებას კვლავ მედია მფლობელებმა შეუშალეს ხელი (ჰამფრისი 1994: 108-10; ჰოლტცი – ბაჩა 2002). ეს ტალღა 1970 წლის შემდგომ საგრძნობლად შესუსტდა. 1980-იან წლებში, როდესაც გერმანიაში კერძო მაუწყებლობის ტალღა აგორდა, ზოგიერთმა ადგილობრივმა ხელისუფლებამ მათ ჟურნალისტური ავტონომიის დაცვის მიზნით, სარედაქციო სტატუტის შესახებ მოლაპარაკებების წარმოება მოსთხოვა. მიზანი მედია პლურალიზმის უზრუნველყოფა და კერძო მაუწყებლობაში მედიის ინსტრუმენტალიზაციისგან დაცვა იყო.

---

55 ფრაზა „იდეოლოგიური მართვა“ ბიზნეს წარმოებაში მუშათა მონაწილეობის შესახებ ევროპის კავშირის დირექტივიდან მომდინარეობს, რომელმაც ქვეყნებს „იდეოლოგიური წარმოების“ გამორიცხვის შესაძლებლობა მისცა. ამ დებულების თანახმად, დემოკრატიული კორპორატიზმის სამმა ქვეყანამ – გერმანიამ, ავსტრიამ და შვედეთმა ახალი ამბების გამორიცხვა გადაწყვიტეს (ჰოლტცი-ბაჩა 2002). როგორც ჩვენ მომდევნო ტექსტში ვნახავთ, გერმანელი ჟურნალისტების შემთხვევაში, სახეზეა ტენდენცია, როდესაც ისინი იმ გაზეთებში მუშაობენ, ვის პოლიტიკურ შეხედულებებსაც იზიარებენ. შესაძლოა, ესეც იყოს სარედაქციო საქმეებში ჩარევის დაბალი მაჩვენებლის შედეგი, რადგან პოლიტიკური კოორდინაცია უკვე დაქირავების ეტაპზე მიღწეული ამოცანაა.

ჟურნალისტების მიერ სარედაქციო სტატუტის (*redactienstatuten*) მოპოვების წარმატებული მაგალითია 1960-70-იანი წლების ნიდერლანდები. ეიკის შეფასებით, სწორედ ასეთი სტატუტი ეხმარება ჟურნალისტიკას იმის ახსნაში, რატომ არ დატოვა „დეპილარიზაციამ“ (რაზეც მომდევნო თავში ვისაუბრებთ) „სივრცე ღია სრულად კომერციული და ტაბლოიდური პრესისთვის“ (316). სახელმწიფო სუბსიდირებით ნიდერლანდებსა და ნორვეგიაში მხოლოდ ის მედიასაშუალებები სარგებლობენ, სადაც ჟურნალისტებს სრული სარედაქციო ავტონომია აქვთ გარანტირებული (ჰამფრისი 1996). ნორვეგიაში redaktorplakaten ანუ სარედაქციო კოდექსი, ასევე ნორვეგიის ეთიკის პრესის ასოციაციის კოდექსი მთავარ რედაქტორს აძლევს უფლებას, ერთპიროვნულად გადაწყვიტოს, თუ რა გამოაქვეყნოს. გამომცემელი შინაარსის გაკონტროლების პროცესიდან სრულიად მოწყვეტილია და ამ უფლებას ნორვეგიის სასამართლოც აღიარებს. ნორვეგიულ გაზეთებში მფლობელთა მხრიდან ინტერვენციებს 1987 წელს გაზეთებიდან ჟურნალისტების მასობრივი საპროტესტო წასვლა და საბოლოოდ გაზეთ *Midhordaland*-ის დახურვა მოჰყვა (უოლანდი 1993;120-1).

დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების ჟურნალისტიკაში არსებული პროფესიონალიზმის მაღალი დონის გამო, მედიის ინსტრუმენტალიზაცია არც მკვლევართა შორის, არც საჯარო დებატებისას ცენტრალური საკითხი არ არის, როგორც ეს პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებში ხდება (რაც ჩვენ მე-5 თავში უკვე განვიხილეთ). ლიბერალური მოდელის ქვეყნებთან შედარებით, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ეს საკითხი ნაკლებ ყურადღებას იპყრობს. გამონაკლისი გერმანიაა, სადაც მემარჯვენე ფრთის Bild-სა და Welt-ის მფლობელ აქსელ სპრინგერს 1960-70-იანი წლებში უაღრესად წინააღმდეგობრივი საკითხი უკავშირდება (ჰამფრისი 1994:92ff).[56] ზოგადად, დებატები მედია მფლობელობის პოლიტიკურ იმპლიკაციებთან დაკავშირებით უფრო სტრუქტურულ ხასიათს ატარებს, ვიდრე ინსტრუმენტალურს: წუხილი მედიის კონცენტრაციის შედეგად დივერსიფიცირებულობის შემცირებას და ცენტრისტული თუ მემარჯვენე „ბურჟუაზიული“ გაზეთების მიერ, კომერციული კონ-

56 სპრინგერის სარედაქციო პოლიტიკა საფუძვლად დაედო პოპულარულ ნოველას „კატარინა ბლუმის დაკარგული ღირსება“ (ბიოლი 1975).

კურენციის პირობებში, მემარცხენეთა გამოცემების ბაზრიდან განდევნის ტენდენციას უკავშირდება.

ჟურნალისტური ავტონომიის ამ ხარისხის განვითარებას, ხოლო სტრუქტურულ დონეზე ახალი ამბების მედიის, როგორც დამოუკიდებელი ინსტიტუტის დიფერენცირებას, საკმაოდ კომპლექსური ისტორიული წინაპირობები აქვს. მეცხრამეტე საუკუნის დასაწყისში, მიუხედავად იმისა, რომ პროფესიული ეთიკა და სოლიდარობა საკმაოდ განვითარებული იყო, ჟურნალისტიკის პოლიტიკურ შინაარსზე მედია მფლობელებს, პარტიული კუთვნილების შემთხვევაში კი პარტიებს, დიდი გავლენა ჰქონდათ. „სარედაქციო საბჭოს რკინის ხელი აკონტროლებდა იმას, ვის ექნებოდა ჟურნალისტებისგან პოლიტიკაზე საუბრის უფლება“ (ოლსონი 2006:6). 1950-იანი წლების შესახ შვედური პრესის მიმოხილვაში ოლსონი აღნიშნავს, რომ სარედაქციო სტატიების ავტორები, რომლებიც იმავე დროს ჟურნალისტები იყვნენ და პოლიტიკურ წრეებთან ახლო კავშირები ჰქონდათ. ისინი კარგავდნენ აქტუალობას და „სოციალურად სანდო ახალი ამბების რეპორტიორების“ სტატუსს. მოგვინებით ზოგადი დიფერენცირების პროცესი უფრო დინამიკური გახდა. პარტიულ ლიდერებსა და სოციალურ ინსტიტუტებს შორის განვითარებულმა ამ პროცესმა „მოდერნიზაციისა და პროგრესის“ თვალსაზრისით მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა. „ახალი ამბების ჟურნალისტიკას საშუალება მიეცა, ჩართულიყო მიმდინარე პოლიტიკურ ცხოვრებაში, ერთი დათქმით, რომ ის არაკონტროვერსიული დარჩებოდა“ (165). 1960-იან წლებში შვედეთსა (ჰადენიუსი 1983; დჯერფ-პიერი 2000; ოლსონი 2002) და სხვა ქვეყნებშიც (მაგალითად, ვიგბოლდი 1979; ვან დერ ეიკი 2000) ეს დათქმა დიდი გამოწვევის წინაშე აღმოჩნდა. კრიტიკული პროფესიონალიზმის კულტურა წარმოიშვა და ჟურნალისტებმა პოლიტიკური და სოციალური ელიტების კრიტიკის საჭიროება დაინახეს. მათ მიაჩნდათ, რომ ყურადღების ფოკუსირება სოციალურ პრობლემატიკაზე უნდა მომხდარიყო და ხშირად ამას აქტივისტური ელფერიც ჰქონდა: „ჟურნალისტებს... გაუჩნდათ ამბიცია, პოლიტიკოსების საქმიანობა ეკონტროლებინათ, ზეგავლენა მოეხდინათ სოციალურ-პოლიტიკურ საკითხებზე, მიმდინარე დებატებსა და საჯარო ინსტიტუტების პოლიტიკურ პრაქტიკაზე“ (დჯერფ-პიერი 2000:254). აქტივიზმით გატაცება, რაც „პრესის თავისუფლებისათვის“ ბრძოლაშიც გამოიხატებოდა, მხოლოდ დროებითი გატაცება აღმოჩნდა და 1970-იანი წლებიდან მოყოლებული, ჟურნალისტები

ნაკლებად ხედავენ საკუთარ თავს, როგორც აქტიური მოქალაქეობის მობილიზატორების. თუმცა არსებული ინსტიტუტებისადმი კრიტიკული დამოკიდებულების ტენდენცია კვლავაც რჩება, ისევე, როგორც ჟურნალისტების პოზიცია, რომ ისინი თავად უნდა განსაზღვრავდნენ ახალი ამბების დღის წესრიგს.

„კრიტიკული პროფესიონალიზმისაკენ" ძვრამ, როგორც ბეჭდურ, ასევე ელექტრონულ მედიაშიც იჩინა თავი, მიუხედავად იმისა, რომ იმ ხანად მაუწყებლობა მხოლოდ საზოგადოებრივი იყო. ბეჭდვითი მედიის შემთხვევაში კი ეს პროცესი კომერციულ და პარტიულ პრესაში ორივეგან წარიმართა. ჰადენიუსი (1983: 300) შვედურ პარტიულ პრესას ამ ცვლილებების ადრეულ ეტაპზევე აკვირდებოდა:

> „თითქმის წარმოუდგენელი იყო, რომ გაზეთს საკუთარი პარტია გაეკრიტიკებინა. დღეს ეს ზოგადი წესია: საკუთარი პარტიის წევრი ისეთივე ჟურნალისტური კრიტიკის სუბიექტია, როგორც სხვა პარტიის. დღეს ჟურნალისტები სრულიად განსხვავებული მიზნებით მოქმედებენ. ისინი არც პოლიტიკოსების და არც ორგანიზაციების დაკვეთებს არ იღებდნენ. ისინი ითხოვდნენ, რომ გაზეთების ახალი ამბების სვეტების ადმინისტრირება პოლიტიკური პრინციპების მიხედვით არ განხორციელებულიყო. თუმცა ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ პოლიტიკური შეფერილობის აღმოჩენა ახალი ამბების „კოლამნებში" დღესაც შესაძლებელია."

ჰადენიუსი პარტიული გაზეთების კვლევისას განმარტავს, რომ ისევე, როგორც კომერციულ მედიაში, ჟურნალისტებს სამსახურში აქაც პროფესიონალიზმის ნიშნით იყვანენ და მათ ერთი ორგანიზაციიდან მეორეში გადასვლის საშუალება აქვთ: ჟურნალისტი ერთიანი პროფესიული კულტურის შემადგენელი იყო, რაც პოლიტიკურ აფილირებაზე მაღლა იდგა. იმავე დროს, ეკონომიკური თვალსაზრისით, პარტიული გაზეთები კომერციულებთან კონკურენციაში იყვნენ და კომერციულების მსგავსად, სრულებითაც არ სურდათ, რომ მკითხველებს მათში „პარტიული ჩვრები" დაენახათ. ჰადენიუსის აღწერაში პოლიტიკური პარალელიზმისა და პროფესიონალიზაციის თანაარსებობის ფაქტი ჩანს, რაც დემოკრატიული კორპორატიზმის განმასხვავებელი ნიშანია და ესოდენ ძლიერი იყო იმ პერიოდისათვის, რომელსაც ჰადენიუსი

აღწერდა.[57] ჟურნალისტი არის პროფესიონალი, რომელიც წესებს პატივს სცემს და მისი რუტინული საქმიანობა თანხმობაშია ერთიან პროფესიულ სტანდარტთან, ის ჟურნალისტური პრაქტიკის პოლიტიკური გავლენისაგან ავტონომიურობას უჭერს მხარს.[58] ამავე დროს ის ინარჩუნებს საკუთარ პოლიტიკურ/იდეოლოგიურ იდენტობას, როგორც ინდივიდი, ასევე როგორც ახალი ამბების ორგანიზაციის თანამშრომელი, რომელიც ხშირად პოლიტიკურ სამყაროში თავად აქტიურად ერთვება.

პოლიტიკური პარალელიზმის დაღმასვლა და მდგრადობა

1980-იან წლებში ჰადენიუსის მიერ დანახული პროცესი, რომელიც ძლიერი პარტიული იდენტიფიცირებისგან გაზეთების დისტანცირებას უკავშირდებოდა, კვლავაც გაგრძელდა. ამ პროცესში მომხდარ კიდევ უფრო ფუნდამენტურ ცვლილებებს უეიბული და ანშელი (1991:38) ათწლეულის შემდეგ ასე აღწერდნენ:

> „პრესა პოლიტიკურ პარტიებთან ტრადიციითაა დაკავშირებული: თითქმის ყველა გაზეთმა ოფიციალურად აღიარა საკუთარი მიკერძოებული ორიენტაცია – 4/5 სარედაქციო გვერდებზე არასოციალისტურ, ხოლო 1/5 სოციალისტურ ხედვებს ატარებდა. 1970-იანი წლების შუამდე გაზეთების მიკერძოებული იდეოლოგიური კუთვნილება ახალი ამბების პრეზენტაციის დროსაც თვალსაჩინო იყო, თუმცა უკანასკნელ ათწლეულებში თანამედროვე ჟურნალისტიკისთვის პროფესიული გარღვევა მოხდა, განსაკუთრებით ანგლო-საქსონური ტიპის მედიაში."

57 ჰოიერი და ლორენტსენი (1977:109) საუბრობენ „პოლიტიკოსების მიმართ ამბივალენტურ დამოკიდებულებაზე ... ნაწილობრივ ერთგულ თანამზრახველებსა და ნაწილობრივ მოწინააღმდეგეებზე" და „პროფესიული კულტურის ორბუნებოვნებაზე". მათ მოჰყავთ მონაცემები, რომელთა თანხმად, „70-იანი წლების დასაწყისში, ნორვეგიელი ჟურნალისტების 74 პროცენტი ეთანხმება იმას, რომ ჟურნალისტი პარტიისგან დამოუკიდებელი უნდა იყოს და იმავდროულად, 62 პროცენტი აცხადებს, რომ ისინი, საკუთარი გაზეთების პარტიული ხაზისადმი ლოიალურები უნდა იყვნენ.

58 ჰოლცი-ბაჩა (2002) ასევე აღნიშნავს, რომ სარედაქციო სტატუტები გერმანიაში სწორედ სოციალ-დემოკრატების მფლობელობაში არსებულ გაზეთებშია.

ნამდვილი პარტიული პრესა, რომელიც 70-იან წლებში დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ისევ აქტუალური იყო, დღეს შეჭირვებით არსებობს. პოლიტიკური პარალელიზმის ხარისხმა მთელ მედიაში მნიშვნელოვნად იკლო. გაზეთების დეპოლიტიზაციის პროცესი უფრო ზოგად, საზოგადოების სეკულარიზაციის იმ პროცესს დაემთხვა, რომელზეც ჩვენ მე-8 თავში ვისაუბრებთ. ტრადიციული მასობრივი პარტიების მნიშვნელობამ იკლო, როგორც პარტიის წევრობის რაოდენობის, ასევე წარმომადგენლობითი და სიმბოლური თვალსაზრისითაც, იმ პირობებში, როდესაც სოციალიზაციის სხვა სააგენტოების როლი იზრდებოდა, ისევე, როგორც საზოგადოების ფრაგმენტაცია, ხოლო სტრუქტურირებული სოციალური დაყოფა ქრებოდა (დალტონი 1988; პანებიანცო 1988). სეკულარიზაციის პროცესი, რომელიც 1960-1970-იან წლებში ჯერ კიდევ ძალას იკრებდა, მომდევნო ათწლეულში „კომერციული წარღვნის“ შედეგად უფრო გამოკვეთილი გახდა, რამაც მაუწყებლობის ტრანსფორმაცია უზრუნველყო – შემდეგში კი ბეჭდური მედიის მიმართულებითაც განვითარდა. ამ პროცესმა პოლიტიკურ სისტემასთან მედიის კავშირები შეასუსტა. ტენდენცია „ყოვლისმომცველი“ და „ომნიბუსური“ მედიის მიმართულებით ვითარდება და მისი საფუძვლები უფრო ბაზარშია, ვიდრე პოლიტიკაში. ეს ტენდენცია „მაყურებელს და მკითხველს ინდივიდუალურ მომხმარებლად უფრო განიხილავს, ვიდრე კონკრეტული სოციალური თუ რელიგიური სექტორის მიმდევრად“ (ნიევეინჰუსი 1992:207).

პოლიტიკური პარალელიზმის დაღმასვლა დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მრავალმხრივ ვლინდება. ცხრილი 6.2 სოლინჟის (1999) მიერ მოყვანილ, დანიური გაზეთების პარტიული აფილაციის მონაცემებს ასახავს. პოლიტიკურად აფილირებულ გაზეთებთან შედარებით, „დამოუკიდებელი“ გაზეთების რაოდენობის მკვეთრი ზრდა საგაზეთო ბაზრის კონცენტრაციასაც უკავშირდება: 1960-1995-იანი წლების პერიოდში, გაზეთების საერთო რაოდენობა 88-დან 37-მდე შემცირდა. ბევრი გადარჩენილი გაზეთი ადგილობრივი მონოპოლისტი იყო, რომელსაც საკუთარი მკვეთრი პოლიტიკური შეფერილობის გაუფერულება მოუწია, რათა მომაკვდავი გაზეთების განსხვავებული პოლიტიკური გემოვნების მკითხველი თავისკენ მიეზიდა. უკანასკნელი სოციალ-დემოკრატიული გაზეთი *Aktuelt,* რომელმაც 130 წელიწადი იარსება და თავის დროზე პროფკავშირული კონფედერაციის მიერ იყო დაფუძნებული, 2001 წელს დაიხურა. სალოკანგა-

ცხრილი 6.2. დანიური გაზეთების პოლიტიკური აფილაციები

	1960	1970	1980	1990	1995	2000	2002
სოციალ-დემოკრატები	14	7	7	7	1	1	0
სოციალ-ლიბერალები	7	4	3	2	2	2	2
დამოუკიდებელი სოციალ-ლიბერალები	2	2	2	2	1	1	1
კონსერვატორები	16	8	4	1	1	1	1
დამოუკიდებელი კონსერვატორები	2	1	2	2	2	0	0
ლიბერალები	36	27	14	13	6	5	5
დამოუკიდებელი ლიბერალები	2	2	7	7	9	9	9
კომუნისტები/ სოციალისტები	1	2	2	1	0	0	0
სხვა დამოუკიდებელი სუბიექტები	8	9	12	16	15	14	14
ჯამი	88	62	49	47	37	33	32

წყარო: სოლინჯი (1999:57) და პირადი კომუნიკაცია.
ჯგუფი „სხვა დამოუკიდებელ“ პარტიათა შორის მკვეთრ გარკვეულ პოზიციებს ფარავს. ცხრილში მოცემული ყველა ცვლილება გაზეთების დახურვას არ უკავშირდება; ზოგი გაზეთების პოლიტიკური შეხედულებების ცვლილებით არის განპირობებული. სამი ახალი თავისუფალი ყოველდღიური გაზეთი ცხრილში მოცემული არ არის, რადგანაც ისინი ტრადიციულ გამოცემებს არ წარმოადგენენ და პოლიტიკურად დამოუკიდებლები არიან.

სი (1999) ფინეთთან მიმართებაშიც, დაახლოებით იგივე თარიღს უთითებს. ჰედენიუსი და უეიბული (1999) წერენ, რომ საერთო გაყიდვების 80 პროცენტის მქონე შვედური გაზეთების 75-მა პროცენტმა პოლიტიკური აფილაციის ხარისხი შეასუსტა. მათივე შეფასებით, იმ მკითხველთა პროცენტული მაჩვენებელი, ვინც გაზეთებს პოლიტიკური აფილირების მიხედვით კითხულობდა, 1979-1997-იან წლებში კონსერვატორებსა და სოციალ-დემოკრატებს შორის მნიშვნელოვნად შემცირდა (ბოლო შემთხვევაში 32%-დან 15%-მდე), ხოლო ლიბერალური გაზეთების წილი დომინანტური გახდა. შოენბახი, შტუერზიბეხერი და შნეიდერი (1998:225) აღნიშნავენ, რომ 1980-82-სა და 1992 წლებს შორის

ჟურნალისტთა შესახებ ჩატარებულმა კვლევის მონაცემებმა აჩვენა: „პროფესიის „ექსპრესიული“ელემენტები (ანუ თვალსაზრისის სხვა ადამიანისთვის გადაცემის და პოლიტიკური ზეგავლენის უნარი) უგულებელყოფილია უფრო მნიშვნელოვანი პროფესიული ღირებულების სასარგებლოდ, რაც ყოველდღიურ, რუტინულ მუშაობაში ვლინდება... ასევე იზრდება სერვისზე ორიენტაციაც. უფრო მეტი და მეტი ჟურნალისტია განწყობილი იმისთვის, რომ აუდიტორიას რაღაც შესთავაზოს და ნაკლები ფიქრობს საზოგადოების დამუხტვაზე, აუდიტორიის განათლებასა და თუ მის გაწვრთვნაზე. „მათი მონაცემები ასევე აჩვენებს, რომ იზრდება იმ ჟურნალისტთა რაოდენობა, ვინც საკუთარ როლს საზოგადოების გართობაში ხედავს ან უბრალოდ „იმის ასახვაში, თუ რას ფიქრობს საზოგადოება“. ეს სრულად მიესადაგება ჯერფ-პიერის (2000) მიერ შვედური ტელევიზიის ახალი ამბების ანალიზის საფუძველზე გაკეთებულ მიგნებას, რომელიც ახალი ამბების აუდიტორიის მიმართ მზარდ „კონფორმიზმში“ გამოვლინდა.

რაც უფრო ძლიერია ასეთი ტენდენციები, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში პოლიტიკური პარალელიზმის ხარისხიც მით უფრო ნარჩუნდება. პფეთჩი (2001:64) აღნიშნავს, რომ პოლიტიკოსებისა და ჟურნალისტების ურთიერთობებს ახასიათებს „მედიაზე ორიენტირებული მეტი ინტერაქცია შეერთებულ შტატებში, პოლიტიკურად მოტივირებული მეტი ინტერაქციის სტილი გერმანიაში“. მისი ანალიზი ემთხვევა იმას, რაზეც ჩვენ მე-5 თავში ვისაუბრეთ, როდესაც ჟურნალისტები აქტიურად არიან ჩართულები პოლიტიკურ ძალებს შორის მიმდინარე შეთანხმებებში, გარკვეულწილად ისინი ამ პროცესში მონაწილეობენ და პოლიტიკური პროცესის წესებითაც მოქმედებენ. გერმანიის შემთხვევა და გერმანელი ჟურნალისტების პოლიტიზირებულობის ხარისხი ზოგადად პოლემიკის საგანია. მაგალითად, კიოხერი (1986), დონბახი (1995), დონბახი და კლეტი (1993) მიიჩნევენ, რომ გერმანელი ჟურნალისტები, კიოხერის სიტყვებით რომ ვთქვათ, „მისიონერობაზე“ არიან ორიენტირებულები, ისინი იდეების გამოხატვასა და საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე ზრუნავენ. დონბახის მონაცემებით, გერმანელები, იტალიელების მსგავსად (71 და 74 პროცენტი) უფრო იმ აზრისკენ იხრებიან, რომ ჟურნალისტურ საქმიანობაში „კონკრეტული ღირებულებების და იდეების შეჯიბრი“ ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც პროფესიული საქმიანობა. ამ აზრს იზიარებს ბრიტანელი ჟურნალისტების 45 პროცენტი, შვედების 36 პროცენტი და

ამერიკელების 12 პროცენტი. გერმანელი ჟურნალისტები ასევე მიიჩნევენ, რომ ადვოკატირება მათი საქმიანობის შემადგენელი ნაწილია. დონბახის მონაცემებზე დაყრდნობით შეიძლება ითქვას, რომ გერმანიაში ჟურნალისტი თავის თავში რეპორტიორს, რედაქტორსა და კომენტატორს აერთიანებს. ასეთი მიდგომა ნაკლებად არის გავრცელებული იტალიურ და ბრიტანულ მედიაში, და კიდევ უფრო იშვიათია შვედურ და ამერიკულ პრაქტიკაში.[59] კომენტატორისა და რეპორტიორის ფუნქციების აღრევა ბელგიური მედიისთვისაც არის დამახასიათებელი.[60] შვედეთის შემთხვევასთან კონტრასტს იმ დასკვნამდე მივყავართ, რომ (ბელგიის მსგავსად) გერმანია პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელისკენ არის მიდრეკილი, რაც ამ ქვეყანაში ისტორიულად არსებულ პოლარიზებულ პლურალიზმთან და პოლიტიკური პარტიების დღემდე შემორჩენილ ცენტრალურ როლთან არის შესაბამისობაში. მეორე მხრივ, შონბახი, შტუეზებეხერი და შნეიდერი (1998) და ვეიზენბერგი, ლიოფელჰოლცი და სხოლი (1998) ამ მოსაზრებას უგულებელყოფენ და ამტკიცებენ, რომ „ეკონომიკური, ტექნოლოგიური და საგანმანათლებლო საფუძვლების გამო დასავლური დემოკრატიების ქვეყნებში ჟურნალისტიკაში კონვერგენციის პროცესი იჩენს თავს“ (251).

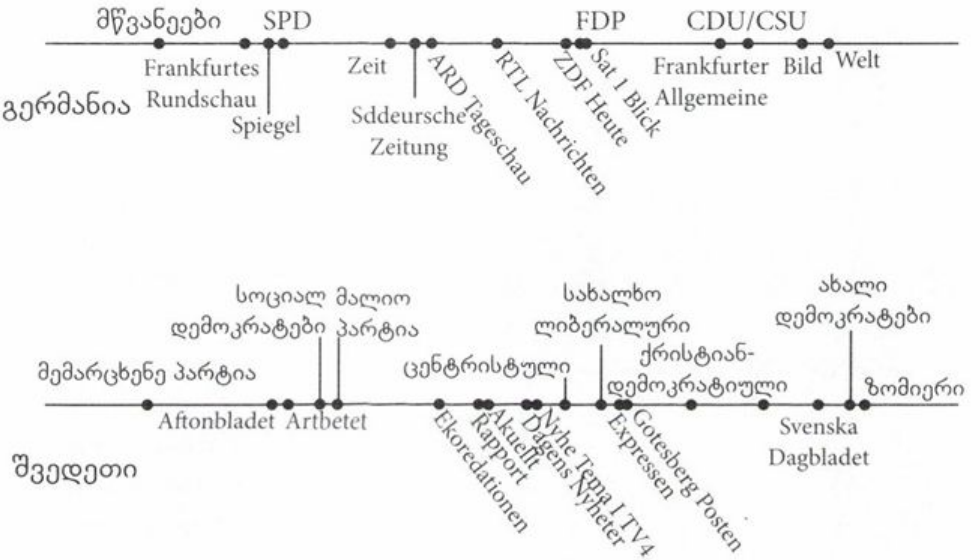
რაც შეეხება შინაარსს, კინდელმანის (1994) კვლევების თანახმად, ბუნდესტაგის არჩევნების პროცესში მთავარ გერმანულ გაზეთებს პოლიტიკურ პარტიებთან და კანდიდატებთან მიმართებით საკმაოდ მკაფიოდ გამოხატული მიდგომები ჰქონდათ. შულცის (1996) მიხედვით კი, კინდელმანის მიგნებები გერმანულ ტელევიზიასაც ეხება და ნაკლებად მკვეთრად, თუმცა იქაც მაინც ჩანს პოლიტიკური ტენდენცია (იხ. კეპლინგერი, ბროსიუსი და სტააბი 1991; ჰეიგენი 1993). თუმცა ისიც უნდა ითქვას, რომ საარჩევნო პროცესებში გერმანული გაზეთები პოლიტიკური პარტიების მხარეს ღიად არ გამოდიან. *Build*-ც კი, რომელიც აღიარებულია, როგორც პოლიტიკურად მემარჯვენე გაზეთი და სხვა გერმანული გამოცემებისგან მკაფიო პოლიტიკური მიდგომებით გამოირჩევა (სემეტკო და შონბახი 1994:53), განსხვავდება პოპულარული ბრიტანული პრესისგან და ღიად არასდროს ავლენს პოლიტიკურ სიმპათიებს (თავფურცელზე აღნიშნულია, რომ ის „დამოუკიდებელი და არაპარტიულია“).

---

59 შეესაბამება ესერის მიგნებებს.

60 ელს დე ბენსი, პირადი კომუნიკაცია.

გერმანულ მედიაში გარე პლურალიზმის მნიშვნელოვანი ხარისხი, ისევე, როგორც შვედურში, სადაც მიუხედავად იმისა, რომ ახალი ამბისა და კომენტარის პროფესიონალური გამიჯვნა ღირებულია – პატერსონისა და დონბახის კვლევითაც დადასტურებულია (1993; ასევე დონბახი, ვოლინგი და ვონ ბლუმბერგი 1996). მათ ჟურნალისტებს სთხოვეს, პარტიები და მედია ორგანიზაციები პოლიტიკური სპექტრის გასწვრივ მემარცხენეებიდან მემარჯვენეებისკენ სქემატურად განეთავსებინათ. შვედეთისა და გერმანიის შედეგები მოცემულია 6.1 მონაცემებში. ორივე ქვეყანაში, ისევე, როგორც იტალიასა და ბრიტანეთში, მათ საინფორმაციო მედია ფართო სპექტრის გასწვრივ განათავსეს, ხოლო სატელევიზიო მაუწყებლები ცენტრისკენ დააჯგუფეს და შიდა პლურალიზმის ნორმების არსებობა ასახეს, მაშინ, როდესაც გაზეთებს პოლიტიკური ტენდენციების ფართო ცვალებადობა ახასიათებდათ. ამერიკელმა ჟურნალისტებმა პირიქით, ყველა საინფორმაციო ორგანიზაცია რესპუბლიკურ და დემოკრატიულ პარტიებს შორის განათავსეს. გარე პლურალიზმის რეგიონის



პარტიების ხაზის ზემოთ, მედია ქვემოთ. სატელევიზიო საინფორმაციო პროგრამები დახრილი შრიფტით.
წყარო: პეტერსონი და დონბახი (1993).

მონაცემები 6.1. გერმანული და შვედური გაზეთების მემარჯვენე-მემარცხენე პოზიციები

პრესაში აქტუალურ ფაქტორად რჩება, როგორც მინიმუმ, საერთო ნაციონალური გაზეთებისათვის. ადგილობრივი გაზეთები თემატურად უფრო ყოვლისმომცველებად რჩებიან და ღია პოლიტიკურ მიკერძოებას თავს არიდებენ.

გამოკვეთილი პოლიტიკური ტენდენციები შიდა პლურალიზმის ახალ აქცენტებთან თანაარსებობს, როდესაც ყველა გაზეთი ყველა ძირითადი პოლიტიკური პარტიის შეხედულებებს გადმოსცემს. პოლიტიკური ტენდენციები, წარსულთან შედარებით, იდეოლოგიურად ამორფულია და ცალკეული პარტიების ვიწრო ჭრილში იდენტიფიცირებამდე დადის, თუმცა იდეოლოგიური ტენდენციები კვლავაც ძალაშია. ვან დერ ეიკი, მაგალითად, ნიდერლანდების შესახებ წერს:

> „*Zuil* (ძირითადი) გაზეთების იდენტობის დაკარგვამ თანდათანობით მათი სახის არსებითი ცვლილება განაპირობა, ერთ შემთხვევაში მივიღეთ შინაარსობრივი „გამოკვეთილობა“ და სხვა შემთხვევებში ბუნდოვანი „ყოვლისმომცველობა“. საერთო ნაციონალური გაზეთების უმეტესობამ აუდიტორიის მემარცხენეობა-მემარჯვენეობისა და ცხოვრების სტილის მიხედვით დიფერენცირება არჩია... მაგალითად, გამოკვეთილად პროგრესულმა ქრისტიანულმა გაზეთმა *Trouw*-მ მესამე სამყაროს საკითხებზე, გარემოს დაცვისა და პროგრესულ თეოლოგიაზე მოახდინა ფოკუსირება. *De Telegraaf*-მა, რომელიც პირველისგან განსხვავებით სოციალურადაც და პოლიტიკურადაც უფრო კონსერვატიული გაზეთი იყო, ყველა პოლიტიკური პარტიის ტაქტიკისა და სტრატეგიის მიმართ მკაფიოდ კრიტიკული გახდა. საერთო ნაციონალური ყოველდღიური გაზეთებიდან *Volkskrant* გამოირჩევა, რომელიც პოსტმატერიალურ ღირებულებებზე და განათლების, მულტიკულტურალიზმისა და სოციო-ეკონომიკური თანასწორობაზეა ორიენტირებული. ამასთან ერთად, ის პოზიტიურადაა განწყობილი პოლიტიკური სამყაროს მიმართ და კონსერევატიულ-აკადემიური ღირებულების მქონე *NRC-Handelsblad*-ის პოზიციებს იზირებს“.

ვან დერ ეიკი ასევე აღნიშნავს, რომ შინაარსის ანალიზიც ცხადყოფს, რომ ახალ ამბებში ეს ორიენტაციები სხვადასხვა სახით ვლინდება, იმ ფაქტის ჩათვლით, რომ „გაზეთები პოლიტიკური პარტიების მიმართ კვლავ უფრო კრიტიკულები არიან.

რაც უფრო განსხვავდება ამ პარტიების პოლიტიკური ხედვები, მემარჯვენეობა-მემარცხენეობის თვალსაზრისით, თავად მათი შეხედულებებისგან“ (329).

გამოკვეთილი პოლიტიკური ორიენტაცია დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში თავს იმის მიუხედავად იჩენს, რომ ჟურნალისტები, სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებული ხარისხით აღიარებენ კომენტარისა და რეპორტაჟის გამიჯვნის აუცილებლობას და უფრო „ობიექტურ“ სტილს ანიჭებენ უპირატესობას (ერთი და იგივე რეპორტიორმა შეიძლება ორივე დაწეროს, მაგრამ არა ერთდროულად, ერთსა და იმავე სტატიაში, როგორც ამას იტალიურ *pastone*-ში აკეთებენ). ამ თვალსაზრისით, დემოკრატიული პლურალიზმის ქვეყნებში არსებული გარე პლურალიზმის ფორმა, პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელისგან განსხვავდება, რადგან ამ უკანასკნელში ინფორმაცია და კომენტარი უფრო ქაოტურად არის აღრეული. აქ პოლიტიკური ორიენტაცია მეტწილად ახალი ამბების შერჩევასა და აქცენტირებაში ვლინდება და არა ღია კომენტარში. ცხრილი 6.3 დანიის ორი ძირითადი გაზეთის – კონსერვატიული *Jyllands Posten*-ის და ლიბერალური *Politiken*-ის პირველი გვერდების გამსხნელ პარაგრაფებში გადმოცემულ ამბებს გვიჩვენებს და იმიგრაციის საკითხებზე დანიის მთავრობის ანგარიშს შეეხება, რაც დანარჩენი ევროპის მსგავსად, დანიისთვისაც აქტუალური პრობლემაა. ორივე სტატია „ობიექტურ“ სტილშია დაწერილი: ღია კომენტარს არც ერთი არ შეიცავს. მიუხედავად ამისა, ორივე სტატიაში ამ გაზეთების განსხვავებული მიდგომები ჩანს. *Jyllands Posten* იმიგრანტებს დანიური საზოგადოების ტვირთად მიიჩნევს მაშინ, როდესაც *Politiken* მთავრობის ანგარიშის კრიტიკას შეიცავს (რაც *Jyllands Posten*-ის სტატიაში საერთოდ არ არის) და მეტწილად ფოკუსირდება მიმდინარე დებატზე იმასთან დაკავშირებით, მხოლოდ მიგრანტები უნდა განიცდიდნენ კულტურულ ადაპტირებას თუ ეთნიკური დანიელებიც?

პოლიტიკური ისტორია, სტრუქტურა და კულტურა

კაცენშტეინს (1985) მიაჩნია, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემა სკანდინავიასა და შვეიცარიაში 1930-იან წლებში რიგი პოლიტიკური კომპრომისების შედეგად წარმოიშვა, რადგან ამ გზით ეს ქვეყნები დიდი დეპრესიის პერიოდის ეკონომიკურ კრიზისს, პოლარიზაციას და

ცხრილი 6.3. დანიური პრესის განსხვავებული ამბები იმიგრაციის საკითხზე

Jyllands Posten, აგვისტო 16, 2001	Politiken, აგვისტო 17, 2001
ინტეგრაცია წარუმატებელია მიგრანტები და მათი შთამომავლები მძიმე ტვირთად დააწვებიან ჩვენი საზოგადოების სოციალურ კეთილდღეობას, თუ სამუშაო ადგილები სასწრაფოდ არ მოინახება. ეს არის შინაგან საქმეთა მინისტრის კარენ იესპერსონის (სოციალ-დემოკრატი) დაქვემდებარებაში არსებული, ეგრეთ წოდებული ანალიტიკური ჯგუფის გაფრთხილება. მთავრობის ეკონომიკური მრჩეველი ნინა სმითი, პროტესტის ნიშნად გადადგა. **მიგრაცია** ავტორები: ორლა ბორგი და ულა უსტერგაარდი საკმაოდ მძიმე მეთოდებია ასამოქმედებელი იმისათვის, რომ მიგრანტები სამუშაო ძალად ვაქციოთ. ძალზე გრძელი გზაა გასავლელი იქამდე, ვიდრე დანიურ საზოგადოებაში მიგრანტების, ლტოლვილებისა და მათი შთამომავლების წარმატებული ინტეგრირების შესახებ შეგვეძლება საუბარი. ეს არის ის პირველი დასკვნა, რომელსაც ე.წ. ანალიტიკური ჯგუფი დანიაში ინტეგრაციის საკითხებზე ხვალ ოფიციალურად გამოაქვეყნებს. ეს ჯგუფი გასულ წელს შინაგან საქმეთა მინისტრმა კარენ იესპერსენმა შექმნა, რათა მას დანიაში საინტეგრაციო პოლიტიკისათვის წინადადებები შეემუშავებინა. ჯგუფმა თავისი წინადადებები წარმოადგინა იმ შვიდი მიმართულებით, რასაც წარმატებული ინტეგრაცია შეიძლება	**დანიელობის ახალი გამოწვევა** სამინისტროს ანალიტიკური ჯგუფი საკუთარი ტყავით რისკავს და დანიელობის ახალ დეფინიციას გვთავაზობს. ახალ ანგარიშში შემოთავაზებულია დანიური ღირებულებები, რომლებიც უცხოელებმა იმ თანმიმდევრობით უნდა გაიზიარონ, როგორც ამ ანგარიშშია გაწერილი. ეს წინადადება გაკრიტიკებულია, რადგან მხოლოდ უცხოელთა მხრიდან ადაპტირებას გულისხმობს. ავტორები: კრისტიან ჰიუტემეიერი და რიკე ეგელუნდი. „უცხოელებმა უნდა გაიზიარონ დანიური ნორმებისა და ღირებულებების მინიმუმი მაინც, რათა დანიურ საზოგადოებაში იარსებონ“ – აცხადებს საშინაო საქმეთა სამინისტროსთან არსებული ანალიტიკური ჯგუფი, რომელიც მინისტრ კარენ იესპერსენის ინიციატივით შეიქმნა და რომლის ამოცანა უცხოელთა ინტეგრაციის საკითხებზე წინადადებების შემუშავებაა. ჯგუფი საკუთარ თავზე იღებს რისკს და ადგენს რამდენიმე კონკრეტულ ნორმას ღირებულებებთან დაკავშირებით, რომლებიც უცხოელებმა უნდა გაიზიარონ, თუ ისინი საერთო შრომით და სოციალურ ცხოვრებაში მონაწილეობას აპირებენ. ჯგუფი მიიჩნევს, რომ ეს ღირებულებებია: კონსტიტუციური უფლებების პატივისცემა, აღმსარებლობის, სიტყვის და ინდივიდუალური თავისუფლების

ეწოდოს. როგორც ანგარიში ცხადყოფს, ამ შვიდიდან არც ერთი წარმატებული არ არის.
სხვა პრობლემებთან ერთად, შრომის ბაზართან დაკავშირებით სახეზეა ვითარება, რომელშიც წარმატების საფუძვლად მიგრანტებისა და მათი შთამომავლების დანიელების სტატუსთან გათანაბრება იყო. რეალობაში სამუშაო ასაკის მქონე მიგრანტთა ნახევარზე მეტი შრომის ბაზრის მიღმა აღმოჩნდნენ. ეს ვითარება ბოლო ათწლეულში გაუარესდა. 1985 წლისათვის, არაევროპული ქვეყნებიდან შემოსული მიგრანტების 48 პროცენტი დაუსაქმებელი იყო. დღეისათვის ეს ციფრი 59 პროცენტია.
ჯგუფი შეშფოთებას გამოთქვამს იმის თაობაზეც, რომ მიგრანტთა უმრავლესობას საკუთარი თავის რჩენა არ შეუძლია. სოციალური ხარჯების 38 პროცენტი მოსახლეობის იმ ხუთ პროცენტზე იხარჯება, რომელსაც არადასავლეთის ქვეყნებიდან შემოსული მიგრანტები შეადგენენ.
ამ ორ მონაცემზე დაყრდნობით, ანალიტიკური ჯგუფი ასკვნის, რომ თუ გაუმჯობესდა მიგრანტთა დასაქმების დონე, რათა მათ საკუთარი თავის რჩენა შეძლონ, ისინი სოციალური კეთილდღეობის საზოგადოებას უფრო მძიმე ტვირთად დააწვებიან, ვიდრე დღეს.

პატივისცემა... უცხოელებმა ასევე უნდა აღიარონ ის, რომ დანიაში მცხოვრებთ პირადი ცხოვრების მნიშვნელოვან საკითხებზე (მაგალითად, ქორწინება) გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში გავლენა აქვთ. დაბოლოს, მათ პატივი უნდა სცენ სქესობრივ თანასწორობას და იყვნენ შემწყნარებელნი სხვათა ღირებულებების მიმართ.
„ფუნდამენტური დანიური ღირებულებების და დამოკიდებულებების გაზიარება ინტეგრაციის წარმატების წინაპირობაა... მე არ ვამტკიცებ, რომ ყველა დანიელი ამ ნორმებით ცხოვრობს, მაგრამ ჩვენ გავწერეთ რამდენიმე მოთხოვნა, რომელიც დანიელებისთვისაც სავალდებულოა," – ამბობს ჯგუფის ხელმძღვანელი.
კოპენჰაგენის უნივერსიტეტის პროფესორის, ფილოსოფიის დოქტორის, ისლამური და არაბული სამყაროს ექსპერტის იორგენ ბიოკ სიმონსენის აზრით, დანიელობისათვის საჭირო თვისებების სიის შედგენა ინტეგრაციის პროცესს ხელს არ შეუწყობს:
„ეს ინტეგრაციის მოძველებული გაგებაა, რომელიც ფაქტიურად მხოლოდ უცხოელის დანიურ საზოგადოებასთან მორგებაზეა აგებული. არაფერია ნათქვამი იმაზე, რომ დანიელებმაც უნდა გადადგან შემხვედრი ნაბიჯები."
ეთნიკური უმცირესობის ქოლგა ორგანიზაცია POEM-ის თავმჯდომარე მუჰარემ აიდასი ამ ჩამონათვალს „აროგანტულ უცხოელად" მოიხსენიებს.

დემოკრატიის ისეთ კოლაფსს დაუპირისპირდნენ, რომელმაც თავი მეზობელ გერმანიასა და ავსტრიაში იჩინა და რომლის თავიდან აცილება ესპანეთსა და იტალიაში, ასევე უფრო სამხრეთითაც, ვერ მოხერხდა. ეს კომპრომისები ინდუსტრიულ შეთანხმებებს, ეკონომიკურ გეგმებზე და პოლიტიკურ სტაბილურობაზე ფართო კლასობრივ თანხმობას შეიცავდა და მემარცხენეთა და მემარჯვენეთა კოალიციურობას ეფუძნებოდა. ეს კოალიციურობა ნაცისტური გერმანიის მიერ ოკუპაციის პერიოდშიც კი დევნილობაში მყოფ მთავრობათა თანამშრომლობაშიც აისახა. კაცენშტეინისავე შეფასებით, სისტემას, რომელიც ყოველივე ამის შედეგად ჩამოყალიბდა, „სამი გამოკვეთილი მახასიათებელი აქვს: საერთო ეროვნულ დონეზე გაცხადებული სოციალური პარტნიორობის იდეოლოგია; ინტერესთა ჯგუფების შედარებით ცენტრალიზებული და კონცენტრირებული სისტემა; ინტერესთა ჯგუფებს, სახელმწიფო ბიუროკრატიასა და პოლიტიკურ პარტიებს შორის, უწყვეტი მოლაპარაკებების გზით, სადავო საკითხების ნებაყოფლობითი და არაფორმალური კოორდინირება“ (32). ავსტრიამ და გერმანიამ ეს მოდელი მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ გადაიღეს, თუმცა კაცენშტეინის შეფასებით, გერმანიის შემთხვევაში ამ მოდელმა, პოლიტიკური პარტიების დომინირებისა და ზოგიერთი სხვა განსხვავების თვალსაზრისით, გარკვეული მოდიფიცირება განიცადა. 1930-ინი წლების კორპორატისტულ მოლაპარაკებებს, წინ საუკუნის დასაწყისის პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპი უსწრებდა და ეს უმეტესი ქვეყნებისათვის იყო დამახასიათებელი. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები პარტიათა სიმრავლით ხასიათდება. ლიუფჰარტის (1999) შეფასებით, ისინი ფართო კოალიციების შექმნისაკენ მიისწრაფვიან, სადაც არც ერთ ძალას დომინანტური უპირატესობა არ აქვს და რომელშიც ძალაუფლება თანაბრად ნაწილდება, როგორც პარტიებს, ისე ინტერესთა ჯგუფებსა და კულტურულ თემებს შორის. შვეიცარია და ბელგია წმინდად კონსენსუსის სიტემებია, ხოლო დანარჩენ ქვეყნებში, შერეულ სისტემებს ვხვდებით, თუმცა ისინიც უფრო კონსენსუსის სისტემისაკენ იხრებიან. მათ ასევე უფრო მოდერაციული პრაქტიკა და არა პოლარიზებული პლურალიზმი ახასიათებთ (სარტორი 1976) და ამ მიმართულებას, მეორე მსოფლიო ომის შემდგომი გერმანია და ავსტრიაც მიუერთდნენ.[61]

61 პოლარიზაციის და პარტიების რაოდენობის მონაცემები მოცემულია 3.2 ცხრილში.

კაცენშტეინის აზრით, დემოკრატიული კორპორატიზმი ჩრდილოეთ ევროპაში იმის გამო განვითარდა, რომ აქ პოლიტიკური უფლება, ევროპის დიდი სახელმწიფოებისაგან (გერმანიასა და საფრანგეთისგან განსხვავებით, ისევე, როგორც სამხრეთ ევროპაში) უფრო სუსტად განვითარებული და დაყოფილი იყო, და რის გამოც მემარცხენეობის ბლოკირება შეუძლებელი ხდებოდა. ფეოდალიზმი სკანდინავიასა და შვეიცარიაში ძლიერ არ განვითარებულა. ურბანული ინტერესი მიწათმფლობელი არისტოკრატიის ინტერესებზე დომინირებდა და თავისუფალი გლეხობაც აქ უფრო ძლიერი იყო. ეკონომიკური აქტივობა უფრო „თემებში მცხოვრებ კერძო მეწარმეებს“ უკავშირდებოდა და არა მიწათმფლობელებსა და უმიწო გლეხობას. პოლიტიკური ძალაუფლებაც მეტწილად „მეწარმეებისა და ვაჭრების ხელში“ იყო კონცენტრირებული (157). შვეიცარიელ, ჰოლანდიელ, ბელგიელ და დანიელ ვაჭრებს, რომლებიც საგარეო ვაჭრობაში იყვნენ ჩართულები, მნიშვნელოვანი გავლენა ჰქონდათ მაშინ, როდესაც სკანდინავიაში მნიშვნელოვანი ფაქტორი დამოუკიდებელი გლეხობა იყო. ამ ჯგუფის არსებობა (მაგალითად, დანიაში გლეხებმა თავისუფლება 1780 წელს მიიღეს, ხოლო მიწის რეფორმა მეცხრამეტე საუკუნის დასაწყისშივე განხორციელდა) ნიშნავდა იმას, რომ თუ სამხრეთ ევროპასა დ ზოგიერთ სხვა რეგიონში ფეოდალიზმი ძლიერი იყო და სოფლის მოსახლეობის ხმებს არისტოკრატია აკონტროლებდა, სკანდინავიასა და სხვა მცირე ქვეყნებში დამოუკიდებელი აგრარული პარტიები მოქმედებდნენ და მათთან ალიანსი ლიბერალური და სოციალისტური ძალებისათვის სავსებით ხელმისაწვდომი იყო. უფრო მეტიც, სკანდინავიის ქვეყნების ეკონომიკურად სუსტი არისტოკრატია თავის გადასარჩენად კომერციაში ერთვებოდა და ამით მათი ინტერესები ურბანულ ბურჟუაზიას უახლოვდებოდა. ასეთმა სოციალურმა სტრუქტურამ შექმნა წინაპირობა იმისა, რომ ლიბერალურმა ინსტიტუტებმა ამ ქვეყნებში ადრეულ ეტაპზევე გაიმარჯვეს, რაც თავის მხრივ, თავისუფალი პრესის განვითარებაში აისახა.

ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების ცენტრალიზმი. დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მახასიათებელი ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების ცენტრალური როლია და ის გერმანული განსაზღვრება რომ გამოვიყენოთ, სხვა „სოციალურად რელევანტური ჯგუფების“ გარდა, პოლიტიკურ პარტიებს, პროფესიულ კავშირებსა და დამსაქმებელთა ასოციაციებს, რელიგიურ თემებს მოიცავს.

კორპორატისტული სისტემა იმ ძლიერ, უნიფიცირებულ „სათაო ორგანიზაციებს“ ეფუძნება, რომელთაც სხვა ჯგუფებთან შეთანხმების ძიების პროცესში, საკუთარი წევრების ინტერესების წარმომადგენლობითი ფუნქციის განხორციელება შეუძლიათ. ასეთი ჯგუფები გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ფორმალურად არიან ჩართულები და კორპორატისტული დემოკრატიის სისტემაში მათ საზოგადოებრივი სტატუსი აქვთ, მაშინ, როდესაც ბევრ სხვა შემთხვევაში, ისინი სახელმწიფო სტატუსის მატარებლები იქნებოდნენ. მაგალითად, მათ ან სოციალური კეთილდღეობის სისტემის მართვა დაეკისრებოდათ ან დანიის მსგავსად, საზოგადოებრივი მაუწყებლის. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში, ორგანიზებული სოციალური ინტერესების კორპორატიული თანხმობით უზრუნველყოფის პრაქტიკის ინსტიტუციონალიზაცია 1930-იან წლებში მოხდა, თუმცა ძლიერი სოციალური თვითორგანიზების პროცესი ადრეულ საუკუნეებში დაიწყო. ჩრდილოეთ იტალიის ძლიერი სამოქალაქო ცხოვრების მოდელი, რომელსაც პუტმანი აღწერს (1993), ადრევე იყო თვალსაჩინო, ისევე, როგორც ჩრდილოეთ ევროპის უმეტესი ნაწილის, გერმანიისა და შვეიცარიის. ადგილობრივ თემებს ძლიერი თვითმმართველობები ჰქონდათ და ეს ამ ქვეყნების ისტორიისათვის ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც ნიდერლანდების, გერმანიის სავაჭრო ქალაქებისა და შვეიცარიის კანტონებისათვის. ვაჭრები ქმნიდნენ ერთიან ფინანსურ კომპანიებს და სხვა სახის ასოციაციებს, ხელოსნები – გილდიებს. ხშირად დამოუკიდებელი ფერმერები კოოპერატივებს აყალიბებდნენ. თვითმმართველი ეკლესიის კონგრეგაციის პროტესტანტული ტრადიცია ამ ორგანიზაციული კულტურის განვითარებას ხელს უწყობდა. ჩრდილოეთ და ცენტრალურ ევროპაში სამოქალაქო საზოგადოების გაძლიერება გაზეთების მკითხველთა რაოდენობის ზრდაზე უდავოდ აისახა, რადგან სამოქალაქო ორგანიზაციები მნიშვნელოვნად იყვნენ დამოკიდებულნი საჯარო ინფორმაციის თავისუფალ ხელმისაწვდომობასა და მის გავრცელებაზე. წინა თავებში ჩვენ ვნახეთ, რომ ამ ჯგუფებს შორის კონფლიქტებიც პრესის ფურცლებზე მიმდინარეობდა. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ სამოქალაქო ორგანიზების ტრადიცია, მხოლოდ ქალაქების კუთვნილება არ იყო და სოფლადაც საკმაოდ ძლიერი იყო. მედიტერიანული ქვეყნებისათვის დამახასიათებელი ძლიერი ურბანული და აგრარული დანაწევრება, რამაც თავის მხრივ, ამ ქვეყნებში პრესის განვითარება საგრძნობლად შეაფერხა, ჩრდილოეთ და ცენტრალური ევროპისათვის

დამახასიათებელი არ იყო. ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნებიდან ურბანულ და სოფლის მხარეებს შორის ყველაზე მეტი განსხვავება ავსტრიას ახასიათებს, რადგან დიდი ხნის განმავლობაში ის ავსტრო-უნგრული იმპერიის ნაწილი იყო, მისი ფეოდალური ისტორია სამხრეთ ევროპის ქვეყნების ისტორიის მსგავსია.

მეცხრამეტე საუკუნეში, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ძლიერი პოლიტიკური პარტიები გაჩნდნენ, როგორც წესი, ეს პარტიები პირველ ეტაპზე სოციალ-დემოკრატიულები იყვნენ. მასობრივი კონსერვატიული და აგრარული პარტიები მოგვიანებით შეიქმნა.[62] ამ პარტიებმა ძლიერი სტრუქტურები შექმნეს და საზოგადოების ძირეული ფენები მოიცვეს. მათი ინსტიტუციონალური ქსელები არა მარტო პარტიის წევრებს აკავშირებდა ერთმანეთთან, არამედ სხვა სოციალურ ორგანიზაციებსაც – პროფესიულ კავშირებს, ბიზნეს ასოციაციებსა და რელიგიურ თემებს. პარტიები მჭიდროდ იყვნენ დაკავშირებული ისეთ ინტერესთა ჯგუფებსა და კულტურულ იდენტობებთან, როგორებიცაა: კლასი, რელიგია, ენა და სხვა, ხოლო პარტიის წევრებს პარტიისადმი ძლიერი ლოიალურობა აერთიანებდათ. მათი ელექტორალური ბაზა, მნიშვნელოვანწილად საზოგადოების სუბკულტურებს ეფუძნებოდა და როგორც ლორვინი (1971) აღნიშნავდა, *„სეგმენტირებულ პლურალიზმს“* ქმნიდა.

ორგანიზებული სოციალური ჯგუფებისა და პოლიტიკური პარტიების ცენტრალიზმი სხვადასხვა გზით მედიასისტემებზეც აისახება. ეს ცენტრალიზმი მკაფიოდ პოლიტიკური პარტიებისა და „რელევანტური სოციალური ჯგუფების“ მიერ საზოგადოებრივი მაუწყებლის და მედია რეგულირების სისტემების ფორმირების პროცესში ვლინდება. ეს ყოველივე ჟურნალისტური გაერთიანებების სიძლიერეშიც ჩანს. როგორც წესი, ჟურნალისტური ასოციაციების წევრობის დონე მაღალია და მათი ორგანიზაციული მხარეც, დემოკრატიული კორპორატიზმის პირობებში მოქმედ სხვა სათაო ორგანიზაციების მსგავსად ძლიერია. აქედან გამომდინარე, მათი როლი მედია პოლიტიკის ფორმირების პროცესში დიდია, ისევე, როგორც სამაუწყებლო საბჭოებსა და მსგავს ინს-

62 უძველესი სოციალისტური პარტია 1860 წელს გერმანიაში შეიქმნა, რასაც 1871 წელს დანიის სოციალისტური პარტიის შექმნა მოჰყვა. ფინეთის სოციალისტური პარტია ყველაზე ახალგაზრდაა (1907), ამავე დროს, კონსერვატიული პარტიები ყველაზე ძველია. თუმცა პარტიების უმეტესობა პირველი მსოფლიო ომის დასრულებისას გამოჩდნენ.

ტიტუტებში მათი მონაწილეობა. ყველაზე მნიშვნელოვანი კი ის არის, რომ ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების ცენტრალიზმი დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში პოლიტიკურ პარალელიზმს უკავშირდება და ეს ფაქტორი ამ ქვეყნების მედიაში მეოცე საუკუნის უმეტეს პერიოდში ნარჩუნდებოდა. გაზეთებმა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი როლი, როგორც პოლიტიკური პარტიის შიგნით, პარტიისა თუ მისი ლიდერების მათ მთავარ საყრდენთან პარტიის წევრებთან დაკავშირების მხრივ შეასრულეს, ასევე გარე მიმართულებითაც, რადგან გაზეთები საჯარო სივრცეში სხვადასხვა პოლიტიკური ძალების შეხედულებებს გამოხატავდნენ და დემოკრატიული კორპორატიზმისა და კონსენსუსის მთავრობისათვის მნიშვნელოვან პოლიტიკურ და სოციალურ ჯგუფებს შორის მოლაპარაკებების პროცესში მონაწილეობდნენ. დებატის, კომენტარისა და ინტერპრეტაციის სიჭარბე სწორედ მოლაპარაკებებისა და დისკუსიის პოლიტიკური კულტურის შედეგია. უნდა გავითვალისწინოთ, რომ პრესა მოლაპარაკებების პროცესში, ტრადიციულად პარტიებისა და ჯგუფების განსხვავებული ინტერესების გამომხატველი, ელექტორატების მამობილიზირებელი იყო და განსხვავებული იდენტობების ინტერესების დაცვის როლს ასრულებდა. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ მთავრობის მუშაობაც სწორედ ამ პროცესს ეფუძნება. პფეთჩი (2001:64; იხ. ასევე კემანი 1996) გერმანიასა და და შეერთებულ შტატებში მასმედიასა და პოლიტიკას შორის არსებული კავშირების შესახებ ჩატარებული შედარებითი ანალიზის კომენტირებისას აცხადებს: „პოლიტიკური შესაძლებლობები გერმანიაში კვლავაც ტრადიციულად ძლიერ და კონსტიტუციით გამყარებულ პოლიტიკური პარტიების როლს უკავშირდება. პოლიტიკური პროგრამების წარმატება საპარლამენტო ჯგუფებსა და პარტიულ ორგანიზაციებს შორის გამართული მოლაპარაკებების კომპლექსური პროცესის შედეგია, რასაც თან მედიის მხარდაჭერის მოპოვების მცდელობა ახლავს, ოღონდ მხოლოდ მოლაპარაკებების მიმდინარეობის ეტაპზე."

მე-5 თავში ჩვენ ვისაუბრეთ იმაზე, რომ კომუნიკაციის ასეთი პროცესი, რომელშიც პარტიები და სხვა ორგანიზებული ჯგუფები მონაწილეობენ, საკვანძოა – ანუ ის, რაც დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებს, გარკვეული ხარისხით, მედიტერიანულს, კერძოდ კი, იტალიას აახლოებს ჯეიმს კარანის შეფასებით, „რადიკალური დემოკრატიის" საჯარო სივრცეა. კარანი (1991:30) „რადიკალური დემოკრატიის" საჯარო სივრცეს ჩრდი-

ლოეთ ევროპის ქვეყნებში მოქმედ პრაქტიკას უკავშირებს და ასეთ განსაზღვრებას გვთავაზობს:

> „დემოკრატიულმა მედიასისტემამ საზოგადოების ყველა მნიშვნელოვანი ინტერესი უნდა ასახოს. მან საჯარო სივრცეში მათი მონაწილეობის ფასილიტაცია უნდა გასწიოს და საჯარო პოლიტიკის ფორმირებაზე გავლენა მოახდინოს. მედია მოქმედ, წარმომადგენლობით ორგანიზაციებს ხელს უნდა უწყობდეს და ამ ორგანიზაციებში მიმდინარე პროცესებს აშუქებდეს, რათა საზოგადოებას მათზე თვალის დევნების საშუალება ჰქონდეს და ამგვარად ჩამოაყალიბოს საზოგადოებრივი აზრი. მოკლედ, მედიის მთავარი დანიშნულება დემოკრატიული პროცესის ფორმატში მიმდინარე ინტერესთა ჭიდილის მიუკერძოებელი არტიკულირება და ხელშეწყობაა."

კარანი თავის მსჯელობას ლიბერალური სისტემის განსხვავებულობაზე განაგრძობს და აცხადებს, რომ „ლიბერალურ სისტემაში მედია ისეთ ვერტიკალურ არხად განიხილება, რომელიც კერძო მოქალაქისა და მთავრობის კომინიკაციურ ურთიერთობას უზრუნველყოფს'. მისი მტკიცებით, „რადიკალური დემოკრატიის" კონცეფციაში „მედია ინდივიდებს, ჯგუფებსა და ძალაუფლების მქონე სტრუქტურებს შორის ვერტიკალური, ჰორიზონტალური და დიაგონალური კომუნიკაციის კომპლექსური არტიკულირების უნარის მატარებელ ინსტიტუტად აღიქმება. გასათვალისწინებელია, რომ თანამედროვე ლიბერალურ დემოკრატიებში ინდივიდის ინტერესები დაცული და უზრუნველყოფილია ნაწილობრივ ისეთი კოლექტიური ორგანიზაციების მეშვეობით, როგორებიცაა: პოლიტიკური პარტიები და ზეწოლის ჯგუფები, ხოლო სტრატეგიულ დონეზე კი ალიანსებისა და კოალიციების შექმნისა და რეკონსტრუირების გზით (31)." კარანის კონცეფცია დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მედიასისტემების იმ მნიშვნელოვან ელემენტს აღწერს, რომელშიც მედია ინსტიტუტები უკვე დიდი ხანია „ერთიან მექანიზმად" მოიაზრება (ლიუფჰარტი 1977; კოლომერი 1996) და რომლის მეშვეობითაც ჯფუფთაშორისი ურთიერთობების მენეჯირება ხორციელდება. კარანისავე აღიარებით, ამ გზით ორგანიზებული საზოგადოებრივი სივრცე პრაქტიკაში, არც აუცილებლად „რადიკალურია" და არც იმდენად მიახლოებული იმ იდეალთან, რომელსაც თავად ასახავს. კერძოდ, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში მედიისა და

სოციალურად ორგანიზებული ჯგუფების კავშირმა პლურალიზმი და არსებითი ინტერესების წარმომადგენლობითობა უზრუნველყო, თუმცა არცთუ იშვიათად თავად ორგანიზებული ფორმა შიდა პლურალიზმის ლიმიტირებული ფორმებით ხასიათდება. ისევე, როგორც ამ წიგნში განხილული სხვა სისტემები, დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემაც, ერთი მხრივ, დემოკრატიული კომუნიკაციისა და მეორე მხრივ, სოციალური და პოლიტიკური ძალის ერთდროულ კომბინაციად უნდა განვიხილოთ.

სახელმწიფოს როლი: სახელმწიფოს როლს დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ორი მხარე აქვს: ერთი მხრივ, თავისუფლებისა და ლიბერალური ინსტიტუტების ადრეული ტრიუმფის ლოკალური ტრადიცია განაპირობებს იმ გარემოს, რომელშიც სახელმწიფო ძალაუფლების შეზღუდვის ფილოსოფია ძლიერია. ეს გარემოება მკაფიოდ აისახა, როგორც პრესის თავისუფლების ადრეულ განვითარებაში, ისე სამთავრობო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობაში. ეს ტრადიცია დემოკრატიული კორპორატიზმის იმ პრინციპმაც გააძლიერა, რომელიც ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებს იმ ფუნქციას აკისრებს, რომელიც სხვა შემთხვევაში სახელმწიფოს პასუხისმგებლობა იქნებოდა. რაც შეეხება მედია სივრცეს, ჰოლანდიური საზოგადოებრივი მაუწყებლის მაგალითზე ჩანს, რომ აქ პასუხისმგებლობა დელეგირებულია, ერთი მხრივ, „საყრდენ" ორგანიზაციებზე და მეორე მხრივ, პრესის თვითრეგულირების სისტემაზე, რაც დემოკრატიული კორპორატიზმის თითქმის ყველა ქვეყნის მიერ აღიარებული პრაქტიკაცაა. მეორე მხრივ, დემოკრატიული კორპორატიზმი სოციალური ორგანიზაციებისა და სახელმწიფოს პარტნიორობას მოიცავს. სოციალურმა თანხმობამ, რომელიც დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემაში წარმოიშვა, საზოგადოებაში სახელმწიფოს როლი გააფართოვა, რაც კეთილდღეობის სახელმწიფოს ზრდას, აქტიურ ინდუსტრიულ პოლიტიკასა და ინტერვენციის სხვა ფორმებს უკავშირდებოდა. „სახალხო სახლის" შვედური კონცეფცია თავის დროზე ნაციონალური ერთობის კონსერვატიულ კონცეფტს ეფუძნებოდა და 1928 წელს სოციალ-დემოკრატი ლიდერის პერ ალბინ ჰანსონის მიერ იყო პოპულარიზებული მაშინ, როდესაც დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემა აღმოცენებას იწყებდა (აზარდი და ბენეტი 1997). აღნიშნული კონცეფცია ეფუძნებოდა იდეას იმის შესახებ, რომ პროგრესისა და თანასწორობის უზრუნველყოფის მიზნით, სახელმწიფოს ეკისრებოდა პასუხისმგებლობა ეკონომიკასა და ცხოვრების ბევრ სხვა სფეროში ჩარეულიყო.

სოციალური კეთილდღეობის ქვეყნებში სახელმწიფოს როლი ქვეყნიდან ქვეყნამდე იცვლება და არაერთგვაროვანია, ხოლო 1980 წლიდან მოყოლებული შესუსტდა. მიუხედავად ამისა, დემოკრატიული კორპორატიზმის ყველა ქვეყანა ზოგადად სახელმწიფოს ძლიერი როლით ხასიათდება. 1990 წლისათვის შვედეთი ევროპულ ქვეყნებს შორის პირველ ადგილზე იყო მმართველობაზე მშპ-ს პროცენტული დანახარჯის მიხედვით, მას დანია და ნიდერლანდები მოსდევდნენ (ლაინი და ერსონი 1991:328). როგორც ჩვენ ვნახეთ, დემოკრატიული კორპორატიზმის საზოგადოებების ზოგადი მახასიათებელია ძლიერი საზოგადოებრივი მაუწყებელი და პრესის სუბსიდირების სისტემა, ასევე ზოგადი დამოკიდებულება, რომ მედია არ არის უბრალოდ ბიზნესი, არამედ სოციალური ინსტიტუტი, რომლის წინაშე სახელმწიფოს პასუხისმგებლობა აკისრია. ეს ის პრინციპული სხვაობაა, რომელიც დემოკრატიულ კორპორატიზმს ლიბერალური მოდელისაგან გამოარჩევს, რადგან ამ უკანასკნელში სახელმწიფოს, როგორც დამფუძნებლისა და მარეგულირებლის როლი სუსტია.

ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი, „სოციალური პარტნიორობის იდეოლოგია" და რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა. პოლიტიკური პარალელიზმისა და ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის თანაარსებობა დემოკრატიული კორპორატიზმის მედიასისტემის დამახასიათებელი თვისებაა. ცხადია, რომ პოლიტიკური პარალელიზმი პარტიებისა და სოციალური ორგანიზაციების სიძლიერის შედეგია. ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი კი 'სოციალური პარტნიორობის იდეოლოგიით" არის განპირობებული და კაცენშტეინის შეფასებით, დემოკრატიული კორპორატიზმის ერთ-ერთი ცენტრალური მახასიათებელია. სწორედ ეს ფაქტორი განაპირობებს იმ ზომიერ პლურალიზმს, რომელიც სოციალური პარტნიორობის იდეოლოგიიდან და პრაქტიკიდან ყალიბდება და რომელსაც დემოკრატიული კორპორატიზმისათვის დამახასიათებელი რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის ტრადიცია უწყობს ხელს. „შესაძლოა, გარე დამკვირვებელს ეს პარადოქსულად მოეჩვენოს", – წერს კაცენშტეინი (1985:88), „მაგრამ პრაგმატული თანამშრომლობა და იდეოლოგიური კონფლიქტი თავსებადი არიან". დემოკრატიული კორპორატიზმი მოიცავს პროცესს, რომლის შედეგად, მოლაპარაკებების გზით, განსხვავებული იდეოლოგიის პარტიები და ჯგუფები თანხმობას აღწევენ. ეს ის გზაა, რომლითაც ამ ქვეყნებში მმართველი კოალიციები ყალიბდებიან, განისაზღვრება პოლიტიკა და შრომითი

ურთიერთობებისა თუ სხვა სოციალურ-ეკონომიკური ინტერესების მენეჯირება ხდება. გარდა ფართე დივერსიფიცირებულობისა, უწყვეტი მოლაპარაკებების პროცესმა თანხმობისა და თანამშრომლობის პროცედურები და კულტურა ჩამოაყალიბა. სწორედ ამიტომ, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში ტენდენცია უფრო ზომიერი და არაპოლარიზებული პლურალიზმისაკენ გადაიხარა. საზოგადოების სხვადასხვა სეგმენტებმა საკუთარი განსხვავებული იდენტობა შეინარჩუნეს, თუმცა განსხვავებები უფრო ზომიერი გახადეს და თამაშის ბაზისურ წესებზე შეთანხმდნენ.[63] ამდენად, დემოკრატიული კორპორატიზმი მოიცავს „პოლიტიკური განსხვავებების მუდმივ მტკიცებას და ამავდროულად პოლიტიკურ თანამშრომლობას“ (კაზენშტეინი 1985:88).

პოლიტიკური პარალელიზმისა და ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის თანაარსებობა ზოგადად დემოკრატიული კორპორატიზმის ბუნების ანარეკლია: პოლიტიკური მრავალფეროვნება საერთო ჟურნალისტურ კულტურასთან თანაარსებობს, რაც თავის მხრივ, იმაში გამოიახატება, რომ ჟურნალისტები პრაქტიკის სტანდარტებზე შეთანხმებული არიან, თანამშრომლობენ ჟურნალისტურ კავშირებთან და პრესის საბჭოებთან, ასევე *Bundespressekonferenz*-სთან. მე-2 თავში, ჩვენ ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის მახასიათებლად ის საზოგადოებრივი ნდობის კონცეფცია შემოგთავაზეთ, რომლის თანახმად, საზოგადოებრივი ინტერესი მისთვის უფრო მნიშვნელოვანი და აღმატებულია, ვიდრე პარტიკულარული სოციალური ინტერესი. ეს იდეოლოგია, თავის მხრივ, პროფესიული ჟურნალისტიკის კიდევ ორ მნიშვნელოვან თვისებას უკავშირდება: მკაფიო და აღიარებული ჟურნალისტური კულტურის განვითარებასა და სხვა სოციალურ აქტორებთან მიმართებაში ჟურნალისტური ავტონომიურობის შენარჩუნებას. ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი

63 ყოველივე ეს პოლიტიკური ინსტიტუტებისადმი მაღალი ნდობის ხარისხშიც აისახა. ევრობარომეტრი 55, მაგალითად, უჩვენებს, რომ სამთავრობი ინსტიტუტებისადმი ნდობა, ევროკავშირის ქვეყნებს შორის, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში, ყველაზე მაღალია. ასევე იხილეთ, ბორე 1995 და ლისთჰაუგი და უიბერგი 1995. ალმონდი და ვებრა (1963) ასევე მიუთითებენ სამთავრობო ინსტიტუტებისადმი ნდობის მაღალ ხარისხზე, რომელიც გერმანიაში, ბრიტანეთსა და შეერთებულ შტატებში, იტალიისაგან განსხვავებით, არსებობდა. ამგვარად, დემოკრატიული კორპორატიზმი „პოლიტიკური თანამშრომლობის გზით, პოლიტიკური განსხვავებების უწყვეტ დადასტურებას მოიცავს“ (კაცენშტეინი 1985:88).

ის ერთ-ერთი პრინციპული განმასხვავებელი ნიშანია, რომელიც მას და ლიბერალურ მოდელებს, სადაც ეს მახასიათებელი ასევე მაღალია, პოლარიზებული პლურალიზმისაგან გამოჰყოფს, რადგან ამ უკანასკნელში სწორედ ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის დეფიციტია და საზოგადოებრივი ინტერესი, პარტიკულარულ ჯგუფებსა და მათ ინტერესებზე მაღლა არ დგას. დემოკრატიული კორპორატიზმის პოლიტიკური კულტურა სწორედ იმ პრინციპს ეფუძნება, რომ საერთო ინტერესი რეალურად არსებობს და ის ფუძემდებლურია. ეს პრინციპი უდევს საფუძვლად *"folkhem"*-ის შვედურ კონცეფციას, რომლის თანახმადაც უარყოფილია როგორც ლიბერალური ინდივიდუალიზმი, ისე კლასობრივი ბრძოლის მარქსისტული კონცეფცია. ის ეფუძნება იდეას, რომ სოციალურ ინტერესებს შორის თანამშრომლობის სულისკვეთება ქმნის საზოგადოებას, სადაც სოციალურ ცხოვრებაში ყველა მოქალაქე სრულფასოვნად არის ჩართული. ეს კონცეფცია შვედეთში 1970 წლამდე დომინირებდა მანამ, სანამ ამ ქვეყანაში ნეოლიბერალიზმი იჩენდა თავს. მას შემდგომ დემოკრატიული კორპორატიზმი შესუსტდა, მაგრამ არ გამქრალა. მიუხედვად იმისა, რომ შვედურ ჟურნალისტიკაში პოლიტიკური პარალელიზმი კვლავაც სახეზეა, ფუძემდებლურ პრინციპად მაინც ის რჩება, რომ ჟურნალისტიკა სოციალურ პროგრესს ემსახურება და ეს სწორედ იდეოლოგიური წარსულიდან მომდინარეობს. შვედეთი შესაძლოა, ოდნავ განსხვავებული მაგალითია, თუმცა განვითარების ამ მიმართულებამ დემოკრატიული კორპორატიზმის სხვა ქვეყნებშიც იჩინა თავი.

დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში იდეოლოგიური პარტნიორობისა და სოციალური პარტნიორობის „პარადოქსის" განმარტებისას, კაცენშტეინი იმ ტექნიკური ექსპერტების გამორჩეულ მნიშვნელობასაც უსვამდა ხაზს, რომლებიც ამ პროცესს „საერთო ჩარჩოთი და შესაბამისი მონაცემთა ბაზით უზრუნველყოფდნენ", რაც თავის მხრივ, მოლაპარაკებების პროცესის ბაზისს ქმნიდა. ეს დემოკრატიული კორპორატიზმის რაციონალურ-ლეგალური განვითარების ამსახველი ფაქტორი იყო, რაც ზოგადად დემოკრატიულ კორპორატიზმს განაპირობებდა. ამ სისტემაში ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის მნიშვნელობის გასააზრებლად ეს ფაქტორი არსებითია. რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის კონცეფცია ყველაზე სრულყოფილად მაქს ვებერმა განავითარა. წესების სისტემის გამჭოლი იდეა უნივერსალურ ლეგალურ ჩარჩოს ეფუძნება და სათავეს ჰეგელის „უფლებე-

ბის ფილოსოფიდან“ და გერმანული ისტორიის საფუძვლებიდან იღებს. რაციონალურ-ლეგალური სისტემის საკვანძო ელემენტებია: ადმინისტრაციული კორპუსი, რომელიც შერჩეულია კვალიფიკაციის და არა პატრონაჟის საფუძველზე, დადგენილი წესებით მართვა, გარე კონტროლისგან მეტ-ნაკლები ავტონომიურობა და თეორიულად მთელი ერის მსახურება. ასეთი სისტემა ჰოჰენცოლერნებმა მეთვრამეტე საუკუნეში, მიწისმფლობელი არისტოკრატიის ძალაუფლების დასაბალანსებლად, ბრანდერბურგ-პრუსიაში დანერგეს და ნაპოლეონის შემოჭრის შემდგომ პერიოდში გააძლიერეს (შეფტერი 1997:423ff). სკანდინავიაში „ცენტრალიზებული, ძლიერი, შედარებით დამოუკიდებელი ბიუროკრატია ცენტრალური მნიშვნელობის ძალად გამოიკვეთა“ და ეს მეჩვიდმეტე საუკუნის ადრეულ წლებში მოხდა, თუმცა უკვე მეცხრამეტე საუკუნის პირველ ნახევარში ის კარგად კონსოლიდირებულ ინსტიტუტად ჩამოყალიბდა. დანიაში, მაგალითად, „1685 წლის დანიურმა კანონმა მომსახურების მოსაკრებლების სტანდარტიზაცია მოახდინა და მიწის მფლობელი არისტოკრატიის ირგვლივ ორგანიზებული დეცენტრალიზებული და პერსონალისტური სისტემა ცენტრალიზებული და სახელმწიფოს მიერ მართვადი ბიუროკრატიით ჩაანაცვლა“ (კაცენშტეინი 1985:159). ლეგრიდი და ოლსენი (1984:210) საჯარო მოსამსახურეებზე, რომლებიც ნორვეგიაში მეცხრამეტე საუკუნის დასაწყისიდან დომინირებდნენ, წერენ:

> „ეს იდეოლოგია მაქსიმალურად ახლოს იყო ბიუროკრატიის იმ იდეალთან, რასაც ვებერი რაციონალურ-ლეგალურ მმართველობას უწოდებდა. საჯარო მოხელის მთავარი ამოცანა მოქმედი კანონის აღსრულების უზრუნველყოფა, ანუ საზოგადოებრივი ინტერესის დასაცავად, ისეთი გადაწყვეტილების უზრუნველყოფაა, რომელიც გარეშე ზეწოლისაგან იქნება თავისუფალი. მისაბაძი ნიმუში ობიექტური და მიუკერძოებელი მოსამართლე და არაპერსონალიზებული კანონთა სისტემისადმი მისი ერთგულება იყო.“

დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში კლიენტელიზმს ძლიერი საფუძველი არასდროს ჰქონია და ამ მხრივ, ნაწილობრივ ავსტრია და ბელგია განონაკლისად მიიჩნევა.[64]

---

64 ჩრდილოეთ ევროპაში კლიენტელიზმის არარსებობის თაობაზე იხ. პაპაკოსტასი (2002), რანდერაადი და უოლფრამი (2002).

რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის ძლიერი ტრადიცია, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მედიასისტემაზე რიგი თვალსაზრისითაც აისახა. პირველი, როგორც მე-3 თავში აღვნიშნეთ, გაზეთების გავრცელების გაფართოება რაციონალურ ლეგალური მმართველობის, ბაზრისა და საპარლამენტო დემოკრატიის გაძლიერებას პირდაპირ უკავშირდებოდა. მეორე, დემოკრატიულ ქვეყნებში საზოგადოებრივი მაუწყებლის შედარებითი ავტონომიურობა, ზოგადად ამ ქვეყნების საჯარო ინსტიტუტების დამოუკიდებლობას შეესაბამება. მესამე, ლეგალურ ინსტიტუტებს მედიასისტემაზე მნიშვნელოვანი გავლენა აქვთ. ეს ფაქტორი, განსაკუთრებით გერმანიისათვის არის აქტუალური, რადგან საკონსტიტუციო სასამართლომ საზოგადოებრივი მაუწყებლობის დამოუკიდებლობის დაცვის საქმეში აქ მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა, როდესაც ფედერალური და ადგილობრივი ხელისუფლებების პოლიტიკოსები მაუწყებელზე მეტი კონტროლის დაწესებას შეეცადნენ (ჰამფრისი 1994:161ff). მეოთხე, რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა მედიის ისეთ ინსტრუმენტალიზაციას განაპირობებს, რომელიც პოლარიზებული პლურალიზმისათვის ნაკლებად დამახასიათებელია. იმის გამო, რომ რესურსები საჯაროა და გადაწყვეტილებები გამჭვირვალედ მიიღება, ბიზნესისა და სოციალური პროექტების განსახორციელებლად პარტიკულარული ზეწოლა და ალიანსების შექმნა ნაკლებად აქტუალურია. ამდენად, მედია მფლობელებს ნაკლები მოტივაცია აქვთ, თავიანთი საკუთრება ზეწოლის და პარტიკულარისტული გარიგებებისთვის გამოიყენონ, ხოლო სხვა ბიზნესები ნაკლებ მოტივირებულები არიან, მედიაბაზარზე ამ მიზნების მისაღწევად შევიდნენ. ამ არგუმენტს ჩვენ შემდეგ თავში განვავრცობთ, რადგანაც სწორედ ეს მახასიათებელი აერთიანებთ დემოკრატიული კორპორატიზმისა და ლიბერალური სისტემების ქვეყნებს. დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემაში ფორმალიზებულად ნეიტრალური სამართლებრივი და ადმინისტრაციული ინსტიტუტების არსებობა კომბინირებულია უაღრესად ინსტიტუციონალიზირებულ წარმომადგენლობით პროცესთან, რომელიც უზრუველყოფს პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღებას, რის შედეგადაც მცირდება მედიის როლი –პოლიტიკური ზეწოლა სისტემის გარედან განხორციელდეს. ბიზნესი და სხვა სოციალური ინტერესები უაღრესად ორგანიზებულ და საკონსულტაციო პროცესში მათი ასოციაციების მეშვეობით ფორმალურად არიან წარმოდგენილი და თუ კონკრეტულ

პოლიტიკოსებთან ან ძალაუფლებაში მყოფ ფრაქციებთან კავშირები არ აქვთ, არ შეუძლიათ, მაგალითად, გამოეყონ ამ პროცესს. ასევე უნდა ითქვას, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში გამომავალი გაზეთების ეკონომიკა მათ ინსტრუმენტალიზაციისაგან იცავს: გაზეთებს ან მომგებიანი კომერციული ორგანიზაციები აქვთ, ან ისეთი წარმომადგენლობითი ინსტიტუტების მხარდაჭერით სარგებლობენ, როგორებიცაა: პარტიები, ეკლესია ან პროფესიული კავშირები. ეს მათ პარტიკულარული გავლენებისაგან იცავს.

დაბოლოს, როგორც ჩანს, მაღალი ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი სწორედ რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის მქონე ქვეყნებშია განვითარებული. ნაწილობრივ ეს სოციალური ინსტიტუტების ჰომოლოგიურობით, კულტურული რეზონანსითა და ურთიერთგავლენით არის განპირობებული: ცხადია, რომ საზოგადოებაში, სადაც სპეციალური კვალიფიკაციისადმი პროფესიული ერთგულება, ქცევის წესები, სოციალური ფუნქციები, ეთიკა და ავტონომიურობაზე განაცხადი ფართოდ გავრცელებულია, ჟურნალისტიკაც ამ მოდელში ადაპტირებას შეეცდება. ჟურნალისტიკის, როგორც პროფესიონალური საქმიანობის იდეა, ისევე, როგორც სხვა პროფესიების გამოკვეთა, გერმანიაში მეცხრამეტე საუკუნის მეორე ნახევარში განვითარდა.[65] კარლ ბახერი, რომელმაც გერმანიაში ჟურნალისტურ განათლებაზე დიდი გავლენა მოახდინა, მიიჩნევდა, რომ ჟურნალისტიკა ფუნქციურად საჯარო სამსახურის ტოლფასი იყო, ამის გამო ჟურნალისტების სისტემური განათლებისთვის მხარი სახელმწიფოს უნდა დაეჭირა (ჰარდტი 1979). ვებერი, რომელიც Frankfurter Zeitung-სთვის წერდა, ჟურნალისტიკას „მოწოდებით პოლიტიკად“ ახასიათებდა და პოლიტიკური სამყაროს ნაწილად განიხილავდა. ამავე დროს ის წერდა, რომ ჟურნალისტის პასუხისმგებლობა გაცილებით დიდია... ვიდრე მეცნიერისა... როგორც ეს ომმა ცხადყო. და ეს ბუნებრივია, რადგან უპასუხისმგებლო ჟურნალისტური საქმიანობა და ამის თანმდევი ძალზე ნეგატიური ეფექტი მეხსიერებიდან არ

65 პროფესიონალიზმის განვითარების გზა გერმანიაში ბრიტანეთისა და შეერთებული შტატებისაგან განსხვავებული იყო იმ თვალსაზრისით, რომ აქ პროფესიონალები მთავრობასთან საგანმანათლებლო და მარეგულირებელი ინსტიტუტების დაფუძნებაზე მუშაობდნენ. ეს პროცესი ადრეულ ეტაპზე შედარებით ძლიერად განვითარდა; პროფესიული განათლების გერმანულ მოდელს ხშირად სხვა ქვეყნებშიც ბაძავდნენ.

იშლება." ჟურნალისტიკის ვებერისეულ ინტერპრეტაციაში პოლიტიკური ჩართულობა, საჯარო სამსახურის ეთიკა და ერთიანი სტანდარტების გაგება თანაარსებობენ.

რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა და ჟურნალისტური საქმიანობა ურთიერთკავშირშია. უფრო კონკრეტულად, არსებობს ურთიერთგავლენა ჟურნალისტიკას, ადმინისტრირებასა და სახელმწიფოს შორის: ადმინისტრაციული და სამართლებრივი პროცედურების არსებობა, ასევე ხელისუფლება, რომელიც საერთო ვალდებულებებს ემსახურება და ჩარჩო, რომელიც ჟურნალისტური პრაქტიკის ერთიანი სტანდარტის განვითარებას უწყობს ხელს და ჟურნალისტიკის, როგორც საზოგადოებრივი სამსახურის იდეოლოგიას აყალიბებს. ეს პროცედურები და მმართველობა ჟურნალისტებისთვის საერთო წყაროს უზრუნველყოფს და ინფორმაციის ღირებულების საერთო კრიტერიუმებს ადგენს. საგულისხმოა, რომ სწორედ ამ გზით ყალიბდება „თამაშის წესების" ის ნორმატიული ჩარჩო, რომელიც მათი დაცვის ვალდებულებებს განაპირობებს და რომელიც „საჯარო ინტერესის" იდეის, პარტიკულარულ ინტერესზე მაღლა დაყენების მნიშვნელობის კონკრეტიზაციას ახდენს. მომდევნო თავში ჩვენ ვნახავთ, რომ ასეთივე ბმა ლიბერალურ ქვეყნებშიც არსებობს.

დასკვნა

ჩრდილოეთი და ცენტრალური ევროპის ქვეყნები გამოირჩევიან რიგი მახასიათებლებით, რომელთაც ჩვენ „სამი თანაარსებობა" ვუწოდეთ და რაც მათ ლიბერალური და პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელებისგან განასხვავებს და ამავე დროს მათთან მსგავსებებსაც განაპირობებს. ეს „თანაარსებობა" რამდენიმე ფაქტორითაა განპირობებული. ესენია: ძლიერი, მასობრივად ცირკულირებადი კომერციული მედიის განვითარება და პოლიტიკურ და სამოქალაქო ჯგუფებთან მედიის კავშირები; პოლიტიკური პარალელიზმი და ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის თანაარსებობა; პრესის თავისუფლების ლიბერალური ტრადიციის თანაარსებობა მედიაში სახელმწიფოს ძლიერ ინტერვენციასთან, რაც თავის მხრივ, იმით არის განპირობებული, რომ მედია არა უბრალოდ ბიზნესად, არამედ სოციალურ ინსტიტუტად განიხილება.

ადრეულ ისტორიულ ეტაპზე საბაზრო ურთიერთობების ჩამოყალიბებამ, სამეწარმეო კულტურისა და ლიბერალური ინსტიტუ-

ტების განვითარებამ და პარალელურად წერა-კითხვის ცოდნის მაღალმა დონემ, რაც პროტესტანტული რეფორმაციის შედეგი იყო, ჩრდილოეთ და ცენტრალურ ევროპაში ძლიერი საგაზეთო ბაზრის ჩამოყალიბება განაპირობა. ამ ქვეყნებმა გაზეთების კითხვის უაღრესად მაღალი მაჩვენებელი და ძლიერი კომერციული საგაზეთო ინდუსტრია შეინარჩუნეს. იმავდროულად, რელიგიურმა კონფრონტაციამ, ეთნიკურ-ლინგვისტურმა წინააღმდეგობებმა და პოლიტიკურმა ბრძოლებმა პრესა იდეების გავრცელებისა და სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზების ინსტრუმენტად აქცია. ძლიერი პოლიტიკური პრესა, რომელიც კონკრეტული სოციალური ჯგუფების ინტერესებს უკავშირდებოდა, კომერციულ პრესასთან თანაარსებობდა. დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემამ, რომელიც მეოცე საუკუნის დასაწყისში განვითარდა, ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების (პარტიები, გაერთიანებები, ინტერესთა ჯგუფები, კულტურული და რელიგიური ჯგუფები) გადამწყვეტი როლის ინსტიტუციონალიზება მოახდინა, ისევე, როგორც მოლაპარაკებების პროცესისა და მათ შორის ძალაუფლების გადანაწილების. ამ კონტექსტში ჩამოყალიბდა პოლიტიკური პარალელიზმის ძლიერი ფორმა, რომელშიც მასმედია საჯარო დისკურსის, განსხვავებული სოციალური, პოლიტიკური და ეკონომიკური ინტერესების წარმომადგენლობით ინსტრუმენტად იქცა. სწორედ მისი მეშვეობით ხორციელდებოდა საჯარო დისკუსია, რომელშიც განსხვავებული სოციალური, პოლიტიკური და ეკონომიკური ჯგუფების ინტერესები იყო წარმოდგენილი, ასევე მნიშვნელოვან საკითხებზე დებატები, თანხმობის მიღწევისთვის ბრძოლა და შეთანხმებებისთვის სიმბოლური ნიადაგის შექმნა. ჰომოგენიზაციის პროცესის მიუხედავად, რომელმაც კომერციულ და პოლიტიკურ პრესას შორის არსებული ბალანსი მნიშვნელოვნად შეცვალა და „ნეიტრალური“ პროფესიონალიზმის გაფართოებას შეუწყო ხელი, პოლიტიკური პარალელიზმის მნიშვნელოვანი ხარისხი კვლავ რჩება დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მედიასისტემის მახასიათებლად.

კაცენშტეინი აღნიშნავს, რომ დემოკრატიული კორპორატიზმისათვის ერთდროულად ორი ფაქტორია დამახასიათებელი: ისტორიული საფუძვლის მქონე იდეოლოგიური განსხვავებებისა და გამოკვეთილ ინტერესებზე დაფუძნებული პარტიებისა და ორგანიზებული ჯგუფების არსებობა და იმ თამაშის წესებზე თანხმობა, რაც ამ ჯგუფებს შორის ძალაუფლების გადანაწილებას, წინააღმდეგობების დაძლევას და „საერთო სიკეთის“ სასარგებლოდ

გადაწყვეტილებათა მიღებას უზრუნველყოფს. ისტორიულად მედიასაც იდენტური დუალიზმი ახასიათებს, რომელსაც ჩვენ პოლიტიკური პარალელიზმისა და პროფესიონალიზმის თანაარსებობად მოვიხსენიებთ: ისინი ტრადიციულად საზოგადოებაში არსებულ დაყოფებსა და მრავალფეროვნებას ასახავენ, ფუნქციონირებენ, როგორც იმ პროფესიის წარმომადგენლები, რომელსაც ძლიერი ინსტიტუციური ერთობა, საკუთარი ქცევის ერთიან წესებზე კონსენსუსი და სხვა სოციალური ინსტიტუტებისგან ძლიერი ავტონომიურობა ახასიათებს. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების გამოცდილება, ჩვენი აზრით, ამყარებს მე-2 თავში შემოთავაზებულ არგუმენტს იმის თაობაზე, რომ პოლიტიკური პარალელიზმის და ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის ერთ განზომილებაში არსებობა, რომელიმეს კოლაფსს არ იწვევს და რომ ორივე ფაქტორის მაღალი ხარისხით თანაარსებობა შესაძლებელია. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მაგალითი გვიჩვენებს, რომ ლიბერალური მოდელის ნეიტრალური ჟურნალისტიკის გარდა, ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის სხვა ფორმებიც არსებობს.

დაბოლოს, კორპორატიული დემოკრატიზმის ქვეყნები ძლიერი ლიბერალური ინსტიტუტებისა და სამოქალაქო საზოგადოების ადრეულ ეტაპზე განვითარებით ხასიათდებიან. სახელმწიფო ძალაუფლება ისტორიულად შეზღუდული იყო და ეს ფაქტორი პრესის თავისუფლებასა და ღია საჯარო სივრცის სხვა ელემენტებზეც აისახა, სამთავრობო ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის ჩათვლით. ამავდროულად, დემოკრატიული კორპორატიზმის შეთანხმებების პროცესის ინსტიტუციონალიზაციამ სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფო შექმნა. დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები „სოციალური სახელმწიფოებია," რომელთაც კეთილდღეობისათვის აუცილებელი კოლექტიური პასუხისმგებლობის იდეოლოგია და ყველა მოქალაქისა თუ ჯგუფის ჩართულობა ახასიათებთ. მედია სივრცეში ეს ყოველივე იმ თვალსაზრისით აისახა, რომ ჩამოყალიბდა მყარი კონსენსუსი იმასთან დაკავშირებით, რომ სახელმწიფომ, როგორც თანაბარი შესაძლებლობების გარანტორმა, პოზიტიური როლი უნდა შეასრულოს „საერთო სიკეთის" უზრუნველყოფის პროცესში ყველა ორგანიზებული სოციალური ჯგუფის ხმების კომუნიკაციისათვის.

7

ჩრდილო ატლანტიკური ანუ ლიბერალური მოდელი

ლიბერალური ან როგორც მას ხშირად უწოდებენ, ანგლო-ამერიკული მოდელი, მედიის მკვლევრების მიერ, ყველაზე ერთიან მოდელად მოიაზრება. ცხადია, მაშინ, როდესაც სხვა მედიასისტემები ერთ მთლიან კონცეფციად იშვიათად განუხილავთ, „ანგლო-ამერიკულს“ იმაზე მეტად თანმიმდევრულად და უნიტარულად აღიქვამენ, ვიდერე ის სინამდვილეშია. რეალურად განსხვავებები ამერიკასა, რომელიც ლიბერალური სისტემის კლასიკური ნიმუშია და ბრიტანეთს შორის, სადაც სტატისტური კონსერვატიზმი, ლიბერალური კორპორატიზმი და სოციალური დემოკრატია ამერიკაზე გაცილებით ძლიერი იყო, არსებითია. კანადისა და ირლანდიის ლიბერალური მოდელებიც, რომელთაც ჩვენ ამ თავში განვიხილავთ, გარკვეული თვალსაზრისით მნიშვნელოვან განსხვავებებს შეიცავენ. ორივე ქვეყანაში, მაგალითად, ეროვნული იდენტობის საკითხები, ლიბერალური მოდელის ცვლილებაზე მკაფიოდ აისახება. ყველა ამ ქვეყანას მკაფიო შიდასახელმწიფოებრივი განსხვავებები ახასიათებს. ეს გარემოება ყველაზე მკვეთრად ბრიტანეთის მაგალითზე ჩანს. აქ სხვაობა ხარისხიან და მასობრივ პრესას შორის თვალშისაცემია, ისევე, როგორც განსხვავება ბეჭდური და სამაუწყებლო მედიის მართვის რეჟიმებში.

მიუხედავად ამისა, ამ ოთხ ქვეყანაში მედიასისტემის ბევრი მნიშვნელოვანი საერთო ნიშანი იკვეთება. მათ მედია ისტორიებს ძლიერი პოლიტიკური და კულტურული კავშირები აერთიანებთ. ყველა ქვეყნისთვის კომერციული გაზეთების შედარებით ადრეული განვითარებაა ნიშანდობლივი, რა დროსაც სახელმწიფოს ჩართულობა მინიმალური იყო. კომერციული პრესა უაღრესად დომინანტური გახდა და პარტიული, პროფკავშირული, რელიგიური და სხვა სახის არაკომერციული მედიის მარგინალიზება შეძლო. თითოეულ ქვეყანაში ჟურნალისტიკის ინფორმაციული სტილი იყო უპირატესი და პოლიტიკური ნეიტრალურობის ტრადიცია – ძლიერი, თუმცა ამ მხრივ მნიშვნელოვან გამონაკლისს ბრიტა-

ნული პრესა წარმოადგენდა. ოთხივე ქვეყანაში ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი შედარებით ძლიერად არის განვითარებული. ოთხიდან სამში – ირლანდია ამ მხრივ გამონაკლისია – კომერციულმა მაუწყებლობამ, კონტინენტურ ევროპასთან შედარებით, მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა. აქვე სახეზეა ნიშანდობლივი განსხვავება შეერთებულ შტატებთან, სადაც საზოგადოებრივი მაუწყებელი ყოველთვის მარგინალურ მდგომარეობაში იყო, ხოლო დანარჩენი სამი ქვეყნის მედია ისტორიაში ცენტრალურ როლს ასრულებდა. ოთხივე ქვეყანაში საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და მარეგულირებლის პოლიტიკური გამიჯვნის ტრადიცია არსებობს.

ლიბერალიზმი და მასობრივად ტირაჟირებადი კომერციული პრესის განვითარება

ჯ. ს მილი წერდა, რომ ბრიტანული ხასიათი (ბრიტანეთის სახე) ორმა მთავარმა გავლენამ ჩამოაყალიბა: კომერციული ფულის ბიზნესმა და რელიგიურმა პურიტანიზმმა". პოლიტიკური კონფლიქტების პარალელურად, რამაც საპარლამენტო დემოკრატიის განვითარება და საჯარო სივრცის გახსნა განაპირობა, სწორედ ეს ფაქტორები იყო გადამწყვეტი ბრიტანეთში ძლიერი პრესის ადრეულ ეტაპზე ჩამოყალიბებისთვის. ისევე, როგორც დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში, პროტესტანტიზმმა წერა-კითხვის ადრეულ ეტაპზე გავრცელების საქმეში აქაც გადამწყვეტი როლი ითამაშა, მიუხედავად იმისა, რომ რელიგიური ჯგუფები, კითხვის რელიგიური შინაარსიდან სეკულარულ შინაარსამდე გაფართოების თვალსაზრისით, ხშირად ამბივალენტურ დამოკიდებულებას ავლენდნენ. შეერთებულ შტატებში, სადაც პროტესტანტიზმი განსაკუთრებით ძლიერი ადრეულ ეტაპზე იყო, წიგნიერებას თეთრკანიან მოქალაქეებს, ქალებსა და კაცებს შორის მეცხრამეტე საუკუნის დასაწყისისთვის თითქმის საყოველთაო ხასიათი ჰქონდა (წერა-კითხვის არცოდნის მაღალი დონე შავკანიან მოსახლეობაში მეოცე საუკუნემდე შემორჩა). აქაც, ისევე, როგორც დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში, ბაზრის და ამ პროცესთან დაკავშირებული სოციალური კლასების გაფართოება პრესის განვითარების თვალსაზრისით საკვანძო იყო. „ქალაქის გარემოცვამ – ვალუტის გაცვლის სამეფო ბიუროებმა, ყავის სახლებმა, ნავსადგურებმა, ხალხმრავალმა და დაბინძურებულმა ქუჩებმა, სავაჭრო გილდიების შენო-

ბებმა და მაღაზიებმა ლონდონური გაზეთები წარმოშვა“ (კლარკი 1994:35). უფრო მეტიც, ინგლისის რევოლიცია იყო პირველი დიდი რევოლუცია, რომელმაც თანამედროვე პოლიტიკური სამყარო დაბადა და „მეოთხე ხელისუფლების“ გაჩენაც სწორედ ამ პოლიტიკური ტრანსფორმაციის ნაწილი იყო.

პირველი ბიულეტენები ინგლისში 1620 წელს ვაჭართა მზარდ თემში გავრცელდა. 1641 წლამდე, როდესაც სამეფო კარსა და „ხანგრძლივ პარლამენტს“ შორის კონფლიქტი წარმოიშვა, შიდა ამბების გამოქვეყნება აკრძალული იყო. 1642 წელს ინგლისში სამოქალაქო ომმა იფეთქა. კონტინენტურ ევროპაში ოცდაათწლიანი ომის მსგავსად, ეს კონფლიქტი რელიგიური დაპირისპირებებიდან, მიწათმფლობელთა და ლონდონის იმ ფინასური წრეების ინტერესთა კონფლიქტიდან აღმოცენდა, რომლებიც ბრიტანეთის ეკონომიკაში სულ უფრო და უფრო მზარდ როლს იძენდნენ. პროპაგანდისტულმა ომმა ტრაქტატებისა და პამფლეტების დიდი მასა წარმოშვა, რამაც თავის მხრივ, სეკულარული ლიტერატურის მკითხველთა წრე გააფართოვა. მეთვრამეტე საუკუნის დასაწყისში ბრიტანეთის პოლიტიკური სისტემა ძირეულად შეიცვალა. მეფეს ან დედოფალს ქვეყნის მართვა მხოლოდ საპარლამენტო უმრავლესობის მეშვეობით უნდა განეხორციელებინათ, რომელიც თავის მხრივ, ადრე სამეფო ოჯახის საკუთრებისგან განუყოფელ საზოგადოებრივ ფინანსებს განკარგავდა. პარლამენტი მინისტრების დანიშვნებს ამტკიცებდა და მოსამართლეთა მოხსნის ექსკლუზიურ უფლებას ფლობდა. სამეფეო ოჯახის მიერ ეკონომიკისა და გილდიების ტრადიციული პრივილეგირების ექსტენსიური პრაქტიკა ჩაურევლობის *(liassez fair)* პოლიტიკამ ჩაანაცვლა. რელიგიური შემწყნარებლობა მნიშვნელოვნად გაძლიერდა და 1695 წელს, ლიცენზირების აქტის გაუქმებას პრესის თავისუფლების განვითარების მიმართულებით მნიშვნელოვანი ნაბიჯი გადაიდგა. პოლიტიკური კულტურის თვალსაზრისით, როგორც ჰილი (1961:3) აღნიშნავს, „პოლიტიკა რაციონალურ საკითხად იქცა, რომელზეც სარგებლის მიღების, გამოცდილებისა და კეთილგონიერების კონტექსტში მსჯელობდნენ და არა ღვთაებრივი უფლების, დოგმატისა და ანტიკვარული სწავლებების ენით, როგორც ეს ადრე იყო“. ამ პერიოდში განვითარებულმა პოლიტიკურმა პარტიებმა, მთავრობისა და საპარლამენტო ოპოზიციის დაყოფამ მედიის ისტორიაზე განსაკუთრებული გავლენა მოახდინა. „დედოფალ ანას მმართველობიდან მოყოლებული, ძალაუფლებას ჩამოცილებული პოლიტიკოსები

პრესას საზოგადოებრივი აზრის მობილიზებისთვის რეგულარულად იყენებდნენ, რათა მოქმედ ადმინისტრაციაზე ზეგავლენა მოეხდინათ. ამან, თავის მხრივ, კონტრპროპაგანდის მოზღვავება გამოიწვია, გაზეთების ხელმოწერებიდან თუ საზოგადოებრივი ფონდებიდან მობილიზებული თანხა ლონდონურ პრესაში ორივე მხრიდან მიედინებოდა" (ჰარისი 1978:95). პირველი ყოველდღიური გაზეთი *Daily Courant* მთავრობის მიერ სწორედ პოლიტიკური შეჯიბრებითობის კონტექსტში ფინანსდებოდა.

1695 წელს ლიცენზირების აქტის გაუქმებამ მომდევნო დეკადაში, რადიკალურად გაზარდა გაზეთების რაოდენობა: ოცზე მეტი ლონდონში და რამდენიმე პროვინციებში გამოვიდა. პრესის უკონტროლო საქმიანობის გამო, პოლიტიკური ელიტები საკმაო დისკომფორტს განიცდიდნენ. ლიცენზირების პრაქტიკის აღდგენის რამდენიმე უშედეგო მცდელობის შემდეგ, 1712 წელს მიიღეს საგერბო მოსაკრებლის აქტი (Stamp Act), რომელიც გაზეთებზე, პამფლეტებზე, რეკლამებსა და ქაღალდებზე გადასახადს აწესებდა და რასაც გაზეთების ტირაჟების მკვეთრი შემცირება მოჰყვა. გადასახადები გაიზარდა და კიდევ უფრო გამკაცრდა 1789 და 1797 წელს, როდესაც რადიკალური პოლიტიკური აქტივობის ზრდას პოლიტიკური ლიტერატურის გავრცელების გაფართოება მოჰყვა. იგივე შეიძლება ითქვას 1815-1819 წლებზეც. ინგლისის საზოგადოების ტრანსფორმაციის იგივე პროცესი, რამაც საპარლამენტო მმართველობა განავითარა, წინააღმდეგობის მოძრაობებს, ეკონომიკის კონტროლისა და პრივილეგიების სისტემის გაუქმებას და ინდუსტრიული კაპიტალიზმის გაფართოებას მოიცავდა და ქალაქისა და სოფლის უპოვარ მოსახლეობას შორის მზარდი უთანასწორობა გააფართოვა. „ცოდნის გადასახადი" და პრესის სხვა მაკონტროლირებელი ნორმები (მაგალითად, წამქეზებლობის დასჯადობა) დიდწილად მესაკუთრეთა კლასის შიშებით იყო განპირობებული, რომლებიც თვლიდნენ, რომ პრესის გაძლიერება ღარიბთა პოლიტიკური აჯანყებისაკენ მიმავალი გზა იყო. რეალურად ამ რეპრესიულმა ზომებმა რადიკალური პრესის განვითარება ვერ შეაფერხა. ბრალდებები აჯანყებისაკენ მოწოდების ან პრესის სხვა დანაშაულის შესახებ რადიკალური გამოცემების ტირაჟების ზრდაზე აისახებოდა. ამასთანავე იზრდებოდა იმ გაზეთებისა და პამფლეტების რაოდენობა, რომლებიც ოფიციალური მოსაკრებლის გვერდის ავლით გამოდიოდნენ. მათგან ყველაზე ცნობილი კობეტის *Political Register* იყო, რომელმაც მე-19 საუკუნის დასაწყისში უპრეცედენტო მასშტაბებს მიაღ-

წია (კარანი 1979; ჩალაბი 1998). თუმცა ისიც უნდა ითქვას, რომ ამ შეზღუდვებმა მასობრივად ცირკულირებადი კომერციული პრესის განვითარება ბრიტანეთში 1850 წლამდე გადაავადა.

პრესის ბრიტანული ინსტიტუტების (როგორც ჟურნალისტური პრაქტიკის, ასევე სამართლებრივი ჩარჩოს) ექსპორტი ჩრდილოეთ ამერიკაში, ბრიტანულ კოლონიებშიც განხორციელდა, ასევე ირლანდიაში (სადაც ლონდონური გაზეთები ირლანდიის დამოუკიდებლობამდე, რიცხვობრივად ჭარბობდნენ). ამერიკის რევოლუციის შემდგომ პერიოდში, შეერთებული შტატები პრესის თავისუფლების საკითხებში უფრო შორს წავიდა. 1765 წელს, საგერბო მოსაკრებლის ვალდებულება ბრიტანეთის პარლამენტმა ამერიკულ კოლონიებზეც გაავრცელა (რამდენიმე კოლონიამ საკუთარი „ცოდნის გადასახადი“ ადრევე დააწესა), თუმცა სწორედ ეს საკითხი იქცა ბრიტანეთთან კოლონიების კონფლიქტის ერთ-ერთ პრინციპულ მიზეზად და აღნიშნული მოსაკრებელი შეერთებულ შტატებში ამერიკის თავისუფლების დეკლარაციის მიღებამდე გაუქმდა. შესაბამისად, ამერიკის შეერთებული შტატების კონსტიტუციის პირველმა შესწორებამ პრესის თავისუფლება ფუძემდებლურ პრინციპად აქცია, თუმცა პრესის თავისუფლების თანამედროვე გაგება უცებ არ გაჩენილა. ადრეულ წლებში ამერიკის რესპუბლიკის მიდგომა პირველ შესწორებასთან მიმართებაში საკმაოდ ბუნდოვანი იყო. ხშირად მისი ინტერპრეტირება ვიწროდ ხდებოდა, რაც იმას ნიშნავდა, რომ პრესის რეგულირებას ფედერალური მთავრობის ნაცვლად, შტატების პრეროგატივად მიიჩნევდნენ („კონგრესს ეკრძალება მიიღოს კანონი, რომელიც შეზღუდავს სიტყვისა და პრესის თავისუფლებას“), ან პრესის თავისუფლების ტრადიციულ ინგლისურ მიდგომას მიმართავდნენ, რომელიც მართალია, „წინასწარ შეზღუდვებს“ ლიცენზირების ან ცენზურის ფორმით კრძალავდა, თუმცა არ იცავდა გამომცემელს ისეთი დანაშაულისგან, როგორიც წამქეზებლობა, ან მთავრობის ოფიციალური პირების შეურაცხყოფა იყო (ლევი 1985). ამ ცნების უფრო ფართო, „ლიბერტარიანული“ ინტერპრეტაცია 1798 წლის „წამქეზებლობის აქტთან“ (Sedition Act) დაკავშირებული წინააღმდეგობებისას გაჩნდა, რადგან ამ აქტით დასჯადი ხდებოდა ყველაფერი, რაც ფედერალური ხელისუფლების რეპუტაციას ხელყოფდა. 1800 წელს არჩევნებზე ოპოზიციის გამარჯვებამ მისი გადახედვა შესაძლებელი გახადა: ლიბერტარიანულმა თეორიამ დაპირისპირებული პოლიტიკური პარტიების აღმოცენებასთან ერთად იჩინა თავი. ისინი, ვინც კონ-

სტიტუციას წერდნენ, ასეთ პოლიტიკურ სტრუქტურას არ მოიაზრებდნენ. პრესის თავისუფლების მნიშვნელობა და მისი შეზღუდვა არაერთი მოსალოდნელი კონფლიქტის საფუძველი შეიძლება გამხდარიყო. მაგალითად, პირველი მსოფლიო ომის დროს რადიკალური ხასიათის პუბლიკაციები აიკრძალა, ხოლო უცხოენოვანი პუბლიკაციების ინგლისური თარგმანი მთავრობისათვის წარდგენას საჭიროებდა. 1925 წელს მინესოტას შტატმა გამოსცა კანონი, რომელიც „ბოროტი" ("malicious") პუბლიკაციების შეზღუდვას შესაძლებელს ხდიდა, რასაც უზენაესი სასამართლოს საკვანძო გადაწყვეტილება *(ნეარი მინესოტას წინააღმდეგ)* მოჰყვა, რომელშიც უზენაესმა ინსტანციამ შტატის გადაწყვეტილება პირველ შესწორებასთან მიმართებაში განიხილა. თუმცა ფუძემდებლური პრინციპი, რომ პრესას მთავრობის კრიტიკის უფლება აქვს, გაბატონებული ხედვა იყო 1800 წლიდან.

ჩრდილოეთ ატლანტიკის ქვეყნების მედია ისტორიის გამოკვეთილი მახასიათებელი ადრეულ ეტაპზე კომერციული პრესის ძლიერი განვითარებაა, რაც მეცხრამეტე საუკუნის ბოლოს გაბატონებული ტენდენცია იყო და მედიის ორგანიზების სხვა ფორმების მარგინალიზებას ახდენდა. ყველაზე ადრეულ ეტაპზე კომერციული პრესა შეერთებულ შტატებში განვითარდა და 1830-იან წლებში იაფი ტაბლოიდური პრესის (Penny Press) გაჩენას უკავშირდებოდა (ხადსონი 1978; შილერი 1981). ბრიტანეთში, სადაც ლიბერალური პოლიტიკური ტრადიცია ისეთი ჰეგემონური არ იყო, როგორც შეერთებულ შტატებში, „ცოდნის გადასახადმა" კომერციული პრესის განვითარება 1850 წლამდე შეაფერხა. კანადაში ამერიკული პენი პრესის იმიტირება 1830-იანი წლებიდან იწყება, თუმცა კომერციული პრესის რეალური აღზევება 1880-90-იან წლებს უკავშირდება. პირველი ტაბლოიდური გაზეთი ირლანდიაშიც 1859 წელს გამოჩნდა, ხოლო თანამედროვე ტიპის გაზეთი კი – 1905 წელს, როდესაც ახალმა მფლობელებმა The Irish Indepdent ფინანსურად მომგებიან, წარმატებულ გაზეთად აქციეს, რომელიც პოლიტიკური და რელიგიური ინტერესების მიღმა, ბიზნეს წრეებზე იყო ორიენტირებული. კომერციული პრესის განვითარება ირლანდიაში შედარებით ნელა მიმდინარეობდა და ამის გამომწვევ მიზეზებს ჩვენ ახლა ვიკვლევთ.

მიუხედავად იმისა, რომ პროცესი 1830 წლამდეც დაიწყო, კომერციული რევოლუციის ტალღამ თავის პიკს 1870-1890 წლებში მიაღწია. ამ პერიოდში ქაღალდის მასობრივი წარმოების ინდუსტრია გაიზარდა, ისევე, როგორც ზოგადად ინდუსტრიული

კაპიტალიზმი და ეს პროცესი უკავშირდებოდა „დიდი მასშტაბის ქარხნულ წარმოებას, ურბანული მუშახელის, საინვესტიციო კაპიტალის სტრატეგიული ცენტრების წარმოქმნასა და სტანდარტიზებული პროდუქციის მარკეტინგის გაძლიერებას“ (ბალდასტი 1992:52). ისეთი გაზეთების განვითარებამ, როგორებიც 1883 წლის დასწყისში პულიცერის World და 1896 წელს Daily Mail იყო, მასობრივი მკითხველი წარმოშვა და საზოგადოების ყველა კლასი მოიცვა. ლიბერალურ ქვეყნებში გაზეთების გაყიდვების ტირაჟებმა ტელევიზიის გაჩენასთან ერთად იკლო და ამჟამად მათი ცირკულაცია ისეთი მაღალი არ არის, როგორც კონტინენტური ევროპისა და აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნებში. თუმცა როგორც 2.1 ცხრილიდან ჩანს, გაზეთები მაინც საკმაოდ ძლიერ პოზიციებს ინარჩუნებენ. ლიბერალური ქვეყნებიდან ამ თვალსაზრისით ბრიტანეთი ლიდერობს, სადაც ყოველ ათას მოსახლეზე 400 ეგზემპლიარი იყიდება და კორპორატიული დემოკრატიზმის ქვეყნების მონაცემებსაც კი უახლოვდება. ამ დროს შეერთებული შტატების, კანადისა და ირლანდიის იდენტური მონაცემები ყოველ ათას მოსახლეზე 263-დან 191-მდე მერყეობს, რაც დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მაჩვენებელს ჩამორჩება, თუმცა პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებისას აღემატება.

კომერციალიზაციამ გაყიდვების მოცულობა არა მარტო გაზარდა, არამედ მცირე მასშტაბიანი წარმოებიდან, რომელსაც მუდმივად ესაჭიროებოდა ცალკეული მდიდარი ინდივიდების, მკითხველთა საზოგადოებების, პოლიტიკური პარტიებისა და სახელმწიფოს სუბსიდირება, გაზეთები კარგად კაპიტალიზებულ და მაღალშემოსავლიან ბიზნესად აქცია. 1870 წლისათვის დიდი საგაზეთო კომპანიები შეერთებული შტატების უდიდესი მანიფაქტურების რიგებში ირიცხებოდნენ. ამან, თავის მხრივ, პრესის პოლიტიკური როლი შეცვალა. ამ ტრანსფორმაციის ბუნება და დემოკრატიაზე მისი გავლენა ლიბერალურ ქვეყნებში მედია მკვლევართა შორის ძალზე მნიშვნელოვანი დებატების, განსაკუთებით ეს შეეხება ბრიტანეთს, თუმცა გარკვეული ხარისხით ეს დისკურსი დღემდე ოთხივე ქვეყანაში მიმდინარეობს.[66] ლიბერალურ მედიასისტემასთან დაკავშირებით, რომელიც უკვე მთელ მსოფლიოში ვრცელდება, მედია მკვლევრებს შორის და საჯარო დისკურსში შემდეგი მოსაზრებაა გაბატონებული: „გაზეთების, როგორც სარეკლამო მედიუმის მზარდი ღირებულება, შესაძლებ-

66 აშშ-ში, მაგალითად, ამ საკითხზე რევიზიონისტული პოზიცია შილერმა (1981), სტილმა (1990) და ბეიკერმა (1994) დააფიქსირეს.

ლობას იძლევა, მათ მთავრობისა და პარტიულ კონტროლს თავი დააღწიონ და საზოგადოების განწყობილებების გამომხატველ, დამოუკიდებელ ხმად იქცნენ“ (ალტიკ 1957:322). 1970 წელს ეს მოსაზრება რევიზიონისტმა მედია მკვლევრებმა ეჭვქვეშ დააყენეს. მათ მიაჩნდათ, რომ პრესის კომერციალიზაცია დემოკრატიულ ცხოვრებაში მის როლს ძირს უთხრიდა და ეს, პირველ რიგში, გარკვეული სოციალური ინტერესების ხელში, განსაკუთრებით ბიზნესის, მედია ძალაუფლების კონცენტრაციის გზით ხდებოდა; მეორე რიგში კი იმით, რომ პრესის მთავარი დანიშნულების – პოლიტიკური თვალსაზრისის გამოხატვის – ჩანაცვლება კონსუმერიზმის წახალისებით ხდებოდა. ეს დებატი უშუალოდ მე-4 თავში განხილულ დიფერენციაციის საკითხს უკავშირდება, ასევე კითხვას – ნიშნავს თუ არა კომერციალიზაცია მედიასისტემის პოლიტიკისგან დიფერენცირებას თუ ბიზნესის მიერ საჯარო სივრცის კოლონიზაციას მოასწავებს.

რა თქმა უნდა, მართებულია იმის თქმა, რომ კომერციალიზაციამ ლიბერალური ქვეყნების პრესა პოლიტიკოსებისა და მთავრობის სუბსიდირებისგან გაათავისუფლა, რაც სტანდარტული მოვლენა იყო მეცხრამეტე საუკუნის შუა წლებამდე. კომერციალიზაცია არ ნიშნავს, რომ პრესამ პოლიტიკურ პარტიებთან ყოველგავარი კავშირი გაწყვიტა. ცხადია, რომ მას არც პოლიტიკური როლი დაუკარგავს. ეს მხოლოდ იმას მოასწავებდა, რომ პრესა, მისი რედაქტორები და მფლობელები, დროთა განმავლობაში, დამოუკიდებელ პოლიტიკურ მოთამაშეებად იქცნენ. კანადასთან დაკავშირებით ფიზერლინგი (1990:96) წერდა:

> 1890-იანი წლები მოწმე იყო იმისა, რასაც ჩვენ დამოუკიდებელ ჟურნალისტიკას ვუწოდებთ: ის, რომ დიდი, ზოგჯერ მონოლითური გაზეთები საკუთრივ პოლიტიკური პარტიებისაგან დამოუკიდებელნი იყვნენ, უპირობოდ არ ნიშნავდა პარტიული მიკერძოებისგან მათ თავისუფლებას. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ჟურნალისტურმა დამოუკიდებლობამ რედაქტორებს პოლიტიკურ თამაშში, ინსტრუმენტის ნაცვლად, სრულფასოვანი პოლიტიკური მოთამაშის როლი მიანიჭა.

შეერთებულ შტატებში გაზთების გაყიდვების მოცულობა განსაკუთრებით მას შემდეგ გაიზარდა, რაც საარჩევნო ხმის უფლება გაფართოვდა და ის ქონებრივი ცენზის მიუხედავად, ყველა თეთრკანიან მამაკაცს მიენიჭა. ეს ის პერიოდია, როდესაც

შეერთებულ შტატებში მასობრივი პარტიები განსაკუთრებულად ძლიერად ვითარდებოდნენ და გაზეთები მათთან თანამშრომლობას საკმაოდ მჭიდროდ განაგრძობდნენ. თუმცა მეცხრამეტე საუკუნის ბოლოსკენ, სარედაქციო მხარდაჭერამ კლება დაიწყო. კომერციული გაზეთების პირველ თაობას ოთხივე ქვეყანაში, პარტიზანული იდენტობა და ვალდებულებები ჰქონდათ, რომელთაც ზოგჯერ იცვლიდნენ, ხოლო მათი მფლობელები პარტიულ პოლიტიკაში ხშირად აქტიურად იყვნენ ჩართულები. ჰერსტი, რომელიც დემოკრატიული პარტიიდან პრეზიდენტად ნომინირებას მოელოდა და ლორდი ბივერბრუკი, რომელმაც პრესის სამეფო კომისიას განუცხადა, რომ ის თავის გაზეთს „წმინდა პროპაგანდისტული მიზნებისათვის იყენებდა“, სწორედ ამ ეპოქის წარმომადგენლები არიან. ამავე დროს, ბაზრის ლოგიკა პრესის საქმიანობას ცვლიდა და პოლიტიკაში მის ჩართულობას ზღუდავდა, მედია მფლობელებს ღია მხარდაჭერის შემცირებისკენ უბიძგებდა; მეტიც, შეერთებულ შტატებსა და კანადაში, ხოლო შემდგომ ატლანტიკის მეორე მხარესაც, საზოგადოების განწყობებზე გამოხმაურებას და რეკლამის დამკვეთებზე ორიენტირებას აიძულებდა.[67] ამგვარად, მეცხრამეტე საუკუნის დასაწყისისათვის დამახასიათებელი პოლიტიკური აზრის გამოხატვა საგაზეთო შინაარსში ცენტრალური აღარ იყო.

ასევე ცხადია, რომ გაზეთების კომერციალიზაციამ ლიბერალური ქვეყნების მედიასისტემიდან არაკომერციული მედიის სხვადასხვა ფორმა განდევნა. *„დემოკრატია ამერიკაში“* ტოკვილი წერდა (1969:519), რომ: „გაზეთი გადარჩება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ის იმ გრძნობებსა თუ პრინციპებზე წერს, რაც ადამიანთა დიდი წრისათვის არის ახლობელი. ამგვარად, გაზეთი ყოველთვის წარმოადგენს ასოციაციას, რომლის წევრები მისი რეგულარული მკითხველები არიან“. სავარაუდოდ, აქ პარტიული პრესაც იგულისხმებოდა და ის გაზეთებიც, რომლებიც სხვადასხვა სახის სოციალურ ჯგუფებს მოიცავდნენ. 1830-40-იანი წლები, შეერთებულ შტატებში გაზეთების ცირკულაციის ზრდის პერიოდი, მნიშვნელოვანი რეფორმების ხანა იყო (ყველაზე აქტუალური ებოლიციონისტური მოძრაობა იყო) და ბევრი გაზეთი ამ რეფორმებთან იყო დაკავშირებული. (ნორდი 2001). როგორც ჩვენ ვნახეთ, ბრიტანეთში რადიკალური, არალეგალური (უბეჭდო)

67 ბალდასტი (1992:75ff) მეცხრამეტე საუკუნის ამერიკული გაზეთების პოლიტიკურ შინაარსზე, რეკლამის დამკვეთთა გავლენაზე მსჯელობს.

პრესა, რომელიც მუშათა კლასის მოძრაობებთან იყო დაკავშირებული, „ცოდნის მოსაკრებლის“ აყვავებას განიცდიდა. ისევე, როგორც ტოკვილის მიერ აღწერილი ამერიკული გაზეთები, კომერციული პრესის აღზევების შედეგად, ეს გაზეთები ბრიტანეთშიც გაქრნენ (კარანი 1978; ჩალაბი 1998). ტოკვილის ანალიზისა და სხვა მედიასისტემებისათვის ცენტრალურმა ფაქტორმა –კავშირმა გაზეთებსა და ასოციაციებს შორის – კომერციული გაზეთების მასობრივი ცირკულაციის გაფართოების შედეგად გაქრობა დაიწყო.

ამგვარად, ლიბერალურ ქვეყნებს არასდროს ახასიათებდა გაზეთების ისეთი მრვალფეროვნება, როგორც ეს დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემაში იყო წარმოდგენილი. მეოცე საუკუნეში შეერთებულ შტატებში, კომერციულის გარდა, ყველა გაზეთი მარგინალურ გამოცემად იქცა. აქ არასდროს ჰქონიათ პარტიული პრესა იმ სახით, როგორც მეცხრამეტე საუკუნის ბოლოსათვის კონტინენტურ ევროპაში განვითარდა. ერთადერთი გამონაკლისი კომუნისტების ყოველდღიური გაზეთი *Daily Worker* (მოგვიანებით *Morning Star)* იყო, რომელიც 1950 წელს ბრიტანეთში 115 000-იანი ტირაჟით გამოდიოდა. განსხვავებული შემთხვევაა ირლანდია, რომელსაც ჩვენ უფრო დეტალურად განვიხილავთ. ირლანდიური პოლიტიკური სისტემა ახალია და აქ პარტიული გაზეთების არსებობამ მთელი მეოცე საუკუნის მიწურულამდე გასტანა. ისინი მეტწილად მარგინალურები იყვნენ, თუმცა შინ ფეინის ჟურნალ An *Phoblacht/Republican News*-ს საკმაო გავლენა ჰქონდა (ჰორგანი 2001:148). პარტიული გაზეთები კვებეკშიც არსებობდა, სადაც უკანასკნელი 1962 წელს დაიხურა (გაგნონი 1981:27). მნიშვნელოვან როლს არც რელიგიური ჟურნალები თამაშობდნენ, თუმცა მაგალითად, ირლანდიაში რამდენიმე გამოდიოდა.[68] მიუხედავად რადიკალური უბეჭდო გაზეთების გაქრობისა, ბრიტანეთში ძლიერი ლეიბორისტული პრესა არსებობდა, რომლის უმნიშვნელოვანეს წარმომადგენელს მეოცე სა-

68 შეერთებულ შტატებში *The Cristian Sciense Monitori* გამოდის და *Church of Jesus Christ of Latter – Day Saints* იუტას შტატში ბევრ ბეჭდურ გამოცემას ფლობს. The Washington Times-იც უნიფიკაციის ეკლესიის ფინანსური დახმარებით სარგებლობს. რელიგიური რადიოების არსებობა რადიოს განვითარების ადრეულ ეტაპებს უკავშირდება, თუმცა ის საკაბელო ტელევიზიის განვითარებასთან ერთად, 1970-იანი წლებიდან მნიშვნელოვნად გაფართოვდა (ჰუვერი 1988) და შესაძლოა, ელექტრონულ მედიაში გარე პლურალიზმისკენ უფრო დიდ გადახრად მივიჩნიოთ.

უკუნეში (1922-1929 წლებში) *Daily Herald*-ს პროფკავშირთა კონგრესი (TUC) ფლობდა და ის სარედაქციო გავლენას მასზე 1961 წლამდე ინარჩუნებდა. შემდგომ ეს გაზეთი Mirror- ის ჯგუფმა შეიერთა (მოგვიანებით ის მერდოკმა შეიძინა და ამჟამად *The Sun*-ის სახელწოდებით გამოდის). მიუხედავად მაღალი ცირკულაციისა, ლეიბორისტული პრესის გაქრობა (რისი მიზეზი ნაწილობრივ ის იყო, რომ რეკლამის დამკვეთებს არათუ არ მოსწონდათ მისი პოლიტიკა, არამედ ნაკლებ ინტერესს იჩენდნენ გაზეთის მკითხველთა მიმართ, რომლებიც ძირითადად მუშათა კლასს შეადგენდნენ) არის ის არგუმენტი, რომელსაც ბრიტანელი მედია მკვლევრების რევიზიონისტული სკოლა ხშირად იმ იდეის წინააღმდეგ იყენებს, რომლის თანახმადაც, პრესის კომერციალიზაცია გავლენისგან თავისუფალ მეოთხე ხელისუფლებას წარმოშობს. ამერიკასა და კანადაში კომერციული პრესა ლეიბორისტული მოძრაობების განვითარებაზე ადრე გაჩნდა, ამიტომ ლეიბორისტული გაზეთები მარგინალურ გამოცემებად დარჩნენ. მათ შორის ყველაზე ცნობილი *Apeal to Reason* იყო, რომელიც 1912 წელს, შეერთებულ შტატებში, პოპულარობის პიკში, 760 000-იანი ტირაჟით იყიდებოდა. ამერიკის და კანადის მედია ლანდშაფტს უცხოენოვანი და ეთნიკური გაზეთებიც ქმნიდნენ. ამ გამოცემების უმეტესობას ერთგვარი ჰიბრიდული სახე ჰქონდა იმ თვალსაზრისით, რომ ერთი მხრივ, ბაზარზე გადარჩნენ და ზოგჯერ კომერციულ მოგებასაც კი ნახულობდნენ და იმავდროულად საკუთარ თავს კონკრეტული სოციალური ჯგუფების წარმომადგენლებად უფრო განიხილავდნენ, ვიდრე სუფთა ბიზნესად. ჯგუფები, რომლებსაც ისინი წარმოადგენდნენ, რასობრივად სტრატიფიცირებულ საზოგადოებაში, ხშირად მეინსტრიმ მედიიდან მოკვეთილები იყვნენ. ასე რომ ადვოკატირება მათი მთავარი ფუნქცია იყო.[69] ყველაზე მნიშვნელოვანი ე.წ. „შავი გაზეთები", *Chicago Defender* და *Pitsburg Courier* მეოცე საუკუნის დასაწყისში 200 00-300 00 ტირაჟით იყიდებოდა. დღეს უმსხვილესი ეთნიკური მედია ესპანურენოვანია. ეს გაზეთები, მიუხედავად იმისა, რომ ლათინური თემის ინტერესებს ასახავენ, საკუთარ სარედაქციო პოლიტიკას სტანდარტულ კომერციულ და პროფესიონალზმის მოდელზე აფუძნებდნენ (როდრიგესი 1999).

---

69 იხ. მაგალითად, ბეკენი (1997). ბევრმა მათგანმა ჟურნალისტური კულტურის იმპორტირება თავიანთი წარმომავლობის ქვეყნებიდან მოახდინა, კერძოდ, დემოკრატიული კორპორატიზმისა და პოლარიზებული პლურაზმის ქვეყნებიდან.

მიუხედავად იმისა, რომ კომერციული გაზეთების მასობრივი ცირკულაციის განვითარება ოთხივე ქვეყნისათვის საერთო მახასიათებელი იყო, თანამედროვე პრესა საკმაოდ განსხვავებული მიმართულებებით ჩამოყალიბდა. ბრიტანეთში კლასობრივ სტრატებზე ორიენტირებული საბაზრო პრაქტიკა დომინირებს. მისთვის დამახასიათებელია მკაფიო დიფერენცირება ძირითადად საშუალო და მაღალ კლასებზე ორიენტირებულ „ხარისხიან" პრესასა და ტაბლოიდებს შორის, რომლებიც „საშუალო ბაზარსა" და „მასობრივ ბაზარზე" მუშაობენ. ამ პრაქტიკისაგან განსხვავებულია შეერთებული შტატებისა და კანადის გამოცდილება, სადაც დომინირებენ ადგილობრივი გაზეთები, რომელთაც შერეული აუდიტორია ჰყავთ. ბრიტანულ საგაზეთო ბაზართან მხოლოდ ნიუ-იორკის ბაზრის შედარება შეიძლება, სადაც *Post* და *Daily News* ლიდერობენ (ჩრდილოეთ ამერიკაში არსებობენ ტაბლოიდური გაზეთები, მაგალითად, ჩიკაგოსა და ტორონტოში, თუმცა ისინი ბრიტანული ტაბლოიდების გაყიდვების მასშტაბებს ვერ აღწევენ). ამის მიზეზი მარტივია და ის თავად ბრიტანული ეროვნული მედია ბაზრის თავისებურებაშია: მას ბაზრის სხვადასხვა სეგმენტზე ორიენტირებული არაერთი გაზეთის შენახვა შეუძლია (1998 წელს ბრიტანეთში ცამეტი საერთო ნაციონალური, ყოველდღიური გაზეთი გამოდიოდა). შეერთებული შტატებისა და კანადის ბაზარი იმდენად დიდია, რომ საერთო ნაციონალური, ყოველდღიური გაზეთების გამოცემა ტექნოლოგიურად შეუძლებელი იყო, ვიდრე ტელეკომუნიკაციების სფეროს განვითარებამ შესაძლებელი არ გახადა დიდი მოცულობის მონაცემების იაფად გაგზავნა მთელი ქვეყნის მასშტაბით (*USA Today* 1982 წელს დაფუძნდა, ხოლო *The New York Times*-მა ნაციონალური ჩანართი 1980 წელს წარმოადგინა. კანადური *National Post* 2000 წელს გამოვიდა). როგორც შეერთებული შტატები, ასევე კანადა, ფედერალური სისტემებია. გაზეთების ბაზრებიც ძირითადად ლოკალურია და როგორც მთელ მსოფლიოში, სარეკლამო ეკონომიკა ადგილობრივ გაზეთებს მკითხველთა ერთიან, მონოპოლიურ და ყოვლისმომცველ აუდიტორიისაკენ უბიძგებს. ირლანდიაში ტაბლოიდური გაზეთების ბაზარი დღესაც არსებობს, თუმცა მასზე ძირითადად ბრიტანული იმპორტი დომინირებს, რომელიც ყოველდღიური გაზეთების 20 პროცენტს და საკვირაო გაზეთების 26 პროცენტს მოიცავს. ბრიტანული საგაზეთო ბაზარი იმით არის უნიკალური, რომ სხვაობა ხარისხიან და მასობრივ გაზეთებს შორის ძალიან მკაფიოა და ეს უკანასკნელი 1994

წლიდან დომინირებს. მასობრივი ტაბლიოდების ტირაჟი 54 პროცენტს მოიცავს, ხოლო საშუალოსი – 27 პროცენტს. გერმანია ამ ვითარებასთან ყველაზე ახლოს მდგომი მაგალითია, თუმცა ადგილობრივი პრესის სიძლიერე „ქუჩის გაზეთების“ ლიდერ *Bild*-ის გავლენას ამცირებს.

პოლიტიკური პარალელიზმი

კომერციული პრესა, რომელიც ჩრდილოეთ ამერიკასა და ბრიტანეთში ასე ძლიერად განვითარდა, პიონერი იყო იმ დისკურსის შექმნაში, რასაც ჩელაბი (1996) „ფაქტზე ორიენტირებულ დისკურსს“ უწოდებს. კომერციულ პრესას წინა პლანზე ახალი ამბავი გამოჰქონდა და ეს ადრეულ გაზეთებში გაბატონებული პოლიტიკური რიტორიკისა და კომენტარების ხარჯზე ხდებოდა. კომერციულმა პრესამ ინოვაცია კიდევ ორი მიმართულებით განავითარა: მან ახალი ამბების სწრაფი მოპოვებისა და მათი სიზუსტის უზრუნველყოფის ორგანიზაციული ინფრასტრუქტურა შექმნა და ფაქტობრივი რეპორტაჟის კულტურული ფორმები განავითარა. მეოცე საუკუნის დასაწყისის ფრანგული და ანგლო-ამერიკული გაზეთების შედარებისას, ჩელაბი აღნიშნავს, რომ ანგლო-ამერიკულ პრესაში უფრო ზუსტი და დროული ინფორმაცია ჭარბობდა; ინფორმაციის ფოკუსი უფრო მრვალმხრივი იყო, რადგან მათ მთელ მსოფლიოში მოქმედი საკორესპონდენტო ქსელი ჰქონდათ განვითარებული და რაც მთავარია, ინფორმაცია უფრო „ფაქტობრივად“ იყო წარმოდგენილი. აქ ფრანგული ჟურნალისტიკისათვის დამახასიათებელი ფაქტისა და პირადი მოსაზრების ძლიერი აღრევა არ ხდებოდა. ლიბერალური ქვეყნების ჟურნალისტები უფრო წერის ინფორმაციულ და თხრობით სტილზე იყვნენ ორიენტირებულები, მათი კონტინენტელი კოლეგებისგან განსხვავებით, რომლებიც კომენტარს განსაკუთრებულ ყურადღებას ანიჭებდნენ. თუმცა განსხვავებები შემცირდა.

ხშირად მიიჩნევა, რომ ამ ტიპის „ფაქტზე ფოკუსირებული დისკურსი"ბუნებრივ თანხვედრაშია პოლიტიკური ნეიტრალურობის ცნებასთან და რომ ძლიერი კომერციული პრესა გარდაუვლად მოასწავებს პოლიტიკური პარალელიზმის დაბალ ხარისხს.

> ...„1850 წლიდან მოყოლებული, ანგლო-ამერიკელმა ჟურნალისტებმა მათ ნეიტრალურობასა და ობიექტურობაზე ტიპური განაცხადის გაკეთება დაიწყეს... მაშინაც

კი, როდესაც მათი ნაწერები პოლიტიკურ მსჯელობას შეიცავდა, ისინი, როგორც წესი, რაიმე სახის პოლიტიკურ ალიანსს ან პრეფერენციას უარყოფდნენ. ნებისმიერ შემთხვევაში, ახალ ამბებსა და ინფორმაციულობაზე ორიენტირება, ანგლო-საქსონელ ჟურნალისტებს საკუთარი აზრის გამოხატვისათვის სივრცეს არ უტოვებდა“ (ჩელაბი 1996:311).

რეალურად, ლიბერალურ ქვეყნებს შორის მნიშვნელოვანი განსხვავებები იმისდა მიხედვით იკვეთება, თუ რა სახის ნეიტრალიტეტი ან მხარდაჭერა დომინირებს ამა თუ იმ ქვეყანაში. შეერთებულ შტატებში, კანადასა და ირლანდიაში ნეიტრალიტეტის დეკლარირება გაზეთებისათვის ჩვეულებრივ ამბად იქცა. ნეიტრალიტეტი ოთხივე ქვეყნის მაუწყებლის მახასიათებელიცაა, თუმცა მათი რაოდენობის ზრდასთან და დერეგულირებასთან ერთად საგულისხმო განმასხვავებელი ნიშნებიც იჩენენ თავს. მეორე მხრივ, ბრიტანული პრესა გარე პლურალიზმის მაღალი ხარისხითაც ხასიათდება. შემხვევითი არ არის, რომ „პარტიული პრესის პარალელიზმი“ სწორედ ბრიტანეთში განვითარდა, სადაც კომერციული ხასიათის მიუხედავად, და ჩელაბის მიერ აღწერილ ფაქტზე ორიენტირებული დისკურსის მნიშვნელობის მიუხედავად, პარტიული პოლიტიკა პრესაზე ყოველთვის სარკისებურად აისახებოდა.

პრაქტიკულ აზრს მოკლებულია, აღწერო ამერიკული პრესა ისევე, როგორც ევროპელები ტრადიციულად საკუთარს აღწერენ, როდესაც გამოკვეთილი სიმპათიების ან მხარდაჭერის მიხედვით, მკაფიო იდენტიფიცირება ხდება იმისა, თუ პოლიტიკური სპექტრის რომელ წერტილში იმყოფება ესა თუ ის გაზეთი. მე-6 თავში ჩვენ ვისაუბრეთ პეტერსონისა და დონბახის (1993) მიერ ჩატარებულ გამოკითხვაზე, რომელშიც ბრიტანელმა, შვედმა, გერმანელმა და იტალიელმა ჟურნალისტებმა მათი ქვეყნების საერთო ნაციონალური გაზეთები არსებული პოლიტიკური სპექტრის გასწვრივ გადაანაწილეს, ხოლო მათმა ამერიკელმა კოლეგებმა კი ახალი ამბების ყველა ორგანიზაცია, ორ პოლიტიკურ პარტიას – დემოკრატიულსა და რესპუბლიკურს შორის არსებულ მცირე დიაპაზონში განიხილეს. ცხადია, რომ გაზეთს, საკუთარ სარედაქციო სვეტებში, პოლიტიკური ორიანტაცია შედარებით ნათლად აქვს გამოკვეთილი. თუმცა ახალი ამბების გაშუქებაზე ეს გარე-

მოება ძალზე სუსტად აისახება.[70] მაგალითად, *The San Diego Union Tribune*-ის სარედაქციო გვერდი მკაფიოდ რესპუბლიკურია. 1970 წელს ის ერთადერთი გადარჩენილი გაზეთი იყო, რომელსაც მკაფიო პარტიული ორიენტაცია ჰქონდა და პოლიტიკურ ნეიტრალიტეტზე მისი გადასვლა არცთუ დიდი ხნის წინ მოხდა. თუმცა სხვა ამერიკული გაზეთებისგან განსხვავებით, სარედაქციო გვერდზე დღესაც მკაფიოდ აისახება ძლიერი იდენტობა. მიუხედავად ამისა, უახლოესი ისტორიის ყველაზე მძაფრ კონფლიქტში – 2000 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების შედეგებთან დაკავშირებით – გაზეთის გაშუქების მეტი წილი *The New York Times*-ის ახალი ამბების სამსახურს ეყრდნობოდა. ამ დაპირისპირებაში *The New York Times*-ს საპირისპირო პოზიცია ეკავა – მაგრამ ამერიკულ ჟურნალისტიკაში არსებობს აღიარებული დაშვება, რომ ეს ყოველივე ახალი ამბების წარმოების პროცესში არარელევანტურია. არსებობს გამონაკლისებიც – როდესაც ჟურნალისტი გრძნობს (ან აკეთებს დაშვებას), რომ მენეჯმენტის მხრიდან მასზე ზეწოლა ხორციელდება, რათა მან გაზეთის სარედაქციო ხაზს არ გადაუხვიოს (არის ასევე შემთხვევები – და ეს უფრო ხშირია – როდესაც რეპორტიორი გრძნობს ზეწოლას, რათა ჟურნალისტმა არ გადაუხვიოს იმ ძირითად ხედვას, რომელსაც გაზეთების უმეტესობა იზიარებს. ამ საკითხს ჩვენ მოგვიანებით განვიხილავთ). არსებობენ ისეთი გაზეთებიც, სადაც სარედაქციო პოზიციასა და ახალი ამბების გაშუქებას შორის ასეთი მკაფიო გამიჯვნა არ ხდება. ამ თვალსაზრისით *Washington Times* საგანგებო შემთხვევაა. ის 1980 წელს მისი უწმინდესობა სუნ მიუნგ მუნის უნიფიკატორული ეკლესიის მიერ, სპეციალურად იმისათვის დაფუძნდა, რომ მეინსტრიმ პრესისათვის კონსერვატიული ალტერნატივა შეექმნა. გაზეთებს შორის არსებულ განსხვავებებზე პოლიტიკური კულტურის რეგიონალური ვარიაციებიც საკმაოდ აისახა. განსაკუთრებით ადგილობრივ გაზეთებზე. *San Francisco Chronicle* გეი აღლუმს აშუქებს სხვაგვარად, ვიდრე ბიბლიურ სარტყელში გამომავალი გაზეთები. აქვე უნდა ითქვას, რომ მიუხედავად

70 შეერთებულ შტატებში ზოგიერთმა ემპირიულმა კვლევამ სარედაქციო პოზიციასა და ახალი ამბების გაშუქებას შორის ერთგვარი კორელაცია გამოავლინა. მაგალითად, ნაკოსმა (1990) აღმოაჩინა, რომ გაზეთები მიდრეკილი არიან, გამოიყენეონ რაც შეიძლება მეტი ისეთი წყარო, რომელიც მათ სარედაქციო პოლიტიკას უფრო აწყობს. მიუხედავად ყველაფრისა, ასეთი განსხვავებები უაღრესად პირობითი და ბუნდოვანია.

ყველაფრისა, ამერიკული გაზეთების უმეტესობა პოლიტიკური ორიენტაციის მიხედვით, განსაკუთრებული დიფერენცირებით არ გამოირჩევა. ნეიტრალურობის პრინციპი ამერიკულ ჟურნალისტიკაში დღეს შეუდარებლად ძლიერია, ვიდრე ეს მეცხრამეტე საუკუნეში იყო, როდესაც აქ და ზოგიერთ სხვა ქვეყანაშიც, საარჩევნო კამპანიის დროს პოლიტიკური შეფერილობის ცვლა ხდებოდა. როგორც წესი, ამერიკული გაზეთები განსაკუთრებულ ყურადღებას დაბალანსებულ გაშუქებას უთმობენ და თუ ორი ძირითადი პარტიიდან ერთ-ერთი დღის მთავარი თემაა, მეორე დღეს მას აუცილებლად მეორე პარტია ჩაანაცვლებს.

ყოველივე ეს კანადური გაზეთებისათვისაც არის დამახასიათებელი. მხოლოდ *National Post*-ს აქვს გამოკვეთილი მემარჯვენე პოლიტიკური ორიენტაცია. კანადურ მედიაზე გაკეთებული არაერთი მოხსენებიდან ჩანს, რომ ფრანკოფონური კვებეკის ჟურნალისტური კულტურა გარკვეულად განსხვავებულია და მასში ფრანგული ჟურნალისტური კულტურის მსგავსად, კომენტარი აქცენტირებულია (განიონი1981; სენ-ჟანი 1998; ჰეიზელი 2001). პოლიტიკური ჩართულობის ტრადიცია აქაც არსებობს და ბევრი ჟურნალისტი პოლიტიკაში 1960-1970 წლებში გადავიდა (მაგალითად, რენე ლევესკი). მაგრამ ეს იმას არ ნიშნავს, რომ გარე პლურალიზმი კვებეკის პრესაში ძალზე განვითარებულია და არაერთი მონაცემიდან ჩანს, რომ ჟურნალისტიკა აქ პროფესიული ნორმებისა და ნეიტრალიტეტისაკენ იხრება (ფრითჩარდი და სავაჟი 1998; სენ-ჟანი 1998).

ნეიტრალური პრესის იდეის დამკვიდრება ირლანდიაში მოგვიანებით დაიწყო. კომერციული პრესის განვითარებას ირლანდიის შედარებითი სიღარიბე და ბრიტანულ იმპორტთან კონკურენცია აფერხებდა. აქ პოლიტიკური ვითარებაც განსხვავებული იყო: ირლანდია მეოცე საუკუნის დასაწყისის ჩათვლით, კოლონიური მმართველობის ქვეშ იყო, რასაც რევოლუცია და სამოქალაქო ომი მოჰყვა. პარტიული სისტემის კონსოლიდაცია მხოლოდ 1920-1930 წლებში მოხდა. ასეთ პირობებში „გაზეთი მეტ ზეწოლას განიცდის, რათა მწვავე საკითხებით აღსავსე ყოველდღიურობასა და ბრძოლაში, რომელიმე მხარე აირჩიოს“ (ბრაუნი 1991 [1937]:53). უფრო პოზიტიურად რომ ვთქვათ, პოლიტიზირებულ გაზეთებს ირლანდიური დემოკრატიული სისტემისათვის ბრძოლაში პოლიტიკური მობილიზაციის ისეთივე მნიშვნელოვანი ფუნქცია დაეკისრა, როგორიც თავის დროზე შეერთებული შტატების, ბრიტანეთის, კანადის (კერტი 1981; კარანი 1996) და ამ

კვლევაში აღწერილ ყველა სხვა ქვეყნის პრესას. სამმა წამყვანმა გაზეთმა მკაფიო პოლიტიკური ტრადიციები და სიმპათიები შედარებით გვიან ასახა. *Irish Times*, რომელიც თავიდან ტაბლოიდური (Penny Paper) და იუნიონისტური ორიენტაციის გაზეთი იყო, შემდგომში ნეიტრალიტეტისკენ გადაიხარა, *Irish Independent*, რომელმაც პარტია „ფაინ გაილს" (Fine Gael) დაუჭირა მხარი და „ფიანა ფეილის" (Fianna Fail) მხარდამჭერი *Irish Press*, რომელიც პარტიის ლიდერმა იმონ დე ვალერამ 1931 წელს დააფუძნა და არსებობის მანძილზე უმეტესწილად მართავდა. დღეისათვის ორი გაზეთის იდეოლოგიური ორიენტაცია და სიმპათიები ერთმანეთისაგან დიდად არ განსხვავდება, ხოლო მესამე, *Irish Press*, ბიზნესს 1990 წელს გამოეთიშა (კელი და ტრიუტსშლერი 1992).

რა თქმა უნდა, ის გარემოება, რომ შეერთებული შტატების, კანადისა და ირლანდიის წამყანი გაზეთები არ არიან დიფერენცირებულები პოლიტიკური ორიენტაციის მიხედვით, იმას არ ნიშნავს, რომ მათ ორიენტაცია საერთოდ არ გააჩნიათ. ყველა მათგანს არსებითად *„ერთიანი"*, ცენტრისტული ორიენტაცია აქვს (პეტერსონისა და დონბახის მიერ შემოთავაზებული კვლევის შედეგების მიხედვით, ძირითადი მედია რესპუბლიკელებსა და დემოკრატებს შორის პოზიციონირებდა), ისევე, როგორც მავანის ორიენტაცია საშუალო კლასის თეთრკანიან მკითხველების შეხედულებებზე, რაც რეკლამის დამკვეთთა სასურველი სამიზნე ჯგუფია. ცენტრსა და პოლიტიკურ „მეინსტრიმზე" ორიენტირება დღემდე პოლიტიკურ ორიენტაციას წარმოადგენს. როგორც მე-2 თავში აღვნიშნეთ, ტერმინი „ნეიტრალური" პირდაპირი გაგებით არ უნდა იყოს წაკითხული და „ღირებულებას მოკლებულს" ან შეხედულების არმქონეს არ ნიშნავს. ლიბერალური მოდელის ქვეყნების მედია მკვლევრებმა ეს ტერმინი დიდი ხანია რაც „ამხილეს". საქმე ის არის, რომ თავად მედიის, როგორც „ყოვლისმომცველის" პოზიცია, საზოგადოებაში დამკვიდრებული პოლიტიკური ძალების მიერ დადგენილ დაყოფის პრინციპულ საზღვრებს კვეთს.

ბრიტანული პრესა საკმაოდ განსხვავებულია. ისევე, როგორც სხვა ქვეყნებში, ბრიტანული გაზეთების პარტიული აფილაცია ომის შემდგომ პერიოდში შესუსტდა. ამ ტენდენციას ჩვენ მე-8 თავში გამოვიკვლევთ. სეიმურ-ური (1996:214) აღნიშნავს: „1945-1995 წლებში პრესა პარტიებისათვის ნაკლებ პროგნოზირებადი და უფრო რთულად სამართავი გახდა". პრესა ამა თუ იმ პარტიის მხარდაჭერაში ნაკლებ თანმიმდევრულობას იჩენდა და ნაკლებად იყო განწყობილი, მიყოლოდა პარტიული ლიდერების გან-

საზვრულ გეგმას და პარტიული ლიდერების რიტორიკა პრესის მთავარი ფოკუსი აღარ იყო. ამ ტენდენციას წარმატებებიც ახლდა და მარცხიც. სეიმურ-ური ამტკიცებს, რომ მხარდაჭერა სადღაც 1980-იან წლებში გაიზარდა, როდესაც მარგარეტ ტეტჩერმა ბრიტანულ პოლიტიკაში გაბატონებული პოლიტიკური კონსესუსი საკამათო გახადა და მხოლოდ მაშინ შესუსტდა, როდესაც კონსერვატიული პარტიის პოპულარობა შემცირდა და მემარჯვენე გაზეთებმა მისგან დისტანცირება დაიწყეს.

მიუხედავად პოლიტიკური პარალელიზმის შემცირების ტენდენციისა, ბრიტანული გაზეთების პოლიტიკური ორიენტაციები ისევე გამოკვეთილია, როგორც ევროპის სხვა ქვეყნების პრესაში. ამ მხრივ იტალიისა და საბერძნეთის პრაქტიკა ცალკე მდგომ მოცემულობად შეიძლება ჩაითვალოს. პოლიტიკურ შეხედულებათა სპექტრი არც ისე ფართოა – ბრიტანეთი ზომიერი პლურალიზმით ხასიათდება და მისი პოლიტიკა მკაფიოდ ცენტრისტულია. მიუხედავად ამისა, ბრიტანული პოლიტიკური სპექტრის ლიმიტის ფარგლებშიც კი ძლიერი და გამოკვეთილი პოლიტიკური ორიენტაცია ახალი ამბების შინაარსში მაინც მკაფიოდ არის დეკლარირებული.

გამოკვეთილი პოლიტიკური ორიენტაცია განსაკუთრებით ტაბლოიდურ პრესას ახასიათებს. ობიექტური ჟურნალისტიკისათვის დაწესებული შეზღუდვების უარყოფა, ზოგადად მოქალაქისა და „საღი აზრის“ სახელით ლაპარაკი და ამ გზით საზოგადოებაში გულისწყრომის პროვოცირება, ტაბლოიდებისა და პოპულისტური ჟურნალისტიკისათვის მთელ მსოფლიოში დამახასიათებელი სტილია. ბრიტანეთსა და გერმანიაში ამ პოზიციაზე მეტწილად მემარჯვენე შეხედულების პოპულისტი გაზეთები დგანან, რომლებიც ნაციონალიზმზე, ანტიკომუნიზმზე, გენდერული საკითხებისადმი ტრადიციულ მიდგომებზე, პოლიტიკოსებისადმი მტრული დამოკიდებულების კულტივირებასა და სხვა სოციალურ თემებზე აკეთებენ აქცენტს. გაყიდვების უზრუნველყოფისათვის ტაბლოიდები ხშირად თავად წარმართავენ კამპანიებს ისეთ საქმეებზე, რომლებიც მათი აზრით, პოპულარული იქნება (ჰერქაფი და ო'ნილი 2001). ამ პოპულისტური პოზიციების პარალელურად, ბრიტანული ტაბლოიდები, როგორც წესი, უაღრესად მიკერძოებულები არიან. საარჩევნო პერიოდებში მხარდაჭერები კიდევ უფრო მძაფრდება და უფრო აშკარა ხდება, თუმცა გერმანული *Bild*, რომელსაც მემარჯვენე იდეოლოგია აქვს, არჩევნების დროს ღიად არც ერთი პოლიტიკური პარტიის

მხარდამჭერ კამპანიას არ აწარმოებს. 1997 წლის წინასაარჩევნო პერიოდში *Mirror*-მა, რომელიც წლების განმავლობაში ლეიბორისტების მხარდამჭერი ტაბლოიდი იყო, თავის გვერდზე გამოიტანა სლოგანი: „ლეიბორიზმის ერთგულება, თქვენდამი ერთგულებაა“ და უმეტესი დღეების განმავლობაში პირველ ექვს და მეტ გვერდს საარჩევნო პროპაგანდას უთმობდა. „აჯანყება: 59 წამყვანი ექიმი დუმილს არღვევს და აცხადებს, რომ თუ მომავალ კვირას ტორები გაიმარჯვებენ, ეს ჯანდაცვის ეროვნულ სამსახურს (HNC) საბოლოოდ დაასამარებს“. „ტონი ბლერი თქვენ შეკითხვებს პასუხობს“.[71] კამპანიაში გაზეთის მესამე გვერდზე ყოველდღიურად სხვადასხვა პატარა გოგონას „ბლეარ ბეიბის“ სახეც კი იყო გამოტანილი. გოგონები ჰყვებოდნენ, თუ რატომ აძლევდნენ ხმას ლეიბორისტებს. ხუთი წლით ადრე, მერდოკის *Sun* კი კონსერვატორების გამარჯვებას უჭერდა მხარს და გაზეთში ცნობილი წამყვანი სათაური გამოაქვეყნა: IT'S THE SUN WOT WON IT“ („ეს სანმა გაიმარჯვა“, 11 აპრილი, 1992). იმისდა მიუხედავად, რამდენად იყო ეს სიმართლე, სათაური ხაზს უსვამს იმ შთამბეჭდავ განსხვავებებს, რაც ბრიტანულ და ჩრდილო ამერიკულ გაზეთებს შორის არსებობს. ამერიკული გაზეთები არჩევნების შედეგებზე გავლენას კატეგორიულად უარყოფენ (ბრიტანული პრესა კი ხშირად საკუთარი პოლიტიკური როლით კეკლუცობს).

