

მაია მაჭავარიანი

ჟურნალისტიკის ისტორია

მეორე გამოცემა

საქართველოს უნივერსიტეტის გამომცემლობა

თბილისი

2010

ჟურნალისტიკის ისტორია
მაია მაჭავარიანი

დაბეჭდილია საქართველოში, თბილისში.
საქართველოს უნივერსიტეტის გამომცემლობა © 2010

ყველა უფლება დაცულია.

მეორე გამოცემა
ISBN 978-99940-50-92-5

შინაარსი

შინაარსი	5
შესავალი	7
ნაწილი I – ევროპის ქვეყნების ჟურნალისტიკის ისტორია	9
თავი 1. ევროპის ქვეყნების ჟურნალისტიკა..... XVII-XIX საუკუნეებში	9
ნაწილი II ჩრდილოეთ ამერიკის ჟურნალისტიკა	43
XVII-XIX საუკუნეებში.	
ნაწილი III – ჟურნალისტიკის ისტორია XX საუკუნეში	69
თავი 1. ამერიკის შეერთებული შტატების და დასავლეთ ევროპის ქვეყნების ჟურნალისტიკა XX საუკუნეში.....	69
თავი 2. აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების ჟურნალისტიკა	92
ნაწილი IV – რუსული ჟურნალისტიკის ისტორია	99
თავი 1. რუსული ჟურნალისტიკის ისტორია	99
XVIII-XIX საუკუნეებში	
თავი 2. რუსული ჟურნალისტიკის ისტორია	123
XX საუკუნეში	
თავი 3. პოსტსაბჭოთა ქვეყნების ჟურნალისტიკა	149
ნაწილი V – ქართული ჟურნალისტიკის ისტორია	153
თავი 1. პირველი ქართული ნაბეჭდი წიგნი	153
თავი 2. ქართული ჟურნალისტიკის ისტორია	158
XIX-XX საუკუნეებში	
თავი 3. საქართველოს რადიო და ტელევიზია	227

ნაწილი VI – რადიო - ტელევიზიის ისტორია	248
თავი 1. რადიომაუწყებლობის წარმოშობა და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებად ჩამოყალიბება.....	248
თავი 2. ტელევიზიის ეპოქა	263
რეზიუმე	283
Summary	287
საზოგადო მოღვაწეები	290
ქრონოლოგია	295
ლექსიკონი	323
ლიტერატურა	365

შესავალი

დღევანდელი რთული ცხოვრებიდან გამომდინარე მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს უამრავი სხვადასხვა პრობლემის გაშუქება უხდებათ. ჟურნალისტს უნდა შეეძლოს არსებულ სირთულეთა ღრმად განჭვრეტა, რაც სათანადო განათლების გარეშე მიუღწეველია.

ცნება „ჟურნალისტიკა“ როგორც ტერმინი, ფრანგული სიტყვა „ჟურნალიდან“ (journal) წარმოდგება, რაც გულისხმობს დღიურს, გაზეთს (ფრანგული jour ნიშნავს დღეს) და იგი შეესაბამება გერმანულ Journalism-ს. რუსეთსა და საქართველოში თავდაპირველად ტერმინი „ჟურნალისტიკა“ ჟურნალების საქმიანობის დასახასიათებლად იხმარებოდა, ხოლო XIX საუკუნის მეორე ნახევრიდან კი მას უკვე ყველა პერიოდული გამოცემის მიმართ იყენებენ. ამჟამად ამ ტერმინით იგულისხმება ჟურნალისტური მოღვაწეობის მრავალ ფეროვანი პროდუქცია და ამასთანავე პროფესიონალითა ერთობლიობა მის ჩარჩოებში (გაზეთი, ჟურნალი, გამომცემლობა, საინფორმაციო სააგენტო, რადიო, ტელევიზია ინტერნეტი).

