

**პორტრეტი, როგორც ლიტერატურული
ჟურნალისტიკის სახეობა**

პორტრეტი თავდაპირველად ხელოვნებათმცოდნეობის სფეროში ჩამოყალიბდა და განისაზღვრება როგორც „კონკრეტული ადამიანის ან ადამიანთა ჯგუფის ფერწერული, გრაფიკული, სკულპტურული ან ფოტოგრაფიული გამოსახულება“ (უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, 1989: 401). პორტრეტის მთავარი პრინციპია გამოსახულების მსგავსება ორიგინალთან, მოდელის ზუსტი გამოსახვა და მისი არა მხოლოდ გარეგნული, არამედ სულიერი და ინდივიდუალური ნიშნების წარმოჩენაც.

პორტრეტი ფართოდ გამოიყენა მხატვრულმა ლიტერატურამ. ლიტერატურათმცოდნეობის ლექსიკონის განმარტებით: „პორტრეტი არის ადამიანის თვალტანადობის გამოსახულება, დახატული სიტყვით...“ (ჭილაია, 1971: 355). მოგვიანებით პორტრეტმა მედიასივრცეშიც „შეაღწია“ და იგი ლიტერატურული ჟურნალისტიკის ჟანრად იქცა.

პორტრეტის ტრანსფორმაციას ხელი შეუწყო გასული საუკუნის 60-იან წლებში ამერიკულ და დასავლურ მედიაში ე. წ. ახალი ჟურნალისტიკის დამკვიდრებამ, რომელიც ლიტერატურული ჟურნალისტიკის სახელწოდებით არის ცნობილი.

ლიტერატურული ჟურნალისტიკის სფეროში პირველი ნაწარმოები ეკუთვნის ცნობილ ამერიკელ მწერალს ტრუმენ კეპოტს, რომელმაც თავისი თხზულების საფუძველად გამოიყენა ნამდვილი ამბავი, კანზასში მომხდარი სასტიკი მკვლელობა – ერთი ოჯახის ამოწყვეტის ისტორია და მხატვრულად ასახა რომანში „ცივისსხლიანი მკვლელობა“. რომანს წინ უძღოდა მრავალწლიანი გამოძიება: პირდაპირი და ხანგრძლივი დაკვირვების მეთოდი, ფაქტებისა და დოკუმენტების მოძიება, მსხვერპლთა ნათესავებთან და მსჯავრდებულებთან გასაუბრება და ა.შ., რამაც ავტორს შესაძლებლობა მისცა დიდძალი დოკუმენტური მასალა მხატვრულად დაემუშაებინა და ჟურნალისტიკისა და ლიტერატურის კომპონენტების სინთეზით, როგორც თავად აღნიშნავდა, „ხელოვნების სერიოზული ახალი ფორმა“ შეექმნა. ამ ნოვატორობამ ტრუმენ კეპოტს ლიტერატურული ჟურნალისტიკის ფუძემდებლის სახელი დაუმკვიდრა და ბევრი მიმდევარიც გამოუჩნდა. მათ შორის გამო-

რჩეულია თომას ვუდფი, რომელმაც ლიტერატურული ჟურნალისტიკის მანიფესტიც კი შეიმუშავა და წაუძღვარა 1975 წელს გამოცემულ ანთოლოგიას სათაურით „ახალი ჟურნალისტიკა“. ასევე ლიტერატურულ ჟურნალისტიკაში ნაყოფიერად მოღვაწეობდნენ გაი თაღესი, კეტენ ელტონ კიზი, ნორმან ლაიმერი და სხვები.

ლიტერატურული ჟურნალისტიკის დამახასიათებელი ნიშნების მოძიება შეიძლება ქართულ ჟურნალისტიკაშიც – ილია ჭავჭავაძის, აკაკი წერეთლის, სერგეი მესხის, ნიკო ნიკოლაძისა და სხვათა შემოქმედებაში, განსაკუთრებით შესასწავლია გასული საუკუნის ქართველი მოდერნისტი მწერლების მემკვიდრეობა, რომელშიც ლიტერატურული ჟურნალისტიკის მიმართულებით ნოვატორული ძიებები იკვეთება. ეს მომავალი კვლევის საგანია.