ხარისხიანი გაზეთების სტილი უფრი დახვეწილია. ჩრდილო ამერიკული გაზეთებისაგან განსხვავებით, ძირითადი ბრიტანული გაზეთები წერის უფრო ინტერპრეტაციულ სტილს მიამრთავენ.[72] ბოლოდროინდელმა კვლევებმა აჩვენა, რომ ბრიტანელი ჟურნალისტების 83 პროცენტის აზრით, ინტერპრეტიცია

71 The Mirror აპრილი 28, 1997.

72 ყოველ შემთხვევაში, ეს ბრიტანული გაზეთების კითხვის შედეგად ჩამოყალიბებული ჩვენი აზრია. ჩვენ ხელთ არ გვაქვს შინაარსობრივი ანალიზის შემცველი ისეთი მონაცემთა ბაზა, როგორსაც აშშ-სა და ფრანგულ გაზეთებთან დაკავშირებით ვფლობთ და არც ემპირიული შედარებითი კვლევების შედეგებს ვიცნობთ. სემეტკომ და სხვებმა (1991:159-60) არჩევნების გაშუქების შედარებითი კვლევის დროს აღმოაჩინეს, რომ ბრიტანულ გაზეთებში ამერიკულ გაზეთებზე ორჯერ მეტად იყო წარმოდგენილი ჟურნალისტების კომენტარები, რომლებიც მასალის კონტექსტუალიზაციას ახდენდენ, მაშინ, როდესაც ამერიკელი ჟურნალისტების რემარკები უფრო მიზანმიმართული იყო და როგორც წესი, იმის დაკნინებას ისახავდა მიზნად, რაშიც პოლიტიკოსები იყვნენ ჩართული. მიუხედავად იმისა, რომ ყოველივე არ არის თანაზომადი იმ კრიტერიუმებთან, რომელთაც ჩვენ

ჟურნალისტისთვის „ძალიან ან უკიდურესად მნიშვნელოვანია“, რათა „კომლექსური პრობლემების ანალიზი და ინტერპრეტაცია შემოგვთავაზოს“. ამავდროულად, ამერიკელ ჟურნალისტთა მხოლოდ 48 პროცენტი იზიარებს ამ მიდგომას (ჰენინგჰამი და დელანო 1998:153). სათაური: „თეთრმა სახლმა ჩვენი ღირსების ვალი დაივიწყა“ (*Independent*, 27 თებერვალი, 1997. ამბავი, რომელიც სპარსეთის სრუტის ომის ვეტერანების ჯანმრთელობის საკითხებს ეხებოდა) ზედმეტად ხისტი იქნებოდა საიმისოდ, რომ შეერთებული შტატების რომელიმე მეტ-ნაკლებად პრესტიჟული გაზეთის წამყვან გვერდზე გამოჩენილიყო, მით უმეტეს საშინაო პოლიტიკასთან კავშირში. იგივე შეიძლება ითქვას სათაურზე: „ბრაუნის განცხადება სასტიკი საპასუხო გასროლა იქნება“ (ფინანსთა მინისტრის ჩრდილოვანი კანცლერის რეაქცია ფინანსურ ბაზრებთან დაკავშირებულ მოხსენებაზე).

გამოკვეთილი პოლიტიკური იდენტობები ბრიტანულ ხარიხიან გაზეთებსაც აქვთ. ამის დანახვა მათი მკითხველების პოლიტიკურ გემოვნებაში შეიძლება. ცხრილი 7.1 გვიჩვენებს ბრიტანელი მკითხველის – როგორც ტაბლოიდების, ისე სერიოზული გაზეთების – პოლიტიკურ დიფერენციაციას, რომელიც პოლარიზებული პლურალიზმისა და კორპორატიული დემოკრატიზმის ქვეყნებში გაზეთების გადანაწილებას ძალიან ჰგავს. მაგალითად, 1997 წელს *Daily Telegraph*-ის მკითხველთა 57 პროცენტი და *Times*-ის 42 პროცენტი მხარს კონსერვატორებს უჭერდა, ხოლო *Independent*-ის და *Guardian*-ის მკითხველთაგან, შესაბამისად, მხოლოდ 16 და 8 პროცენტი. საარჩევნო კამპანიების მიღმა არსებული პოლიტიკური განსხვავებების კარგი მაგალითია ბრიტანეთში რასიზმზე პარეხის კომისიის 2000 წლის მოხსენება, რომელსაც პრესაში სერიოზული წინააღმდეგობები მოჰყვა. მისი არსი იმაში მდგომარეობდა, რომ მოხსენების თანახმად, ბრიტანეთის ისტორიული კონცეფცია რასობრივი გარიყვა იყო.[73] არც ერთმა მთავარმა გაზეთმა ამ მოხენებას გულწრფელი მხარდაჭე-

მე-5 თავში ფრანგულ და აშშ მედიაზე მსჯელობისას მივმართეთ, ჩვენ ის მაინც გაგაცანით.

73 ბრიტანეთის ლეიბორისტულ მთავრობაზე შეტევის საილუსტრაციოდ, საშუალო გაყიდვების მქონე კონსერვატიულმა ტაბლოიდმა Daily Mail-მა (11 ოქტომბერი, 2000) გაზეთის თავში, ბრიტანული დროშის ფონზე დაბეჭდა გაზეთის შიდა გვერდებზე გამოქვეყნებული კომენტარების შემაჯამებელი ტექსტი: „დიდი სასახლის ვულგარული სიცარიელე, ცივსისხლიანი ბრიტანეთის საძაგელი ხატება... და ახლა კიდევ ახალი იდეა, რომ ბრიტანელობა რასისტობაა. ეს

ცხრილი 7.1. პარტიული პრესის პარალელიზმი ბრიტანელ მკითხველებში

		მკითხველის მიერ პარტიების მხარდაჭერა		
		კონსერვატორები	ლეიბორისტები	ლიბერალ-დემოკრატები
ტაბლოიდები				
Sun	1997	30%	52%	12%
	1992	45	36	14
Mirror	1997	14	72	11
	1992	20	64	14
Daily Mail	1997	49	29	14
	1992	65	15	18
Express	1997	49	29	16
	1992	67	15	14
დიდი ფორმატის გაზეთები				
The Daily Telegraph	1997	57	20	17
	1992	72	11	16
The Times	1997	42	28	25
	1992	64	16	19
The Guardian	1997	8	67	22
	1992	15	55	24
The Independent	1997	16	47	30
	1992	25	37	34

წყარო: სკამელი და ჰაროპი (1997:161). გაზეთების ტირაჟების მიხედვით არის განთავსებული.

რა არ გამოუცხადა. ჩვენი შეფასებით, ბრიტანული პრესა, სხვა ლიბერალური ქვეყნების მედიის მსგავსად, ცენტრისტული მიდრეკილებისაა, ხოლო ეს კვლევა, რომელიც ძირითადად აკადემიური სფეროს წარმომადგენლებმა ჩაატარეს, ლეიბორისტული გაზეთებისათვისაც კი, ცენტრიდან ერთობ დაშორებული აღმოჩნდა. თუმცა კონტრასტულმა ინტერპრეტაციებმა ბრიტანული პრესის პოლიტიკური ორიენტაციების დიფერენცირებულობა

არის მთავრობა, რომელმაც არ იცის ჩვენი ისტორია და კიდევ უფრო ნაკლებად ზრუნავს მასზე."

ცხრილი 7.2. ბრიტანული პრესის წინააღმდეგობრივი პუბლიკაციები იმიგრაციის თემაზე

Daily Telegraph	*The Guardian*
რასობრივ საკითხზე მოხსენებასთან დაკავშირებით სტროუ უაღრესად ბრიტანულად იხევს უკან. გუშინ ჯეკ სტროუმ მთავრობა გამიჯნა იმ მოხსენებისაგან, რომელიც „მულტიკულტურალიზმს“ შეეხებოდა და რომელმაც დიდი ვნებათაღელვა გამოიწვია იმის თაობაზე, თუ რას ნიშნავს იყო ბრიტანელი. შინაგან საქმეთა მინისტრი იძულებული გახდა, უარი ეთქვა იმ მიგნებების გაზიარებაზე, რომელიც სამი წლის წინ მის მიერვე შექმნილმა კომისიამ მულტიეთნიკური ბრიტანეთის მომავალთან დაკავშირებით წარუდგინა. ეს კომისია სამთავრობო არ არის, თუმცა შინაგან საქმეთა სამინისტრო მიესალმა ამ 400-გვერდიანი მოხსენების არსებობას და მას რასობრივ საკითხებზე არსებულ დებატებში შეტანილი „დროული წვლილი“ უწოდა. მაგრამ როდესაც ბრიტანელობის „რასისტულობასთან“ დაკავშირებას და ისტორიის გადახედვისაკენ მოწოდებას წინააღმდეგობა მოჰყვა – რაზეც Daily Telepgraph ოთხშაბათს წერდა – ბატონმა სტროუმ და დაუნინგ სტრიტმა მოხსენების დასკვნებისაგან გამიჯვნა არჩიეს.	**იამაყეთ ბრიტანელობით. სტროუ მემარცხენეებს მოუწოდებს, რომ პატრიოტიზმი უკიდურესი მემარჯვენეების კუთვნილებად არ აქციონ.** ჯეკ სტროუმ, შინაგან საქმეთა მინისტრმა, გუშინ პოლიტიკურ მემარცხენეებს მიმართა და პატრიოტიზმის ნაკლებობაში დაადანაშაულა, რადგან ისინი თანამედროვე ბრიტანული იდენტობის „ვიწრო, ექსკლუზიურ და კონსერვატორულ“ ჭრილში დანახვის საშუალებას ტოვებენ. ბატონმა სტროუმ განაცხადა, რომ ის ბრიტანელობით ამაყობს და არ იზიარებს ზოგიერთი ლიბერალი მემარცხენისა და ნაციონალისტი მემაჯვენის მოსაზრებას იმის თაობაზე, რომ ბრიტანეთი, როგორც ერთიანი ერი, მოკვდა. ბედნიერებაა, რომ არსებობენ ადამიანები, რომლებსაც ეამაყებათ, იყონ „შავკანიანი ბრიტანელი ან ჩინელი ბრიტანელი“ და ამას მომავალი აქვს. „თანამედროვეობის გამოწვევაა, ერთიანად გაზიარებულ იდენტობაში გავაერთიანოთ მრავალი რასის, აქცენტის და შეხედულების ადამიანები. ეს ამოცანა იმან გაართულა, რომ ზოგმა მემარცხენემ პატრიოტიზმის კონცეფციას ზურგი აქცია და ეს სივრცე უკიდურესი მემარჯვენეების საკუთება გახადა“, – განცხადა სტროუმ.

გარკვევით წარმოაჩინა. 7.2 ცხრილი გვიჩვენებს *Telegraph*-ის და *Guardian*-ის 2000 წლის 12 ოქტომბრის პუბლიკაციების რამდენიმე კონტრასტულ პარაგრაფს. *Daily Telegraph* ცდილობს, ეს ანგარიში ლეიბორისტულ მთავრობას რაც შეიძლება მჭიდროდ

დაუკავშიროს და ისე წარმოჩინოს, თითქოს შინაგან საქმეთა მინისტრმა ჯეკ სტროუმ უკან დაიხია, რადგან გაზეთმა მასაც შეუტია (გაზეთი აქვეყნებს საკუთარი სათაურის ფოტოს, რომელზეც წერია „სტროუს ჩვენი ისტორიის გადაწერა სურს"). თავად გაზეთის შიდა გვერდზე, სადაც სტროუს კომენტარებია, არის მეორე პუბლიკაცია სათაურით „რასობრივად მოტივირებული დანაშაულის მსხვერპლებს შორის უფრო მეტი თეთრკანიანია". ამის საპირისპიროდ *Guardian* ანგარიშისაგან სტროუს დისტანცირების გზით, მისი სახის გადარჩენას ცდილობს და ამას „უკანდახევად" არ აფასებს. გაზეთს არსებულ დაძაბულობაზე პასუხისმგებლობა იმაზე მეტ მემარცხენეობაზე გადააქვს, ვიდრე თავად ლეიბორისტები არიან.

ამგვარად, ლიბერალური მოდელი პრესის სექტორში პოლიტიკური პარალელიზმის უჩვეულოდ მაღალ (ბრიტანეთი) და ასევე უჩვეულოდ დაბალ (შეერთებული შტატები, კანადა და ირლანდია) შემთხვევებს მოიცავს. ცხადი ხდება, რომ მედია ბაზრის კომერციალიზაცია პოლიტიკურ პარალელიზმს ავტომატურად არ აუქმებს. რამ განაპირობა ასეთი სხვაობა ბრიტანულ და ჩრდილო ამერიკულ პრესას შორის? შემდეგ თავში ჩვენ ვეცდებით, ამ შეკითხვაზე პასუხი ვიპოვოთ, რაც ჩვენი ვარაუდით, რეალური პოლიტიკის კულტურაში უნდა ვეძებოთ. აქვე უნდა ითქვას, რომ განსხვავებების არსებობის ერთ-ერთი შესაძლო ახსნა ბაზარზე არსებული დივერსიფიცირებულობაა, რადგან ბრიტანეთში კონკურენტული ნაციონალური მედიაბაზარი, ბაზრის კლასობრივი ნიშნით სეგმენტაციას უშვებს. ჩრდილო ამერიკული მონოპოლიური მედია ბაზრისგან (ან ირლანდიის უფრო მცირე ნაციონალური მედია ბაზრისგან) განსხვავებით, ბრიტანული მედიაბაზარი პოლიტიკური გემოვნების ნიშნით არის სეგმენტირებული.

დაბოლოს, უნდა გამოვყოთ ორი საგულისხმო გარემოება, რომელიც ბრიტანულ პრესაში პოლიტიკური პარალელიზმის არსებობას უკავშირდება. ის, რომ საგაზეთო ბაზარმა პოლიტიკური დაყოფა ასახა, სრულებითაც არ ნიშნავდა იმას, რომ ეს რეფლექცია *ზუსტია*: ლეიბორისტული პარტიის აღზევებიდან მოყოლებული, პრესაში მხარდაჭერის ტენდენცია გაძლიერდა და *Mirror*-ის, *Guardian*-სა და *Independent*-ის გარდა, პოლიტიკური მემარჯვენეობის სასარგებლოდ წარიმართა (ნეგრინი 1994; კარანი და სიტონი 1997). ლეიბორისტების ორიენტაციის მემარჯვენეობისკენ გადახრისა და მემარჯვენე ფრთის ერთი ნაწილის, უფრო „პრაგმატულ" პოზიციაზე გადასვლამ, ეს ვითარება გარკვეულწილად

შეცვალა. შესაძლოა, რომ 1970 წელს დაწყებული, მხარდაჭერის ორიენტირების ცვლის პროცესი, რომელიც დროებით შეჩერებული იყო, კვლავ განახლდა. შესაძლებელია, ამან პოლიტიკური პარალელიზმი სრულიად აღკვეთოს, თუმცა ასეთი დასკვნების გამოტანა, ერთობ ნაადრევია. ბრიტანეთში მემარჯვენე ფრთის გაზეთების გაბატონება იმ რევიზიონისტული ტალღის ერთ-ერთ ძლიერ არგუმენტად იქცა, რომელიც ეჭვქვეშ აყენებდა მტკიცებას იმის შესახებ, რომ კომერციული პრესა თავისუფალ მეოთხე ხელისუფლებას ნიშნავს, რომელიც საზოგადოების განწყობებს ასახავს.

ბრიტანეთში პრესის პოლიტიკურ სისტემასთან სიახლოვე, პოლიტიკის უფრო საფუძვლიანად და პარტიაზე ორიენტირებულად გაშუქების პრაქტიკიდანაც ჩანს. სემეტკო და სხვები (1991) ორი ქვეყნის არჩევნების გაშუქების შედარებითი კვლევის შედეგად აცხადებენ, რომ 80-იანი წლების მიწურულს ბრიტანეთში არჩევნების გაშუქება „მეტად მოცულობითი, მეტად მრავალმხრივი, პარტიაზე მეტად ორიენტირებული, ცალმხრივი კომენტარებისგან ნაკლებ თავისუფალი და უფრო მოწიწებული“ იყო, ვიდრე არჩევნების გაშუქება ამერიკაში (142).[74] ეს განსხვავებები, დიდწილად პოლიტიკურ კულტურაში არსებული იმ ვარიაციების გარძელებაა, რომლებმაც ბრიტანელ ჟურნალისტებში საარჩევნო კამპანიის გაშუქების მიმართ „საკრალური“ დამოკიდებულება გააჩინა. მათი შეხედულება ემყარება თეზას, რომ არჩევნები

74 მოსაზრება, რომ „ცალმხრივი“ კომენტარები შეერთებული შტატების მედიისათვის უფრო დამახასიათებლია, ვიდრე ბრიტანულისთვის, ერთობ უცნაურია, თუ გავითვალისწინებთ, რომ ბრიტანული პრესა უფრო მხარდამჭერი ხასიათისაა და ეს კვლევებითაც დასტურდება. სემეტკო და სხვები ამის ჩაღრმავებულ განმარტებას არ იძლევიან. სავარაუდოდ, მიკერძოება არაერთი ფორმით ვლინდება და ხშირად ის „ცალმხრივ კომენტარებსა“ თუ სათაურებში არ იკითხება, ისევე, როგორც ახალი ამბების შერჩევასა და ციტირებაში. შეერთებულ შტატებში ცალმხრივი კომენტირება არა იმდენად მხარდაჭერის მაჩვენებელია, რამდენადაც ზოგადად, პოლიტიკის მიმართ ჟურნალისტების ცინიკური დამოკიდებულებისა. მკვლევართა აზრით, ამ ორ ქვეყანაში საარჩევნო კამპანიების გაშუქების პრაქტიკაში არსებული განსხვავებები, არა მარტო ძლიერი, უფრო იდეოლოგიზირებული პარტიული სისტემის არსებობით არის განპირობებული, არამედ ბრიტანეთში ძლიერი საზოგადოებრივი მაუწყებლის არსებობითა და ასევე, იმ ფაქტით, რომ პროფესიონალიზებული პოლიტიკური მარკეტინგი აქ შედარებით ნელა განვითარდა.

თავისთავად მნიშვნელოვანია და ჟურნალისტები ყურადღებით უნდა ეპყრობოდნენ იმას, რასაც პოლიტიკური პარტიები ამბობენ. მათ მიაჩნიათ, რომ: „რაც უფრო სტრუქტურირებულია ბრიტანეთის პარტიული სისტემა, მით უფრო მკაფიოა ამ პარტიების იდეოლოგია და აქედან გამომდინარე, ბრიტანული საზოგადოების, როგორც ერთი მთლიანის, პოლიტიზირების მაღალი დონე საზოგადოებაში პოლიტიკური აქტივობის მიმართ პატივსცემას იწვევს“ (5).[75] ბრიტანული პარტიული სისტემის ძლიერება და მასთან მედიასისტემის სიახლოვე არა მარტო გარე პლურალიზმშია დეკლარირებული, არამედ იმითაც, რომ ახალი ამბების გაშუქება პარტიებსა და მათ შეხედულებებზეა მიმართული. სემეტკოსა და სხვების კვლევა აჩვენებს, რომ ბრიტანეთში არჩევნების კამპანიის გაშუქების გეგმა, როგორც წესი, პარტიულ აქტივობებს ფეხდაფეხ მიჰყვება. აქ პოლიტიკას ზოგადად დიდი ყურადღება ეთმობა. არსებობს რამდენიმე ნიშანი იმისა, რომ პოლიტიკური სამყაროს მიმართ პარტიაზე ორიენტირებული „საკრალური“ მიდგომები უკანასკნელი წლების განმავლობაში კლებულობს და ჟურნალისტების ბაზარზე ორიენტირებული მსჯელობა სულ უფრო და უფო ამერიკული სტილისკენ იხრება (ფრანკლინი და რიჩარდსონი 2002).

პრესისაგან განსხვავებით, ოთხივე ქვეყნის მაუწყებლობაში ნეიტრალიტეტის ძლიერი ტრადიციაა. დიდწილად ეს საჯარო პოლიტიკის შედეგია. ბრიტანეთში ორივე მაუწყებელი, BBC-იც და დამოუკიდებელი ტელევიზიაც (ITV) ახალი და მიმდინარე ამბების გაშუქებისას, მიუკერძოებლობისა და ბალანსის დაცვის ვალდებულებებით არიან შებოჭილები. მთავრობისა და ოპოზიციის დაბალანსებული გაშუქების მოქმედი პრაქტიკა მეორე მსოფლიო ომის დასასრულიდან იღებს სათავეს და ის ლეიბორისტების მთავრობაში ინტეგრირების პროცესიდან დაიწყო, ანუ იმ დროიდან, როდესაც ისინი 1945 წელს ხელისუფლებაში დამოუკიდებლად მოვიდნენ. უფრო ადრე კი ბრიტანული რადიო ერთი პარტიის გავლენის ქვეშ იყო და ლეიბორისტებს თავიანთი საქმიანობის გაშუქება შეზღუდული ჰქონდათ (სიტონი და პიმლოტი 1987 ch.7). საარჩევნო კამპანიების პერიოდში, ორივე მაუწყებელი BBC-იც და ITV მოქმედებენ სახელმძღვანელო ფორმულით

75 მიუხედავად ამისა, უნდა ითქვას, რომ ზოგიერთი კვლევის თანახმად, დღეს პოლიტიკური ინსტიტუტებისადმი ნდობა ბრიტანეთში შედარებით დაბალია, ვიდრე ეს ევროპის სხვა ქვეყნებშია. იხ. ევრობარომეტრი 55:7.

(სემეტკო და სხვები 1991: 42-3), რომლის თანახმადაც, პარტიებს თავისუფალი საეთერო დრო ეთმობათ (მაგალითად 5:5:4 კონსერვატორებს, ლეიბორისტებს და ალიანსს 1983 წელს). ბრიტანული მაუწყებლობაც იზიარებს არჩევნების მიმართ „საკრალურ“ დამოკიდებულებას. ისევე, როგორც მთელ ევროპაში, არჩევნების პერიოდში BBC-ს საინფორმაციო გამოშვებების მოცულობა დროში იზრდება.

შეერთებულ შტატებში, როდესაც მაუწყებლობის რეგულირების თაობაზე პირველი დებატები დაიწყო, კომერციულმა მაუწყებლებმა ეს ეტაპი თავის სასარგებლოდ წარმატებით გამოიყენეს და დაასაბუთეს, რომ სიხშირეები მათ უნდა ეკონტროლებინათ, რადგან ისინი მთლიანად საზოგადოების ინტერესებს ემსახურებოდნენ მაშინ, როდესაც არამომგებიანი სადგურები, რომლებიც პროფკავშირების, ეკლესიების და უნივერსიტეტების ინსტიტუციებს წარმოადგენდნენ, „პროპაგანდის“ ინსტრუმენტები იყვნენ და პარტიკულარულ ინტერესებს ემსახურებოდნენ (მაკჩისნი 1994). 1990-იანი წლების შუა პერიოდამდე, სამართლიანობის დოქტრინა მაუწყებლებს წინააღმდეგობრივი საკითხების „დაბალანსებულად“ გაშუქებას ავალდებულებდა, თუმცა ევროპული ქვეყნების მსგავსი რაიმე კონკრეტული ფორმულა, განსაკუთრებით საარჩევნო პერიოდში, რომელიც გაშუქების განთავსებას არეგულირებდა, შეერთებულ შტატებში არ არსებობდა და ამა თუ იმ ახალი ამბის „ღირებულების“ განსაზღვრა ჟურნალისტზე იყო მინდობილი. წინამდებარე თავის შემდგომ ნაწილში ჩვენ დავინახავთ, რომ ბაზრის გავლენა შეერთებული შტატების მაუწყებლობას, ისევე, როგორც პრესას, ნეიტრალურობისაკენ უბიძგებდა. სამაუწყებლო ბაზარი საერთო ნაციონალური და იმავდროულად ოლიგოპოლიური იყო, სამი არხით, რომელიც ერთი და იგივე მასობრივი აუდიტორიისათვის იბრძოდა. მაშინ, როდესაც მაუწყებლები „პროგრამირების ნაკლებად გამაღიზიანებელ“ ჩამონათვალს გასართობი ინდუსტრიის სფეროში ეძებდნენ, ახალი ამბების სფეროში ისინი პოლიტიკური და იდეოლოგიური განსხვავებების დაახლოებას ცდილობდნენ, რაც თანამედროვე ამერიკული გაზეთების პოლიტიკური ორიენტაციების ვარიაციას უკავშირდებოდა. პოლიტიკური ნეიტრალობის პოზიცია ოთხივე ქვეყანაში წარმატებული აღმოჩნდა და ამან მაუწყებლებს ნდობის ისეთი ხარისხი მოუტანა, რომელიც გაზეთებს დიდახანს არ ჰქონიათ. ფრენკ კაპრას კლასიკური ქმნილება *„ბატონი სმიტი ვაშინგტონში მიემგზავრება“,* რომელიც მან 1930 წელს გადაიღო,

როდესაც გაზეთები აშშ-ში ჯერ კიდევ საკმაოდ მიკერძოებულები იყვნენ, გაზეთების მფლობელებს ინფორმაციის მანიპულატორ და ადამიანების ნების საწინააღმდეგოდ მოქმედ პოლიტიკურ ბოროტმოქმედებად წარმოაჩენს, ხოლო რადიოს – ობიექტური ინფორმაციის წყაროდ.

დღეს სამაუწყებლო პრაქტიკაში საგულისხმო ცვლილებების ნიშნები იკვეთება. ეს მაუწყებლობის პოლიტიკაში ნეოლიბერალიზმისაკენ ძვრას და მრავალარხიანი გარემოს ჩამოყალიბებას უკავშირდება. „სამართლიანობის დოქტრინა, რომელიც წინააღმდეგობრივი საჯარო საკითხების „დაბალანსებულ“ გაშუქებას ავალდებულებდა და რომელსაც თავისუფალი ბაზრის მომხრეები სამაუწყებლო შინაარსში მთავრობის ჩარევის შასაძლებლობად აფასებდნენ, 1987 წელს გაუქმდა. ამან იდეოლოგიზირებული რადიოების, განსაკუთრებით მემარჯვენე რადიოს აღზევება განაპირობა. ტელესივრცეში გაჩენილმა რუპერტ მერდოკის *Fox*-მა შექმნა საინფორმაციო ახალი ამბების სტრუქტურა, რომელიც ასევე მემარჯვენე მიმართულებისაა. ერაყის ომის დროს, 2003 წელს, *Fox*-მა და რადიო გიგანტმა *Clear Channel*-მა კონკურენტებისგან განსხვავებით, ღიად „პატრიოტული“ პოზიცია დაიკავეს. რესპუბლიკელები და კონსერვატორები *Fox News*-ის ეთერში თვალშისაცემად სჭარბობდნენ. სამი ტრადიციული მაუწყებლისა და *CNN*-ისგან განსხვავებით, რომელთა მაყურებლის პოლიტიკური პრეფერენციები მოსახლეობის ფართო ფენებისაგან დიდად განსხვავებული არ არის (პიუს კვლევითი ცენტრი 2003:13).

პროფესიონალიზაცია

ჟურნალისტური პროფესიონალიზმი ლიბერალურ ქვეყნებში შედარებით ძლიერად არის განვითარებული. რა თქმა უნდა, ჟურნალისტიკა გამოკვეთილ საქმიანობად და ცალკე მდგომ ისეთ კორპორაციად და სოციალურ აქტივობად ჩამოყალიბდა, რომელსაც ღირებულებათა საკუთარი სისტემა და პრაქტიკის სატანდარტი აქვს. მისი ფესვები საჯარო სამსახურის იდეოლოგიიდან მომდინარეობს და ავტონომიურობის მაღალი ხარისხით სარგებლობს. მიუხედავად ამისა, ლიბერალურ სისტემაში პროფესიონალიზაციის ბუნებისა და მნიშვნელობის კვლევის პროცესში, ბევრი წინააღმდეგობა აღმოვაჩინეთ.

გარკვეული თვალსაზრისით, პროფესინალიზაციის პროცესი იმ დროიდან დაიწყო, როდესაც ახლად დაფუძნებულმა კომერ-

ციულმა გაზეთებმა სრულად ანაზღაურებადი რეპორტიორები დაიქირავეს. ადრეულ ეტაპზე ეს რეპორტიორები დაბალი სტატუსისა და ანაზღაურების მქონე ადამიანები იყვნენ. ცხადია, რომ მათი დაცულობა და ავტონომიურობაც უმნიშვნელო იყო. იყვნენ გამონაკლისებიც, ე.წ ვარსკვლავი რეპორტიორები, რომელთა რეპუტაცია მათ გაზეთების მფლობელებთან თანასწორი შეთანხმებების მიღწევის საშუალებას აძლევდა. მაგალითად, ჰენრი ვილარდი პირველი მსოფლიო ომის დროს გორდონ ბენეტის *Herald*-თან თანამშრომლობას იმ პირობით დათანხმდა, რომ გაზეთის ანტილინკოლნური პოლიტიკის ვალდებულებები მასზე არ გავრცელდებოდა (კლიუგერი 1986:100), მაგრამ ეს ტიპური შემთხვევა არ იყო. ეთიკური სტანდარტები დაბალი იყო. მცირე ანაზღაურება რეპორტიორებს კორუფციისაკენ უბიძგებდა, ხოლო სტრიქონების რაოდენობის მიხედვით ანაზღაურება მათ სენსაციურობას, ფაბრიკაციას და გაბუქებას აიძულებდა (სმითი 1980).

1880 წლისათვის, როდესაც პროფესიონალიზმისა და პრესტიჟის პირველი ნიშნები გამოჩნდა, შეერთებულ შტატებში საკმაოდ აქტუალური იყო მსჯელობა იმაზე, საჭიროებს თუ არა ჟურნალისტიკა პროფესიონალიზაციას (დიკენ-გარსია 1989; მარზოლფი 1991). სწორედ მაშინ გაიჟღერა პირველად პერსპექტივამ, რომელსაც ზიბერტმა, პეტერსონმა და შრამმა სოციალური პასუხისმგებლობის თეორია უწოდეს. ამის წინაპირობა ის გაძლიერებული კონკურენცია იყო, რომელიც საგაზეთო ინდუსტრიის შიგნით მიმდინარეობდა. ეს იყო სენსაციონალიზმისა და „ყვითელი ჟურნალისტიკის“ ეპოქა, რამაც, თავის მხრივ, რეფორმირების არაერთი ვერსია წარმოშვა. მათ შორის ისეთი, რომელიც გაზეთების ფინანსურ უზრუნველყოფას და ჟურნალისტების ლიცენზირებას გულისხმობდა. პირველი საქმიანი პუბლიკაციები 1880 წელს *Journalst*-ში, *News-paperdom*-ში, *Forth Estate*-სა და *Editor and Publisher*-ში დაიბეჭდა. 1903 წელს დაფუძნდა და 1912 წელს გაიხსნა კოლუმბიის ჟურნალისტიკის სკოლა. იმ დროისათვის უკვე სამი ჟურნალისტური სკოლა და ათეულობით კოლეჯი არსებობდა, ასევე უნივერსიტეტები, სადაც ჟურნალისტიკის ფაკულტეტები ფუნქციონირებდნენ. 1910 წელს კანზასის პრესის სახელმწიფო ასოციაციამ (სახელმწიფო პრესის ასოციაციები 1850 წლიდან მოქმედებდნენ და თავიდან, როგორც სოციალური ინსტიტუტები ფუნქციონირებდნენ) პირველი ნაციონალური ეთიკის კოდექსი მიიღო. 1923 წელს გაზეთების რედაქტორთა ამერიკული

ასოციაცია დაფუძნდა, რომელმაც მალე ეთიკის პირველი ნაციონალური კოდექსი მიიღო. ამის პარალელურად რეპორტიორები საკუთარ ასოციაციებს აფუძნებდნენ, რომელთაგან განსაკუთრებული აღნიშვნის ღირსი „ვოშინგტონ პრეს კორპსია“ (Washington press corps). კერნელი (1896) აჩვენებს, რომ პოლიტიკური რეპორტიორები პოლიტიკურ რეპორტაჟს თანდათანობით ხანგრძლივი კარიერის პრიზმაში ხედავდნენ. ბევრი მათგანი კარიერის სტაბილურობას რამდენიმე გაზეთთან თანამშრომლობით უზრუნველყოფდა. ჟურნალისტების ექსპერტული დონის ზრდასთან ერთად, ისინი სწორებას საკუთარ დონესა და რესურსებზე და არა დამქირავებელზე ახდენდნენ. სტატიებზე ავტორთა გვარების მითითების დამკვიდრებამ, რაც მეოცე საუკუნის შუიდან სტანდარტად იქცა, თანდათან აამაღლა ჟურნალისტების განათლების დონეც.

ჩრდილოეთ ამერიკაში, პროფესიონალიზაციის განვითარება მჭიდროდ არის დაკავშირებული პოლიტიკურად ნეიტრალური გაზეთების მონოპოლიასთან და ჟურნალისტური პრაქტიკის გაბატონებულ ფორმად „ობიექტურობის“ იდეის გაზიარებასთან. ეს პრაქტიკულად იმ ფუნდამენტური იდეის დამკვიდრება იყო, რომელიც ახალ ამბებში ფაქტის და მოსაზრების, როგორც ჟურნალისტის, ისე გაზეთის მფლობელის, ერმანეთისგან გამიჯვნას ამკვიდრებდა. ეს მიდგომა ორგანიზაციულ სტრუქტურასაც ცვლიდა და მფლობელებს გაზეთების ყოველდღიური მენეჯირებისაგან აშორებდა. მთავარი ამოცანების გადაწყვეტა პროფესიონალ ჟურნალისტებს ეკისრებოდათ. პროცესის ამდაგვარი განვითარება მედიის ინსტრუმენტალიზაციას ამცირებდა. რა თქმა უნდა, ყველა პროცესში გამონაკლისებიც იყო: ჯერ კიდევ რჩებოდნენ ისეთი მედია მფლობელები, რომლებიც თავის საკუთრებას საზოგადოებრივი აზრის ჩამოსაყალიბებელ ინსტრუმენტად განიხილავდნენ და გაზეთების საინფორმაციო პოლიტიკაზე, სარედაქციო გვერდების ჩათვლით, კონტროლს ახორციელებდნენ. შეერთებულ შტატებში ერთ-ერთი ასეთი მნიშვნელოვანი მედია მფლობელები ოციან წლებში პოლკოვნიკი რობერტ მაკკორმიკი, რომელიც *Chicago Tribune*-ს, *New York Daily News*-ს ფლობდა და *Time Life*-ის მფლობელი ჰენრი ლიუკე იყვნენ (ჰენრი მაკკორმიკი 1955 წელს გარდაიცვალა, თუმცა მისმა დანიშნულმა სამართალმემკვიდრეებმა მისი პოლიტიკა კიდევ ორი ათეული წლით გააგრძელეს. ლიუკე 1967 წელს გარდაიცვალა). გაზეთების საქმიანობაში ჩარევას, რა თქმა უნდა, სხვა მფლობელებიც ცდილობდნენ, განსაკუთებით, როდესაც საქმე მათ სერიოზულ ინტერესებს,

პოლიტიკურსა თუ ეკონომიკურს ეხებოდა. თუმცა „პოლიტიკის“ ინტერესებთან მოყვანის მცდელობები ახალი ამბების ორგანიზაციებში, როგორც წესი, ჟონავდა (ბრიდი 1955). საბოლოოდ, პრესის ინსტრუმენტალიზაცია, როგორც ზოგადი საკითხი, ჩრდილოეთ ამერიკაში მეოცე საუკუნის განმავლობაში შემცირდა.

ობიექტურობის პრინციპზე ორინტირებული პროფესიონალიზმის ადრეულ ეტაპზევე სწრაფი და დამაჯერებელი განვითარება, რაც თავის მხრივ, პარტიული პრესის პარალელიზმის გაქრობას განაპირობებდა, ჩრდილოეთ ამერიკის მედია ისტორიის მკაფიო მახასიათებელია და მის განმაპირობებელი მიზეზები უფრო დაწვრილებით განხილვას იმსახურებს. ამ შემთხვევაში ორმა საგულისხმო გამოწვევამ იჩინა თავი და ორივე მნიშვნელოვანი იყო. პირველი ეკონომიკურია. ეს არგუმენტი სისტემურად ბეიკერმა (1994) ჩამოაყალიბა. ნეიტრალური გაზეთებისაკენ გადახრა, იმ ცვლილების შედეგი იყო, რომლის თანახმადაც, გაზეთები მკითხველის მხარდაჭერიდან რეკლამის მხარდაჭერის პრინციპზე გადაერთვნენ და, შესაბამისად, მედიაბაზარზე კონცენტრირება მთავარ ტენდენციად ჩამოყალიბდა. უნივერსალური მაღაზიების მომრავლებისა და ბრენდული სახლების მარკეტინგის განვითარებასთან ერთად, რაც მეცხრამეტე საუკუნის მიწურულიდან დაიწყო, გაზეთების სარეკლამო შემოსავლებმა 1879 წლის 44.0 პროცენტიდან, 1929 წლის 70.9 პროცენტამდე აიწია (15). რეკლამის დამკვეთთა ინტერესი მეტწილად ისეთი გაზეთებისაკენ იყო მიმართული, რომლებიც „ცხოვრების ნათელ მხარეს“ აღწერდნენ და თავს არიდებდნენ ისეთ პოლიტიკურ წინააღმდეგობებს, რომლებსაც მკითხველის თვალში მათი რეკლამისათვის ზიანის მიყენება შეეძლო (იხ. ბალდასტი 1992:28). რეკლამებმა გაზეთებს მასობრივი ცირკულაციის მოცულობის ზრდის სტიმული მისცა და ეს იმის მიუხედავად, რომ ზოგჯერ მუდმივი მკითხველები მაინც გამოკვეთილი პოლიტიკური ორიენტაციის მქონე გაზეთებს ირჩევდნენ. ამგვარად, რეკლამამ, საგაზეთო ინდუსტრიისათვის დამახასიათებელ ფართომასშტაბიან ეკონომიკასთან კომბინაციაში – ის რომ მასში პირველი ასლის ფასის (first-copy costs) პრინციპი მოქმედებდა და ამგვარად დიდ გაზეთებს ფასთწარმოქმნის მეტი უპირატესობა ჰქონდათ – საგაზეთო ბაზრის საჭიროებებზე გაზეთების ორიენტირების ძლიერი ტენდენცია განაპირობა. 7.3 ცხრილი გვიჩვენებს შეერთებული შტატების დიდ ქალაქებში გაზეთების ყოველდღიური (აშშ-ში საგაზეთო ბაზარი, როგორც წესი, ლოკალურია) კონკურენციის სურათს. მონოპო-

ცხრილი 7.3. აშშ-ს ქალაქების კონკურენტული ყოველდღიური გაზეთების პროცენტული მაჩვენებელი

1880	61.4
1910	57.1
1920	42.6
1930	20.6
1940	12.7
1954	6.0
1960	4.2
1986	1.9

ლიზაციის ტენდენცია განსაკუთრებით ძლიერი 1910-50 წლებში იყო. ობიექტურობა, როგორც პროფესიული ნორმა, ამერიკულ ჟურნალისტიკაში სწორედ ამ დროს მკვიდრდებოდა. ბეიკერის აზრით, ამ ნორმის განვითარება იყო ის რაციონალური საშუალება, რომელიც გაზეთების ცირკულაციის გაზრდის გზაზე არსებული წინააღმდეგობების გადალახვის საშუალებას იძლეოდა.

მეორე მხრივ, ხადსონი (1978; 2001) აქცენტს ამერიკულ პოლიტიკაში მეცხრამეტე საუკუნის მიწურულისა და მეოცე საუკუნის დასაწყისის მომხდარ ცვლილებებზე აკეთებდა. მისი აზრით, ნეიტრალურ ექსპერტიზაზე მოთხოვნილების ზრდამ გაზეთების მხარდაჭერის პრაქტიკაზე მოთხოვნა შეამცირა. ამ მოსაზრებას კიდევ მივუბრუნდებით, როდესაც რაციონალურ-ლეგალური მმართველობისა და ამერიკულ ჟურნალისტიკაზე „პროგრესული მოძრაობის“ გავლენის განხილვას შევუდგებით. მნიშვნელოვანია, გავიაზროთ ის პოლიტიკური კონტექსტი, როდესაც ნეიტრალური ჟურნალისტიკა პრესის გაბატონებულ ტენდენციად ყალიბდებოდა. ეს იყო პერიოდი, როდესაც „პრესის ბარონების“ პოლიტიკური როლის თემაზე კამათი მიმდინარეობდა და რაც მაგალითად, უფტონ სინკლერის (1919) წიგნში *The Brass Check* იყო აღწერილი. 1932 წლიდან შექმნილმა პოლიტიკურმა რეალობამ, ამერიკის დემოკრატიული პარტიის ხანგძლივმა მმართველობამ პოლიტიკასა და გაზეთებში, გაზეთების მფლობელები, პოლიტიკური თვალსაზრისით, ერთობ დელიკატურ მდგომარეობაში ჩააყენა. პირველად აშშ-ს ისტორიაში შეიქმნა ვითარება, როდესაც პოლიტიკურ სტრუქტურებში, როგორც მინიმუმ, ქვეყნის სამხრეთის მიღმა, კლასობრივი განსხვავებები უშუალოდ იყო ასახული: მუშათა კლასი დემოკრატებს უჭერდა მხარს, ხოლო ბიზნესი –

რესპუბლიკელებს. შედარებით ადრეულ ეტაპზე პარტიული დაყოფა უფრო რეგიონალურ ხასიათს ატარებდა. ასევე იყო ისეთი პერიოდი, როდესაც პრესაში მხარდაჭერის დისბალანსი სუფევდა. ის მედია მფლობელები, რომლებიც საზოგადოების მაღალი კლასებიდან იყვნენ, რესპუბლიკელებს უჭერდნენ მხარს. მედიის დაახლოებით ორი მესამედი, სარედაქციო გამოვლინებებში რუზველტის მოწინააღმდეგე იყო. ამდენად, გაზეთები საზოგადოების განწყობებს ნაწილობრივ აცდენილები იყვნენ, რამაც პოპულარულ კულტურაში პრესის უარყოფითი იმიჯი შექმნა. კაპრას ადრე ნახსენებ ფილმში *Mr. Smith Goes To Washington*, გაზეთის ნაძირალა მეპატრონე მედიას იყენებს და ფილმის გმირს ხალხთან კომუნიკაციის საშუალებას არ აძლევს. ასევე იზრდებოდა უკმაყოფილება ახალი ამბების მწარმოებელი ორგანიზაციების შიგნითაც, რადგან ჟურნალისტური გილდიები ორგანიზებულები იყვნენ და თავად ჟურნალისტების პოლიტიკური შეხედულებები მედია მფლობელებისაგან განსხვავებული იყო, განსაკუთრებით რუზველტის „ახალ კურსთან" მიმართებაში. *Mr. Smith Goes To Washington*-ში აღწერილი იყო არა მარტო მედიამფლობელი, როგორც ანტიდემოკრატი, რომელიც საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირებდა, არამედ ფილმი შეიცავდა მოწოდებას, რომ ჟურნალისტები „ნეიტრალური" ჟურნალისტიკის შემზღუდავ ნორმებს არ დამორჩილებოდნენ და ხალხის მტრები ემხილებინათ. დაბოლოს, ამ პერიოდში პრესის რეგულირებასთან დაკავშირებით რამდენიმე დისკუსია გაიმართა – 1947 წელს ჰაჩინსის კომისიამ გამოაქვეყნა მოხსენება, რომელშიც პრესის სოციალური ნდობის იდეა გაახმოვანა და ჟურნალისტებს პროფესიონალიზაციისკენ მოუწოდა. აქვე გამოითქვა მოსაზრება, რომ იმ შემთხვევაში, თუ პროფესიონალიზაციის პროცესი წარმატებული არ იქნებოდა, საზოგადოების მხრიდან რეგულირებაში რაიმე სახით ჩარევა საჭირო და აუცილებლი გახდებოდა. ამ კონტექსტში, მედია მფლობელებს პროფესიონალიზაციის პროცესის არა მარტო ეკონომიკური, არამედ პოლიტიკური მოტივებიც გაუჩნდათ. მართალია, მედიის, როგორც პოლიტიკაში ჩარევის ინსტრუმენტული შესაძლებლობა იზღუდებოდა, სამაგიეროდ მცირდებოდა ის პოლიტიკური რისკებიც, რასაც მათი ბიზნესის დაზარალება შეეძლო. ამავე დროს, ობიექტურობის ნორმა ჟურნლისტების კონტროლის ალტერნატიულ მექანიზმებსაც შეიცავდა.

როგორც უკვე ვნახეთ, ბრიტანეთში პოლიტიკური პარალელიზმი უფრო მდგრადია. მედია მფლობელების მიერ პრესის ინ-

სტრუმენტალიზაცია მეოცე საუკუნის განმავლობაში შემცირდა, თუმცა არც ისე მძაფრად, როგორც ეს ამერიკაში მოხდა. 1969 წელს, ბრიტანეთის მედიაბაზარზე რუპერტ მერდოკის შემოსვლამ პროცესში ნაწილობრივი უკანსვლა განაპირობა. მან თავისი მედიასაშუალებების პოლიტიკურ შინაარსზე გავლენა მოიპოვა და პოლიტიკაში ინტერვენციისათვის გამოიყენა (შოუკროსი 1992) (მერდოკის გავლენა შეერთებულ შტატებში ერთობ შეზღუდულია. მისი საგაზეთო ჰოლდინგი აქ მარგინალურია, ხოლო ტელევიზია Fox-ს 1990 წლამდე საინფორმაციო გამოშვებები არ ჰქონდა). ანალოგიურად კანადაში, თავისი გაზეთების პოლიტიკაზე კონტროლი კონრად ბლეკმაც დაამყარა (ტარასი 1999: 212-14). ეს განსაკუთრებით National Post-ზე აისახა. მას კანადის ლიბერალ პრემიერთან ჟან კრეტიენთან უკიდურესად დაძაბული ურთიერთობა ჰქონდა. 2001 წელს ბლეკმა, რომელიც ბრიტანულ Daily Telegraph-საც ფლობდა, კანადის მოქალაქეობაზე უარი განაცხადა და მისი კუთვნილი გაზეთები კანადის მთავარ მედია გაერთიანებას Can West-ს მიჰყიდა, რომლის მფლობელები ლიბერალური პარტიის მხარდამჭერები არიან.[76] უნდა ითქვას, რომ ამას მოჰყვა აზრთა სხვადასხვაობა იმასთან დაკავშირებით, რომ West Can-ის მოთხოვნით გაზეთების სარედაქციო გვერდებს გარკვეული პოზიციის ქონის ვალდებულება დაეკისრათ, თუმცა მედია კონგლომერატის განცხადებით, ეს ახალი ამბების გაშუქებას არ შეეხებოდა. მიუხედავად ამისა, ზოგიერთი ჟურნალისტი მიიჩნევს, რომ ეს პროფესიულ ავტონომიურობას ძირს უთხრის (ბრაუნი 2002).

იმის გათვალისწინებით, რომ მხარდაჭერა და მედია მფლობელთა ინტერვენციონიზმი ბრიტანულ პრესაში დომინირებს, პროფესიონალიზაცია აქ ნაკლებად არის განვითარებული ან როგორც მინუმუმ, ნაკლებად მდგრადია, ვიდრე ჩრდილოეთ ამერიკაში (საუბარია ბრიტანულ პრესაზე, რადგან სამაუწყებლო ჟურნალისტიკაში ვითარება განსხვავებულია). ბრიტანეთში, ისევე, როგორც სხვა ლიბერალურ ქვეყნებში, ჟურნალისტიკა პროფესიონალიზირებულია იმ თვალსაზრისით, რომ ჟურნალისტებს

76 კონრად ბლეკს უკავშირდება მისი გავლენის ქვეშ მყოფი *Jerusalem Post*-ის ინციდენტიც, როდესაც მან ამ გაზეთში საკუთარი კინსერვატიული ხაზის გატარება სცადა, რასაც გაზეთის მთვარი რედაქტორის ერვინ ფრენკელის გადადგომა მოჰყვა. ჟურანალისტურ ავტონომიაზე მისი კომენტარები კი ჩვენ წიგნის მე-2 თავში ვემოგთავაზეთ.

ახალი ამბების შერჩევისა და გასაჯაროების საკუთარი კრიტერიუმები აქვთ. ეს ბრიტანეთში საგაზეთო ინდუსტრიის განვითარებას მჭიდროდ უკავშირდება და ამ მხრივ მკვეთრად განსხვავდება მაგალითად, იტალიისაგან, სადაც პოლიტიკისგან გამიჯვნის ჟურნალისტური პრაქტიკის სტანდარტი უფრო სუსტია. ჩელაბი (1998:107) მიუთითებს, რომ „ჟურნალისტებმა პოლიტიკაზე წერა საკუთარი საჭიროებებიდან და ინტერესებიდან გამომდინარე დაიწყეს. ისინი ამბებს პირადი პერსპექტივიდან და პროფესიული ღირებულებებიდან გამომდინარე აღწერდნენ“. მეორე მხრივ, პროფესიული ჟურნალისტური განათლება ბრიტანეთსა და ჩრდილოეთ ამერიკაში გვიან განვითარდა (ჰანინგემი და დელანო 1998). 1980-იანი წლებისათვის კოლეჯის განათლებაც კი ძალზე ცოტა ჟურნალისტს ჰქონდა. ამ თვალსაზრისით, ჟურნალისტიკა საკმაოდ დიდხანს „თეთრსაყელოიანთა“ ნახევრად პროფესიონალურ საქმიანობად რჩებოდა (თანსტალი 1971:59-60). კვლევები ასევე გვაფიქრებინებს, რომ ბრიტანელი ჟურნალისტები, ამერიკელი კოლეგებისგან განსხვავებით, ინფორმაციის მოპოვების პროცესში ნაკლებად გულმოდგინეები იყვნენ (ჰეგემი და დელანო 1998). სავარაუდოდ, ეს გარემოება ბრიტანულ პრესაში არსებული მაღალი კონკურენციით აიხსნება. შეიძლება ითქვას, რომ ეთიკური თვითრეგულირების ხარისხი და ჟურნალისტიკის, როგორც საჯარო სამსახურის, აღქმა ბრიტანულ პრესაში ნაკლებია.

ჟურნალისტური ავტონომიის საკითხთან მიმართებაში სურათი შერეულია. შემდგომ ნაწილში ვნახავთ, რომ მაუწყებლობის ჟურნალისტები ბრიტანეთში უფრო მეტი ავტონომიურობით სარგებლობენ, ვიდრე მათი კოლეგები შეერთებული შტატებისა და კანადის კომერციულ მედიაში. Times-ში, მისი კანადელი მფლობელის ტომპსონის გავლენისაგან დაცვის მიზნით, 1960 და 1970 წელს ოთხი ადგილობრივი დირექტორი დაინიშნა და მათი ერთადერთი ამოცანა სარედაქციო დამოუკიდებლობის დაცვა იყო. სამეურვეო საბჭო აკონტროლებს ასევე Guardian-საც, რომელიც რედაქციას ბიზნეს გავლენებისაგან იცავს. ფორმალიზებული დაცვის მგავსი პრაქტიკა შეერთებულ შტატებში არასდროს არსებულა. 1960-70-იან წლებს, მედია მკვლევრები აღწერენ, როგორც ბრიტანული ჟურნალისტური დამოუკიდებლობის უმაღლეს მწვერვალს და იმ დროიდან მოყოლებული ცენტრალიზებული სარედაქციო კონტროლის ტენდენციის საწყისს, რომელიც ამჟამადაც ვითარდება (კარანი და ლეისი 2000:232). Times-ის შემთხვევას რაც შეეხება, შედეგმა აჩვენა, რომ სარე-

დაქციო ავტონომიურობის საკითხზე მიღწეული ახალი შეთანხმება, რომელიც მას შემდეგ გაფორმდა, რაც გაზეთი 1979 წელს მერდოკმა იყიდა, არაეფექტიანი იყო და ვერ იმუშვა (შოუქროსი 1992). ზოგადად, სარედაქციო დამოუკიდებლობა ბრიტანეთში უფრო შეზღუდულია, ვიდრე ჩრდილოეთ ამერიკაში, ეს განსაკუთრებით ტაბლოიდურ პრესას შეეხება. დონბახის (1995) კვლევის მიხედვით, პროცენტული თვალსაზრისით, ბრიტანელი ჟურნალისტები იტალიელების შემდეგ მეორენი იყვნენ, რომლებიც მათი მასალების „პოლიტიკური მიზანშეწონილობიდან გამომდინარე“ ცვლილებებს ადასტურებდნენ. 6 პროცენტი აცხადებდა, რომ ეს შემთხვევიდან შემთხვევამდე ხდებოდა მაშინ, როდესაც იგივე აზრს იტალიელ ჟურნალისტთა 8 პროცენტი, ხოლო ამერიკელ ჟურნალისთტა მხოლოდ 2 პროცენტი გამოთქვამდა. იგივე მაჩვენებელი გერმანიასა და შვედეთში 1 პროცენტს არ აცდენია (თუმცა უნდა ითქვას ისიც, რომ ბრიტანული პრესის ინტერესი პოლიტიკისადმი გაცილებით დაბალია, ვიდრე მაგალითად, იტალიაში). სხვა კვლევებმა აჩვენეს, რომ ბრიტანელი ჟურნალისტების 44 პროცენტი მათ მასალებში „არასათანადო სარედაქციო ჩარევას“ აწყდებოდა (ჰენინგჰემი და დელანო 1998:154).

პროფესიული ჟურნალისტიკის ფორმალური ორგანიზება ლიბერალურ ქვეყნებში ისე ძლიერ განვითარებული არ არის, როგორც ეს, მაგალითად, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებშია. პროფესიული თვითრეგულირება არაფორმალურია და ის მედია ორგანიზაციებისა და ჟურნალისტური თანასწორობის კულტურის მეშვეობით ხორციელდება. 1980 წლისათვის, ამერიკელ ჟურნალსტთა მხოლოდ 17 პროცენტი იყო გაწევრიანებული ყველაზე მსხვილ პროფესიულ ჟურნალისტთა საზოგადოებაში, ამდენივე პროფესიულ კავშირში, გაზეთების გილდიასა და ტელე და რადიო არტისტთა ამერიკულ ფედერაციაში (ვივერ და ვილოიტი 1991:106-7). გაზეთის რედაქტორთა ამერიკულმა საზოგადოებამ (ASNE) ეთნიკური სტანდარტებისა და ზოგადად ჟურნალისტური კულტურის განვითარებაში დიდი როლი ითამაშა. ბრიტანეთში პროფესიული ასოციაცია – ჟურნალისტიკის ინსტიტუტი 1890 წელს შეიქმნა. მოგვიანებით ის ჟურნალისტთა ეროვნულმა გაერთიანებამ (NUJ) დაჩრდილა, რომელიც თანდათან ძლიერ ჟურნალისტურ პროფესიულ კავშირად ჩამოყალიბდა და რომელშიც პრაქტიკულად ყველა ჟურნალისტია გაერთიანებული. ამდენად, ბრიტანეთს, თავისი ძლიერი პროფკავშირული მოძრაობით, ჟურნალისტური ორგანიზაციების მოწყობის კო-

ლექტიურობის ხასიათი უფრო ჰქონდა, ვიდრე პროფესიულ ასოციაციებში პროფესიონალთა გაერთიანების კონტექსტში. NUJ-ის ავტორიტეტმა სერიოზული დარტყმა პროფკავშირებზე განხორციელებული თავდასხმების გამო, ტეტჩერის მმართველობის დროს მიიღო, თუმცა გადარჩა. 1990 წლისათვის მასში ბრიტანელ ჟურნალისტთა 62 პროცენტი იყო გაერთიანებული (ჰანინგამი და დელანო 1998). NUJ-ის ფილიალი ირლანდიელ ჟურნალისტებსაც წარმოადგენს. კანადაში გაერთიანების წევრობა, ისევე, როგორც ჟურნალისტთა კანადური ასოციაციის წევრობა, ისეთივე ეპიზოდურია, როგორც ამერიკაში. გამონაკლისი კვებეკია, სადაც პრაქტიკულად ყველა ჟურნალისტი Syndicat des Journalistes-შია გაერთიანებული. კვებეკს, ზოგადად საკმაოდ განსხვავებული ისტორია აქვს და ჟურნალისტებსა და რედაქციებს შორის აგრესიული დაპირისპირებით გამოირჩევა. ეს განსაკუთრებით 1960-70-იანი წლებისათვის იყო დამახასიათებელი, როდესაც ჟურნალისტები, მედია ორგანიზაციების მეშვეობით, ავტონომიურობას „პუნქტობრივად“ იცავდნენ (კლიფტი 1981; სენ-ჟანი 1998).

თვითრეგულირება ლიბერალურ ქვეყნებში, დემოკრატიული კორპორატიზმის და მეტ-ნაკლებად მედიტერიანულ ქვეყნებთან შედარებით, ასევე ნაკლებად ფორმალიზებულია. ირლანდიას არც მედია საბჭოები და არც პრესის საჩივრების კომისია არ გააჩნია. ასევეა შეერთებულ შტატებში, სადაც რედაქციებს გარე მოთამაშეთა საკუთარ საქმეებში ჩართვა დიდად არ ეხალისებათ. აქ ერთადერთი გამონაკლისი 1970 წელს შექმნილი მინესოტას პრესის საბჭოა (Minnesota Press Council), რაც ნაწილობრივ ამ შტატის კულტურაზე სკანდინავიური გავლენით აიხსნება.[77] ამ სპექტრის საპირისპირო მხარეს კვებეკის პრაქტიკაა, რომელსაც პრესის შედარებით ძლიერი საბჭო აქვს, თუმცა მას აღსრულების უზრუნველყოფა არ შეუძლია. საბჭოს მცირე საზოგადოებრივი დაფინანსება აქვს და ყველა გაზეთთან დაკავშირებულ საჩივრებს იღებს, მიუხედავად იმისა, მიერთებულები არიან ეს გაზეთები საბჭოს რეგულაციებს, თუ არა (კლიფტი 1981). კანადის სხვა პროვინციებში საგაზეთო ინდუსტრიას ნებაყოფლობითი პრესის საბჭოები უფრო სუსტად აქვთ განვითარებული. 1991

77 ორგანიზაცია სახელწოდებით National News Oganisation 1973-83 წლებიდან არსებობდა. მას მხარს კერძო ფონდი უჭერდა და მისი მთავარი ამოცანა მედია ეთიკასთან დაკავშირებული საჩივრების განხილვა იყო. თუმცა სხვა მედია ორგანიზაციებთან თანამშრომლობა ყოველთვის იზღუდებოდა.

წელს ბრიტანეთი სუსტი პრესის საბჭოდან პრესის საჩივრების კომისიაზე გადაერთო (PCC), რათა თავიდან აეცილებინა პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობისა და პასუხის უფლების მარეგულირებელი კანონმდებლობის კონტინენტური პრაქტიკა. კერძო და საჯარო პირებთან დაკავშირებული სექს-სკანდალები ბრიტანული ტაბლოიდების გამოკვეთილი თემაა. PCC მის წინამორბედთან შედარებით გაცილებით უფრო გავლენიანი ორგანიზაციაა და მისი არსებობა ბრიტანულ და დემოკრატიულ კორპორატიზმის სისტემებს შორის გარკვეულ მსგავსებას აჩენს, თუმცა კომისიას ძირითადად საგაზეთო ინდუსტრია ინახავს, „რაც იმის ილუსტრაციაა, რომ ბრიტანეთი პრინციპს – „ხელები შორს თვითრეგულირებისგან" – ერთგულად იცავს" (ჰამფრისი 1996:61).

ჟურნალისტური თვითრეგულირება ლიბერალურ ქვეყნებში ძირითადად არაფორმალურად, კერძო მედია ორგანიზაციების მეშვეობით ხორციელდება. მისი ევოლუცია მეცხრამეტე საუკუნის მიწურულს და მეოცე საუკუნის დასაწყისში დაიწყო. 1913 წელს პულიცერის კუთვნილი New YorkWorld-ის მიერ სიზუსტისა და სამართლიანობის შიდა ბიუროს შექმნა ძირითადად საჩივრების რაოდენობის შემცირებას ისახავდა მიზნად (მარძოლფი 1991:66-8). დროთა განმავლობაში ეს ფუნქცია ზოგადად ორგანიზაციაში ინტეგრირებულ რედაქტირების პროცესს უკავშირდებოდა. ლიბერალურ ქვეყნებში ახალი ამბების მწარმოებელ ორგანიზაციებს ჟურნალისტის ინდივიდუალურ საქმიანობაზე საკმაოდ იერარქიული და „კონტროლისა და გაწონასწორების" (checks and balances) მკაცრი მექანიზმები აქვთ ამოქმედებული, განსხვავებით კონტინენტური პრაქტიკისაგან, სადაც ჟურნალისტები უფრო განცალკევებით, ძალზე მცირე სარედაქციო კონტროლის ქვეშ მუშაობენ (დონბახი 1995; ეზერი 1998).

როგორც სარედაქციო კონტროლის შესახებ ბოლო თვალსაზრისი ცხადყოფს, ლიბერალურ ქვეყნებში განვითარებული პროფესიონალიზაცია წინააღმდეგობრივია და ჟურნალისტურ ავტონომიურობასთან დაკავშირებით კითხვებს აჩენს. ის ზღუდავს მფლობელებს, ხშირად ჟურნალისტური ავტონომიურობის ზრდას უწყობს ხელს და მედიის ინსტრუმენტალიზაციასაც ამცირებს. მაგრამ იმავდროულად ის ზღუდავს ჟურნალისტსაც, რომლისგანაც მოელიან, არსებული პლატფორმიდან საკუთარი პოლიტიკური შეხედულების გამოხატვის ამბიციაზე უარი თქვას და პროფესიული დისციპლინის რუტინას და სარედაქციო იერარქიას

დაემორჩილოს.[78] როგორც აღვნიშნეთ, ჟურნალისტური კავშირების განვითარება, სავარაუდოდ, ის ერთ-ერთი ფაქტორი იყო, რომელმაც მფლობელებს პროფესიონალიზაციისკენ სვლის პროცესის საკუთარ ინტერესებში გამოყენება გადააწყვეტინა. ჟურნალისტებსა და მფლობელებს შორის დაწყებული შეზღუდვების ბალანსი დროდადრო იცვლება და ცალკეულ გაზეთებში განსხვავებულად გამოიხატება. ზოგჯერ ეს ბალანსი მფლობელის სასარგებლოდ იმდენად სუსტდება, რომ პროფესიონალიზაცია მედიის ინსტრუმენტალიზაციის სამსახურში დგება. განიხილავს რა Express-ის, იმჟამად უდიდესი ბრიტანული გაზეთის, 1945 წლის საარჩევნო კამპანიას, სმიტს (1975:35) მოჰყავს ციტატა: „ნამდვილი სოციალისტებიც კი – და ასეთი იქ ბევრი იყო – პროფესიული სიამოვნებით ატარებდნენ ტრუსებს და ეს იყო ბრძოლა წესების გარეშე, ხელჩართული ჩხუბი, კომანდოსების სტილი, და ჩვენ ამას ვღებულობდით“. ამ შემთხვევაში პროფესიონალიზაცია ვიწროვდება და „პროფესიონალიზმი“ აზრს იძენს. ეს არის „პროფესიონალიზმი“ ჟურნალისტისა, რომელიც ტაბლოიდურ რუტინაში პოლიტიკური ახალი ამბების წარმოებაში დახელოვნდა და რომელიც გმირებისა და ნაძირალების ჩვენებით პოპულარულ განწყობებზე თამაშობს. ჟურნალისტები, საკუთარი პოლიტიკური შეხედულებების მიუხედავად, ამ საქმის წარმატებული კეთებით კოლექტიურ სიამაყეს განიცდიან. პროფესიონალიზმის ამ ფორმის განვითარების გაგება საკვანძო მნიშვნელობისაა, რათა გავარკვიოთ, თუ როგორ ხდება, რომ ბრიტანელი ჟურნალისტების აბსოლუტური უმრავლესობა პოლიტიკურად მემარცხენეა და გაზეთების უმეტესობა კი – მემარჯვენე.

---

78 ამ შეზღუდვების მნიშვნელობის ერთ-ერთი ილუსტრაცია რეპორტიორ ა.კენტ მაკდუგალის შემთხვევაა, რომელმაც Wall Street Journal-დან წასვლის შემდეგ დაწერა სტატია, სადაც აღიარებდა, რომ იყო მარქსისტი და მეგობარ რადიკალებს ეუბნებოდა, რომ მათ მეინსტრიმ პრესაში ცვლილებების მიღწევა შეეძლოთ. ამან პრესაში „ფარული რადიკალური გავლენის“ არსებობის შესახებ დიდი ვნებათაღელვა გამოიწვია. თუმცა მაგდუგალის ნაწერების ანალიზმა აჩვენა, რომ მისი საქმიანობის უმეტესი ნაწილი სხვა ჟურნალისტებისგან არაფრით განსხვავდებოდა (რიზი 1999). კიოხერის (1986) აზრით, ბრიტანელ ჟურნალისტებს, საკუთარი აზრის გამოხატვისა და საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების კუთხით „მისიონერული“ ორიენტაცია გერმანელ ჟურნალისტებზე ნაკლებად არ ახასიათებთ. ბრიტანული გაზეთების პოლიტიკური მიმართულებები ინდივიდუალური ჟურნალისტების შეხედულებებს ხშირად არ ემთხვევა.

ამ თვალსაზრისით, პროფესიონალიზაცია ჩრდილოეთ ამერიკაში განსხვავებულია და ობიექტურობის ტენდენციაზეა მიბმული. თუმცა ჟურნალისტურ ავტონომიას შეზღუდვებს ისიც უწესებს. ამ წიგნის ამერიკელმა ავტორმა 1980 წელს საერთაშორისო არენაზე მოღვაწე ბევრი ჟურნალისტი გამოკითხა, რომლებიც ცენტრალური ამერიკის კონფლიქტს აშუქებდნენ. ამერიკულ და ევროპულ ჟურნალისტურ კორპუსებში მომუშავე ჟურნალისტები ერთმანეთის პროფესიონალიზმს ხშირად აკრიტიკებდნენ. ამერიკელები ამბობდნენ, რომ ევროპელები „არაპროფესიონალები“ არიან, რადგან ზედმეტად პოლიტიზირებულები არიან და რეპორტაჟებში ხშირად საკუთარ მოსაზრებებსაც ურევენ. ევროპელი ჟურნალისტები კი აცხადებდნენ, რომ ამერიკელები „არაპროფესიონალები“ არიან, რადგან „ობიექტურობის“ ბალანსის რუტინა იმდენ შეზღუდვებს უწესებთ, რომ მათ საკუთარი აზრი აღარ გააჩნიათ. მაგალითისათვის, შესაძლოა, მათ სოფლებში ემოგზაურათ და ენახათ ადგილები, სადაც სამთავრობო ჯარებმა ადგილობრივი უიარაღო გლეხების მასაბრივი ჟლეტა მოაწყვეს, საიდანაც ცხადი იყო, რომ ეს სწორედ არმიის ნამოქმედარი იყო, მაგრამ მასალის მომზადებისას, მათ აუცილებლად უნდა გაეთვალისწინებინათ ბალანსი მოსახლეობის მონაყოლსა და არმიის, ასევე აშშ-ს საელჩოს უარყოფებს შორის. მასალა უნდა დაეწერათ ისე, რომ ეჩვენებინათ, თითქოს მათ საკუთარი აზრი არ გააჩნიათ იმასთან დაკავშირებით, თუ რომელი ვერსიაა უფრო მართებული (პედელტი 1995). ევროპელებისათვის „პატიოსანი მოწმის“ ცნება იმ გაგებით, როგორსაც ფრენკელი მე-2 თავში, პროფესიონალიზმის ევროპულ გაგებაზე საუბრისას გვთავაზობს, არ არსებობს. ლიბერალური საზოგადოების მედია კვლევების უმეტესი ნაწილი იმისკენ არის მიმართული, რომ აჩვენოს, თუ როგორ უწყობს ხელს პროფესიონალური რუტინა არა რომელიმე კონკრეტული მფლობელის პოლიტიკური ვალდებულების მსახურებას, არამედ პოლიტიკურ ელიტებს შორის გაბატონებული ხედვების ფართოდ გადმოცემას. პროფესიული რუტინის ცნება აქ განსაკუთრებულ ხაზგასმას საჭიროებს. ლიბერალურ სისტემაში ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაციის შედარებით ადრეულმა და ძლიერმა განვითარებამ განაპირობა ის, რომ მედია განათლებამ ამ ასპექტზე განსაკუთრებული ფოკუსირება მოახდინა და ახალი ამბების პოლიტიკის ახსნა, როგორც წესი, სწორედ ამ რუტინაში ჩაქსოვილი კულტურული ფაქტორებითა თუ სტრუქტურული შეზღუდვებით ხდება. ჟურნალისტების პიროვნულ კავშირებს პოლიტიკასთან,

მფლობელების ინტრუმენტალისტურ კონტროლს მედიაზე და მედია ორგანიზაციებზე გარედან ზეწოლას ნაკლები ყურადღება ეთმობოდა (სიგალი 1973; ტუჩმანი 1978; განსი 1979; გიტლინი 1980; ჰელინი 1986; ერიკსონი, ბარანეკი და ჩანი 1987; შლეზინგერი 1987).

ასევე წინააღმდეგობრივია პროფესიონალიზაციისა და ჟურნალისტებზე დაწესებული კომერციული შეზღუდვების ურთიერთობა. მეცხრამეტე საუკუნეში, პროფესიონალიზაციის ადრეულად განვითარება იყო რეაქცია, რომელიც კომერციულ კონკურენციაზე მეტად, მედიის პოლიტიკური მანიპულაციით იყო განპირობებული. „სულისკვეთება გაჟღენთილი ... ვულგარულობით, უხამსობით ... აღვირახსნილი სენსაციურობით“ დამახასიათებელი იყო „ყვითელი“ პრესის ეპოქისათვის, – წერდა ე.ი. გოდკინი Nation-ში (მარძოფის ციტირება 1991:27). „ეკლესიისა და სახელმწიფოს გაყოფა“ ამერიკული ჟურნალისტიკის საკვანძო მეტაფორად ჩამოყალიბდა და მას ორმაგი დატვირთვა მიეცა. ეს იმას ნიშნავდა, რომ გაყოფილი იყო სარედაქციო გვერდებზე გამოქვეყნებული თვალსაზრისი, რომელიც მფლობელის შეხედულებებს ასახავდა და ახალი ამბების გვერდები, რაც უკვე პროფესიონალი ჟურნალისტების მიერ შექმნილი პროდუქტი იყო. ეს ასევე გაზეთის ბიზნეს დეპარტამენტისა და ახალი ამბების რედაქციის გამიჯვნას ნიშნავდა. მიუხედავად ამისა, პროფესიონალიზმი მაინც ბაზარზე ორიენტირებული მედიის კონტექსტში განვითარდა და მასში ორგანულად ჩაეწერა. ლიბერალურ საზოგადოებებში ჟურნალისტის პროფესიული რუტინა თავის თავში ისეთ კომპონენტებს შეიცავს, როგორებიცაა ხელმისაწვდომობა და აუდიტორიის ის ინტერესი, რომელიც თავისი ფესვებით ბაზართან არის დაკავშირებული. ადრე ნახსენები მრავალეტაპიანი სარედაქციო პროცესის უმთავრესი ფუქნცია ყოველთვის ბაზარზე ორიენტირებული და ბაზრისათვის მისაღები ინფორმაციის წარმოება იყო. დონბახის (1995) კვლევაში ამერიკელი ჟურნალისტების 36 პროცენტი აცხადებს, რომ ისტორიები იცვლება, „რათა აუდიტორიის ინტერესებს მოერგოს“. შვედეთში ასეთი მიდგომის არსებობას ჟურნალისტების 18 პროცენტი ადასტურებს, იტალიაში 14, გერმანიაში კი მხოლოდ 7 პროცენტი.

ბოლო ოც წელიწადში პროფესიონალიზმმა იმ სახით, როგორადაც ჩვენ მას აღვწერდით, მნიშვნელოვანი დაღმასვლა განიცადა. ბრიტანელ მკვლევართა შეფასებით, 1960 წლებთან შედარებით, ჟურნალისტური ავტონომიურობა მნიშვნელოვნად

დასუსტდა. ამერიკულ ჟურნალისტიკაში ასევე მნიშვნელოვნად შესუსტდა ე.წ. „ეკლესიისა და სახელმწიფოს გაყოფის“ პრინციპი და ეს იმის შედეგად მოხდა, რომ მფლობელებმა ბიზნესისა და ახალი ამბების მწარმოებელი ორგანიზაციების სარედაქციო საქმიანობას შორის არსებული ბარიერები მნიშვნელოვნად შეამცირეს. ამან ჟურნალისტების საკმაოდ დიდი უკმაყოფილება გამოიწვია, რადგან მიიჩნიეს, რომ მათ პროფესიულ დამოუკიდებლობას საფუძველი ერყეოდა (სქუირსი 1993; ანდერვუდი 1993; ჰელინი 2000). „ფულის წყურვილი: როგორ რყვნის ჟურნალისტიკას ფულის წყურვილი“, – ასე იწყება Columbia Journalism Review-ს 1998 წლის ივლისი/აგვისტოს მიმოხილვა. ეს ყოველივე პრესაში გაყიდვების რაოდენობის კლებამ გამოიწვია. 1970 და 1980-იან წლებში საგაზეთო კომპანიები კორპორატიულ მფლობელობაში გადავიდა და გაიზარდა წნეხი, რათა ახალი ამბების ორგანიზაციებს გაყიდვების მოცულობისა და საბოლოო მოგების ზრდაზე ეზრუნათ. ელექტრონულ მედიაში დერეგულაციამ, გაზრდილმა კონკურენციამ, მსგავსი და კიდევ უფრო დიდი პრობლემები შექმნა.

სახელმწიფოს როლი

ლიბერალური მოდელის ქვეყნებში სახელმწიფოს სოციალური როლი იმთავითვე ლიმიტირებული, ხოლო ბაზრისა და კერძო სექტორის მნიშვნელობა შედარებით დიდი იყო. ბრიტანეთი ინდუსტრიული კაპიტალიზმის სამშობლო იყო, ხოლო მეოცე საუკუნეში შეერთებული შტატები – ინდუსტრიული კაპიტალიზმის ზრდის ცენტრი. სწორედ აქ მოხდა კომერციული მედიის განვითარება, სამოქალაქო საზოგადოებასა და ბაზარზე ორიენტირებული მედიის და თავისუფალი პრესის თეორიის აღიარება. მეოცე საუკუნის უმეტეს პერიოდში პრესის სახელმწიფო სუბსიდირება მინიმალური იყო. ოთხივე ქვეყანაში კომერციული მაუწყებლობა ყოველთვის დომინირებდა, თუმცა კანადაში ნაკლები ხარისხით. ბრიტანეთში ის ერთი თაობით ადრე გაჩნდა, ვიდრე კონტინენტურ ევროპაში. უნდა ითქვას, რომ ირლანდია ამ პროცესს კიდევ უფრო დიდხანს უწევდა წინააღმდეგობას.

კაპიტალისტური საზოგადოების განვითარებაში სახელმწიფო მნიშვნელოვან როლს ყოველთვის თამაშობდა და ლიბერალური მოდელის საზოგადოებების მედიის განვითერბაშიც მას მნიშვნელოვანი წვლილი მიუძღვის. ცხადია, რომ ამ თვალსაზ-

რისით, ჩვენ მიერ განხილულ ოთხ ქვეყანას შორის საგულისხმო განსხვავებებიც არსებობს. შეერთებული შტატების ლიბერალური მოდელის ყველაზე გამოკვეთილ მაგალითშიც კი, სახელმწიფოს როლის იგნორირება შეუძლებელია. სახელმწიფომ ააშენა საწყისი კომუნიკაციური ინფრასტრუქტურა – ფოსტა, რამაც პრესის განვითარება შესაძლებელი გახადა. მანვე განავითარა ის, რასაც პრესის ადამიანური რესურსი – საჯარო განათლების სისტემა – შეიძლება ვუწოდოთ. უფრო მეტიც, პარტიული პრესის ჩამოყალიბებასთან ერთად, სახელმწიფომ ის არა მხოლოდ ბიზნესად, არამედ მნიშვნელოვან საჯარო ინსტიტუტად ცნო და შესაბამისი დახმარება გაუწია (კუკი 1998). სუბსიდირებული საფოსტო ფასები, გამომცემლებს შორის ტირაჟების დაუბეგრავი გაცვლის უფლება – ეს გაზეთების არსებობას, განსაკუთრებით ადრეულ ეტაპზე, უწყობდა ხელს. სახელმწიფო შეკვეთები ბეჭდვაზე და საპატრონაჟო სამსახურები რედაქტორებისათვის, გაზეთებს ასევე დიდ დახმარებას უწევდა (სმიტი 1977). სპონსორობის პრაქტიკამ კლება 1860 წელს დაიწყო, როდესაც საჯარო სამსხურის რეფომის პროცესში წარმოქმნილი ინიციატივით, გაზეთების მფლობელობაში არსებული სადისტრიბუციო ქსელების განვითარების შედეგად, სახელმწიფო საგამომცემლო ოფისი დაფუძნდა. ამან საფოსტო სუბსიდირების მნიშვნელობა შეამცირა. საფოსტო რეგულაციამ აქტუალობა კვლავ 1921 წელს შეიძინა, როდესაც გაზეთებს გაყიდვების და მფლობელების შესახებ კეთილსინდისიერი ინფორმაციის გაცხადება ოფიციალურად დაეკისრათ. ამან სარეკლამო ბაზრის გამჭვირვალობის ზრდას შეუწყო ხელი (ლოუსონი 1993). ის, რომ სახელმწიფო პრესას მნიშვნელოვან სოციალურ ინსტიტუტად ცნობდა, იმაშიც აისახა, რომ ჟურნალისტებმა კონკრეტული, კანონით დაცული უფლებებიც მიიღეს – მაგალითად, ინფორმაციის წყაროს გაუთქმელობის უფლება, რომელიც ე.წ. „ფარის“ კანონების სახით ბევრ შტატში ამოქმედდა (ასეთივე კანონი დიდ ბრიტანეთშიც არსებობდა, მაგრამ არა კანადაში).