მედია (media), რომელიც დღეს ხშირად გამოიყენება მასმედიის პარალელურ ცნებად, ინგლისური medium-ის (საშუალების) მრავლობით ფორმას წარმოადგენს და ამ ტერმინით აღინიშნება ინფორმაციულ საშუალებათა ყოველგვარი სახეობა - უძველესი დროიდან დაწყებული დღევანდელი უახლესი ინფორმაციული გლობალური სუპერმაგისტრალების ჩათვლით. "მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებანი", "მასობრივი ინფორმაციის საშუალებანი," "მასმედია" ყოველდღიურ პრაქტიკაში უმეტესწილად პარალელურ ცნებებად იხმარება. თუმცა სპეციალისტთა აზრით, "მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებანი" უფრო ზოგადი ცნებაა და მოიცავს აუდიტორიაზე ინფორმაციის ცენტრალიზებული გავრცელების ყველა საშუალებას (მათ შორის წიგნს, კინოს, აუდიო და ვიდეოჩანაწერებს და ა.შ.) ხოლო "მასობრივი ინფორმაციის საშუალებანი" მისი ის არსებითი ნაწილია, რომელსაც ინფორმაციის პერიოდული და ოპერატიული გავრცელება ევალება (პრესა, რადიო, ტელევიზია, ნაწილობრივ ინტერნეტი). ეს ეხება "მასმედიასა" და "მედიასაც". აზრთა უფრო მეტ სხვადასხვაობას იწვევს "მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა" და "ჟურნალისტიკის" ცნებათა შეფარდება. მასობრივი ინფორმაციის არსებით ყოველგვარი ინფორმაცია გადაიცემა – პუბლიცისტურიც, მხატვრულიც და მეცნიერულიც: გაზეთში ლექსიც იბეჭდება და მეცნიერული სტატია, რადიოში ოპერაც გადაიცემა და უცხო ენის გაკვეთილიც, ტელევიზიაში – ფილმიცა და ლექციაც (ალარაფერს ვამბობთ მხატვრულ-ლიტერატურულ და სამეცნიერო პერიოდულ გამოცემებზე, ამ სფეროში სპეციალიზებულ მაუწყებლობაზე). მიეკუთვნება თუ არა ისინი ჟურნალისტიკას? მეცნიერთა უმრავლესობა თვლის, რომ რადგან ჟურნალისტიკა არის ინფორმაციულ-მმართველობითი საქმიანობა, რომელიც გულისხმობს ინფორმაციის სისტემურ შეკრებას, გადამუშავებასა და გავრცელებას მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა მეშვეობით, იგი იყენებს სამივე სახის ინფორმაციას – პუბლიცისტურსაც, მხატვრულსაც და მეცნიერულსაც და, ამდენად, "მასობრივი ინფორმაციის საშუალება" (თუ საშუალებათა სისტემა) და ფართო გაგებით "ჟურნალისტიკა" შინაარსობრივად პარალელური ცნებებია. საერთოდ „მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებანი“ უფრო ზოგადი, საერთო ცნებაა, ხოლო „მასობრივი ინფორმაციის საშუალება ბანი“ მისი ის არსებითი ნაწილია, რომელსაც ინფორმაციის პერიოდული და ოპერატიული გავრცელება ევალება.

საზოგადოების ისტორიის მთელ მანძილზე ინფორმაციის შექმნისა და გაცემის პროცესები სხვადასხვა საშუალებებით ხორციელდებოდა. კერძოდ: საწარმოო ძალთა, ეკონომიკური მდგომარეობის, ტექნიკის განვითარების შესაბამისად.

გაზეთმა მისი დაარსების დღიდან ფართოდ გაიკვლია გზა მკითხველისაკენ. გაზეთის პარალელურად დიდი რაოდენობით შეიქმნა ჟურნალებიც და ორივე ტიპის გამოცემას ახალი სახელწოდება პრესა დაერქვა. XIX საუკუნის დასასრულსა და XX საუკუნის დასაწყისში ფოტოგრაფიისა და კინემატოგრაფიის განვითარებასთან დაკავშირებით ჩაისახა ფოტოჟურნალისტიკა და კინოჟურნალისტიკა. XX საუკუნის 20-იანი წლებიდან რადიოტექნიკის ფართოდ განვითარებამ განაპირობა

რადიოჟურნალისტიკის წარმოშობა. 40-იანი წლებიდან ტელეჟურნალისტიკა, ხოლო XX საუკუნის ბოლოს ინტერ ნეტჟურნალისტიკაც ჩამოყალიბდა. ამიტომ დღესდღეობით ჟურნალისტიკა საკმაოდ ფართო მცნება გახდა.

