

მაია ნადარეიშვილი
<https://orcid.org/0000-0002-3270-0728>
კრიმინოლოგიის აკადემიკოსი (სკმა),
საერთაშორისო ჟურნალისტიკის დოქტორი,
ბრამსის ინსტიტუტის დამფუძნებელი და ღირეპქტორი

ფოტოს მინაწერის ევოლუცია ბრიტანულ და ამერიკულ მედიაში

საპპანძო სიტყვები: ფოტოს მინაწერი, ფოტოჟურნალისტიკა,
მედია, კომპოზიცია, ჟურნალისტური ტექსტი,
მულტიმედია, პაპარაცი

მედიატექსტის მეორეხარისხოვანი კომპოზიციური ელემენტია ფოტოს მინაწერი, რომელზეც მუდამ ერთპიროვნულად ზრუნავს ლიტერატურული რედაქტორი.¹ ჟურნალისტიკის ამერიკელი და ბრიტანელი თეორეტიკოსები ნაკლებ ყურადღებას უთმობენ კონკრეტულად მინაწერის შესწავლას და ზოგადი რჩევებით შემოიფარგლებიან.

ბრიტანელი მკვლევარი დევიდ სტივენსონი ლაკონიურად აჯამებს: „ფოტოს მინაწერისთვის ზუსტად ისეთივე ტექნიკისა და მიდგომის გამოყენებაა საჭირო, როგორც სათაურის შემთხვევაში. ჩამოაყალიბე სათქმელი ერთ სტრიქონში, რომელიც სრულყოფილად ახსნის ფოტოს და არ დაგავიწყდეს სურათზე გამოსახულ პიროვნებათა ვინაობის დაზუსტება გარდა იმ შემთხვევისა, თუ იქ ფეხბურთის გუნდია სრული შემადგენლობით“.² სტივენსონი, არაერთი კოლეგის მსგავსად, ფოტოს მინაწერს ჟურნალისტიკის დამატებით სფეროს მიაკუთვნებს.

თავისთავად საინტერესო ტენდენციაა, რომ დასავლეთში ფოტოს მინაწერს ჟურნალისტური ტექსტის სათაურის რაკურსში განიხილავენ. თუმცა, აქ მეორდება იმგვარი არაზუსტი მიდგომა, როგორიც ჰედერისა და ფუტერის (ანუ ზედა და ქვედა კოლონტიტულის)³ შემთხვევაში.⁴ ფოტოს მინაწერი შეიძლება ისე დაიწეროს, რომ სა-

თაურს ჰგავდეს. ამასთანავე, ვრცელი ფოტოს მინაწერი, რაც პრაქტიკაში ხშირად გვხვდება, სათაურზე ბევრად მეტია არა მხოლოდ მოცულობით, არამედ ფუნქციურ-შინაარსობრივი დატვირთვითაც. ასეთ დროს, ფოტოს მინაწერი უკვე არა headline-ის,⁵ არამედ headlines-ის⁶ ვარიანტს წააგავს, ანუ არა სათაურის, არამედ განმარტების, ანონსის, ჩანახატის, ქრონიკის და ზოგიერთ იშვიათ შემთხვევაში, ნიუსის ფორმატით წარმოგვიდგება. იგი რომ სათაურის ერთ-ერთი სახე ყოფილიყო და მეტი არაფერი, მაშინ ტერმინსაც – caption გარკვეულწილად კავშირი ექნებოდა საგახეთო-საქურნალო სათაურთან. ამ სიტყვის წარმოქმნისა და გენეზისის მონაცემები სააზროვნოს ნამდვილად უჩენს მედიალოგიის მკვლევარს.

სავარაუდოდ, ინგლისური caption თანამედროვე სათაურის წინამორბედის ფუნქციას ასრულებდა. ამგვარ დასკვნამდე მივყავართ სამ გარემოებას:

1. სიტყვის ლექსიკურ მნიშვნელობებს: ა) სათაური ან მოკლე ახსნა, რომელიც ახლავს ილუსტრაციას, კარიკატურას, პლაკატს; ბ) მცირე ტექსტი, რომელიც ეკრანზე ჩნდება ფილმის ან მაუწყებლობის შემადგენელი ნაწილის ფუნქციით; გ) საკანონმდებლო დოკუმენტის სათაური; დ) ილუსტრაციისთვის სათაურის დარქმევა ან ახსნა-განმარტებით უზრუნველყოფა;
2. მის სინონიმებს: title, heading, wording, head, legend, subtitle; rubric, slogan (ყველა ეს ტერმინი, მეტ-ნაკლებად, სათაურის სახეებს აღნიშნავს);
3. ტერმინის წარმოშობის ისტორიას:⁷ სიტყვა caption ინგლისურ ენაში თავდაპირველად ნიშნავდა „დაპატიმრებას“ და „დაპატიმრების უფლებამოსილების ქონას“, რაც დაკავშირებული იყო ლათინური ზმნის capere-ს მნიშვნელობასთან „აყვანა, შეპყრობა“. დაახლ. 1670 წელს ინგლისურ სამართალმცოდნეობაში გაჩნდა არსებითი სახელი

caption, რაც გულისხმობდა სრულ პასუხს კითხვებზე თუ სად, როდის და ვინ გასცა უფლებამოსილება. ასეთი შინაარსის განცხადება ერთვოდა იურიდიულ დოკუმენტს. შესაბამისად, ტერმინმა caption XVIII საუკუნის ბოლოს შეიძინა სათაურის და თანდართული სიტყვიერი განმარტების, ფრაზირების მნიშვნელობები. 1848 წლიდან ამ ტერმინის გამოყენება დაიწყო პრესამ.

სხვადასხვა ქვეყნის მედიის ტრადიციათა შეჯერება ხშირად ავლენს როგორც ანალოგებს, ასევე პარალელებსა თუ დისპროპორციებს. ფოტოს მინაწერისა და caption-ის განხილვის შემთხვევაში განსხვავებები სწორედ ისეთი სიღრმისაა, როგორც დღევანდელ მსოფლიოში გვარ-სახელებთან დაკავშირებული სხვაობები: ზოგან სახელი და გვარი საკმარისია, სხვაგან კი რამდენიმე სახელის ან ორმაგი გვარის ტარების ტრადიციას, ხოლო რიგ ქვეყნებში მამის სახელის დაფიქსირების გარეშე ინდივიდის იდენტიფიკაცია არასრულად ითვლება. ლიეტუვაში დღემდე განასხვავებენ გვარების დაბოლოებას არა მხოლოდ გენდერული ნიშნით, არამედ ქალის სტატუსის (გასათხოვარი თუ დაქორწინებული) მიხედვითაც.⁸ მრავალმხრივ უნიკალურ ისლანდიაში არაბულ-ბალტიური თავისებურებების ორიგინალური მიქსის ტრადიციას დამკვიდრებული: ბავშვის სქესის მიხედვით, მამამისის სახელს ემატება „ძე“ (son) ან „ასული“ (dottir).⁹ ანალოგიურია არაბული „ბინ“ (ამატებენ ვაჟიშვილისა და მისი ბიოლოგიური მამის სახელებს შორის), „იბნ“ (მამაკაცისა და მისი ბაბუის ან დედის სახელებს შორის) და „ბინტ“ (ქალიშვილისა და მამამისის სახელებს შორის).

აშშ-ის ფოტოჟურნალისტიკაში ერთდროულად გამოიყენება ორი ტერმინი: caption (სათაური ან ლაკონიური ცნობა, რომელიც დართული აქვს ილუსტრაციას, კარიკატურას ან პლაკატს)¹⁰ და cutline (ფოტოსურათის ან სხვა ილუსტრაციის მინაწერი).¹¹ ლექსიკური მნიშვნელობით

მათი გამოიყენა საკმაოდ ბუნდოვანია, გარკვეული აზრით, აბსურდულიც კი, რადგან განმარტებათა მიხედვით, ისინი სინონიმები გამოდის⁷ და მხოლოდ ფუნქციური თვალსაზრისით განსხვავდება, ისიც – რიგ შემთხვევაში და ძალზე ნიუანსურად. კალიფორნიის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი, დოქტორი პოლ მარტინ ლესტერი აზუსტებს ამ ორი ტერმინის მნიშვნელობასა და ფუნქციას, რის შედეგადაც ფოტოს სათაურისა (caption) და ფოტოს აღწერის (cutline) კომპოზიციურ ერთობლიობას და შინაარსობრივ ჰარმონიულობას სახავს იდეალად.¹² მის მიერ მოხმობილ ნიმუშებში ფოტოს მინაწერის პირველი ფრაზა საკუთრივ სათაურის¹³ სტილით არის დაწერილი და ამერიკელი თეორეტიკოსი მართებულად უწოდებს მათ სათაურს, ხოლო დანარჩენ წინადადებათა ერთობლიობა უკიდურესი ლაკონიზმის გამოყენებით, აუდიტორიას ამომწურავად აცნობს ფოტომბავს.