„ახალმა ჟურნალისტიკამ“ ერთმანეთთან დააკავშირა ჟურნალისტიკა და ლიტერატურა და იგი ტრადიციული ჟურნალისტიკისაგან იმით განსხვავდება, რომ, ერთი მხრივ, წარმოაჩენს სინამდვილეს – არსებულ რეალობასა და გარემოს, რეალურ ისტორიებსა და პიროვნებებს და, მეორე მხრივ, მედიატექსტის შესაქმნელად იყენებს მხატვრული ლიტერატურის სპეციფიკურ კომპოზიციურ და გამოსახვით ლიტერატურულ-სტილისტურ ხერხებს და მოსაგვს მას მხატვრული საბურველით.

ლიტერატურული ჟურნალისტიკის კლასიკურ ჟანრებს შორის ერთ-ერთი მათგანია მედიაპორტრეტი/პროფაილი, რომლის ასახვის ობიექტია არსებული საზოგადოების ცნობილი თუ უცნობი ადამიანების ისტორიები, რომლებიც გამორჩეულები არიან გარკვეული დამსახურებების მიხედვით და აუდიტორიის ინტერესს იწვევენ. დღეს თითქმის ყველა მასობრივი ინფორმაციის საშუალება – პრესა, რადიო, ტელევიზია თუ ინტერნეტმედია აქტიურად იყენებს პორტრეტის ჟანრს და პროფესიულად მომზადებული პროფაილი მაღალხარისხოვანი ბეჭდური თუ სამაუწყებლო მედიის ნიშანია.

რაც შეეხება ტერმინს, სიტყვა პორტრეტი (portrait) ფრანგული სიტყვიდან მომდინარეობს და სახეს, გამოსახულებას ნიშნავს. ამერიკულ და დასავლურ მედიაში პორტრეტის პარალელურად გავრცელებულია ტერმინები „პროფაილი“ და „დოსიე ადამიანის შესახებ“. თანამედროვე ქართულ ჟურნალის-

ტიკაში უფრო ხშირად გამოიყენება ტერმინები „პორტრეტი“, „პროფილი“ და „პროფაილი“, იშვიათად – „დოსიე“.

მედიაპორტრეტი წარმოადგენს ზოგადად პორტრეტის, როგორც მხატვრულ-ესთეტიკური ფენომენის ერთგვარ სახეობას. მისი ძირითადი საგანი, კვლევისა და ასახვის ობიექტია ადამიანი და მის სტრუქტურას დოკუმენტური და მხატვრულ-ლიტერატურული ელემენტების ერთიანობა განსაზღვრავს. მასში გამოიყენება „როგორც პუბლიცისტიკისთვის დამახასიათებელი მეცნიერული (დოკიკური) მეთოდები, ისე მხატვრული ლიტერატურის, ხელოვნების მეთოდებიც. ამიტომ აქვს მას შერეული, ცნებით-სახეობრივი სტრუქტურა“ (იბერი, 2003: 215). პორტრეტში ორი ნაკადია შერწყმული – მხატვრული და ინფორმაციულ-ანალიტიკური ელემენტები. ერთი მხრივ, პორტრეტში კონკრეტული პიროვნება, რეალური ადამიანი წარმოჩნდება თავის ბუნებრივ ამკლუაში, რეალურ გარემოში, სადაც სინამდვილის ამსახველი სურათები და ეპიზოდებია წინა პლანზე წამოწეული – აქ ჟურნალისტური სტილია დომინანტური, ხოლო, მეორე მხრივ, პორტრეტი შეისწავლის ადამიანის ხასიათს, მისი სულის მოძრაობას, გრძნობებსა თუ ინტერესებსა და, ამდენად, ფსიქოლოგიზმი, რომელიც დამახასიათებელია სახისმეტყველებისთვის, ფართოდ გამოიყენება ჟურნალისტიკაშიც და მასალას მეტ ექსპრესიულობასა და ემოციურობას სძენს.