ამჟამად ტექნიკური პროგრესის სწრაფი განვითარების შედეგად ადამიანთა ინფორმირებამ წინათ არნახულ მასშტაბებს მიაღწია. შესაძლებლობა შეიქმნა ერთდროულად მიემართოთ მილიონობით ინდივიდს და ზემოქმედება მოეხდინოთ მათ შეგნებაზე, რაც ცხადია, წინა ეპოქებში შეუძლებელი იყო. მაშასადამე, კომუნიკაციამ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მძაფრი განვითარების კვალობაზე, ისინი სულ უფრო გადაიქცნენ საზოგადოებრივი ყოფიერების მძლავრ ფაქტორად, ინფორმაციის მუდმივ წყაროდ. ხოლო ინფორმაციის შეკრების გადამუშავებისა და გავრცელების საქმეს კი ჟურნალისტიკა ემსახურება.

ჟურნალისტიკა როგორც ორგანიზებული სისტემაა, რომელიც მოიცავს 4 ქვესისტემას, მასობრივი ინფორმაციის 4 საშუალებას – პრესას, რადიოს, ტელევიზიას და ინტერნეტს. ამ სისტემათა ერთი ანობას განაპირობებს ის, რომ მისი შემადგენელი ქვესისტემები მოქმედებენ საერთო სოციალურ გარემოში, ჰყავთ საერთო აუდიტორია და გააჩნიათ საერთო სოციალური ფუნქციები. ამავე დროს, ჟურნალისტიკის თითოეული ქვესისტემა თვითონ წარმოადგენს სისტემურად ორგანიზებულ ობიექტს.

გამოსახვის, გადაცემისა და აღქმის პრინციპების სხვადასხვაობა კი საფუძვლად უდევს ჟურნალისტიკის 4 სახეობის, მასობრივი ინფორმაციის 4 საშუალების: პრესის (ბეჭდვითი ჟურნალისტიკა), რადიოს (აუდიოჟურნალისტიკა), ტელევიზიის (აუდიოვიზუალური ჟურნალისტიკა) და ინტერნეტის ანუ მასობრივი კომუნიკაციის 3 არხის – გრაფიკული აკუსტიკური და აუდიოვიზუალური არხების გამოყოფას (აუდიოვიზუალური არხია აგრეთვე ინტერნეტული ჟურნალისტიკა, რომელიც სწრაფი ტემპით ვითარდება და დიდი პერსპექტივები აქვს).

ინფორმაცია თანამედროვე მსოფლიოში ყველაზე ღირებული პროდუქციაა, რომელზედაც კოლოსალური მოთხოვნილებაა. ამიტომაც ყოველდღიურად მილიონობით გაზეთი და ჟურნალი ხვდება მკითხველს ლის ხელში, ათასობით რადიოსადგურის ტალღები კვეთენ ეთერს, ათასობით ტელეანბა და კოსმოსური თანამგზავრი აწვდის ადამიანებს ცნობებს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნიდან. დაბადებიდან სიკვდილამდე ადამიანი ინფორმაციულ გარემოში ცხოვრობს. იგი ერთდროულად ინფორმაციის შემქმნელიცაა, მომხმარებელიც, მატარებელიც და გარდამქმნელიც. არ არსებობს საზოგადოებრივი ყოფიერების რომელიმე სფერო, რომელზედაც ინფორმაციული პროცესები არ ახდენდნენ გავლენას. ინფორმაცია და მისი გაცვლა ყველა ადამიანზე რი ურთიერთობის საფუძველია. თანამედროვე საზოგადოების განვითარებისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა ინფორმაციის სწრაფ გავრცელებას აქვს. მსოფლიოში არსებული უზარმაზარი ინფორმაციული ნაკადის რეგულირებას, მის გადამუშავებას და გავრცელებას უზრუნველ ყოფს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებანი. მათი არსებობის მიზანია საზოგადოების მოთხოვნილების დაკმაყოფილება – იცოდნენ ყველაფერი სამყაროში მიმდინარე ყოველდღიურ მოვლენებზე, ჰქონდეთ ადამიანებს სოციალურად მნიშვნელოვანი ინფორმაცია. მასმედია არა მარტო ართობს და ანათლებს ადამიანებს, არამედ იგი ზეგავლენას ახდენს ადამიანთა კულტურულ და სოციალურ ღირებულებებზე, ცვლის პიროვნების ქცევის მოდელს და სინამდვილის აღქმას. დღევანდელი მედია – ეს დიდი ინდუსტრიაა, სადაც მილიონობით ადამიანია დასაქმებული. XXI საუკუნის მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები ეს “გლობალური მედიაა”, რაზეც ცნობილი კანადელი ფილოსოფოსი და ჟურნალისტიკის თეორიტიკოსი, მარშალ მაკლუჰენი ამბობდა – “ნებისმიერ დროს, ნებისმიერ ადგილას ნებისმიერი ადამიანისათვის ხელში საწვდომი კომუნიკაცია”.