Cutline-ის მნიშვნელობისა და დანიშნულების შესახებ ყოველგვარ ორაზროვნებას აბათილებს პოლ ლესტერის მსჯელობა: „ფოტოჟურნალისტიკაში, ალბათ, ყველაზე ნაკლებად დაფასებული ელემენტია დაბალსტატუსიანად მიჩნეული ფოტოს მინაწერი. ეს უსამართლობაა, რადგან კარგი მინაწერი არა მხოლოდ საჭირო ინფორმაციას აწვდის მკითხველს ფოტოზე გამოსახულის შესახებ, არამედ აღნიშნულ თემასთან დაკავშირებით მასალიდან უფრო მეტის გაგების სურვილსაც უჩენს. ფოტოს მინაწერი ისე უნდა აიგოს, როგორც მინი საინფორმაციო მედიატექსტი“.¹⁴ შესაბამისად, ამერიკელი თეორეტიკოსი პრაქტიკოსებს ურჩევს ფოტოს მინაწერის არქიტექტონიკის სათანადოდ ჩამოყალიბებისთვის საორიენტაციოდ გამოიყენონ ხუთი W (რა? ვინ? როდის? სად? რატომ?). ამ კითხვებზე ის პასუხები უნდა მოხვდეს cutline-ში, რომელიც შეესაბამება ფოტოს შინაარსსა და დანიშნულებას. ფოტოს მინაწერის სპეციფიკიდან გამომდინარე, cutline-ში არ გამოიყენება პასუხი ნიუსის (ჟანრობრივად, აქ იგუ-

ლისხმება საინფორმაციო შენიშვნა) დაწერის ფორმულისთვის ნიშანდობლივ მეექვსე კითხვაზე „როგორ?“.

რადგან ფოტოს მინაწერი ამბივალენტური ბუნებისაა, ვფიქრობ, იგი დამოუკიდებელი კომპოზიციური ელემენტის სტატუსს იმსახურებს მედიატექსტის არქიტექტონიკულ ქსოვილში. ამავე დროს, სრულიად მისაღებია პოლ ლესტერის პოზიცია: caption-სა და cutline-ის ფუნქციათა კონკრეტიზაცია-გამიჯვნა და ამ ორის ერთობლიობის გააზრება მცირე ფორმატის, დამხმარე მედიატექსტად. მისი კონცეფციის გათვალისწინებით, გვაქვს ფოტოს მინაწერი, როგორც დამოუკიდებელი კომპოზიციური ელემენტი, რომელსაც ქმნის ფოტოს სათაურისა და ფოტოს აღწერის ერთობლიობა. თუმცა, ფოტოს დანიშნულებისა და ჟურნალისტის ჩანაფიქრის შესაბამისად, ფოტოს მინაწერი, შესაძლოა, მხოლოდ სათაურის ან აღწერის ფუნქციას ასრულებდეს. მედიატექსტთან მიმართებაში, ფოტოს მინაწერი ხან მეორეხარისხოვან, დამატებით კომპოზიციურ ელემენტად წარმოგვიდგება, ხანაც დამოუკიდებელ მინი-მედიატექსტად. ზოგადად, მისაღებად მიმაჩნია ფოტოს მინაწერის ჟურნალისტური სათაურის¹³ ასპექტში განხილვა, რადგან, ფართო გაგებით, მინაწერის ფუნქცია ფოტოს „დასათაურებაა“.

ფოტოს მინაწერის ოსტატობაზე სიღრმისეული გამოკვლევების სიმწირის მიზეზი ორგვარი უნდა იყოს. ჯერ ერთი, საგანგებო თეორიული კვლევის ღირსად არ მიიჩნევენ, რადგან უშუალოდ ჟურნალისტის ფუნქციებში არ შედის ფოტოს მინაწერის შექმნა. მასზე სუბრედაქტორი ზრუნავს. ამასთან, რადგან საკუთრივ სათაურის¹³ შემთხვევაშიც კი სრულყოფილი სისტემური ანალიზი ნაკლებად აინტერესებთ, მინაწერისადმი ზერელე დამოკიდებულებაც „ლოგიკურად“ გამოსდით, რადგან ერთი შეცდომა მეორესაც განაპირობებს.

განვიხილოთ ფოტოს მინაწერის ტიპური ამერიკული ვარიანტი. სათაურით – „ექვსე და იპოვით. ჩვენ ვიპოვეთ“¹⁵ ჟურნალისტი სტეისი სალივანი მიმართავს მათ, ვი-

საც ბოსნიაში მომრავლებული სამხედრო კრიმინალების დაჭერა ევალება. ადრესატი ზუსტად არც ტექსტშია დასახელებული, მაგრამ ამის აუცილებლობა არცაა. საქმეში ჩახედულთათვის ისედაც ნათელია მათი ვინაობა.

სათაურში აპელირების ფუნქცია დომინირებს. ემოციური ლამის არ იგრძნობა. ტენდენციის გამოხატვა ჟურნალისტმა მთლიანად მედიატექსტს დააკისრა. ავტორის პოზიცია პატარა აფეთქებებივით ხან ლიდში ვლინდება, ხან კორპუსის რომელიმე აბზაცში. ემოციური მუხტი ყველაზე მძლავრად გამოხატული იმ ფრაგმენტში, რომელშიც ჟურნალისტი გვიამბობს თერთმეტ სამხედრო კრიმინალთან სატელეფონო საუბრების შესახებ.

პუბლიკაციის ეფექტური დაბოლოება დიდ და „მძიმე“ წერტილს წააგავს: „პრობლემა გაქცეული სამხედრო კრიმინალების პოვნა კი არაა, არამედ მათთან დაკავშირებით კონკრეტული გადაწყვეტილების მიღება“.¹⁵ მთელი კომპოზიციური წყობა ტენდენციის წარმოჩენის მიზნით არის აგებული, მაგრამ ავტორი ამით არ დაკმაყოფილდა. მართალია მოცემული პუბლიკაცია უქვესათაუროა, ჟურნალისტმა სათქმელი ფოტოს მინაწერით დააგვირგვინა: „შეგიძლიათ გაიქცეთ და დაიმალოთ: ნატოს ჯარები სხვა მხარეს იყურებიან“.¹⁵ შედარებით იშვიათი, მაგრამ თეორიაში მიღებული და სათანადო შემთხვევაში, ეფექტური სვლა გამოვიდა მინაწერის გამოყენება სათაურის განმარტობი ქვესათაურის ფუნქციით. როგორც სათაურში, აქაც მიმართვის ფორმაა გამოყენებული, ოღონდ ამჯერად ავტორი კრიმინალებს ანუ პერსონაჟებს ესაუბრება. სერბებმა, შეიძლება, ვერ წაიკითხონ აღნიშნული სტატია, მაგრამ მთავარი ეს არ არის. ვფიქრობ, მომხიბლავი ჟურნალისტური ფორმაა, როდესაც ავტორი პერსონაჟს მიმართავს. ამ შემთხვევაში, საკმაოდ ლოგიკურია აპელირების ფუნქციის გამოსაყენებლად მსგავსი არჩევანი: ჟურნალისტი საკუთარ რესპონდენტებს ელაპარაკება, თითქოს, ლოგიკურად ამთავრებს მათთან სატელეფონო საუბრით გაჩენილი კონტაქტის განცდას.

ფოტოს მინაწერი შენელებული მოქმედების ბომბით არის ჩადებული პრობლემური სტატიის არქიტექტონიკაში. აშკარაა მაღალი დონის ჟურნალისტური სკოლა: ავტორისა და ლიტერატურული რედაქტორის პარმონიული თანაშემოქმედება მასალის ეფექტურად წარმოსახვად. მთლიანია არა მხოლოდ ძირითადი ტექსტი, არამედ მედიატექსტი ამ სიტყვის სრულფასოვანი გაგებით:

- სათაური თხრობას იწვევს მკითხველის დაინტრიგებით;
- ღიდი საქმის არსს აცნობს ყოველგვარი დაყოვნების გარეშე, რითიც გახაზავს თემის უკიდურეს მნიშვნელოვნებასა და პრობლემის სერიოზულობას;
- კორპუსში გაშლილია საკითხის ძირეული ასპექტები, რისთვისაც გამოყენებულია ხედვის ყოველი არსებითი კუთხე;
- გადასვლები ისე ოსტატურად არის აგებული, რომ ეს „ლოგიკური ხიდები“ მრავალპლანიან მედიატექსტს ერთ კონტენტურ ჯაჭვად განაღებებს;
- შემაჯამებელი დაბოლოება სათქმელის აქტუალობას კიდევ ერთხელ, დანარჩენ კომპოზიციურ ელემენტებზე უფრო მძაფრად გახაზავს.