მედიაპორტრეტში მხატვრული სახის გარკვეულ მოდიფიკაციასთან გვაქვს საქმე და აქ ტიპიზაციის მეთოდია დამკვიდრებული, თუმცა იგი განსხვავდება მხატვრულ ნაწარმოებში ტიპიზაციის ტრადიციული ხერხებისგან, რომელიც ხელოვნებისთვისაა ნიშანდობლივი და გამონაგონს ემყარება: „ავტორი თავს უყრის თავის ცხოვრებისეულ დაკვირვებებსა და შთაბეჭდილებებს და წარმოსახვის ძალით ქმნის გარკვეულ განზოგადებულ ტიპს, რომელიც მხატვრულ ნაწარმოებში ინდივიდის სახით არის წარმოდგენილი, მაგრამ მრავალი სხვა ადამიანისთვის დამახასიათებელი თვისებების მატარებელია“ (იბერი, 2003: 221). დოკუმენტური სახის შექმნისას ავტორი მრავალი ადამიანის სხვადასხვა თვისებას ერთ პირს ვერ მიაკუთვნებს, რამდენადაც მისი გმირი რეალური პიროვნებაა და იმ თვისებას ვერ მიაწერს, რაც მას არ ახასიათებს. ამიტომ „იგი რეალურ სინამდვილეში ეძებს კონკრეტულ პიროვნებას, რომელიც, თავად წარმოადგენს „ტიპს“ და იღვის შესაბამის

ტიპური თვისებები აქვს. ტიპიზაციის ეს მეთოდი პუბლიცისტიკის საკუთრებად იქცა“ (იბერი, 2003: 222). თავისთავად, დოკუმენტურობა სულაც არ ნიშნავს გამონაგონის მეთოდის უარყოფას, მაგრამ ის აუცილებლად რეალური ფაქტებიდან და მოვლენებიდან უნდა მომდინარეობდეს. ავტორი ვერ მოიგონებს გმირის სახეს, მას ვერ მიაწერს იმ თვისებებს, რაც არ გააჩნია, მაგრამ შეუძლია გაამდიდროს იგი მის ხასიათზე დაკვირვებითა და წარმოდგენებით და გადმოსცეს გმირთან ურთიერთობით გამოწვეული საკუთარი ემოციებიც“.

ბეჭდურ მედიაში რეციპიენტის ცნობიერებაში გმირის სახე წარმოიქმნება მთხრობელის მიერ, ანუ ჟურნალისტი გადმოსცემს გმირის აზრებს და ახასიათებს მას, ხოლო სამაშუაშეხლო მედიაში – ტელევიზიასა და რადიოში, რესპონდენტის შეხედულებებს ავტორი კი არ გადმოსცემს, არამედ თავად გმირი – რეალური პიროვნება, რომელიც მონოლოგის ანდა ავტორთან დიალოგის მეშვეობით გამოხატავს თავის აზრებსა და განწყობას. ცხადია, თვითგამოხატვის მეთოდი უფრო ეფექტურია ტელევიზიაში, რამდენადაც ხმის გარდა, ჩვენ გამოსახულებასაც ვხედავთ და ბევრი დეტალი – ადამიანის გარეგნობა, გარემო, მეტყველების მანერა და ა.შ ეკრანზე უკეთესად ჩანს. საერთოდ, პერსონაჟის პორტრეტირება ელექტრონულ მედიაში მჭიდროდ უკავშირდება წარმოსახვით პროცესს და რეციპიენტს საშუალებას აძლევს უკეთ გაიცნოს გმირის პერსონა. ამდენად, ყოველთვის მომგებიანია ისეთი გმირის შერჩევა, ვისაც თვითგამოხატვა და ინდივიდუალობის გამოქვეყნება შეუძლია გულწრფელად, სახიერად და ემოციურად. არსებობენ „ფონოგენიური“, ანუ „რადიოგენური“ და „ტელეგენური“ ადამიანები და მათი მოძებნა უნდა შეეძლოს ჟურნალისტს. გმირი თუ კარგი მოსაუბრეა, პროფაილის ავტორს დიდი ძალისხმევა არც სჭირდება მისი ხასიათის „გასახსნელად“, მაგრამ „სიტყვაძუნწ“ რესპონდენტთან ურთიერთობა, ზოგჯერ სირთულეებთან არის დაკავშირებული, თუმცა ესეც პროფესიული ხელოვნების საქმეა და გამოცდილი ჟურნალისტი მოახერხებს სათანადო გარემოს შექმნასა და გმირის საინტერესო მხარეების გამოქვეყნებას.