თუ სახელმწიფოს როლს გვერდს ვერ აუვლით, ისიც სიმართლეა, რომ შეერთებული შტატების მედია ისტორიას სახელმწიფოს როლის მნიშვნელოვნად შეზღუდვა ახასიათებს. „პირველ შესწორებასთან“ დაკავშირებული ტრადიცია, რომელიც შეერთებული შტატების მედიასისტემას ევროპის სხვა სისტემებისაგან მკაფიოდ განასხვავებს, ამ საკითხში დიდ როლს ასრულებს. ევროპული კონსტიტუციები, როგორც წესი, პრესის დაცვის გარან-

ტიას შეიცავენ, თუმცა ეს გარანტია ერთ-ერთია სხვა გარანტიებს შორის, ისეთივე სამართლებრივი პრინციპების, როგორც სხვები და ის ისეთი კანონიერი უფლებებით ბალანსდება, როგორებიცაა: პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობა, სოციალური კეთილდღეობა, პოლიტიკური პლურალიზმი, საზოგადოებრივი წესრიგი და სხვა. პირველი შესწორების მიმართ შეერთებული შტატების სამართლებრივი დოქტრინაც და პოლიტიკური მიდგომაც, აბსოლუტისტურია. ეს იმას ნიშნავს, რომ ევროპული ქვეყნებისათვის დამახასიათებელი რეგულაცია – პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობა, პოლიტიკური რეკლამის რეგულირება, პოლიტიკური კომუნიკაციისათვის უფასო დროის გამოყოფა და პასუხის უფლების კანონმდებლობა (ფლორიდაში მიღებლი ასეთი კანონი სამართლო სისტემამ გააუქმა) – შეერთებული შტატებისათვის პოლიტიკურად და სამართლებრივად მიუღებელია. ერთ-ერთი სივრცე, რომელშიც სახელმწიფომ გადამწყვეტი როლი ითამაშა, მედიის კონცენტრაციის საკითხი იყო. კომუნიკაციების ფედერალურმა კომისიამ (FCC) 1945 წელს NBC-ის „თეთრი“ და „ლურჯი“ ქსელები განაცალკევა და „პარამაუნტის დეკრეტით“ (Paramount Decree) 1948 წელს ჰოლივუდის სტუდიები და კინოთეატრების მფლობელობა გამიჯნა. მაიკროსოფტის წინააღმდეგ წარდგენილი ანტიმონოპოლიური სარჩელი ერთი შეხედვით ამ პრაქტიკის საწინააღმდეგო არგუმენტად გამოიყურება, თუმცა ბუშის ადმინისტრაციის ფრთხილმა მიდგომამ ეს საქმე დრამატული შედეგების გარეშე დაასრულა. რა თქმა უნდა, ანტიმონოპოლიური ჩარევები შეერთებული შტატების ლიბერალურ იდეოლოგიასთან წინააღმდეგობაშია, თუმცა ამ ქვეყნის მედია ბაზრის მოცულობის გათვალისწინებით, ასევე დასაბუთებული.

შეერთებული შტატები, ნებისმიერი ზომის ტერიტორიის მქონე ინდუსტრიული ქვეყნებიდან, პირველი იყო, რომელმაც კერძო მფლობელობაში არსებული სატელეფონო და სატელეგრაფო სისტემა და შემდგომ კომერციული მაუწყებლობა განავითარა. საზოგადოებრივი მაუწყებლობა (PBS) აქ მხოლოდ 1967 წელს შეიქმნა და შედარებითი სტანდარტებით თუ ვიმსჯელებთ, ის ერთობ სუსტია. ამჟამად, მისი დაფინანსების 50 პროცენტზე ნაკლები სამთავრობო წყაროებიდან მოდის (1990 წელს 16 პროცენტი ფედერალური მთავრობიდან, 30 პროცენტი შტატებისა და ადგილობრივი მმართველობებიდან, დანარჩენი შემოსავალი მაყურებელზე, კორპორატიულ დონერებსა და რეკლამაზე მოდის) და მისი საბოლოო ხარჯი ერთ სულ მოსახლეზე 1 დოლარია. შედა-

რებისათვის: ბრიტანეთის საზოგადოებრივი მაუწყებლის იგივე მონაცემი: 38 დოლარია (მეოცე საუკუნის ფონდი 1993; ჰოინესი 1994).

მაუწყებლობის რეგულირების ფორმას შეერთებულ შტატებში „აწეული წარბით რეგულირება“ შეიძლება ვუწოდოთ, იმ თვალსაზრისით, რომ კომუნიკაციების ფედერალური კომისია (FCC) მაუწყებლობის პროგრამირებასთან დაკავშირებული რაიმე სახის დირექტივებს არ გამოსცემს. ამის მიუხედავად, რეგულაციებმა შეერთებულ შტატებში კომერციული მაუწყებლობის ფორმები მნიშვნელოვნად განსაზღვრა. 1930 წლიდან 1980 წლამდე მაუწყებლებს, ყოველ სამ წელიწადში FCC-ის ლიცენზია უნდა განეახლებინათ. ეს განახლება, ლიცენზიის მფლობელებისაგან სამართლიანობის დოქტრინის დაცვის და „საზოგადოების საჭიროებისა და კეთილდღეობის“ მსახურების მოთხოვნებთან ერთად, მნიშვნელოვან ეფექტს იძლეოდა.ის უკვე არსებული მაუწყებლების ბაზრებს იცავდა, ხელს უწყობდა ნეიტრალური ჟურნალისტიკის ადრეულ ეტაპზევე განვითარებას, ახალი ამბების წარმოებაში შიდა პლურალიზმი და კომერციული გავლენებისაგან დაცვა გააძლიერა, საშუალება მისცა სამოქალაქო უფლებების დამცველ ჯგუფებს, არაერთი მნიშვნელოვანი საქმე შეექმნათ, განსაკუთრებით 1960 წელს (ჰოროვიცი 1997) და რაც მთავარია, კარგია ეს თუ ცუდი, ხელი შეუწყო უფრო მრავალფეროვან და წინააღმდეგობრივ პროგრამირებას. 1990 წლიდან ლიცენზიის განახლების პროცედურა ფორმალობად იქცა, სამართლიანობის დოქტრინა გაუქმდა, შეერთებული შტატების მაუწყებლობა მკვეთრად საბაზრო მოდელზე ორიენტირებული გახდა. დღეს, როდესაც მედია ინდუსტრიის გაფართოებამ მულტიმედიური კონგლომერატების სახე მიიღო და მისი ინტერესები ტრადიციული აუდიო-ვიზუალური საშუალებების გარდა, ინტერნეტ ინდუსტრიის ტელეკომუნიკაციებზეც გავრცელდა, ტელეკომპანიებს სახელმწიფოსთან ურთიერთობის გამოკვეთილი ინტერესები უნარჩუნდებათ, რადგან სწორედ სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს ამ ინდუსტრიის საბაზისო წესები. სწორედ ეს მოტივი განაპირობებს იმას, რომ მედია ინდუსტრია პოლიტიკოსებსა და პოლიტიკურ პარტიებში დიდ ფულს აბანდებს (ლიუისი 2000).

ბრიტანეთში ძლიერმა ლიბერალურმა ტრადიციამ საგრძნობი მოდიფიცირება განიცადა და ეს კონსერვატიული სახელმწიფოებრიობისა და ძლიერი ლეიბორისტული გავლენის შედეგად მოხდა.1940 წლიდან ბრიტანეთის ძალაუფლებაში სწორედ

ლეიბორისტული გავლენის ინტეგრირებამ, პროცესი ერთგვარი ლიბერალური კორპორატიზმის მიმართულებით წაიყვანა, რაც თავის მხრივ, დემოკრატიული კორპორატიზმის იმ მოდელს, რომელზეც ჩვენ წიგნის მე-6 თავში ვისაუბრეთ, ბევრი რამით წააგავდა (კარანი 2000). ბრიტანეთს დაწერილი კონსტიტუცია არ აქვს და პარლამენტის სუვერენიტეტის დოქტრინა მის საკანონმდებლო სისტემაში ცენტრალური ფაქტორია. ამგვარად, პრესის თავისუფლება ბრიტანეთში უმნიშვნელოვანესი კულტურული ტრადიციაა, თუმცა არა პრივილეგირებული სამართლებრივი პრინციპი ისე, როგორც შეერთებულ შტატებშია. აშშ-ში პრესა თავისი არსით ლიბერალურია და მასში რაიმე სახის მნიშვნელოვანი მარეგულირებელი ჩარევა არ ხდება. მისი სუბსიდირება ნაკლებია. სწორედ ჩარევის საფრთხემ განაპირობა ის, რომ PCC- შეიქმნა, რომლის რეგულაციები დღემდე კამათის საგანია და ბევრს მიაჩნია, რომ ეს სტრუქტურა არაეფექტიანია. ძლიერი სახელმწიფოებრივი ტრადიციის ერთ-ერთი ილუსტრაცია ბრიტანეთში შეტყობინების სისტემის (D-notice System) არსებობაა. „საიდუმლოს ოფიციალური აქტის“ თანახმად, დაცული ინფორმაციის „გაჟონვის“ გამო, შესაძლოა, ჟურნალისტებიც და სახელმწიფო ოფიციალური პირებიც დაისაჯონ. ამერიკელი ჟურნალისტები შოკირებულები იყვნენ იმის გამო, რომ სახელმწიფო ბიუჯეტის პროექტის, პარლამენტში მის წარდგენამდე ერთი დღით ადრე გამოქვეყნების გამო, Mirrors პრობლემები შეექმნა. საიდუმლოების ოფიციალური აქტის ამოქმედება იშვითად ხდება, მაგრამ ფართო გაგებით, ეს პოლიტიკური კულტურის ნაწილია, რომელიც ბრიტანეთში არსებული პარტიის *ვესტმინსტერული* სისტემიდან მომდინარეობს და აქ პოლიტიკური ინფორმაცია ისე თავისუფლად ხელმისაწვდომი არ არის, როგორც ამერიკის უფრო *ფრაგმენტირებულ* პოლიტიკურ სისტემაში. ცილისწამების კანონმდებლობა ბრიტანულ პრესაში ნაკლებად პოპულარულია, ვიდრე შეერთებულ შტატებში.

შეერთებული შტატებისა და ბრიტანეთის სამაუწყებლო სივრცეების განსხვავებულობა ძირითადად ბრიტანეთში ძლიერი საზოგადოებრივი მაუწყებლის არსებობამ განაპირობა. BBC ეფუძნება იდეოლოგიას, რომელიც ურყოფს „საბაზრო გავლენას და პოლიტიკის ინტერესების მსახურებას, ეფექტიანობისა და ექსპერტების მიერ კონტროლირებული გეგმიური ზრდის გათვალისწინებას“ (კარანი და სიტონი 1997:114). პირველმა დირექტორმა ჯონ რეიმ, მაუწყებლობის ადრეულ ეტაპზევე, კალ-

ვინისტური პატერნალიზმი დაამკვიდრა. 1954 წელს ბრიტანეთი იყო პირველი, ვინც წამყვან ევროპულ სახელმწიფოთაგან კომერციული მაუწყებლობა განავითარა. მიუხედავად ამისა, ეს სისტემა მკაფიოდ საზოგადოებრივი ინტერესის მსახურებაზე იყო ორიენტირებული. BBC და ITV მაყურებლისათვის იბრძოდნენ, მაგრამ ეს არ იყო ბრძოლა შემოსავლებისათვის. BBC ლიცენზიის საფასურზე იყო დამოკიდებული, ხოლო ITV – რეკლამაზე. მაუწყებლობის მარეგულირებელი ორგანო (IBA), რომელიც კომერციულ მაუწყებლობას 1990 წლამდე, მაუწყებლობის აქტის გამოცემამდე არეგულირებდა, გაცილებით უფრო ძლიერი ორგანო იყო, ვიდრე FCC. ის არ იყო წმინდა წყლის მარეგულირებელი ინსტიტუტი, თუმცა კომერციული მაუწყებლობის ლიცენზირების საკითხი მის ხელთ იყო. პროგრამირების საკითხებზე ITV-ის კომპანიებთან კონტრაქტების გაფორმება მის კომპეტენციაში შედიოდა და შესაბამისად, ის პროგრამულ გადაწყვეტილებებზე კონტროლს ინარჩუნებდა. სწორედ ამიტომ, ბრიტანეთის მაუწყებლობაში „საზოგადოებრივი სერვისის სისტემა“ თანაბრად ახასიათებს, როგორც BBC-ს, ისე ITV-ს. მე-4 არხის არსებობა, ამ რთული სისტემის კარგი მაგალითია. მიუხედავად იმისა, რომ ეს არხი კომერციული მაუწყებლობის ნაწილია, მას საზოგადოებრივი ინტერესის მსახურების მისია და უმცირესობაზე ორიენტირებული პროგრამირების ვალდებულება აქვს. ამავე დროს, არხი დამოუკიდებელი მწარმოებელი სექტორის დასაყრდენია. დამოუკიდებელი სატელევიზია კომისია (ITC), რომელმაც IBA ჩაანცვლა, ლიცენზირების ბერკეტს არ ფლობს, მას პროგრამირების საკითხებსა და რეკლამაზე წვდომა არ აქვს და მიუხედავად ამისა, მაინც FCC-ზე გაცილებით უფრო გავლენიან ორგანიზაციად რჩება. რა თქმა უნდა, ისევე, როგორც მთელ ევროპაში, ბაზრის ლოგიკამ თავისი გავლენა ბრიტანეთის მაუწყებლობაზე მოახდინა, თუმცა საზოგადოებრივი მაუწყებლობა აქ მაინც გაცილებით ძლიერია, ვიდრე ევროპის სხვა ქვეყნებში.

კანადასა და ირლანდიაში, ეროვნულ კულტურაზე ზრუნვის გამო, ლიბერალური მოდელის ლოგიკამ საგრძნობი მოდიფიცირება განიცადა. ეს ორივე ქვეყანა შედარებით მცირეა და ისინი ენობრივი თვალსაზრისითაც, უფრო დიდ ქვეყნებთან მჭიდრო კავშირში არიან. ორივეს აერთიანებს ერთიანი საფრთხის განცდა, რომ წმინდა საბაზრო ორიენტაციის მქონე მედია შეერთებული შტატების ან ბრიტანეთის მედია ინდუსტრიის გავლენის ქვეშ მოექცევა. კანადის ფილოსოფიურმა მიდგომამ – „ჩვენ ან სახელ-

მწიფო ვართ, ან აშშ“ – მაუწყებლობის პოლიტიკაზე დიდი გავლენა იქონია. კანადას ყოველთვის ორბუნებოვანი მედიასისტემა ჰქონდა: კომერციული და საზოგადოებრივი. თუმცა კანადის საზოგადოებრივი მაუწყებლის კორპორაცია (CBC) ადრეული წლებიდანვე ლიდერობდა (მას ორმაგი ფუნქცია ჰქონდა: ის საზოგადოებრივი მაუწყებელიც იყო და იმავე დროს, 1958 წლამდე კომერციული მაუწყებლობის მარეგულირებელიც). კანადის საზოგადოებრივი მაუწყებელი დღემდე გაცილებით ძლიერია, ვიდრე შეერთებული შტატების (მაყურებლებში მისი ხვედრითი წილი 9 პროცენტია, ხოლო აშშ PBC-ის 2 პროცენტი). კანადამ საკუთარი ბეჭდური მედია სპეციალური კანონმდებლობით დაიცვა, რომლის თანახმადაც, რეკლამაზე საგადასახადო შეღავათები მხოლოდ კანადაში მოქმედ ბეჭდურ მედიაზე ვრცელდებოდა და ამით შეზღუდა ე.წ. „დანაწევრებული გამოცემების“ (“split-run”) პრაქტიკა, რომელიც აშშ-ს ჟურნალებს კანადური სარეკლამო ბაზრისკენ უხსნიდა გზას. ცოტა ხნის წინ მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციამ (WTO) კანადას ამ მიდგომის შეცვლისაკენ მოუწოდა და ქვეყანა საკითხის რევიზიაზე მუშაობს. ამერიკული გაზეთები კანადური ბაზრის 80 პროცენტზეა გათვლილი. პრესის ეთიკისა და პრესის კონცენტრაციის საკითხები კანადაში გაცილებით აქტუალურია, ვიდრე შეერთებულ შტატებში, თუმცა რაიმე კონკრეტული ქმედება ამ მიმართულებით ჯერ არ განხორციელებულა. ბრიტანეთის მსგავსად, სახელმწიფო საიდუმლოების აქტი და ცილისწამების კანონმდებლობა კანადაშიც უფრო მკაცრია, ვიდრე აშშ-ში.

ირლანდია *პოსტკოლონიალური* სახელმწიფოა. მისი პოლიტიკური კულტურა ლიბერალიზმის ტრადიციისა და ძლიერი ნაციონალისტური იდეის კომბინაციაა. მისი ისტორიისათვის დამახასიათებელია ეკონომიკური დამოკიდებულება და საშინაო კაპიტალის სუსტი განვითარება. სხვა ანალოგიური სახელმწიფოების, მაგალითად, საბერძნეთის მსგავსად, აქაც ინტერვენციონისტი სახელმწიფოსაგან პოსტდამოუკიდებელობის ტრადიცია ჩამოყალიბდა (ბელი 1985). საზოგადოებრივი მაუწყებლობა ირლანდიაში ძლიერ პოზიციებს ინარჩუნებს და აქ თავისუფალი კომერციული ეთერი მხოლოდ 1998 წელს შემოვიდა. უნდა აღინიშნოს, რომ ირლანდიის საზოგადოებრივი მაუწყებლის ფინანსირებაში კომერციული წვლილი უაღრესად მაღალია და 66 პრო-

ცენტს შეადგენს (იხ, ცხრილი 2.4).[79] კანადისაგან განხვავებით, ირლანდიას ბეჭდური ინდუსტრიის დამცავი რეგულაციები არ ჰქონია. ერთი პერიოდი აქ კათოლიკური ეკლესიის ერთჯერადი ცენზურა მოქმედებდა, რომელიც „გარედან იმპორტირებული ამორალური პუბლიკაციების“ შეზღუდვას ისახავდა მიზნად (ჰორგანი 2001:12-13). ირლანდიაში ცირკულირებული გაზეთების დაახლოებით 20 პროცენტს ბრიტანული სახელწოდებები აქვს. პუბლიკაციების ცენზურის აქტი 1967 წლამდე ფუნქციონირებდა. ეს 1920 წლის სამოქალაქო ომის პოლიტიკური კონფლიქტის შედეგი იყო. ირლანდიას, ისევე, როგორც ბრიტანეთს, ჩრდილო ირლანდიაში არსებულ კონფლიქტთან მიმართებაში გარკვეული შეზღუდვები აქვს დაწესებული.

სახელმწიფოსა და მედიას შორის ურთიერთობა მხოლოდ რეგულირებით, სუბსიდირებითა და მფლობელობით არ შემოიფარგლება. ეს საკითხი საინფორმაციო ნაკადსაც მოიცავს, რისი შემადგენელი ნაწილიცაა იმიჯი, სიმბოლოები და ინტერპრეტაციების ჩარჩოები. ამ კუთხით თუ შევხედავთ, ცალსახად ვერ ვიტყვით, რომ ლიბერალურ ქვეყნებში მედია და სახელმწიფო ერთმანეთისგან უფრო გამიჯნულია, ვიდრე იმ ორ სისტემაში, რომლებსაც ჩვენ ვიკვლევთ. ერთი რამ ნათლად ჩანს, რომ ლიბერალურ ქვეყნებში განვითარებული რიტორიკა განსაკუთრებულ აქცენტს მედიისა და სახელმწიფოს წინააღმდეგობრივ ურთიერთობებზე აკეთებს და სახელმწიფოს, როგორც ფორმალური მარეგულირებლის, დამფუძნებლისა თუ მფლობელის როლი სხვა სისტემებთან შედარებით, შეზღუდულია. ხაზგასმით გვინდა აღვნიშნოთ, რომ ეს გარემოება აუცილებლად იმას არ ნიშნავს, რომ ამ შემთხვევაში ახალი ამბების წარმოების პროცესზე სახელმწიფოს გავლენა ნაკლებია. მიგვაჩნია, რომ ამ მიმართულებით უფრო ღრმა კვლევაა განსახორციელებელი.

სახელმწიფო მოხელეებთან ანტაგონისტური ურთიერთობა ანგლო-ამერიკული ჟურნალისტური კულტურის ნაწილია. ბევრ სხვა ასპექტთან ერთად, ეს საგამოძიებო ტექნიკის განვითარებიდან და სკანდალებზე მკაფიო ორიენტირებიდანაც (ყოველთვის ერთი და იგივე არა) ჩანს და ის აშშ-ში უეტერგეიტის ლეგენდარული სკანდალიდან იღებს სათავეს, ანუ ქვეყნიდან, სადაც საჯარო ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობა შედარებით მაღალია. ამა-

79 ირლანდიაში კომერციული მაუწყებლობის დაგვიანებით განვითარება მისი ბაზრის სიმცირით და ბრიტანულ ტელევიზიასთან კონკურენციითაც იყო განპირობებული.

ვე დროს სახელმწიფოს, როგორც „მთავარი განმსაზღვრელის“ იდეა, სწორედ ანგლო-ამერიკული მედია სკოლის ხედვაა, რომლის თანახმადაც, ახალი ამბების წარმოება სახელმწიფოს მიერ მოწოდებული ინფორმაციისა და ინტერპრეტაციების ირგვლივ სტრუქტურირდება (ჰოლი და სხვები. 1978). არსებობს ვრცელი კვლევები, რომლებიც აჩვენებენ, რომ ლიბერალურ სისტემაში ჟურნალისტებსა და სახელმწიფო მოხელეებს შორის ინსტიტუციონალიზირებული ურთიერთობები არსებობს. ამის ყველაზე მკაფიო გამოხატულება ბრიტანული *ვესთმინსტერის* ლობის სისტემაა. სახელმწიფო და მედია ინსტიტუტების ურთიერთდამოკიდებულება იმას ნიშნავს, რომ ეს ურთიერთობა მათ სრუქტურებზეც აისახება: ახალი ამბების ორგანიზაციები, დიდწილად იმ „საკვანძო“ სისტემის ირგვლივ სტრუქტურირდება, რომელიც რეპორტიორებს სახელმწიფო წყაროებთან აკავშირებს, ხოლო სახელმწიფო ორგანოები თავის მხრივ მედიის საჭიროებებისდა მიხედვით ორგანიზდებიან. ზოგიერთის შეფასებით, თეთრი სახლის თანამშრომელთა ნახევარზე მეტი საზოგადოებასთან ურთიერთობის საქმეშია ჩართული და ამ საქმიანობის დიდ წილი სწორედ მედიასთან ურთიერთობაზე მოდის (გროსმანი და კუმარი 1981:83-40). ლიბერალურ სისტემაში (უკანასკნელ დროს კი ნაწილობრივ დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებშიც) სახელმწიფო მოხელეები და ჟურნალისტები ნეიტრალური პოზიციიდან აკეთებენ განაცხადს საზოგადოებრივ რეპუტაციის პრიორიტეტულობასა და მიკერძოებულობის, *სექტარიანული* ინტერესებისაგან დისტანცირებაზე, რაც თავის მხრივ, ქმნის ძლიერ ბაზისს – მიუხედავად ფორმალური სხვაობებისა – ჟურნალისტების და პარტიების ურთიერთობების იმ ფორმებზე უარის თქმისათვის, რაც სამხრეთ ევროპაში, როგორც შედეგი დამკვიდრდა. ამ ურთიერთობების შედეგად ახალი ამბების შინაარსს დიდწილად სახელმწიფო ინსტიტუტებიდან წამოსული ინფორმაცია, დღის წესრიგი და ინტერპრეტაციის ჩარჩო განსაზღვრავს.[80]

უნდა აღინიშნოს, რომ ახალი ამბების მედიის და სახელმწიფოს ურთიერთობა დიდწილად „ნაციონალური უსაფრთხოების სახელმწიფოს“ განვითარების შედეგიცაა. აშშ და ბრიტანეთი მსოფლიოს უძლიერესი, ატომური იარაღის მქონე სახელმწიფოებია. ისინი საერთაშორისო კონფლიქტებში მნიშვნელოვნად

80 ამ საკითხზე საკმაოდ ვრცელი ლიტერატურა არსებობს. რიგი საკვანძო ნაშრომები აქვთ სიგალს (1973) განსს (1979), ჰელინს (1986), ჰერმანს და ჩომსკის (1988) და ბენეტს (1990).

არიან ჩართულნი. ამ ქვეყნების ისტორიაში ომისდროინდელი თანამშრომლობაც იყო. მიუხედავად მედიისა და სახელმწიფოს სხვადასხვაგვარი ინტერპრეტაციებისა: არც პირველი და არც მეორე მსოფლიო ომების დროს, ამ ქვეყნებს ოფიციალური ცენზურა არ ჰქონიათ, თუმცა მედიასთან ორივე ქვეყნის თანამშრომლობა აქტიური იყო. ეს თანამშრომლობა მეორე მსოფლიო ომის დამთავრების შემდგომ უფრო ლიმიტირებული გახდა, თუმცა მაინც შენარჩუნდა (11 სექტემბრის ტერორისტული აქტის შემდეგ ჰოლივუდის აღმასრულებლებმა მთავრობასთან შეხვედრა ითხოვეს, რათა გაერკვიათ, თუ რითი შეეძლოთ სახელმწიფოს დახმარებოდნენ ისევე, როგორც მეორე მსოფლიო ომის დროს, „ომის მცდელობების“ საპასუხოდ). „სახელმწიფო უსაფრთხოების კულტურამ“ მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა იმ მიდგომის ფორმირებაზე, რომლის თანახმად, ჟურნალისტები და მთავრობა გარკვეული თვალსაზრისით, ერთიან საზოგადოებრივ ინტერესს წარმოადგენენ და ამ ურთიერთობის განვითარების ინსტიტუციონალიზაციას უწყობენ ხელს. დროდადრო ამ სიკითხში წინააღმდეგობებიც იჩენდა ხოლმე თავს, როგორც ეს ბრიტანეთში *სუეცის* კრიზისთან და მოგვიანებით ჩრდილოეთ ირლანდიის საკითხთან დაკავშირებით მოხდა. ასევე შეერთებულ შტატებში ვიეტნამის ომთან და ცენტრალური ამერიკის პრობლემებთან მიმართებაში. რიგ შემზღუდავ ზომებს სახელმწიფომაც მიმართა და მედიაზე ზეწოლა განახორციელა. ამის მაგალითია ბრიტანეთში „შეტყობინების“ (D-notice) პრაქტიკის შემოღება. ნიუტონმა და არტინგსტალმა (1994) ცხრა დასავლური დემოკრატიის ცენზურის შედარებითი კვლევის შედეგად დაადგინეს, რომ ცენზურას ყველაზე ხშირად სამ, ბირთვული იარაღის მფლობელ ქვეყნებში, ბრიტანეტში, შეერთებულ შტატებში და საფრანგეთში მიმართავდნენ.[81] სავარაუდოდ იმის გამო, რომ ბრიტანეთი, შეერთებულ შტატებთან ერთად, მსოფლიოს წამყვანი ძალის სტატუსს ინაწილებს, მკვლევართა შეფასებით, ის სხვა ქვეყნებთან შედარებით, უფრო

81 მათი კვლევა 1972-90 წლებში ცენზურის ინდექსში მოყვანილ მონაცემებს ეყრდნობოდა. დანარჩენი ექვსი ქვეყანა, რიგითობის მიხედვით არის წარმოდგენილი: კანადა, დასავლეთ გერმანია, იტალია, ავსტრალია, დანია და შვედეთი (დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები, ცენზურის შემთხვევების თვალსაზრისით, უკანასკნელ ადგილებზე არიან), რადგან ცენზურის მონაცემები კორელირებული არ იყო ქვეყნების მოსახლეობის რაოდენობებთან, ნიუტონმა და არტინგსტალმა ისინი ცენზურის შემთხვევების რაოდენობის მიხედვით განალაგეს.

ხშირად მიმართავს ცენზურას, თუმცა შეერთებულ შტატებზე უფრო ცენტრალიზებული ქვეყანაა და ცენზურაზე ამერიკის მსგავსი საკონსტიტუციო შეზღუდვები არ აქვს. ცალსახაა, რომ ლიბერალური ქვეყნები, რომლებიც იმავდროულად მსოფლიოს უძლიერესი სახელმწიფოებია, საჭიროებენ მნიშვნელოვან კვალიფიკაციას, რომლის თანახმად, სახელმწიფოს როლი ამ სისტემაში ლიმიტირებულია, ისევე, როგორც პრესაა დამოუკიდებელი „მეოთხე ხელისუფლება“.

მაუწყებლობის მართვა

კონტინენტური ევროპის მიდგომისაგან განსხვავებით, სადაც ითვლება, რომ პოლიტიკური პლურალიზმის უზრუნველყოფა მაუწყებლობაში პარტიების „ფიზიკური მონაწილეობით“ მიიღწევა, ლიბერალური სისტემის მიდგომა შემდეგში მდგომარეობს: იმისათვის, რომ მაუწყებლობის სისტემამ პლურალისტური საზოგადოების სასარგებლოდ იმუშაოს, ის პარტიული პოლიტიკისაგან გამიჯნული და პარტიული კავშირებისგან თავისუფალი უნდა იყოს და ნეიტრალური პროფესიონალების მიერ უნდა იმართებოდეს. BBC კარგი მაგალითია იმისა, რასაც ჩვენ მე-2 თავში მაუწყებლობის მართვის პროფესიონალური მოდელი ვუწოდეთ. ფორმალური სტრუქტურის თვალსაზრისით, ის მთავრობის მართული ან საპარლამენტო სისტემისგან არ განსხვავდება: გენერალური დირექტორი და მმართველი საბჭო დედოფლის მიერ, პრემიერ-მინისტრთან კონსულტაციით ინიშნება და ოპოზიციის *კონვენციურ* თანხმობას საჭიროებს. ამავე დროს, ეს უმკაცრეს კულტურულ ნორმას ეფუძნება, რომლის თანახმად, მმართველი „გამორჩეული კაცი ან ქალი უნდა იყოს... გამორჩეული კალიბრის“, რომელიც წარმოადგენს არა პარტიას, არამედ მთელ საზოგადოებას და მოწოდებულია, დაიცვას მაუწყებელი პოლიტიკური ზეწოლისაგან. ჟურნალისტები, პროდიუსერები და სხვა შემოქმედებითი თანამშრომლები, ასევე პარტიული კავშირების გაუთვალისწინებლად ინიშნებიან და ავტონომიურობის დიდი ხარისხით სარგებლობენ. ჯერემი ტანსტალის შეფასებით (1993), BBC ისტორიულად „პროდიუსერების მართული“ კომპანიაა.

რა თმა უნდა, პოლიტიკური ზეწოლა BBC-ზეც ხორციელდება (ეციონი-ჰალევი 1987; კარანი და სიტონი 1997). ამ თვალსაზრისით 1980-იანი წლები, *მარგარეტ ტეტჩერის* მმართველობა გამოირჩეოდა. მას BBC-სთან ხშირი უთანხმოება ჰქონდა, ისევე,

როგორც ადგილობრივ მმართველობებთან და იმ ინსტიტუციებთან, რომლებიც სამინისტროების გავლენის მიღმა არსებობდნენ. უმძაფრესი კონფლიქტი 1985 წელს „*რეალური სიცოცხლის*“ (Real Lives) დემონსტრირების ფაქტმა გამოწვია. შინაგან საქმეთა მინისტრმა ტელეკომპანიის მმართველებს თხოვნით მიმართა, რათა მათ ეთერში ჩრდილოეთ ირლანდიაზე ფილმი და „შინ ფეინის“ ლიდერის ინტერვიუ არ გაეშვათ. BBC-ის მმართველებმა თხოვნა დააკმაყოფილეს და ფილმის დაგეგმილი ჩვენება გააუქმეს. ამას BBC-ის ჟურნალისტების ოცდაოთხსაათიანი გაფიცვა მოჰყვა. მოგვიანებით ეს ფილმი, სახეცვლილი სახით ეთერში მაინც გავიდა. დაძაბულობამ თავი კვლავ 2003 წელს იჩინა, როდესაც ტონი ბლერის მთავრობამ BBC-ის ჟურნალისტებზე შეტევა ერაყთან დაკავშირებით დაზვერვის საკითხების გაშუქების გამო მიიტანა. მიუხედავად ამისა, შედარებითი პერსპექტივიდან ჩანს, რომ BBC-ის და ITV-ის ჟურნალისტები ავტონომიურობით სარგებლობენ და მაუწყებლობაზე პოლიტიკური შეზღუდვების წყარო არა იმდენად პოლიტიკური ინტერვენიციები, არამედ თავად ჟურნალისტურ თემში არსებული მიდგომებია, რაც პროფესიული მაუწყებლობის ცენტრისტულ, „ანგარიშვალდებულებით“ თანხმობას გულისხმობს.

კანადური და ირლანდიური საზოგადოებრივი მაუწყებლობები BBC-ის მოდელს იმეორებენ. ირლანდიის მაუწყებლობა 1961 წლამდე მთავრობის დეპარტამენტის კონტროლის ქვეშ იყო და 1932 წლიდან, 1948 წლამდე „არსებითად მთავრობას ახმოვანებდა“ (ჰორგანი 2001:70).შეერთებული შტატების საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სტრუქტურა საკმაოდ რთულია, რადგან დეცენტრალიზაციის გამო, ის კერძო დონაციასა და საზოგადოებრივ ფონდებზეა დამოკიდებული. თუმცა მთავარი ნაციონალური ერთეული, საზოგადოებრივი მაუწყებლობის კორპორაცია, ორგანიზაციული სტრუქტურის თვალსაზრისით, არსებითად ბრიტანულ, კანადურ და ირლანდიურ სისტემას მიეკუთვნება. ეს არის დამოუკიდებელი საზოგადოებრივი კორპორაცია, რომლის დირექტორებს პრეზიდენტი ნიშნავს და პოლიტიკური დამოუკიდებლობა ამ კორპორაციის ნორმაა. საგანგებოდ არავის უწარმოებია ამერიკის საზოგადოებრივი მაუწყებლის შედარებითი კვლევა, თუმცა არსებობს მოსაზრება, რომ ეს მაუწყებელი, BBC-სთან შედარებით, პოლიტიკური ზეწოლის სუბიექტი უფრო ხშირად გამხდარა (იხ. Twenteath Centure Fund 1993), რადგან ის, ბრიტანული ანალოგისაგან განსხვავებით, უფრო მარგინალურია. მას

ფინანსირების ისეთი მყარი წყარო არ აქვს, როგორიც მაგალითად, ლიცენზირების საფასურია (რამდენიმე მცდელობა იმისა, რომ ამ მაუწყებლობისთვის, საგადასახადო შემოსავლების გარდა, ფინანსირების სხვა წყაროებიც გამოძებნილიყო, უშედეგოდ დასრულდა). ეს მაუწყებელი ზეწოლას მისი დამფუძნებლების, ადგილობრივი და ფედერალური მმართველობისაგან და კორპორატიული დონორებისგანაც განიცდის.

შეერთებულ შტატებში მაუწყებლობა ძირითადად კომერციულია. თუმცა საბოლოო ჯამში კომერციული ქსელები, პოლიტიკურ სისტემასთან მიმართებაში ერთმანეთისგან დრამატულად არ განსხვავდებიან, როგორც ეს ბრიტანეთის, ირლანდიის და კანადის საზოგადოებრივ მაუწყებლებში ხდება. რასაკვირველია, მათ პოლიტიკური კონტროლისაგან დამცავი ავტონომიურობა აქვთ, მაგრამ პოლიტიკური ზეწოლისაგან სრულად დაცულები არ არიან.[82] იმის გარდა, რომ მაუწყებლობას მთავრობა არეგულირებს, ისევე, როგორც მომიჯნავე სატელეკომინიკაციო ბიზნესს, რომლის ნაწილიცაა სამაუწყებლო ქსელები, თანამედროვე რეალობაა, რომ ქსელების მფლობელები პოლიტიკურ მმართველებთან კარგი ურთიერთობის შენარჩუნებით არიან დაინტერესებულები. იმავდროულად, კომერციული მაუწყებლების ლეგიტიმაცია შეერთებულ შტატებში, ბრიტანეთის, კანადისა და ირლანდიის მსგავსად, ეთიკურ და ნეიტრალურ პროფესიონალიზმზეა დამოკიდებული. განსხვავება იმაშია, რომ კომერციული ზეწოლა გაცილებით ძლიერია. ამ თვალსაზრისით, პროფესიონალიზმისა და ავტონომიურობის ხასრისხი BBC-ზე უფრო მაღალია, ვიდრე ამერიკულ სამაუწყებლო არხზე, სადაც ბიზნეს მენეჯერები შემოქმედებით თანამშრომლებს, ჟურნალისტების ჩათვლით, უფრო ძლიერად აკონტროლებენ.

მარეგულირებელი სააგენტოები, ანუ კომერციული მაუწყებლების მარეგულირებელი ინსტიტუტები, ლიბერალურ ქვეყნებში პოლიტიკური ავტონომიურობის თითქმის ისეთივე ხარის-

82 წლების განმავლობაში ასეთი ზეწოლის ბევრი მაგალითი დაგროვდა. ზოგიერთი მათგანი პორტერმა (1976) ნიქსონის პერიოდში აღწერა და ჰერსტგაარდმა (1988) – რეიგანის პრეზიდენტობის დროს. უკანასკნელი მაგალითი ბუშის ადმინისტრაციას უკავშირდება, როდესაც ტელეკომპანიები ადმინისტრაციის მოთხოვნას დაჰყვნენ და ეთერში ოსამა ბინ ლადენის ვიდეო მიმართვა არ გაუშვეს. BBC-იმ ანალოგიურ მოთხოვნას კატეგორიული წინააღმდეგობა გაუწია და განაცხადა, რომ ის თავად გადაწყვეტდა ამ ვიდეომიმართვის საინფორმაციო ღირებულებას.

ხით სარგებლობენ, როგორც ცენტრალური ბანკი. მაგალითად, FCC-ის წევრების ნომინირებას პრეზიდენტი ახდენს, ხოლო კონგრესი ამტკიცებს. ეს დანიშვნები ზოგჯერ შედარებით პოლიტიზირებულია: წევრთა პარტიულ აფილაციას ყურადღება ექცევა და კონგრესი ყოველთვის აქტიურად ერევა საქმეში, თუ მას PCC-ის მიდგომები არ მოსწონს. ამავე დროს, სააგენტო პრეზიდენტის კონტროლის სუბიექტი არ არის და ადმინისტრაციული კანონის პროცედურებით ხელმძღვანელობს. თავად კანონი საქმიანობაში პარტიული პოლიტიკის ჩარევას მნიშვნელოვნად ზღუდავს.

პოლიტიკური ისტორია, სტრუქტურა და კულტურა

ბურჟუაზიული რევოლუცია პირველად ბრიტანეთში მოხდა. როგორც ვნახეთ, პარლამენტარიზმისა და ბაზრის ადრეულმა განვითარებამ, პროტესტანტიზმის გავლენით წერა-კითხვის მაღალმა დონემ ბრიტანეთში პრესა და პრესის თავისუფლება ადრეულ ეტაპზევე განავითარა. ბრიტანეთის ლიბერალური ინსტიტუტები, პრესის თავისუფლების ჩათვლით, ირლანდიის დიდ ნაწილსა და ჩრდილოეთ ამერიკის კოლონიებშიც დამკვიდრდა. როგორც ტოკვილი მიუთითებს, შეერთებული შტატები თავიდანვე ლიბერალურ საზოგადოებად ჩამოყალიბდა. მისი სოციალური სტრუქტურა მეცხრამეტე საუკუნის დასაწყისიდან *ეგალიტარული* ბუნების (ოღონდ სამხრეთის *პლანტატორული* სისტემის მიღმა) იყო და წერა-კითხვის მცოდნე მცირე მეწარმეებს, ხელოსნებს და დამოუკიდებელ ფერმერებს (yeoman) აერთიანებდა. შეერთებულ შტატებში გლეხობა, კლასიკური გაგებით, არასდროს არსებულა). 1820-იანი წლების ბოლომდე საარჩევნო ხმის უფლებით ყველა თეთრკანიანი მამაკაცი სარგებლობდა. მასობრივი პოლიტიკა და გაზეთების მასობრივი ცირკულაცია სწრაფად განვითარდა. ჩვენ მედიის განვითარებასთან სოციალური და პოლიტიკური ისტორიის ფუნდამენტური კავშირები შევისწავლეთ. განსაკუთრებული აქცენტი პრესის თავისუფლების ადრეულ ეტაპზე და კომერციული მედია ინდუსტრიის ძლიერებაზე გავაკეთეთ. ამ სექციის დასკვნით ნაწილში, ლიბერალური ქვეყნების პოლიტიკური და კულტურის სპეციფიკური ელემენტების კვლევის პარალელურად, ლიბერალიზმსა და მედიასისტემას შორის ნაკლებად ხილულ კავშირებსაც შევეხებით, მაგალითად, ისეთს, როგორიცაა ჟურნალისტიკის პროფესიონალიზაციის შეფასების საკითხი.

ზომიერი პლურალიზმი

კონტინენტურ ევროპაზე საუბრისას ჩვენ აღვნიშნეთ, რომ პოლარიზებულ და ზომიერ პლურალიზმს შორის არსებულ განსხვავებებს მედიისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს. პოლარიზებული პლურალიზმი უფრო კომენტარზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკის, პოლიტიკური პარალელიზმის მაღალი ხარისხისა და პოლიტიკური და მედიასისტემის ინტერპრეტირებისაკენ იხრება. მაშინ, როდესაც ზომიერი პლურალიზმი ყოვლისმომცველი კომერციული მედიის განვითარებასა და პროფესიული ნეიტრალურობისაკენ არის მიდრეკილი. სამხრეთ ევროპის ქვეყნები პოლარიზებულ პლურალიზმზე, ხოლო დემოკრატიული კორპორატიზმის კი – ზომიერ პლურალიზმზე არიან ორიენტირებულები. ეს უკანასკნელი ლიბერალური მოდელის ქვეყნებისთვის განსაკუთრებით დამახასიათებელია, სხვა ჯგუფებს კი საგულისხმო ვარიაციები აქვთ. ეს განსხვავებები, როგორც მე-4 თავში აღვნიშნეთ, ამ ქვეყნების პოლიტიკური ისტორიის ასპექტებიდან გამომდინარეობენ. პოლარიზებული პლურალიზმი უფრო იმ ქვეყნებშია ფეხმოკიდებული, სადაც *„ძველი რეჟიმი“* (ancien regime) უფრო ძლიერი იყო და ლიბერალური ინსტიტუტების დამკვიდრებასთან დაკავშირებული კონფლიქტები საგრძნობლად გაიწელა. ზომიერი პლურალიზმი, აქ აღწერილი ქვეყნებიდან, იმ ქვეყნებშია დამკვიდრებული, სადაც ლიბერალიზმმა ადრეულ ეტაპზევე გაიმარჯვა. პოლიტიკური პლურალიზმის ვარიაციების გაგება, ჩვენი აზრით, მნიშვნელოვანია, რათა გავერკვეთ იმ განსხვავებებში, რომლებიც ერთი მხრივ, ლიბერალურ და მეორე მხრივ, კონტინენტური ევროპის ქვეყნებს შორის არსებობს. ასევე საკუთრივ ამ ჯგუფებს შორის არსებული განსხვავებების გასააზრებლად, განსაკუთრებით პრესაში არსებული პოლიტიკური პარალელიზმის ხარისხის კუთხით.

სასარგებლო იქნება, თუ მოვიხმობთ ლუის ჰართსის ნაშრომს *„ლიბერალური ტრადიცია ამერიკაში“* (1955). აგრძელებს რა ტოკვილის მოსაზრებას, რომ ამერიკის ისტორიაში ფეოდალიზმი არ ყოფილა, ჰართსი მიიჩნევს, რომ ამერიკულ პოლიტიკაში, ევროპულისგან განსხვავებით, იდეოლოგიური დაყოფა არ არსებობს. ლიბერალიზმს აქ, ფეოდალიზმიდან გამოსულ კონსერვატულ იდეოლოგიასთან დაპირისპირება არ უწევდა და იმ დროისათვის, როდესაც ინდუსტრიული მუშათა კლასი ასპარეზზე გამოვიდა, ამერიკაში ლიბერალიზმი საკმაოდ ძლიერი იყო საიმისოდ, რომ სოციალისტური მოძრაობისათვის გასაქანი არ მიეცა.

„სოციალიზმი", – წერს ჰართსი, – „არა მარტო კაპიტალიზმს, არამედ თავად ფეოდალიზმის გადმონაშთებს ებრძვის" (9) და კლასობრივი ბრძოლის იდეოლოგია მხოლოდ ეკონომიკური უთანასწორობის ობიექტური რეალობიდან არ იბადება. ის ბურჟუაზიასა და მიწათმფლობელ არისტოკრატიას შორის არსებულ პოლიტიკურ კონფლიქტს უპირისპირდება. ამ გზით, სოციალისტური იდეოლოგია კონსერვატიზმთან მოდის წინააღმდეგობაში, რომელიც ძველ რეჟიმთან ასოცირდება და თავის მხრივ, ლიბერალიზმის ინდივიდუალისტურ იდეოლოგიას, სოციალური წესრიგის კოლექტივისტური ხედვის იდეოლოგიით ებრძვის.

იდელოგიური განსხვავებების ნაკლებობა, რა თქმა უნდა, იმას არ ნიშნავს, რომ შეერთებულ შტატებში პოლიტიკური კონფლიქტი არ არსებობს. ამერიკის სამოქალაქო ომი მეცხრამეტე საუკუნის მსოფლიო ისტორიაში ყველაზე სისხლიანი ომი იყო. ამერიკული ლეიბორისტული მოძრაობის ისტორია გაცილებით უფრო იყო დაკავშირებული ძალადობასთან, ვიდრე ევროპის ბევრ ქვეყანაში. უახლოეს ისტორიაშიც იგივე ხდებოდა: 1967 წელს მუშების გამოსვლას დეტროიდში ორმოცდასამი ადამიანის სიცოცხლე შეეწირა, მაშინ, როდესაც 1968 წლის საფრანგეთში მომხდარმა არეულობებმა ოთხი ადამიანი იმსხვერპლა. პორტუგალიაში, 1975 წელს მომხდარ რევოლუციას ორი ადამიანი ემსხვერპლა. ეს პოლიტიკური კონფლიქტები ისტორიულად რასობრივ, კლასობრივ, რეგიონალურ და სხვა სახის დაპირისპირებებს უკავშირდება. შეერთებულ შტატებში ეკონომიკური უთანასწორობა ზოგადად ევროპულ ქვეყნებთან შედარებით, სადაც ძლიერი, სოციალური კეთილდღეობის ქვეყნები არსებობენ, დიდია. მიუხედავად ამისა, სოციალური დიფერენციაცია შეერთებულ შტატებში განსხვავებულ პოლიტიკურ იდეოლოგიებად არ ჩამოყალიბდა და არც ამ იდეოლოგიების ირგვლივ დარაზმული პარტიული სისტემა არ შექმნილა. ამერიკული პოლიტიკური სისტემა ორ, ყოვლისმომცველ, ცენტრისტულ პარტიაზე დგას. ორივე ეს პარტია ლიბერალური პოლიტიკური კულტურის ერთგულია და გრამსის სიტყვებს თუ მოვიხმობთ, მთავარ *წარმმართველ* ფაქტორად დოგმატურ ლიბერალიზმს უზრუნველყოფს, რაც რეალურად ის საიდუმლო საფუძველია, რომლიდანაც ამერიკული კულტურული ფენომენის მოზაიკა ეწყობა.

> „ავიღოთ თუნდაც უმაღლესი სასამართლოს უჩვეულო ძლიერება და კონსტიტუციის კულტი, რომელსაც ეს სიძლიერე ემყარება. ფედერალურ ფაქტორებსაც რომ დავა-

> ნებოთ თავი, ამერიკაში სამართლებრივი ხედვის იმ სახით ჩამოყალიბება, როგორი სახითაც ის აქ განვითარდა, სასამართლო გადაწყვეტილების სახელისუფლებო სივრციდან, სამართლებრივი ინტერპრეტაციების პრინციპებში გადანაცვლების შემდგომ, *ლოკისეული* ხედვის საერთო ეროვნული გაზიარებისა და კონსტიტუციაში ასახვის გარეშე, წარმოუდგენელი იქნებოდა“ (ჰართსი 1957:9).

როგორც ჩანს, მედიაში ნეიტრალური პროფესიონალიზმის ინსტიტუტის დამკვიდრებასაც იგივე ლოგიკით უნდა მივუდგეთ. ეს კი საერთო ღირებულებების არსებობის გარეშე, წარმოუდგენელი იქნებოდა, ისევე, როგორც იმის გააზრება, რომ არსებობს საერთო ხედვა, რომლის ახალ ამბებში ჩართვა, პოლიტიკურად მიკერძოებად არ ითვლება.[83] ჟურნალისტიკას უბრალოდ „ფაქტების გადმოცემა“ არ შეუძლია, მან მოვლენას მნიშვნელობა უნდა მიანიჭოს და ეს „სათანადო მიუკერძოებლობით“ შეუძლია გააკეთოს. როგორც ბრიტანელები იტყვიან, ეს მხოლოდ მაშინ არის შესაძლებელი, როდესაც საზოგადოების მთავარ პოლიტიკურ აქტორებს მკვეთრად განსხვავებული მოსაზრებები არ აქვთ.

ბრიტანეთში, ამერიკისგან განსხვავებით, ფეოდალიზმიც იყო და ძლიერი სოციალისტური მოძრაობებიც. აქ პოლიტიკური პარტიები ტრადიციულად უფრო უნიფიცირებული და იდეოლოგიურად კონსოლიდირებულია, ვიდრე შეერთებულ შტატებში. 1990 წლის ძვრამდე ახალი ლეიბორიზმისკენ, ბრიტანეთის ლეიბორისტული პარტია მკაფიოდ მშრომელი კლასის ინტერესებთან იყო გაიგივებული და სოციალისტური იდეოლოგიის პარტიად რჩებოდა. იდეოლოგიური პოლარიზაციის ლეინისა და ერიქსონისეულ (1991:185) შკალაზე ბრიტანეთი ძირითადად ევროპულ სტანდარტთან იყო მიახლოებული და ეს 1955-1985 წლებში ასეც გრძელდებოდა. ეს მაჩვენებელი 1950 წლამდე კიდევ უფრო მაღალი იყო. იდეოლოგიური მრვალფეროვნების ან ლუჰმანის სიტყვებით თუ ვიტყვით, იდეოლოგიის „თემატიზაციის“ მაღალი ხარისხი განაპირობებს იმას, რომ პოლიტიკური პარალელიზმის ხარისხი ბრიტანულ პრესაშიც მაღალია. აქვე უნდა ითქვას ისიც, რომ განსხვავებების არსებობა წინაპირობიდან გამომდინარეობს: შესაძლოა, ის ფაქტი, რომ ბრიტანული საგაზეთო ბაზარი უფრო ეროვნული და კონკურენტულია, ვიდრე ლოკალური და

83 ასე მაგალითად, განსი გამოყოფს „მარადიული ღირებულებების“ რიგს, რომლებიც ამერიკელი ჟურნალისტების საერთო აზრით, პოლიტიკურ წიანააღმდეგობებზე მაღლა დგას.

მონოპოლიზებული, პრესაში გარე პლურალიზმის დამკვიდრებას ახალისებს. ამის პარალელურად, უნდა აღინიშნოს, რომ ბრიტანეთი, კონტინენტური ევროპის ქვეყნებთან შედარებით, უფრო ზომიერი პლურალიზმის ქვეყანაა: აქ ანტისისტემური პარტიები მარგინალიზებულები არიან და საპარლამენტო დემოკრატიის პირობებში, წამყვან პარტიებსა თუ სხვა პოლიტიკურ მოთამაშეებს უფრო მეტი საერთო აქვთ, მაგალითად: სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფოს შედარებით მაღალი ხარისხისა და საბაზრო ეკონომიკის კომბინაცია, ბრიტანული ნაციონალიზმი და სხვა. მაუწყებლობის პოლიტიკური დამოუკიდებლობის ფესვებიც სწორედ ამ საერთო ნიადაგშია და ბრიტანული პრესაც, რომელშიც დიფერენცირებული მიმხრობაც არსებობს, საკუთარ თავს, მაინც როგორც ზოგადად „ხალხის“ წარმომადგენელს პოზიციონირებს.

კანადა, სადაც იდეოლოგიური მრვალფეროვნების ხარისხი შეერთებულ შტატებზე უფრო მაღალია, ბრიტანეთსა და ამერიკას შორის შეგვიძლია განვათავსოთ. კანადაში გამოკვეთილი კონსერვატორული ტრადიცია არსებობდა და სოციალიზმიც უფრო ძლიერი იყო, ვიდრე შეერთებულ შტატებში, თუმცა გაცილებით სუსტი, ვიდრე ბრიტანეთში (ჰოროვიცი 1966). ირლანდიაში, თანხმობის პოლიტიკური კულტურა ლიბერალური ტრადიციისა და ნაციონალიზმის კომბინაციის შედეგია. აქ პოლიტიკური პარტიების დაყოფა, ბრიტანეთთან 1922 წელს გაფორმებულ ხელშეკრულებას უკავშირდება და თავისი ხასიათით უფრო სიმბოლურია, ვიდრე არსებითი. ლაინისა და ერიქსონის პოლარიზების ინდექსი, სხვა ევროპულ ქვეყნებთან შედარაბით, დაბალია (თითქმის ნულს უტოლდება). პოლიტიკური პოლარიზაციის ნულის ტოლფასი ზომიერების ხარისხის კომბინიცია საბაზრო პირობებთან (რაც გადამწყვეტი ფაქტორია კანადაში), ჟურნალისტურ ტრადიციას პოლიტიკური ნეიტრალიზმისაკენ უბიძგებს.

ინდივიდუალიზებული პლურალიზმი

პოლიტიკური წარმომადგენლობა ლიბერალურ სისტემაში უფრო ინდივიდუალური მოქალაქის მიმართ მთავრობის ანგარიშვალდებულებაში ვლინდება, ვიდრე ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების, პარტიებისა თუ „პიკური ასოციაციების“ პოლიტიკურ პროცესში ჩართვაში. ამ თვალსაზრისით შეერთებული შტატები იმის ზღვრული გამოვლინებაა, რასაც ჩვენ მე-2 თავში „*ინდივი-*

დუალიზებული პლურალიზმი“ ვუწოდეთ. ბრიტანეთი ამ მხრივ უფრო კონტინენტური პრაქტიკისაკენ იხრება, ხოლო კანადა და ირლანდია, სავარაუდოდ, შეერთებულ შტატებსა და ბრიტანეთს შორის უნდა განვათავსოთ. ცხადია, რომ შეერთებულ შტატებში მრავალი ორგანიზებული ჯგუფი არსებობს და ისინი პოლიტიკურ პროცესში მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ, მაგრამ მათ პოლიტიკური მოთამაშის ლეგიტიმური სტატუსი არ გააჩნიათ. ასეთ ჯგუფებს ირონიულად „სპეციალური ინტერესის“ ჯგუფებს უწოდებენ და როგორც წესი, ისინი პოლიტიკურ პროცესში ფორმალურად არ არიან ჩართულები, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების პრაქტიკისაგან განსხვავებით. ბრიტანეთს კორპორატიზმისა და პარტიული მთავრობების უფრო მკვიდრი ტრადიცია აქვს. მიუხედავად ამისა, ბრიტანეთში ინტერესთა ჯგუფებიც, დემოკრატიულ კორპორატიზმთან შედარებით, ნაკლებად არიან კონსოლიდირებულები და ჩართულები ფორმალურ პოლიტიკურ პროცესში. შეერთებული შტატების მსგავსად, ბრიტანეთშიც „ყველასთვის თავისუფალი“ პლურალიზმის მიდგომა დომინირებს, და მასში „ინტერესთა მრავალფეროვანი ჯგუფები ... მთავრობაზე ზეწოლას არაკოორდინირებულად და კონკურენტული წესით ახორციელებენ“ (ლიუფჰარტი 1999:16). ბრიტანეთშიც პარლამენტის წევრის საქმიანობა საზოგადოების, ერთი მთლიანის სასიკეთოდ მსახურებად განიხილება. ეს სრულ თანხვედრაშია იმასთან, რომ მედია ლიბერალურ სისტემაში საკუთარ თავს არა კონკრეტული სოციალური ჯგუფების ინტერესთა გამხმოვანებლად, არამედ ინდივიდუალური მოქალაქისათვის ინფორმაციის მიმწოდებლად და „ყველა მამაკაცისა და ქალის“ ინტერესების გამომხატველად განიხილავს. პარლამენტის მსგავსად, მეოთხე ხელისუფლებაც საკუთარ თავს კერძო სოციალური ჯგუფების „მიღმა“ ხედავს.

ინდივიდუალური პლურალიზმი ასევე პროფესიული მოდელის მაუწყებლობის მართვაზეც აისახება. ორგანიზებული სოციალური ჯგუფები საზოგადოებრივი მაუწყებლის მართვაში არ მონაწილეობენ. ჯონ რიტი BBC-ის ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებთან ურთიერთობის პრაქტიკას, დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემისაგან განსხვავებულობის კარგ ილუსტრაციად მიიჩნევს:

> „თუ პროფკავშირების კონგრესი (TUC) კოლექტივიზმის საამაყო ილუსტრაცია იყო, BBC ლიბერალური ინდივიდუალიზმის ერთგულ მცველად რჩებოდა... ჯონ რითმა

> ... პროფკავშირების კონგრესის წინააღმდეგ გალაშქრება, ზოგადად ორგანიზებული ზეწოლის წინააღმდეგ მიმართულ პირად ჯვაროსნულ ომად მიიჩნია. ორგანიზაციებისადმი მისი მტრული განწყობა მისმა თანამშრომლებმაც გაიზიარეს. ფართო კულტურული გაგებით, BBC კონსერვატიზმისგან შორს იდგა... ომამდელი პერიოდის არხზე გამომსვლელთა სია იმ დროის მრავალი წარმატებული და კრეატიული ადამიანისაგან შედგებოდა. პარტიული და ორგანიზაციული გამოსვლები ცალკე საკითხი იყო... BBC ემოციების გარეშე მიყვებოდა რეფორმას, რომლის მთავარი პირობა გამოიხატებოდა სიტყვაში – „მიუკერძოებელობა“ და მასზე ადამიანები მხოლოდ საკუთარი სახელით ლაპარაკობდნენ“.. (სიტონი და პიმლოტი 1987:137).

მე-4 თავში ჩვენ ერთი საინტერესო ფაქტი მოვიყვანეთ: 1980 წლისათვის, როდესაც ადგილობრივი რადიოები გაჩნდა, ბრიტანეთმა პოლიტიკურ პარტიებსა და ეკლესიებს ლიცენზიებზე უარი უთხრა, ხოლო სკანდინავიურ სახელმწიფოებში, მფლობელობის ეს ფორმა პირიქით წახალისდა... (დე ბენსი და პეტერსენი 1992).

მაჟორიტარიანიზმი

ოთხივე ლიბერალური სისტემა მაჟორიტარიანიზმზეა ორიენტირებული. ბრიტანული ვესტმინსტერული, რომელსაც კანადა და ირლანდია ძირითადად იზიარებენ, მაჟორიტარული სისტემის კლასიკური მაგალითია. ირლანდიის გარდა, ამ ქვეყნების საარჩევნო სისტემებში არა პროპორციული წარმომადგენლობა, არამედ *„ერთ მანდატიანი“* უბნები და „ხმათა უმრავლესობის“ ელექტრონული სისტემები მოქმედებს. ყველას შედარებით მცირე რაოდენობის პარტიები ჰყავს და მათში ძირითადათ ორი, ყოვლისმომცველი პარტიები დომინირებენ. შეერთებულ შტატებში მაჟორიტარიანიზმი ფეოდალიზმით (ისევე, როგორც კანადაში) და ძალაუფლების გაყოფით არის მოდიფიცირებული. მიუხედავად ამისა, ამ ქვეყნებს უპირატესად მაჟორიტარიანული ქვეყნები შეიძლება ვუწოდოთ, როგორც ამას ლიუფჰარტის აღმასრულებელ/პარტიული განზომილება გვთავაზობს. ისევე, როგორც ლიბერალური სისტემის სხვა ასპექტები, მაჟორიტარიანიზმიც კერძო ინტერესებზე ერთიანი საზოგადოებრივი ინტერესის ზეობას გულისხმობს: პარტიები არა ძალაუფლების მოზრდილი ან

მომცრო *წილისათვის*, არამედ სრულიად ეროვნული წამომადგენლობისათვის იბრძვიან.

მე-4 თავში, მაუწყებლობების რეგულირების და მართვის საკითხებზე მსჯელობისას, ჩვენ აღვნიშნეთ, რომ მაჟორიტარიანიზმის საბოლოო შედეგი პროფესიული მოდელია და ეს პირველად ლიბერალური ქვეყნების მაგალითზე დავასკვენით. ძალაუფლების დანაწილება მაჟორიტარიანულ სისტემებში, არჩევანის საგანი არ არის: საზოგადოებრივი მაუწყებელი ან უმრავლესობის მიერ სრულად უნდა იმართებოდეს, ან პოლიტიკური გავლენისგან უნდა იყოს დისტანცირებული. მედიტერიანული ქვეყნების მაგალითზე ჩვენ დავინახეთ, რომ ეს არსებითად სახელმწიფოს მიერ მართული სისტემებია, რასაც მისდამი აუდიტორიის ნდობის შემცირებამდე, მთავრობა-ოპოზიციას შორის მძაფრ კონფლიქტამდე მივყავართ. ასეთი სისტემა მთავრობისა და ოპოზიციის ალტერნატივად ვერ გამოდგება. მაჟორიტარიანულ სისტემაში ალტერნატივა პროფესიონალიზაციაა და ეს ფორმა ხანგრძლივი დემოკრატიული დაპირისპირების პროცესში განვითარდა. ეს პროცესი მოგვიანებით, ირლანდიის ახალგაზრდა სისტემაშიც დამკვიდრდა, სადაც სახელმწიფო კონტროლისგან იზოლირება 1961 წელს მოხდა.

საბოლოო განზოგადებისათვის ვიტყვით, რომ ლიბერალური ქვეყნების გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ მაჟორიტარიანიზმისათვის უცილობელი პოლიტიკური კონცეფცია, მედიას და სხვა პოლიტიკურ ინსტიტუტებს საზოგადოების ერთიანი ინტერესების წარმომდგენლად განიხილავს და ამ თვალსაზრისით მაჟორიტარიანიზმი პროფესიონალიზაციასთან, კერძო სოციალური ჯგუფებისგან გამიჯვნასთან და ობიექტურობის ნორმებთან ასოცირდება.

რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა

მეცხრამეტე საუკუნის შუამდე, ბრიტანეთსა და შეერთებულ შტატებში პარტიული პოლიტიკა ყოვლისმომცველი პატრონაჟის ხასიათს ატარებდა. თუმცა იმავდროულად ამას „ბურჟუაზიული რაციონალიზაციის“ ძლიერი მოძრაობაც ახლდა თან (შეფტერი 1977), რაც საბოლოოდ ნეიტრალური, პროფესიონალიზირებული ადმინისტრაციის კონცეფციის გამარჯვებით დასრულდა. ეს მოძრაობები, ერთი მხრივ, იმით იყო მოტივირებული, რომ კომპლექსური და გამჭვირვალე ნაციონალური ბაზარი, კანონზე და

სამართლებრივ სტრუქტურებზე დაფუძნებული პოლიტიკური სისტემისა და ადმინისტრაციული აპარატის გარეშე ვერ იმუშავებდა. მეორე მხრივ, ცხადი იყო, რომ ყოველივე ამის გარეშე, ვერც ფართო ეკონომიკური ზრდისათვის აუცილებელი, ხელმისაწვდომი ინფრასტრუქტურა აშენდებოდა და ვერც ინდუსტრიალიზაციის საგარეო საჭიროებების მოგვარება მოხერხდებოდა. საჯარო სამსახურის რეფორმა ბრიტანეთში 1870 წელს, ხოლო შეერთებულ შტატებში ოდნავ მოგვიანებით დაიწყო. ორივე ამ ქვეყანას ამჟამად მერიტოკრატიის პრინციპებზე აგებული, ნეიტრალური ადმინისტრაციები ჰყავთ და საჯარო სამსახურები პარტიული პოლიტიკისაგან დაცულია (ჰეკლო 1984; როუზი 1984). კლიენტელიზმმა ამერიკის ზოგიერთ ქალაქში მეოცე საუკუნის განმავლობაშიც იარსება, თუმცა საერთო ნაციონალურ დონეზე პრაქტიკულად გაქრა. მიუხედავად იმისა, რომ კლიენტელისტურმა სისტემამ ირლანდიაში კარგა ხანს გასტანა და ეს ძირითადად პოლიტიკოსებსა და მათ ადგილობრივ ქვეშევრდომებს შორის არსებულ ურთიერთობებში ვლინდებოდა (კარტი 1981),[84] ირლანდიას მაინც ბრიტანეთის მსგავსი საჯარო სამსახური და სასამართლო სისტემა აქვს.

ძალაუფლებით აღჭურვილი, დამოუკიდებელი სამართლებრივი სისტემა, ლიბერალური ქვეყნების რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია. სამართლებრივი ავტონომიურობა, საერთო სამართლის დეცენტრალიზაციის საფუძველშივეა ჩაშენებული და უფრო ნაფიცი მსაჯულების ინსტიტუტს, ასევე პრეცედენტულ სამართალს ეყრდნობა, ვიდრე კანონმდებლობას (ნაფიც მსაჯულთა ინსტიტუტი ბრიტანეთსა და მის ყოფილ კოლონიებში მთავრობას პრესაზე კონტროლის დაწესებაში ყოველთვის ხელს უშლიდა). კონსტიტუციონალიზმმა შეერთებული შტატების სამართლებრივი სისტემის გაძლიერებაშიც დიდი წვლილი შეიტანა. უეიბის (1967) აზრით, ეს პროცესი დროში საჯარო სამსახურების რაციონალიზაციის პროცესს დაემთხვა. სასამართლო სისტემა ხშირად ხელისუფლების სხვა შტოებთან დაპირისპირებითაც იმკვიდრებდა თავის ადგილს და ამგვარად ქმნიდა იმ საერთო ეროვნულ ჩარჩოს, რომლის უზრუნველყოფა პარტიკულარისტულ პარტიულ

84 კარტი მიუთითებს იმ გარემოებაზე, რომ ირლანდიაც, მედიტერიანული ქვეყნების მსგავსად, კათოლიკური ქვეყანაა და აქ სოფლის გლეხობისათვის დამახასიათებელი კულტურა, მეოცე საუკუნის დიდ მონაკვეთშიც გაგრძელდა.

სისტემას არ შეეძლო. პროცესების განვითარებას შეერთებულ შტატებში თან რიგი რეფორმების ისეთი პროცესიც დაემთხვა, რომელთა მიზანი საჯარო ადმინისტრაციებზე პარტიული გავლენის შემცირება იყო. მაგალითად, არაპარტიული არჩევნების ფენომენი – ევროპელებისათვის ესოდენ უცნაური რამ – რაც ბევრი ადგილობრივი თვითმმართველობისთვის, განსაკუთრებით დასავლეთის შტატებისთვისაა დამახასიათებელი, სადაც ამომრჩეველს კანდიდატის პარტიულ კუთვნილებაზე მკითხაობა, საარჩევნო კამპანიის დროს დარიგებული ფლაერებით უწევს (არაპარტიული არჩევნების პრინციპი ირლანდიის ზოგიერთ რეგიონშიც მოქმდებს).

რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა რამდენიმე თვალსაზრისით მედიაზეც აისახა. პირველი, მმართველობის ეს ფორმა ქმნის ზოგად კონტექსტს, რომელშიც ნეიტრალური პროფესიონალიზმი სასურველი და მისასალმებელია. ჟურნალისტურმა პროფესიონალიზაციამ განვითარება, თითქმის საჯარო ადმინისტრაციის პროფესიონალიზაციის პროცესისა და სასამართლოს ავტორიტეტის ზრდის პარალელურად დაიწყო. შეერთებულ შტატებში ჟურნალისტები და მედია მფლობელები, როგორც წესი, პროგრესულ მოძრაობებში ერთვებოდნენ, რამაც ნეიტრალური საჯარო ადმინისტრაცია პარტიულ პოლიტიკაზე მაღლა დააყენა (ნორდი 2001). ამერიკული ჟურნალისტიკის ფესვებს ხშირად სწორედ პროგრესივიზმში ეძებენ (განსი 1979).[85] წინა ტექსტიდან გამომდინარე, ხადსონი (19780 ამერიკული ჟურნალისტიკის ობიექტურობის ნორმას, სწორედ ამ კულტურულ ნორმას უკავშირებს.

მეორე, რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა ჟურნალისტიკას სანდო ინფორმაციის წყაროთი უზრუნველყოფს, რაც ამერიკაში გაბატონებული პოლიტიკურად ნეიტრალური და ინფორმირებაზე ორიენტირებული ჟურნალისტური მოდელის ბაზისია. ასე მაგალითად, 1870 წლამდე, საარჩევნო პერიოდში ჩადენილი თაღლითობების გასაჯაროებას – რაც პოსტსაარჩევნო პერიოდში ყველაზე გავრცელებული ახალი ამბების დიდ წილს შეადგენდა – თავად პარტიები ახდენდნენ. ინფორმაციის ნეიტრალური წყაროები არ არსებობდა: გაზეთები პარტიულ ბატალიებში მონაწილეობდნენ და ერთი რომელიმე მხარის გამარჯ-

85 რიფი (შემდგომში) დეტალებში განიხილავს იმ ამბივალენტურ ურთიერთობებს, რომელიც ჟურნალისტის პროფესიონალიზმისა და პროგრესივიზმის კულტურაში არსებობს.

ვებისათვის იბრძოდნენ. საუკუნის ბოლოსთვის, ასეთმა დავებმა სასამართლოებში გადაინაცვლა და გაზეთებმაც მოუხშირეს ამ თემაზე „ობიექტური“ ხასიათის რეპორტაჟების გამოქვეყნებას, სადაც იურისტების არგუმენტები და სასამართლოზე ორი მხარის შეჯიბრებითობის აღწერა იყო წარმოდგენილი. თავის შედარებით ანალიზსში ბენსონმა (2000:438) აღწერა ის განსხვავებები, რომელიც მან შეერთებული შტატების ჟურნალისტებისა და მათი ფრანგი კოლეგების მიერ იმიგრაციის თემაზე გამოქვეყნებულ პუბლიკაციებში აღმოაჩინა: ამერიკულ პრესაში, ფრანგულისგან განსხვავებით, პოლიტიკურად ნეიტრალური წყაროები (ბიუროკრატია, სასამართლო, მიუკერძოებელი პირები) სჭარბობდა.

მესამე, რაციონალურ-ლეგალური რეჟიმი მედია მფლობელების ფარულ ალიანსებს ზღუდავს და „ინსტრუმენტალიზაციის“ პრობლემას, რაც მედიტერიანულ ქვეყნებში ესოდენ გავრცელებული პრაქტიკაა, მნიშვნელოვნად ამცირებს. ჩვენ ვნახეთ, რომ მეცხრამეტე საუკუნეში საჯარო სამსახურის რეფორმის პირველივე საგულისხმო შედეგი იყო ის, რომ მან გაზეთების მფლობელებისა და რედაქტორების პარტიულ კლიენტელისტური პატრონაჟის ქსელები შეკვეცა. უფრო ფართო თვალსაზრისით თუ შევხედავთ, იმის გამო, რომ ვებერიანული სახელმწიფო უნივერსალისტურ კანონებს ეფუძნება და ყველა მოთამაშეს თანაბარ პირობებში აყენებს, ეს ბიზნესს – მათ შორის მედია მფლობელებს – პარტიულ პოლიტიკაში პირდაპირი ჩართვის ცდუნებას უმცირებს. ხოლო ეს კი იმას არ ნიშნავს, რომ ბიზნესს პოლიტიკის ინტერესი უქრება და მისი შედეგები არ აინტერესებს ან მასზე გავლენის მოხდენას აღარ ცდილობს. რა თქმა უნდა, სამართლებრივი და ადმინისტრაციული წესები ლიბერალურ საზოგადოებებში ხშირად სწორედ ბიზნესის საჯარო პოლიტიკაზე გავლენის ინსტიტუციონალიზაციის თვალსაზრისით მუშაობს. ასე რომ დროდადრო ისინი გავლენის მოსახდენად სხვა სოციალურ ჯგუფებსაც უხსნიან გზას. FCC-ის ანალიტიკოსებმა, მაგალითად, მაუწყებლობის ინტერესებისათვის სასარგებლოდ მიიჩნიეს სასამართლოს მიერ 1960 წელს მიღებული „მუდმივი უფლების“ გაფართოების გადაწყვეტილება, რომლის თანახმად, საზოგადოების უფრო ფართო წარმომადგენლობას მარეგულირებელი გადაწყვეტილებების პროცესში ჩართვის საშუალება მიეცათ. პროცესი უფრო პლურალისტური გახდა (ისევე, როგორც 1980 წელს, როდესაც ოდნავ განსხვავებული გზით, ბიზნეს ინტერესების მქონე ფართო წრეს, ტელეკომუნიკაციების პოლიტიკის

მიმართ ინტერესი გაუჩნდა) (ჰოროვიცი 1989). ნაწილობრივ ფედერალიზაციისა და ძალაუფლების დანაწილების გამო, ამერიკას სახელმწიფო სოციალური ინტერესებით ღრმად გამსჭვალულ სახელმწიფოდ მიიჩნევენ. ბიზნესი აქ აქტიურია და ლობისტური საქმიანობითა თუ კომპანიების დაფინანსებით დიდ გავლენას ახდენს იმ ინტერესების უზრუნველყოფაზე, რომელიც უშუალოდ მას ეხება. ამ მხრივ, არც მედია კორპორაციებია გამონაკლისი. 1998 წელს მედია კომპანიებმა ლობირებაში 28 მილიონი დოლარი დახარჯეს, ცოტათი მეტი უსაფრთხოებისა და საინვესტიციო კომპანიებმა და შედარებით ნაკლები, ვიდრე ავიახაზების წარმომადგენლებმა, ელექტრონიკის მწარმოებელმა ან თავდაცვის კონტაქტორებმა (ლიუსი 2000). პოლიტიკოსებთან კომპანიების ურთიერთობა უფრო პარტიული ხაზის მიღმა ხორციელდება და სტაბილური პარტიული ალიანსების ან კლიენტელისტურ ქსელის ფორმას არ ღებულობს. FCC 1980 წლის დერეგულაციამდე იღებდა გადაწყვეტილებებს ზოგადად სამაუწყებლო ქსელებზე და შემდეგი ფორმულით მოქმედებდა: არც ერთი არხი რესპუბლიკელების და სხვადასხვა არხი დემოკრატების გავლენის ქვეშ. ადმინისტრაციული კანონი, რომლითაც ამერიკული მარეგულირებელი ხელმძღვანელობს, ასეთი ვითარების შექმნას გაართულებდა. არ არის გასაკვირი, რომ მედია მფლობელები ამერიკაში აქტიური პოლიტიკოსები იშვიათად არიან. ეს უფრო დამახასიათებელია ბრიტანეთის ისტორიისათვის, რობერტ მაქსუელი – *Mirror*-ის მფლობელი – ბრიტანეთის პარლამენტის წევრი იყო. თუმცა მედიტერიანულ ევროპასთან შედარებით, ასეთი შემთხვევები ნაკლებია.

დაბოლოს, ადმინისტრაციული კანონის და FCC-ის არსებობა იმაზე მიუთითებს, რომ რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა საგანგებოდ უწყობს ხელს მაუწყებლობის მართვისა და რეგულირების პროფესიულ მოდელს. BBC-ის პროფესიონალებს იგივე სტატუსი აქვთ, რაც საჯარო მოსამსახურეებს. როგორც მაღალი რანგის საჯარო მოსამსახურეებს მათ პროფესიული თვითრეგულირება აქვთ განვითარებული და პოლიტიკური ჩარევისაგან სრულად დაცულები არიან. პოლიტიკურ აქტივობებში ჩართვა კი ისევე ეზღუდებად, როგორც საჯარო მოსამსახურეებს.

დასკვნა

ბრიტანეთსა და მის ყოფილ კოლონიებში ლიბერალური ინსტიტუტების ადრეულ ეტაპზე განვითარება, ისეთი ისტორიული სოციალური და პოლიტიკური მახასიათებლების ერთობლიობა, როგორებიცაა: ადრეული ინდუსტრიალიზაცია, ლიმიტირებული ძალაუფლება, ძლიერი რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა, ზომიერი და ინდივიდუალიზებული პლურალიზმი, მაჟორიტარიანიზმი, გამოკვეთილი მედიასისტემის მახასიათებლებად ერთიანდებიან. ეს სისტემა ასევე კომერციული პრესის განვითარებას და პრესის ორგანიზაციებში ამ ფორმის გაბატონებას, კომერციული მაუწყებლობის ადრეულ განვითარებას, ჟურნალისტიკის შედარებით ძლიერ პროფესიონალიზაციას უწყობს ხელს. ის „ფაქტზე ორიენტირებული“ რეპორტაჟების და იბიექტურობის ნორმების გაძლიერებას მოიცავს. მედია აქ იზოლირებულია მეცხრამეტე საუკუნის მეორე ნახევრიდან, პოლიტიკური პარტიებისა და სხვა ორგანიზებული ჯგუფების გავლენისაგან. კორპორატიული დემოკრატიზმისა და პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებთან შედარებით, ლიბერალურ სისტემაში მედია სექტორზე მთავრობის გავლენა ლიმიტირებულია.

ჩვენ ასევე დავინახეთ, რომ ამ ოთხ ქვეყანას შორის არსებული განსხვავებებიც საგულისხმოა და ამდენად, ისეთი განსაზღვრების გამოყენებისას, როგორიცაა „ანგლო-ამერიკული“ მედია მოდელი, მეტი სიფრთხილე გვმართებს. პირველ რიგში, ბრიტანულს და შემდეგ კანადურსა და ირლანდიურ სისტემებს კონტინენტურ სისტემებთან, განსაკუთრებით დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებთან, პოლიტიკური ინსტიტუტებისა და კულტურის თვალსაზრისით, ბევრი საეთო რამ აკავშირებთ და ეს პირველ რიგში, საზოგადოებრივი მაუწყებლობის გავლენის ხარისხში ვლინდება; ასევე წინააღმდეგობის იმ უნარში, რომელიც ბრიტანულ პრესას პარტიული პრესის პარალელიზმთან მიმართებაში აქვს. ეს უკანასკნელი, მკაფიოდ მიანიშნებს იმაზე, რომ მოსაზრება თითქოს კომერციალიზაციას მედია ავტომატურად პოლიტიკური ნეიტრალიტეტისკენ მიჰყავს, მცდარია. ლიბერალური სისტემის შიგნითაც ბევრი წინააღმდეგობებია: წინააღმდეგობრივია კერძო მფლობელობისა და საზოგადოებრივი სიკეთისათვის მედიის მსახურების საკითხი; ასევე ეთიკისა და ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის ურთიერთობა და კომერციული წნეხი. არაერთ კითხვას ბადებს პრესის თავისუფლების ლიბერალური ტრადიციისა და სამთავრობო კონტროლის წნეხი

იმ საზოგადოებებში, სადაც „ეროვნული უსაფრთხოების სახელმწიფო“ ძლიერია.