სწორედ ამ ეტაპზე გაიბრწყინებს კომეტასავით ტექსტში შემოჭრილი ფოტოს მინაწერი და პუბლიკაციის ავტორის ტენდენციას ფეიერვერკივით გაანათებს. ლოგიკურია, რომ მსგავსი ეფექტის მოსახდენად ქვესათაურს ვერ გამოიყენებდა ჟურნალისტი. მხოლოდ პუბლიკაციის წაკითხვის შემდეგ იძენს ფოტოს მინაწერი უზვეულოდ უბოროტო, თუმცა, აზრობრივად მკვეთრ სარკაზმს. იგი საკონტროლო გასროლასავით უზრუნველყოფს დასახული ეფექტის მოხდენას აუდიტორიაზე.

ფოტოჟურნალისტიკის განხრითაც ვცადეთ ფოტოს მინაწერის მეცნიერული კვლევა-ძიების დაზუსტება, მაგრამ ვიწრო სპეციალიზაციის შემთხვევაშიც ფართო გაქა-

ნების თეორიები ვერ აღმოვაჩინეთ ჩვენს ხელთ არსებულ სამეცნიერო გამოკვლევებში. შესაძლოა, ეს განპირობებული იყოს ფოტოჟურნალისტიკის უნიკალური ბუნებით: ფაქტისა თუ მოვლენის უსიტყვოდ, ზოგჯერ ტექსტზე მრავლისმეტყველად წარმოჩენის უნარით. ამგვარი ვარაუდი ლოგიკურად ხსნის ფოტოხელოვნების ტექნიკურ საკითხებზე სახელმძღვანელოთა მრავალფეროვნებას და ფოტოჟურნალისტიკის წმინდა თეორიულ ასპექტებზე ყურადღების ნაკლებად გამახვილებას.

როგორც სამართლიანად თვლის ბრიტანელი თეორეტიკოსი, ფოტოჟურნალისტიკაში უმთავრესია ღირებული კადრის შემჩნევა და გადაღება.² ტექნიკური თვალსაზრისით სათანადო წვრთნის შემდეგ, აუცილებელია დიდი პრაქტიკა, რომელიც ბუნებრივი ადლოს განვითარებას შეუწყობს ხელს. დევიდ სტივენსონი მიიჩნევს, რომ ფოტოჟურნალისტიკისთვის მნიშვნელოვანია ეფექტური, პოლიინფორმატული ფოტოების მოპოვება საკუთარი რედაქციისთვის. ამ ტიპის ჟურნალისტები ნაკლებად ფიქრობენ მინაწერზე. ფოტოები საერთო სათაურითა და მინაწერების გარეშეა თუ შესაბამისი ტექსტის ან კომენტარების საშუალებით ქმნის თხრობის საერთო ხაზს, ყოველთვის სუბრედაქტორი ზრუნავს ვერბალურ ნაწილზე. რედაქცია ფოტოჟურნალისტისგან მხოლოდ უახლესი ციფრული ტექნოლოგიის გამოყენების სრულყოფილებასა და მოვლენათა ეპიცენტრში ზედმიწევნით ოპერატიულად მუშაობის უნარს მოითხოვს. მოქალაქე ჟურნალისტების შემთხვევაში, ცხადია, პროფესიონალი თანამშრომელი ამუშავებს რედაქციისთვის გაგზავნილ ფოტომასალას, რომლისგანაც თხრობით ქარგავს ტრადიციული ხერხებითა და სარედაქციო პოლიტიკის შესაბამისი მიზნით ქმნის.

თანამედროვე მსოფლიოში ფოტოჟურნალისტის პროფესია რთულ და არაპრივილეგირებულთა რიცხვს მიეკუთვნება. მყარი სამუშაო და ფინანსური შემოსავალი ძნელად მისაღწევია. ერთმანეთისა და საკუთარი თავის დახმარების მიზნით, დასავლეთში თანდათანობით წარმო-

იქმნა ფოტოსააგენტოები, რომლებიც მოიპოვებენ მიმდინარე მოვლენებთან დაკავშირებულ ხარისხიან ფოტომასალას და მოთხოვნის შესაბამისად აწვდიან რედაქციებს, საგამომცემლო სახლებსა თუ მსხვილ მედიაკომპანიებს. ასევე პრაქტიკულია თავისუფალ ფოტოჟურნალისტად მუშაობა და საკუთარი მასალის კონკრეტული გაზეთის ან ჟურნალის რედაქციისათვის მიყიდვა საავტორო უფლებებთან ერთად. თუმცა, ასეთი პერსპექტივა მხოლოდ იმ დამოუკიდებელ ხელოვანს თუ მოხიბლავს, ვისაც მთელი პლანეტის მასშტაბით მუდმივი ხეტიალი სიამოვნებს. 2020-2021 წლების პანდემიის პირობებშიც კი არ შეუწყვეტიათ პროფესიონალებსა თუ მოყვარულებს ჯანმოს რეკომენდაციების გათვალისწინებით მოგზაურობა და გამორჩეულ კადრებზე ნადირობა სხვადასხვა ქვეყანაში. ამის შესანიშნავი ნიმუშია ჩვენი სახელოვანი თანამემამულე, ფოტოხელოვანი ბადრი ვადაჭკორია.

XXI საუკუნეში ფართო გაქანება პოვა ონლაინ ფოტოჟურნალისტიკამ, რომელიც თანამედროვე ხელოვანს საშუალებას აძლევს მიეღველისა და მომხმარებლის სპექტრი საგრძნობლად გააფართოვოს შედარებით იოლი, თანაც იაფი ხერხებით. ამავედროულად, შესაძლებელია უფრო სარფიანი შემოსავლის წყაროსთან ფოტოხელოვნების პარმონიულად შეთავსება. პროფესიონალების გვერდით, ბუნებრივია, არსებობენ მოყვარულებიც. ორივე კატეგორია წარმატებით იყენებს ფოტობლოგებს საკუთარი პროდუქტის წარმოსაჩენად თუ გასასაღებლად. ფოტობლოგერობის მსურველთათვის შემოქმედებითი მოღვაწეობის რამდენიმე საშუალება არსებობს: საკუთარი ფოტობლოგის შექმნა ინდივიდუალურ დომენზე, Blogger-ის¹⁶ მსგავსი ონლაინ სერვისების გამოყენება ფოტობლოგერობისთვის და ექსკლუზიურად ფოტობლოგერობისთვის განკუთვნილი სერვერების გამოყენება, რომელთაგან დღეისთვის ყველაზე პოპულარულებად ითვლება Flickr¹⁷ და Fotolog.¹⁸ ფოტობლოგერები აქტუალურ საკითხებს შესაბამის ფორუმებზე განიხილავენ.

შემდეგი, ბევრად განვითარებული ეტაპია მულტიმედია, რომელიც საინფორმაციო ტექნოლოგიების მზარდი კადრებით, ლამის, ყოველდღიურად კომპლექტდება და აერთიანებს როგორც პროფესიონალებს, ასევე მოყვარულებსა და დამწყებთ. მსოფლიო მიღწევათა უცილო მემკვიდრის უფლებით, იგი ფოტოჟურნალისტიკიდანაც იყენებს ყველაფერს, რაც მისთვის მისაღები და გამოსადეგია. ონლაინ მულტიმედიის პარალელურად არსებობს მულტიმედიური პროდუქტის ცოცხალი წარმოდგენები, მაგალითად, ლაზერშოუები კლუბური შეხვედრების, წვეულებებისა თუ საცირკო გამოსვლების დროს, ანდა MS PowerPoint-ის გამოყენებით ვიზუალიზებული პრეზენტაციები უმაღლეს სასწავლებლებში, სამეცნიერო კონფერენციებსა თუ საწარმოო დაწესებულებებში. თანამედროვე ჟურნალისტური მიმდინარეობის გარდა, მულტიმედიის კატეგორიას ეკუთვნის ვირტუალური რეალობისთვის შექმნილი ვიდეოთამაშები, კომპიუტერული სასწავლო პროგრამები, მეცნიერული თეორიების პრაქტიკულობის შესამოწმებლად მოდელირებული თუ სიმულირებული ექსპერიმენტები და ა.შ.