პორტრეტის ერთ-ერთი მთავარი პერსონაჟი თავად ჟურნალისტი, რომელიც დამკვირვებელიც არის და მთხრობელიც. მის „დაკვირვებულ თვალს“ შეუძლია შეამჩნიოს ის საინტერესო დეტალები, რომლებიც ამ პიროვნებას გამოარჩევს

სხვებისგან და სრულ ინფორმაციას მიაწვდის აუდიტორიას. ამის თაობაზე ამერიკელი პუბლიცისტი უილიამ სინგერი აღნიშნავს: „ადამიანზე წერა ნიშნავს შეადწინოთ სუბიექტის ცხოვრებაში სწორედ იმ კუთხით, რა კუთხითაც ერთი ისტორია განსხვავდება მეორისაგან“ (გერსამია, 2011: 65).

ჟურნალისტის პროფესიონალიზმზე, ურთიერთობის კულტურაზე, კომპეტენტურობაზე და, ასევე, მის ლიტერატურულ-სტილისტურ ხელწერაზე ბევრად არის დამოკიდებული გმირის ხასიათისა და სახის საინტერესოდ გადმოცემა. პორტრეტში ავტორი თავადაც ხდება პერსონაჟი და ხშირ შემთხვევაში საკუთარ პიროვნულ თვისებებსაც კი ავლენს. მასალას პორტრეტირებისთვის, ძირითადად ჟურნალისტი ირჩევს და თხრობის განვითარებაც დამოკიდებულია მასზე, მის პიროვნებათშორისი კომუნიკაციის უნარზე. იგი „მისდევს თავისი გმირის ცხოვრებას და მოღვაწეობას, ხატავს ხასიათს, ცდილობს გამოიკვლიოს და გადმოსცეს პირის საქციელის მოტივაციები, ჩაუდრმაგდეს გმირის შინაგან სამყაროს, დახატოს მისი ფსიქოლოგიური პორტრეტი და სოციალური სახე“ (ჩართოლანი, 2008: 132).

პერსონაჟის პორტრეტირება შეუძლია როგორც მთხრობელს, ისე სხვა პერსონაჟს, რომელიც ერთგვარი წყაროა ინფორმაციის და შეიძლება იყოს მეგობარი, ოჯახის წევრი ან თანამოაზრე და ა. შ. აქ კომუნიკაციის ორი ასპექტი იკვეთება – კომუნიკაცია ავტორსა და პერსონაჟს შორის და კომუნიკაცია ავტორსა და გმირის ახლობლებს შორის. ამ შემთხვევაში დასკვნებს ჟურნალისტთან ერთად მასალის პერსონაჟებიც აკეთებენ და თავად ავტორიც ხშირად ნაწარმოების გმირადაც მოიაზრება. „კარგი პორტრეტის/პროფაილის შესაქმნელად ავტორმა გარკვეულწილად უნდა შეითავსოს არა მხოლოდ ინტერვიუერისა და ჟურნალისტ გამომძიებლის, არამედ მწერლისა და ფსიქოლოგის ამპლუაც კი“ (ჟურნალისტიკა, 2013: 243). ასეთი მიდგომა მას ეხმარება უფრო ცოცხალი და შთამბეჭდავი სახეების შექმნაში.

სინთეზური ხასიათის გამო, პორტრეტი სხვა პუბლიცისტური ჟანრებისგან სტრუქტურითა და თხრობის გამორჩეული მანერით განსხვავდება. მასზე მუშაობის დროს, ფართოდ გამოიყენება პირდაპირი და ხანგრძლივი დაკვირვების მეთოდი, როგორც ანალიზურ და საგამომძიებო ჟურნალისტიკაშია. იგი ჟურნალისტური გამოძიების შედეგია და „მასში პერსონაჟის