შესავალ ნაწილში ჩვენ აღვნიშნეთ, რომ ლიბერალური მოდელი მსოფლიოში ნორმატიულ იდეალად არის მიჩნეული. ეს ცოტა ირონიულად გამოიყურება, რადგან ამ მოდელის მედია, თავად ამ ქვეყნებშიც ხშირად, და არცთუ უსაფუძვლოდ, კრიტიკის საგანია. ასე მაგალითად, ბრიტანეთის მოქალაქეების მხოლოდ 15 პროცენტი ამბობს, რომ პრესას ენდობა. ეს ევროკავშირის ქვეყნებში არსებული სტანდარტის ყველაზე დაბალი დონეა. პრესისადმი გამოცხადებული ნდობის ხარისხი საბერძნეთშიც დაბალია. აქ 2001 წელს, გამოკითხულთა 43 პროცენტი აცხადებდა, რომ ბეჭდურ მედიას ენდობოდა. ბრიტანეთი ჟურნალისტებისადმი ნდობის თვალსაზრისით ასევე ბოლო ადგილზეა (ევროპული კომისია 2001:B7, B81). თუმცა მსოფლიოს ფოკუსირება ლიბერალურ მოდელზე, როგორც იდეალურზე, ბევრი თვალსაზრისით არის გასაგები. ლიბერალურ ქვეყნებს პრესის თავისუფლების ხანგრძლივი ტრადიცია და ასევე უკიდურესად წარმატებული კულტურული ინდუსტრია აქვთ. რა თქმა უნდა, BBC მოდელური საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტატუსით დამსახურებულად სარგებლობს, რაგან მას შედარებით მაღალი ხარისხის პოლიტიკური დამოუკიდებლობა და საზოგადოების გემოვნებასა და საზოგადოებრივ ინტერესებზე ორიენტირებულობის კარგი ბალანსი ახასიათებს. რაც შეეხება საკუთრივ ჟურნალისტურ სივრცეს, ლიბერალური ქვეყნების ჟურნალისტები ინფორმაციაზე დაფუძნებული ჟურნალისტიკის ძლიერი ფორმის უდავო ლიდერები არიან. ახალი ამბების დიდი ამერიკული ორგანიზაციები, ახალი ინფორმაციის შემკრებ უაღრესად შთამბეჭდავ ინსტიტუტებად რჩებიან.

ლიბერალური სისტემის სხვა მახასიათებლები ნაკლებად მიმზიდველია. ისინი გაზეთების გაყიდვების ლიდერები არ არიან და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებთან შედარებით მათი ტირაჟები ეცემა. ბრიტანულ პრესას პარტიული მიკერძოების დისბალანსი და ინსტრუმენტალიზაციის მაღალი ხარისხი ახასიათებს. შეერთებული შტატების პრესა მრვალფეროვნებასაა მოკლებული. ბრიტანული პრესაც და ამერიკული ტელევიზიაც უაღრესად კომერციალიზებულია, რაც ჟურნალისტურ ეთიკაზეც აისახება და ბადებს კითხვას იმასთან დაკავშირებით, თუ რამდენად ერთგულად ემსახურებიან ისინი საზოგადოებრივ ინტერესს. და მიუხედავად პირველი შესწორების ტრადიციისა, შეიძლება დაისვას კითხვა: პირადი ცხოვრების დაცვის ხარისხისა თუ კამ-

პანიების რეგულირების არარსებობის გათვალისწინებით, არის თუ არა ეს ის იდეალური მოდელი, რომელიც უნდა გავიზიაროთ? ლიბერალური მოდელი, და ჩვენ ამაზე მომდევნო თავში ვიმსჯელებთ, მომავლის ტენდენციაა იმ თვალსაზრისით, რომ მედიასისტემების უმეტესობა სწორედ მისი მიმართულებით მოძრაობს. ამასთანავე, ეს არის სისტემა, რომელიც სპეციფიკურ სოციალურ და პოლიტიკურ კონტექსტში განვითარდა და ჩვენ მიერ განხილული სისტემების მსგავსი ტენდენციები და წინააღმდეგობებიც ახასიათებს. მედია კვლევების სფეროში, ამ სისტემის სხვა სისტემების ბუნებრივ საზომად გამოყენება, საუკეთესო მიდგომაა.

ნაწილი III

სამი მოდელის მომავალი

8

ჰომოგენიზაციის ძალა და ლიმიტები

წინა თავებში ჩვენ მედიასისტემების სამი გამოკვეთილი მოდელი აღვწერეთ და ქვეყნებს შორის არსებულ განსხვავებებზე ვიმსჯელეთ. ცხადია, რომ მოდელებსა და ზოგადად ეროვნულ სახელმწიფოებს შორის არსებული ვარიაციები, დროთა განმავლობაში მცირდება. 1970 წლისათვის ჩვენ მიერ აღწერილი სამი მოდელის ქვეყნებს შორის სხვაობა დრამატული იყო. ოცდამეერთე საუკუნის დასაწყისისათვის, მხოლოდ ერთი თაობის შემდეგ, განსხვავებები იმდენად შემცირდა, რომ ლოგიკურია ვიკითხოთ, თუ რამდენად შესაძლებელია, ერთმა გლობალურმა მედია მოდელმა წარსულის ყველა ეროვნული ვარიაცია ჩაანაცვლოს, როგორც მინიმუმ იმ წამყვან, კაპიტალისტური დემოკრატიის ქვეყნებში, რომლებიც ჩვენ წიგნშია წარმოდგენილი. მაქუაილს (1994) თუ დავესესხებით, „საერთაშორისო მედია კულტურა“ ჩვენ მიერ აღწერილი ქვეყნებისათვის საერთო ხდება. წინამდებარე თავში ჩვენ კონვერგენციისა და ჰომოგენიზაციის პროცესებზე ვიმსჯელებთ და პირველ რიგში, იმ ევროპულ მედიასისტემებს განვიხილავთ, რომლებიც ამ მიმართულებით ვითარდებიან. შემდეგ მივუბრუნდებით კითხვას, თუ რით აიხსნება ცვლილებები და რა ლიმიტები და საპირწონე ტენდენციები იკვეთება? ასევე ვიმსჯელებთ იმაზე, თუ როგორ აისახება ეს ყოველივე მედიათეორიაზე და განსაკუთრებულ ყურადღებას მე-4 თავში აღწერილ „დიფერენცირების“ თემაზე გავამახვილებთ.

ლიბერალური მოდელის ტრიუმფი

თამამად შეიძლება ითქვას, რომ ლიბერალური მოდელი ევროპასა და ჩრდილოეთ ამერიკაში, ასევე მთელ მსოფლიოში, დომინანტ მოდელად დამკვიდრდა. მისი სტრუქტურა, პრაქტიკა და ღირებულებები ჩვენ მიერ აღწერილ სხვა მედიასისტემებს მნიშვნელოვნად ანაცვლებენ. ასეთი შეფასება, განმარტებებს საჭიროებს: მოგვიანებით ჩვენ ვნახავთ, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში

ლიბერალური მოდელის გავრცელებას ან არსებულის ტრანსფორმაციას, საგულისხმო კონტრტენდენციები უპირისპირდება. მიუხედავად ამისა, შეიძლება თამამად ითქვას, რომ ზოგადად ევროპის მედიასისტემები სწორედ ჩრდილოეთ ამერიკაში არსებული ლიბერალური მოდელის მიმართულებით ვითარდებიან.

პარტიული გაზეთები და ორგანიზებულ ჯგუფებთან დაკავშირებული სხვა მედია, რომელთა მიზანი კოლექტიური ქმედების მობილიზება და საჯარო სივრცეზე ზემოქმედება იყო და რომლებმაც დემოკრატიული კორპორატიზმისა და პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემების ჩამოყალიბებაში ცენტრალური როლი შეასრულეს, კომერციალიზაციის მიმართულებით განვითარდნენ. მათი მთავარი ამოცანა მოგების მიღება იყო, ინდივიდუალური მომხმარებლისათვის ინფორმაციისა და გართობის მიწოდების, რეკლამაზე მომხმარებლის ყურადღების მიპყრობის გზით. მაგალითად, დემოკრატიული კორპორატიზმის სისტემის ტიპური წარმომადგენელია ფინეთი, სადაც პოლიტიკურად აფილირებული გაზეთების წილი 1950 წელს 70% იყო, 1970 წელს კი 50%-მდე დაიწია. 1995 წლისათვის კი, მათი წილი 15%-ს არ აღემატებოდა (სალოკანგასი 1999:98). წერის პოლემიკური სტილი ახალი ამბისა და კომენტარის გამიჯვნის „ანგლო-საქსურმა“ პრაქტიკამ ჩაანაცვლა და იდეების ნაცვლად, მთავარი აქცენტი ინფორმაციაზე, ნარატივზე, სენსაციასა და გართობაზე გაკეთდა. „ობიექტურობისა“ და პოლიტიკური ნეიტრალურობის პრინციპები, ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის საფუძვლებად დამკვიდრდა.

1980-1990-იან წლების მაუწყებლობაში „კომერციულმა წარღვნამ“ ადრე გაბატონებული საზოგადოებრივი მაუწყებლობის მონოპოლია ჩაანაცვლა და ჩამოაყალიბა შერეული სისტემა, სადაც კომერციული მედია დომინირებს. პოლიტიკური და კულტურული ინსტიტუტებიდან, სადაც საბაზრო ძალების გავლენა მინიმალური იყო, მაუწყებლობა გარდაიქმნა ინდუსტრიად, რომელშიც სწორედ ამ ძალებს ჰქონდათ ცენტრალური ფუნქცია და საზოგადოებრივ მაუწყებელს აუდიტორიის შენარჩუნებისთვის ბრძოლა უხდებოდა. შეიცვალა სამაუწყებლო ჟურნალისტიკის სტილიც. პარტიულ პოლიტიკურ სისტემაზე ორიენტირებული ფორმა, შეერთებულ შტატებში გავრცელებული დრამატიზებული, პერსონალიზებული და პოპულარული სტილით ჩანაცვლდა (ბრანტსი 1985, 1998). ლიბერალიზაცია ტელეკომუნიკაციების სივრცესაც შეეხო.

ცვლილება პოლიტიკური კომუნიკაციის მოდელზეც აისახა. პარტიაზე ორიენტირებული ფორმა, რომელიც ძველი გაზეთების მსგავსად, ორგანიზებულ ჯგუფებზე იყო მიმართული, მედიაზე ორიენტირებული გახდა და მარკეტინგულად ინდივიდუალური მომხმარებლის ინტერესებს მოერგო. გაზეთების მსგავსად, საკუთარი იდეოლოგიური იდენტობა და კონკრეტულ სოციალურ ჯგუფებთან კავშირები პოლიტიკურმა პარტიებმაც გააფერმკრთალეს, რათა, რაც შეიძლება მეტი ელექტორატი მოეცვათ და „ყოვლისმომცველ“ პარტიებად გარდაქმნილიყვნენ. პოლიტიკის მზარდმა „პერსონალიზაციამ“ და „პრეზიდენტიზაციამ“ პარტიის ლიდერის პიროვნული „იმიჯის“ მნიშვნელობა კიდევ უფრო გაზარდა. პოლიტიკაც უფრო „პროფესიონალიზებული გახდა. პარტიულ კამპანიებს არა პარტიის რიგითი წევრები, რომელთა რაოდენობა განუხრელად მცირდება, არამედ პოლიტიკური მარკეტინგის სპეციალისტები წარმართავენ, მათ შორის მედიიდან მოწვეული პროფესიონალები. ბერლუსკონის „ფორცა იტალია“ ამის ყველაზე მკაფიო მაგალითია. ეს პარტია თავდაპირველად წევრების გარეშე განვითარდა და მის მენეჯმენტში პოლიტიკურ ექსპერტებს და მედია პროფესიონალებს საკვანძო ფუნქციები აკისრიათ. ეს პრინციპი ინდივიდუალური ლიდერის ინტერესზე მორგებული მარკეტინგული საშუალებაა. ეს ზოგადი ტენდენციაა, რისი მაგალითებიც ასევე ტონი ბლერის ახალი ლეიბორიზმი და გერჰარდ შრიოდერის სოციალ-დემოკრატებია. ვინაიდან მედია პოლიტიკური დღის წესრიგის განსაზღვრაში უფრო დამოუკიდებელი გახდა, შესაბამისად, პოლიტიკაც მეტად იყო მედიაზე ორიენტირებული. მისი განსაკუთრებული ინტერესი მასობრივ აუდიტორიაზე მიმართული ტელევიზიით მართული კამპანიებია, რადგან მიტინგების „საცალო“ პოლიტიკა, აქტივისტების კამპანიები და ზოგიერთ ქვეყანაში კი პატრონაჟული მიდგომები, სწორედ სატელევიზიო კამპანიამ ჩაანაცვლა. ის, რაც სიმართლეა არჩევნებთან დაკავშირებით, მმართველობის პროცესში ჩართული კომუნიკაციის შემთხვევაშიც მართებულია.

არ იქნება სწორი იმის მტკიცება, რომ ევროპული მედიასისტემები, დემოკრატიული კორპორატიზმიცა და პოლარიზებული პლურალიზმიც, რომლებიც პოლიტიკურ სისტემებთან მჭიდროდ არიან დაკავშირებულები, ამ ცვლილების შედეგად პოლიტიკურ ინსტიტუტებს უფრო დასცილდნენ. პოლიტიკური სისტემისგან მედიის „დიფერენცირება“ – სტრუქტურულ ფუნქციონალისტური თეორიის ენით თუ ვისაუბრებთ – ჩრდილო ატლანტიკურ სივრ-

ცეში წარმოშობილი ლიბერალური მოდელის პრინციპული მახასიათებელია და ის აქ კონტინენტურ ევროპაზე ადრე გაჩნდა. მედიის პოლიტიკური სისტემისგან „დიფერენცირება", პოლიტიკურ სამყაროსთან კავშირის გაწყვეტას არ ნიშნავს. ცხადია, პარტიული და პოლიტიკური მოთამაშეებისგან მზარდ გამიჯვნასთან ერთად, ითვლება, რომ მედიის როლი პოლიტიკურ პროცესში განუხრელად იზრდება, რადგან პოლიტიკოსები აზრისა და კულტურის ფორმირებაზე გავლენას კარგავენ. დიფერენცირება იმას ნიშნავს, რომ მედია საკუთარი ლოგიკით მოქმედებს და მნიშვნელოვანწილად ანაცვლებს პარტიულ პოლიტიკას და ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებს შორის მოლაპარაკებების პროცესს, რომლის ნაწილიც თავად იყო. მაზოლენის (1987) შეფასებით, მკაფიო „მედია ლოგიკა" სულ უფრო მეტად დომინირებს „პოლიტიკურ ლოგიკაზე", რომელიც პარტიებსა და მათ ლიდერებს ექვემდებარება და ერთ დროს ევროპაში კომუნიკაციის პროცესს მნიშვნელოვნად განსაზღვრავდა.

ევროპული მედიასისტემის გააზრებისათვის დიფერენცირების გამოყენება გარკვეულ სირთულეებს ქმნის. უპირველეს ყოვლისა იმის გამო, რომ თავად „მედიის ლოგიკის" გაგება არის წინააღმდეგობრივი. რა არის ეს, პროფესიული თუ კომერციული ლოგიკა? ამ თავის ბოლო ნაწილში ჩვენ დავინახავთ, რომ არსებობს სირთულეები – რაც იმ სტრუქტურულ-ფუნქციონალისტური ხედვისათვის არის დამახასიათებელი, საიდანაც ტერმინი „დიფერენცირება" მომდინარეობს – სოციალური და პოლიტიკური ძალაუფლების გაზომვასთან დაკავშირებით. მიუხედავად ამისა, ევროპაში მედიასისტემების პოლიტიკური სისტემისაგან დიფერენცირების იდეა ლიბერალური მოდელის მსგავსია და კონვერგენციის პროცესზე მსჯელობისთვის კარგია.

რა ძალები ამოძრავებს მედიასისტემების ჰომოგენიზაციას და ლიბერალურ მოდელთან მათ დაახლოებას? არაერთი ანგარიშია ფოკუსირებული „ამერიკანიზაციასა" და მოდერნიზაციაზე, რაც სინამდვილეში გლობალიზაციასა და კომერციალიზაციას გულისხმობს (ნეგრინე და პაპათანასოპულოსი 1996; სვენსონი და მანჩინი 1996; ბლუმლერი და გურევიჩი 2001). ჩვენ შევეცდებით გავარკვიოთ ის, თუ რა ზემოქმედებას ახდენენ ეს ძალები –კიდევ ერთ, მეხუთე ძალასთან ერთად, რომელსაც ჩვენ სეკულარიზაციად მოვიხსენიებთ – ევროპის მედიასისტემებსა და რა ურთიერთკავშირებია თავად მათ შორის. ამერიკანიზაციით დავიწყებთ და გამოვიკვლევთ ჰომოგენიზაციაზე მოქმედ გარე ფაქტორებს,

რომლებიც ევროპის გარეთ ყალიბდება და მას ლიბერალური მოდელისკენ უბიძგებს. შემდეგ კვლავ შიდა, ენდოგენურ ფაქტორებს მივუბრუნდებით და ვიმსჯელებთ ევროპული საზოგადოების პოლიტიკის სეკულარიზაციაზე და მედიის კომერციალიზაციაზე. ამ თავის დასკვნითი ნაწილი ჰომოგენიზაციის იმ კონტრტენდენციებისა და ლიმიტების განხილვას მიეძღვნება, რაც მოდერნიზაციისა და დიფერენციაციის კონცეფციებს ახლავს თან.

ჰომოგენიზაციის გარე ფაქტორები: ჟურნალისტიკის გლობალური კულტურის ამერიკანიზაცია და განვითარება

ევროპის მედიასისტემის ცვლილებების ანალიზში ამერიკანიზაციის ცნებამ 1960-იან წლებში იჩინა თავი, როდესაც კულტურულმა იმპერიალიზმმა ფოკუსირება შეერთებული შტატების კულტურულ ძალას და მთელ მსოფლიოში მედიასისტემებზე მის გავლენას დაუკავშირა (შილერი 1969, 1973, 1976; ბოიდ-ბარეტი 1977; ტანსტალი 1977). ცხადია, რომ ეს პროცესის მნიშვნელოვან ნაწილს მოიცავს. ამერიკული მოდელი არა მხოლოდ ევროპულმა მედიამ და კომუნიკაციის პროცესმა გაიზიარა, არამედ არსებობს ამერიკული გავლენის მყარი მტკიცებულება, რომელიც მეცხრამეტე საუკუნიდან იღებს სათავეს, როდესაც ჟურნალისტიკის ამერიკულ ფორმებს ბევრი ბაძავდა. ეს პროცესი მსოფლიო ომებს შორის პერიოდში დაიწყო და ამას ხელს ჰოლივუდის, ასევე შეერთებული შტატების საინფორმაციო სააგენტოების მზარდი ძლევამოსილება უწყობდა. ეს პროცესი მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ, როდესაც შეერთებული შტატები მსოფლიოს პოლიტიკურ, ეკონომიკურ და კულტურულ ჰეგემონად ჩამოყალიბდა (შოუ 1992) და 1980-იანი წლების ნეოლიბერალიზმამდე, სულ უფრო და უფრო მზარდ ხასიათს იძენდა. ზოგადად ამერიკანიზაცია ნეოლიბერალიზმის კონსერვატიულ გავლენასთან ასოცირდება, თუმცა ზოგიერთი მკვლევარი (მაგალითად, განდლი 2000) აღნიშნავს, რომ „ამერიკულმა ოცნებამ“ ძლიერი გავლენა ევროპულ მემარცხენეობაზეც მოახდინა.

კულტურული იმპერიალიზმის თეორია ამ პროცესს გარე გავლენის ფაქტორად მიიჩნევს, რომლის თანახმად, იმპორტირებული კულტურა არსებულს ანაცვლებს. ჩვენ ამ მოსაზრებას არ ვიზიარებთ და მიგვაჩნია, რომ ევროპული მედიასისტემების ცვლილება, ბევრ სხვა ფაქტორთან ერთად, ევროპის საზოგა-

დოებაში მომხდარი შიდა ცვლილების შედეგია. ცხადია, რომ ეს გლობალურ ეკონომიკაში ევროპული ქვეყნების ინტეგრირების შედეგად მოხდა. საგარეო ფაქტორები ამ ამბის მნიშვნელოვანი შემადგენელია და ვიდრე „მოდერნიზაციას“ მიკუთვნებულ ცვლილებების შიდა პროცესებზე გადავალთ, ჩვენ ამერიკულ გავლენასა და ჟურნალისტიკის გლობალური კულტურის განვითარების პროცესზე, მათ შორის ტექნოლოგიის გავლენაზეც, დაწვრილებით ვისაუბრებთ.

წინა თავებში ჩვენ ვნახეთ, რომ საერთაშორისო გავლენა მედია ისტორიის შემადგენელი ნაწილია: სამხრეთ ევროპულ მედიაზე დიდი გავლენა საფრანგეთმა მოახდინა, ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნების მედია კულტურა ამ ქვეყნებს შორის არსებული ინტერაქციის შედეგია. გავლენა ბევრი მიმართულებით ვრცელდებოდა. გერმანულმა ჟურნალისტიკამ, მაგალითად, დიდი გავლენა ამერიკულ მედიაზე მოახდინა. სანამ ინგლისურენოვან საგაზეთო ინდუსტრიას შექმნიდა, ჯოზეფ პულიცერი ამერიკის შეერთებულ შტატებში გამომავალ დიდ გერმანულენოვან გაზეთში მუშაობდა. 1930-იან წლებში შეერთებულ შტატებში გერმანელი ფოტოჟურნალისტების მასობრივმა ჩასვლამ ამერიკულ ფოტოჟურნალისტიკაზე დიდი გავლენა იქონია (ისევე როგორც დროის იმავე მონაკვეთში, ჰოლივუდში ევროპელი რეჟისორების ჩასვლამ). ევროპაზე ამერიკული ჟურნალისტიკის გავლენა, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მეცხრამეტე საუკუნის ბოლოდან იწყება. მე-5 თავში ვწერდით, რომ საფრანგეთში მასობრივი პრესის გაჩენა ამერიკული გავლენის შედეგი იყო და ამის მაგალითი გაზეთი *Le Matin*-ია, რომლის მფლობელი ამერიკელი იყო და რომელმაც განაცხადა, რომ გამოცემა იქნებოდა „უნიკალური გაზეთი... პოლიტიკური აზრისადმი კუთვნილების გარეშე... გაზეთი მსოფლიო ამბებს სატელეგრაფო სიზუსტით გადმოსცემს“ (თოგმარტინი 1998: 93-4). ხადსონის (1995) კვლევა აჩვენებს, რომ ინტერვიუების პრაქტიკა ევროპაში ამერიკელმა რეპორტიორებმა გაავრცელეს.

მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ, როდესაც შეერთებული შტატები მსოფლიოს პოლიტიკური და ეკონომიკური ლიდერი გახადა, მისი გავლენა კიდევ უფრო ინტენსიური გახდა, რაც თავისთავად არ მომხდარა. ბლანშარს (1986) მიაჩნია, რომ ეს პროცესი გაზეთის რედაქტორთა ამერიკული ასოციაციის (ASNE) და შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტის ერთობლივი ძალისხმევის შედეგი იყო, რათა მთელ მსოფლიოში პრესის თავისუფლების ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის ამერიკული

კონცეფცია დამკვიდრებულიყო. „თავისუფალი პრესის ჯვაროსნული ომის“ უმთავრესი ამოცანა ევროპის ქვეყნებში, რომლებმაც ფაშიზმი გადაიტანეს, დემოკრატის ხელახალი დაფუძნება და საბჭოთა მოდელის პოლიტიკური ბლოკისათვის წინააღმდეგობის პოლიტიკის გაძლიერება იყო. მოკავშირეებისათვის ერთერთი მთავარი გამოწვევა გერმანიის, ავსტრიის და იტალიის მედიასისტემები იყო. ამავე დროს ამ ლაშქრობამ გავლენის სფეროს და ამერიკული ახალი ამბების სააგენტოებისა და ზოგადად მასმედიის ბაზრის გაძლიერება გამოიწვია. ბლანშარის მიერ აღწერილი ლაშქრობა საერთაშორისო სააგენტოებზე – გაერო და UNESCO – ფოკუსირდა, რომლებიც ლიმიტირებულები იყვნენ იმ თვალსაზრისით, რომ ამ ორგანიზაციებში ამერიკის წინადადებებს ხშირად უარყოფდნენ. თუმცა ისიც ფაქტია, რომ ამ პროცესმა ლიბერალური მოდელის პრინციპების მთელ მსოფლიოში გავრცელებას და გაბატონებას შეუწყო ხელი.

თუ „თავუსუფალი პრესის ჯვაროსნული ლაშქრობა“ 1940-1950-იან წლებში ფაშიზმთან ბრძოლას და ცივ ომს უკავშირდებოდა, მოგვიანებით ინიციატივები და ასოციაციები მედია ინდუსტრიის გლობალიზაციის ზრდით იყო განპირობებული. ბაზრები შეღწევადობას და გაფართოებას საჭიროებდა. ამდენად, ამ ბაზრების შესახებ ინფორმაციის ფლობა აუცილებლობას წარმოადგენდა. საჭირო იყო მათი განვითარების კოორდინაცია და განვითარებისათვის აუცილებელი პირობების ხელშეწყობა. ერთ-ერთი ორგანიზაცია, რომელიც ამ ამოცანების განხორციელებას თანმიმდევრულად ეწეოდა 1948 წელს დაფუძნებული გაზეთების მსოფლიო ასოციაცია (WAN) იყო. დღეს ეს ორგანიზაცია თავის რიგებში სამოცდათერთმეტი გაზეთის ეროვნულ ასოციაციას აწევრიანებს. ორგანიზაცია საკუთარ მიზნებს ამგვარად აყალიბებს:

1. პრესის თავისუფლების და გაზეთების ეკონომიკური დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფა, როგორც თავისუფლების მთავარი წინაპირობა;
2. გაზეთების გამოცემების განვითარების ხელშეწყობა სხვადასხვა რეგიონებისა და კულტურების გაზეთების ხელმძღვანელებს შორის კომუნიკაციისა და კონტაქტების გაძლიერების გზით;
3. წევრი ორგანიზაციების ეროვნული, რეგიონალური და მსოფლიო მასშტაბით თანამშრომლობის ხელშეწყობა.

WAN-ი ამ ამოცანებს ტრენინგპროგრამების, კონფერენციების, საერთაშორისო ორგანიზაციებსა და მთავრობებში ლობირების გზით უზრუნველყოფს. მისი „გაზეთების პრაქტიკის კოდექსი", რომელიც 1981 წელს დამტკიცდა, პრესის თავისუფლებისა და პროფესიონალიზმის ლიბერალური კონცეფციის გავლენის პირდაპირი გამოვლინებაა. პირველი პუნქტი პრესის თავისუფლების ბაზისურ პრინციპებს ეხება; მე-2 – მიუკერძოებლობას; მე-3 – ახალი ამბებისა და კომენტარის ერთმანეთისგან გამიჯვნას. მე-11 პუნქტი კვლავ ადასტურებს პრესის გარე გავლენებისგან დამოუკიდებლობის აუცილებლობას, როგორიცაა „მთავრობები, პოლიტიკური პარტიები, კომერციული ინტერესები ან კერძო პირები". გლობალურმა კომერციულმა საგაზეთო ინდუსტრიამ დემოკრატიული კორპორატიზმისა და პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელებისათვის დამახასიათებელ პოლიტიკისა და ჟურნალისტიკის სიმბიოზი უგულებელყო და უპირატესობა მედია თავისუფლების „საღი აზრის" ლიბერალურ კონცეფციას მიანიჭა. ფართო გაგებით ეს სწორედ ის „საერთაშორისო მედია კულტურაა", რომელსაც მაკქუაილი (1994) აღწერს.

WAN-ის საქმიანობა ტანსტალის (1977) არგუმენტის კარგი ილუსტრაციაა. ის მიიჩნევს, რომ მსოფლიო მედია კულტურაზე ამერიკის გავლენა იმითაც არის განპირობებული, რომ შეერთებული შტატები „ცოდნის წარმოებაში" წამყვან როლს ასრულებს. მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ ფორმალური ჟურნალისტური განათლება და კომუნიკაციების აკადემიური კვლევა აშშ-ში სხვა ქვეყნებთან შედარებით უკეთ განვითარდა. ამ ინსტიტუტებმა ლოგიკურად გამართული, ექსპორტირებისათვის გამოსადეგი დოქტრინა შეიმუშავეს, რომელიც პრესის თავისუფლების ლიბერალურ კონცეფციასა და ნეიტრალური პროფესიონალიზმის იდეაზე იყო ფოკუსირებული და რომელმაც, საბოლოო ჯამში, ევროპისა და მთელი მსოფლიოს მედია კულტურაზე იქონია გავლენა.[86] მედია მკვლევარებსა და მთელ მსოფლიოში განათლებაზე პრესის ოთხი თეორიის გავლენა, – რომელმაც ჩვენი შეფასებით, სხვა მედიასისტემების კონცეპტუალიზაცია თეორიულადაც კი შეაფერხა და რასაც ჩვენ პირველ თავში შევეხეთ, ტანსტალის მოსაზრების საუკეთესო ილუსტრაციაა. ბარნჰარსტი და ნერონე

86 დრეიკი და ნიკოლაიდისი (1992) აღწერენ ტელეკომუნიკაციების საერთაშორისო რეჟიმის ტრანსფორმაციის პროცესს, რომელიც 1980 წელს დასავლელი ექსპერტების მხრიდან ტელეკომუნიკაციის ახლებური გაგებით დასრულდა.

(2001:276) გაზეთების დიზაინის ამერიკანიზაციის ანალიზის შედეგად აცხადებდნენ, რომ „ამერიკელმა კონსულტანტებმა, დიზაინის საკუთარი აღქმა მოდერნისტული ფორმების ქებითა და ადგილობრივი ჟურნალისტიკისა თუ რეკლამისათვის მისადაგების დასაბუთებით მოახდინეს. საკუთარი არგუმენტების გასამყარებლად, ისინი გამჭვირვალე კვლევებისა და ფსიქოლოგიური პრინციპების თითქოსდა ნეიტრალურ მხარდაჭერას ეყრდნობოდნენ“ (ბარნჰარსტი და ნერონე შემდგომ ამტკიცებდნენ, რომ შეერთებული შტატების დიზაინის ტექნიკა ლიბერალური მოდელის იმ იდეის რეალიზაციაა, რომელიც გაზეთს, როგორც ინსტიტუტს არა იმდენად პოლიტიკური სამყაროს, არამედ ბაზრის სამსახურში აყენებდა).

ჟურნალისტური განათლების თემაზე არ არსებობს ბევრი სისტემური კვლევა, განსაკუთრებით შედარებითი ხასიათისა. თუმცა როგორც ჩანს, მთელ მსოფლიოში ჟურნალისტურ კულტურაზე ყველაზე დიდი გავლენა სწორედ განათლების ამერიკულმა მოდელმა მოახდინა. ჟურნალისტიკის ფორმალური ტრენინგები სერიოზულ ტენდენციად ჩამოყალიბდა. განათლების შინაარსისგან დამოუკიდებლად, ტრენინგები თავისთავად მნიშვნელოვანია იმ თვალსაზრისით, რომ ჟურნალისტური განათლების ამ მეთოდს, გარდაუვალად, სხვა შედეგების პარალელურად, პარტიული პოლიტიკისაგან დამოუკიდებელ ჟურნალისტურ კულტურამდე მივყავართ. ჩვენ ვფიქრობთ, რომ ჟურნალისტური განათლების შინაარსი მედიის როლის შესახებ WAN-ის მიერ მხარდაჭერილ კონცეფციას სრულად ემთხვევა.[87] სპლიხალი და სპარკსი (1994), როგორც ჩანს, ამ მოსაზრებას იზიარებენ. მათ მიერ ჟურნალისტურ განათლებაზე ოცდაორ ქვეყანაში ჩატარებული კვლევის მიგნებებში ისინი ხაზს უსვამენ იმ გარემოებას, რომ ჟურნალისტიკა, ზოგიერთი ნიშნით, ხელობიდან პროფესიის მიმართულებით ვითარდება და ეს ზოგადი საგანმანათლებლო პრაქტიკის გავრცელების შედეგია. გლობალური ჟურნალისტური კულტურის ჩამოყალიბების საქმეში ფორმალური ჟურნალისტური განათლების მნიშვნელობაზე აქცენტს თავის სხვა კვლევაში ვივერიც (1998) აკეთებს.

87 როდესაც დორტმუნდის უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის სკოლაში ჩვენი კვლევის პირველადი ვერსია წარვადგინეთ, პროფესორმა გერდ კუპერმა აღნიშნა, რომ ნეიტრალური ჟურნალისტიკის ლიბერალური კონცეფცია სწორედ ის არის, რასაც სტუდენტებს ამ უნივერსიტეტში ასწავლიდნენ.

WAN-ის მაგალითი, რომელიც თავიდან ამერიკული გაზეთების რედაქტორების მძლავრი გავლენის ქვეშ იყო, ხოლო შემდეგ საერთაშორისო ინსტიტუტად ჩამოყალიბდა, გლობალური მედია კულტურის განვითარებაზე გავლენის მქონე ძალის კიდევ ერთი ილუსტრაციაა. ეს ძალა დღეისათვის ისეთ განსაზღვრებას გასცდა, როგორიც „ამერიკანიზაციაა". ეს არის ჟურნალისტთა ინტერაქცია, რომელსაც ისინი მთელი მსოფლიოს მასშტაბით, ინტენსიურად ახორციელებენ. ეს სხვადასხვა კონტექსტში ხდება. WAN, რომლის შტაბბინა პარიზშია, მედიის თანამშრომლობის ყოველწლიურ შეკრებებს აწყობს. ბევრი სხვა ორგანიზაციაც იგივეს აკეთებს. მაგალითად, ჟურანალისტთა ტრენინგის ევროპული ასოციაცია, რომელიც ჟურნალისტიკის ბევრი ევროპული სკოლისა და ინსტიტუტის მიერ არის დაფუძნებული. ჟურნალისტებს ინტერაქციის შესაძლებლობა საერთაშორისო ინსტიტუტებშიც ეძლევათ (ჰელინი და მანჩინი 1994). ასეთი ინტერაქცია ჰომოგენიზაციას ავტომატურად არ წარმოშობს. ევროკავშირის ინსტიტუტების საქმიანობის გაშუქების კვლევამ წარმოაჩინა ის ზღვარი, რომელშიც რეპორტიორის საქმიანობა ეროვნული პოლიტიკის დღის წესრიგის გავლენის ქვეშ რჩება.[88] თუმცა ამ გზას ტექნიკის, პრაქტიკის და ღირებულებების გავრცელებისკენ მივყავართ, ისევე, როგორც საერთო ნაციონალური ჟურნალისტიკის კულტურამ დაიწყო განვითარება, რომელიც თავის როლს წარმოქმნილი ეროვნული პოლიტიკური ინსტიტუტების გაშუქებაში ხედავდა. ეს ინტერაქცია უფრო შუალედურია, როდესაც საქმე გლობალურ საინფორმაციო ნაკადს ეხება. ჟურნალისტები გლობალური მედიის სერიოზული მომხმარებლები არიან, რომელთა უმეტესობა შეერთებულ შტატებსა და ბრიტანეთში არიან განლაგებულები. ნაწილობრივ იმიტომ, რომ ისინი მსხვილ მედია ორგანიზაციებს წარმოადგენენ, ნაწილობრივ იმიტომაც, რომ ისინი ინგლისურენოვანები არიან. ასეთებია, მაგალითად, *Herald – Tribine,*[89] *Financial Times* და გლობალური ბიზნეს პრესის სხვა

88 ამ კვლევების უმეტესობა შლიზინგერის (1999) მიერ არის შეფასებული. ის აღნიშნავს, რომ ევროპეიზებული ახალი ამბები ძირითადად ელიტური აუდიტორიისათვის იქმნება, მაშინ, როდესაც მასობრივ მომხმარებელზე ორიენტირებული მედია ნაციონალური პოლიტიკის დღის წესრიგს მიჰყვება.

89 რიფელი (1984:114) ყურადღებას ფრანგ ჟურნალისტებზე *Hreald Trubune*-ის გავლენის ხარისხზე ამახვილებს. საინტერესოა უკანასკნელი მაგალითიც, როდესაც *Le Mond*-მა საკუთარი გაზეთის დანართად მკითხველს *New York Times*-ი შესთავაზა.

წარმომადგენლები,[90] *CNN* და *BBC World Servise,* როგორც რადიო, ისე ტელევიზია. ჟურნალისტები ასევე რეგულარულად მოიხმარენ საერთაშორისო ინფორმაციას, რომელსაც საინფორმაციო სააგენტოები აწარმოებენ, სატელეგრაფო სერვისისა და გლობალური ტელევიზიების ჩათვლით, მაგალითად, ისეთების, როგორიცაა: – *Reuters TV* და *Worlwaide Tevision News.* ინფორმაციის გლობალური გაცვლა ორ პროცესს უწყობს ხელს: ტექნოლოგიების განვითარებას, რადგან ინფორმაციული ტექნოლოგიები ზრდის ინფორმაციაზე ჟურნალისტის ხელმისაწვდომობას და ღილაკზე თითის დაჭერით მსოფლიოს ნებისმიერი კუთხიდან ინფორმაციის მიღების შესაძლებლობას და კომერციალიზაციას, რადგან ახალი ამბების მცირე ხარჯით მოპოვება პრიორიტეტულია. ყველაფერი ერთად ხელს უწყობს ჟურნალისტის როლზე საერთო კონცეფციის დამკვიდრებას – უოტერგეიტის შესახებ მთელ მსოფლიოში გავრცელებული მითოლოგიის გავლენა ამის კარგი მაგალითია – და ახალი ამბების პრეზენტაციის საერთო სტილს აყალიბებს.

ჩვენ ამ შემთხვევაში ჟურნალისტიკაზე ვართ ფოკუსირებულები, თუმცა მსგავსი პროცესები მედიისა და კომუნიკაციის პრაქტიკაშიც ვითარდება. ბლუმლერსა და გურევიჩს (2001:400; იხ, აგრეთვე პლაზერი 2000) მაგალითებად 1996 და 1997 წლების

---

90 ბიზნეს პრესა მედიის ყველაზე გლობალური სექტორია. ეს გასაკვირი არ არის, რადგან კაპიტალის გლობალიზება ისეთი სახით მოხდა, რაც მთავრობის ან სოციალური ცხოვრების სხვა სფეროს შემთხვევაში, რომელთაც ახალი ამბების მედია აშუქებს, არ მომხდარა. მსოფლიო ბიზნეს პრესა ასევე მკვეთრად გამოირჩევა ჟურნალისტიკის სტილით, რომელიც ლიბერალურ მოდელშია დომინანტური. ეს ნაწილობრივ იმითაც აიხსნება, რომ მთავარი მოთამაშეების უმეტესობა, როგორიცაა: – *Financial Times,* Dow Jones, Reuters, Bloomberg – სწორედ ლიბერალურ ქვეყნებშია ბაზირებული. ეს ასევე უნდა უკავშირდებოდეს იმ გარემოებას, რომ ბიზნეს ჟურნალისტიკა არსით ყოველთვის ინფორმაციული იყო, პრესის ადრეული პერიოდიდან მოყოლებული. დიდწილად პრესის ფუნქციაა ბაზრის მონაწილეების უზრუნველყოფა ინფორმაციით, რომელიც მათ გადაწყვეტილებების მიღებაში ეხმარება. ამასთანავე ბიზნეს გამოცემები პროგრესულ იდეებს, როგორიცაა, მაგალითად, ნეოლიბერალიზმი, ქადაგებენ და პოლიტიკური დებატებისთვის ფორუმს უზრუნველყოფენ. ვინაიდან ბიზნეს საზოგადოებები – როგორიცაა ლიბერალური მოდელის ქვეყნები – ბაზისურ იდეოლოგიურ საკითხებზე მაღალი ხარისხის კონსენსუსით ხასიათდებიან, გაცილებით იოლია პრეზენტაციის „ობიექტური" სტილი უპირატესი გახდეს.

საარჩევნო კამპანიები მოჰყავთ, როდესაც „ბრიტანეთის ლეიბორისტული პარტიის ექსპერტები და კლინტონის გუნდი ერთმანეთის მოქმედებებს აკვირდებოდნენ და ტაქტიკურ საკითხებზე ექსპერტულ მოსაზრებებს ცვლიდნენ...“

ტექნოლოგიის როლი

შეიძლება ითქვას, რომ ტექნოლოგია ჰომოგენიზაციისკენ მიმართული კიდევ ერთი „გარე“ ძალაა. ელიზაბეთ ეიზენშტეინის წიგნის „ბეჭდვის რევოლუცია ადრეულ თანამედროვე ევროპაში“ *(The Printing Revolution in Early Modern Europe)* ერთ-ერთი საინტერესო თავი ეძღვნება მსჯელობას იდეაზე, რომელიც პირველად მაკლუჰანმა ბეჭდურ პრესასთან დაკავშირებით გამოთქვა. ამ იდეის თანახმად, ბეჭდური პრესის გამოჩენამ სათავე დაუდო სტანდარტიზაციის პროცესს, რამაც თავის მხრივ, მომდევნო რამდენიმე საუკუნის განმავლობაში კულტურის არაერთ ასპექტსა და საზოგადოებაზე ჰპოვა ასახვა. წერის სტილი და შრიფტის ფორმები, ისევე, როგორც წიგნის შინაარსისკენ მიმართული სოციალური პრაქტიკის სახეობები (ეიზენშტეინი ხმარობს სიტყვა fashion) ვრცელდებოდა ყველა ქვეყანაში, სადაც წიგნის ბეჭდვა იყო განვითარებული. ეიზენშტეინის ანალიზი გვახსენებს, რომ ყოველი ტექნოლოგიური ინოვაცია ინდივიდუალებისა და სოციალური ინსტიტუტების მხრიდან ფართომასშტაბიან ადაპტირებას იწვევს. ადამიანები განწყობილები არიან გადაიღონ ქცევა, ფორმები, სტრუქტურები და ამ შემთხვევაში კომუნიკაციის პროცედურები, რომლებიც ახალ ტექნოლოგიებთან ასოცირდებიან. ეს გავლენა ხშირად საერთო პრაქტიკის კულტურას ქმნის და ეს პრაქტიკა სხვადასხვა სოციალური კონტექსტის მიღმა დგას. იგივე დასკვნამდე მიდის გოლდინგი (1977:304) თავის ანალიზში, რომელიც განვითარებად ქვეყნებში ჟურნალისტიკის დასავლური პრაქტიკის გავრცელებას შეეხება: „პროფესიონალიზმის ტრანსფერი ტექნოლოგიური ტრანსფერის პარალელურია და მისი გაგება შესაძლოა ტექნოლოგიური დამოკიდებულების პრობლემას დავუკავშიროთ“.

ტექნოლოგიის გავლენის განცალკევება იმ სოციალური კონტექსტისგან, სადაც მისი გაზიარება და დანერგვა მოხდა, შეუძლებელია. რა თქმა უნდა, არც მასობრივ კომუნიკაციაზე ტექნოლოგიის სტანდარტიზაციული ეფექტის გაზვიადება იქნება სწორი. უდავოა, რომ ბეჭდურმა პრესამ კომუნიკაციის პრაქტი-

კა გააფართოვა, თუმცა ჩვენ მიერ განხილული ქვეყნების მაგალითზე ასევე ვნახეთ, რომ ბეჭდური მედია სხვადასხვა პოლიტიკურ კონტექსტებში, განსხვავებულ ფორმებს იძენდა და ამ ფორმების გაქრობა არა ტექნოლოგიების განვითარების, არამედ ეკონომიკური და სოციოალურ-პოლიტიკური ძალების ზემოქმედების შედეგი იყო. თუმცა ისიც ნათელია, რომ ჰომოგენიზაცია ტექნოლოგიურ ინოვაციებსაც უკავშირდება. ამ ინოვაციებმა, ანუ საერთო ეროვნულმა მაუწყებლობამ, არხების რაოდენობის ზრდამ და განვითარებამ აქამდე არსებული მედია სტრუქტურა დაანგრია და ჩვენ ყოველივე ამის მნიშვნელობაზე წიგნის მომდევნო გვერდებზე ვიმსჯელებთ. ტექნოლოგიებმა მედიის შინაარსის ხელმისაწვდომობაც მრავალმხრივ გააადვილა და არსებული საზღვრები გააუქმა. ჟურნალისტებს მთელ მსოფლიოში საკუთარი კომპიუტერების ეკრანებიდან საერთო სიტყვებსა და გამოსახულებაზე წვდომის შესაძლებლობა მიეცათ. გარკვეული დროის მონაკვეთში ამ თვალსაზრისით მთავარ როლს საინფორმაციო სააგენტოები ასრულებდნენ და ჟურნალისტებს ერთიან სტილში დაწერილი ახალი ამბებით უზრუნველყოფდნენ, რამაც თავის მხრივ, ახალი ამბების წარმოებისადმი ერთიანი მიდგომის დამკვიდრებას შეუწყო ხელი. მეოცე საუკუნის წამყვანი საინფორმაციო სააგენტოები ბრიტანულები იყო და მათ ჟურნალისტიკის ლიბერალური მოდელის გავრცელებაში უაღრესად დიდი როლი ითამაშეს. ევლინას მსგავსი ბოლოდროინდელი მაგალითია ევროპის მაუწყებელთა კავშირი (EBU), რომელიც ევროპელ მომხმარებლებს სატელევიზიო ვიზუალური გამოსახულებით უზრუნველყოფს. CNN საერთო პროცედურებისა და უნარ-ჩვევების დამკვიდრების კიდევ ერთი ძლიერი ინსტრუმენტია, ინტერნეტის ჩათვლით.

უნდა ვივარაუდოთ, რომ პროფესიული ჟურნალისტური განათლების დონის ამაღლება მჭიდრო კავშირშია ტექნოლოგიურ ცვლილებებთან. მას შემდეგ, რაც ბეჭდური ფორმების ახალი ამბების მულტიმედიური პრეზენტაციის ფორმებით ჩანაცვლება ხდება და ეს პროცესი სულ უფრო და უფრო მზარდ ხასიათს იღებს, საზღვრები პროდუქციასა და ჟურნალისტურ შრომას შორის სულ უფრო ქრება, ჟურნალისტურ პრაქტიკაში ტექნოლოგიები ცენტრალურ მნიშვნელობას იძენს. ამ კონტექსტში მნიშვნელოვანია არა ის, თუ რას ფიქრობს ჟურნალისტი პოლიტიკაზე, არამედ ის, თუ როგორ სატელევიზიო ნარატივს ქმნის ის და როგორი ვიზუალი ჩნდება კომპიუტერის ეკრანზე. ყოველივე ეს

ჟურნალისტების სპეციალური ტრენინგის საჭიროებას აჩენს და სავარაუდოდ ტექნიკური ექსპერტიზის გლობალურ კულტურის დამკვიდრებას უწყობს ხელს, რაც თავის მხრივ გარკვეულწილად ნაციონალური პოლიტიკური კულტურის მიღმაა. ასეთივე პროცესი პოლიტიკური კომუნიკაციის სივრცეშიც ვითარდება. მაგალითად, საარჩევნო კამპანიებში კომპიუტერების გამოყენება, რაც ასევე სტანდარტულ ტექნიკურ მიდგომებს საჭიროებს. ტექნოლოგიური ინოვაციებით განპირობებული ჰომოგენიზაცია უფრო ახალგაზრდა პროფესიონალებისათვის არის მისაღები, რადგან ისინი ერთი მხრივ, ამ პროცესისადმი უფრო გახსნილები არიან და მეორე მხრივ, მათ ტექნოლოგიების მოსახმარებლად სპეციალური განათლებაც აქვთ მიღებული. შესაძლოა, რომ სწორედ ეს არის იმ უფსკრულის არსებობის მიზეზი, რომელიც ხშირად ძველი ყაიდის ჟურნალისტებს, რომელთა პროფესიული საქმიანობის ინტერესი კვლავ მათი საინფორმაციო ორგანიზაციების პოლიტიკურ ხაზს უტრიალებს და ახალგაზრდა პროფესიონალებს შორის, რომლებიც „მკაცრად პროფესიონალური“ მახასიათებლებით არიან დაინტერესებულები, არსებობს (მაგალითად, ორტეგა და ჰუმანოსი 2000:158).

ცვლილებების ენდოგენური ძალები: „მოდერნიზაცია“, სეკურალიზაცია და კომერციალიზაცია

ევროპულ მედიასისტემაზე გარე გავლენებმა უდავოდ მნიშვნელოვანი როლი ითამაშეს. წინა თავებში შევეცადეთ გვეჩვენებინა ის, რომ ევროპაში განვითარებული მედიასისტემები, რომლებიც ჩრდილო ამერიკული მედიასისტემებისაგან საკმაოდ განსხვავდებიან, სათავეს კონკრეტული პოლიტიკური ისტორიიდან, სტრუქტურიდან და კულტურიდან იღებს. დაუჯერებელია, რომ მათი ტრანსფორმირება პოლიტიკასა და საზოგადოებაში ძირეული ცვლილებების გარეშე განხორციელდეს. ევროპელმა პროფესიონალებმა ამერიკული ფორმები უცებ არ გაიზიარეს. გარკვეული თვალსაზრისით, ლიბერალური მედიასისტემის იდეოლოგია ჟურნალისტურ და სხვა სახის მედია პრაქტიკაში არსებითი ცვლილების გარეშე გავრცელდა. ჩვენ ყოველთვის გვიკვირდა ის, რომ ჟურნალისტები ხშირად განსაკუთრებით სამხრეთ ევროპაში, „ობიექტური“ ჟურნალისტიკის ამერიკული გაგებისადმი ერთგულებას დეკლარირებდნენ მაშინ, როდესაც მათი ჟურნალისტური პრაქტიკა პოლიტიკური ნეიტრალიტეტის ამე-

რიკული და ბრიტანული გაგებისგან ასე შორს იდგა. ბერძნული ჟურნალისტიკის ტრანსფორმაციის პაპათანასოპულოსისეული (2001) ანალიზი ჩვენი ამ დაკვირვების კარგი მაგალითია. ლიბერალური მედია პრაქტიკის ევროპულ მედია და პოლიტიკურ სისტემებში შეღწევა მხოლოდ მათ სტრუქტურულ ტრანსფომაციაში გამოვლინდა და პრაქტიკა უფრო რელევანტური და მისაღები გახადა. მისი გააზრება სწორედ ამ ღრმა ცვლილების კონტექსტშია შესაძლებელი. ამიტომ ჩვენ კვლავ ევროპული მედიასისტემის მუშაობაში მიმდინარე შიდა ცვლილების ფუნდამენტურ პროცესს მივუბრუნდით.

„მოდერნიზაცია“ არის ის ახსნა, რომელიც ამ ცვლილებების ღრმა პროცესების გაგების საშუალებას იძლევა. 1963 წელს პაი თავის კლასიკურ კომუნიკაციებისა და პოლიტიკურ განვითარებაში წერდა:

> „ყველა საზოგადოებაში თავად პოლიტიკურ მოთამაშეებზე კომუნიკაციის მხოლოდ მცირე ნაწილი მოდის და ეს პროპორცია მოდერნიზაციასთან ერთად სულ უფრო და უფრო მცირდება, რამდენადაც კომუნიკაციის პროცესში ძალაუფლების არმქონე მონაწილეთა ჩართვის ინტენსივობა იზრდება. ფუნდამენტური თვალსაზრისით, მოდერნიზაციას კომუნიკატორთა პროფესიული კლასის ჩართულობა გამოაქვს წინა პლანზე .... რაც პოლიტიკის ობიექტური, ანალიტიკური და მიუკერძოებელი ხედვის მიმართულებით განვითარებით არის განპირობებული (78.იხ. აგრეთვე ფეიგენი 1966)“.

პაის ეს ხედვა სტრუქტურული-ფუნქციონალისტების ხედვიდან გამომდინარეობს. ისინი ამტკიცებენ, რომ საზოგადოებები სოციალური ინსტიტუტების ფუნქციური ინსტიტუციონალიზაციის კიდევ უფრო მაღალი ხარისხით განვითარებისა და მათი ნორმების, პრაქტიკის და სიმბოლური იდენტობების დიფერენცირებისაკენ მიილტვიან. პარსონსისა და სხვა სტრუქტურულ-ფუნციონალისტებისათვის პროფესიონალიზმს ამ პროცესში ცენტრალური ფუნქცია აკისრია. დიფერენცირების გაგებაში ევროპის მედიასისტემების ცვლილებას დიდი ადგილი უკავია. და თუ მოდერნულობა, გიდენსის (1990:21) თანახმად, სოციალური ურთიერთობების ადგილობრივი კონტექსტიდან „მოწყვეტას“ ან „ამოღებას“ და მისი მოცულობის დროის განუსაზღვრელ მონაკვეთში რესტრუქტურირებას მოიცავს, მაშინ „შეიძლება ითქვას,

რომ ევროპული მედიასისტემა უაღრესად „მოდერნიზებულია". ამავე დროს, მოდერნიზაციის კონცეფცია, იმ სახით, რა სახითაც მას ზოგადად აღიქვამენ, მრავალმხრივაა პრობლემური: არა მარტო იმის გამო, რომ ის კონკრეტული მოდელის უნივერსალური უპირატესობის საეჭვო შეფასებებს შეიცავს, არამედ იმიტომაც, რომ პრობლემურია ჩვენ მიერ გამოკვლეული ქვეყნების მედიასისტემების დიფერენცირებისაკენ მოძრაობის სწორხაზოვანი აღწერაც. ამ საკითხზე ჩვენ უფრო დეტალურად დასკვნით ნაწილში ვისაუბრებთ. მსჯელობის დაწყებას სეკულარიზაციისა და კომერციალიზაციის უფრო ნეიტრალური კონცეფციის განხილვით გთავაზობთ.

მედია და სეკულარიზაცია

მარქსის, ვებერისა და დურკჰეიმიდან მოყოლებული, სეკულარზაციის საკითხი მოდერნიზაციის გაგებისთვის ფუნდამენტური მნიშვნელობისაა. ჩვენ აქ იდეოლოგიური და რელიგიური „რწმენისაგან" მოქალაქეთა გამოყოფას და ერთ დროს მთელი ევროპის სოციალური ცხოვრების მასტრუქტურირებელი „რწმენის" ინსტიტუტების დასუსტებას ვგულისხმობთ. რადგან ეკლესია მოსახლეობის სოციალიზაციასა და ქცევაზე კონტროლს ვერ ახორციელებს, მოსახლეობა რწმენის მიღმა სივრცეში არსებულმა ღირებულებებმა მიიზიდა და ახლა პოლიტიკური ცხოვრების სტრუქტურირებას პარტიები, პროფესიული კავშირები და სხვა ინსტიტუტები ახდენენ. ლიპსეტისა და როკანის (1967) შეფასებით, რწმენის „გაყინულ" ინსტიტუტებს მოქალაქეთა თემის ცხოვრებაზე ბატონობა აღარ შეეძლოთ. ერთ დროს, ევროპული პოლიტიკური წესრიგი იმ სოციალური ინსტიტუტების ირგვლივ იყო ორგანიზებული, რომლებიც იდეოლოგიურად, სოციალური ნიშნით დაოფის ფართო სპექტრს და განსაკუთრებით სოციალურ კლასებსა და რელიგიას უკავშირდებოდა. ამ ჯგუფებთან ინდივიდუალურ კავშირს ადამიანის იდენტობისა და პირადი კეთილდღეობის თვალსაზრისითაც დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა. ამ ინსტიტუტებს საზოგადოებრივი სივრცის სტრუქტურირებაშიც გადამწყვეტი ფუნქცია ეკისრებოდათ, რადგან სწორედ მათი მეშვეობით ხდებოდა კულტურული სიმბოლოების შექმნა და გავრცელება. მასვე ეკისრებოდა თემის ცხოვრებაში მოქალაქის ჩართულობის ორგანიზება. სეკულარიზაციაში ჩვენ ამ ინსტიტუტებზე დაფუძნებული პოლიტიკური და სოციალური წესრიგის

უფრო ფრაგმენტირებული და ინდივიდუალიზებული საზოგადოებით ჩანაცვლებას ვგულისხმობთ. პარტიების, პროფკავშირების, ეკლესიისა და მსგავსი ინსტიტუტების შესუსტებას, მასმედიისა და სხვა სოციალური სააგენტოების ავტონომიურობის ხარისხის ამაღლება მოჰყვა. ამ უკანასკნელებმა ბევრი ისეთი ფუნქცია აიღეს საკუთარ თავზე, რომელთაც ადრე წინამორბედი ინსტიტუტები ახორციელებდნენ.

დანიაში, საზოგადოებრივი „საყრდენების გაუქმება" ("depillarization") ამ ცვლილების ნათელი მაგალითია. მე-6 თავში ჩვენ ვისაუბრეთ იმაზე, რომ „საყრდენები" მოსახლეობის რელიგიურ და პოლიტიკურ ნიადაგზე ქვეთემებად ორგანიზებას უწყობდა ხელს. ამ „საყრდენებს" ეფუძნებოდა მრავალი დანიური ინსტიტუტი, მაგალითად: სკოლები, ჰოსპიტალები, სოციალური კლუბები, კეთილდღეობის ინსტიტუტები და მასმედია. ისინი მრავალ სოციალურ ფუნქციას ახორციელებდნენ, მათ შორის სიმბოლიკის და მისი მნიშვნელობის შექმნას, „ინტერესების გამომუშავებას" და პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების ორგანიზებას, ასევე თავისუფალი დროის ორგანიზებას, სოციალური კეთილდღეობის უზრუნველყოფას (ლიუფჰარტი 1968, 1997, 1999; ლოურვინი 1971; ნიუვენჰუისი 1992). კომუნიკაციის სივრცეში ინდივიდს მთელი ცხოვრება ისე შეეძლო ეცხოვრა, რომ მხოლოდ ერთი „საყრდენის" მიერ სტრუქტურირებული ნაკადის მომხმარებელი ყოფილიყო. 1970 წლიდან ეს სტრუქტურა მოიშალა და „მთავარ მომხმარებლად რომელიმე კონკრეტული რელიგიური ან პოლიტიკური სექტორის მიმდევრის ნაცვლად საშუალო, რიგითი დანიელი ინდივიდი იქცა" (ნიუვენჰუისი 1992:207).

ანალოგიურად ვითარდებოდა პროცესები იტალიაში, სადაც ორი მთავარი სუბკულტურა – კათოლიკური და კომუნისტური, რომლებიც ღრმა რელიგიური და პოლიტიკური „რწმენიდან" მომდინარეობდა – ქვეყნის პოლიტიკურ ძალებსა და მთავარ სოციალურ აგენტებს ერთდროულად წარმოადგენდა. კათოლიკური სუბკულტურა იყო არა ერთადერთი, თუმცა მთავარი ძალა, რომელიც კათოლიკურ ეკლესიასთან, მის საქველმოქმედო ორგანიზაციებთან და საერთაშორისო ქსელთან იყო დაკავშირებული. ქრისტიან-დემოკრატიული პარტია კათოლიკური სუბკულტურის პოლიტიკური დასაყრდენი იყო. კომუნისტური სუბკულტურა პირველ პროფკავშირებსა და მუშათა სოლიდარობის ორგანიზაციებს ეფუძნებოდა. კომუნისტურ პარტიასთან ბევრი ისეთი ორგანიზაცია იყო ასოცირებული, რომლებიც სოციალური ცხოვ-

რების სხვადასხვა ასპექტებს წარმართავდა, მაგალითად, სოციალურ სოლიდარობას, სპორტს, კულტურას, დასვენებას, განათლებას, მედიას და სხვა (გალი 1968; სანი 1980; ტრიგილია 1981; მანჰეიმერი და სანი 1987). ნიდერლანდების მსგავსად, იტალიაშიც – მართალია, უფრო გვიან – ამ სუბკულტურებისა და ორგანიზაციების მნიშვნელობა უაღრესად შემცირდა. ასპარეზზე Forza Italia-ს გამოჩენა და მისი გამარჯვება, რაც ძირითადად ამომრჩეველთან მასმედიით ურთიერთობის შედეგი იყო, ზემოხსენებული ინსტიტუტების მარცხის კარგი ილუსტრაციაა. ამავე დროს, ეს მედიის სოციალური როლის გაძლიერების ტენდენციის მაჩვენებელიცაა.

სკანდინავიაში დასუსტდა აგრარული, კონსერვატიული, ლიბერალური და სოციალისტური პარტიებიც, რომლებსაც ერთ დროს საზოგადოებრივი ცხოვრების დიდ ნაწილში წამყვანი ადგილები ეჭირა. „პოლიტიკური კულტურის კოლექტივისტურიდან ინდივიდუალურისკენ ძვრის“ კარგი მაგალითი შესაძლოა, 1925-1987 წლების შვედური მედიის ანალიზი იყოს (ეკეკრანცი 1997:408), რომლის თანახმადაც, შვედურ მედიაში ნაცვალსახელი „ჩვენ“, რომელიც ადრეული დეკადების დისკურსში ხშირად გამოიყენებოდა, ნაცვალსახელმა „მე-მ“ 1980-იანი წლებისათვის სრულიად ჩაანაცვლა. ადგილობრივი ვარიაციებით იგივე შეიძლება ითქვას ყველა იმ ქვეყანაზეც, რომელიც ჩვენ ამ წიგნში განვიხილეთ.

პოლიტიკური პარტიების დასუსტებაც „სეკულარიზაციის“ პროცესს უკავშირდება და ამის ცოდნა მედიასისტემებში მომხდარი ცვლილებების გააზრებისათვის აუცილებელია. „პარტიების დასუსტებაზე“ მრავალფეროვანი ლიტერატურა არსებობს. მიმდინარეობს კამათი იმაზე, ასეა თუ არა ეს და რა თვალსაზრისით მოხდა პარტიების დასუსტება. ზოგს მიაჩნია, რომ მოხდა არა დასუსტება, არამედ პარტიების ფუნქციების „მოდერნიზება“ და დავიწროვება. სხვები თვლიან, რომ მას შემდეგ, რაც პარტიებმა პროფესიონალიზაცია გააძლიერეს და ისეთ ინსტიტუტებს გაემიჯნნენ, როგორიც პროფკავშირია, მათი ეფექტიანობა საარჩევნო პროცესში ამომრჩევლის მობილიზების თვალსაზრისით გაიზარდა. ზოგიერთს მიაჩნია, რომ „პარტიების დასუსტებაზე“ ლაპარაკი არასწორია და აჯობებს კონკრეტულად იმ „მასობრივი პარტიების“ ადრეული ფორმით არსებობის დასუსტებაზე ვისაუბროთ, რომლებიც მეოცე საუკუნის უმეტესი დროის განმავლობაში ევროპასა და შეერთებულ შტატებს მართავდა (პანე-

ბიანკო 1988; კაცი და მაიერი 1994). მასობრივი პარტიები, წლების განმავლობაში სოციალური და ეკონომიკური ინტერესების წარმომადგენლობისა და დაცვის მთავარი ინსტრუმენტი იყო. ის „ინტერესების თავმოყრის“ და თანხმობის მიღწევის, ასევე იმ ქსელების კომუნიკაციის მასტრუქტურებელი ინსტრუმენტი იყო, რომელთა სტრუქტურულ შემადგენლობაში სხვადასხვა ორგანიზაციები შედიოდნენ. სხვა ფუნქციებთან ერთად, მასობრივი პარტიები სოციალურ წარმომადგენლობას უზრუნველყოფდნენ და მათ იმიჯზე იყვნენ პასუხისმგებლები. ამ ფუნქციების შესასრულებლად, ისინი გაზეთებს, ჟურნალებს ფლობდნენ და აკონტროლებდნენ. ამ გაზეთებისა და ჟურნალების ჟურნალისტებს პარტიული იდეოლოგიის გავრცელებისა და დაცვის ვალდებულება ეკისრებოდათ. ინფორმაციის შეგროვების, წერისა და მკითხველთან ინტერაქციის ჟურნალისტური პრაქტიკა მჭიდროდ იყო დაკავშირებული იმ იდეოლოგიურ ჩარჩოსთან და პარტიაზე ორიენტირებულ ქსელთან, რომელსაც ეს ჟურნალისტი წარმოადგენდა. ერთდროულად ჟურნალისტობა და პოლიტიკოსობა მათ ისეთი ქცევისკენ უბიძგებდათ, რაც სპეციფიკურ პოლიტიკურ კულტურად ჩამოყალიბდა და თავის მხრივ, სხვადასხვა ქვეყნებში სხვადასხვა სახით ვლინდებოდა. სწორედ აქედან მომდინარეობს ის განსხვავებები, რომლებიც ჩვენ ეროვნულ მედიასისტემებში აღმოვაჩინეთ.

ცალკეულ ჯგუფებზე იდეოლოგიურად ორიენტირებული პარტიების შესუსტება და მათი „ყოვლისმომცველი“, ანუ არა ჯგუფების წარმომადგენლობასა და იდეოლოგიაზე, არამედ ელექტორატის ბაზარზე ორიენტირებული „ელექტორალურ-პროფესიული პარტიებით“ ჩანაცვლება პოლიტიკურ ლიტერატურაში ვრცლად არის აღწერილი (კირხეიმერი 1966; პანებიანკო 1988). პარტიებსა და მოქალაქეებს შორის ერთ დროს არსებული მკაფიო ფსიქოლოგიური და სოციოლოგიური საზღვრები ტრანსფორმაციის შედეგად გაფერმკრთალდა. პარტიის წევრობა (ისევე, როგორც ეკლესიების და პროფკავშირებისადმი კუთვნილება) დასუსტდა. მნიშვნელოვანი ცვლილებები მოხდა პარტიებისადმი ერთგულების პრაქტიკაშიც, რაც პოლიტიკურ პარტიასთან იდენტიფიკაციითა და ელექტორალური ქცევით, ან თუნდაც ფარული მხარდაჭერით იზომებოდა. არჩევნებში მონაწილე მოქალაქეების რაოდენობამ ყველა ქვეყანაში იკლო. „იმ დროს, როდესაც მხარდაჭერა რელიგიურ და კლასობრივ ფაქტორებს უკავშირდებოდა, სოციალური და პოლიტიკური იდენტიფიკაცია პარტიების ირგ-

ვლივ კონსოლიდაციის მაღალი ხარისხის შედეგად არჩევნებში აქტიურ მონაწილეობას განაპირობებდა. ეს კავშირები უკანასკნელ წლებში დასუსტდა“... (დალტონი და ვატენბერგი 2000:66). მედიასა და ბაზარზე ორიენტირებული პროფესიონალების მოზღვავების კვალად, „ფესვები“, რომლებიც ერთ დროს პარტიებს მოქალაქეებთან აკავშირებდა, გაქრა. პარტიებში ლიდერის ინდივიდუალური როლი გაიზარდა, მაშინ, როდესაც იდეოლოგიამ და ჯგუფების ერთგულებამ უკანა პლანზე გადაიწია.

მასობრივი პოლიტიკური პარტიების დასუსტება, თავის მხრივ, სოციალური ცვლილებების პროცესს უკავშირდება. ამ პროცესში შემცირდა სოციალური და ეკონომიკური განსხვავებებზე დაფუძნებული ის ფრაგმენტაცია, რაც ამ პარტიების საფუძველს წარმოადგენდა (პანებიანკო 1988). სოციალურ ფენებს შორის არსებული მკაფიო საზღვრები პრაქტიკულად წაიშალა და შესაბამისად, მარქსისტულმა თეორიამ, მოგვიანებით კი მეორე მსოფლიო ომის შემდგომი შედარებითი პოლიტიკის ლიტერატურამ, აქტუალობა დაკარგა. ამის დამაგვირგვინებელი შედეგი იყო ის, რომ მასობრივმა პარტიებმა სოციალური ბაზა დაკარგეს, კონკრეტული ეკონომიური საჭიროებების მქონე სოციალური ჯგუფების მნიშვნელობა გაიზარდა. მფლობელისა და მუშის, მიწათმფლობელისა და გლეხის ინტერესებზე ორიენტირება ნაკლებად რელევანტური გახდა. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი ის იყო, რომ მანუფაქტურულმა ინდუსტრიამ, რომელთანაც მუშათა კლასის ტრადიციული ორგანიზაციები იყვნენ დაკავშირებულები, ადგილი მომსახურების მზარდ სექტორს დაუთმო. შესაძლოა, რომ ყველაზე ფუნდამენტური ფაქტორი იყო ის, რომ ევროპის ეკონომიკა გაძლიერდა და საზოგადოების მატერიალური კეთილდღეობა გაიზარდა. შედეგად აქცენტმა ინტერესთა ჯგუფების პოლიტიკური ინტერესების დაცვიდან, ინდივიდუალურ ეკონომიკურ წარმატებაზე გადაინაცვლა. ეს განსხვავება, თუმცა ეკონომიკის ზრდის ეფექტის არცთუ უსაფუძვლო ინტერპრეტაციაა, ინგელჰარტის (1977) მთავარი არგუმენტია, რომლის თანახმად, მატერიალურმა კეთილდღეობამ და სტაბილიზაციამ ლიბერალური დემოკრატია „პოსტმატერიალისტური ღირებულებების“ აღზევებამდე მიიყვანა. პოლიტიკურ კულტურაში მიმდინარე ეს ცვლილებები ხშირად იმ იდეოლოგიური მოწყობისათვის ძირის გამოთხრად აღიქმებოდა, რასაც ძველი პარტიული სისტემა ეფუძნებოდა. პიროვნება სულ უფრო და უფრო კარგავდა ტრადიციული ორგანიზაციების ლიდერებისადმი და-

მორჩილების სურვილს. შესაძლოა, ეს იმ მზარდ სოციალურ მოძრაობებს უკავშირდებოდა, რომლებიც პარტიების ტრადიციული ხაზის საწინააღმდეგო საკითხებს აყენებდნენ.

იგივე ფაქტორები გამოყო ინგელჰარტმა: მატერიალური კეთილდღეობა და კაპიტალისტური ეკონომიკის კონტექსტში საპარლამენტო დემოკრატიების კონსოლიდაცია. მისი აზრით, შესაძლოა, სწორედ ეს ყოფილიყო იდეოლოგიური პოლარიზაციის შემცირების მიზეზი. ბევრი რამ მეტყველებს იმაზე, რომ პარტიებს შორის იდეოლოგიური დიფერენცირება კლებულობს (მაირი 1997), თუმცა მომდევნო ფურცლებზე ჩვენ ვნახავთ, რომ საპირისპირო ტენდენციებიც იკვეთება და გადაჭრით ვერ ვიტყვით, რომ განსხვავებების შემცირება უსასრულოდ გაგრძელდება. ეს დიდწილად იმაზეა დამოკიდებული, თუ რამდენად გაიზიარებენ კეთილდღეობის სახელმწიფოს ფართო გაგებას კონსერვატორები, მემარცხენე პარტიების კაპიტალიზმი და ლიბერალური დემოკრატია. ასეთი ძვრის თვალსაჩინო მაგალითი იყო იტალიაში განხორციელებული 1970 წლის „ისტორიული კომპრომისი", რომლის შედეგად სახელისუფლებო სივრცეში კომუნისტური პარტიის ინკორპორირება მოხდა. „პლურალისტური" საზოგადოებების შესახებ შექმნილი ლიტერატურა, მაგალითად, ნიდერლანდების, სადაც სხვადასხვა სუბკულტურებს ადგილებზე დამოუკიდებელი ინსტიტუტები ჰქონდათ, აღწერს, რომ ასეთი თემების ლიდერებისთვის თანამშრომლობა და კომპრომისი საერთო ეროვნული სახელმწიფო ინსტიტუტის დონეზე, ჩვეული პრაქტიკაა.

ევროპის პოლიტიკური სისტემების შესახებ წარმოდგენილი ზოგიერთი ანგარიში იმაზე მეტყველებს, რომ განათლების დონის ამაღლების შედეგად ამომრჩეველი მხოლოდ პოლიტიკური პარტიების ლიდერებს მინდობილი არ არის და ინფორმაციას დამოუკიდებლად იძიებს. ზოგიერთს მიაჩნია, რომ ეს პარტიული და ჯგუფური ერთგულების საარჩევნო პრაქტიკიდან თემებზე დამოკიდებულ საარჩევნო პრაქტიკაზე გადასვლის შედეგია. ზოგიერთ მკვლევარს მიაჩნია, რომ პატრონაჟულმა სისტემებმა შესაძლებლობები ამოწურა. ამის ერთ-ერთ მიზეზად ეკონომიკური ინტეგრაცია, ევროპის ერთიანი მონეტარული კავშირის შექმნა და ის წნეხი მოჰყავთ, რომელსაც ეს კავშირი მთავრობებს უწესებს. შედეგად, პარტიებს თავიანთი აქტიური მომხრეების მატერიალურად მოტივირების საშუალება, პრაქტიკულად აღარ აქვთ (კითშელტი 2000; პაპათანასოპოლუსი 2000) ძველი წეს-

რიგი იმიგრაციის შედეგად გაჩენილმა ახალმა დემოგრაფიულმა ჯგუფებმაც გვარიანად დაასუსტეს. ეს იმიტომ მოხდა, რომ ახალი მოსახლეობა ტრადიციულ, ჯგუფურობაზე დაფუძნებულ სტრუქტურებში ინტეგრირებული არ არის და იმიგრაციის ირგვლივ განვითარებულმა დაძაბულობამ ტრადიციების მიმდევართა მარცხი განაპირობა.

დაბოლოს, ბევრს მიაჩნია, რომ გლობალიზაციისა და ეკონომიკური ინტეგრაციის გაძლიერების შედეგად პოლიტიკური პარტიების მარცხი იმითაც იყო განპირობებული, რომ გადაწყვეტილების მიღების ადგილი ეროვნული პოლიტიკური პარტიების გავლენის სივრციდან გამოვიდა და სხვაგან გადაინაცვლა. ბეკს მიაჩნია, რომ ეროვნული სახელმწიფო პოლიტიკური გადაწყვეტილებისა და იმ სოციალური პროცესების „კონტეინერი“ იყო, რომელიც მოქალაქეების ცხოვრების ყველა ძირითად არეალს მოიცავდა. და რომ ბევრი ისეთი გადაწყვეტილება, რომელიც მოქალაქეების ინტერესებს ეხება, ზენაციონალურ დონეზე მიიღება. ამგვარად, ნაციონალური სახელმწიფო „კონტეინერის“ ფუნქციას განუხრელად კარგავს და ბევრი ისეთი გადაწყვეტილება, რომელიც მოქალაქეების ინტერესებზე აისახება, სახელმწიფოსა და შესაბამისად იმ პარტიების, ორგანიზაციებისა და ინტერესთა ჯგუფების მიღმა მიიღება, რომლებიც მოქალაქეთა ინტერესებს წარმოადგენენ. ახლად წარმოშობილი ეკონომიკური რეჟიმის გავლენა პარტიებს იმ პოზიციებზე უარის თქმას აიძულებს, რომლებმაც ერთ დროს მათი პოლიტიკური იდენტობა განსაზღვრა და ასევე საკუთარი მხარდამჭერებისათვის სარგებლის მოტანის საშუალება შეუზღუდა. ეს გავლენა სპეციფიკურად მედიის ჰარმონიზაციაზეც მოქმედებს და ხშირად სახელმწიფოს, პოლიტიკურ პარტიებსა და მედიას შორის ჩამოყალიბებულ ურთიერთობებს არღვევს. ასე მაგალითად, კანადა განიცდის ზეწოლას, რომ ეროვნულ-კუტურული ინდუსტრიის მხარდაჭერა შეწყვიტოს და სკანდინავია – რომ სარეკლამო ბაზრის რეგულაციების ლიბერალიზაცია მოახდინოს. ესპანეთის კლიენტელისტურ ალიანსებს საფრთხე მას შემდეგ შეექმნა, რაც კომპანიებს მადრიდში მიღებული მარეგულირებელი გადაწყვეტილებების გაუქმების მოთხოვნით ბრიუსელისათვის მიმართვის საშუალება მიეცათ.

მედიასისტემის ცვლილება: მიზეზი თუ შედეგი

ევროპის მედიასისტემებში მომხდარი ცვლილებები, რომელზეც ჩვენ ამ თავის დასაწყისში ვსაუბრობდით, კერძოდ კი: ყოვლისმომცველი მედიისაკენ ლტოლვა, პოლიტიკურ ნეიტრალიტეტზე ორიენტირებული პროფესიული ჟურნალისტური მოდელი და მედიაზე დაფუძნებული პოლიტიკური კომუნიკაციის პრიორიტეტულობა, სეკულარიზაციის პროცესს ცალსახად უკავშირდება. მაგრამ ჩნდება კითხვა: რომელია კუდი და რომელი ძაღლი? თავად მედია იცვლება საზოგადოებისა და პოლიტიკის ცვლილების შედეგად თუ მას რაიმე დამოუკიდებელი როლი აკისრია? რა თქმა უნდა, მედიასისტემის ცვლილება დიდწილად სიღრმისეული ტრანსფორმაციის შედეგია. იმ პროცესების, რომელმაც მასობრივ პარტიებს, სოლიდარულ ჯგუფებს და მათთან დაკავშირებულ მედიასისტემებს სოციალური საფუძველი გამოაცალა. თუმცა ისიც სიმართლეა, რომ თავად მედიის შიგნით მიმდინარე ცვლილებებმაც იმუშავა და მოსაზრება, რომ ამ ფაქტორმა ევროპის მედიასისტემებში განხორციელებულ სეკულარიზაციის პროცესზე დიდი გავლენა იქონია, დამაჯერებელია. ზოგადად, ევროპაში პოლიტიკური პარტიების დაღმასვლის შესახებ არსებულ ლიტერატურაში, მედიასისტემას ამ ცვლილების ერთ-ერთ საკვანძო წყაროდ მოიხსენიებენ:

> „...ახალმა ტექნოლოგიებმა... მასმედიაში განხორციელებულმა ცვლილებებმა... პარტიულ ლიდერებს ამომრჩევლებისათვის პირდაპირ მიმართვის საშუალება გაუჩინა და ამიტომ ორგანიზაციული ქსელების ფუნქცია შემცირდა...“ (მაირი 1997:39)
>
> „მზარდი ტენდენციაა.... მედიამ იმძლავრა (საინფორმაციო და მაკონტროლებელი ფუნქციით), რადგან ის მიკერძოებული ინფორმაციის მიმწოდებელ საშუალებად აღიარეს და რადგან ელექტრონულმა მედიამ მეტად მოსახერხებელი და ყოვლისმომცველი უზრუნველმყოფელი სისტემები შექმნა... მედიის მიერ პოლიტიკური ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფამ ინფორმირებული არჩევანი უფრო ხელშესახები გახადა“ (ფლანაგანი და დალტონი 1990: 240-2).
>
> „მასმედიამ ბევრი ისეთი საინფორმაციო ფუნქცია შეითავსა, რომელსაც ადრე პოლიტიკური პარტიები აკონტროლებდნენ. არჩევნების შესახებ ინფორმაციის საარჩევ-

ნო კამპანიის პროცესში ან პარტიული აგიტატორებისაგან მიღების ნაცვლად, მედია საარჩევნო კამპანიების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების ძირითად წყაროდ იქცა. უფრო მეტიც, პოლიტიკურმა პარტიებმა მედიის გაძლიერების საპასუხოდ, საკუთარი ტაქტიკა შეცვალეს. გამოიკვეთა ტენდენცია, რომლის შედეგად პოლიტიკურმა პარტიებმა ადგილობრივ აგიტატორებში, შეკრებებში და პირდაპირი კონტაქტის სხვა ფორმებში ინვესტირება შეამცირეს და მთავარი ყურადღება მედია კამპანიებზე გადაიტანეს" (დალტონი და უატენბერგი 200:11-12).