ვიდეოფაილების გაზიარებისთვის განკუთვნილი ამერიკული პლატფორმა YouTube¹⁹ მულტიმედიის შესაძლებლობათა საზოგადოებრივი გამოყენების ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული საშუალებაა. მომხმარებელი არა მხოლოდ იღებს ვიდეომასალას და განათავსებს სერვერზე, არამედ ფოტოკოლაჟზე დადებული ხმოვანი შეტყობინების, ტექსტუალური მესიჯისა თუ მუსიკალური გაფორმების ნაირგვარ ვარიანტს ქმნის სასურველ თემაზე. ასეთი ხერხით შეკოწიწებულ, ორიგინალურ ვიდეორგოლს ავტორი იუთუბის წყალობით ხელმისაწვდომს ხდის მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. რა თქმა უნდა, ეს სფერო ფოტო-შესაძლებლობათა ახლებურად, გაცილებით ეფექტურად წარმოჩენის საშუალებაა. თუმცა, როგორც დრამატულ თეატრსა და ოპერას დღესაც ჰყავს თავყანისმცემლები,

ობიექტივის ხიბლსა და ნეგატივის სურნელსაც არ აკლია ერთგული მიმდევრები.

ტრადიციულის ალტერნატიული ვარიანტია სტუდიური ფოტოჟურნალისტიკა, რაც სულ უფრო მყარად იკიდებს ფეხს იმის პარალელურად, რომ ტაბლოიდური გამოცემების პოპულარობა იზრდება. აუდიტორიას ნაკლებად სცალია ვრცელი სტატიების წასაკითხად, რაც ბუნებრივად ზრდის ფაქტისა და მოვლენის ფოტოასახვის საჭიროებას. ძირითადად, პოპულარული თემებია: თანამედროვე მოდა, კულინარია, ეგზოტიკური ბუნება, პროდუქციის რეკლამირება ფირმის სახედ ქცეული მოდელებით, მსახიობებითა და ინფლუენსერებით და ა.შ. ამ სფეროს უპირატესობაა სტაბილური სამუშაო, მყარი შემოსავალი და ნაკლები მობილურობა (ძირითადად, სახლიდან სტუდიაში ან ერთი ქალაქის ფარგლებში).

ცნობილი პიროვნებების ფოტოებზე სპეციალიზებული ფოტოჟურნალისტებიც გაცილებით იოლ ცხოვრებას ეწევიან. სტუდიური განათებისა და აპარატურის პრიორიტეტულობა ყველაზე ჭირვეულ ვარსკვლავსაც აიძულებს თავად ეწვიოს ფოტოხელოვანს იმ იმედით, რომ უფრო ეფექტური ფოტოების მფლობელი გახდება. თუმცა გასვლითი სესიებიც აუცილებელია ორიგინალური, პიროვნებაზე ორიენტირებული სურათების მისაღებად, მაგრამ ეს გზა, ნაკლებ სავარაუდოა, რომ დედამიწის მეორე ბოლოში გადაფრენას გულისხმობდეს.

ახალმა ათასწლეულმა ტექნიკური საშუალებების აქამდე არნახული მრავალფეროვნება ხელმისაწვდომი გახადა არა მხოლოდ პროფესიონალი ფოტოჟურნალისტების, არამედ ნებისმიერი მოყვარულისთვისაც, ვისაც შესაბამისი ფინანსური შესაძლებლობა აქვს. ასე მოიკიდა ფეხი თანამედროვე ცხოვრებაში დრონით ანუ უპილოტო მფრინავი აპარატით (უმა) გადაღებულმა ფოტო- და ვიდეომასალებმა. ეს პროდუქცია, უმეტესწილად, მულტიმედიურ სფეროს განეკუთვნება და ონლაინ არსებობისთვისაა შექმნილი.

ფოტოჟურნალისტიკაზე საუბრისას, განსაკუთრებით, როცა საქმე ეხება ვარსკვლავებსა და ქარიზმატულ პოლიტიკურ ფიგურებს, შეუძლებელია არ შეგვეხოთ პაპარაცების²⁰ თემა. „აქ დიდი ფულის სწრაფად შოვნის მუდმივი შანსია, მაგრამ თუ პაპარაცების რიგებს შეუერთდებით, საკუთარი სიცოცხლე თქვენი აღარ იქნება... თავს ნუ მოიცუებთ, რომ პაპარაცობაც ფოტოჟურნალისტობაა, რადგან მათ არაფერი აქვთ საერთო. „ადამიანებზე მონადირეთა“ ფოტოების უმეტესობა არანაირი ამბის მოყოლას არ ისახავს მიზნად. ეს ოპორტუნიზტული სამყაროა“,² ავრთხილებს დამწყებ ჟურნალისტებს ბრიტანელი მკვლევარი.

პაპარაცული ფოტოები ხშირად ხვდება ონლაინ გამოცემებში. როგორც წესი, ფოტოებს რომელიმე საიტის ადმინისტრაციული ნაწილი იძენს და სათანადო მინაწერებს ურთავს. მსგავსი ნაწარმით ყოველდღიურად განახლდება არაერთი ცნობილი ვებგვერდი, მაგალითად, msn.com-ზე. რუბრიკები (ახალი ამბები, გართობა, სპორტი, ფული, ცხოვრების სტილი და ა.შ.) ნათელ წარმოდგენას ქმნის, რომ ასეთი სურათების თემატიკა ბანალურია და, უმეტესად, რომელიმე ცნობილი ადამიანის პირადი საქმიანობიდან ყოველდღიურ მომენტებს აფიქსირებს. ასე მოხვდა პატარა სური კრუზის ფოტოები საიტზე, როცა დედასთან ერთად საყიდლებზე წასული სამი წლის გოგონას ფეხზე რომელიღაც პაპარაციმ მაღალქუსლიანი ფეხსაცმელები „გამოიჭირა“. ²¹ მიყოლებით გადაღებულმა ათიოდე მომენტალურმა ფოტომ დიდივით მოპრანჭული პატარას ხიფათიანი სვლა რეალისტურად წარმოაჩინა. ფოტოსიუჟეტის თემა იყო, თუ როგორ დაუცდა ფეხი მაღალი ქუსლის გამო, თუმცა დედის ჩაბლუჯულმა ხელმა ბავშვის დაცემის თავიდან აცილება მოასწრო. ფოტოს მინაწერი რისკიან მშობელს აკრიტიკებდა, რომელმაც, მოდური შვილით წატრაბახებისთვის, პატარას ჯანმრთელობა და სიცოცხლე საფრთხის ქვეშ დააყენა. ასეთი ფოტოამბების ავტორებს ბრიტანელებმა მეტსახელი snapper შე-

არქეეს. ამ ტერმინის სინონიმად მეორე მეტსახელი – monkey-ც გამოიყენება.

პრინცესა დაიანას ტრაგიკული დაღუპვის შემდეგ ბრიტანეთის მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილის პაპარაცებისადმი უარყოფითი დამოკიდებულების გამო, ეს, მორალური თვალსაზრისით, მიუღებელი საქმიანობა საგრძნობლად შემცირდა ნისლიანი ალბიონის ტაბლოიდურ გამოცემათა ფურცლებზე. ბიზნესში დარჩენილი ნაწილი აშკარად ცდილობს ეთიკის გარკვეული ნორმების მორგებას ჩვეულ „კანონგარეშეობაზე“. უსაზღვრო თავისუფლების ღიბერალურად მოთოკვას ისინი შედარებით ნეიტრალური თემატიკის შერჩევით ახორციელებენ.