ხასიათის, მისი ბიოგრაფიის ასახვა არა მარტო ჟურნალისტის წარმოსახვაა, არამედ პუბლიცისტური ფაქტია. აქ იკვეთება არა ზოგადად ადამიანი ან გარესამყარო, არამედ კონკრეტული პიროვნება და მისი მიკროსამყარო“ (გერსამია, 2011: 62). პორტრეტი მრავალკომპონენტია და სხვადასხვა ჟანრის ელემენტების შერწყმით მოგვითხრობს პიროვნების ისტორიას. იგი გამოირჩევა დრამატული ნაწარმოების კომპოზიციური წყობით/არქიტექტონიკით, გამოსახვითი საშუალებების სიმრავლით, ექსპრესიულობითა და მხატვრული მუხტით. რეპორტაჟული თხრობა, დოკუმენტების ანალიზი, ინტერვიუების მეტოდები, ციტირება, მხატვრული სახე-სიმბოლოების მოხმობა, პარადელაზისა და ასოციაციების ხერხები და სხვ. მედია-პორტრეტის ძირითადი მახასიათებლებია. მთლიანობაში ეს არის „ადამიანის ისტორია“ თავისი ემოციებითა და განცდებით. პერსონაჟის პორტრეტირება, ამავე დროს გვიჩვენებს ეპოქისათვის დამახასიათებელ ტიპურ ნიშნებსაც, სოციალური გარემოს და ადამიანთა ურთიერთობების დამახასიათებელ პრობლემატიკასაც. ამდენად, სინამდვილის ასახვა ხდება კომუნიკაციის პროცესში და იმ ტექსტობრივი სტრუქტურების საშუალებით, როგორცაა სამეცნიერო-კომპოზიციური ფორმები – თხრობა, აღწერა და მსჯელობა.

როგორც ნებისმიერი ლიტერატურული ტექსტის, ასევე პორტრეტის სიუჟეტური კომპოზიციის კონცეფცია ტიპურია. მას უნდა ჰქონდეს პროლოგი, კვანძის შეკვრა, ე. წ. წინაისტორია და ეპილოგი. ჟურნალისტიკაში „პროფილი მინიდრამაა თავისი დიალოგით, მოქმედებითა და აღწერილობით, მთავარი გმირის, მისი მეგობრებისა და მასთან დაახლოებული პირების სიტყვები და ქმედებები ჟურნალისტის მიერ ჩასმულ ფონურ ინფორმაციასა და განმარტებებთან ერთად ერთი ადამიანის ცხოვრების სურათს ქმნის“ (მენჩერი, 2013: 302).

საბჭოთა ჟურნალისტიკაში პროფაილი ცნობილია პორტრეტული ნარკვევის სახელწოდებით და მას იდეოლოგიურ-პროპაგანდისტული დატვირთვა ჰქონდა. მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ, მედიატექსტის ესთეტიკურ სამოსელზე ზრუნვამ ხელი შეუწყო ჟურნალისტიკაში მხატვრულ-პუბლიცისტური ჟანრების ჩამოყალიბებას. მათ შორის დიდი პოპულარობით სარგებლობდა პორტრეტული ნარკვევი, რომელიც ეფექტურად გამოიყენებოდა ახალი – საბჭოთა ცხოვრების „აღმშენებელი“ ადამიანების წარმოსახენად. სტახანოველების, მექანიზატორე-