გამოკვეთილი ელემენტი, რომელმაც ანგარიშებში იჩინა თავი, იყო ის, რომ ელექტრონული მედიის გავლენის ზრდას, პოლიტიკური პარტიების როლის შეკვეცის პარალელურად, ეკლესიის, პროფესიული კავშირებისა და სოციალიზაციის სხვა ინსტიტუტების გავლენების შეკვეცას უკავშირებდნენ. მიუხედავად ამისა, როგორც წინა თავებში ვნახეთ, ელექტრონული მედია, განსაკუთრებით ევროპაში, პოლიტიკური მმართველობის გავლენის ქვეშ ყალიბდებოდა და უმეტეს სისტემებში პოლიტიკურ პარტიებს, ისევე, როგორც „სოციალურად რელევანტურ ჯგუფებს" მაუწყებლობებზე მნიშვნელოვანი გავლენა ჰქონდა. განსაკუთრებით გერმანიაში.

იყო გარკვეული მოლოდინი, რომ ელექტრონული მედია კი არ შეკვეცდა პოლიტიკური პარტიებისა და ორგანიზებული ჯგუფების ტრადიციულ როლს, არამედ პირიქით, გააძლიერებდა. რატომ არ მოხდა ეს ასე?

ტელევიზიის წვლილის შესახებ მსჯელობისას უიგბოლდი (1979) საინტერესო ჰოლანდიურ მაგალითს აღწერს. ნიდერლანდებში მაუწყებლობა, ისევე, როგორც პრესა, განათლება და სხვა კულტურული ინსტიტუტები „საყრდენების" მოდელზე (pillarized model) იყო აგებული. ჰოლანდიური საზოგადოების ყველა თემს თავისი მაუწყებელი ორგანიზაცია ჰქონდა, ისევე, როგორც ტრადიციულად გაყოფილი სკოლები და გაზეთები. შესაძლოა ვინმეს ეფიქრა, რომ ახალ, ძლიერ მედიუმზე წვდომა ტრადიციულ „საყრდენებს" კიდევ უფრო გააძლიერებდა. არა, ფაქტია, რომ „საყრდენების" მოშლა (depillarization) დროში სწორედ ტელევიზიის განვითარების პროცესის პარალელურად მოხდა. უიგბოლდი ამტკიცებს, რომ ჰოლანდიურმა ტელევიზიამ „ის ფუნდამენტი მოშალა, რომელიც საზოგადოების წიაღიდან მოდიოდა და ამით ცვლილებებს შეუწყო ხელი" (230).

მისი არგუმენტაცია სამი ნაწილისგან შედგებოდა. პირველი: ის ამტკიცებდა, რომ განცალკევებული სამაუწყებლო ორგანიზაციების არსებობის მიუხედავად, ტელევიზიამ „საყრდენების“ განცალკევებულობა დაანგრია:

> „ტელევიზია იყო ის საშუალება, რომლსაც უსაზღვრო გავლენა ჰქონდა ქვეყანაზე, სადაც უცხოსათვის არა მარტო მისი მოქალაქეების მისაღები ოთახი იყო დაკეტილი, არამედ, ასევე დაკეტილი იყო საკლასო ოთახები, გაერთიანებების კარებები, ახალგაზრდული სასტუმროები, ფეხბურთის მოედნები და ცეკვის სკოლები.... ისინი უპირისპირდებოდნენ მასებს, რომელთა შეხედულებები, იდეები და მოსაზრებები მათგან განსხვავებული იყო... გამოსავალი არ არსებობდა, არ იყო ადგილი, სადაც ადამიანი დაიმალებოდა. მხოლოდ ყველაფრის გამორთვა რჩებოდა. ტელევიზორის მაყურებელს არხის გადართვის საშუალებაც არ ჰქონდა. სხვა არხი უბრალოდ არ არსებობდა... კათოლიკეებმა აღმოაჩინეს, რომ სოციალისტები საშიში ათეისტები არ იყვნენ, როგორც მათ აფრთხილებდნენ. ლიბერალებმა დაინახეს, რომ პროტესტანტები არ იყვნენ ფანატიკოსები, როგორც აქამდე ეგონათ“ (201).

მეორე: უიგბოლდი ამტკიცებდა, რომ ტელეჟურნალისტებმა 1960-იანი წლებიდან უფრო მეტი დამოუკიდებლობისათვის ბრძოლა დაიწყეს და იმ ლიდერებთან, რომლებზეც ადრე იყვნენ დამოკიდებულნი, საკმაოდ კრიტიკული ურთიერთობა ჩამოუყალიბდათ.

მესამე: 1960-იან წლების ბოლოს სამაუწყებლო ორგანიზაცია (TROS) შეიქმნა. ეს ყოვლისმომცველი პარტიების სამაუწყებლო ექვივალენტი იყო. მისი წარმოშობა იმ პირატულ მაუწყებლობებს უკავშირდება, რომლებიც მაყურებლებს მსუბუქ, გასართობ პროგრამებს სთავაზობდნენ და „სამაუწყებლო სისტემის უარყოფით... სამაუწყებლო დროს ისეთ ჯგუფებს უთმობდნენ, რომლებსაც რაღაც ჰქონდათ სათქმელი“ (225).[91] TROS-მა ჰომოგენიზაციას შეუწყო ხელი.

---

91 სამაუწყებლო სლოტების განთავსების წესები 1965 წელს ასევე შეიცვალა და ხაზი გაესვა იმ მოსაკრებლების რაოდენობას, რომელიც თითოეული მაუწყებლის მიმართ არსებობდა, აუდიტორიის მოზიდვის მნიშვნელობა იზრდებოდა და მიკერძოებულობის მნიშვნელობა მცირდებოდა (ვან დერ იეკი 2000:311)

ჰოლანდიური მაგალითი მრვალმხრივაა უნიკალურია. თუმცა როგორც ჩანს, ყველა ამ ფაქტორს, თავის პარალელური ანალოგია მთელ ევროპაში მოეპოვებათ: ტელევიზია, როგორც საერთო ნიადაგი, კრიტიკული ჟურნალისტიკის განვითარება და კომერციალიზაცია. ეს არა მარტო ზოგადად ევროპული სამაუწყებლო ტენდენციებია, არამედ ბეჭდურ მედიასაც მჭიდროდ უკავშირდება და მის ცვლილებაზე ტელევიზიის გავლენა საკმაოდ აისახა. ამ სექციის ნაწილში ჩვენ პირველ ორ საკითხს განვიხილავთ: ტელევიზია, როგორც საერთო ნიადაგი და ჟურნალისტი, როგორც „კრიტიკული ექსპერტი". ხოლო კომერციალიზაციის ფუნდამენტურ საკითხს, მეორე სექციისთვის მოვიტოვებთ.

ტელევიზია, როგორც საერთო ნიადაგი

მაუწყებლობები ორგანიზაციულ ფორმებს პოლიტიკური მმართველობის გავლენით იძენდნენ და სწორედ პოლიტიკური სამყაროდან გადმოტანილი პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპებს იმეორებდნენ. თუმცა ისიც ცხადია, რომ ისინი საერთო პოლიტიკურ და სოციალურ ნიადაგსაც ქმნიდნენ და განცალკევებული იდეოლოგიური სუბკულტურების დასუსტებაშიც გარკვეული როლიც ითამაშეს. მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდში მაუწყებლობა უაღრესად ცენტრალიზებული იყო, როგორც წესი, ორი-სამი არხით შემოიფარგლებოდა (რადიო და ტელე). მაუწყებლობის პროგრამირება ერთიან აუდიტორიაზე იგეგმებოდა და ჯგუფებს შორის საზღვრებს არ ცნობდა. ახალი ამბების წარმოება ძირითადად პოლიტიკური ნეიტრალიტეტისა და გარე პლურალიზმის პრინციპების დაცვით ხდებოდა, რაც სატელევიზიო ჟურნალისტიკას, პრესაში დამკვიდრებული მიუკერძოებელი კომენტარის ჟურნალისტიკისაგან განასხვავებდა (ჰოლანდიის შემთხვევაში, საზოგადოებრივი შინაარსის გადაცემებს „საყრდენი" მაუწყებელი ორგანიზაციები ამზადებდნენ, ხოლო სპორტის ახალ ამბებს – „ქოლგა" ორგანიზაცია NOS-ი). იმავდროულად, სატელევიზიო გასართობი პროგრამები იმ საერთო კულტურულ გარემოს აყალიბებდნენ, რომლის პოლიტიკურ კულტურაზე გავლენის ხარისხის დოკუმენტურად დადასტურება რთული, თუმცა სავარაუდოდ უაღრესად მნიშვნელოვანი იქნებოდა.

მაუწყებლის პროგრამული შინაარსის პარალელურად ის ფაქტი, რომ სამაუწყებლო მედია „ყოვლისმომცველ" მედიას ქმნიდა

და მესიჯებს იდეოლოგიური და ჯგუფური საზღვრების მიღმა ავრცელებდა, დიდი პოლიტიკური ეფექტის შემცველი მოვლენა იყო, როგორც პარტიების დასუსტების შესახებ შემდეგი ციტატა ცხადყოფს: მან პოლიტიკურ პარტიებს მათი სოციალური წრის მიღმა მყოფი მოქალაქეებისათვის მიმართვის ძალზედ ეფექტიანი საშუალება მისცა, რამაც თავის მხრივ, „ყოვლისმომცველი" პარტიების გაფართოებას და სოციალურ ქსელებსა და პარტიკულარულ ქვეთემებზე დამოკიდებული კომუნიკაციის ტრადიციული საშუალებების ატროფია განაპირობა. უნდა გვახსოვდეს, რომ ტელევიზია დემოკრატიული კორპორატიზმისა და ლიბერალური მოდელის ქვეყნებში ერთადერთი „ყოვლისმომცველი," განვითარების პროცესში მყოფი მედიუმი არ იყო. კომუნიკაციის პროცესში „ყოვლისმომცველი" კომერციული პრესაც აქტიურად იყო ჩართული. უნდა ითქვას, რომ ზოგადად მედიის განვითარებამ მეოცე საუკუნეში ჯგუფთა შორის არსებული საზღვრების მიუხედავად, კულტურისა და ინფორმაციის ნაკადის მზარდ გავრცელებას შეუწყო ხელი, რამაც შეამცირა დამოკიდებულება ექსკლუზიურ წყაროებზე, მათსავე პარტიკულარულ ქვეთემებში.

„კრიტიკული ექსპერტიზა" ჟურნალისტიკაში

პადიოლიუს (1985) მიერ ჩატარებული *Le Monde*-სა და *Washington Post*-ის შედარებითი კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ ტელევიზიის გაფართოებამ ჟურნალისტურ კულტურაში „კრიტიკული ექსპერტიზა" დაამკვიდრა. 1960-70-იან წლებში დასავლეთ ევროპულ და ჩრდილო ამერიკულ ჟურნალისტიკაში (ჰელინი 1992) მოხდა ცვლილება და გამოიკვეთა ტენდენცია, რომლის შედეგად ჟურნალისტიკის ის ფორმა, რომელიც უკვე არსებული ელიტებისა და ინსტიტუტებისადმი დიფერენცირებული მიდგომით ხასიათდებოდა, დამოუკიდებელი ჟურნალისტიკის შედარებით აქტიურმა ფორმამ ჩაანაცვლა. ეს ცვლილება ორივე, ელექტრონულ და ბეჭდურ მედიაში მოხდა. მაგალითად, შვედურ ტელევიზიაზე ჯერფ-პიერი (2000; ასევე იხ. ეკეკრანცი 1997; ოლსონი 2002) წერდა:

> „...1965-1985 წლებში ჟურნალისტურმა კულტურამ კრიტიკული დაკვირვების ახალი იდეალი გაითავისა. გაბატონებული მიდგომა ამჯერად ინსტიტუტებსა და ფართო საზოგადოებაზე გავლენის გაძლიერებაზე იყო ორიენტირებული... ჟურნალისტები შეეცადნენ, რომ საზოგადო-

ებაში არსებული ინფორმაციის დეფიციტი აღმოეფხვრათ და თავისი აუდიტორია აქტიური მოქალაქეობისა და დემოკრატიული ჩართულობისათვის აუცილებელი ცოდნით აღეჭურვათ... ჟურნალისტებს გაუჩნდათ ამბიცია, რომ პოლიტიკოსების საქმიანობაზე, სოციალურ და ეკონომიკურ საკითხებზე მიმდინარე საჯარო დებატებსა და საჯარო ინსტიტუტებზე დაკვირვება ეწარმოებინათ“ (254).

ეს ტალღა ჩვენ მიერ შესწავლილ ქვეყნებში განსხვავებულ ფორმებსა და მასშტაბებს იძენდა. თუმცა ისეთი ზოგადი მახასიათებლებიც გააჩნდა, რომლებიც ქვეყნებს შორის არსებულ საზღვრებს არ ცნობდნენ. ყალიბდებოდა ჟურნალისტური დისკურსი, რომელიც პარტიებისა და პოლიტიკოსების დისკურსისგან განსხვავდებოდა. ასევე საზოგადოების „მოდარაჯე ნაგაზის“ კონცეფცია (ჯერფ-პიერი და უეიბული 200) და ჟურნალისტიკის, როგორც პოლიტიკური პარტიებისა თუ სოციალური ჯგუფების ინტერესებისაგან განსხვავებული, საზოგადოებრივი აზრის გენერალიზებული ფორმით წარმომადგენლობის კონცეფცია იკიდებდა ფეხს. ნივიუს (2002) თქმით, კრიტიკული პროფესიონალები „ავლენენ სტრატეგიის ნაკლს, მთავრობის შეცდომებს და ამას საკითხის ღრმა ცოდნით აკეთებენ. ისინი პოლიტიკოსებს საზოგადოებრივი აზრის ობიექტური კვლევის შედეგად გამოვლენილ კითხვებს ხალხის სახელითა და მათი ინტერესებიდან გამომდინარე უსვამენ ან ამას ისეთი ზეპოლიტიკური ღირებულებების სახელით აკეთებენ, როგორებიცაა: ზნეობა, მოდერნულობა და ევროპული სულისკვეთება.“

რატომ მოხდა ეს ცვლილება? რა თქმა უნდა, ეს ჩვენ მიერ ადრე განხილულ ღრმა სოციალურ და პოლიტიკურ ტრანსფორმაციებს უკავშირდება. თუ მატერიალურმა კეთილდღეობამ და პოლიტიკურმა სტაბილურობამ საზოგადოებაში გამოხატვის თავისუფლებისა და ჩართულობის „პოსტმატერიალისტური“ ღირებულებები გააძლიერა, კრიტიკული ექსპერტიზის ჟურნალისტიკა ამ ღრმა სოციალურ ცვლილებებზე მოქმედ ეფექტად უნდა მივიჩნიოთ. უნდა ითქვას, რომ ეს ცვლილება არა მარტო ჟურნალისტიკაზე, არამედ მთლიანად პლურალურ კულტურაზეც აისახა. ეს გარემოება ტელევიზიებში სატირული შოუების მომრავლებაშიც აისახა, მაგალითად, ისეთებში, როგორიც იყო ბრიტანული *That Was the Week that Was* და *Monthy Python'c Flying Circus* და ამერიკული *The Smothers Brothers Show.* ეს პროგრამები ძირითადად პოლიტიკურ იუმორზე იყო აგებული. თუ ყოვლისმომცველი პარ-

ტიების ფორმირება 1950-იან წლებში ხდებოდა (კირხეიმერის ამ პროცესის აღზევების დროდ 1966 წელს უთითებს) „ზეპოლიტიკურ“ ღირებულებებზე დაფუძნებული, ინდივიდუალური ამომრჩევლის საერთო აზრზე დამყარებული დისკურსი, კრიტიკული პროფესიონალიზმის პერსპექტივა ჟურნალისტიკაში ამ პროცესს წინ უსწრებდა.[92]

იმ შემთხვევაშიც კი, თუ მედიაში პროფესიონალიზმის აღზევება ნაწილობრივ სოციალური ძალების გავლენა და ასახვა იყო, როგორც ჩანს, რაღაც ეტაპზე მედიამ ამ პროცესის გაძლიერებას და გაფართოებას შეუწყო ხელი. ასევე შესაძლებელია, რომ ჟურნალისტიკის პოლიტიკური როლის ცვლილებას, თავად მედიის შიგნით მიმდინარე რიგმა პროცესებმაც შეუწყო ხელი და ეს ევროპულ საზოგადოებაში მიმდინარე სეკულარიზაციის, პოლიტიკურ სისტემებს შორის არსებული განსხვავების შემცირების საპასუხოდ მოხდა. ეს შიდა ფაქტორები იყო:

1. ჟურნალისტთა განათლების დონის ზრდა, რამაც ჟურნალისტიკა ანალიზის უფრო დახვეწილ ფორმებამდე მიიყვანა. ეს ნაწილობრივ, ჟურნალისტიკაში სოციალური, ზოგადად ჰუმანიტარული მეცნიერებებიდან მოხმობილი კრიტიკული ხედვის ინკორპორირების შედეგიც იყო.
2. ახალი ამბების ორგანიზაციების გაფართოება, რამაც თავის მხრივ, მეტი სპეციალიზაცია და ახალი ამბების მოპოვებისა და გავრცელების მეტი რესურსი გააჩინა.
3. პროფესიონალ ჟურნალისტთა მზარდი თემის შიდა განვითარება, რომელიც საკუთარი პრაქტიკის სტანდარტებს უფრო და უფრო ავითარებდა.
4. ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარება, რაც ჟურნალისტის, როგორც ინფორმაციის მწარმოებლის გავლენას ზრდის. აქ როგორც სატელევიზიო ჟურნალისტიკის ვიზუ-

92 საფრანგეთში „საგამოძიებო ჟურნალისტიკის“ აღმავლობის ხანასთან დაკავშირებით მარჩეტი (2000:31) აცხადებს: „.... პოლიტიკური ველის დასაყრდენების დეპოლიტიზირებამ, რასაც „ნეოლიბერალურმა გაერთიანებებმაც“ მისცა ბიძგი, განსაკუთრებით სოციალისტურ პარტიებში... პოლიტიკური ბრძოლის მოდიფიცირებაშიც შეიტანა წვლილი. ტრადიციული მემარცხენე/მემარჯვენე პარტიების დასუსტებამ, ძალაუფლების სკოლების მიერ გაწვრთნილი პოლიტიკური პერსონალის ჰომოგენიზაციის მნიშვნელოვანმა ფაქტორმა, დასაყრდენების პოლიტიკური ბრძოლების ვექტორი მორალური კატეგორიების ბრძოლის მიმართულებით წაიყვანა.

ალური ტექნოლოგიების, ასევე ბეჭდური მედიის ინფორმაციის გავრცელების ტექნოლოგიების განვითარება იგულისხმება. ამის საინტერესო მაგალითად საზოგადოებრივი აზრის კვლევები გამოდგება. ნივიუს (2002) აზრით, საზოგადოებრივი აზრის კვლევებმა ჟურნალისტებს მეტი საშუალება მისცა, რათა მათ კითხვები დაუსვან პოლიტიკოსებს, რომლებიც ამტკიცებენ, რომ ისინი საზოგადოებრივ აზრს დამოუკიდებლად წარმოადგენენ.

5. ჟურნალისტების იმიჯის ამაღლება. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ფაქტორის გავლენით, დიდ მედია ორგანიზაციებში მათმა წამყვანმა პოზიციებმა ისინი სოციალური კომუნიკაციის ლიდერებად აქცია. ასევე სავარაუდოდ ის გარემოება, რომ „ყოვლისმომცველი“ მედია საზოგადოებას, წარმოადგენს, როგორც ერთიანს და მთლიანს. მაგალითად, პაპათანასოპულოსი (2001:512) ბერძნული მაგალითის შესახებ (რაც გარკვეულწილად განსხვავებულია, რადგან ჩვენ ვნახავთ, რომ საბერძნეთში მიკერძოებული მიდგომები კვლავაც ძალაშია, თუმცა ეს მთელი სამხრეთ ევროპისათვისაც არის დამახასიათებელი) წერდა:

> „...შესაძლოა, ვინმემ თქვას, რომ კომერციალიზაციამ და ბერძნული მედიაბაზრის სწრაფმა განვითარებამ, ბერძენი ჟურნალისტები სოციალურად და პროფესიულად აამაღლა. სინამდვილეში ჟურნალისტები და წამყვანები საჯარო ფიგურებად იქცნენ. მათ ხელისუფალთა როლები მოირგეს. მაგალითად, ისინი სოციალური და პოლიტიკური რეალობის შესახებ აუდიტორიას საკუთარ აზრებსა და ინტერპრეტაციებს უზიარებენ. ისინი თავს საკუთარი აზრის მქონე პროფესიონალებად მიიჩნევენ და იმავდროულად, ხალხის წარმომადგენლებად პოზიციონირებენ. ამ ორი როლის მორგებით, ჟურნალისტები საკუთარ საზოგადოებრივ სახეს და გავლენას აძლიერებენ.“

კომერციალიზაცია

ღრმად გვწამს, რომ კომერციალიზაცია იყო ის მთავარი ძალა, რომელმაც მედიასისტემების ჰომოგენიზაცია მოახდინა. მან ევროპაში ელექტრონული და ბეჭდური მედიების ტრანსფორმირება განაპირობა. წიგნის ამ ნაწილში ჩვენ ევროპული მედიის კომერ-

ციალიზაციის მიზეზების პრინციპებს აღვწერთ, ხოლო შემდგომ ნაწილში მედიის როლის სოციალურ და პოლიტიკურ შედეგებს გამოვიკვლევთ. ბეჭდურ მედიაში, მეოცე საუკუნის მეორე ნახევარი პარტიული პრესის დასუსტებით აღინიშნა (ზოგიერთ ქვეყანაში ეს პროცესი 1950-იან წლებშიც მიმდინარეობდა, სხვაგან, მაგალითად, იტალიაში და საფრანგეთში, პარტიული პრესა მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდში გამოცოცხლდა, თუმცა მოგვიანებით კვლავ დასუსტება დაიწყო). კომერციული „ომნიბუსების“ საგაზეთო ბაზარზე მზარდ გაბატონებას, მოგვიანებით პოლიტიკური სამყაროსგან გაზეთების დისტანცირება მოჰყვა. გარკვეულწილად ეს ტენდენცია სეკულარიზაციის იმ უფრო ფართო კონტექსტსაც უკავშირდება, რომელშიც მკითხველის ინტერესმა კონკრეტული პარტიული ორიენტაციის მქონე გაზეთის მიმართ და ამ ნიშნით გაზეთის შერჩევის პრაქტიკამ იკლო. ასევე ნათელია, რომ ამ მიმართულებით გაზეთების განვითარებას საერთაშორისო ბაზრის განვითარებამაც შეუწყო ხელი. რა თქმა უნდა, საბაზრო ძალების პარტიულ პრესაზე ზემოქმედება მეოცე საუკუნის პირველი ნახევრიდან დაიწყო, ჯერ კიდევ იმ დროიდან, როდესაც პარტიული კუთვნილება პოლიტიკური კულტურის განუყოფელი ნაწილი იყო. მაგალითად, შვედეთში პარტიული გაზეთების რაოდენობამ პიკს 1920 წელს მიაღწია (პიკარდი 1988:18). ამ დროიდან მოყოლებული, ჩრდილო ამერიკის მსგავსად, რაზეც ჩვენ მე-7 თავში ვისაუბრეთ, მედია ბაზრის კონცენტრაციის ტენდენცია გაძლიერდა და გაზეთებმა ტრადიციული ჯგუფებისა და იდეოლოგიური საზღვრების გვერდის ავლით, საკუთარი ბაზრის გაფართოება დაიწყეს. კარგად კაპიტალიზებულმა, სარეკლამო შემოსავლებზე ორიენტირებულმა კომერციულმა გაზეთებმა ნაკლები კაპიტალის მქონე, პოლიტიკაზე ორიენტირებული გაზეთები ბაზრიდან განდევნეს და მეოცე საუკუნის უმეტესი პერიოდის განმავლობაში, ევროპის სხვადასხვა ქვეყნებში გაბატონებული პარტიული პრესა, სრულ გაქრობამდე მიიყვანეს.

მოვლენები ევროპის სამაუწყებლო ბაზარზე, სადაც 1970 წლამდე მაუწყებლობები წმინდად საზოგადოებრივი ხასიათისა იყო, კიდევ უფრო დრამატული ცვლილებებით აღინიშნა და კომერციულმა ტელევიზიებმა წამყვანი პოზიციები დაიკავა. ის, რასაც „კომერციულ წარღვნას“ უწოდებენ, იტალიაში 1976 წლიდან დაიწყო, სწორედ ამ წელს გამოიტანა იტალიის უზენაესმა სასამართლომ გადაწყვეტილება, რომლის თანახმად, საზოგადოებრივი მაუწყებლობის მონოპოლია გაუქმდა და კერძო ტელევი-

ზიებს ადგილებზე მაუწყებლობის უფლება მიეცათ (ცოტა უფრო ადრე, მართალია, განსხვავებული ლოგიკის შედეგად, მაგრამ ნიდერლანდებში, საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტრუქტურაში ფუნქციონირება TROS-მა და Veronica-მ დაიწყო. ამის შემდგომ ახალგაზრდულ-კულტურულ პროგრამებზე ორიენტირებული, პირატული არხებიც გაჩნდა). 1990 წლიდან კომერციულმა ტელევიზიებმა, ავსტრიის, შვეიცარიის და ირლანდიის გარდა, სადაც სერიოზული კომერციული ტელევიზიები არ განვითარებულა, ევროპის უმეტეს ქვეყნებში დაიწყო მაუწყებლობა.[93] ამ ქვეყნებში (იხ. ცხრილი 2.4) კომერციულ მაუწყებლებს აუდიტორიის დიდი ნაწილი უყურებს, რამაც საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტრანსფორმირება და კომერციული ტელევიზიებისაგან ლოგიკის დიდი ნაწილის გაზიარება განაპირობა.

სოციალურ სტრუქტურებში მომხდარი ბევრი იმ ცვლილების პარალელურად, რაზეც ჩვენ უკვე ვისაუბრეთ, ევროპის სამაუწყებლო სისტემაში განხორციელებული ცვლილება, ბევრი გავლენის კომბინაციის შედეგი იყო. პირველ რიგში ის, რომ მაუწყებლობებს შორის კონკურენცია გაძლიერდა. ამან, თავის მხრივ, საზოგადოებრივი მაუწყებლების აუდიტორიის, მისდამი ნდობის შემცირება და პროგრამირებისადმი განსხვავებული დამოკიდებულების გაჩენა გამოიწვია. არხების რაოდენობის ზრდამ – მაგალითად, თუ 1975 წელს 35 არხი იყო, მათი რიცხვი 1994 წლისათვის 150-მდე გაიზარდა (უეიმაუთი და ლამიზე 1996:24) – მაუწყებლობას სოციალური ინსტიტუტის არსი გამოაცალა. მან თითქმის მთლიანად დაკარგა ის საზოგადოებრივი ღირებულება, რომელსაც საზოგადოების ყოველი წევრი ინაწილებდა და უფრო ისეთი სამომხმარებლო ფუნქცია შეიძინა, რომელსაც მომხმარებელი ინდივიდუალურად ირჩევდა. ცნობიერების ცვლილებაზე VCR-ის განვითარებამაც უდავოდ დიდი გავლენა მოახდინა. პირატული მაუწყებლობების ადრეული ფორმა რადიომეკობრეობა იყო. რადიოსადგურები სკანდინავიაში 1950-იანი წლებიდან გემებიდან მაუწყებლობდნენ. ეს რადიოსადგურები რეკლამაზე იყვნენ ორიენტირებულები და მათ პოპულარობას ნაწილობრივ ახალგაზრდული – გლობალური – კულტურისადმი ინტერესმა

93 ეს ქვეყნები, ლინგვისტური თვალსაზრისით, დიდი ქვეყნების ენობრივ გაგრძელებებს წარმოადგენენ. გარე ტელევიზიებს ამ ქვეყნებში დიდი აუდიტორიები ჰყავს. შვეიცარიაში ეს აუდიტორია სულაც უმეტესობას წარმოადგენს. მედიაბაზარი ამ ქვეყნებში პატარაა და მაუწყებლებს კონკურენციას ეროვნულ დონეზე ვერ უწევს.

შეუწყო ხელი. ორივე ამ მახასიათებელში გლობალურ სამომხმარებლო კულტურასთან კავშირი გამოსჭვიოდა. ბევრ ქვეყანაში პირატული რადიოების აყვავების ხანა 1970-იან წლებზე მოდიოდა და ახალგაზრდული კულტურის გარდა, ახალი სოციალური მოძრაობების ეპოქას უკავშირდებოდა. საზოგადოებრივი მაუწყებლობების მცდელობამ, აღეკვეთათ ასეთი მაუწყებლობების არსებობა, მათი, როგორც პოლიტიკური პლურალიზმის ფლაგმანების ავტორიტეტი შეარყია. ლუქსემბურგიდან კერძო მაუწყებლები მეზობელ ქვეყნებზე: საფრანგეთზე, გერმანიაზე, იტალიასა და ჰოლანდიაზე მაუწყებლობდნენ, რამაც საზოგადოებრივი მაუწყებლობის მონოპოლია დაანგრია. ამ საქმეში თავისი წვლილი Radio Monte Carlo-მ და ხორვატიაში არსებულმა Radio Capodistria-მ შეიტანეს. მათ 1970 წელს იტალიის რადიომაუწყებლობაში რევოლუცია მოახდინეს. ტრანსსასაზღვრო მაუწყებლობის ფენომენმა სამაუწყებლო ინსტიტუციებისა და ეროვნული პოლიტიკური სისტემების ტრადიციულ ურთიერთობებს საფუძველი გამოაცალა. ეს პროცესი 1980-იანი წლებიდან საკაბელო და პირდაპირმა სატელიტურმა მაუწყებლობებმა კიდევ უფრო გააღრმავა.

კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი მედია პოლიტიკის შეცვლის მიზნით ლობისტური ზეწოლის გაძლიერება იყო. ამ მხრივ გამოირჩეოდა სარეკლამო ლობი, რომელმაც ბევრ ქვეყანაში ელექტრონულ მედიაზე ხელმისაწვდომობისათვის დიდი ძალისხმევა გაიღო (ჰამფრისი 1996:172-3). პილატი (1987) ხაზს იმ გარემოებას უსვამს, რომ იტალიაში კომერციული ტელევიზიები მას შემდეგ გაჩნდნენ, რაც კომერციულ და მწარმოებელ კომპანიებს რეკლამებში დასაბანდებელი ფული გაუჩნდათ, ხოლო საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერი ამ ტალღას ვერ გაუმკლავდა. ხშირ შემთხვევაში სარეკლამო კომპანიების ინტერესები კომერციული მაუწყებელი კომპანიების ელექტრონულ მედიაში გაფართოების მადას ემთხვეოდა და ერთიანი ძალით ახორციელებდა შეტევას. ამას ნაწილობრივ ბეჭდური მედიის კონცენტრაციაზე დაწესებული საკანონმდებლო ლიმიტებიც განაპირობებდა. ბევრი კომპანია საკუთარი ბეჭდური იმპერიის გაფართოებას ამ ლიმიტების დარღვევის გარეშე ვერ ახერხებდა. კიდევ ერთი სრულიად განსხვავებული ძალა, რომელიც პროცესს კერძო მაუწყებლობისაკან უბიძგებდა, სოციალური მოძრაობები იყო (სტუდენტური, პროფკავშირული მოძრაობები და სხვა), რადგან ისინი დაინტერესებულები იყვნენ იმაში, რომ საკუთარი

ხმა საზოგადოებისათვის კომუნიკაციის ადრე ჩამოყალიბებული ქსელების გვერდის ავლით მიეწოდებინათ. ისინი ამ მიზნით პირატულ მაუწყებლობებსაც იყენებდნენ.

დაბოლოს, ეკონომიკურმა გლობალიზაციამ, ზოგადად, ინდუსტრიასა და კერძოდ, მედია ინდუსტრიაში მრავალმხრივ მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა. 1974 წელს ევროპულმა სასამართლომ მაუწყებლობა რომის ხელშეკრულებით დაცულ საქმიანობად მიიჩნია. ეს გადაწყვეტილება 1980-იან წლებში კიდევ არაერთხელ დადასტურდა იმ კონტექსტში, რომ სერვისების სფეროს გლობალური ლიბერალიზაცია განხორციელდა. სერვისების საქმიანობაზე გენერალური შეთანხმება 1994 წელს გაფორმდა და მაუწყებლობის ამ კონტექსტში და არა ეროვნულ სოციალურ ან კულტურულ კონტექსტში განხილვა სწორედ ამ დოკუმენტით დაკანონდა. როდესაც 1980 წელს ევროპულმა კომისიამ ყურადღება სამაუწყებლო პოლიტიკის საკითხებს მიაპყრო და 1989 წელს კი დირექტივა „ტელევიზია საზღვრების გარეშე" შექმნა, ევროპის ერთიანი, აუდიოვიზუალური ბაზრის ჩამოყალიბების მიზანი გაცხადდა, რამაც თავის მხრივ, ისეთი ტრანსნაციონალური კომპანიების შექმნასაც მისცა ბიძგი, რომლებსაც ამერიკული მედია კონგლომერატებისათვის კონკურენციის გაწევა შეეძლოთ. მედია პოლიტიკა გლობალური კონკურენციის და მოწინავე საინფორმაციო ინდუსტრიის პრიზმაში ცალკეულმა ევროპულმა სახელმწიფოებმაც დაინახეს. ამ პოლიტიკამ მედია ინდუსტრიის ტრანსნაციონალიზაციას და, შესაბამისად, მისი მფლობელობის ინტერნაციონალიზაციასაც შეუწყო ხელი (მაგალითად, ესპანური არხის ტელე-5-ის 25%-ს 1998 წლისათვის ბერლუსკონი ფლობდა, 25%-ს გერმანული ფირმა კირში და 13-%-ს ლუქსემბურგის ბანკი და ბერტელსმანი ინაწილებდნენ). გლობალურ ბაზარზე კოპროდუქციის პრაქტიკა გადამწყვეტი გახდა. ბაზრის გლობალიზაცია თანდათან ავიწროებდა იმ ადგილობრივ პოლიტიკურ ძალებს, რომლებმაც თავის დროზე მედიის ფორმირებაზე დიდი გავლენა იქონიეს.

კომერციალიზაციის შედეგები

მედიის კომერციალიზაციამ ცვლილებების დიდ ნაკადს დაუდო სათავე. კომერციალიზაციაა უპირველესი მიზეზი იმისა, რომ ევროპის მედიასისტემები პოლიტიკური სამყაროდან კომერციის სამყაროზე გადაერთნენ. ამან ჟურნალისტიკის სოცი-

ალური ფუნქცია შეცვალა. ჟურნალისტების მიზანი არა იდეების გავრცელება და ამ იდეების ირგვლივ საზოგადოების კონსენსუსის მიღწევა, არამედ გასართობი და საინფორმაციო პროდუქციის წარმოება და ინდივიდისათვის მიყიდვა გახდა. ეს ჰომოგენიზაციის პროცესს ხელს უწყობს. ევროპის მედიასისტემების პლურალიზმს, რომელიც მეოცე საუკუნის უმეტესი დროის მონაკვეთში ცალკეული სახელმწიფოების პოლიტიკურ თუ კულტურულ სისტემებთან იყო დაკავშირებული, საფუძველი გამოეცალა და გლობალური მედიისათვის დამახასიათებლი პრაქტიკა გაბატონდა. ეს განსაკუთრებით საზოგადოებრივ მაუწყებლობებს შეეხოთ, რომელთა მთავარი ამოცანა იმ სოციალური ჯგუფებისა და კულტურული თემების გახმოვანება იყო, რომლებიც ნაციონალურ იდენტობას ემსახურებოდნენ. მოხდა „საზოგადოებისათვის დამახასიათებელი კულტურული კაპიტალის მდგრადი განახლება“ (ბლუმლერი 1992:11; ავერი 1993; ტრესი 1998). გამოიკვეთა მზარდი ტენდენცია და ახლა საზოგადოებრივ მაუწყებლებსაც გლობალური კულტურის ინდუსტრიისათვის მხარი უნდა აებათ.

რა თქმა უნდა, კომერციალიზაციამ ევროპული საზოგადოების „სეკულარიზაციაში“ საგულისხმო როლი ითამაშა. ჩვენ ვნახეთ, რომ სეკულარიზაციას საკმაოდ ღრმა ფესვები აქვს და იმ დროისათვის, როდესაც დრამატული ცვლილებები უკვე მომწიფდა, იგულისხმება მაუწყებლობის კომერციალიზაცია, ის საკმაოდ მოწინავე ტენდენციად იყო დამკვიდრებული. მიუხედავად ამისა, TROS-ის მაგალითი აჩვენებს, რომ საწყის ეტაპზე, 1980-იანი წლების კომერციულ „წარღვნამდე“ კომერციულ ძალებს საკმაოდ წინააღმდეგობრივი გზის გავლა მოუწიათ და ამ გზამ გაზეთების კომერციალიზაციაზე, ამერიკული მედია შინაარსის იმპორტსა და პრაქტიკის იმიტირებაზე, ზოგიერთ ევროპულ სისტემაში რეკლამაზე, პირატულ და ტრანსსასაზღვრო მაუწყებლობაზე, 1970-იანი წლების ბოლოს კი იტალიაში საზოგადოებრივი მაუწყებლობის სისტემის მონოპოლიის მოშლაზე გაიარა. ვფიქრობთ, სამართლიანია მოსაზრება იმის თაობაზე, რომ ევროპის ინდივიდუალურ მომხმარებელზე ორიენტირებულ საზოგადოებად ჩამოყალიბებაზე 1960-იანი წლებიდან რადიოსა და ტელევიზიის მზარდმა კომერციალიზაციამ დიდი გავლენა იქონია. ისიც ცხადია, რომ მოგვიანებით, 1980-იანი წლებიდან მოყოლებული ამ პროცესის გაძლიერებაზეც მედიის გავლენა აისახა.

კომერციალიზაციამ დიდი გავლენა პოლიტიკურ კომუნიკაციაზეც იქონია. კომერციულმა მედიამ პოლიტიკური რეპრეზენ-

ტაციისა და აუდიტორიის ფორმირების ძლიერი ტექნოლოგიები შეიმუშავა. პოლიტიკურ პარტიებს, საკომუნიკაციო გარემოში პირველობისათვის, ამ ტექნოლოგიების ათვისება მოუწიათ. ამ ტექნოლოგიების ორი უმნიშვნელოვანესი, ურთიერთდამაკავშირებელი მიდგომები იყო: პერსონალიზაცია და „რიგითი მოქალაქის“ შეხედულების უპირატესობის გათვალისწინების ტენდენცია. 1980-იან წლებში, როდესაც კომერციულ ტელევიზიებს ახალი ამბების გადმოცემის უფლება არ გააჩნდათ, მაგალითად, იტალიის საზოგადოებრივ მაუწყებელზე პოლიტიკოსები კომენტარებს მხოლოდ მთავარ პოლიტიკურ მოვლენებზე აკეთებდნენ (ჰელინი და მანჩინი 1984). ისინი ეკრანებზე ჩნდებოდნენ როგორც ზოგადად პოლიტიკის წარმომადგენლები და არა როგორც პოლიტიკური სურათის ინდივიდუალური სახეები. ახალ ამბებში პოლიტიკური ლოგიკა დომინირებდა და პოლიტიკოსის პერსონალური თვისებები ისევე უადგილო იყო, როგორც ახალი ამბების მომხმარებლების. ისინი ყოველ საღამოს იცვლებოდნენ და ამერიკული აუდიტორიისათვის მნიშვნელობას მოკლებულნი იყვნენ. 1990-იანებში ბერლუსკონის პოპულარობა იმ ფაქტორმა განაპირობა, რომ ის მედიისათვის „კარგი ამბავი“ იყო და კომერციული მედიის ნარატივი იტალიის მედია სივრცეში უკვე გაბატონებული გახდა. კომერციული მედიის ერაში პოლიტიკოსები „მედია ვარსკვლავებად“ იქცნენ და მხოლოდ პოლიტიკური საზღვრებით არ იფარგლებოდნენ, ისინი აქტიურად ჩნდებოდნენ როგორც სპორტულ, ისე გასართობ თოქ-შოუებში (მანჩინი 2000). უნდა აღინიშნოს, რომ პერსონალიზაცია არა მარტო ტელევიზიის ექსკლუზიური, არამედ მთლიანად პოპულარული კომერციული მედიის მახასიათებელია. ეს მახასიათებელი არსად არ არის ისე ძლიერი, როგორც მაგალითად, ბრიტანეთის, გერმანიისა და ავსტრიის სენსაციონისტურ პრესაში. ამ მხრივ ბეჭდური მედია ყველგან გამორჩეულია.

კომერციული მედიის კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი გამოვლინება „რიგითი მოქალაქის“ გამოცდილებასა და მის ხედვაზე ფოკუსირების ტენდენციაა. ევროპული ჟურნალისტიკის ადრეული ტრადიცია პოლიტიკური პარტიების, ორგანიზებული ჯგუფების წარმომადგენლებსა და სახელმწიფოს პოზიციებზე განუხრელად იყო ფოკუსირებული (მაგალითად, ჰელინი და მანჩინი 1984). მედიის კომერციალიზაციამ ეს ხედვა ინდივიდუალური მოქალაქის სასარგებლოდ შეცვალა (ნივიუ 1999; იხ. აგრეთვე ბლუმლერი და გურევიჩი 2001). ამ ფაქტორების შედეგია, რომ ცვლილებე-

ბი მოხდა როგორც გაშუქებაში, ისე საინფორმაციო-გასართობი პროგრამების, კერძოდ კი – თოქ-შოუების განვითარებაში, რომლებშიც საზოგადოებრივი მნიშვნელობის საკითხებზე მსჯელობენ. ასეთ გადაცემებში პოლიტიკოსებს, თუკი საერთოდ იწვევენ, მათ მეორადი როლი ეკისრებათ და როგორც ლიურდიხი (1997) აღნიშნავს, „საღი აზრი“ პოლიტიკურ დისკურსზე ზეობს. ბევრი ანალიტიკოსი მიიჩნევს, რომ ამ ცვლილებებმა ტრადიციული მასობრივი პარტიებისა და მათთან დაკავშირებული სოციალური ინსტიტუტების შესუსტებაზე დიდი გავლენა იქონია.

კომერციალიზაციამ მედიასა და პოლიტიკურ ინსტიტუტებს შორის არსებული ძალთა ბალანსიც შეცვალა. პოლიტიკურ კომუნიკაციაში მედიის, როგორც დღის წესრიგის განმსაზღვრელი ინსიტუტის როლი, სულ უფრო და უფრო იზრდებოდა. ამ ტენდენციის მკაფიო გამოხატულებაა პოლიტიკური სკანდალების რაოდენობის ზრდა, როგორც ევროპაში, ისე ჩრდილოეთ ამერიკაში. ავიღოთ საბერძნეთის მაგალითი:

> „...პოლიტიკურ დღის წესრიგზე კონტროლის მოპოვების მიზნით, მედიამ პოლიტიკოსებს ომი გამოუცხადა. პოლიტიკურ კომუნიკაციაში საკუთარი მნიშვნელობის აქცენტირებას ის პოლიტიკური პარტიებისა და პოლიტიკოსების საქმიანობის კრიტიკის ძლიერი ნაკადის შექმნით ეწეოდა... კომერციული მედიის აღმავლობამ ეს ტალღა გააძლიერა და დღეს ბერძენი მოქალაქები პოლიტიკური კინკლაობის, კერძო ინტერესებთან დაკავშირებული სკანდალების უწყვეტი ნაკადის მაყურებლები არიან და ლიბერალური დემოკრატიის სხვა ქვეყნების მსგავსად, ბერძნული მედია პოლიტიკურ ამბებსაც ქმნის, ამ მიზნით კი მედია სივრცეში მთავრობისადმი კრიტიკულად განწყობილი პოლიტიკოსები და ოპოზიცია შემოჰყავს (პაპათანასოპულოსი 2000:58).

ეს ტენდენციები, რა თქმა უნდა, მხოლოდ კომერციალიზაციის შედეგი არ არის. ეს იმ კრიტიკულ პროფესიონალიზმსაც უკავშირდება, რომლის განვითარება, ჩვენ მიერ აღწერილ ქვეყნებში კომერციალიზაციის სრულ აყვავებამდე მოხდა (ჯერფ-პიერი 2000). სკანდალები ხშირად ერთდროულად ორი მიზეზით ხდებოდა: ჟურნალისტის სურვილით, აემაღლებინა პროფესიული პრესტიჟი და პოლიტიკურ მოთამაშეებთან მიმართებაში საკუთარი დამოუკიდებლობის ხარისხი გაემყარებინა. აუდიტორიისათვის

ბრძოლის მოტივსაც დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა. სკანდალური პოლიტიკის მომძლავრება იმ ცვლილებებსაც უკავშირდება, რომელიც თავად პოლიტიკურ სისტემაში მოხდა, სასამართლო სისტემის ჩათვლით. სასამართლო, როგორც ეს მე-5 თავში ვნახეთ, უფრო დამოუკიდებელი გახდა და ამან, თავის მხრივ, მედიასაც შეუწყო ხელი, განსაკუთრებით სამხრეთ ევროპაში. უაისბორდი (2000) აღნიშნავს, რომ სკანდალები, როგორც წესი, პოლიტიკური წყაროების მონაწილეობასაც შეიცავს და მათი განხილვა მხოლოდ მედიასისტემის კონტექსტში, არასწორია. მიუხედავად ყველაფრისა, კომერციალიზაცია მედიას დამოუკიდებლობისათვის საჭირო ბაზისურ ძალას და საკუთარი დღის წესრიგის შექმნის მოტივაციას უქმნის, რაც არცთუ იშვიათად პოლიტიკოსების ხარჯზე ხდება.

გაზარდა თუ შეამცირა კომერციალიზაციამ პოლიტიკური ინფორმაციისა და დისკუსიის მოცულობა მედიაში? – ეს ერთ-ერთი რთული და საკამათო საკითხია. ევროპული მედია პოლიტიკას ტრადიციულად დიდ დროს უთმობს. საზოგადოებრივი მაუწყებლობებისათვის „პოლიტიკური პროცესის სიჯანსაღესა და ხარისხიან საზოგადოებრივ დისკუსიაზე თავად მაუწყებლობაში გამომუშავებული პასუხისმგებლობა“ ყოველთვის ცენტრალური ღირებულება იყო. ახალი ამბები და საზოგადოებრივი საქმეები ასევე ტრადიციულად პრივილეგირებული მიდგომით სარგებლობდა (ბლუმლერი 1992:36). ძნელია მოსახლეობის პოლიტიკური ინფორმირებულობის ხარისხის თვალსაზრისით შედარება. არსებობს მონაცემები, რომელთა თანახმად, ამერიკელებთან შედარებით, ევროპელებმა საერთაშორისო მოვლენების შესახებ უფრო მეტი იციან, იმ ქვეყნებშიც კი, სადაც გაზეთების ცირკულაციის დონე დაბალია (დიმოკი და პოპკინი 1997). ერთ-ერთი მთავარი წუხილი, რომელსაც ევროპელი მიმომხილველები გამოხატავენ, არის ის, რომ მათ მიაჩნიათ, რომ კომერციული სისტემა პოლიტიკური ინფორმაციისა და დისკუსიის მარგინალიზაციას მოახდენს. საზოგადოებრივი მაუწყებლები, როგორც წესი, ახალ ამბებს საეთერო ბადის პრაიმ-თაიმში ათავსებდნენ და იმ დროს, როდესაც ეთერში სხვა არაფერი ხდებოდა, მათ არნახული აუდიტორია ჰყავდათ. კომერციულ გარემოში ეს პრაქტიკა შეიცვალა, ასე მაგალითად, ბრიტანულმა რეგულირებულმა კომერციულმა მაუწყებელმა ITV-მ, ერთ დროს უაღრესად პოპულარული საინფორმაციო გამოშვება *News at Ten*, ახალი ამბების ტრანსლირე-

ბის ამერიკული პრაქტიკის მაგალითით, ათი საათიდან, საღამოს 6:30-ზე გადმოიტანა.

იმავდროულად, მედიის გაფართოებას, საერთო შეფასებით, საინფორმაციო „აფეთქება“ მოჰყვა. ადრეც დავწერეთ და კვლავაც გთავაზობთ იმ მოსაზრებას, რომელსაც მედია მკვლევარები პარტიების დასუსტებაში მედიის როლთან დაკავშირებით გვთავაზობენ: „მედიის მეშვეობით პოლიტიკურ ინფორმაციაზე გაზრდილმა ხელმისაწვდომობამ, ინფორმირებული არჩევანის გაკეთება „გააიაფა“ (ფლენეგენი და დალტონი 242). ცხადია, რომ ეს ასეა, როგორც მინიმუმ, თუ ვითარებას მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდს შევადარებთ. წარმატებას არა მხოლოდ ტელევიზიებმა მიაღწიეს. ეს ასევე ახალი ამბების მწარმოებელ მსხვილ ორგანიზაციებსაც შეეხო და ახლა გაზეთები ზომაში უფრო დიდებია, ვიდრე ადრე იყო. 1967 წელს *Il Corriere dalla Sera* თექვსმეტ-ოცდარვა გვერდზე იბეჭდებოდა, ამჟამად გვერდების რაოდენობა ორმოც-ორმაცდაათამდე გაიზარდა. თუმცა არა გვგონია, რომ გაზრდილი კომერციალიზაციის პირობებში, მედია საზოგადოებრივ საქმეებს ისეთივე ინტენსიურ ყურადღებას უთმობს, როგორც ამას პოლიტიკასთან დაკავშირებული გაზეთები ან საზოგადოებრივი მაუწყებლები წარსულში აკეთებდნენ.[94]

არსებული მტკიცებულებები ემპირიულია და აბსოლუტურად სანდო ვერ იქნება. საკითხი როგორც ჩანს, კომპლექსურია (მაგალითად, ბრანტი და სიუნე 1998). მაგალითად, რუნი (2000) ბრიტანულ *Sun*-სა და *Mirror*-ში, 1968 წელთან შედარებით, ახალი ამბების 33-23 პროცენტიან კლებაზე ამახვილებს ყურადღებას. 1998 წლისათვის პროცენტული მაჩვენებელი 9-მდე დავიდა. ეს ამყარებს ბრიტანელი მედია მკვლევარების აზრს, რომ კომერციალიზაციამ პოლიტიკური შინაარსი გაზეთების გვერდებიდან პრაქტიკულად განდევნა. ამის მაგალითი ის ფაქტია, რომ პროფკავშირების მიერ მხარდაჭერილმა *Daily Herald*-მა ადგილი სენსაციონისტურ *Sun*-ს დაუთმო. მაკლოგლანი და გოლდინგი, მიმართავენ რა პოლიტიკური გაშუქების ყველაზე ვიწრო განსაზ-

94 საკითხი იმის შესახებ, თუ რა რაოდენობით საინფორმაციო გადაცემა იწარმოება, განსხვავდება საკითხისგან, თუ რა რაოდენობით მომხმარებელი ჰყავს მას. პრიორის (2002) აზრით, სატელევიზიო არხების რაოდენობის გაზრდამ მოქალაქეს პოლიტიკური ინფორმაციის თავიდან აცილების საშუალება მისცა და შესაძლოა, სწორედ ამან განაპირობა პოლიტიკური ინფორმირებულობის სხვადასხვა ხარისხი მაშინაც კი, როდესაც უფრო მეტი ინფორმაცია გახდა ხელმისაწვდომი.

ღვრებას, აცხადებენ, რომ ბრიტანულ ტაბლოიდებსა და სოლიდურ გამოცემებს შორის განსხვავების მდგრადი ტენდენცია არ არსებობს და რომ „ტაბლოიდური პროდუქციის არსიც პოლიტიკური და თუ გნებავთ, იდეოლიგიურია“ (87). ფრანკლინი (1997) 1990 წლის სოლიდურ მედიაში, პარლამენტთან დაკავშირებული ახალი ამბების მოცულობის კლებაზე მიუთითებს. იგივეზე საუბრობს ნეგრინი (1998). ბრიტანული გამოცემები საპარლამენტო საქმიანობის გაშუქებას სულ უფრო და უფრო ნაკლებ გვერდებს უთმობდნენ და ეს პროცესი 1990-იანების ჩათვლით გრძელდებოდა. ნეგრინი ასევე საფრანგეთისა და გერმანიის ტელევიზიებში პოლიტიკური საკითხების გაშუქების შემცირებაზე საუბრობს. პფეტჩი (1996) გერმანულ ტელევიზიებში პოლიტიკური ინსტიტუტების – მთავრობა, პარლამენტი, პარტიები – საქმიანობის გაშუქების კლებაზე საუბრობს, თუმცა მიაჩნია, რომ ამით პოლიტიკური შინაარსი მედიაში არ შემცირებულა, მეტიც, პოლიტიკური ძალადობის გაშუქების მოცულობა გაიზარდა. უინსტონი BBC1-ის საინფორმაციო გამოშვებებში პოლიტიკური შინაარსის კლებას აღნიშნავს, რამაც 1975 წლის 21.5%-დან 2001 წლისათვის 9.1%-მდე დაიწია. ხოლო კრიმინალური თემების გაშუქება 4.5%-დან 19.1%-მდე გაიზარდა. ITN-იც თითქმის იგივე, შესაძლოა, ოდნავ უფრო დიდ განსხვავებას იძლევა. ბრანტსის (1998:322) შეფასებით კი, „უმეტეს ქვეყნებში კომერციალიზაციას პოლიტიკური ახალი ამბების მარგინალიზება არ მოჰყოლია. რვა ევროპული ქვეყნის საინფორმაციო გამოშვებაში, 1990-იანი წლების პირველ ნახევარში, ყოველი 13,3 პოლიტიკასთან დაკავშირებული თემა იყო“. დაბოლოს, იტალიის მაგალითი, სადაც გაზეთები ბაზარზე ორიენტირებულობის მაღალი ხარისხით გამოირჩეოდა, თუმცა პოლიტიკური საკითხების გაშუქების მოცულობა არ შემცირებულა: ოცდაათი იტალიური გაზეთის მაგალითმა გვიჩვენა, რომ 1966 წელს ამ გაზეთებში მოთხრობილი იყო 80 პოლიტიკური ამბავი, 1976-ში – 647, 1986-ში – 560 და 1996-ში – 1257 (მანჩინი 2002). ცხადია, წარსულთან შედარებით, პოლიტიკური ამბები განსხვავებულ, დისკურსის ჟანრში იყო გადმოცემული, რაც დრამატიზების შესაძლებლობას ზრდის (ბიონდა და სხვები 1998; მანჩინი 2002). ტელევიზიებში მიმდინარე ახალი ამბების მოცულობა გაიზარდა და რაც მთავარია, ეს პროგრამები მაყურებლებში პოპულარულია.

ასე რომ, კომერციალიზაციის პირობებში პოლიტიკური შინაარსის კლების საკითხი კვლავაც ღია რჩება.

კომერციალიზაციის ზრდისა და მედიაში პოლიტიკური შინაარსის კლების საკითხი კიდევ ერთ კითხვას ბადებს: ხომ არ გამოიწვევს მზარდი კომერციალიზაცია პოლიტიკური ცხოვრებისგან მასების გაუცხოებას? მოსაზრებები აქაც წინააღმდეგობრივია. ბევრს მიაჩნია, რომ პირად ცხოვრებაზე კომერციული მედიის ფოკუსირება, კოლექტიური პოლიტიკური მოთამაშიდან ყურადღების სკანდალებზე გადატანა და პოლიტიკური ცხოვრების ნეგატიურად წარმოჩენა, საზოგადოების პოლიტიკურ ცხოვრებაში ჩართულობის ხარისხზე უარყოფითად აისახება (მაგალითად, პეტერსენი 1993). მზარდ კომერციულ მედიასთან დაკავშირებული ცვლილებები, კამპანიების სტილიც, ასეთივე ეფექტის მქონე ფაქტორად მიიჩნევა. პაპათანასოპულოსი (2000:56) თვლის, რომ ტელევიზიაზე ორიენტირებული კამპანიების გაზიარებით, პარტიებმა ტრადიციული ყურადღება საჯარო შეკრებებსა და პარტიის აქტივისტებთან პიროვნულ კონტაქტებს მოაკლეს და ამით მოქალაქეებს კამპანიებში უშუალოდ მონაწილეობის შესაძლებლობა შეუზღუდეს. ეს, თავის მხრივ, პარტიების ამომრჩევლების კიდევ უფრო დისტანცირებას განაპირობებს". სხვებს (მაგალითად, ბრანტსს) მიაჩნიათ, რომ პოლიტიკის დრამატიზაცია და პოლიტიკური დისკურსის საინფორმაციო-გასართობ თოქ-შოუებში გადანაცვლება, სადაც „რიგითი მოქალაქის" ხმას უფრო მეტი წონა აქვს, ხალხის პოლიტიკაში ჩართვას უწყობს ხელს.

კომერციალიზაციასთან დაკავშირებული გავლენების სწორად შერჩევასა და შეფასებას ნაწილობრივ ისიც ართულებს, რომ თავად კომერციალიზაცია დასავლურ საზოგადოებებში მომხდარი ცვლილებების შედეგია და ამ ცვლილებებთან მჭიდრო ინტერაქციაში იმყოფება. ამის საუკეთესო ილუსტრაცია პირატული რადიო მაუწყებლობებია, რომლებიც სარეკლამო ინდუსტრიისა და ახლად გაჩენილი იმ სოციალური მოძრაობების შედეგი იყო, რომელთაც ფართო საზოგადოებისათვის საკუთარი ხმის მიწვდენა სურდათ. პირატული რადიო მაუწყებლობის ეთერში უმეტესად ახალგაზრდული კულტურა ჭარბობდა, რომელიც ძალაუფლების დადგენილი ისტებლიშმენტის გამოწვევაც და იმავდროულად, გლობალური მომხმარებლური საზოგადოების გაფართოების დეკლარირებაც იყო. ასევე უნდა აღინიშნოს ის გავლენა, რომელსაც ამ პროცესზე კრიტიკული ექსპერტიზის თანადროული ჟურნალისტური პრაქტიკის დამკვიდრება და კომერციალიზაცია ახდენდნენ. ამ თავის მომდევნო ნაწილში ჩვენ შევეცდებით

დავასაბუთოთ, რომ კომერციალიზაცია, პოლიტიკური პარალელიზმის ხარისხთან დაპირისპირებაში, დაუმარცხებელი არ არის და რომ გარკვეული პირობების არსებობის შემთხვევაში, მედიის მიკერძოებას კიდევაც ზრდის. საკითხის კომპლექსური სირთულის მიუხედავად, ჩვენ შეგვიძლია განვაცხადოთ, რომ ზოგადად კომერციალიზაციამ, ორგანიზებულ პოლიტიკურ მოთამაშეებთან მედიის კავშირმა, რითაც დემოკრატიული კორპორატიზმისა და პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნები ლიბერალური მოდელის ქვეყნებისაგან განსხვავდებიან, დაასუსტა. ამან გლობალიზებული მედია კულტურის განვითარებას შეუწყო ხელი, რაც ნაციონალური მედიასისტემების განსხვავებების მნიშვნელობას ამცირებს.

ჰომოგენიზაციის პროცესის ლიმიტები და კონტრტენდენციები

აღარავინ დაობს იმაზე, რომ ჰომოგენიზაცია ძლიერი პროცესია და რომ მედიასისტემების კონვერგენციის პროცესი, უმთავრესად ლიბერალური მოდელის მიმართულებით, სახეზეა. უსაფუძვლო არ იქნება თუ ვიტყვით, რომ ეს ტენდენცია მომავალშიც გაგრძელდება, თუნდაც იმიტომ, რომ ახალგაზრდა ჟურნალისტები, რომლებიც მედიის როლის სხვადასხვა კონცეფციებს იცნობენ, თანდათან ძველი თაობის ჟურნალისტების ადგილებს იკავებენ. ასევე იმიტომ, რომ მაუწყებლობის კომერციალიზაციის (რაც ბევრი ევროპული ქვეყნისათვის ჯერ კიდევ ახალია) შედეგი თავისით იმკვიდრებს თავს. თუ ეს პროცესი უცვლელად გაგრძელდება, შესაძლოა ვივარაუდოთ, რომ შეერთებული შტატებისა და დასავლეთ ევროპული მედიასისტემების კონვერგენცია ლიბერალურ მოდელში განხორციელდება. მაგრამ, ისტორია სწორხაზოვნად არასდროს ვითარდება. არსებობს მრავალი მიზეზი იმისა, რომ განვლილი ორი დეკადის ჰომოგენიზაციის ისტორიის პროეცირება მომავალზე განურჩევლად არ მოვახდინოთ.

ჩვენ მიერ განხილულ ქვეყნებს შორის შეიძლება, პოლიტიკური სისტემების თუნდაც ორი ისეთი ვარიაცია გამოვყოთ, რომელიც ცვლილებებისდა მიუხედავად, უცვლელი რჩება და რომელსაც პოლიტიკურ ინსტიტუტებსა და კულტურაში უდავოდ ჰქონდა ადგილი. ზოგადად ამბობენ, რომ ევროპული პოლიტიკა გარკვეულწილად „პრეზიდენტულია." მაგრამ საპარლამენტო სისტემები საპრეზიდენტოსგან განსხვავდება. ბლუმლერი, კავანო და ნოსიტერი (1996:59) წერენ:

„ძალაუფლების გაყოფის პრინციპმა შეერთებულ შტატებში პრეზიდენტზე მასმედიის საშუალებით საზოგადოებრივი აზრის მუდმივი ზეწოლის პრაქტიკა განაპირობა, რადგან პრეზიდენტი იძულებულია, ყურადღებით მოეკიდოს ამ ზეწოლას, რათა მისმა ქმედებებმა პოპულარობა არ დაკარგონ... ამავე დროს, ბრიტანეთის საპარლამენტო სისტემაში პრემიერ-მინისტრი და მისი კაბინეტი, პარტიულ დისციპლინაზე არიან დამოკიდებულები, რათა მათი საკანონმდებლო ინიციატივები პარლამენტში გაიტანონ...“

პროპორციული წარმომადგენლობითი სისტემაც უბრალო უმრავლესობის ელექტორალური სისტემისგან განსხვავებულია და არაერთგვაროვან პარტიულ სისტემას აყალიბებს. კონსტიტუციური ცვლილებები ჰომოგენიზაციის შესაძლებლობას აქაც ქმნის – მაგალითად, იტალიაში ასეთი ცვლილებების შესაძლებლობაზე დებატები უკვე მომდინარებს – თუმცა ევროპის უმეტეს ნაწილში ამ მიმართულებით ტრანსფორმაცია ახლო მომავალში მოსალოდნელი არ არის. ცხადია, პოლიტიკური სისტემა მედიასისტემაზე ისეთ გავლენას, როგორსაც ერთ დროს ახდენდა, ვეღარ ახდენს, რადგან მედია მისგან საკმაოდ დიფერენცირებულია. მაგრამ ახალი ამბების მედია პოლიტიკურ სისტემასთან კვლავაც მჭიდრო კონტაქტშია. საინფორმაციო ნაკადი და ახალი წყაროების სტრუქტურული ორგანიზაციები სავარაუდოდ კონტრასტულ სისტემებად დარჩებიან და ეს პოლიტიკური ნარატივის წესსაც შეეხება. უნდა ვიფიქროთ, რომ მედიასისტემების კონვერგენცია მაშინ, როდესაც პარტიული და საარჩევნო სისტემები ესოდენ განსხვავებულია, მუდმივად ვერ გაგრძელდება.

სამართლებრივი სისტემებიც საკმაოდ განსხვავებულია. დაუსაბუთებელი ვარაუდი იქნება, თუ დავუშვებთ, რომ შეერთებული შტატების სამართლებრივი სისტემის განმსაზღვრელი „პირველი შესწორების აბსოლუტიზმი“ ევროპაშიც იქნება გაზიარებული. ეს განსხვავებები მედიასისტემებზეც აისახება. როგორც ჩანს, საარჩევნო კომუნიკაცია ევროპაში კვლავაც უფრო რეგულირებული იქნება და სატელევიზიო დროის განაწილება და ფასიანი რეკლამის შეზღუდვა ამ პროცესში (ბელგიამ, დანიამ, საფრანგეთმა, ნორვეგიამ, პორტუგალიამ, შვედეთმა, შვეიცარიამ სულ ახლახანს ტელევიზიებში ფასიანი რეკლამა აკრძალეს)

ამ სისტემების დამკვიდრებულ პრაქტიკად დარჩება (ფარელი და უები 2000:107).[95]

შესაძლოა, მაუწყებლობის უფრო მკაცრი რეგულირება „კომერციულ წარღვნას“ უმტკივნეულოდ გადაურჩეს (ასევე შესაძლებელია, რომ ევროპულმა მარეგულირებელმა რეჟიმებმა გავლენა შეერთებული შტატების რეგულაციებზე მოახდინოს, რადგან ევროკავშირის ბაზარი შეერთებული შტატების კომპანიებისათვის სულ უფრო და უფრო მნიშვნელოვანი ხდება. არც ის არის გამორიცხული, რომ პირადი ცხოვრების დაცულობის ძლიერი ევრორეგულიცია შეერთებული შტატების საინფორმაციო ინდუსტრიაზეც აისახოს). ნეოლიბერალიზმის ლიბერალური ტალღის გამო ევროპის სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფოებმა ერთგვარად უკან დაიხიეს, თუმცა არაერთი მკვლევარი აცხადებს, რომ სრული ჰომოგენიზაცია ამ პროცესის შედეგი არ იქნება. მოზესის, გეიერის და ინგებრიტსერის აზრით (2000:18), „სკანდინავიური მოდელი გლობალიზაციის/ევროპეიზაციის ძალების ლიმიტირების ნათელი მაგალითია. მაგალითი იმისა, რომ ცალკეულ ქვეყნებს საკუთარი პოლიტიკის წარმოება შეუძლიათ და რომ მემარცხენეებს საერთაშორისო საბაზრო ძალებისათვის წინააღმდეგობის გაწევის უნარი შესწევთ. ეს ასევე ეხება სოციალ-დემოკრატიული პარტიების უნარს, ცვალებად საერთაშორისო წესრიგის პირობებთან მოახდინონ ადაპტირება.“ იგივე სკანდინავიურ მედიასისტემასთან მიმართებაშიც შეიძლება ითქვას. ბლუმლერი და გურევიჩი (2001) ბრიტანეთისა და შეერთებული შტატების მედიასისტემების კონვერგენციაზე მსჯელობისას ერთ დეტალს უსვამენ ხაზს: ამ ორ ქვეყანაში საარჩევნო კამპანიების გაშუქების შედარებამ აჩვენა, რომ განსხვავება 1980-1890 წლებში მკვეთრად გაიზარდა. შეერთებულ შტატებში კომერციალიზაცია გაძლიერდა, ხოლო ბრიტანეთში კი საზოგადოებრივი მაუწყებელი კვლავ თავის პოზიციებზე დარჩა.

გამორიცხული არ არის, რომ მედიასისტემების კონვერგენციის ტენდენცია ზოგადად შესუსტდეს ან ცალკეულ ქვეყნებში თავი საპირისპირო პროცესმა იჩინოს. მაგალითისათვის, არსე-

---

95 „ბრიტანეთში რეკლამა ნაკლული სტატუსის მქონე საქმიანობაა, იმასთან შედარებით, რასაც პოლიტიკოსები თავის სამუშაოდ მიიჩნევენ. და მიუხედავად უკანასკნელ პერიოდში ბრიტანული მაუწყებლობის მძლავრი გარღვევისა, საბაზრო ძალების მიმართულებით, ფასიანი რეკლამის აკრძალვა ტელევიზიასა და რადიოში, კვლავ ძალაში რჩება“ (ბლუმლერი, კავანო და ნოსიტერი 1996:59).

ბობს რიგი ნიშნები იმისა, რომ პარტიებს შორის არსებულმა დაპირისპირებამ და დიფერენცირებამ, რომელიც ევროპის უმეტეს ქვეყნებში ბოლო წლების განმავლობაში შესუსტდა, რის შედეგადაც ამ ქვეყნებში მედიის პოლიტიკური პარალელიზმის ხარისხი შემცირდა, თავი კვლავ იჩინა და ბოლო წლების ეს კონტრტენდენცია მედიასისტემებსაც შეეხო. იაბობსონის (2001) აზრით, შეერთებულ შტატებში საარჩევნო პროცესში მიკერძოებისა და პოლიტიკური მიდგომების დასუსტება 1950-1970-იან წლებში კვლავ მათი გაძლიერების ტენდენციით შეიცვალა. ევროპაში კომუნისტური პარტიები, ზოგან კი ფაშისტური პარტიებიც გაქრა, ისევე, როგორც განსხვავებები მემარცხენე და მემარჯვენე ტრადიციულ პარტიებს შორის. თუმცა გაჩნდა არაერთი მემერჯვენე ექსტრემისტული პარტია, რომელიც იმიგრაციას, მულტიკულტურალიზმს და ევროპულ ინტეგრაციას დაუპირისპირდა. ამის პარალელურად მემარცხენე ფლანგზე მწვანეები გამოჩნდნენ და არსებობს იმის ნიშნებიც, რომ მალე სარბიელზე ახალი მემარცხენე ძალებიც გაჩნდებიან. საფრანგეთში 2002 წლის არჩევნების პირველ რაუნდში თავი მემარჯვენე ფრთის ნაციონალურმა ფრონტმა გამოიჩინა, მაშინ, როდესაც მემარცხენე ფლანგზე გარკვეულ წარმატებას სოციალ-ცენტრისტებმა და ტროცკისტებმა მიაღწიეს.

მიიჩნევენ, რომ ჰომოგენიზაცია ნეიტრალური ჟურნალისტიკისაკენ გადადგმული ნაბიჯია. ჟურნალისტიკის ეს ფორმა განსაკუთრებით შეერთებულ შტატებშია ძლიერი. ჩვენ ვნახეთ, რომ ეს ფაქტიურად მოდერნიზაცია/დიფერენციაციის თეორიის წინამორბედია, რომელიც მედია ინსტიტუტების ნეიტრალურ პროფესიონალიზმზე შენებას ყველაზე განვითარებულ იდეად მიიჩნევს. ბუნებრივია, რომ მთავარი ტენდენციაც ამ მიმართულებაზეა ორიენტირებული. მაგრამ აქ სერიოზული შეზღუდვები და კონტრტენდეციებიც არსებობს და ამაზე ყურადღების გამახვილება ღირს. ევროპაში ტრადიციულად არა მარტო ადვოკატირების ჟურნალისტიკა არსებობს, არამედ ჟურნალისტიკის სხვა ფორმებიც ვითარდება და ეს ფორმები ლიბერალურ სისტემებშიც იჩენს თავს. ასე რომ, კონვერგენცია მხოლოდ ცალმხრივი პროცესი არ არის.

მე-5 თავში ვნახეთ, რომ ადვოკატირების ჟურნალისტიკის ფორმები პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებისათვის, კერძოდ, იტალიის, ესპანეთისა და საბერძნეთისათვის არის დამახასიათებელი. 1970-იანი წლებიდან იტალიაში პრესა უფრო ბა-

ზარზე ორიენტირებული გახდა, თუმცა ამ პროცესის ლიდერმა გაზეთებმა *La Republica*-მ და *Il Giornale*-მ, რომლებსაც გამოკვეთილი პოლიტიკური იდენტობა ჰქონდათ და ნეიტრალური ჟურნალისტიკის დამკვიდრება სცადეს, ამ გზაზე წარუმატებლობა განიცადეს. 1980-1990 წლებში ესპანური მედია, ბეჭდურიც და ელექტრონულიც, ორ დაპირისპირებულ პოლიტიკურ ბანაკად დაიყო. პაპათანასოპულოსი (2001) ბერძნულ მედიაზე წერს, რომ ჟურნალისტიკის პოპულარულმა, ბაზარზე ორიენტირებულმა ფორმამ აქ ახალი ამბების მედიის პოლიტიკური ინსტრუმენტალიზაციის პრობლემა ვერ გადაწყვიტა, თუმცა გავლენის ბალანსი შეცვლა და პოლიტიკოსებიდან მის მედია მფლობელების ხელში გადანაცვლებას შეუწყო ხელი. პოლიტიკაზე ზეწოლის მათ ხელთ არსებული შესაძლებლობა განუზომლად გაიზარდა. დერეგულირებამ და კომერციალიზაციამ სენსაციონალიზმი შვა და არა ნეიტრალურობა. პაპათანასოპულოსს ზაჰაროპულოსისა და პარაჩოს (1993:96) ციტატა მოჰყავს იმის თაობაზე, რომ „ბერძნული მედიის უდიდესი ნაწილი ურცხვად მიკერძოებული, სენსაციონალისტური და პოლიტიზირებულია“. იგივე პრობლემებია იტალიაშიც (ბეჩლონი 1995; მანჩინი 2000; როიდი 2001).

მე-6 თავში, დემოკრატიული კორპორატისტული ქვეყნების განხილვის დროს, ჩვენ დავინახეთ, რომ ჟურნალისტური ნეიტრალიტეტის ნორმებისა და საბაზრო სტრატეგიების დამკვიდრება აქ სერიოზული ტენდენციაა, თუმცა პოლიტიკური პარალელიზმი ნაციონალურ პრესაში არსებობას განაგრძობს და უახლოეს მომავალში მისი გაქრობის პერსპექტივა არ ჩანს. ამ პროცესების პარალელურად, ლიბერალურ სისტემაში ადვოკატირების ჟურნალისტიკის ახალმა ფორმებმა იჩინა თავი. ამერიკაში, რადიოსა და საკაბელო ტელევიზიებში, პოლიტიკურმა თოქ-შოუებმა იმძლავრა და Fox News-მა ამ ბაზარზე თავი იმით დაიმკვიდრა, რომ მას თავისი პოლიტიკური პროფილი აქვს შინაარსისა და აუდიტორიის პოლიტიკური სიმპათიის თვალსაზრისით.

ბევრი რამ მეტყველებს იმაზე, რომ მედიის კომერციალიზაციასა და ნეიტრალურ პროფესიონალიზმს შორის კავშირი სავალდებულო ხასიათის არ არის. მიუხედავად იმისა, რომ კომერციალიზაცია ჟურნალისტიკის ძველ ფორმებს აუქმებს, ის ადვოკატირების ჟურნალისტიკის და პოლიტიკური პარალელიზმის ახალ ფორმებს ქმნის. როგორც ჩანს, ეს პროცესი სპეციფიკურ საბაზრო პირობებში ვითარდება, განსაკუთრებით იქ, სადაც გაზეთების ადგილობრივი ბაზრების მაღალი კონცენტრაციაა. რა

თქმა უნდა, იქ, სადაც კონკურენცია ინტენსიური არ არის (ჰელინი 2000), მაგალითად, ადგილობრივი გაზეთების მონოპოლიის პირობებში (მაშინ, როცა შეერთებულ შტატებში მედია კონკურენცია ნაკლებად მძაფრი იყო და საგაზეთო კომპანიები საფონდო ბირჟების ჩამონათვალში არ ირიცხებოდნენ) ნეიტრალური პროფესიონალზმი წარმატებას აღწევს. ასევეა საზოგადოებრივ მაუწყებლობაში, სადაც პოლიტიკური დამოუკიდებლობა არსებობს ან იგივე შეერთებულ შტატებში, მთავრობის მიერ რეგულირებული ოლიგოპოლიური მაუწყებლობის შემთხვევაში, ვიდრე 1980-იან წლებში დერეგულირების პროცესი დაიწყებოდა. სხვა შემთხვევებში კი კომერციული ზეწოლა მედიის პოლიტიკისაგან დიფერენცირებას ახალისებს და საინფორმაციო საქმიანობის ნაცრისფერ რუტინაზე, მოსაზრებების მრვალფეროვნების დრამის გაბატონებას უწყობს ხელს. მე-7 თავში ჩვენ დავინახეთ, რომ ბრიტანეთის ტაბლოიდური პრესა გაცილებით პოლიტიზებულია, ვიდრე ამერიკის მონოპოლიური პრესა. მემარჯვენე პოლიტიკურ და ეკონომიკურ პირობებში, მოსაზრება „ყიდის." ეს არა მარტო ბრიტანულ, გერმანულ ან ავსტრიულ ტაბლოიდურ პრესასთან მიმართებაში შეიძლება ითქვას, არამედ ესპანეთის რადიოსთან დაკავშირებითაც. მაგალითად, პოლიტიკური – სადისკუსიო პროგრამების (tertulias) წამყვანებმა პოპულარობა და არნახული ხელფასები, სწორედ საკუთარი აზრის დაუფარავად გაცხადებით მოიპოვეს (ბარერა 1995). მოსაზრება მთავარ როლს ამერიკულ საკაბელო ტელევიზიებშიც ასრულებს და ჟურნალისტიკის ამ ფორმას პროგრამების წამყვანებიცა და ჟურნალისტებიც ღიად მიმართავენ (მაგალითად, იხ. რუტენბერგი 2002). განვლილი ორი ათეული წლის „კომერციული წარღვნის" შედეგი ელექტრონულ მედიაში არხების არნახული სიმრავლეა. როგორც ჩანს, მათი მიზანი პოლიტიკური პარალელიზმის ახალი ფორმების შექმნაა. აუდიტორიის ფრაგმენტირება, ბევრი მოქმედი არხის „ყოვლისმომცველობის" სტრატეგიას ეფექტს უკარგავს.