ინგლისელების მიერ ამინდზე საუბრის გაშარუებული ტრადიციის ფონზე ცოტა სასაცილოა, რომ უხვთოვლიანი შობის ფოტოებმა საიტის ერთ-ერთი მთავარი მოვლენის სტატუსი რამდენიმე დღის განმავლობაში შეინარჩუნა.²² თავიდან ფოტოს მინაწერები ვრცელი იყო. თანდათან დამოკლდა და ბოლოს მხოლოდ ადგილის სახელის მითითებას ჯერდებოდა ავტორი. მართლაც, რამდენი შეიძლება ილაპარაკო ამინდზე. სამაგიეროდ, ლამაზი სტიქიის წარმოჩენა ფოტოჟურნალისტის ფანტაზიას საერთოდ არ ზღუდავს. შეიძლება ბოროტი განზრახვის გარეშე წაიპაპარაკო კიდევ და სასურსათო მაღაზიაში მიმავალი თხილამურებმორგებული ბებიის დააფიქსირო, რომელიც ფრთხილად ცდილობს სპორტული ახალგაზრდობის შესხენებას საკუთარი გასაგათებული კიდურებისთვის;²³ ანდა – გაუკვალავ ტრასაზე თოვლში ჩარჩენილი ავტომობილის დახმარების ნაცვლად, გაჭირვებული მძღოლის ცოდვილობის ეტაპები სხვადასხვა რაკურსიდან გადაღებული ფოტოებით შესთავაზო საიტის სტუმრებს.²⁴

ფოტოჟურნალისტებად გვევლინებიან როგორც პროფესიონალი ჟურნალისტები, ასევე განათლებით ფოტოხელოვანები. ეს სპეციფიკური სფეროა, რომელიც მედიის ყველა ღირებულ ტრადიციას ითვალისწინებს და ეყრდნობა. ფოტოჟურნალისტის თავისებურებაა გამოხატ-

ვის ვიზუალური ფორმა. ოღონდ ეს ასპექტი არ ათავისუფლებს ფოტოჟურნალისტს დეონტოლოგიური პასუხისმგებლობისგან. პირიქით, სწორედ ჟურნალისტური კოდექსის დაცვა გამოიწვევს ფოტოჟურნალისტს პაპარაცისგან. ამ „ადამიანებზე მონადირეთა“ ფოტოებისა თუ ბიოგრაფიის ინტერნეტულ ბაზაში მიგნება იმდენად გართულებულია, რომ ფარული კამერების გამწარებულ მსხვერპლთა წინდაწინ წაგებული ომის დავიდარაბა და აყაღმაყალი რომ არა, ფანტასმაგორიული არსებებივით ძნელი დასაჯერებელი იქნებოდა პაპარაცების რეალურობა.

ტრადიციულად მრუმე ბრიტანულ ატმოსფეროში, ამინდის მიუხედავად, მუდამ მკაფიოდ გამოკვეთილი ლონდონური შავი ტაქსები არამხოლოდ გადაადგილების საშუალებაა. მათ შორის ერთ-ერთის საჭეს „კეზარაცი“ (cabarazzi) ანუ ფოტოკამერით შეიარაღებული სტაჟიანი მძღოლი, დომინიკ შენონი მართავს.²⁵ ერთადერთი და განუმეორებელი, დედაქალაქის კოლორიტად ქცეული ტაქსისტი მოქალაქე ფოტოჟურნალისტების ღირსეული წარმომადგენელია. მიუხედავად მეტსახელისა, „თანამომეგებზე მონადირის“ ამპლუა ნამდვილად არა აქვს. მას თავისი ქალაქი უყვარს და ჩვევად ექცა ლონდონის ცხოვრების დოკუმენტურად ასახვა.

ფოტოპაპარატი შენონმა იმ დღეს შეიძინა, როცა ავარიის შემდეგ საკუთარი უდანაშაულობის დადასტურება ვერ შეძლო მოწმის არყოლის გამო. მას სურდა სამომავლოდ თავი დაეხდვია და მსგავს სიტუაციაში ფოტომტკიცებულება ჰქონოდა. სკოტლენდ-იარდის მრავალრიცხოვანი ვიდეოკამერის თანამედროვე ქსელს კარგა ხანია აღარ სჭირდება მისტერ შენონის გულმოდგინება. კემენის ჰოზი დღეს უკვე მის ალტერნატიულ პროფესიად ქცეულა და კამერის გვერდზე გადადებას არ აპირებს. პირადი საიტი²⁶ ჭეშმარიტად ბრიტანულ სტილშია გადაწყვეტილი – საკუთარ თავს ლაკონურად წარუდგენს სტუმარს, ფაქტებს ვრცლად, კონკრეტულად და ქრონოლოგიურად ამცნობს, ფოტოებს უხვად სთავაზობს. საიტის შავი ფონი

აშკარად ალეგორიული მინიშნებაა ლონდონურ შავ კეზზე. გალერეის თვალიერებისას ისეთი შთაბეჭდილება იქმნება, თითქოს, დომინიკ შენონის მანქანით ინგლისის დედაქალაქის ქუჩებში მოგზაურობ უკანა სავარძელზე მოკალათებული.

როგორც თბილისელი ტაქსისტები, ლონდონელი კებმენებიც ენაწყლიანები არიან და კლიენტთან საუბარს პროფესიის ნაწილად აღიქვამენ. რა თქმა უნდა, შენონი სახალისოდ ყვება ამბებს, მაგრამ რადგან თან ფოტოსაც გაჩვენებს, სიუჟეტი ცოცხლდება და ნამდვილად კებმენზე მეტს ხედავ მის პიროვნებაში. ფოტოხელოვანი მძლავრი გაზეთ „ტაიმის“ ჟურნალისტს დაუფარავი თვითკმაყოფილებით უხსნის: „ყველა შოფერს მოსაყოლად გამზადებული ამბავი აქვს, მაგრამ მხოლოდ მე შემიძლია ჩემს ამბავს ფოტოები დაეურთო“.²⁷

ერთხელ სილამაზის სალონიდან გამოსული გოგონა ჩაისვა. სანამ შინ მიიყვანდა, გაწვიმდა. ქალიშვილს ქოლგა თან არ ჰქონდა და ვიდრე შენონი საკუთარის შეთავაზებას მოასწრებდა, ლამაზმანმა დაუფიქრებლად გაიხადა ზედატანი, თავზე მჭიდროდ შემოიხვია, თმა რომ არ დასველებოდა, და ასე გაირბინა მცირე მანძილი კებიდან საკუთარი სახლის კარამდე. არ ადარდებდა, რომ შოფერმა და მეზობლებმა ბიუსტჰალტერის ამარა დაინახეს. კებარაციმ თავს უფლება მისცა მისთვის ფოტო გადაეღო. აღსანიშნავია, რომ როგორც ამ, ისე სხვა მრავალ შემთხვევაში, შენონი აშკარად ცდილობს პაპარაცივით მთლად სულში და საცვლებში არ ჩაუძვრეს ადამიანებს. ალბათ, ამიტომაც, მის ბევრ ფოტოზე სახეებს ვერ გაარჩევ; მთავარია თვით ამბავი და არა – პიროვნების იდენტიფიკაცია. ვფიქრობ, გასათვალისწინებელი დამოკიდებულებაა ზოგიერთი ე.წ. პროფესიონალისთვის ლონდონელი „მოყვარულის“ ტაქტი და ეთიკის ნორმები.

ინგლისის დედაქალაქის ქუჩების ცხოვრება შენონისეული რაკურსით ასახულია ასობით ორიგინალურ ფოტოზე. კებარაციის კამერა კენსინგტონის ბაღების შემოდგო-

მურ ფერადოვნებასაც აფიქსირებს, მდინარე ტემზის წყალში არეკლილი დამეული ნათურების გადღაბნილ ლივლივსაც და წვიმიანი დედაქალაქის გაწუწულ სტუმართა ჩამოღვენთილ სახეებსაც. მსუბუქი იუმორი გამოსჭვივის დომინიკ შენონის მიერ გადაღებულ კამერამომარჯვებული ტურისტის ფოტოებში: ისინი, თითქოს, ხან ერთმანეთს ჩასაფრებიან, ხანაც – ერთსადამიანვე კადრს.

თემატიკა, ხედვის თუ გადაღების კუთხე, განწყობა – ყველაფერი სიტუაციურია და ერთმანეთისგან განსხვავებული. აშკარაა „ციფრული დომის“ ბუნებრივი ნიჭი. იგი თავად განმარტავს, რომ ფოტოს ტექნიკურ მხარეს დიდ ყურადღებას არ უთმობს, კამერაც კი არ აქვს ძვირადღირებული და ისეთს ხმარობს, რომელიც ცალი ხელით კადრის სწრაფად დაფიქსირების საშუალებას აძლევს. სიმბოლურია ფოტო, რომელზეც ის მომენტი აუსახავს, როცა გვირაბიდან გამოშავალი გზის თავზე ტაქსის პარფრიზზე არეკლილ მის ხელს საჭე ჩაუბღუჯავს. ეს კადრი ბევრი მძღოლისთვის მშობლიური და კარგად ნაცნობია, მაგრამ მხოლოდ დომინიკმა მოიცალა დასაფიქსირებლად.