ბის, მეჩაიეების, მწველავების, კომკავშირლების და ა.შ. პორტრეტებით გადატვირთული იყო მაშინდელი ბეჭდური მედია თუ რადიო-ტელეეთერი, სადაც ტენდენციურად „იძერწებოდა“ ახალი დროის გმირების - საბჭოთა ადამიანების პათეტიკური და აღტკინებით შთაგონებული სახეები, რომლებსაც მხოლოდ სოციალისტური სამშობლოს ინტერესები და კომუნისტური იდეალები „ასულმდგმულებდათ“. ასეთი გმირების ჩვენება ზოგიერთ ნარკვევში რეალობის საზღვრებსაც სცილდებოდა და ხშირად კომიკურ ელფერსაც იძენდა. ამის ერთ-ერთი ტიპური ნიმუშია ნარკვევი „მთავრობის წევრი“, რომელიც სოციალისტური შრომის გმირს, მეჩაიე ქსენია სარსანიას პორტრეტს გვიხატავს. „ჩვენში სიტყვა ჩაი და მისი სახელი ერთად წარმოითქმის. თითქოს ჩაის ბუჩქი და იგი ერთ დღეს დაიბადა, ისე განუყოფელია ერთმანეთისაგან ჩაის დავაჟკაცება და ადამიანის ზრდა. შეიძლება მისნობად მივიჩნიოთ ჩაის ბუჩქისა და ადამიანის მეგობრობა, მაგრამ უცხოეთიდან გადმონერგილმა ჩაის ბუჩქმა და ზუგდიდელმა ქსენია სარსანიამ ისე შეიცნეს და შეიყვარეს ერთმანეთი, რომ მათი დამოკიდებულება უახლოეს ნათესაურ ურთიერთობას მოგვაგონებს“ (იბერი..., 2009: 105). ჩაის ბუჩქზე შეყვარებულმა მეჩაიემ საოცარი რამ შეძლო – ლუბა შენგელაიასთან შეჯობებისას მან 8 კგ. ჩაის ფოთლის ნორმის ნაცვლად მოკრიფა 60 კგ. ჩაის ფოთლი, ხოლო „1940 წლის ერთ დღეს იმდენი ჩაი მოკრიფა, რომ მისი დღიური შრომის ნაყოფი ვერ დაძრა სამტონიანმა ავტომანქანამ“ (იბერი..., 2009: 105). ფაქტების ასეთი ჰიპერბოლიზაცია ობიექტურ სინამდვილეს ამახინჯებდა და გმირის გაიდეალებული სახე ყალბად და სასაცილოდაც კი წარმოჩნდებოდა, მაგრამ ეს დღესაა დიმილისმომგვრელი, როგორც ჩანს, მაშინდელ საზოგადოებაში სასურველ შედეგსაც აღწევდა და დიდი მოწონებითაც სარგებლობდა.

ყოველივე ეს უკვე საბჭოთა ჟურნალისტიკის ისტორიის კუთვნილებაა. დღეს პროფილი საუკეთესო საშუალებაა თანამედროვე ადამიანის ფენომენის წარმოსაჩენად, ცნობილი თუ უცნობი პიროვნებების ისტორიების ფართო საზოგადოებისათვის გასაცნობად და „დღეს ადამიანის შესახებ ინფორმაციის შეგროვებამ, მსოფლიო მასშტაბით, იმდენად ფართო ხასიათი მიიღო, რომ მასობრივი კომუნიკაციის თითქმის ყველა ფორმამ შეითვისა იგი“ (გერსამია, 2011: 61).

პორტრეტზე მუშაობისას ხდება ადამიანის ხასიათის „კვლევა“, მისი სამყაროს დოკუმენტური ასახვა, პიროვნების ფსიქოლოგიური დახასიათება და სხვა ელემენტების შესწავლა, რომლებიც ჟურნალისტს ეხმარება პიროვნების პორტრეტის აგებაში. შეიძლება პორტრეტი ვრცელი იყოს და ბეჭდურ მედიაში ერთ გვერდსაც იკავებდეს, რადიოსა თუ ტელევიზიაში 15-20 წუთამდე და მეტსაც აღწევდეს, გააჩნია რა პროფესიისაა გმირი. თუ იგი ხელოვნების მოღვაწეა, მაგ., მომღერალი, მსახიობი და ა.შ. აქ საილუსტრაციო მასალა (მის მიერ განხორციელებული როლების აუდიო-ვიდეოკლიპები ან მუსიკალური ნომრების მოხმობა) ადვილად „აიტანს“ ვრცელ ფორმატს და აუდიტორიისთვისაც არ იქნება მოსაწყენი. საინფორმაციო-გასართობ ან სხვა კრებითი ტიპის პროგრამებში პორტრეტი არ უნდა აღემატებოდეს 5-7 წუთს და ლაკონიურად უნდა იყოს ნაჩვენები გმირის სახე, რაც ჟურნალისტური ოსტატობის საქმეა.

პორტრეტში ძალიან ეფექტურია გმირთან დიალოგის გამოყენება, რომელიც რეციპიენტს ეხმარება მისი აზრებისა და შეხედულებების უკეთ გარკვევასა და ხასიათში წვდომაში. გმირის წარსული, აწმყო და მომავალი – ეს ის მომენტებია, რომელიც მისი ცხოვრების მრავალ ასპექტს წარმოაჩენს. ჟურნალისტურ დისკურსში ძირითადად გამოიყენება აწმყო დრო, რაც ინფორმაციის „აქტუალიზებაში“ მდგომარეობს. აქ გასათვალისწინებელია პერსონაჟის ტექსტის ენობრივ-ვერბალური განზომილებებიც.