დაბოლოს, უნდა გვახსოვდეს ის, რაც მე-7 თავში ლიბერალური სისტემების პროფესიონალიზაციაზე მსჯელობისას ითქვა: ნეიტრალური პროფესიონალიზმი, გარკვეულწილად მედია ინდუსტრიის ლოგიკისგან ჟურნალისტიკის იზოლირებას ეფუძნება. თუ კომერციალიზაცია ამ გაყოფას ასუსტებს, მედია ორგანიზაციების შიგნით ჟურნალისტის ავტონომიურობას ზღუდავს და ახალ ამბებსა და გართობას შორის არსებულ საზღვრებს აუქმებს, ნეიტრალური ჟურნალისტიკა არ ქრება, ის უბრალოდ

ჟანრებს შორის ერთ-ერთი ხდება. ამის ნათელი მაგალითი საინფორმაციო-გასართობი ("infotainment") ჟანრის გადაცემების მომრავლებაა, რომელთაც ხშირად „ახალი ამბების" (ტეილორი 1992) სახელით მოიხსენიებენ და რომელიც ობიექტურობის ტრადიციულ პროფესიულ იდეალს ხშირად შორდება.

დიფერენციაცია და დედიფერენციაცია

ამ თავის ბოლო ნაწილში ჩვენ დიფერენციაციის თეორიაზე მე-4 თავში დაწყებულ მსჯელობას მივუბრუნდებით და კითხვას ოდნავ განსხვავებული ფორმით დავსვამთ: აქვს თუ არა აზრი დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილოეთ ამერიკის მედიასისტემებში მიმდინარე ცვლილებების სტრუქტურულ-ფუნქციონალისტური გაგებით „მოდერნიზაციის" ისეთ პროცესად შეფასებას, რომელსაც მედია სხვა სოციალური ინსტიტუტებისგან დიფერენცირების მაღალი ხარისხისკენ მიჰყავს? ვფიქრობთ, რომ ეს თეორიული პერსპექტივა ვითარებას მრავალმხრივ ერგება. სეკულარიზაციის პროცესი დიფერენციაციის თეორიასთან შესაბამისობაშია. მეოცე საუკუნის დასაწყისში, ბევრი ევროპული საზოგადოება, მათ შორის დემოკრატიული კორპორატიზმისა და პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებში, ინსტიტუტებისა და იდენტობების, იდეოლოგიური, სოციალური კლასების, რელიგიური იდენტობების აღრევის მაღალი ხარისხით ხასიათდებოდა. ამას თან პარტიული ინსტიტუტების, ეკლესიის, პროფესიული კავშირებისა და მასმედიის აღრევაც ერთვოდა. მეოცე საუკუნის უკანასკნელ ათწლეულებში ეს კავშირები მნიშვნელოვნად გაფერმკრთალდა და მედიის კავშირები პარტიებთან, ისევე, როგორც ინდივიდებთან და სოციალურ ჯგუფებთან უფრო მყიფე გახდა. ეს აღარ იყო სტაბილური და ერთგულებაზე აგებული ორგანიზაციული ურთიერთობა. მე-4 თავში ალექსანდერი გამოყოფდა იმ ძირითად ძალებს, რომლებიც მედიაში დიფერენცირების პროცესებს ამოძრავებდნენ. ესენი იყო: უფრო უნივერსალისტური, ახალი სოციალური ჯგუფების მიერ გამოტანილი ისეთი ინფორმაციების წინ წამოწევის სურვილი, რომლებიც სოციალურ წესრიგთან დაკავშირებული ადვოკატირების ჟურნალისტიკას ეწინააღმდეგებოდა; ჟურნალისტური ავტონომიის გაფართოებისკენ მიმართული თვითრეგულირების პროფესიული ნორმების განმტკიცება; დაბოლოს, ნაციონალურ კულტურებში მზარდი რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის უნივერსალიზმის ხარისხი. სამ მედია

ჯგუფში განაწილებული სახელმწიფოების ისტორიული განვითარების ანალიზმა ასეთი კავშირების არსებობა დაადასტურა, თუმცა პოლიტიკური ჯგუფებისგან მედიის დიფერენცირების მნიშვნელოვანი მიზეზი ეკონომიკაც იყო. ეკონომიკური ფაქტორების მნიშვნელობა ალექსანდერის თეორიაში ერთობ ამბივალენტური და პრობლემურია.

დიფერენცირების თეორიის თანახმად, მედია პოლიტიკასა და სოციალურ ცხოვრებაში სულ უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს. ეს დიფერენცირების პროცესის გარდაუვალი შედეგია. მას მერე, რაც პოლიტიკური პარტიები ეკლესიისგან, პროფკავშირებისგან და სხვა სოციალური ჯგუფებისგან განცალკევდნენ, „ასევე სახელმწიფოს იმ სეგმენტისგან, რომელსაც ის ადრე აკონტროლებდა (მაგალითად, პროფესიულად დამოუკიდებელი სასამართლო სისტემა), ისინი ინდივიდუალურ ამომრჩეველთან და სოციალურ აქტორებთან ურთიერთობაში, მედიაზე დამოკიდებულები გახდნენ“. ზოგადად, დიფერენცირებული საზოგადოებები დიდწილად არიან მედიაზე დამოკიდებულები, რადგან მათ პოლიტიკურ აქტორებთან და ინსტიტუტებთან პირდაპირი კავშირი არ აქვთ. ეს პროცესი, ჩვენ მიერ განხილულ ყველა ქვეყანაში განვითარდა, თუმცა ლიბერალური მოდელის ქვეყნებში ის გაცილებით ადრე მოხდა. მოგვიანებით ეს პროცესები ჯერ დემოკრატიული კორპორატიზმის, ხოლო შემდგომ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელის ქვეყნებშიც დაიწყო.

ისიც უნდა ითქვას, რომ დიფერენცირების თეორია და მოდერნიზაციის კონცეფცია, მედიასისტემებში მიმდინარე ცვლილებების გააზრებაში პრობლემებს აწყდება. მე-4 თავში ჩვენ აღვნიშნეთ დიფერენცირების თეორიის ის ორი ალტერნატიული პერსპექტივა, რომელსაც ჰაბერმასი და ბორდიუ წარმოადგენდნენ. მათი აზრით, მედია ისტორიის დანახვა დედიფერნცირების კუთხითაც არის შესაძლებელი და ჩვენი ანალიზიც გვკარნახობს, რომ ეს ხედვა მრავალმხრივ გამართლებულია.

დიფერენციაცია და ბაზარი

ჰაბერმასისა და ბორდიუს მთავარი არგუმენტაცია დიდწილად იმას ეფუძნება, რომ ბაზართან და ეკონომიკურ სისტემასთან ურთიერთობაში, მედიამ ავტონომიურობა დაკარგა. რა თქმა უნდა, როდესაც ჩვენ ამ თავში განხილულ ცვლილებათა პროცესის ორი მთავარი პრინციპიდან ერთ-ერთს, ანუ სეკულარიზაცი-

იდან კვლავ კომერციალიზაციას ვუბრუნდებით, მოდერნიზაციის ჰიპოთეზა, როგორც უფრო ფართო დიფერენცირებისაკენ მიმართულ გზად აღქმა, უფრო და უფრო პრიმიტიულად გვეჩვენება. მე-2 თავში შემოგთავაზეთ ალექსანდერის მოსაზრება, რომ მედიის მოდერნიზაციისთვის „მედია ეკონომიკური განზომილების მქონე სტრუქტურებიდან, კერძოდ, სოციალური კლასებისგან უნდა დიფერენცირდეს." მედიის „ეკონომიკური სტრუქტურებიდან" დიფერენცირების გაგება, რომელსაც ის გვთავაზობს, კლასებთან დაკავშირებული პარტიებთან და ორგანიზაციებთან მედიის ბმას უკავშირდება: მისი შეფასებით, პროფკავშირებთან კავშირში მყოფი გაზეთები ისტორიულად პროფესიონალიზაციასა და დიფერნცირებას ბარიერს უქმნიდნენ. ამ კონტექსტში ის მეცხრამეტე-მეოცე საუკუნეებში გერმანიაში არსებულ ბურჟუაზიულ გაზეთებსაც გულისხმობს. ის ბაზრისა და კერძო მფლობელების როლზე დეტალურად არ მსჯელობს. აშშ-ის მედია ისტორიაზე მსჯელობისას ის მედიის ეკონომიკაზე მხოლოდ ზოგად კომენტარს აკეთებს: „ეს გარდამავალი პროცესი [მიკერძოებულობიდან გამოსვლა] დროში ჟურნალისტური პროფესიონალიზაციის პროცესის დაწყებას და გაზეთების, როგორც დიდი ბიზნესის, დამკვიდრებას დაემთხვა. მეოცე საუკუნეში ახალი ამბების მედიის, როგორც „საზოგადოებრივი ინსტიტუტის" გაგებამ, ინსტიტუციური ფორმა მიიღო (31)." აქედან მკაფიოდ გამომდინარეობს ის, რომ კომერციალიზაციამ დიფერენცირების პროცესში დიდი წვლილი შეიტანა, ან როგორც მინიმუმ, ჰარმონიულ ურთიერთობაშია დიფერენციაციისა და პროფესიონალიზაციის პროცესებთან.

პრინციპში ეს სწორი ხედვაა: ძლიერი მედია ბაზრების ჩამოყალიბება, მედიას იმ პატრონაჟული დამოკიდებულებისგან ათავისუფლებდა, რომელსაც მედია პოლარიზებული პლურალიზმის სისტემისათვის იყო დამახასიათებელი ინსტრუმენტალიზაციის ფორმებისაკენ მიჰყავდა. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მედია ორგანიზაციების სიდიდე, როგორც ჩანს, ჟურნალისტიკის, როგორც დამოუკიდებელი საქმიანობის კატეგორიად მიჩნევის მასშტაბთან არის დაკავშირებული. კონკურენცია და რეკლამაზე ორიენტირება, მედიას სუბკულტურული საზღვრების მიღმა მოქმედებისაკენ უბიძგებდა. ამავე მიზეზით პროცესები კონცენტრაციის ზრდის მიმართულებით ვითარდებოდა, რაც თავის მხრივ მედიასა და სოციალურ ჯგუფებს შორის არსებულ კავშირებს არღვევდა და დიდი, დამოუკიდებელი მედია ორგანიზაციების დამოუკიდებელ

გავლენას აძლიერებდა. რა თქმა უნდა, პროფესიონალიზაციისა და დიფერენცირების პროცესები სხვა, ინსტიტუციურ სტრუქტურებსაც შეეხო. წინა თავში ჩვენ ვნახეთ, რომ ამ პროცესებმა დემოკრატიული კორპორატიზმისა და ლიბერალური მოდელის ქვეყნებში საზოგადოებრივი მაუწყებლობები მნიშვნელოვნად შეცვალა. ეს პროცესები დიდწილად დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში არსებულ, პროფკავშირებთან დაკავშირებულ გაზეთებზეც აისახა და მოგვიანებით მათი განვითარების საფუძვლადაც იქცა. უნდა ითქვას, რომ პროფესიონალიზაცია ყველა ინსტიტუტის ავტონომიურიბისა და პროფესიის განვითარებისათვის აუცილებელი პირობა არ არის. მაგალითად, სასამართლო სისტემის პროფესიონალიზაცია და ავტონომიურობის ხარისხი, ისევე, როგორც ადმინისტრაციული კორპუსის პროფესიონალიზაცია, კომერციალიზაციის პროცესის მიღმა მოხდა.

და მაინც, ახალი ამბების პროფესიონალიზაცია, კომერციულ კონტექსტში მოხდა და კომერციალიზაციასთან სრულ ჰარმონიაში განვითარდა. ეს პროცესი თავად ახალი ამბების ორგანიზაციის შიგნით განხორციელებულ დიფერენცირებასაც მოიცავს. ჟურნალისტური განაცხადი პროფესიულ ერთიანობაზე, წმინდა კომერციულ მიდგომებზე ჟურნალისტური კრიტერიუმების უპირატესობის დეკლარირება, მფლობელების ან ბაზრის ინტერესებისაგან თავისუფლება და სარეკლამო სამსახურისგან იზოლირება ამ პროცესის შემადგენელი ნაწილია. ჩვენ დიფერენცირების ეს ფორმა მეოცე საუკუნის შუიდან, „სახელმწიფოს და ეკლესიის გაყოფის“ აშშ-ის მაგალითზე, გაზეთებში ინსტიტუციონალიზაციის კონტექსტში განვიხილეთ. ამ პროცესის მკაფიო ილუსტრაციად მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ ფრანგული პრესის ელიტის მიერ მოპოვებული ჟურნალისტური ავტონომიის ხარისხი და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში სარედაქციო დამოუკიდებლობა, ასევე ჟურნალისტური თვითრეგულირების სისტემების და პრესის საბჭოების შექმნაც შეგვიძლია მივიჩნიოთ. ეს პროფესიული ღირებულების დაცვისა და კერძო ეკონომიკური ინტერესებისათვის წინააღმდეგობის გაწევის მიზნით შექმნილი ინსტიტუციებია.

შეერთებული შტატების მაგალითი არის ილუსტრაცია იმისა, რომ დიფერენცირების ეს ფორმა უკვე დასუსტდა და ისეთი აღიარება აღარ აქვს, როგორიც მას 1950-1970 წლებში ჰქონდა (ჰელინი 2000). ჟურნალისტური ავტონომიურობის შეზღუდვამ „ახალი ამბების მედიის, როგორც „საზოგადოებრივი ინსტიტუ-

ტის“ გაგება ეჭვქვეშ დააყენა, რადგან ამერიკული მედია თავიდანვე კომერციული ბუნებისა იყო, კომერციული ზეწოლა მასზე სწორედ დერეგულირებების ახალი ტალღისა და მფლობელობის ფორმებში შეტანილი ცვლილების გზით მოხდა. საბოლოოდ, გაზეთები და მაუწყებლობები უოლ სტრიტის გავლენის ქვეშ მოექცნენ. სხვადასხვა ფორმებით, თუმცა იგივე პროცესები ევროპაშიც იკვეთება და ეს პროცესი განსაკუთრებული დრამატიზმით სამაუწყებლო სივრცეში მიმდინარეობს.

აქ ღირს მივუბრუნდეთ მაზოლენის მოსაზრებას, რომელიც ყურადღებას მედია ლოგიკისა და პოლიტიკური ლოგიკის განსხვავებებზე ამახვილებს. ბევრი მკვლევარი აღნიშნავს, რომ ცვლილება ევროპულ მედიაში ნიშნავს იმას, რომ „მედია ლოგიკა“, „პოლიტიკური ლოგიკისაგან“ დიფერენცირებულია და რომ მრავალი თვალსაზრისით სწორედ „მედია ლოგიკა“ დომინირებს. მაგალითად, „ამბის“ შერჩევის კრიტერიუმები, ისევე, როგორც პროპორციული წარმომადგენლობის პრინციპი, არის არა პოლიტიკური, არამედ ჟურნალისტური ან მედიაზე ორიენტირებული და სწორედ ამ კრიტერიუმებით ადგენს, თუ რამდენად „კარგია ეს ამბავი“. ჩვენ ასევე უნდა გავაცნობიეროთ, რომ „მედია ლოგიკა“ მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრის პროდუქტია და ერთობ ჰიბრიდულია: ვნახეთ, რომ ეს ლოგიკა ისტორიული გადაფარვების და აღრევის ფონზე ყალიბდებოდა, თუმცა მას მკაფიოდ გამოკვეთილი განსხვავებებიც ახასიათებს:

1. კრიტიკული პროფესიონალიზმის მზარდი ხარისხი, რასაც განსაკუთრებული მნიშვნელობა 1960-1970-იან წლებში ჰქონდა (უფრო მოგვიანებით ეს ფაქტორი ევროპული ჟურნალისტიკისთვისაც აქტუალური იყო), შენელდა და შესაძლოა უკუსვლაც დაიწყო.
2. კომერციალიზაცია, რომელიც 1960-1970-იან წლებში დაიწყო, თუმცა 1980-1990-იან წლებში განსაკუთრებით გაძლიერდა.

პირველი დიფერენცირების თეორიას მეტად შეესაბამება, ვიდრე მეორე. საინფორმაციო-გასართობი (infotaintment) გადაცემების პროგრამირება და მათი რაოდენობის ზრდა, ამ ჰიბრიდულობის საუკეთესო ილუსტრაციაა. ლუჰმანის აზრით, მასმედიის შინაარსის სამ ისეთ ძირითად ჟანრად – ახალი ამბები და მიმდინარე მოვლენები, რეკლამა, გართობა – დიფერენცირება, რომელთაც საკუთარი სოციალური ფუნქციები აქვთ, „მასობ-

რივი მედიასისტემის უმნიშვნელოვანესი შიდა სტრუქტურაა“ (2000:24). უნდა ითქვას, რომ კომერციალიზაცია დიფერენცირების ამ ფორმას ფაქტიურად ძირს უთხრის და ამას არა მარტო ინფორმირებასა და გართობას შორის საზღვრების წაშლით, არამედ ე.წ, „პროდაქთ ფლეისმენთის“ (prodact placement) პრაქტიკითაც აკეთებს. მაგალითად, მედია პროგრამებში გართობის ელემენტს ზრდის და ახალი ამბების აუდიტორიას მედია კონგლომერატების მიერ წარმოებულ პროდუქტებს სთავაზობს (cross-promoting).

ამდენად, საკმაოდ დამაჯერებლად გამოიყურება შემდეგი მოსაზრება: მიუხედავად იმისა, რომ პოლიტიკურ სისტემებთან ურთიერთობაში მედია საკმაოდ დიფერენცირებულია, ეკონომიკურ სისტემებთან მიმართებაში ის ნაკლებად დიფერენცირებული გახდა. თუმცა ბევრი მკვლევარი ფიქრობს, რომ ეს თანამედროვე საზოგადოებაში მიმდინარე დედიფერენცირების ზოგადი ტენდენციის ნაწილია და რომ ნეოლიბერალიზმისაკენ მიდრეკილება საბაზრო ლოგიკის საზოგადოების ისეთ ასპექტზე დომინირებასაც მოიცავს, როგორიცაა პოლიტიკა და აქედან გამომდინარე მარკეტინგზე, განათლებაზე, დასვენებასა და სოციალურ სამსახურებზეც აისახება. თუ მზარდად კომერციალიზებული მედიის როლი სოციალურ ყოფაში ასეთ გავლენას იძენს, მაშინ ის დიფერენციაციის უფრო ფართო პროცესის აგენტად შეიძლება მივიჩნიოთ. ეს ბორდიუს არგუმენტია.

დიფერენციაცია და სახელმწიფო

ჩვენ ყურადღება იმ ტენდენციაზე გავამახვილეთ, რომლის თანახმადაც, მედიამ ეკონომიკურ სისტემასთან მიმართებაში დიფერენციაცია განიცადა. ვფიქრობთ, ღირს რამდენიმე სიტყვა მედიისა და სახელმწიფოს ურთიერთობის საკითხზეც დავამატოთ. როგორც ვნახეთ, მეოცე საუკუნის განმავლობაში, მედიამ ისეთ ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებთან მიმართებაში, როგორებიც პარტიები, პროფკავშირები და ეკლესიაა, მზარდი დიფერენცირების პროცესი გაირა. მოხდა თუ არა იგივე სახელმწიფოსთან მიმართებაში? თუ განვლილ ოც წელიწადს გადავხედავთ, დავასკვნით, რომ მედია სახელმწიფოსგანაც უფრო დიფერენცირებულია. ლიბერალიზაციამ და დერეგულაციამ სახელმწიფოს, როგორც მფლობელის, დამფუძნებლის და მარეგულირებლის როლი დააკნინა. ჟურნალისტები სახელმწიფო ელიტებთან ურთიერთობაში უფრო დამოუკიდებლები გახდნენ. თუ ამ საკითხს უფრო

ხანგრძლივი ისტორიული პერსპექტივიდან შევხედავთ, დავინახავთ, რომ სურათი უფრო რთულია და ცვლილებების ვექტორი არცთუ ცალმხრივი. საგაზეთო საქმის განვითარების ადრეულ ეტაპზე სახელმწიფო ყველა სფეროში მთავარ როლს ასრულებდა. ბეჭდავდა და ხშირად ბეგრავდა გაზეთებს, სუბსიდირებას უწევდა და უწესებდა ცენზურას. მეცხრამეტე საუკუნეში პრესის თავისუფლების ტენდენცია გაჩნდა, რამაც სხვადასხვა ქვეყნებში განსხვავებული ძალით იჩინა თავი: მედია სახელმწიფოსგან მნიშვნელოვანწილად დამოუკიდებელი გახდა, განსაკუთრებით ლიბერალურ და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში. მათი საქმიანობა ძირფესვიანად საბაზრო ურთიერთობებს და სამოქალაქო საზოგადოებებს დაუკავშირდა და პარტიები თუ საზოგადოებრივი ორგანიზაციები მათ დიდ დახმარებას უწევდნენ. მეცხრამეტე საუკუნის შუა წლებში, როდესაც კორპორატიზმისა და სოციალური კეთილდღეობის სახელმწიფოს გაძლიერებასთან ერთად, სახელმწიფოში სამოქალაქო საზოგადოების იმ სოციალური ჯგუფების ინკორპორირება მოხდა, რომელზეც მედია ესოდენ დამოკიდებული იყო, შეიძლება ითქვას, რომ სახელმწიფოსთან მიმართებაში მედიის დიფერენცირების ხარისხი შემცირდა. ეკეკრანცის (1997:400) თანახმად, „ძლიერი ლეიბორისტული ორგანიზაციები, სახელმწიფოს მოლაპარაკების გზით შემუშავებული ჩარჩოები, საუნივერსიტეტო ტრენინგ გავლილი ჟურნალისტები, სერიოზული სუბსიდიები და საგადასახადო შეღავათები, შვედეთის ჟურნალისტიკის, როგორც საზოგადოებრივი ინსტიტუტის სურათს ქმნის“. ეკეკრანცს აქ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მაგალითის დამატებაც შეეძლო. ამავე კონტექსტის ნაწილი იყო ისიც, რომ სახელმწიფოს, როგორც ახალი ამბების შინაარსის „უმთავრესი განმსაზღვრელის“ როლი გაძლიერდა. ლიბერალურ ქვეყნებში კორპორატიზმი უფრო სუსტი იყო, თუმცა მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდში, ცივი ომის დროს, ეროვნული უსაფრთხოების სახელმწიფოს აღმავლობამ მედია სახელმწიფოს მზარდ აპარატთან ნაწილობრივ ინტეგრირებამდე მიიყვანა. ბოლოს და ბოლოს, ბევრ ქვეყანაში, პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებში კი, ეს ვითარება დღემდე გრძელდება, მედია მფლობელები მნიშვნელოვან პოლიტიკურ მოთამაშეებად იქცნენ და ფორმალურად თუ არაფორმალურად, სახელმწიფო ძალაუფლების მნიშვნელოვან წილსაც დაეუფლნენ. დავძენთ, რომ აქაც და სხვა შემთხვევებშიც, ფრთხილად უნდა მოვეკიდოთ

მტკიცებას, თითქოს დიფერენციაციისაკენ ცალმხრივი მოძრაობა მედიის განვითარების „ბუნებრივი“ მიმართულებაა.

დიფერენციაცია და ძალაუფლება

ვფიქრობთ, მნიშვნელოვანი იქნება, თუ ყურადღებას ალექსანდერის მიერ წამოწეულ საკითხზე გავამახვილებთ და მედიის სოციალური კლასებისგან დიფერენციაციაზე ვისაუბრებთ. ამ საკითხს კვლავ მე-4 თავში განხილულ, ძალაუფლების უფრო ფართო თემისკენ მივყავართ. ალექსანდერს მიაჩნია, რომ მედია თანამედროვე, ლიბერალურ მოდელში „დიდი ბიზნესის“ ნაწილი გახდა, თუმცა ეს ფაქტი სოციალური კლასისაგან მათი დიფერენცირების არდაშვების გარანტია არ არის. მეორე მხრივ, ევროპული სამეცნიერო აზრი კომერციულ პრესას ისტორიულად „ბურჟუაზიულ“ პრესად მიიჩნევს. ეს განსაკუთრებით სკანდინავიური სამეცნიერო ლიტერატურისათვის არის დამახასიათებელი. ამგვარად, კომერციული მედიის მიერ პარტიული გაზეთებისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლობის ჩანაცვლება, ზოგადად მედიასისტემაზე კონკრეტული სოციალური კლასის გავლენის განახლებად შეიძლება მივიჩნიოთ. არგუმენტი იმის შესახებ, რომ კომერციული ტელევიზია კლასობრივად მიკერძოებულია და მისი სიმპათია პოლიტიკური მემარჯვენეობისაკენ იხრება, ცალსახად ლიბერალური ქვეყნების მკვლევართა მიერ შემუშავებული მოსაზრებაა (მაგალითად, მერდოკი და გოლდინგი 1977; უესტერგაარდი 1977; კარანი 1979). ბრიტანულ პრესას, ტრადიციულად პოლიტიკური მემარჯვენეობისაკენ მიდრეკილება ახასიათებდა. ამ აზრს პატერსონისა და დონსბახის (1993:13) შედარებითი კვლევაც უმაგრებდა მხარს. მათი დაკვირვებით:

> „კონსერვატიული პარტიები ახალი ამბების ორგანიზაციებში ისტორიულად დიდი მოცულობით არიან წარმოდგენილნი. პრესა, რეკლამის სახით, საკმაოდ დიდი მოცულობის ირიბ სუბსიდირებას ღებულობს, რაც მემარჯვენე ფრთის პარტიებისათვის წარსულში უაღრესად მომგებიანი იყო. კვლევის მონაცემები ცხადყოფენ, რომ ეს პარტიები კვლავაც უპირატეს მდგომარეობაში არიან. ჟურნალისტების აღქმაში, მედიასა და კონსერვატორებს შორის უფრო მჭიდრო პოლიტიკური პარალელიზმია, ვიდრე მედიასა და ლიბერალებს შორის.“

ამას ისიც უნდა დავუმატოთ, რომ თუ საზოგადოებრივ მაუწყებლობას გვერდზე გადავდებთ და ფოკუსირებას ახალი ამბების კომერციულად სიცოცხლისუნარიან ორგანიზებაზე მოვახდენთ, ცხადი გახდება, რომ ეს ტენდენცია არსებობს. თუ ეს მოსაზრება სწორია, უნდა ვივარაუდოთ, რომ მედიის მიმდინარე კომერციალიზაცია პოლიტიკურ კომუნიკაციაში „ბურჟუაზიული“ მიდგომის დომინირებას გამოიწვევს. ეს ჰერმანისა და მაკჩისნის (1997) და სხვების ძირითადი არგუმენტია, რომლებიც ამ საკითხზე პოლიტიკურ-ეკონომიკური ტრადიციის კრიტიკის პერსპექტივიდან წერდნენ.

როგორ ხდება, რომ ალექსანდერი პროფკავშირულ გაზეთებს კონკრეტულ კლასთან დაკავშირებულ მედიად ხედავს, მაგრამ კომერციულ გაზეთებს ასეთებად არ მიიჩნევს? შესაძლოა, ეს მუშათა კლასის უნივერსალურობის ჯორჯ ლუკასისეული კონცეფციის ინვერსიად მივიჩნიოთ და ანალოგიურად, ბურჟუაზია უნივერსალურ კლასად, ხოლო მისი ინტერესები საზოგადოების, როგორც ერთი მთლიანის, იდენტურ ინტერესად ჩავთვალოთ. სინამდვილეში, ალექსანდერის მსჯელობა პროფესიონალიზაციასა და მედიის მიერ ისეთი ქსელების განვითარებას ეხება, რომლებიც სხვადასხვა პარტიებს, სოციალურ ჯგუფებს და საზოგადოების სექტორებს მოიცავენ. საუბარია არა იმ ორგანიზებულ ჯგუფებზე, რომლებიც მედიის კომერციალიზაციის პირობებში ქრებიან, არამედ გავლენების ურთიერთობებსა და ინფორმაციის გაცვლაზე. ისიც სიმართლეა, რომ ზოგადად კომერციული გაზეთები კონსერვატიულ პარტიებთან ადრე არსებული კავშირებისაგან დისტანცირებას და საკუთარი პოლიტიკური იდენტობის გაფართოებას ცდილობენ. მათი ამოცანა მემარცხენე ფლანგის მკითხველების მიზიდვაცაა. ამ ტენდენციის შედეგია, რომ არცთუ იშვიათად, ისეთი გაზეთები ერთიანდებიან, რომლებიც ადრე საპირისპირო ორიენტაციისა იყვნენ.

ძნელი სათქმელია, იყო თუ არა ეს ტენდენცია საკმარისი იმისათვის, რომ უფრო მრავალფეროვანი პოლიტიკური შინაარსის მქონე, სხვადასხვა სოციალური კლასების ინტერესების გამომხატველი, არაკომერციული გაზეთები დაებალანსებინა. მეოცე საუკუნის უმეტეს ნაწილში პარტიების, პროფკავშირების, ეკლესიისა და სხვა მსგავსი ინსტიტუტების მხარდაჭერა საკუთარი გაზეთების მიმართ იმის კონტრბალანსი იყო, რასაც „კონსერვატიული ლიბერალიზმი“ რეკლამის მეშვეობით ბიზნესისგან ღებულობდა. ჩრდილოეთ ევროპაში უკანასკნელი სოციალ-დემოკ-

რატიული გაზეთის გაქრობამ გააჩინა კითხვები: ასახავს თუ არა არსებული კომერციული მედია საზოგადოების ძირითადი ნაწილის ინტერესებს ადეკვატურად? თუ ეს ტენდენცია აძლიერებს იმას, რასაც ლინდბლომი (1977) დასავლურ საზოგადოებებში „ბიზნესის პრივილეგიურ მდგომარეობას“ უწოდებდა? ეს, რა თქმა უნდა, ის კითხვებია, რაც ნეოლიბერალიზმის გლობალურმა ტენდენციამ წარმოშვა, ხოლო კონკრეტულად მედიის კომერციალიზაცია ამ ტენდენციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია.

აქაც კომერციალიზაციის და პროფესიონალიზაციის პროცესების ურთიერთობის საკითხი უაღრესად მნიშვნელოვანია. მაგალითისათვის, დონსბახი და პეტერსონი (1993), რომლებსაც მიაჩნიათ, რომ ახალი ამბების ორგანიზაციები საკუთარ სარედაქციო პოლიტიკაში (და აქ კომერციული ორგანიზაციებიც შეიძლება მოვიაზროთ) უფრო პოლიტიკური მემარჯვენეობის მხარდაჭერისაკენ იხრებიან, ასევე მიუთითებენ, რომ თავად ჟურნალისტთა უმეტესობის მემარცხენე სიმპათიები ამ ტენდენციის კონტრტენდენციაა. მათი გავლენის რეალიზება, შესაძლოა პოლიტიკური პრესის დასუსტების შედეგად დაკარგული ბალანსის ერთგვარი ანაზღაურებაა. როგორც ჩანს, სწორია მოსაზრება, რომ 1969-1970-იან წლებში „კრიტიკული პროფესიონალიზმის“ ზრდამ მედიის კონცენტრაციისა და ახალი ამბების ორგანიზაციების პოლიტიკური მრავალფეროვნების შემცირების კონტრბალანსირება მოახდინა. ამგვარად, გარე პლურალიზმის წარმავალი ტენდენცია, მან შიდა პლურალიზმის გაძლიერებით ჩაანაცვლა. თუ გავიზიარებთ მოსაზრებას, რომ კომერციალიზაცია ხანგრძლივ პერსპექტივაში, ჟურნალისტურ პროფესიონალიზმზე უარყოფითად მოქმედებს, მრავალფეროვნებისა და პოლიტიკური ბალანსის მნიშვნელობა განუხრელად იზრდება.

სამწუხაროდ, ამ საკითხს, ამ კვლევაში ვერ გადავწყვეტთ. მე-4 თავში ჩვენ აღვნიშნეთ, რომ შედარებითი კვლევა, რომელიც მედიისა და ძალაუფლების საკითხებს ეხება, უკიდურესად შეზღუდულია.

დასკვნა

ეროვნულ მედიასისტემებს შორის არსებული ის განსხვავებები, რომლებიც წინა თავებში აღვწერეთ, განუხრელად მცირდება. გლობალური მედია კულტურა ფართოვდება და ეს კულტურა მე-7 თავში განხილული ლიბერალური მოდელის ტიპისაა.

შეიძლება ითქვას, რომ მედიასისტემების ჰომოგენიზაცია ისეთ პროცესებს განაპირობებს, რომლის შედეგად, პოლიტიკური სამყაროსგან მედია ინსტიტუტების გამოყოფა და არსებული კავშირების გაწყვეტა მოხდა, რამაც ლიბერალური მოდელის, ორი სხვა მოდელისგან – კორპორატიული დემოკრატიზმისა და პოლარიზებული პლურალიზმის – განსხვავებულობა წარმოაჩინა. ეს ტრანსფორმაცია ბევრი მიზეზით იყო განპირობებული. ჩვენ გავყავით ევროპულ საზოგადოებაზე მოქმედი გარე ძალები, მათ შორის, შეერთებული შტატების პირდაპირი გავლენა და ტექნოლოგიური ინოვაციების წვლილი და ის შიდა ძალები, რომლებიც ევროპულ საზოგადოებაზე მოქმედებდნენ, თუმცა ისინიც გლობალიზაციის პროცესს მჭიდროდ უკავშირდებოდნენ. შიდა ძალებიდან, ჩვენი ღრმა რწმენით, უმთავრესი „სეკულარიზაცია“ და კომერციალიზაციაა. „სეკულარიზაციამ“– ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებში არსებული პოლიტიკური რწმენის ის ხარისხი, რომელიც ერთ დროს ევროპული პოლიტიკისა და კულტურის სტრუქტურირებას ახდენდა, მნიშვნელოვნად დაასუსტა. კოლექტივისტური პოლიტიკური კულტურიდან, პროცესი უფრო ინდივიდუალისტური კულტურის მიმართულებით განვითარდა. ასევე აღვნიშნეთ, რომ ცვლილებები ევროპულ მედიასისტემებში ღრმა სოციალური ცვლილებებითაც იყო განპირობებული და რომ თავად მედიასისტემების ცვლილებამ ამ პროცესში თავისი დამოუკიდებელი წვლილი შეიტანა. ამ კუთხით გადამწყვეტი მნიშვნელობა ისეთ ფაქტორებს ენიჭება, როგორიც იყო ტელევიზიის განვითარება, „კრიტიკული პროფესიონალიზმი“ და ის, რომ მედია ბაზრის გაფართოებამ ძირფესვიანად შეცვალა მედიის პოლიტიკურ პარტიებთან, ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებთან და ერთ დროს მათზე დამოკიდებულ ინდივიდუალურ მოქალაქესთან ურთიერთობის ხასიათი.

ჩვენ ასევე აღვნიშნეთ, რომ არსებობს ფაქტორები, რომლებიც ლიბერალურ მოდელთან სხვა მოდელების კონვერგენციას არათუ ზღუდავს, არამედ ზოგჯერ საპირისპირო პროცესებსაც კი ქმნის. საგულისხმო განსხვავებები ეროვნულ მედიასისტემებში კვლავაც არსებობს და სწორედ ეს გარემოება გვაფიქრებინებს, რომ სისტემების სრული კონვერგენცია უახლოეს მომავალში ვერ შედგება. უფრო მეტიც, მედია ბაზრის ცვლილებამ თავად ლიბერალურ მოდელშიც გარკვეული კონტრტენდენციები წარმოშვა, მაგალითად, სატელევიზიო არხების რაოდენობის ზრდამ ამერი-

კის მედიასისტემაში, გარე პლურალიზმის ხელახალი საჭიროება გახადა ცხადი.

დაბოლოს, ჩვენ დავსვით კითხვა იმასთან დაკავშირებით, თუ რამდენად შესაძლებელია მედიის ინსტიტუტებისა და სოცილურ/პოლიტიკურ ძალებს შორის არსებული კავშირების ცვლილებების, დიფერენციაციის თეორიის (რომელიც ტერმინ მოდერნიზაციის გამოყენებისას ხშირად იმპლიციტურია) კუთხით დანახვა. დიფერენციაციის თეორია ერთი მნიშვნელოვანი თვალსაზრისით, ერთობ მოსახერხებელია: „სეკულარიზაცია“ ევროპულ საზოგადოებაში იმ სოციალური ინსტიტუტების – მასობრივი პარტიები, რელიგიური და კლასებზე დაფუძნებული თემები – დასუსტებას განაპირობებს, რაც ერთ დროს ბევრ ისეთ სოციალურ ფუნქციას წარმართავდა, როგორიცაა: პოლიტიკური წარმომადგენლობა, დასვენება, სოციალიზაცია და კომუნიკაცია. მასმედია ამ ჯგუფებისაგან დამოუკიდებელ, სპეციალიზებულ ინსტიტუტად ჩამოყალიბდა. კომერციალიზაციის დიფერენციაციის თეორიაში ინტეგრირება უფრო რთული ამოცანაა: შესაძლოა, რომ კომერციალიზაცია საბაზრო ურთიერთობებში მედიასისტემის მნიშვნელოვანი დე-დიფერენცირების საფუძველი იყოს. ამის მიზეზი შესაძლოა ის აღმოჩნდეს, რომ მეოცე საუკუნის მიწურულს ჟურნალისტური ავტონომია შესამჩნევად მოირყა და ბიზნესის პოლიტიკური ინტერესებისადმი მედიის სუბორდინაციული დამოკიდებულება თვალსაჩინო გახდა. შესაძლოა, ამას სოციალური ინტერესების რეპრეზენტაციაში არსებული ბალანსის რღვევაც მოჰყოლოდა.

9

დასკვნა

წიგნის დასაწყისში ჩვენ დავსვით კითხვა იმასთან დაკავშირებით, თუ რამდენად შესაძლებელი იყო მედია და პოლიტიკურ სისტემებს შორის სტაბილური კავშირების იდენტიფიცირება. გვჯერა, მოვახერხეთ იმის ჩვენება, რომ ასეთი კავშირების ჩვენება შესაძლებელია. ჩამოვაყალიბეთ მედიასისტემების შედარებისათვის აუცილებელი განზომილებების ოთხი პრინციპი: მედია ბაზრების სტრუქტურა, პრესის ცირკულაციის განვითარების დონის ჩათვლით; პოლიტიკური პარალელიზმის ფორმა და ხარისხი; ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის განვითარება; მედიასისტემაში სახელმწიფოს ჩარევის ფორმა და ხარისხი. ჩვენ ვამტკიცებდით, რომ მნიშვნელოვანი კავშირია ამ განზომილებებზე დაფუძნებულ მედიასისტემების განვითარების მოდელსა და პოლიტიკური სისტემის საკვანძო მახასიათებლებს შორის. ესენია: სახელმწიფოს როლი საზოგადოებაში; პოლიტიკური სისტემის მაჟორიტარული ან კონსენსუსზე დაფუძნებული ხასიათი; ინტერესთა ჯგუფების ორგანიზების მოდელი, მათ შორის განსხვავება მეტად ფრაგმენტირებულ ლიბერალურ და მეტად კორპორატისტულ სისტემებს შორის; განსხვავება ზომიერ და პოლარიზებულ პლურალიზმს შორის და რაციონალურ-ლეგალური მმართველობის განვითარება, საზოგადოების ორგანიზების კლიენტელისტური ფორმების საპირწონედ. ამ ცვლადებს შორის კავშირების შესახებ ჰიპოთეზები ჩვენ მე-3 თავში წარმოვადგინეთ და მათზე აღარ შევჩერდებით.

ზოგჯერ, პოლიტიკური სისტემების მახასიათებლები მეტ-ნაკლები პირდაპირობით, მედია სტრუქტურებზეც აისახება. მაგალითად, მთავრობიდან მომდინარე მაჟორიტარიზმი და კონსენსუსი საზოგადოებრივი მაუწყებლის ორგანიზაციულ სტრუქტურაზე ჰპოვებს ასახვას. თუმცა კავშირი მედიასისტემასა და პოლიტიკური სისტემების ცვლადებს შორის მექანიკურ კავშირად და ზუსტ გამეორებად არ უნდა გავიგოთ. პოლიტიკური სტრუქტურის ელემენტები სხვა სახის ფაქტორებზეც ახდენენ გავლენას, მათ

შორის ტექნოლოგიურ და ეკონომიკურ ფაქტორებზეც. ისინი ზოგადად, ერთიან საზოგადოებრივ ვითარებაზე ზემოქმედებენ და ცვლიან მას, მაგალითად, ინდუსტრიული სტუქტურის ხასიათს და სამომხმარებლო კულტურას. ბუნებრივია, რომ ეს გავლენა მედია ინდუსტრიაზე, კერძოდ კი, საგაზეთო ბაზრის სტრუქტურაზე, ზემოქმედებს. ეს პროცესი ცალმხრივი მიზეზ-შედეგობრივი კავშირის შედეგი არ არის. ხშირ შემთხვევაში თავად მედიასისტემა პოლიტიკურ სისტემაზე ზემოქმედებს. პროცესი, რომელსაც ჩვენ აღვწერთ, სხვა არაფერია, თუ არა მედია და პოლიტიკური სისტემების თანაევოლუციის ისტორიულ კონტექსტში გააზრება.

აქ განხილულ პოლიტიკურ ცვლადებს ჩვენ ერთდროულად მივიჩნევთ პოლიტიკური სტრუქტურის და პოლიტიკური კულტურის მახასიათებლად. ეს ის სტრუქტურული ფაქტორებია, რომლებიც, გარკვეული თვალსაზრისით, რიგ ინსტიტუტებს, პროცედურებს, რესურსების განთავსებას და სხვა საკითხებს მოიცავენ. ასევე, ინსტიტუციური სტრუქტურების იმ შეზღუდვებს და შესაძლებლობებს ადგენენ, რომელზე რეაგირებითაც მედია ორგანიზაციების და მედიის მოთამაშეების ჩამოყალიბება ხორციელდება. იმ სისტემაში, რომელშიც პოლიტიკურ პარტიებს გადაწყვეტილების მიღებაზე ძლიერი გავლენა აქვთ – და ეს მეტწილად პოლარიზებული პლურალიზმის ქვეყნებისათვის არის დამახასიათებელი – არათუ მედია მფლობელებს, არამედ ჟურნალისტებსაც პარტიულ მოთამაშეებთან ალიანსის შექმნის მოტივი უჩნდებათ. იქ, სადაც გადაწყვეტილების მიღებაზე გავლენა ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებს აქვთ, მედია ორგანიზაციები ამ ჯგუფებთან ამყარებენ კავშირს და უფრო მეტიც, თავადაც ცდილობენ ასეთი ორგანიზაციების შექმნას. იქ, სადაც საბაზრო ურთიერთობა ბატონობს, როგორც წესი, კომერციული მედია პარტიებთან და სოციალურ ჯგუფებთან დაკავშირებულ მედიაზე დომინირებს. იმავდროულად, პოლიტიკური ცვალებადობა, რომელიც უკვე განვიხილეთ, პოლიტიკური კულტურის ისეთ მახასიათებლებსაც მოიცავს, როგორიცაა: პოლიტიკური ღირებულებები და რწმენა, აზროვნების სტილი და პოლიტიკურ სამყაროზე წარმოდგენები. შესაძლოა, ეს ყოველივე ჟურნალისტურ და მედია კულტურაზე პირდაპირი სახით არ „აისახება“, თუმცა ჟურნალისტების კონცეფციებზე, საზოგადოებაში მათი როლის განსაზღვრაზე, პროფესიული ღირებულებების ჩამოყალიბებასა და წარმომადგენლობით პრაქტიკაზე, დიდ გავლენას ახდენს.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, იმ თვრამეტი ქვეყნის მაგალითზე, რომელთა შესახებაც წიგნში ვისაუბრეთ, გამოიკვეთა მედიასისტემის სამი მოდელი: პოლარიზებული პლურალიზმი, დემოკრატიული კორპორატიზმი და ლიბერალური მოდელი. ამ სამი ჯგუფის ქვეყნებს შორის არსებულ მსგავსებებს ჩვენ მათ შორის არსებულ კავშირებსა და იმ საერთო ფესვებს ვუკავშირებთ, რაც მათ პოლიტიკურ სტრუქტურებსა და კულტურებში იჩენს თავს. როგორც ვნახეთ, მედიასისტემის ინდივიდუალური ქვეყანა ჩვენ მიერ შემოთავაზებული მოდელის იდეალურ ტიპს მხოლოდ უხეშად შეესაბამება და ამ სისტემების შერეული ტიპის სისტემებად წარმოდგენა უფრო სწორი იქნება. ამის მიუხედავად, ვფიქრობთ, რომ მედია მოდელები სასარგებლოა, როგორც მედია და პოლიტიკური სისტემების მახასიათებლების ურთიერთობათა უკეთ გააზრებისათვის, ასევე ინდივიდუალური ქვეყნების მედიასისტემების შედარებითი ანალიზისათვისაც.

სამი მოდელის მახასიათებლები სხვადასხვა კუთხით ჩვენ II ნაწილის სამ თავში საფუძვლიანად ჩამოვაყალიბეთ. ამჯერად გვინდა დასკვნის უფრო ვრცელი ვერსია შემოგთავაზოთ და განსაკუთრებული აქცენტი პოლიტიკურ კულტურასა და მედია კულტურას შორის არსებულ კავშირებზე გავაკეთოთ.

პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელისთვის დამახასიათებელია: პოლიტიზირების მაღალი ხარისხი; სოციალური ცხოვრების უმეტეს სივრცეში სახელმწიფოსა და პოლიტიკური პარტიების ინტერვენციის მაღალი ხარისხი; მოსახლეობა, რომელიც განსხვავებული პოლიტიკური იდეოლოგიების ფართო სპექტრისადმია ლოიალური. საინტერესოა, რომ იდეოლოგიებისადმი ერთგულება, „საერთო სიკეთის“ კონცეფციის მიმართ სკეპტიკურ დამოკიდებულებასთან თანაარსებობს; საყოველთაოდ გაზიარებული წესებისა და ნორმების არარსებობა. პოლარიზებულ პლურაზილიზმს საჯარო ინფორმაციის „მოხმარების“ არათანაბრობაც ახასიათებს: პოლიტიკურად აქტიური მოქალაქეების მხრიდან პრესაში კომენტარებზე მოთხოვნილება დიდია, ხოლო პოლიტიკურად ინერტული მოქალაქეები პოლიტიკური ინფორმაციის ძალზე მცირე რაოდენობით კმაყოფილდებიან. ახალი ამბების მედია გარე პლურალიზმის ხარისხით ხასიათდება და მედია იდეოლოგიური მრავალფეროვნების „ჩემპიონად“ აღიქმება. იდეოლოგიებისადმი ერთგულება პროფესიულ კულტურას გადასწონის. ჟურნალისტებსა და პოლიტიკურ მოთამაშეებს შორის მჭიდრო კავშირები არსებობს, სახელმწიფო მედია სექტორში აქ-

ტიურად ერევა და გაზეთები პოლიტიკურ აქტივისტ მკითხველზე მიმართულ დახვეწილ კომენტარებზე აკეთებს აქცენტს.

დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნები ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების მნიშვნელობითა და იმავდროულად „საერთო სიკეთის“ კონცეფციისადმი პასუხისმგებლობით და სოციალური წრეების მიერ წესებისა და ნორმების გაზიარებით ხასიათდება. ინფორმაციის თავისუფლად გავრცელება ამ ქვეყნებში ერთ-ერთი ცენტრალური ღირებულებაა და სახელმწიფოს ინფორმაციის თავისუფალი ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის პოზიტიური ვალდებულება ეკისრება. ამასთანავე საჯარო საქმეების შესახებ ინფორმაციის მოხმარების კულტურა უაღრესად მაღალია. მედია კულტურას ადვოკატირების კვლავაც შემორჩენილი ტრადიცია ახასიათებს და მედიას სოციალური ჯგუფების ინტერესებისა და იდეოლოგიური მრავალფეროვნების წარმოჩენის ინსტრუმენტად მიიჩნევენ. სახეზეა პროცედურებისა და ნორმების პატივისცემის მაღალი დონე. მედიის საქმიანობაში სახელმწიფო ინტენსიურად ერევა, თუმცა ჟურნალისტური ავტონომია დაცულია. პოლიტიკური ინფორმაცია ღირებულია და ის ფართო მასებზეა გამიზნული.

ლიბერალური მოდელი რეპრეზენტაციის უფრო ინდივიდუალისტური კონცეფციით ხასიათდება, მასში ორგანიზებული სოციალური ჯგუფების როლი, წინა ორ სისტემასთან შედარებით, მცირეა და მას მეტწილად ნეგატიური დატვირთვა აქვს, რომელიც „საერთო სიკეთეზე“, „სპეციალური ინტერესების“ უპირატესობას გულისხმობს. „საერთო სიკეთე“, როგორც ზეიდეოლოგიური ღირებულება ხაზგასმული და მისაღებია. სახელმწიფოს როლი მეტწილად ნეგატიურად აღიქმება და ინფორმაციის ნაკადის თავისუფალი მიმოქცევა სახელმწიფოს ჩარევის არარსებობას გულისხმობს. საჯარო ინფორმაციის მოხმარება, როგორც მოქალაქეობის არსებითი რეალიზების მნიშვნელობა, ინდივიდუალისტური და ანტიპოლიტიკური ელემენტების იმ კულტურით მოდიფიცირდება, რომელიც პირად ცხოვრებას, საჯაროზე უფრო მაღლა აყენებს. მედიის როლს, არა იმდენად ამ სისტემაში სოციალური ჯგუფების წარმომადგენლობაში ან იდეოლოგიების მრავალფეროვნების ასახვის პრიზმაში, არამედ მოქალაქე-მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდებასა და მთავრობის მეთვალყურე „მოდარაჯე ნაგაზის“ პრიზმაში განიხილავენ. მიუხედავად იმისა, რომ ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის კულტურა, დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნების მსგავსად, აქ ფორ-

მალურად ინსტიტუციონალიზებული არ არის, ერთიანი პროფესიული კულტურა ძალზე განვითარებულია. განსაკუთრებული ყურადღება მედია სივრცეში სახელმწიფოს ინტერვენციის შეზღუდვაზე კეთდება. მედია მასობრივ აუდიტორიაზეა ორიენტირებული და იმავდროულად საზოგადოებრივ თემატიკას, სხვა მოდელებთან შედარებით, ნაკლებად ასახავს.

ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხი, რომელსაც მედიასისტემების შედარებისათვის საჭირო ოთხი პრინციპული განზომილების გამოყოფის დროს შევეხეთ, იყო ის, თუ რამდენად დამოუკიდებლები არიან ერთმანეთისგან თავად ეს მედიასისტემები. ჩვენ ვამტკიცებდით, რომ ისინი დამოუკიდებელ სისტემებად უნდა განვიხილოთ, იმისდა მიუხედავად, ახდენს თუ არა მოცემული კვლევა ამის დემონსტრირებას. მოცემული გვაქვს ოთხი ცვლადი და მხოლოდ სამი ემპირიული საქმე, რომელიც ჩვენ მიერ სამ მოდელად დაჯგუფებულ ქვეყნებს შორის არსებულ ურთიერთკავშირებს გვიჩვენებს. სასარგებლო იქნება, თუ ჩვენ მიერ სამ მოდელში აღმოჩენილი განზომილებების ვარიაციებს გამარტივებული ფორმით წარმოვიდგენთ, ისე, როგორც ეს 9.1 ცხრილშია მოცემული. ეს ცხრილი უდავოდ ამარტივებს წარმოდგენილ არგუმენტებს და იმედი გვაქვს, რომ მკითხველი ჩვენ მიერ შემოთავაზებულ უფრო კომპლექსურ მსჯელობას ამ სქემით არ ჩაანაცვლებს. წარმოდგენილ ცხრილს ოთხი განზომილება რაოდენობრივ კატეგორიამდე დაჰყავს, მაშინ, როდესაც ჩვენ ვამტკიცებთ, რომ ხარისხობრივი განსხვავებებიც სახეზეა – მაგალითად, სახელმწიფო პოლარიზებული პლურალიზმის და დემოკრატიული კორპორატიზმის მედიასისტემებში დიდ როლს თამაშობს, მაგრამ ამას განსხვავებულად აკეთებს. ეს ცხრილი ოთხი განზომილების დიქოტომიას გვიჩვენებს, მაგრამ ცალკეული ქვეყნის ვარიაციისგან და დროის ფაქტორისგან აბსტრაგირდება (ეს იმას ნიშნავს, რომ მოდელები წარმოდგენილია დროის მონაკვეთში, როდესაც ისინი ერთმანეთისგან მკვეთრად განსხვავდებოდნენ, ვთქვათ 1950-70-იან წლებში).

მიუხედავად ასეთი შეფასებებისა, ამ სქემატური პრეზენტაციის განხილვა, მოცემული მომენტისათვის შესაძლოა, სასარგებლო იყოს. ერთი რამ, რასაც ცხრილი მკაფიოდ გვიჩვენებს, არის ის, რომ მედიასისტემების ცვლადები ორი წყვილი ზემოდელური განსხვავების არსებობას წარმოაჩენს: მასობრივი პრესის განვითარება და პროფესიონალიზაცია; პოლიტიკური პარალელიზმი და სახელმწიფოს როლი. როგორც ჩანს, ამ განზომილებებს შო-

ცხრილი 9.1. მედიასისტემების ოთხი განზომილების ვარიაცია

	პოლარიზებული პლურალისტი	დემოკრატიული კორპორატისტი	ლიბერალი
მასობრივი პრესის განვითარება	დაბალი	მაღალი	მაღალი
პოლიტიკური პარალელიზმი	მაღალი	მაღალი	დაბალი
პროფესიონალიზაცია	დაბალი	მაღალი	მაღალი
სახელმწიფოს ჩარევა	მაღალი	მაღალი	დაბალი

რის კავშირის არსებობის დანახვა, სწორია. პროფესიონალიზმი ვითარდება იქ, სადაც გაზეთების მასობრივი ცირკულაცია მაღალია. ნაწილობრივ ეს იმის გამო ხდება, რომ პროფესიონალიზაცია ჩნდება იქ, სადაც კაპიტალიზმი, მასობრივი დემოკრატია და საშუალო კლასი ძლიერია და ნაწილობრივ იმის გამო, რომ პროფესიონალიზაციას ფართო მასშტაბის მქონე, ეკონომიკურად დამოუკიდებელი მედია ორგანიზაციის არსებობა ესაჭიროება, რადგან ასეთი ორგანიზაციების წარმატება მთლიანად ჟურნალისტის მკითხველთან ურთიერთობაზეა დამოკიდებული. ასევე მისაღებად მიგვაჩნია მოსაზრება, რომ პოლიტიკურ პარალელიზმსა და სახელმწიფოს ინტერვენციას შორის კავშირი არსებობს. იქ, სადაც სახელმწიფო საზოგადოებრივ ცხოვრებაში დიდ როლს თამაშობს, პარტიებს ღრმა სოციალური ფესვები და დიდი გავლენები აქვთ, ყოველივემ შესაძლოა, სრულიად საპირისპიროდ იმუშაოს: თუ პარტიები ძლიერები არიან, სოციალური პრობლემების გადაწყვეტა სახელმწიფოს გავლით განხორციელებული კოლექტიური ქმედებების გზით, შესაძლოა, უფრო შედეგიანი აღმოჩნდეს. ვფიქრობთ, სწორია მოსაზრება, რომ იქ, სადაც პოლიტიკა სოციალურ ცხოვრებაში ცენტრალურ როლს ასრულებს, პარტიები სათემო გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე დიდ გავლენას ახდენენ. ბორდიუს რომ დავესესხოთ, ამ შემთხვევაში პოლიტიკური სივრცის გავლენა მედიაზე დიდია და პოლიტიკური პარალელიზმის ხარისხი კი – მაღალი. ჩვენ არ გვინდა, რომ ჩვენ მიერ შემოთავაზებული ოთხი განზომილება ორამდე დავიყვანოთ, მაგრამ მიგვაჩნია, რომ იდენტიფიცირებული განზომილებების ორი წყვილი ერთმანეთთან მნიშვნელოვან კავშირშია.

ამ წიგნში განსაკუთრებული აქცენტი ისტორიაზე გავაკეთეთ: მიგვაჩნია, რომ პრესისა და პოლიტიკური სისტემის საწყისებისა-

კენ მიბრუნება და მათი განვლილი გზის აღწერა არსებითია იმისათვის, რომ გავიგოთ, თუ როგორ ფუნქციონირებს მედიასისტემა დღეს. 1960-იანი წლების შედარებითი პოლიტიკის კლასიკურ ნაშრომში ლიფსეტი და როკკანი (1967:2) წერდნენ: „როგორც კი შედარებით ანალიზს ვიწყებთ, მას ისტორიული განზომილება უნდა დაემატოს. საარჩევნო უფლების გაფართოებამდე და შემდგომ... პარტიების ფორმირების თანმიმდევრობის შესახებ დეტალური მონაცემების გარეშე, არსებულ განლაგებებში მიმდინარე ცვლილებებიდან დასკვნებს ვერ გამოვიტანთ“. ისინი პარტიული სისტემების წარმოშობის სათავეებს იკვლევენ და ამ პროცესს ფეოდალური ან პატრიმონიალურიდან, ლიბერალურ ინსტიტუტებზე გადასვლამდე მიჰყვებიან. აქედან გამომდინარე, პარტიული სისტემების ვარიაციებს იმ კონფლიქტების პრიზმიდან ხსნიან, რომლითაც ამა თუ იმ ქვეყანაში ეს ცვლილებები იყო განპირობებული. პარტიულ სისტემებთან მჭიდროდ დაკავშირებული მედიასისტემების ფორმირება იგივე სოციალური კონფლიქტებისა და ამ კონფლიქტების შედეგად წარმოშობილი ინსტიტუტების და კულტურების გავლენას არანაკლებ განიცდიდნენ. ეს არ ნიშნავს, რომ წარსული აწმყოს მუდმივად განსაზღვრავს და რომ ცვლილება არ ხდება. თუმცა, თანამედროვეობის, როგორც ისტორიული ევოლუციის შედეგის და დღეს არსებული მედიასისტემების საკითხი ურთიერთკავშირშია.

ჩვენ ასევე ვნახეთ, რომ ეკონომიკური და პოლიტიკური სისტემების ცვლილებამ, ტექნოლოგიების განვითარებამ და მედიასისტემების კომერციალიზაციამ, განსაკუთრებით 1980-იან წლებში, ჰომოგენიზაციის პროცესი წარმოშვა. ამან თავის მხრივ, ეროვნულ მედიასისტემებს შორის არსებული ის განსხვავებები შეამცირა, რაც მეოცე საუკუნის უმეტეს მონაკვეთში ამ სისტემებში დომინანტი იყო. ჰომოგენიზაციის პროცესმა მკვეთრად დაასუსტა პოლარიზებული პლურალიზმისა და დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებში პოლიტიკურ პარტიებთან და ორგანიზებულ სოციალურ ჯგუფებთან ისტორიულად არსებული კავშირები. პროცესები კომერციული სტრუქტურებისა და ნეიტრალური პროფესიონალიზმის მიმართულებით განვითარდა, რაც ლიბერალური სისტემის მახასიათებელია. ამ თვალსაზრისით, შეიძლება ლეგალური სისტემისკენ მიმართული კონვერგენციის ტენდენციაზეც ვისაუბროთ. თუმცა, იქვე აღვნიშნეთ, რომ მნიშვნელოვანი განსხვავებები მედიასისტემებს შორის კვლავაც რჩება და უფრო მეტიც, არსებობს შეზღუდვები და კონტრტენდენცი-

ებიც. ამდენად, ძალზე ფრთხილად უნდა მოვეკიდოთ იმის მტკიცებას, რომ საქმე ლიბერალური მოდელის სრულ ტრიუმფთან და მედიასისტემების განვითარების „ისტორიის დასასრულთან“ გვაქვს.

ჩვენ იმაზეც ვიმსჯელეთ, რამდენად სასარგებლოა მედიასისტემების განვითარების გასააზრებლად დიფერენციაციის თეორიის გამოყენება. როგორც აღვნიშნეთ, დიფერენციაციის თეორიის დასკვნები შედარებით კვლევებში ხშირად იმპლიციტურია. ეს განსაკუთრებით ლიბერალური მოდელის შეფასებებს ეხება. იმის გამო, რომ ლიბერალური მოდელი პოლიტიკისგან მედიის დიფერენცირების მაღალ ხარისხს გულისხმობს, დიფერენციაციის თეორია მას ყველაზე მოწინავე მოდელად განიხილავს და მიიჩნევს, რომ არსებითად მედიასისტემების შედარება ამ მოდელის მიმართ ევოლუციური ეტაპების მიხედვით უნდა მოხდეს. ჩვენ ვადასტურებთ, რომ დიფერენციაციის მოდელი მედიასისტემების შედარებითი კვლევის პროცესში ძალზე სასარგებლოა და პოლიტიკური თუ სხვა სოციალური სტრუქტურებისგან მისი დიფერენცირების ხარისხი ზოგადად მნიშვნელოვანი ცვლადია. იმ პროცესების განხილვა, რომელთაც ჩვენ ჰომოგენიზაცია ვუწოდეთ, დიფერენციაციის თეორიის კუთხითაც უნდა მოვახდინოთ. მედიასისტემების ავტონომიურობის ზრდასთან ერთად, პოლიტიკურმა პარტიებმა, სოციალურმა და პოლიტიკურმა ჯგუფებმა, რომლებსაც ერთ დროს მრავალმხრივი სოციალური ფუნქცია ჰქონდათ და სოციალურ კომუნიკაციაში პრესის უმეტესი ნაწილის ორგანიზებას ახდენდნენ, პოზიციები დათმეს. მიუხედავად ამისა, ჩვენ ვიზიარებთ ჰაბერმასისა და ბორდიუს თეორიას იმასთან დაკავშირებით, რომ დედიფერენცირების პროცესი კვლავ ძალაშია და მოქმედებს. ამ კუთხით მთავარი კომერციალიზაციის როლია. მიუხედავად იმისა, რომ კომერციალიზაცია პოლიტიკისგან მედიის დიფერენცირების პროცესს აძლიერებს, ის იმავდროულად მედიას საბაზრო ლოგიკასთან მიმართებაში სუბორდინაციულ მდგომარეობაში აყენებს. საბაზრო წილისათვის კორპორატიული ბრძოლა ხშირად ჟურნალისტურ ავტონომიასა და კომუნიკაციის სხვა პროფესიონალების თავისუფლებას ზღუდავს. ამდენად, მედია, რომელიც პოლიტიკური ინსტიტუტებისაგან უფრო დიფერენცირებული გახდა, ეკონომიკური ინსტიტუტებისაგან ნაკლებად დიფერენცირებულია. როგორც აღვნიშნეთ, ეს ტენდენცია ძალაუფლებისა და დემოკრატიის საკითხებთან მიმართებაში რიგ კითხვებს ბადებს და მათზე ადეკვატური პასუ-

ხების მიღება რთულია: აქცევს თუ არა ლიბერალური მოდელის გაძლიერების ტენდენცია კომუნიკაციის პროცესს უფრო გახსნილად და თანასწორად? ის გარემოება, რომ პოლიტიკური ჯგუფები მედიასისტემებზე კონტროლს კარგავენ, განაპირობებს თუ არა მედიასისტემებზე ბიზნესის გავლენის ზრდას? რა უდევს საფუძვლად მედია სტრუქტურების განვითარებას ამჟამად – ამომრჩევლის „ხმა“ თუ მომხმარებლის, ინვესტორის, რეკლამის დამკვეთის დოლარები?

იმედი გვაქვს, შევძელით იმის ჩვენება, რომ შედარებითი ანალიზის მეთოდოლოგიას დიდი შესაძლებლობები აქვს და რომ საჭიროა ასეთი კვლევების უფრო ინტენსიურად გამოყენება. შესაძლოა ეს აზრი, შედარებითი ანალიზის ზოგადი ამბიციით ნაკარნახევ ისეთივე განცხადებად მიიჩნიოთ, რომელზეც ჩვენ *პრესის ოთხი თეორიის* განხილვისას ვსაუბრობდით, მაგრამ ამ წიგნის წერისას – იტალიურ გამოთქმას მოვიხმობთ – ჩვენ საკუთარ ტყავზე გამოვცადეთ (*abbiamo sperimentato sulla nostra pelle*) შედარებითი ანალიზის ფასი, რათა მედიასისტემებისა და მათთან დაკავშირებული სოციალურ-პოლიტიკური კონტექსტის საკითხი განგვეხილა, გაგვეგო ცვლილებების დინამიკა დროში და კონკრეტული ნაციონალური მედია ინსტიტუტების შესახებ ცოდნა გაგვეღრმავებინა. ბენდიქსს (1963:537) მიაჩნია, რომ შედარებითი ანალიზი ანუ ერთი სტრუქტურის მეორე სტრუქტურასთან შედარება განსხვავებების „წარმოჩენას“ უწყობს ხელს. ანალიტიკოსს, რომელიც ერთ რომელიმე მედიასისტემაში ღრმად არის ჩახედული, ხშირად ამ სისტემის მნიშვნელოვანი მახასიათებელი ყურადღების მიღმა რჩება, რადგან იგი მისთვის იმდენად ბუნებრივია, რომ საერთო ფონზე არ გამოირჩევა. აქედან გამომდინარე, ანალიტიკოსს უჭირს პასუხის გაცემა იმაზე, თუ *რატომ* მოხდა ისე, რომ ერთმა კონკრეტულმა სისტემამ სწორედ ის მახასიათებელი განავითარა, რომელიც მისთვის არის სპეციფიკური და არა სხვა. შედარებითი ანალიზი არსებითია, თუ ჩვენ ამ შეზღუდვების იქით წასვლა გვსურს.

აქ წარმოდგენილი ანალიზი ერთობ პირობითი და მოთელვითია და ეს კვლევების ნაკლებობითა და მონაცემთა ბაზის სიმწირით არის განპირობებული. გასათვალისწინებელია ის წარმოუდგენელი სირთულეებიც, რაც კომპლექსური მოვლენების განზოგადებას უკავშირდება. იმედი გვაქვს, რომ სხვა მკვლევრები ჩვენ მიერ შემოთავაზებულ იდეებს ყურადღებით მოეკიდებიან და მომავალში გაითვალისწინებენ. არ გამოვრიცხავთ იმა-

საც, რომ ისინი ჩვენს არგუმენტებს მცდარად ან არასაკმარისად დასაბუთებულად შეაფასებენ.

ჩვენ გვაქვს რამდენიმე მოსაზრება იმის თაობაზე, თუ შედარებითი ანალიზის როგორი ტიპია ყველაზე პროდუქტიული. არსებობს მედიის შინაარსის ისეთი შედარებითი მონაცემების შექმნის საჭიროება, რომელიც ახალი ამბების შერჩევაში არსებულ მსგავსებებსა და განსხვავებებს დაგვანახებს, ასევე პრეზენტაციის წესებსა და განსხვავებული სოციალური ჯგუფებისა თუ ინტერესების ასახვის გააზრების შესაძლებლობას მოგვცემს (ჩვენ აქ ახალი ამბების თემატიკა განვიხილეთ, თუმცა შედარებითი ანალიზის სხვა ფორმებიც ძალზე სასრგებლო იქნებოდა. მაგალითად, ის, თუ როგორ არის წარმოდგენილი გასართობ პროგრამებში სხვადასხვა სოციალური ჯგუფი ან ესა თუ ის თემი. შედარებითი შინაარსის მონაცემები მწირია. ეს ნაწილობრივ ენობრივ ბარიერებს უკავშირდება, ნაწილობრივ იმითაც არის განპირობებული, რომ ის, რაც მეტწილად აღწერილობითია, კონცეპტუალურად ღარიბი და მეტწილად არა მედიასისტემებს შორის განსხვავებების თეორიაზე, არამედ ერთი რომელიმე მოვლენის აღწერაზეა ფოკუსირებული. უფრო მეტიც, არ არის აუცილებელი, რომ მედიის შინაარსის შედარებითი ანალიზი რაოდენობრივ ხასიათს ატარებდეს. ზოგჯერ ხარისხობრივი, სისტემურად გამართულად განხორციელებული ინტერპრეტაციული ანალიზი მეტად ფასობს, მაგალითად, იმ შემთხვევებში, როდესაც ახალი ამბების გადმოცემაში არსებული ჟანრების მახასიათებლებს შორის განსხვავებების ჩვენებას ვისახავთ მიზნად.

ასევე მწირია მედიის „ეთნოგრაფიული“ კვლევების მონაცემებიც. ეს თანაბრად ეხება როგორც ცალკეული ქვეყნების, ისე ზოგადად შედარებითი ხასიათის „ეთნოგრაფიულ“ კვლევებს. ჩვენ იმ კვლევებს ვგულისხმობთ, რომლებიც სფეროზე დაკვირვებისა და მედია ორგანიზაციების ან სხვა სოციალურ მოთამაშეებთან და ინსტიტუტებთან მათი ინტერაქციის პრაქტიკასთან დაკავშირებული, ვრცელი გამოკითხვების გზით შეიქმნა.[96] ახალი ამბების მედია კვლევებში ხშირად გამოიყენება მეთოდი, რომლის დროსაც სხვადასხვა ქვეყნის ჟურნალისტებს მსგავს კითხვებს მათ სამაგალითო კონცეფციებზე, ღირებულებებსა და სხვა ამდაგვარ საკითხებზე უსვამენ. ასეთი გამოკითხვა ბევრ კითხვას ბადებს,

96 მაგალითად, ტუჩმანი (1978), განსი (1979), გიტლინი (1980), პადიოლიუ (1985), შლეზინგერი (1987), სემტკო და სხვები (1995), პედელტი (1995) და ესერი (1998).

თუმცა ბევრ ქვეყანაში ეს სტანდარტიზაციისა და განვრცობისათვის უფრო ადვილი გზაა. ეს გარკვეულ ფარგლებამდე სასარგებლოცაა, თუმცა ჩვენი კვლევის ხედვა ის არის, რომ ჟურნალისტების საქმიანობაში არსებული განსხვავებები უფრო დიდია, ვიდრე ეს მათი გამოკითხვებიდან ჩანს, რადგან მათ პასუხებზე ზენაციონალური მოლოდინები და განწყობები ახდენენ გავლენას (ასეთი ზენაციონალური მოლოდინების გავლენის შესწავლა ეთნოგრაფიული ხასიათის კვლებით არის შესაძლებელი). „ამერიკანიზაციის“ საკითხებთან დაკავშირებული ლიტერატურის შესწავლისას ჩვენ აღმოვაჩინეთ, რომ ძალზე ცოტაა გაკეთებული იმ მიმართულებით, რომელიც მეტ წარმოდგენას შეგვიქმნიდა, კონკრეტულად თუ როგორ ხდება ეს – რა ცვლილებებია ჟურნალისტურ განათლებაში, რა ურთიერთობები აქვთ სხვადასხვა ქვეყნის ჟურნალისტებს, ვინ არიან ის კონსულტანტები, რომლებიც ამ საკითხებზე მუშაობენ, რა ტიპის სემინარები ეწყობა და სხვ). ყველაზე მეტად მნიშვნელოვანია კითხვა იმის შესახებ, თუ როგორია ჟურნალისტებისა და მედიის სხვა თანამშრომლების *პრაქტიკა*? გადაწყვეტილებებს როგორ ღებულობენ? როგორ ამუშავებენ ინფორმაციას? როგორ უმკლავდებიან ზეწოლას? როგორ ახდენენ საქმიანობის კოორდინირებას? ამ საკითხების კვლევა უბრალოდ გამოკითხვით ვერ იძლევა სრულყოფილ შედეგს. უფრო დეტალური კვლევა რთულია, თუმცა არა შეუძლებელი და ამისათვის შედარებითი კვლევის მეთოდის გამოყენებაა სასარგებლო. უნდა ითქვას, რომ შედარებითი ანალიზისათვის ცალკეული ქვეყნების პრაქტიკის შესწავლაც ღირებულია, თუ ეს სხვა პრაქტიკების ცოდნით ხორციელდება და შედარებითი ანალიზის კონცეპტუალური ჩარჩოდან გამომდინარეობს.

ძალზე აქტუალურია კომუნიკაციის ისტორიის შედარებითი კვლევა. მაგალითად, ჩვენ გაკვირვებული დავრჩით იმით, თუ რა მცირეა ლიტერატურის მოცულობა – ყოველ შემთხვევაში ინგლისურ და ჩვენთვის ნაცნობ სხვა ენებზე – პარტიული პრესის ისტორიასთან დაკავშირებით. ეს ლიტერატურა ჩვენთვის უაღრესად მნიშვნელოვანი იყო, თუმცა ფაქტია, რომ მედიის ისტორია კომერციულ მოდელზეა ფოკუსირებული. როგორც დემოკრატიული კორპორატიზმის ქვეყნებზე მსჯელობისას განვაცხადეთ, ჩვენთვის ხელმისაწვდომი ლიტერატურა მიუთითებდა, რომ ერთიანი პროფესიული სტანდარტი კომერციულ და პარტიულ პრესაში თანაბრად ვითარდებოდა და პოლიტიკური პარალელიზმი, პროფესიონალიზმის მაღალ ხარისხთან თანაარსებობდა, მაგრამ

მაინც მეტი უნდა გაკეთდეს იმისათვის, რომ გაირკვეს თუ როგორ და რატომ ხდება ამა თუ იმ ქვეყანაში, მაშინ, როდესაც სხვა ქვეყანაში იგივეს ადგილი არ აქვს?

დაბოლოს, ვფიქრობთ, მეტი კვლევაა განსახორციელებელი მედიასა და სხვა სოციალურ მოთამაშეებს შორის არსებული ურთიერთობების შესწავლის კუთხით და კონკრეტული მოვლენების საკითხების გაშუქების საქმეში ამ ურთიერთობების მნიშვნელობაზე. ეს კვლევა შესაძლოა, არსებითად შედარებითი ხასიათის იყოს ან მისი მაგალითების დიზაინი სხვა ქვეყნებში მიმდინარე კვლევებთან თავსებადი. ეს კვლევები შესაძლებელია, სხვადასხვა საკითხზე იყოს ფოკუსირებული, მაგალითად: არჩევნებზე (არსებული კვლევების უმეტესი ნაწილის ფოკუსი სწორედ ეს არის), სოციალურ მოძრაობებზე ან მედია მოვლენებზე (ამის უპირატესობა შესაძლოა, ის იყოს, რომ ეს სხვა ქვეყნებში მიმდინარე მოვლენების მთავარი ფოკუსი ისედაც იყოს), რაიმე ანსპეციფიკურ მოვლენებზე – იმიგრაცია, გაფიცვა, სკანდალი. ასეთი კვლევები მნიშვნელოვანია ძალაუფლების იმ საკითხების შესწავლისათვის, რაზეც სათანადო ცოდნა არ არსებობს და მათი მნიშვნელობა ბევრ ისეთ ნორმატიულ კითხვას ბადებს, რომლის წინაშე კომუნიკაციის მკვლევარი ბოლოს მაინც დადგება: ამ ტიპის კვლევა საშუალებას გვაძლევს განვსაზღვროთ ის, თუ რომელი შეხედულება იმკვიდრებს ადგილს საჯარო სივრცეში, რომელი მოთამაშე თუ ინსტიტუცია შეძლებს დებატის პროცესის განსაზღვრას და რა გავლენას ახდენენ ამ პროცესებზე მედიასისტემები.

აქ შემოთავაზებული ანალიზის ყველა ფორმის სხვადასხვა გზით კომბინირება არის შესაძლებელი. მაგალითად, მედიისა და სოციალური მოძრაობების ურთიერთკავშირების შემთხვევების, სოციალურ მოძრაობებთან ინტერაქციის გზა, შესაძლებელია შინაარსობრივი ან ეთნოგრაფიული ველის ანალიზისათვის სასარგებლო აღმოჩნდეს. ასევე შესაძლოა, ისტორიული ღირებულება ჰქონდეს იმ პერიოდის შესწავლასაც, როდესაც პარტიული გაზეთები ჯერ კიდევ ძლიერი იყო და იმ პერიოდის კვლევაც, როდესაც კომერციული მედია აბსოლუტურად დომინირებდა.

ვიდრე ამ თემას დავასრულებდეთ, გვინდა რამდენიმე სიტყვა აქ წარმოდგენილი ანალიზის დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილოეთ ამერიკის გარეთ არსებულ მედიასისტემებთან თავსებადობაზეც ვთქვათ. ჩვენ ფოკუსირება მედიასისტემების შეზღუდულ რაოდენობაზე განზრახ მოვახდინეთ. უარი ვთქვით *პრესის ოთხი თეორიისათვის* დამახასიათებელ უნივერსალისტურ მიდგომაზე

და იმედი გვაქვს, რომ ის არ იქნება ისევე გამოყენებული, როგორც ზემოხსენებული თეორია. *პრესის ოთხი თეორია* ადგენდა კატეგორიებს, რომლის განვრცობა ისეთ სისტემებზე ხდებოდა, რომლებიც განსხვავებული კონტექსტით განვითარდნენ. იმედი გვაქვს, რომ ჩვენი მიდგომა სხვა სისტემების მათივე პირობებითა და განმასხვავებელი ლოგიკით გააზრებისაგან დაგვიცავს. ამავე დროს, ვიმედოვნებთ, რომ ჩვენი ნაშრომი სასარგებლო იქნება იმ მკვლევრებისთვის, რომლებიც სხვა მედიასისტემებზე მუშაობენ და მას, როგორც ზოგად მოდელს, მედიისა და პოლიტიკური სისტემების ურთიერთმიმართების გასაგებად, ასევე სხვა სისტემებთან შედარებისთვის გამოიყენებენ.