იგი ხშირად უღებს ფოტოებს საცობში გაჭედულ მანქანებს, მოტოციკლებს ან ომნიბუსებს, ავტომობილის ფანჯარაზე შერჩენილი წვიმის წვეთების სიურრეალისტურ სამყაროს, ფერადი ქოლგების ქვეშ შეყუჟული ადამიანების დინამიკურ ყოველდღიურობას, გვერდითი ხედვის სარკეში ასახულისა და წინხედის კონტრასტულ ჰარმონიულობას – როცა უკან მოტოვებული და წინ დასახვედრად გამზადებული გზა-სავალი განსხვავებული მსგავსებაში პოულობს არსებობის აზრს. ეს არის თანაცხოვრების ფოტომატიანე ადამიანების შესახებ ქალაქში და ქალაქისა ადამიანებისგან დამოუკიდებლად.

ჩვენი ყოფა მარტო სახალისო ამბების კრებული არ არის და ამიტომაც, შენონის ფოტოებზე ლონდონის ბნელი მხარეც ასახულა: ტაქსის უკანა სავარძელზე უგრძნობლად მისვენებული მთვრალი, ადამიანის ფორმა და

სახე რომ დაუკარგავს; საკუთარ შარდში გაშხლართული, გათიშული ლოთი, რომლის გვერდზეც ცარიელი ბოთლი „ნატურმოტის“ კომპოზიციას დასრულებულ სახეს ანიჭებს; ქუჩის ჩხუბს გარიდებული ცხვირდასისხლიანებული კაცო; ნაგავში ჩამთბარი მძინარე უსახლკარო; ფეხსაცმელ და წინდაგახდილი ჰამბურგერის გამყიდველი, შიშველ ტერფს რომ იფხანს მორიგი კლიენტის მოლოდინში; სახლის კუთხესთან ჩამუხლული, ფიქრიანი მათხოვრები, რომლებსაც, თითქოს, „შინ ვუვარდებით“, როცა ყურადღებას ვაქცევთ – ისინი ხომ სწორედ იმ ხარახურის თავზე ცხოვრობენ, რომელსაც ასხედან.

შენონის ფოტოებს მინაწერები არ აქვს (გამონაკლისია, საიტზე მოთხრობილი რამდენიმე ფოტოს შექმნის ისტორია), არც სათაურები, მაგრამ ყოველი ფოტო თავად გაიმბობს საკუთარ ამბავს: აი, გაყიდვების მენეჯერი ქერა გოგონა, მონოტონური სამუშაოთი სულიერად დაქანცული, ბუნებრივ ურთიერთობას დანატრული, კლიენტების საამებლად აფარებულ უაზრო კმაყოფილების ნიღაბს წაშლით იშორებს და მაღაზიის კართან გაუბედავად შეჩერებულ ძაღლთან ჩაცუცქეული, გარესამყაროსადმი ინტერესით სავსე თვალებით ცდილობს გაარღვიოს ჩვეული, მობეზრებული ყოველდღიურობა. იგი ვერ ამჩნევს კებარაცის, ამიტომაც გამოვიდა ბუნებრივი ამ ფოტოზე. კამერამომარჯვებული ფეხითმოსიარულის შემჩნევის შემთხვევაში, გოგონა, ალბათ, მყისიერად გაიქცავებდა ემოციებით ამეცყველებულ სახეს და დახლთან დაბრუნდებოდა.

ადამიანის დანახვის სურვილი, სამყაროსადმი ჰუმანური დამოკიდებულების შინაგანი სწრაფვა, მახვილი თვალი და თვითნაბადი პროფესიონალიზმი გამოარჩევს „ციფრული დომის“ შემოქმედებას. ყოველ სურათზე ღონღონია, ეჭვი არ შეგეპარება, სხვაში არ აგერევა, თუნდაც არასდროს გენახოს ეს ქალაქი. ამას ახერხებს ტაქსისტი თავისი პატარა კამერის საშუალებით.

დომინიკ შენონის ფოტოები კლიენტებს ყოველთვის ძალიან მოსწონდათ და აგულიანებდნენ, მათი გამოფენა

მოეწყო. თავიდან ტაქსისტი მსგავსი იდეისგან თავს შორს იჭერდა: „ფიქრობდი, ეს სიგიჟეა-მეთქი“.²⁷ ბოლოს მაინც დათანხმდა. კამდენის ხელოვნების ცენტრში წარმოდგენილი ნამუშევრები იმდენად წარმატებული გამოდგა, რომ ერთ გამოფენას მეორეც მოჰყვა და, ბოლოს, ფოტოკრებულიც გამოცემაც შესთავაზეს ავტორს. ამ სფეროში აშკარა წარმატების მიუხედავად, თავისი ძველი პროფესიის – კებმენობის მიტოვებას მაინც არ აპირებს: „მიყვარს ჩემი საქმე. ბევრ საინტერესო ადამიანს ვხვდები და მსიამოვნებს მათთან გასაუბრება. თუმცა იმ შოფერებს არ ვგავარ, კლიენტს თავს რომ აბეზრებენ ყბედობით. მგზავრებს არჩევანის საშუალებას ვაძლევ. არ ვაწუხებ თუ ღუმილი ურჩევნიათ, მაგრამ როცა ვინმეს ლაპარაკი სწყურია, მთელი ინგლისის სამყოფს გაიგონებს ჩემგან“.²⁷ კებარაცის შემოქმედება არა მხოლოდ ფოტოხელოვნებაა, ეს ჭეშმარიტად ფოტოჟურნალისტიკაა – ცხოვრებისეულ ამბავთა ფოტოთხრობა, თანაც უსიტყვოდ. დომინიკ შენონი ერთ-ერთი ნათელი დასტურია უახლეს მედიატენდენციათა სწორად წარმართვის ეფექტურობის შესაძლებლობისა.

თანამედროვე ბრიტანული პრესა ფოტოჟურნალისტურ პროდუქციას შედარებით ნაკლებად აქვეყნებს. ტრადიციას არ დაღატობს „ინდეფენდენტი“ და რამდენიმე გამონაკლისი საკვირაო გამოცემა. „ფოტოთხულებათა დიდი ბაზარია საფრანგეთსა და იტალიაში... ჰოდა, თუ ღირებული მასალა გაქვს, უმჯობესია „პარი მატჩს“ დაუკავშირდე ვიდრე რომელიმე ბრიტანულ ეროვნულ გაზეთს“;² ურჩევს დევიდ სტივენსონი დამწყებ პაპარაცებს. ინგლისელი თეორეტიკოსის სიტყვებში ფარული ირონია იგრძნობა, როგორც ვალუებსა და პლანტაგენეტებს შორის ასთექსმეტწლიანი ომის ანარეკლი.

ფოტოჟურნალისტიკის ერთ-ერთი უდიდესი ნაკლია, რომ უამრავი წვადების, მცდელობის, დახარჯული დროისა თუ თანხის შემდეგ, ფოტოები შესაძლოა არცერთმა გამოცემამ არ შეიძინოს. თანაც განსაკუთრებული ფიზი-

კური ამტანობა და ღონეა საჭირო, რომ გარე გადაღებებისთვის აუცილებელი ტექნიკა ატარო. არც ტრავმებია იშვიათი. ძალიან ცოტა ფოტოჟურნალისტს, ისიც წლების მერე მიღწეული პროფესიული წარმატების შედეგად, შეუძლია ასისტენტთა ჯგუფის დაქირავება.

ბუნებრივია, ამ პროფესიას უმეტესად მამაკაცები ირჩევენ. თუმცა, ფოტოჟურნალისტიკა ამაყობს თითებზე ჩამოსათვლელი რაოდენობის, მაგრამ ძალზე წარმატებული ქალბატონებით. მათ შორის არიან ამერიკელები: ენი ლიბოვიცი, მარგარეტ ბერკ-უაითი, მარტა კუპერი, სუზენ მაზელასი. ლიბოვიცი, ალბათ, სამართლიანად ითვლება ყველაზე ღირსშესანიშნავ ფიგურად ქალ-ფოტოჟურნალისტებს შორის, რადგან მან გადაიღო ცოცხალი ჯონ ლენონის უკანასკნელი ფოტოები 1980 წლის 8 დეკემბერს, ლეგენდარული ბითლზის მეკვლელობამდე ხუთი საათით ადრე.²⁸ ფოტოჟურნალისტიკაში, ისევე როგორც ზოგადად მედიასივრცეში, საჭირო ადგილას და საჭირო დროს პროფესიონალური საქმიანობის კეთილსინდისიერად შესრულებას პლუს გამართლება უნიკალური შანსია ჟურნალისტთა უსახო მასიდან ერთი მათგანის გამოყოფისა და საზოგადოების ცნობიერებაში დამკვიდრებისათვის.