ქართულ მედიაში ხშირად იბეჭდება და ტელე-რადიო-არხებით გადაიცემა პროფაილები ხელოვნებისა და კულტურის ცნობილ მოღვაწეებზე. მაგ.: ჟურნალი „ცხელი შოკოლადი“ სისტემატურად ბეჭდავდა ადამიანების ისტორიებს რუბრიკით „პერსონა“, ასევე აქტიურად იყენებენ პორტრეტის ფორმას „ლიბერალი“, „ტაბულა“, „ლიტერატურული პალიტრა“ და სხვა მედიასაშუალებები. ამ ჟანრის სიმრავლით გამოირჩევა საპატრიარქოს ტელევიზიისა და რადიოს „ერთსულოვნებისა“ და საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტელე-რადიოგადაცემები ცნობილ საზოგადო და სასულიერო პიროვნებებზე, მეცნიერების, ხელოვნებისა თუ კულტურის მოღვაწეებზე და სხვა.

განსაკუთრებული გადაცემები ადამიანებზე, რომლებიც თავიანთი ცხოვრების წესით გახდნენ მისაბამები და საზოგადოების სასარგებლო საქმიანობაში აქტიურად გამოიჩინეს თავი

ვი. გადაცემები მომზადდა სხვადასხვა ასაკისა თუ პროფესიის ადამიანებზე, რომლებიც სწორედ ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერით გაიცნო საზოგადოებამ. საქართველოს პრეზიდენტმა ამ პროექტის მონაწილეები მედლებით „სამოქალაქო თავდადებისათვის“ დააჯილდოვა. გასული წლის „იმედის გმირის“ გამარჯვებულის ტიტული მოიპოვა სამცხე-ჯავახეთის რეგიონის, ადიგენის მკვიდრმა, სპორტსმენმა მინდია შაინიძემ, რომელმაც საკუთარ სახლში სპორტული დარბაზი მოაწყო და თანასოფელელ და მიმდებარე სოფლის ბავშვებს უსასყიდლოდ ავარჯიშებდა.

ამდენად, მედიაპორტრეტი წარმოადგენს ახალი ჟურნალისტიკის – ლიტერატურული ჟურნალისტიკის უკვე კლასიკურად ქცეულ სახეობას და როგორც მხატვრულ-პუბლიცისტურ ფენომენს, ისტორიული და კულტუროლოგიური ღირებულებაც გააჩნია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

გერსამია, 2011 – გერსამია მ., ელემენტარული ნაწილაკები ჟურნალისტიკაში, თბ., 2011.
იბერი, 2003 – იბერი ე., რადიოჟურნალისტიკა, თბ., 2003.
იბერი..., 2009 – იბერი ე., მჟავანაძე თ., ტალახაძე ნ., საქართველოს რადიოს ისტორია, თბ., 2009.
მენჩერი, 2013 – მენჩერი ე., ახალი ამბების გაშუქება და წერა, 2013.
ჟურნალისტიკა, 2013 – ჟურნალისტიკა, იდეის ავტორები ვეკუა მ., რუე ჟ., თბ., 2013.
უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, 1989 - უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, შემდგენელი მ. ჭაბაშვილი, თბ., 1989.
ჭილაია, 1971 – ჭილაია ა., ლიტერატურისმცოდნეობის ძირითადი ცნებები, თბ., 1971.
ჩართოლანი, 2008 – ჩართოლანი გ., ტელე-რადიოჟურნალისტიკა, თბ., 2008.

PORTRAIT AS A KIND OF LITERARY JOURNALISM

Summary

In the article is considered one of the varieties portrait, / profile features and transformation process of literary journalism, which has connected journalism and literature and assisted in establishment of new journalism, which is known by the name literary journalism. Also on the basis of empirical material, it is considered specific characteristics of mediaportrait, in print or electronic media (Radio-TV) composite and literary-stylistic methods of portrait creation.

Journalism portrait represents artistic-publicistic phenomenon and it as any kind of portrait has historical and cultural values.