ჩვენ დიდი სიფრთხილით ვეკიდებით სამი მოდელის სხვა სისტემებზე განვრცობას. ლიბერალური მოდელის გამოყენება, ცხადია, სხვა ქვეყნების სისტემების საკვლევად, ალბათ, ყველაზე რელევანტური იქნებოდა, რადგან მისი გლობალური გავლენა დიდია და იმიტომაც, რომ ნეოლიბერალიზმისა და გლობალიზაციის გაფართოების პროცესი კვლავაც ძალაშია. ის ლიბერალური მედია სტრუქტურებისა და იდეების გავრცელებას უწყობს ხელს. ის დაგვეხმარება ლათინოამერიკული სისტემის გააზრებაში, რომელიც ჩრდილო-ამერიკული სისტემის დიდ გავლენას განიცდის. კაპიტალისტური ხასიათის ბევრი აზიური ქვეყნისათვისაც უფრო ლიბერული სისტემის გავლენაა დამახასიათებელი, თუმცა აქ ის მნიშვნელოვან მოდიფიცირებასაც განიცდის, მაგალითად, სახელმწიფოს ძლიერი როლის თვალსაზრისით. დემოკრატიულ კორპორატიზმის ქვეყნების მოდელის მისადაგება აღმოსავლეთ და ცენტრალური ევროპის ისეთი ქვეყნებისადმი იქნება რელევანტური, როგორებიცაა: პოლონეთი, უნგრეთი, ჩეხეთის რესპუბლიკა და ბალტიის ქვეყნები. ამ მოდელის იმ აზიურ სისტემებთან ნაწილობრივი მისადაგებაც შეიძლება, რომლებიც დემოკრატიული კორპორატიზმის კოლექტივისტურ კულტურას მეტ-ნაკლებად იზიარებენ.[97]

მიუხედავად იმისა, რომ ლიბერალური მოდელი მედია სწავლებებში დომინირებს და მას სხვა მოდელებთან მიმართებაში მთავარ ნორმატიულ მოდელად მიიჩნევენ, უნდა აღინიშნოს, რომ პოლარიზებული პლურალიზმის მოდელი, როგორც მედიისა და

97 გერმანულ მედია კანომდებლობას, მაგალითად, აზიის ზოგიერთი ქვეყნის კანონმდებლობაზე აქვს გავლენა (იუმი 1993); რა თქმა უნდა, სახელმწიფოს ჰეგელიანურ და კონფუციანურ კონცეფციებს შორის მსგავსება არსებობს.

პოლიტიკური სისტემების ურთიერთობის ემპირიული ნიმუში, ჩვენ მიერ გამოყოფილ ორ დანარჩენზე მეტ ასახვას ჰპოვებს. დარწმუნებულები ვართ, რომ მკვლევრები, რომლებიც აღმოსავლეთ ევროპისა და ყოფილი საბჭოთა კავშირის, ლათინური ამერიკის, ცენტრალური აზიისა და და მთელი მედიტერიანული რეგიონის, აფრიკის და აზიის უმეტესი ქვეყნების სისტემების კვლევაზე მუშაობენ, სამხრეთ ევროპის ქვეყნების მაგალითს მათთვის უფრო რელევანტურად მიიჩნევენ, მათ შორის, კლიენტელიზმის, სახელმწიფოს ძლიერი როლის, პოლიტიკურ ბრძოლაში მედიის, როგორც ძლიერი ინსტრუმენტის, პრესის ლიმიტირებული ცირკულაციის და საერთო პროფესიული ნორმების შედარებითი შეზღუდულობის საკითხების ჩათვლით.[98]

უნდა აღვნიშნოთ, რომ ჩვენ მიერ აღწერილი მოდელები, სავარაუდოდ, გარკვეულ მოდიფიცირებას საჭიროებენ, რათა ამ ქვეყნებში არსებულ პრაქტიკას სრულად მოერგონ და ვიმედოვნებთ, რომ ამის შემდეგ ისინი სპეციფიკური პოლიტიკური და მედიასისტემების დეტალურ კვლევაზე დაფუძნებული ახალი მოდელების გამოკვეთის წინაპირობად გამოდგებიან.

98 ჰელინი და პაპათანასოპულოსი (2002), სამხრეთ ევროპისა და ლათინური ამერიკის შედარება.

ბიბლიოგრაფია

Agee, Warren K. and Nelson Traquina (1984). „A Frustrated Fourth Estate: Portugal's Post-Revolutionary Media." *Journalism Monographs* no. 87, February.

Albert, Pierre (1983). *La presse fran$aise.* Paris: La Documentation fran^aise.

Alexander, Jeffrey C. (1981). „The Mass News Media in Systemic, Historical and Comparative Perspective." In E. Katz and T. Szecsko, eds., *Mass Media and Social Change,* pp. 17-51. Beverly Hills: Sage.

Almond, Gabriel and Sidney Verba (1989). *The Civic Culture.* Newbury Park: Sage.

Alsop, Joseph and Stuart Alsop (1958). *The Reporter's Trade.* New York: Renal and Company.

Altick, Richard D. (1957). *The English Common Reader: A Social History of the Mass Reading Public, 1800-1900. Columbus: Ohio State University Press.*

Altschull, J. Herbert (1995). *Agents of Power: The Media and Public Policy.* White Plains, NY: Longman.

Alvarez, Jesus Timoteo (1981). *Restauracion y Prensa de Masas: Los Engranajes de un Sistema (1875-1883).* Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.

Anderson, Benedict (1983). *Imagined Communities.* London: Verso.

Article XIX (1993). *Press Law and Practice.* London: Article XIX.

Asard, Erik and W. Lance Bennett (1997). *Democracy and the Marketplace of Ideas: Communication and Government in Sweden and the United States. Cambridge: Cambridge University Press.*

Avery, Robert (1993). *Public Service Broadcasting in a Multichannel Environment. New York and London: Longman.*

Bagnasco, Arnaldo (1977). *Tre Italie.* Bologna: II Mulino.

Baker, C. Edwin (1994). *Advertising and a Democratic Press.* Princeton: Princeton University Press.

Baldasty, Gerald J. (1992). *The Commercialization of News in the Nineteenth Century.* Madison: University of Wisconsin Press.

Barbrook, Richard (1995). *Media Freedom: The Contradictions of Communication in the Age of Modernity. London: Pluto Press.*

Barnhurst, Kevin and John Nerone (2001). *The Form of News: A History.* New York: Guilford Press.

Barrera, Carlos (1995). *Sin Mordaza: Veinte Anos de Prensa en Democratic*. Madrid: Temas de Hoy.*

Bastiansen, Henrik and Trine Syvertsen (1996). „Towards a Norwegian Television History." In lb Bondebjerg and Francesco Bono, eds., *Television in Scandinavia: History, Politics, Aesthetics.* Luton: University of Luton Press.

Bechelloni, Giovanni (1980). „The Journalist as Political Client in Italy." In A. Smith, ed., *Newspapers and Democracy.* Cambridge, MA: MIT Press.

(1995). *Giornalismo o postgiornalismo? Napoli: Liguori.*

Beck, Ulrich (2000). *What is Globalization?* Cambridge: Polity Press.

Bekken, Jon (1997). „The Chicago Newspaper Scene: An Ecological Perspective." *Journalism and Mass Communication Quarterly.*

Bell, Desmond (1985). „Proclaiming the Republic: Broadcasting Policy and the Corporate State in Ireland." *West European Politics* 8(2): 26-49.

Bellah, Robert (1974). „Le cinque religioni dell'Italia moderna." In F. Cavazza and S. Graubard, eds., *II caso italiano.* Milano: Graznati.

Bendix, Reinhard (1963). „Concepts and Generalizations in Comparative Sociological Studies." *American Sociological Review* 28(4): 532-9.

Bennett, W. Lance (1990). „Toward a Theory of Press-State Relations." *Journal of Communication 40:* 103-25.

Benson, Rodney D. (1998). „Field Theory in Comparative Context: A New Paradigm for Media Studies." *Theory and Society* 28: 463-98.

(2000). *Shaping the Public Sphere: Journalistic Fields and Immigration Debates in the United States and France, 1973-1994.* Ph.D. diss., University of California, Berkeley.

Berka, Walter (1993). „Press Law in Austria." In Article XIX, *Press Law and Practice.* London: Article XIX.

Bettetini, Gianfranco (1985). „Un fare italiano nella televisione." In Fondazione Giovanni Agnelli, ed., *Televisione: laprovvisoria identita nazionale.* Torino: Fondazione Giovanni Agnelli.

Bionda, M. L., A. Bourlot, V. Cobianchi and M. Villa (1998). *Lo spettacolo della politica.* Roma: Eri.

Bird, Karen L. (1999). „Racist Speech or Free Speech? A Comparison of the Law in France and the United States." *Comparative Politics* 32:1: 399-418.

Blanchard, Margaret A. (1986). *Exporting the First Amendment: The Press-Government Crusade of 1945-1952. New York: Longman.*

Block, Fred (1987). *Revising State Theory: Essays in Politics and Postindustrialism. Philadelphia: Temple University Press.*

Blunder, Jay G. (1992). *Television and the Public Interest.* London: Sage.

Blumler, Jay G. and Michael Gurevitch (1995). „Towards a Comparative Framework for Political Communication Research." In Blumler and Gurevitch, eds., *The Crisis of Public Communication,* pp. 59-72 [first published 1975]. London: Routledge.

(2001). „'Americanization' Reconsidered: U.K.-U.S. Campaign Communication Comparisons Across Time." In Lance Bennett and

Robert M. Entman, eds.. *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy.* New York: Cambridge University Press.

Blumler, Jay, Dennis Kavanaugh, and T. J. Nossiter (1996). „Communication versus Politics in Britain." In D. Swanson and P. Mancini, eds., *Politics, Media and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences. Westport, CT: Praeger.*

Blumler, Jay, Jack M. McLeod, and Karl Erik Rosengren, eds. (1992). *Comparatively Speaking: Communication and Culture Across Space and Time.* Newbury Park: Sage.

Boll, Heinrich (1975). *The Lost Honor of Katharina Blum: How Violence Develops and Where it Can Lead. New York: McGraw-Hill.*

Borre, Ole (1995). „Scope-of-Government Beliefs and Political Support." In O. Borre and E. Scarbrough, eds., *The Scope of Government,* pp. 343-66. Oxford: Oxford University Press.

Bourdieu, Pierre (1998). *On Television.* New York: The New Press.

Boyd-Barrett, Oliver (1977). „Media Imperialism: Towards an International Framework for the Analysis of Media Systems." In J. Curran, M. Gurevitch, and J. Woolacott, eds., *Mass Communication and Society,* pp. 116-35. London: Arnold.

Brants, Kess (1985). „Broadcasting and Politics in the Netherlands: From Pillar to Post." In R. Kuhn, ed., *Broadcasting and Politics in Western Europe.* London: Cass.

(1998). „Who's Afraid of Infotainment?" *European Journal of Communication* 13:315-35.

Brants, Kees and Denis McQuail (1997). „The Netherlands." In Euromedia Research Group, ed., *The Media in Western Europe.* London: Sage.

Brants, Kees and Karen Siune (1998). „Politicization in Decline?" In D. McQuail and K. Siune, eds., *Media Policy: Convergence, Concentration and Commerce,* pp. 128-43. London: Sage.

Breed, Warren (1955). „Social Control in the Newsroom." *Social Forces* 33: 326-35.

Briggs, Asa and Peter Burke (2002). *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet. Cambridge: Polity.*

Brown, DeNeen (2002). „Canadian Publisher Raises Hackles." *The Washington Post,* January 27: A25.

Brown, Stephen J. (1991). *The Press in Ireland: A Survey and Guide* [first published 1937]. New York: Lemma Publishing.

Budge, Ian (1996). „Great Britain and Ireland." In J. Colomer, ed., *Political Institutions in Europe,* pp. 18-61. London: Routledge.

Burgelman, Jean-Claude (1989). „Political Parties and Their Impact on Public Service Broadcasting in Belgium: Elements from a Political-Sociological Approach." *Media, Culture & Society* 11 (2): 167-93.

Bustamante, Enrique (1989). „TV and Public Service in Spain: A Difficult Encounter." *Media, Culture & Society* 11: 67-87.
(2000). „Spain's Interventionist and Authoritarian Communication Policy: Telefonica as a Political Battering Ram of the Spanish Right." *Media, Culture & Society*

Butler, David and Dennis Kavanagh (1997). *The British General Election of 1997.* London: Macmillan.

Butler, David and Austin Ranney (1992). *Electioneering.* Oxford: Clarendon.

Canel Maria Jose and Antoni M. Pique (1998). „Journalists in Emerging Democracies: The Case of Spain. In David H. Weaver, ed., *The Global Journalist: News People Around the World,* PP 299-319' Creskill, NJ: Hampton Press.

Carr, Raymond (1980). *Modern Spain, 1875-1980.* New York: Oxford University Press.

Carty, R. K. (1981). *Party and Parish Pump: Electoral Politics in Ireland.* Waterloo, Ontario: Wilfred Laurier University Press.

Caruso, Maria Pia (2000). „La 'Par Condicio' in Francia, Germania, Regno Unito e Spagna." *Comunicazione Politica* 1: 99-109.

Cassese, Sabino (1984). „The Higher Civil Service in Italy." In E. Suleiman, ed., *Bureaucrats and Policy-Making.* New York: Holmes and Meier.

Castronovo, Valerio (1976). *La stampa italiana dall'unita alfascismo.* Bari: Laterza.

Castronovo, Valerio and Nicola Tranfaglia, eds. (1994). *La stampa italiana nell'eta della TV, 1975-1994.* Bari: Laterza.

Chalaby, Jean K. (1996). „Journalism as an Anglo-American Invention: A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s." *European Journal of Communication* 11(3): 303-26.
(1998). *The Invention of Journalism.* London: Macmillan.

Charon, Jean-Marie (1990). „Decline of a Polemical Press: The Case of France." *Gannett Center Journal* 4(4): 103-9.

Cheesman, Robin and Carsten Kyhn (1991). „The Structure of Danish Mass Media." *Nordicom Review* 2: 3-19.

Chiarenza, Franco (2002). *II cavallo morente.* Milano: Angeli.

Cipolla, Carlo M. (1969). *Literacy and Development in the West.* Middlesex: Penguin.

Clark, Charles E. (1994). *The Public Prints: The Newspaper in Anglo-American Culture, 1665-1740. New York: Oxford University Press.*

Clift, Dominique (1981). „Press Councils and Ombudsmen." In Royal Commission on the Press, *The Journalists.* Ottawa: Minister of Supply and Services Canada.

Collier, David (1993). „The Comparative Method." In Ada W. Finifter, ed, *Political Science: The State of the Discipline II.* Washington, DC: American Political Science Association.

Collins, Randall (1990). „Changing Conceptions in the Sociology of the Professions." In R. Torstendahl and M. Burrage, eds., *The Formation of Professions: Knowledge, State and Strategy.* London: Sage.

Colomer, Josep M. (1996). „Spain and Portugal: Rule by Party Leadership." In J. Colomer, ed., *Political Institutions in Europe.* London: Routledge.

Cook, Timothy E. (1998). *Governing with the News: The News Media as a Political Institution. Chicago: University of Chicago Press.*

Curran, Catherine (1996). „Fianna Fail and the Origins of *The Irish Press.*" *Irish Communications Review* 6: 7-17.

Curran, James (1978). „The Press as an Agency of Social Control: An Historical Perspective." In G. Boyce, J. Curran, and P. Wingate, eds., *Newspaper History: From the Seventeenth Century to the Present Day,* pp. 51-75. London: Constable.

(1979). „Capitalism and Control of the Press, 1800-1975." In J. Curran, M. Gurevitch, and J. Woolacott, eds., *Mass Communication and Society,* pp. 195-230. Beverly Hills: Sage.

(1991). „Rethinking the Media as a Public Sphere." In P. Dahlgren and C. Sparks, eds., Communication and Citizenship: *Journalism and the Public Sphere in the New Media Age.* London: Routledge: 27-57.

Curran, James and Colin Leys (2000). „Media and the Decline of Liberal Corporatism in Britain." In J. Curran and M. Park., eds., *De-Westernizing Media Studies,* pp. 221-36. London: Routledge.

Curran, James and Myung-Jin Park (2000). *De-Westernizing Media Studies.* London: Routledge.

Curran, James and Jean Seaton (1997). *Power Without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain. London: Routledge.*

Curry, Jane Leftwich (1990). *Poland's Journalists: Professionalization and Politics.* Cambridge: Cambridge University Press.

Dader, Jose Luis (1998). „European Political Communication in Comparison: Some Perspectives about Spain." Paper presented at Workshop on Media and Politics in Europe, Center for German and European Studies, University of California, Berkeley, April 16-18.

Dagnaud, Monique (2000). *L'Etat et les Medias: Fin de Partie.* Paris: Editions Odile Jacob.

Dahl, Robert A. and Charles E. Lindblom (1976). *Politics, Economics, and Welfare.* Chicago: University of Chicago Press.

Dalton, Robert (1988). *Citizen Politics in Western Democracies.* New York: Chatham House.

Dalton, Russell J. and Martin P. Wattenberg (2000). *Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies.* New York: Oxford University Press. Danziger, Charles (1986). „The Right of Reply in the United States and Europe." *New York University Journal of International Law and Politics* 19(1-2): 171-201.

Dardano, M. (1976). *II linguaggio deigiornali italiano.* Bari: Laterza.

Dauncy, Hugh and Geoff Hare (1999). „French Youth Talk Radio: The Free Market and Free Speech." *Media, Culture & Society* 21(1).

De Bens, Els and Vibeke Petersen (1992). „Models of Local Media Development." In K. Siune and W. Truetzschler, eds., *Dynamics of Media Politics: Broadcast and Electronic Media in Western Europe*, pp. 154-78. London: Sage, de Carvalho, Arons (1999). *A Censura a Imprensa na Epoca Marcelista.* Coimbra: Livraria Minerva Editora.

Delberghe, Michel (2000). „Le lectorat de la presse nationale reste dependent du niveau d'etudes." *Le Monde,* December 15.

De Mateo, Rosario (1997). „Spain." In B. Ostergaard, ed., *The Media in Western Europe: The Euromedia Handbook,* 2nd ed. London: Sage.

De Mauro, Tullio (1979). „La cultura." In AA. W. *Dal 68 ad oggi, Come siamo e come eravamo,* pp. 168-218. Bari: Laterza. de Tocqueville, Alexis (1969). *Democracy in America.* Garden City: Doubleday.

Deutsch, Karl (1966). *The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. New York: Free Press.*

Dicken-Garcia, Hazel (1989). *Journalistic Standards in Nineteenth-Century America.* Madison: University of Wisconsin Press.

Diez Nicolas, Juan and Holli Semetko (1995). „La Television y las elecciones de 1993." A. Munoz-Alonso and J. Rospir, eds., *Comunicacion Politica.* Madrid: Editorial Universitas.

Dimitras, Panayote Elias (1997). „Greece." In B. Ostergaard, ed., *The Media in Western Europe: The Euromedia Handbook,* 2nt1 ed. London: Sage.

Dimock, Michael A. and Samuel L. Popkin (1997). Political Knowledge in Comparative Perspective. In S. Iyengar and R. Reeves, eds., *Do the Media Govern? Politicians, Voters and Reporters in America,* pp. 217-24. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Djerf-Pierre, Monika (2000). „Squaring the Circle: Public Service and Commercial News on Swedish Television, 1956-99." *Journalism Studies* 1(2): 239-60.

Djerf-Pierre, Monika and Lennart Weibull (2000). *News and Current Affairs Journalism in Sweden 1925-1995.* Working Paper presented at the European Science Foundation Seminar, Changing Media, Changing Europe, Paris, May 25-8.

Dogan, Mattei and Dominique Pelassy (1984). *How to Compare Nations: Strategies in Comparative Politics.* Chatham, NJ: Chatham House.

Donsbach, Wolfgang (1995). „Lapdogs, Watchdogs and Junkyard Dogs." *Media Studies Journal* 9(4): 17-31.

Donsbach, Wolfgang and Bettina Klett (1993). „Subjective Objectivity: How Journalists in Four Countries Define a Key Term of Their Profession." *Gazette* 51: 53-83.

Donsbach, Wolfgang and Thomas Patterson (1992). „Journalists' Roles and Newsroom Practices: A Cross-National Comparison." Paper presented at 42nd Conference of the International Communication Association, Miami.

Donsbach, Wolfgang, J. Wolling, and Constanze von Blomberg (1996). „Representation politischer Positionen im Mediensystem aus der Sicht deutscher und amerikanisher Journalisten." In W. Homberg and H. Purer, eds., *Medien-Transformation: Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland.* Konstanz: UVK Medien.

Drake, William J. and Kalypso Nicolaidis (1992). „Ideas, Interests and Institutionalization: 'Trade in Services' and the Uruguay Round." *International Organization* 46(1): 37-100.

Durkheim, Emile (1965). *The Rules of Sociological Method.* New York: Free Press.

Edelstein, Alex. S. (1982). *Comparative Communication Research.* Beverly Hills: Sage.

Edwards, Mark U. (1994). *Printing, Propaganda and Martin Luther.* Berkeley: University of California Press.

Eisendrath, C. R. (1982). „Press Freedom in France: Private Ownership and State Controls." J. L. Curry and J. R. Dassin, eds., *Press Control Around the World.* New York: Praeger.

Eisenstadt, S. N. and Rene Lemarchand, eds. (1981). *Political Clientelism, Patronage and Development.* Beverly Hills: Sage.

Eisenstein, Elizabeth (1979). *The Printing Press as an Agent of Change.* Cambridge: Cambridge University Press.

(1983). *The Printing Revolution in Early Modern Europe. Cambridge: Cambridge* University Press.

Ekecrantz, Jan (1997). „Journalism's 'Discursive Events' and Sociopolitical Change in Sweden 1925-87." *Media, Culture & Society* 19(3): 393-412.

Emery, Michael and Edwin Emery (1996). *The Press and America: An Interpretive History of the Mass Media. Boston: Allyn and Bacon.*

Ericson, Richard V., Patricia M. Baranek, and Janet B. L. Chan (1987). *Visualizing Deviance: A Study of News Organization.* Toronto: University of Toronto Press.

Errera, Roger (1993). *„Press Law in France," in Article XIX, Press Law and Practice- A Comparative Study of Press Freedom in European and Other Democracies. London- Article XIX.*

Esping-Andersen, Gosta (1985). *Politics Against Markets: The Social Democratic Road to Power.* Princeton: Princeton University Press.

Esser, Frank (1998). „Editorial Structures and Work Principles in British and German Newsrooms." In *European Journal of Communication* 13(3): 375-405.

Etzioni-Halevy, Eva (1987). *National Broadcasting Under Siege: A Comparative Study of Australia, Britain, Israel and West Germany.* London: Macmillan.

European Commission (2001). *Eurobarometer: Public Opinion in the European Union.* Report No. 55. Brussels: European Commission.

Evans, Peter (1997). *Embedded Autonomy: States and Industrial Transformation.* Princeton: Princeton University Press.

Fagen, Richard (1966). *Politics and Communication.* Boston: Little, Brown and Company. Farinelli, G., E. Paccagnini, G. Santambrogio, and A. I. Villa (1997). *Storia delgiornalismo italiano.* Torino: Utet.

Farrell, David M. and Paul Webb (2000). „Political Parties as Campaign Organizations." In R. J. Dalton and M. P. Wattenberg, eds., *Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies,* pp. 102-12. New York: Oxford University Press. Featherling, Douglas (1990). *The Rise of the Canadian Newspaper.* Toronto: Oxford University Press.

Ferenczi, Thomas (1993). *L'lnvention du journalisme en France.* Paris: Librairie Plon. Fernandez, Isabel and Fernanda Santana (2000). *Estado y Medios de Comunicacion en la Espaha Democrdtica.* Madrid: Alianza Editorial.

Fernandez, Raquel (1997). „Communication Workers in Spain: The Reward of Appearance." *The Communication Review* 2(3): 381-93.

Flanagan, Scott and Russell J. Dalton (1990). „Parties under Stress." In P. Maier, ed., *The West European Party System,* pp. 232-46. New York: Oxford University Press.

Forcella, Enzo (1959). „Milleciquecento lettori." *Tempo Presente,* no. 6.

Franklin, Bob (1997). *Newzak and News Media.* London: Arnold.

Franklin, Bob and John Richardson (2002). „A Journalists Duty? Continuity and Change in Local Newspaper Reporting of Recent UK General Elections." *Journalism Studies* 3(1): 35-52.

Frieberg, J. W. (1981). *The French Press: Class, State and Ideology.* New York: Praeger. Gagnon, Lysane (1981). „Journalism and Ideologies in Quebec." In Royal Commission on the Press, *The Journalists.* Ottawa: Minister of Supply and Services Canada.

Galli, G. (1968). *II comportamento elettorale in Italia.* Bologna: II Mulino.

Gans, Herbert (1979). *Deciding What's News: A Study of* CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek *and* Time. New York: Pantheon.

Garcia, Jose Luis (1995). „Os jornalistas portugeses enquanto actores do espa«;o publico: Legitimidade, poder e interpermutao." *Revista de Comunicasaoe Linguagens,* 21-2. e°rge, Alexander L. (1979). „Case Studies and Theory Development: The Method o Structured Focussed Comparison." In P. G. Lauren, ed., *Diplomatic History: New ^Approaches.* New York: The Free Press.

George, Alexander L. and Timothy J. McKeown (1985). „Case Studies and Theories of rganizational Decision Making." In *Advances in Information Processing in Organi-* GZ™0ns 2:21-58.

George, H. H. and C. Wright Mills (1946). *From Max Weber: Essays in Sociology.* New rk: oxford University Press.

Geyer, Robert, Christine Ingebritsen, and Jonathan W. Moses, eds. (2000). *Globalization, Europeanization and the End of Scandinavian Social Democracy?* New York: St. Martins.

Giddens, Anthony (1990). *The Consequences of Modernity.* Stanford: Stanford University Press.

Gitlin, Todd (1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left. Berkeley: University of California Press.*

Golding, Peter (1977). „Media Professionalism in the Third World: The Transfer of an Ideology." In J. Curran, M. Gurevitch, and J. Woollacott, eds., *Mass Communication and Society*, pp. 291-308. London: Sage.

Grossman, Michael Baruch and Sandra Joynt Kumar (1981). *Portraying the President: The White House and the News Media.* Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Gundle, Stephen (2000). *Between Hollywood and Moscow: The Italian Communists and the Challenge of Mass Culture, 1943-1991. Durham NC: Duke University Press.*

Gunther, Richard and Jose Ramon Montero (2001). „The Multidimensionality of Atti- tudinal Support for New Democracies: Conceptual Redefinition and Empirical Refinement." Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association, San Francisco.

Gunther, Richard, P. Nikiforos Diamandouros, and Hans-Jiirgen Puhle, eds. (1995). *The Politics of Democratic Consolidation: Southern Europe in Comparative Perspective.* Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Gunther, Richard, Jose Ramon Montero, and Jose Ignacio Wert (2000). „The Media and Politics in Spain: From Dictatorship to Democracy." In R. Gunther and A. Mughan, eds., *Democracy and the Media: A Comparative Perspective.* Cambridge: Cambridge University Press.

Gustafsson, Karl-Erik (1980). „The Press Subsidies of Sweden: A Decade of Experiment." In A. Smith, ed., *Newspapers and Democracy. International Essays on a Changing Medium*, pp. 104-26. Cambridge, MA: MIT Press.

Gustafsson, Karl-Erik and Stig Hadenius (1976). *Swedish Press Policy.* Stockholm: The Swedish Institute.

Gustafsson, Karl-Erik and Olaf Hulten (1997). „Sweden." Euromedia Research Group, ed., *The Media in Western Europe.* London: Sage.

Gustafsson, Karl-Erik and Lennart Weibull (1997). „European Newspaper Readership: Structure and Development." *The European Journal of Communication Research* 22(3): 249-73.

Hachten, William A. (1996). *The World News Prism: Changing Media of International Communication. Ames: Iowa State University Press.*

Hackett, Robert A. and Yuezhi Zhao (1998). *Sustaining Democracy? Journalism and the Politics of Objectivity.* Toronto: Garamond Press.

Hadenius, Stig (1983). „The Rise and Possible Fall of the Swedish Party Press." *Communication Research* 10:3: 287-311.

Hadenius, Stig and Lennart Weibull (1999). „The Swedish Newspaper System in the Late 1990s." *Nordicom Review* 20(1): 129-52.

Hagen, Lutz M. (1993). „Opportune Witnesses: An Analysis of Balance in the Selection of Sources and Arguments in the Leading German Newspapers' Coverage of the Census Issue." *European Journal of Communication* 8: 317-43.

Hall, Stuart, C. Chrichter, T. Jefferson, J. Clarke, and B. Roberts (1978). *Policing the Crisis- Mugging, the State, and Law and Order.* London: Macmillan.

Hallin, Daniel C. (1986). *The „Uncensored War": The Media and Vietnam.* New York: Oxford University Press.

(1992). „Sound Bite News: Television Coverage of Elections, 1968-1988." *Journal of Communication 42(2): 5-24.*

(2000). „Commercialism and Professionalism in the American News Media." In J. Curran and M. Gurevitch, eds., *Mass Media and Society,* pp. 218-37. London: Arnold.

Hallin, Daniel C. and Paolo Mancini (1984). „Speaking of the President: Political Structure and Representational Form in U.S. and Italian TV News." *Theory and Society* 13: 829-50.

(1994). „Summits and the Constitution of an International Public Sphere: The Reagan-Gorbachev Meetings as Televised Media Events." In D. C. Hallin, ed., *We Keep America on Top of the World: Television Journalism and the Public Sphere,* pp. 153-69. London: Routledge.

Hallin, Daniel C. and Stylianos Papathanassopoulos (2002). „Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective." *Media Culture & Society* 24(2): 175-95.

Harcup, Tony and Dierdre O'Neill (2001). „What is News: Galtung and Ruge Revisited." *Journalism Studies* 2(2): 261-80.

Hardt, Hanno (1979). *Social Theories of the Press: Early German arid American Perspectives. Beverly Hills: Sage.*

(1988). „Comparative Media Research: The World According to America." *Critical Studies in Mass Communication* 5: 129-43.

(1996). „Sites of Reality: Constructing Press Photography in Weimar Germany: 1928-33." *The Communication Review* 1(3): 373-402.

Harris, Michael (1978). „The Structure, Ownership and Control of the Press, 1620-1780." In G. Boyce, J. Curran, and P. Wingate, eds., *Newspaper History: From the Seventeenth Century to the Present Day,* pp, 82-97. London: Constable.

Hartz, Louis (1955). *The Liberal Tradition in America.* New York: Harcourt Brace and World.

Hazel, Kathryn-Jane (2001). „The Media and Nationalism in Quebec: A Complex Relationship." *Journalism Studies* 2(1): 93-107.

Heclo, Hugh (1984). „In Search of a Role: America's Higher Civil Service." In E. N. Suleiman, ed., *Bureaucrats and Policy Making: A Comparative Overview,* pp. 8-34. New York: Holmes and Meier.

Heinonen, Ari (1998). „The Finnish Journalist: Watchdog with a Conscience" In D. H. Weaver, ed., *The Global Journalist: News People Around the World* pp. 161-213. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Henningham, John and Anthony Delano (1998). „British Journalists." In D. H. Weaver, * •> *The Global Journalist: News People Around the World,* pp. 143-60. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Herman, Edward S. and Noam Chomsky (1988). *Manufacturing Consent: The Political* Her *n°my °f Mass Media.* New York: Pantheon.

Herman, Edward and Robert McChesney (1997). *The Global Media: The New Missionaries* Herst *0,^°Wte Capitalism.* London: Cassel. *Mark (1988) On Bended Knee: The Press and the Reagan Presidency. New rk: arrar Straus Giroux.*

Hibberd, Matthew (2001). „The Reform of Public Service Broadcasting in Italy." *Media, Culture & Society* 23(2): 233-52.

Hickey, Neil (1998). „Is Fox News Fair?" *Columbia Journalism Review* March/ April:5.

Hill, Christopher (1961). *The Century of Revolution, 1603-1714. New York: W. W. Norton. Hoffmann-Riem, Wolfgang (1996). Regulating Media: The Licensing and Supervision of Media in Six Countries.* New York: Guilford.

Holz-Bacha, Christina (2002). „Internal Press Freedom in Germany: What Has Been Achieved after Struggling for More Than 30 Years?" Paper presented at the annual meeting of the Intenational Communication Association, Seoul, July 14.

Hoover, Stewart M. (1988). *Mass Media Religion: The Social Sources of the Electronic Church. Newbury Park: Sage.*

Horgan, John (2001). *Irish Media:* A *Critical History Since 1922.* London: Routledge. Horwitz, G. (1966). „Conservatism, Liberalism and Socialism in Canada: An Interpretation." *Canadian Journal of Economics and Political Science* 32:2: 143-71.

Horwitz, Robert (1989). *The Irony of Regulatory Reform: The Deregulation of American Telecommunications. New York: Oxford University Press.*

(1997). „Broadcast Reform Revisited: Reverend Everett C. Parker and the WLBT Case (Office of Communications of the United Church of Christ v. FCC)." *The Communication Review* 2(3): 311-48.

Host, Sigurd (1999). „Newspaper Growth in the Television Era." *Nordicom Review*20(1): 76.

Hoyer, Svennik and Pal E. Lorentzen (1977). „The Politics of Professionalization in Scandinavian Journalism." In M. Berg, P. Hemanus, J. Ekecrantz, F. Mortensen, and P. Sepstrup, eds., *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research.* Grenaa: GMT.

Hoynes, William (1994). *Public Television for Sale: Media, the Market and the Public Sphere.* Boulder, CO: Westview Press.

Humphreys, Peter (1994). *Media and Media Policy in Germany: The Press and Broadcasting Since 1945.* Oxford: Berg.
(1996). Mass Media and Media Policy in Western Europe. Manchester: Manchester University Press.
Inglehart, Ronald (1977). *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics.* Princeton: Princeton University Press.
Jacobson, Gary (2001). „A House and Senate Divided: The Clinton Legacy and the Congressional Elections of 2000." *Political Science Quarterly* 116: 5-27.
Johansson, Egil (1981). „The History of Literacy in Sweden." In H. Graff, ed., *Literacy and Social Development in the West.* Cambridge: Cambridge University Press. Johnson, Terence J. (1972). *Professions and Power.* London: Macmillan.
Jones, Nicholas (1997). *Campaign 1997: How the General Election Was Won and Lost. London: Indigo.*
Katz, Richard and Peter Mair (1994). *How Parties Organize.* London: Sage.
Katzenstein, Peter J. (1985). *Small States in World Markets: Industrial Policy in Europe.* Ithaca: Cornell University Press.
Kelly, Mary (1983). „Influences on Broadcasting Policies for Election Coverage." In J. Blumler, ed., *Communicating to Voters: Television in the First European Parliamentary Elections,* pp. 65-82. London: Sage.
Kelly, Mary and Wolfgang Treutzschler (1992). „Ireland." In Euromedia Research Group, *The Media in Western Europe.* London: Sage.
Keman, Hans (1996). „The Low Countries: Confrontation and Coalition in Segemented Societies." In J. Colomer, ed., *Political Institutions in Europe,* pp. 211-53. London: Routledge.
Kepplinger, Hans Mathias, Hans-Bernd Brosius, and Joachim Friedrich Staab (1991). „Instrumental Actualization: A Theory of Mediated Conflicts." *European Journal of Communication 6:* 263-90.
Kernell, Samuel (1986). *Going Public: New Strategies of Presidential Leadership.* Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
Kindelmann, K. (1994). *Kanzlerkandidaten in den Medien.* Opladen: Westdeutscher Verlag.
Kirchheimer, Otto (1966). „The Transformation of the West European Party Systems." In J. LaPalombara and M. Weiner, eds., *Political Parties and Political Development,* pp. 50-60. Princeton: Princeton University Press.
Kitschelt, Herbert (2000). „Citizens, Politicians and Party Cartelization: Political Representation and State Failure in Post-Industrial Democracies." *European Journal of Political Research* 37: 149-79.
Kleinsteuber, Hans (1997). „Federal Republic of Germany." In Euromedia Research Group, ed., *The Media in Western Europe.* London, Sage.
Kluger, Richard (1986). *The Paper: The Life and Death of the New York Herald Tribune. New York: Alfred A. Knopf.*

Kocher, Renate (1986). „Bloodhounds or Missionaires: Role Definitions of German and British Journalists." *European Journal of Communication* 1(1): 43-65.

Koss, Stephen (1981). *The Rise and Fall of the Political Press in Britain,* 2 vols. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Kruuse, Helle Nissen (n.d.). „Press Ethics in Denmark." Danish School of Journalism: www.djh.dk [downloaded February 2002],

Kuhn, Raymond (1995). *The Media in France.* London: Routledge.

Laegried, Per and Johan P. Olsen (1984). „Top Civil Servants in Norway." In E. Suleiman, ed., *Bureaucrats and Policymaking: A Comparative Overview,* pp. 206-41. New York: Holmes and Meyer.

Laitila, T. (1995). „Journalistic Codes in Europe." *European Journal of Communication* 10(4): 527-44.

Lane, Jan-Erik and Svante O. Ersson (1991). *Politics and Society in Western Europe.* London: Sage.

Lawson, Linda (1993). *Truth in Publishing: Federal Regulation of the Press's Business Practices, 1880-1920. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.*

Legg, K. R. (1975). „Patrons, Clients and Politicians: New Perspectives on Clientelism." Berkeley, CA: Institute of International Studies, Working Papers on Development 3.

Leurdijk, Ardra (1997). „Common Sense Versus Political Discourse: Debating Racism and Multicultural Society in Dutch Talk Sows." *European Journal of Communication* 12(2): 147-68.

Levy, Leonard W. (1985). *The Emergence of a Free Press.* New York: Oxford University Press.

Lewis, Charles (2000). „Media Money: How Corporate Spending Blocked Political Ad Reform and Other Tales of Influence." *Columbia Journalism Review* September/October, PP- 20-7.

Lijphart, Arend (1968). *The Politics of Accommodation.* Berkeley: University of California Press.

(1971). „Comparative Politics and the Comparative Method." *American Political Science Review* 65(3): 682-93.

(1977). *Democracy in Plural Societies.* New Haven: Yale University Press.

(1999). Patterns of Democracy: Government Forms and Performance in Thirty-Six Countries. New Haven: Yale University Press.

Lindblom, Charles E. (1977). *Politics and Markets: The World Political and Economic Systems. New York: Basic Books.*

Lipset, Seymour M. and Rokkan Stein (1967). *Party Systems and Voter Alignments: Cross- National Perspectives.* New York: Free Press.

Listhaug, O. and M. Wiberg (1995). „Confidence in Political and Private Institutions." In H. D. Klingeman and D. Fuchs, eds., *Citizens and the State.* Oxford: Oxford University Press.

Lorimer, Rowland and Mike Gasher (2001). *Mass Communication in Canada.* New York: Oxford University Press.

Lorwin, V. (1971). „Segmented Pluralism: Ideological Clevages and Political Cohesion in the Smaller European Democracies." *Comparative Politics* 3(2): 141-77.

Luhmann, Niklas (1978). *Stato di diritto esistema sociale.* Napoli: Guida.

(2000). *The Reality of the Mass Media.* Stanford, CA: Stanford University Press.

Lukes, Stephen (1974). *Power: A Radical View.* London: Macmillan.

Mair, Peter (1997). *Party System Change: Approaches and Interpretations. Oxford: Clarendon Press.*

Mair, Peter, ed. (1990). *The WestEuroepan Party System.* Oxford: Oxford University Press.

Malefakis, Edward (1992). „Southern Europe in the 19th & 20th Centuries: An Historical Overview." Madrid: Juan March Institute.

(1995). „Contours of Southern European History." In R. Gunther, P. N. Diamandouros, and H.-J. Puhle, eds., *The Politics of Democratic Consolidation: Southern Europe in Comparative Perspective,* pp. 33-76. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Mancini, Paolo (1991). „The Public Sphere and the Use of News in a 'Coalition' System of Government.' "In P. Dahlgren and C. Sparks, eds., *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age,* 137-54. London: Routledge.

(2000a). „How to Combine Media Commercialization and Party Affiliation: The Italian Experience." *Political Communication* 17(4): 319-24.

(2000b). *II sistema fragile: I mass media in Italia tra politica e mercato. Roma:* Carocci.

(2000c). „Political Complexity and Alternative Models of Journalism: The Italian Case." In J. Curran and M.-J. Park, eds., *De-Westernizing Media Studies,* pp. 265-78. London: Routledge.

(2002). „Parliament and the News." Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association, Boston.

Mannheimer, Renato and Giacomo Sani (1987). *II mercato elettorale.* Bologna: II Mulino.

Marchetti, Dominique (2000). "Les Revelations du 'Journalisme d'Investigation.'" *Actes de la recherche en sciences sociales,* 131-2.

Marletti, Carlo (1985). *Prima e dopo.* Torino: Eri.

Marletti, Carlo, ed. (1999). *Politica esocieta in Italia.* Milano: Angeli.

Marletti, Carlo and Franca Roncarolo (2000). „Media Influence in the Italian Transition from a Consensual to a Majoritarian Democracy." In R. Gunther and A. Mughan, eds., *Democracy and the Media: A Comparative Perspective.* Cambridge: Cambridge University Press.

Marliere, Philippe (1998). „The Rules of the Journalistic Field: Pierre Bourdieu's Contribution to the Sociology of the Media." *European Journal of Communication* 13(2): 219-34.

Marsh, Robert M. (1964). „The Bearing of Comparative Analysis on Sociological Theory." *Social Forces* 20(2): 188-96.

Martin, L. John and Anju Grover Chaudhary (1983). *Comparative Mass Media Systems.* New York: Longman.

Marzolf, Marion Tuttle (1991). *Civilizing Voices: American Press Criticism 1880-1950. New York: Longman.*

Maxwell, Kenneth, ed. (1983). *The Press and the Rebirth of Iberian Democracy.* Westport, CT: Geenwood Press.

Maxwell, Richard (1995). *The Spectacle of Democracy: Spanish Television, Nationalism and Political Transition. Minneapolis: University of Minnesota Press.*

Mazzoleni, Gianpietro (1987). „Media Logic and Party Logic in Campaign Coverage: The Italian General Election of 1983." *European Journal of Communication* 2(1): 81-103.

McChesney, Robert W. (1994). *Telecommunications, MassMedia&Democracy: The Battle for Control of U.S. Broadcasting, 1928-1935. New York: Oxford University Press.*

McClelland, Charles E. (1990). „Escape from Freedom: Reflections on German Professionalization, 1870-1933." In R. Torstendahl and M. Burrage, eds., *The Formation of Professions: Knowledge, State and Strategy,* pp. 97-113. London: Sage.

McLachlan, Shelly and Peter Golding (2000). „Tabloidization and the British Press: A Quantitative Investigation into Changes in British Newspapers, 1952-1997." In C. Sparks and J. Tulloch, eds., *Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards,* pp. 75-90. Oxford: Rowman and Littlefield.

McMane, Aralyn Abare (1998). „The French Journalist." In D. H. Weaver, ed., *The Global Journalist,* pp. 191-212. Cresskill, NJ: Hampton Press.

McQuail, Denis (1993). „Dutch Public Service Broadcasting." In R. K. Avery, ed., *Public Service Broadcasting in a Multichannel Environment: The History and Survival of an Ideal,* pp. 75-92. New York: Longman.

(1994). *Mass Communication Theory. An Introduction.* London: Sage.

Mendes,Victor (1999). *Legislafao sobre Comunicagao Social.* Porto: Legis Editora.

Menduni, Enrico (1998). „Televisione e radio." In Istituto di Economia dei Media, ed., *L industria della comunicazione in Italia. Quarto rapporto Iem.* Milano: Guerrini e Associati.

Merrill, John C. and Harold Fisher (1980). *The World's Great Dailies: Profiles of Fifty Newspapers.* New York: Hastings House.

Michnik, Adam (1995). "*Samizdat* Goes Public." *Media Studies Journal9(3):* 69-78. iband, Ralph (1969). *The State in Capitalist Society.* New York: Basic Books.

Monteleone, Franco (1992). *Storia della radio e della televisione in Italia.* Venezia: Marsilio. °°g, Sandra and Jeffrey Sluyter-Beltrao (in press). „The Transformation of Politi Jal Communication?" In B. Axelrod and R. Huggins., eds., *New Media and Politics.* London: Sage.

Morlino, Leonardo and Jose R. Montero (1995). „Legitimacy and Democracy in Southern Europe." In R. Gunther, R N. Diamandouros, and H.-J. Puhle, eds., *The Politics of Democratic Consolidation: Southern Europe in Comparative Perspective*, pp. 231-60. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Mouzelis, Nicos (1980). „Capitalism and the Development of the Greek State." In R. Scase, ed. *The State in Western Europe.* London: Croom Helm.

(1995). „Greece in the Twenty-First Century: Institutions and Political Culture." In D. Constas and T. Stavrou, eds., *Greece Prepares for the Twenty-First Century.* Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Mundt, Whitney R. (1991). „Global Media Philosophies." In J. C. Merrill, ed., *Global Journalism: Survey of International Communication,* pp. 11-27. White Plains, NY: Longman.

Murdock, Graham and Peter Golding (1977). „Capitalism, Communication and Class Relations." In J. Curran, M. Gurevitch, and J. Woollacott, eds., *Mass Communication and Society,* pp. 12-43. London: Sage.

Murialdi, Paolo (1986). *Storia delgiornalismo italiano.* Torino: Gutenberg.

Murschetz, Paul (1998). „State Support for the Daily Press in Europe: A Critical Appraisal; Austria, France, Norway and Sweden Compared." *European Journal of Communication* 13(3): 291-313.

Nacos, Brigitte Lebens (1990). *The Press, Presidents and Crises.* New York: Columbia University Press.

Negrine, Ralph (1994). *Politics and the Mass Media in Britain.* London: Routledge.

(1998). *Parliament and the Media: A Study of Britain, Germany and France.* London: Chatham House.

Negrine, Ralph and Stylianos Papathanassopoulos (1996). „The Americanization' of Political Communication." *Harvard International Journal of Press/Politics* 1(2): 45-62.

Nerone, John C., ed. (1995). *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press.* Urbana: University of Illinois Press.

Neveu, Erik (1999). „Politics on French Television: Toward a Renewal of Political Journalism and Debate Frames?" *European Journal of Communication* 14(3): 379-409.

(2001). *Sociologie du journalisme.* Paris: La Decouverte.

(2002). „The Four Generations of Political Journalism." In R. Kuhn and E. Neveu, *eds., Political Journalism. New Challenges. New Practices. London: Routledge.*

Newton, Kenneth and Nigel Artingstall (1994). „Government and Private Censorship in Nine Western Democracies in the 1970s and 1980s." In I.

Budge and D. McKay, eds., *Developing Democracy: Comparative Research in Honor of J. F. P. Blondel,* pp. 297-321- London: Sage.

Nieuwenhuis, J. (1992). „Media Policy in The Netherlands: Beyond the Market. *European Journal of Communication* 7(2): 195-218.

Nimmo, Dan and Michael W. Mansfield (1982). *Government and the News Media: Comparative Dimensions.* Waco, TX: Baylor University Press.

Nobre-Correia, J. M. (1997). „Portugal." In B. 0stergaard, ed., *The Media in Western Europe: The Euromedia Handbook,* 2nd ed. London: Sage.

Nobre-Correia, J.-M. and Suzy Collard (1999). „Belgica: la federalizacion radiotelevisiva y la television comunitaria." In M. de Moragas, C. Garitaonandia, and B. Lopez, eds.> *Television de Proximidad en Europa,* pp. 95-112. Barcelona: Bellatera Castellon. *Nord, David Paul (2001). Communities of Journalism: A History of American Newspapers and Their Readers. Urbana: University of Illinois Press.*

North, Douglass C. (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance.* New York: Cambridge University Press.

Olsson, Tom (2002). „The Right to Talk Politics in Swedish Journalism 1925-1995." In M. Hurd, T. Olsson, and P. Aker, eds., *Storylines: Media, Power and Identity in Modern Europe. Festschrift for Jan Ekecrantz.* Stockholm: Hjalmarson and Hogberg.

Ortega, Felix and M. Luisa Humanes (2000). *Algo Mas Que Periodistas: Sociologia de una Profesion.* Barcelona: Editorial Ariel.

Ortiz, David (1995). *Opposition Voices in Regency Spain: Liberalism, the Press and the Public Sphere, 1885-1902. Ph.D. diss., University of California, San Diego.*

Osier, Andrew M. (1993). *News: The Evolution of Journalism in Canada.* Toronto: Copp Clark Pitman.

Ostbye, Helge (1991). „Norwegian Media in the 1980s." *The Nordicom Review* 2: 10-37.

(1997). „Norway." In Euromedia Research Group, ed., *The Media in Western Europe.* London: Sage.

Padioleau, Jean G. (1985). *Le Monde et Le Washington Post: Precepteurs et Mousquetaires.* Paris: Presses Universitaires de France.

Padovani, Cinzia and Andrew Calabrese (1996). „Berlusconi, RAI and the Modernization of Italian Feudalism." *The Public vol.* 3.

Palmer, Michael and Claude Sorbets (1997). „France." In B. Ostergaard ed., *The Media in Western Europe: The Euromedia Handbook,* 2nd ed. London: Sage.

Panebianco, Angelo (1988). *Political Parties: Organization and Power.* Cambridge: Cambridge University Press.

Pansa, Gianpaolo (1977). *Comprati e venduti.* Milano: Bompiani.

Papathanassopoulos, Stylianos (1997). „The Politics and the Effects of the Deregulation of Greek Television." *European Journal of Communication,* 12(3).

(1999). „The Effects of Media Commercialization on Journalism and Politics in Greece." *The Communication Review* (3)4: 379-402.

(2000). „Election Campaigning in the Television Age: The Case of Contemporary *Greece." Political Communication 17: 47-60.*

(2001a). „Media Commercialization and Journalism in Greece." *European Journal of Communication* 16(4): 505-21.

(2001b). „The Decline of Newspapers: The Case of the Greek Press." *Journalism Studies* 2(1); 109-23.

Parsons, Talcott (1939). „The Professions and Social Structure." *Social Forces* 17(4): 457-67.

Petersen, Vibeke G. and Karen Siune (1997). „Denmark." In Stubbe 0stergaard, ed., *The Media in Western Europe: The Euromedia Handbook*, 2nd ed. London: Sage.

Pew Research Center for the People and the Press (2003). „Public Wants Neutrality *and* Pro-American Point of View." [News Release.] Washington, DC, July 13.

Pfetsch, Barbara (1996). „Convergence Through Privatization? Changing Media Environments and Televised Politics in Germany." *European Journal of Communication* 11(4): 427-51.

(2001). „Political Communication Culture in the United States and Germany." *Press/Politics* 6(1): 46-68.

Piattoni, Simona (2001). *Clientelism, Interests and Democratic Representation: The European Experience in Historical and Comparative Perspective. Cambridge: Cambridge University Press.*

Picard, Robert G. (1984). „Levels of State Intervention in the Western Press." *Mass Comm Review* 11(1-2): 27-35.

(1985). *The Press and the Decline of Democracy: The Democratic Response in Public Policy.* Westport, CT: Greenwood Press.

(1988). *The Ravens of Odin: The Press in the Nordic Nations. Ames: Iowa State* University Press.

Pilati, Antonio (1987). *II nuovo sistema dei media.* Milano: Edizioni di Comunita.

(1990). *Vlndustria dei Media.* Milano: II Sole 24 Ore.

Pizzorno, Alessandro (1998). *IIpotere dei giudici.* Bari: Laterza.

Plasser, Fritz (2000). „American Campaign Techniques Worldwide." *Harvard International Journal of Press/Politics* 5(4): 33-54.

Poggioli, Sylvia (1991). „The Media in Europe after 1992: A Case Study of *La Repubblica."* Cambridge, MA: Joan Shorenstein Barone Center on Press, Politics and Public Policy, Discussion Paper D-11.

Popkin, Jeremy D. (1990). *Revolutionary News: The Press in France, 1789-1799. Durham,* NC: Duke University Press.

Porter, Vincent and Suzanne Hasselbach (1991). *Pluralism, Politics, and the Marketplace: The Regulation of German Broadcasting. London: Routledge.*

Porter, William E. (1976). *Assault on the Media: The Nixon Years.* Ann Arbor: University of Michigan Press.
(1983). *The Italian Journalist.* Ann Arbor: University of Michigan Press.
Prior, Markus (2002). „Liberated Viewers, Polarized Voters: The Implications of Increased Media Choice for Democratic Politics." *The Good Society* 11(3).
Pritchard, David and Florian Savageau (1998). „The Journalists and Journalisms of Canada." In D. H. Weaver, ed., *The Global Journalist: News People Around the World,* pp. 373-93. Cresskill, NJ: Hampton Press.
Przeworski, Adam and Henry Teune (1970). *The Logic of Comparative Social Inquiry-* Malabar, FL: Robert E. Krieger Publishing Company.
Putnam, Robert D. (1973). *The Beliefs of Politicians: Ideology, Conflict and Democracy in Britain and Italy. New Haven: Yale University Press.*
(1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. Princeton:* Princeton University Press.
Pye, Lucian W., ed. (1963). *Communications and Political Development. Princeton*-Princeton University Press.
Reese, Stephen D. (1990). „The News Paradigm and the Ideology of Objectivity: A Socialist at *The Wall Street Journal." Critical Studies in Mass Communication* 7: 390- 409.
Reig, Ramon (1998). *Medios de Comunicaciony Poder en Espaha: Prensa, Radio, Television y Mundo Editorial. Barcelona: Paidos.*
Ricuperati, G. (1981). „I giornalisti italiani fra poteri e cultura dalle origini all'Unita." In AA.VV., *Storia d'Italia*, pp. 1085-132. Torino: Einaudi.
Rieffel, Remy (1984). *L'Elite des Journalistes: Les Herauts de L'Information.* Paris: Presses Universitaires de France.
Rodriguez, America (1999). *Making Latino News: Race, Language, Class.* Thousand Oaks, CA: Sage.
Roidi, Vittorio (2001). *La fabbrica delle notizie.* Bari: Laterza.
Roniger, Luis and Ayse Gtines-Ayata, eds. (1994). *Democracy, Clientelism and Civil Society.* Boulder, CO: Lynne Rienner.
Rooney, Dick (2000). „Thirty Years of Competition in the British Tabloid Press: The Mirror and the Sun 1968-1988." In C. Sparks and J. Tulloch, eds., *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards,* pp. 91-109. Oxford: Rowman and Littlefield.
Rose, Richard (1984). „The Political Status of Higher Civil Servants in Britain." In E. N. Suleiman, ed., *Bureaucrats and Policy Making:* A *Comparative Overview,* pp. 136-73. New York: Holmes and Meier.
Rospir, Juan I. (1996). „Political Communication and Electoral Campaigns in the Young Spanish Democracy." In D. Swanson and P. Mancini eds., *Politics, Media and Modern Democracy,* pp. 155-69. Westport, CT: Praeger.
Rutenberg, Jim (2002). „Cable TV Serves Business News with Opinions." *The New York Times,* April 3: Cl.

Saint-Jean, Armande (1998). „Journalistic Ethics and Referendum Coverage in Montreal." In G. Robinson, ed., *Constructing the Quebec Referendum: French and English Media Voices,* pp. 37-51. Toronto: University of Toronto Press.

Salokangas, Raimo (1999). „From Political to National, Regional and Local." In *Nordicom* -Review 20(1): 31-76.

Sampedro Blanco, Victor (1997). *Movimientos sociales: debates sin mordaza.* Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.

Sandford, J. (1976). *The Mass Media of German Speaking Countries. London: Oswald Wolff.*

Sani, Giacomo (1980). „The Political Culture of Italy: Continuity and Change." In G. Almond and S. Verba, eds. *The Civic Culture Revisited.* New York: Sage.

Sani,Giacomo, ed. (2001) *Mass Media ed Elezioni.* Mulino.

Sartori, Giovanni (1976). *Parties and Party Systems: A Framework for Analysis.* Cambridge: Cambridge University Press.

Scammell, Margaret and Martin Harrop (1997). „The Press." In D. Butler and SchilleM')11311^1' *British General Election of 1997.* London: Macmillan.

Schiller, Dan (1981). *Objectivity and the News: The Public and the Rise of the Commercial Schiller ^ Fi^ b ^^adelphia: University of Pennsylvania Press.*

Schiller, Herbert I. (1969). *Mass Communications and American Empire. Boston: Beacon*

(1973). *The Mind Managers.* Boston: Beacon Press

(1976). *Communication and Cultural Domination.* White Plains, NY: International Arts and Sciences Press.

Schlesinger, Philip (1987). *Putting „Reality" Together: BBC News.* London: Methuen.

(1999). „Changing Spaces of Political Communication: The Case ofthe European Union." *Political Communication* 16(3): 263-79.

Schmidt, Manfred G. (1996). „Germany. The Grand Coalition State." In J. Colomer, ed., *Political Institutions in Europe.* London: Routledge.

Schoenbach, Klaus, Dieter Stuerzebecher, and Beate Schneider (1998). „German Journalists in the Early 1990s: East and West." In D. H. Weaver, ed., *The Global Journalist,* pp. 213-27. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Schou, Soren (1992). „Postwar Americanisation and the Revitalisation of European Culture." In M. Skovmand and K. C. Schroder, eds., *Media Cultures: Reappraising Transnational Media,* pp. 142-58. London and New York: Sage.

Schudson, Michael (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers. New York: Basic Books.*

(1995). „Question Authority: A History of the News Interview." In *The Power of News.* Cambridge, MA: Harvard University Press.

(2001). „The Objectivity Norm in American Journalism." *Journalism* 2(2): 149—70.

Schulz, Winfried (1996). „A Study of the Success of the Chancellor Candidates' Strategies during the 1990 German Bundstag Elections." *European Journal of Communiction* 11(1): 33-57.

Sciolla, Loredana (1990). „Identitae mutamento culturale nell'Italia di oggi." In Cesareo, Vincenzo, ed., *La cultura deU'Italia contemporanea.* Torino: Edizioni della Fondazione Agnelli.

Seaton, Jean and Ben Pimlott (1980). „The Role of the Media in the Portuguese Revolution." In A. Smith, ed., *Newspapers and Democracy,* pp. 174—99. Cambridge, MA: MIT Press.

Seaton, Jean and Ben Pimlott, eds. (1987). *The Media in British Politics.* Aldershot: Avebury.

Semetko, Holli and Kaus Schoenbach (1994). *Germany's „Unity Elecion": Voters and the Media.* Cresskill, NJ: Hampton.

Semetko, Holli, Jay G. Blumler, Michael Gurevitch, and David H. Weaver (1991). The Formation of Campaign Agendas: A Comparative Analysis of Party and Media Roles in Recent American and British Elections. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Seymour-Ure, Colin (1974). *The Political Impact of Mass Media.* London: Constable.

(1996). *The British Press and Broadcasting Since 1945. Oxford: Blackwell.*

Shawcross, William (1992). *Murdoch.* New York: Simon and Schuster.

Shefter, Martin (1977). „Party and Patronage: Germany, England and Italy." *Politics and Society* 7(1): 403-35.

Siebert, Fred S., Theodore Peterson, and Wilbur Schramm (1956). *Four Theories ofthe Press.* Urbana: University of Illinois Press.

Sigal, Leon V. (1973). *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsrnak ing. Lexington, MA: D. C. Heath. 9*

Smith, A. C. H. with Elizabeth Immirzi and Trevor Blackwell (1975). *Paper Voices: The Popular Press and Social Change 1935-1965.* Totowa, NJ: Rowman and Littlefield.

Smith, Culver H. (1977). *The Press, Politics, and Patronage: The American Government's Use of Newspapers, 1789-1875. Athens, GA: University of Georgia Press.*

Smythe, Ted Curtis (1980). „The Reporter, 1880-1900: Working Conditions and Their Influence on the News." *Journalism History* 7.

Sollinge, Jette Drachmann (1999). „Danish Newspapers." *Nordicom Review* 20(1):31-76.

Sonninen, P. and T. Laitila (1995). „Press Councils in Europe." University of Tampere: Department of Journalism and Mass Communication.

Splichal, Slavko and Colin Sparks (1994). *Journalists for the 21st Century.* Norwood, NJ: Ablex.

Squires, James (1993). *Read All About It: The Corporate Takeover of America's Newspapers.* New York: Random House.

Steele, Janet E. (1990). „The 19th Century *World* Versus the *Sun:* Promoting Consumption (Rather than the Working Man)." *Journalism Quarterly* 67(3): 592-600. Suleiman, Ezra N. (1984). *Bureaucrats and Policy Making: A Comparative Overview.* New York: Holmes and Meier.

Swanson, David and Paolo Mancini, eds. (1996). *Politics, Media and Modern Democracy.* Westport: Praeger.

Taras, David (1999). *Power and Betrayal in Canadian Media.* Peterborough, Ontario: Broadview Press.

Taylor, Paul (1992). „Political Coverage in the 1990s: Teaching the Old News New Tricks." In Twentieth Century Fund, *The New News v. the Old News.* New York: Twentieth Century Fund.

Thogmartin, Clyde (1998). *The National Daily Press of France.* Birmingham, AL: Summa Publications.

Thompson, John B. (1995). *The Media and Modernity.* Cambridge: Polity.

Tilly, Charles (1984). *Big Structures, Large Processes, Huge Comparison.* New York: Russell Sage Foundation.

Tracey, Michael (1998). *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting.* New York: Oxford University Press.

Traquina, Nelson (1995). „Portuguese Television: The Politics of Savage Deregulation." *Media, Culture & Society* 17(2): 223-38.
(1997). *Big Show Media: Viagem pelo Mundo do Audiovisual Portugues. Lisboa: Editorial Noticicias.*

Trigilia, C. (1981). *„Le subculture politiche territoriali." In Sviluppo economico e trasfor- mazioni socio-politiche dei sistemi territoriali a economia diffusa, Quaderni della Fon- dazione Feltrinelli, 16.*

Tsan Kuo, Chang with Pat Berg, Anthony Ying-Him Fung, Kent D. Kedl, Catherine • Luther, and Janet Szuba (2001). „Comparing Nations in Mass Communication esearch, 1970-97: A Critical Assessment of How We Know What We Know." *Gazzette* 63(5): 415-34

Tuchman, Gaye (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality. New York:*

Tunstall, Jeremy (1971). *Journalists at Work.* London: Constable.
(1977). *The Media Are American.* London: Constable.
(1993) *Television Producers.* London: Routledge.

Tunstall Jeremy and Michael Palmer (1991). *Media Moguls.* London: Routledge. *Twentieth Century Fund (1993). Quality Time? The Report of the Twentieth Century Fund Task Force on Public Television. New York: Twentieth Century Fund Press.*

Underwood, Doug (1993). *When MBAs Rule the Newsroom: How the Marketers and Managers are Reshaping Today's Media. New York: Columbia University Press.* van der Eijk, Cees (2000). „The Netherlands: Media and Politics between Segmented Pluralism and Market Forces." In R. Gunther and

A. Mughan, eds., *Democracy and the Media,* pp. 303-42. Cambridge: Cambridge University Press.

Van Gompel, R. (1998). „Political Control, Market Logic and Public Responsibility." Paper presented at 21st Scientific Conference of IAMCR, Glasgow, July 26-30.

Van Lenthe, Francine and Ineke Boerefin (1993). „Press Law in the Netherlands." In *Press Law and Practice.* London: Article XIX.

Vedel, Thierry and Jerome Bourdon (1993). „French Public Service Broadcasting: From Monopoly to Marginalization." In R. K. Avery, ed., *Public Service Broadcasting in a Multichannel Environment: The History and Survival of an Ideal,* pp. 29-52. New York: Longman.

Vincent, David (2000). The Rise of Mass Literacy: Reading and Writing in Modern Europe. Cambridge: Polity Press.

Waisbord, Silvio (2000). *Watchdog Journalism in South America: News, Accountability and Democracy. New York: Columbia University Press.*

Weaver, David H., ed. (1998). *The Global Journalist: News People Around the World.* Cresskill, NJ: Hampton Press.

Weaver, David and G. Cleveland Wilhoit (1991). „Journalists in the United States." In D. H. Weaver, ed., *The Global Journalist,* pp. 395-414. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Weber, Eugen Joseph (1976). *Peasants into Frenchmen: The Modernization of Rural France, 1870-1914. Stanford, CA: Stanford University Press.*

Weber, Max (1946). „Politics as a Vocation." In H. H. Gerth and C. Wright Mills, eds., *From Max Weber: Essays in Sociology.* New York: Oxford University Press.

Weibull, Lennart (1983). „Political Factors in Newspaper Readership." *Communication Research* 10(3): 311-33.

Weibull, Lennart and M. Anshelm (1991). „Signs of Change. Swedish Media in Transition." *Nordicotn Review* 2: 37-63.

(1992). „Indications of Change: Developments in Swedish Media 1980-1990." *Gazette*49(1-2): 41-73.

Weibull, Lennart and Britt Borjesson (1991). „The Swedish Media Accountability System: A Research Perspective." *European Journal of Communication* 7:121-39.

Weischenberg, Siegfried, Martin Loffelholz and Armin Scholl (1998). „Journalism in Germany." In D. H. Weaver, ed., *The Global Journalist,* pp. 229-56. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Westergaard, John (1977). „Power, Class and the Media." In J. Curran, M. Gurevitch, and J. Woollacott, eds., *Mass Communication and Society,* pp. 15-115. London: Sage.

Weymouth, Anthony and Bernard Lamizet, eds. (1996). *Markets and Myths: Forces for Change in the Media of Western Europe.* New York: Longman.

Wiebe, Robert H. (1967). *The Search for Order, 1877-1920.* New York: Hill and Wang.

Wigbold, Herman (1979). „Holland: The Shaky Pillars of Hilversum." In A. Smith, ed., *Television and Political Life: Studies in Six European Countries,* pp. 191-231. London: Macmillan.

Wilensky, Harold L. (1964). „The Professionalization of Everyone?" *American Journal of Sociology* 70(2): 137-58.

Winston, Brian (2002). „Towards Tabloidization? Glasgow Revisited, 1975-2001." *Journalism Studies* 3(1): 5-20.

Wolland, Steingrim (1993). „Press Law in Norway." In *Press Law and Practice.* London: Article XIX.

World Association of Newspapers (2001). *World Press Trends.* Pans.

Youm, Kyu Ho (1993). "Right of Reply Under Korean Press Law: A Statutory and Judicial Perspective" *The American Journal of Comparative Law* 61(1): 49-71.

Zaharopoulos, Thimios and Manny E. Paraschos (1993). *Mass Media in Greece: Power, Politics and Privatization.* Westport, CT: Prager.

საძიებელი

აზნარი, ხოსე მარია 134, 179
ალბერტი, პიერ 126
ალექსანდერი, ჯეფრი 5, 18, 99-102, 376-384
ამერიკანიზაცია 333
ანშელმი, მ 221
ანჯელი, ჯოვანი 147
არტინგსტალი, ნაიჯელ 307
ასენსიო, ანტონიო 179

ბალზაკი, ონორე დე 115-116
ბარერა, კარლოს 124, 177
ბარზინი, ლუიჯი 142
ბარნჰარსტი, კევინ 336-337
ბასტიანსენი, ჰენრიკ 214
ბახერი, კარლ 254
ბეიკერი, ს. ედვინ 287-288
ბეკი, ულრიხ 350
ბელა, რობერტ 179
ბენდიქსი, რეინჰარდ 3, 396
ბენსონი, როდ 103-104, 185
ბერლუსკონი, სილვიო 130, 140, 147, 162, 178-179, 362, 364
ბივერბრუკი, ლორდი 266
ბიორხესონი, ბრიტ 223-225
ბლერი, ტონი 331
ბლანშარი, მარგარეტ 17, 334-335
ბლეკი, კონრად 290, 108
ბლუმლერი, ჯეი გ. 2, 20, 33, 332, 363-372
ბორდიუ, პიერ 22, 102-104, 377
ბრანტსი, კის 197-198, 216, 330
ბრისონი, პიერ 149
ბრიტანეთის სამაუწყებლო კორპორაცია 38, 40, 303, 308-309, 368
ბურგელმანი, ჯან-კლოდი 220

გიდენსი, ენტონი 343
გიუნტერი, რიჩარდ 113, 133-138, 153, 169
გლობალიზაცია 362
გოდკინ, ე.ლ. 297
გოლდინგი, პიტერი, 340, 367, 383
გონსალესი, ფილიპე 134
გრამსკი, ანტონიო 105, 120
გურევიჩი, მაიკლ, 3, 20, 33, 332, 364-372
გუსტავსონი, კარლ-ერიკ 190-221

დაგნო, მონიკ 164
დიფერენციაციის თეორია 48, 99, 102-104, 109, 373, 376, 387, 395
დონსბახი, ვოლფჰანგ 151, 205, 385
დურკჰეიმი, ემილი 4

ევროპის ერთიანი მონეტარული კავშირი 349
ეთნოცენტრიზმი 2, 4
ეიზენშტეინი, ელიზაბეთ 196, 340
ელექტრონული მედია 352
ენობრივი რეგულაციები
ეროვნული იდენტობა 258
ერსანი, რობერტ 148-149, 155
ერსონი, სვანტე 77, 174, 249
ესერი, ფრანკ 227, 397
ესკარპიტი, რობერტი 171

ვესტმინსტერის სისტემა 64, 66, 302, 317

ზომიერი პლურალიზმი 79-87, 312

იაბობსონი 373
ინგელჰარტი, რონალდ 348

ინსტრუმენტალიზაცია 46-47, 72, 86-95, 145-148, 181, 202, 229, 287-289
იტალიის კომუნისტური პარტია (PCI) 120

კავანო, დენის 370-372
კამიუ, ალბერ 121
კანელი, მარია ხოსე 133-151
კანელიასი, ხოსე 118
კანოვას დელ კასტილიო, ანტონიო 118
კარანი, ჯეიმსი 246-247, 262-308, 383
კარი, რაიმონდ 165
კატალონია 90, 144
კაპიტალის კონცენტრაცია 385
კაცენშტეინი, პეტერ 63-68, 187, 209, 249-256
კელი, მარი 39, 274
კერნელი, სემუელ 286
კინდელმანი, კ 336
კიოხერი, რენატე 235
კიპოლა, კარლო 82
კირხეიმერი, ოტო 357
კლიენტელიზმი 70-93, 165-181
კლინტონი, ბილ 340
კოლინზი, რენდალ 44
კომენტარზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკა 130
კომინიკაციების ფედერალური კომისია 300-301, 303, 311, 321-322
კონვერგენცია 16, 96, 370-373, 386
კონსენსუსის პოლიტიკა 65
კონსენსუსის სისტემა 65
კოტა, იოჰან ფრიდრიხ 192, 206
კრიტიკული პროფესიონალიზმი 386
კულტურული იმპერიალიზმი 333
კუპერი, გერდ 337

ლეგრიდი, პერ 252
ლეიბორისტული პარტია 314
ლეინი, იან-ერიკ 314
ლიბერალური ინსტიტუტები 243
ლიბერალური მოდელი 13-22, 85-103, 258, 280, 324-329, 390-400
ლიცენზირების აქტი 260-261
ლიუფჰარტი, არენდ 8, 21, 67, 247, 316, 345
ლუთერი, მარტინი 186

მაზინი, ჯუზეპე 118
მაზოლენი, ჟანპიეტრო 332, 380
მაკდუგალი, ა. კენტი 295
მაკლუჰანი, მარშალ 11, 340
მაკქუაილი, დენის 216, 336
მაკჩისნი, რობერტ 283
მაჟორიტარიზმი 172, 388
მარქსი, კარლი 201
მატეი, ენრიკო 146
მაქსუელი, რობერტ 322
მედიამფლობელობის კონცენტრაცია
მედიალოგიკა 332, 380
მედია პოლიტიკა 56, 362
მერილი, ჯონ 17
მოპასანი, გი დე 115

პარტიული პრესა 13, 33, 46, 86, 119-121, 201-203, 233, 267, 359
პერუცი, რაულ 147
პოლარიზაცია 77, 181
პოლიტიკური კონტროლი მაუწყებლობაზე 38, 66, 163
პოლიტიკური პარალელიზმი 25-48, 74, 86-95, 111, 125-136, 205, 249-255, 270-289, 374, 392-398
პრესის თავისუფლება 50, 92-94, 117-119, 191, 208, 262, 302-311
პრესის ინსტრუმენტალიზაცია 202, 287-289
პრესის ისტორია 208
პრესის ოთხი თეორია 12-13, 400
პრესის საბჭო 144, 167, 213, 225-226

პრესის სუბსიდიები 156
პრესის საჩივრების კომისია 293

ჟურნალისტთა კავშირი 224
ჟურნალისტიკის
პროფესიონალიზმი 42-43, 45, 75, 180
ჟურნალისტური ავტონომია 151, 387-391
ჟურნალისტური განათლება 291, 336
ჟურნალისტური იმიჯი, 358

რაციონალურ-ლეგალური მმართველობა 71-80, 95-96, 175, 212, 249-255, 318-323

საბერძნეთის მართლმადიდებელი ეკლესია 166
საზოგადოებრივი მაუწყებელი 13, 37, 53, 86, 125, 137-138, 164, 215, 249-259, 304, 318, 372
სამართლიანობის დოქტრინა 283-284, 301
სარეკლამო ინდუსტრია, მაუწყებლობის კომერციალიზაცია 363
სახელმწიფოს როლი 52-62, 86-95, 111, 161, 173, 248-249, 298-308, 388-392
სიძულვილის ენა 55, 157, 212

ფიშერი, ჰაროლდ 17
ფრაკლინი, ბობი 368
ფრანკოს დიქტატურა 163
ფრაპა, ბრუნო 128
ფრენკელი, ერვინი 50-52, 296

ქრისტიან დემოკრატიული პარტია, იტალია 139, 162, 345

ჩელაბი,ჯინ ს. 270-271, 291

ცივი ომი 12, 17, 382

ჯერფ-პიერი, მონიკ 355-365

ჰაბერმასი, იურგენ 22, 72, 103, 192-194, 377
ჰადენიუსი, სტიგ 190-206, 230-231
ჰამფრისი, პიტერ 37, 191-229, 253, 294, 361
ჰანსონი, პერ ალბინ 248
ჰართსი, ლუის 312-314
ჰეზელბახი, სუზან 217
ჰეინონენი, არი 224-226
ჰელინი, დენიელ ii, 17, 139, 151-153, 176-185, 297-298, 338, 355-379, 401
ჰერმანი, ედუარდ 384
ჰერსტი, უილიამ რენდოლფ 266
ჰიერტა, ლარს იოჰან 194
ჰომოგენიზაცია 341-342, 358, 370-373, 386-395

CNN 284, 339-341
Havas 155

ს
ე33183

მთელ მსოფლიოში პოლიტიკასა და საზოგადოებებში ინდივიდებს შ
ურთიერთობები იცვლება ახალი ტექნოლოგიების გავლენით დ
პერსონალური გზავნილების დახვეწის მეთოდებს სთავაზობს ი
ტექნოლოგიები, მსოფლიო ქსელის გამოჩენა არის გამოწვევა
რომლებიც ირღვევა ახალ ამბებს, ინფორმაციას, გართობას, რეკლამას, მედიასა და თვით ერებს შორისაც კი. კომუნიკაცია, საზოგადოება და პოლიტიკა ამ ახალი საკომუნიკაციო სისტემების პოლიტიკურ და სოციალურ გავლენებს ეროვნული, შედარებითი და გლობალური პერსპექტივიდან იკვლევს.

Goldsmith Book Award-ის 2005 წლის გამარჯვებული, ჯონ შორენშტეინის პრესის ცენტრი, პოლიტიკა და საჯარო პოლიტიკა, ჰარვარდის უნივერსიტეტი

Diamond Anniversary Book Award-ის 2005 წლის გამარჯვებული, კომუნიკაციის ნაციონალური ასოციაცია

Outstending Book Award-ის 2006 წლის გამარჯვებული, კომუნიკაციის საერთაშორისო ასოციაცია.

"ჰელინისა და მანჩინის წიგნმა ახალი ამბების სისტემების გასააზრებლად გააკეთა იგივე, რაც დუვერგერის წიგნმა პოლიტიკური პარტიების სისტემების გაგებისათვის. ეს წიგნი კვლევის, ანალიზისა და თეორიის ტრიუმფია. მედიასისტემების შედარება უკვე არსებულ ნაშრომებს ეფუძნება, თუმცა წიგნის ყოველი თავი სრულიად ახალ სივრცეებს ხსნის. ეს პოლიტიკური კომუნიკაციის თემაზე შექმნილი უმნიშვნელოვანესი წიგნია, რომლის ადგილი ამ სფეროს ყველა მკვლევრის წიგნის თაროზეა."

– თომას ე. პეტერსონი, ჰარვარდის უნივერსიტეტი

"ამ ინოვაციურ და ღრმა წიგნში ჰელინი და მანჩინი ნათლად წარმოაჩენენ იმ მსგავსებებსა და განსხვავებებს, რომლებიც ევროპის რიგი ქვეყნებისა და ჩრდილოეთ ამერიკის ახალი ამბების მედიას ახასიათებს... მათ სრულყოფილად დაასაბუთეს, რომ მედიასისტემის გააზრება შეუძლებელია პოლიტიკური სისტემებისა და მათ ირგვლივ ჩამოყალიბებული კულტურის გათვალისწინების გარეშე. მათ შეძლეს საკითხის ღრმა ცოდნით მედიის სტრუქტურისა და ახალი ამბების შინაარსის განმარტება. წიგნში უხვად არის შთამბეჭდავი დეტალები, რომლებიც საინტერესოდ არის აღწერილი და წიგნი სასიამოვნოდ იკითხება."

– ტიმოთი ე. კუკი, ლუიზიანას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

"ამ ნაშრომით დენ ჰელინმა და პაოლო მანჩინიმ პოლიტიკური კომუნიკაციის კვლევაში დიდი ნაბიჯი გადადგეს... მედიასისტემების მოდელი პოლიტიკური კომუნიკაციის ნაციონალური კონტექსტის სტრუქტურისა და დინამიკის განხილვის უაღრესად სასარგებლო ჩარჩოდ იქცა. ეს არის თანმიმდევრული და მკაფიო მიდგომა, რაც წიგნს თანამედროვე სტუდენტებისათვის უაღრესად მიმზიდველს ხდის."

– პიტერ დელგრენი, ლუნდის უნივერსიტეტი

"მათი ანალიზის მასშტაბი და ანალიტიკური მსჯელობის ჯაჭვი დებატების სტიმულირებასთან არის დაკავშირებული და ამდენად, მედიასისტემების, საზოგადოებისა და პოლიტიკის ურთიერთობების ავტორთა მიერ წარმოდგენილი დახვეწილი თეორია, არგუმენტაცია და დეტალური კვლევა სამეცნიერო ღირებულების თვალსაზრისით ამომწურავია."

– პიტერ ჰამფრისი, მანჩესტერის უნივერსიტეტი

ილიას
სახელმწიფო
უნივერსიტეტის
გამომცემლობა
ILIA STATE
UNIVERSITY
PRESS

ISBN 978-9941-18-232-7