მოქალაქე ჟურნალისტების მსგავსად, რომლებიც ბლოგოსფეროს ნაირგვარი ინფორმაციით ავსებენ, თანამედროვე ტექნოლოგიების ხელმისაწვდომობამ ბევრ ჩვეულებრივ ადამიანს მისცა ორიგინალური ფოტოს გადაღების საშუალება პროფესიონალზე ოპერატიულად იმ მარტივი მიზეზის გამო, რომ ისინი მოვლენათა ეპიცენტრში აღმოჩნდნენ და მოახერხეს საკუთარი პორტატული მოწყობილობით სურათების დროულად გადაღება. 2005 წლის 7 ივლისს ლონდონის მეტროში მომხდარი ტერორისტული აქტის შემდეგ, ფაქტის დეტალების მაქსიმალურად დაზუსტების მიზნით, ბრიტანულმა მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებებმა პირველად გაერთიანებული სამეფოს ისტორიაში ოფიციალურად შესთავაზა „პროფესიული“ თანამშრომლობა მოსახლეობას და საშინელ მოვ-

ლენათა ამსახველი ფოტო- თუ ვიდეომასალის მათთვის მიწოდება სთხოვა.²⁹ რა თქმა უნდა, დროის მცირე მონაკვეთში მომხდარი ოთხი აფეთქების სრულყოფილად დაფიქსირება მედიას გაუჭირდა. მოქალაქე ჟურნალისტების, რომლებიც ამავე დროს თვითმხილველებიც იყვნენ, ხელშეწყობით მოხერხდა ტრაგედიის მთლიანი სურათის მაქსიმალურად მოკლე ვადაში დოკუმენტურად აღდგენა.³⁰

თანამედროვე ტექნიკური საშუალებანი ადამიანის ფანტაზიას სულ უფრო მეტ გასაქანს აძლევს მრავალშრიანი კომუნიკაციის განსახორციელებლად. ვირტუალური სამყარო რეალურისა და ირეალურის კვეთაზე გონებისთვის ჯერაც ბოლომდე შეუცნობელ უსაზღვროებადღე აფართოებს ახალი რეალობის სპექტრს, რომელსაც სულ უფრო მეტი ადამიანი აფარებს თავს გარემომცველი ტრადიციული რეალობისგან თავის დასაღწევად. მულტიმედია აღარ არის მომავლის ჟურნალისტიკა. ეს ჩვენი დღევანდელია. ზეგ, ალბათ, სრულიად ახალი ტერმინი და შესაძლებლობები ჩაანაცვლებს მას. თუმცა ჟურნალისტიკა იქცა მედიად და შემდეგ მულტიმედიად ტრანსფორმირდა, აგიტაცია და პროპაგანდა კი პიარის ხელოვნებად ჩამოყალიბდა, საბოლოო ჯამში, ერთი და იმავე სფეროს პროგრესი მიმდინარეობს. თუ აღარ იქნება ფოტოჟურნალისტიკა ამჟამინდელი სახით, ჩვეულ კადრებს ისეთი რამ შეცვლის, რაც იოლად დაგვავიწყებს მის წინამორბედს. სათანადოდ შერჩეულ სიტყვას კი მუდამ ექნება ფასი, თუნდაც ადამიანებმა ტელეკინეზის საშუალებით ან რამე უფრო ფანტასტიკური ხერხით დაიწყონ ურთიერთობა და ინფორმაციის გაცვლა.

ლიტერატურა ■ References

1. ლიტერატურული რედაქტორი, სუბრედაქტორი (ბრიტ. subeditor), ნომრის რედაქტორი (ამერ. copy editor) [merriam-webster.com], [dictionary.cambridge.org], [collinsdictionary.com], [oxfordlearnersdictionaries.com].

2. Stephenson, David (1998). *How to Succeed in Newspaper Journalism*, London: Kogan Page, Ltd.
3. კოლონტიზმი (გერმ. Kolumnentitel) – ზოგი წიგნის გვერდის თავზე მოთავსებული წარწერა – წიგნის, ნაწარმოების ან მისი ნაწილის სათაური, ავტორის გვარი და მისი. [უცხო სიტყვათა ლექსიკონი (1989), მე-3 შესწორებული და შევსებული გამოცემა, შეადგინა და წინასიტყვაობა დაურთო მიხეილ ჭაბაშვილმა, თბილისი: გამომცემლობა „განათლება“].
4. ნადარეშივილი მაია (2009-2021), მედიატექსტის არქიტექტონიკა (საღეჭციო კურსი), ჰედერი (header ანუ ზედა კოლონტიტული) და ფუტერი (footer ანუ ქვედა კოლონტიტული).
5. Headline – A heading at the top of an article or page in a newspaper or magazine (საგახეთო-საჟურნალო სათაური).
6. The headlines – The most important items of news in a newspaper or a broadcast news bulletin (ანონსი, ამონარიდი).
7. Mariam-Webster Dictionary (2021). *History and Etymology for 'caption'* [merriam-webster.com/dictionary/caption]
8. Lithuanian Surnames, by Family Crests [family-crests.com/family-crest-coat-of-arms/surnames1/lithuanian-surnames.html].
9. Icelandic names: How do they work? (23 February 2021), posted by Icelandic Culture [reykjavikcars.com/post/icelandic-names]
10. Caption (UK) – A title or brief information appended to an illustration, cartoon, or poster (ფოტოს მინაწერი).
11. Cutline (US) – The caption to a photograph or other illustration.
12. Lester, Paul Martin (2020). *Visual Communication: Images with Messages*, 8th Edition, University of Texas at Dallas: Lex Publishing.
13. Nadare, Maia (1999). *Diversity of the Headline in American Print Media*. Tbilisi: Tbilisi University Press (In Georgian).
14. Lester, Paul Martin (2016). *Photojournalism: An Ethical Approach*. Routledge Library Editions: Journalism, Volume 10, Routledge: New York, NY, Kindle Edition.
15. Sullivan, Stacy (1996, February 18). Search and you'll find. We have. *Newsweek magazine* [newsweek.com/witness-genocide-looking-back-bosnian-war-405895].
16. blogger.com
17. flickr.com
18. fotolog.com
19. Nadare, Maia (2020). *The Media Mill: Political Communication*. Tbilisi: Universal Publishing House, p. 298 (In Georgian).
20. პაპარაცი (იტალ. paparazzi) – დამოუკიდებელი ფოტოგრაფი, რომელიც ყოველდღიური საქმიანობით დაკავებულ ცნობილ ადამიანებს მოპარულ სურათებს უღებს უნებართვოდ და, ხშირად, მათი სურვილის საწინააღმდეგოდ. პაპარაცი მის მიერ გადაღებულ სკანდალურ ფოტოებს სენსაციებზე მონადირე ტაბ-

- ლოიდური გამოცემების წარმომადგენლებზე ყიდის [dictionary.cambridge.org]. ტერმინი წარმოდგება იტალიელი კინორეჟისორის, ფედერიკო ფელინის ფილმში „ტკბილი ცხოვრება“ (1960) მსახიობ უოლტერ სანტესოს მიერ განსახიერებული ფოტოკორესპონდენტის სახელიდან „პაპარაცო“. ფელინიმ პერსონაჟის გვარი შეადარა სიცილიურ დიალექტზე არსებულ სიტყვა papataceo-ს, რაც მოზრდილი ზომის კოლოს ნიშნავს. კინორეჟისორს „ფოტოკორესპონდენტი პაპარაცო მოზუზუნე მწერს აგონებდა, რომელიც მსხვერპლს დასდევდა და კებნდა“ [Dunne, Susan (10 April 2008). A movie that coined a word. *The Hartford Courant*]. კინოპერსონაჟის პროტოტიპი იყო ფელინის მეგობარი, ცნობილი იტალიელი ფოტოგრაფი ტაციო სეკიაროლი (1925-1998). 1960-იანი წლების მიწურულს იტალიური ენის მრავლობითი ფორმით ინგლისურ ენაში დამკვიდრდა ტერმინი „პაპარაცი“ აბეზარი ფოტოგრაფის სინონიმად [word-origins.com], რაც მოგვიანებით მსოფლიოს მრავალ სხვა ენაშიც ანალოგიური ფორმით შევიდა.
21. Lafsky, Melissa (2009, November 22). Little girls going straight to heel. *The New York Post* [nypost.com/2009/11/22/little-girls-going-straight-to-heel].
 22. *UK weather: Snowy scenes across the UK* (2018, February 27). BBC News [bbc.com/news/in-pictures-43209455].
 23. Dirnhuber, Jacob (2018, February 28). London commuter caught on camera skiing through the streets in bid to beat ‘Beast from the East’. *The Sun* [thesun.co.uk/news/5689448/london-commuter-beast-of-east-storm-ski-work].
 24. Hero bus driver narrowly avoids car in snow as the Beast from the East and storm Emma cause chaos on British roads (2018, March 1). *The Sunday Times Driving* [driving.co.uk/news/near-miss-for-bus-as-the-beast-from-the-east-and-storm-emma-causes-chaos-on-british-roads].
 25. Solomon, Mark (2009, July 8). Dominic Shennon meets the Dynamic Duo. *Monuments and Statues of London* [monumentsandstatuesoflondon.blogspot.com/2009/07/dominic-shannon-meets-dynamic-duo.html].
 26. *Cabarazzi* (2008, July 22). About London cabbie Dominic Shennon, BBC News [news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/breakfast/7492903.stm].
 27. Fehringer, Dale (2017, November 1). London through the Eyes of a Cabbie [intravelmag.com/intravel/interest/london-through-the-eyes-of-a-cabbie].
 28. Lusignan, Amy (2020, October 10). Annie Leibovitz Captured John Lennon’s Final Photograph. *The Moco Show* [mocoshow.com/blog/annie-leibovitz-captured-john-lennons-final-photograph].
 29. Nadare, Maia (2020). *The Media Mill: Political Communication*. Tbilisi: Universal Publishing House, p. 93-95 (In Georgian).
 30. 7 July 2005 London bombings (2021). *Military History* [military-history.fandom.com/wiki/7_July_2005_London_bombings#References].