ამრიგად, ჟურნალისტიკა არის მასობრივ-ინფორმაციული საქმიანობა, რომელიც გამოიხატება აქტუალური ინფორმაციის სისტემაში მური შეკრებით, გადამუშავებითა და პრესის, რადიოს, ტელევიზიის და ინტერნეტის საშუალებით გავრცელებით საზოგადოების სოციალურ მართვაში მონაწილეობის მიზნით.

ჟურნალისტიკა როგორც სოციალური ინსტიტუტი, აქტიურად მონაწილეობს საზოგადოების მართვის საქმეში. სწორედ ამიტომ უწოდეს მასმედიას „მეოთხე ხელისუფლება“ (აღნიშნული ტერმინი პირველად ცნობილმა ინგლისელმა მოაზროვნემ ედმუნდ ბურკმა XVIII საუკუნის მიწურულს გამოიყენა). თუმცა, მასმედიას, როგორც

„მეოთხე ხელისუფლებას“ პირველი სამი ხელისუფლების მსგავსად იურიდიული სტატუსი არ გააჩნია. ის უფრო სიმბოლურ-მორალურ ძალას ეყდნობა, ვიდრე სამართლებრივს, მაგრამ ჟურნალისტიკმა პრაქტიკამ არაერთხელ დაამტკიცა ამ ძალის ცხოველმყოფელობა. სწორედ ამან განამტკიცა „მეოთხე ხელისუფლების“, როგორც დანარჩენი სამი ხელისუფლების ტოლფასი სოციალური ინსტიტუტის მიმართ რწმენა. ჟურნალისტიკის ისტორია, გარკვეული გაგებით სიტყვის თავისუფლებისათვის ბრძოლის ისტორიაა. მასმედია, როგორც სოციალურმა ინსტიტუტმა, უაღრესად რთული და წინააღმდეგობრივი გზა განვლო, გამოსცა მრავალი დაპირისპირება მონარქიასა და ეკლესიასთან, დიქტატორულ და ავტორიტარულ რეჟიმებთან, სხვადასხვა ჯურის იდეოლოგიურ მიმართულებებთან. ამ ბრძოლებში იგი ბუნებრივად გამოიწვით და როგორც „მეოთხე ხელისუფლებამ“ ადამიანებს შეუნახა რწმენა თავისუფალი სიტყვის ძალმოსილების შესახებ. ჟურნალისტიკის მნიშვნელობა საუკუნიდან საუკუნემდე განუზომლად მატულობდა. მისი გავლენა კაცობრიობის ბედზე მკვეთრად იზრდება. დღეს ეს მძლავრი იდეოლოგიური ძალაა. ჟურნალისტიკა ქმნის ქვეყნის ხელისუფალთ, გავლენას ახდენს საზოგადოებრივი აზროვნების ევოლუციაზე, საზოგადოების ორგანიზაციაზე, ეკონომიკის განვითარებაზე. აღიარებულია კულტურის ერთ-ერთ ფენომენად, ის აქტიურ ზემოქმედებას ახდენს სულიერ და მატერიალურ კულტურაზე, მის განვითარებაზე. ამიტომ ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს, რომ მისი განვითარება ხდებოდეს ჰუმანიზმის, დემოკრატიის, ურთიერთპატივისცემისა და მსოფლიოს მრავალფეროვანი კულტურული ტრადიციების პრინციპებზე დაყრდნობით.