Maia Nadare

<https://orcid.org/0000-0002-3270-0728>

PhD in Philology (International Journalism),

Founder and Director of BRAMS Institute,

Academician of Criminology at GACS

THE EVOLUTION OF CAPTION IN THE BRITISH AND AMERICAN MEDIA

KEYWORDS: Caption, Photojournalism, Media, Composition, Journalistic
Text, Multimedia, Paparazzi

Captions are important compositional elements in media texts, typically created by subeditors. Scholars in media studies often overlook caption research both in America and Britain, providing minimal guidance on the subject. A similar trend is evident in Georgian media studies.

British journalism professor David Stephenson succinctly summarises this perspective: “For captions, the same technique and approach apply [as with a headline]. Think of a line that best explains the picture, and do not forget to mention all the people in the photograph, unless it happens to be a football crowd.” Like many of his colleagues, Stephenson views captions as supporting elements of journalistic texts.

In Western journalism, a caption is generally defined as a title accompanying an illustration, photograph, cartoon, or poster. However, I believe this understanding is somewhat misleading and akin to the confusion between headers and footers. While a caption can certainly be crafted to resemble a title, the lengthy, detailed

captions often found in magazine and online journalism extend well beyond mere titles—in both length and function. In these instances, a caption no longer functions merely as a headline, defined as a title at the top of a newspaper or magazine article. Instead, it can closely resemble actual headlines, which denote the most important news items in a newspaper or broadcast. If a headline were simply the title of a news story, then the term “caption” would also have some relevance to the term “heading.” The origin of the word “caption” certainly warrants consideration by media researchers.

The term “caption” likely served as an early version of the modern headline. Three key factors support this idea:

- *Definition of Caption:* A caption is defined as a title or brief explanation that accompanies an illustration, cartoon, or poster. It can also refer to text that appears on a cinema or television screen as part of a film or broadcast. Additionally, it describes the heading of a legal document. Essentially, a caption serves to illustrate with a title or explanation.
- *Synonyms:* Captions have various synonyms, including title, heading, wording, head, legend, subtitle, rubric, and slogan. These terms, to varying extents, relate to different types of headlines.
- *History and Etymology:* The word “caption” originated as a shortened form of “certificate of the caption,” which referred to a warrant for arrest. It comes from the Latin verb “capere,” meaning “to take” or “to seize.” The term was first used in the 1670s to describe a statement added to a legal document that indicated when, where, and by whose

authority a warrant was issued. By 1848, it was adopted by the press as a journalistic term that remains in use today.

Exploring media traditions across different countries often reveals both similarities and differences in content elements. For example, the Georgian term for “caption,” which translates to ‘note to the photograph,’ and the English word ‘caption’ illustrate significant variations, much like the differences found in surnames across cultures. In some countries, first and last names are sufficient, while others have traditions that involve multiple middle names between the first and last names (as is common in England, Spain, France, Canada, etc.). Additionally, some countries have legally recognised the adoption of double surnames (for example, Spain and Mexico). Many traditional names are patronymic, derived from a father or paternal ancestor. They can be used as either middle names (as in Russia) or surnames (as in Georgia, Iceland, England, Scotland, and Ireland, among others). In Lithuania, local surnames are distinguished not only by gender but also by a woman’s marital status—whether she is married or unmarried. Just as names vary from one culture to another, so do journalistic terms, which often result in equivalents and synonyms that cannot be directly translated. This leads to an unresolved issue in the global village, where key terms and titles need generalisation but have not yet achieved it.

In American photojournalism, two terms are used interchangeably: “caption” and “cutline.” A caption refers to a title or brief information associated with an illustration, cartoon, or poster, while a cutline specifically refers to the caption for a photograph or other illustration. The definitions of these two terms

do not clearly differentiate their meanings. They seem to function as synonyms, differing only in particular situations. The term “caption” is more commonly used in the UK, whereas “cutline” is rarely heard outside the United States.

Dr Paul Martin Lester, a professor at California State University, clarifies the meanings and functions of these two terms, creating a harmonious relationship between caption and cutline. In his examples, the first sentence of a caption resembles a straightforward headline, which Lester refers to as the “headline,” while the following sentences comprise a photo essay.

Lester’s reasoning helps dispel the ambiguity surrounding the meaning and function of the cutline. He states that a good caption not only provides essential information about the photograph but also piques the reader’s curiosity about the subject. Consequently, Lester believes captions should be crafted as concise news stories. He advises journalists to use the five W’s (what, who, when, where, why) as a guide for effectively structuring a caption. The answers to these questions should be included in the cutline to align with the content and purpose of the photograph. Typically, captions do not address the sixth news question, “How?” Due to their unique characteristics, captions should be recognised as independent compositional elements within the structure of media texts.

Moreover, the functions of both captions and cutlines should be clearly defined, as they can be considered brief supplementary media texts, as noted by Paul Lester. According to his framework, a caption can serve as an independent compositional element comprising both a photo title and a description. Depending on the

purpose of the photograph and the author's intent—whether they are a journalist or a subeditor—a caption may serve exclusively as a title, exclusively as a description, or encompass both functions. In media texts, captions can act as supporting or supplementary elements, or as independent brief texts that enhance a photograph's narrative. Generally, it is reasonable to view the caption as a type of headline, as its primary role is to title the image.

There are two main reasons for the lack of in-depth research into the caption as a compositional element of media texts. First, researchers often regard captions as unworthy of specialised academic scrutiny since subeditors typically author them rather than journalists. Second, even in the context of straightforward headlines, media studies researchers rarely conduct comprehensive, systematic reviews; consequently, there is a common tendency to overlook captions, leading to one oversight after another.

When discussing photojournalism, particularly in the context of capturing celebrities or charismatic politicians, the issue of paparazzi often surfaces. “Here, the financial rewards can be great and immediate. But if you become a member of the paparazzi, your life will not be your own... Do not be fooled into thinking that this has anything to do with photojournalism, as most paparazzi pictures don't even attempt to tell you a story. This is the world of the opportunist,” warns British professor David Stephenson, addressing those who are new to the profession.

The modern British print media does not publish much photojournalism, with only a few notable exceptions. According to Professor Stephenson, “The biggest market for photo essays of this

kind is on the Continent, particularly in France and Italy... So, if you're aiming to sell a captivating photo essay, your first port of call should be *Paris Match* rather than a British national newspaper." The irony in his words reflects the historical conflict between the French royal House of Valois and the English royal House of Plantagenet.

Modern technology greatly enhances human creativity in executing multilayered mass communication. Virtual reality, situated at the intersection of the tangible and the imaginary, expands the spectrum of new realities to unknown infinities for the virtual mind, where many individuals seek refuge from traditional surroundings. Multimedia is no longer just the journalism of the future; it is our present. Perhaps tomorrow, entirely new terms with different capabilities will emerge.

While journalism has evolved from mass media to multimedia, agitation and propaganda have become forms of public relations, indicating progress within the same field. If photojournalism ceases to exist as we know it today, traditional photographs may be replaced by something that allows us to forget their predecessors. Nonetheless, a well-chosen word will always hold value, even if communication shifts to telekinesis or other fantastical methods. Thus, both visual and textual descriptions can indeed have their 'happily ever after.'