საქართველოში დემოკრატიული ჟურნალისტიკის განვითარება უთუოდ მოითხოვს სათანადო კადრების მომზადებას, მათთვის შესაბამისი ლიტერატურის მიწოდებას და მსოფლიოში აღიარებული თეორიებისა და უახლესი კონცეფციების გაცნობას. ამ ძალისხმევით ჟურნალისტიკის ისტორიის შესწავლა წარმოადგენს ერთ-ერთ ამოცანას, რომლის უმნიშვნელოვანესი პირობაა ბეჭდური და ელექტრონული მედიის მომავალი სპეციალისტების ჩამოყალიბება. ის ისტორიულ, ფსიქოლოგიურ, სოციოლოგიურ და ენათმეცნიერულ დისციპლინებთან ერთად საუნივერსიტეტო განათლების განუყოფელი კომპონენტია, რომლებიც კავშირში არიან საზოგადოებრივი პროცესების შესწავლასთან.

ნაწილი I

ევროპის ქვეყნების ჟურნალისტიკის ისტორია

თავი 1. ევროპის ქვეყნების ჟურნალისტიკა XVII-XIX საუკუნეებში

ევროპული ჟურნალისტიკის სათავეებთან – ადამიანთა კომუნიკაციამ განვითარების გრძელი და ურთულესი გზა განვლო: ჯერ ენა, შემდეგ დამწერლობა, ანბანი, პორტატული მედია, წიგნები, ბეჭდვა, გაზეთი, ტელეგრაფი, რადიო, ტელევიზია და კომპიუტერი. თითოეული საფეხუ რის გავლას ათასობით წელი დასჭირდა და თითოეული მათგანი რევოლუციური გადატრიალება იყო ადამიანთა ურთიერთობაში. ადამიანებზე მიზანსწრაფული ზემოქმედების მიზნით ინფორმაციის შეკრებისა და გავრცელების ჩანასახი ჯერ კიდევ შორეულ წარსულში გვხვდება. სიტყვიერი ზემოქმედების საშუალებები ცნობათა გაცვლის საფუძველზე, თვით გვაროვნული წყობილების პირობებში შეიქმნა. ხოლო შემდგომში სახელმწიფოს აღმოცენებისდაკავალად ცალკეული ცნობები ან მასალების ნაკრები სხვადასხვა საშუალებებით გადაიცემოდა: ზეპირად ან წერილობით. ადრეული დემოკრატის სამშობლო, საბერძნეთი, ეყრდნობოდა სიტყვიერ ჟურნალის ტიპს. კერძოდ, ათენის ბაზარში, ხელმისაწვდომი იყო თითქმის ყველაფერი, რაც კი საზოგადოებრივ საქმეებს შეეხებოდა. ზეპირად საზოგადოებრივი ინფორმაციის გავრცელებაში აქტიურ როლს ასრულებდნენ ორატორები (მაგ., დემოსთენე საბერძნეთში და ციცერონი რომში), რაც შეიძლება ჟურნალისტიკამდელ საქმიანობად ჩაითვალოს, რადგანაც ისინი ხალხში მიზანსწრაფულად ავრცელებდნენ ცნობებს, რომლებიც იდეურ-ფსიქოლოგიურ ზეგავლენას ახდენდა და უყალიბებდა მათ გარკვეულ შეხედულებებს, წარმოდგენებს, მისწრაფებებს. ამ მხრივ საინტერესოა მარკუს კორაციუს კატონ უფროსის (ძვ.წ. 234-149) ზეპირი აქცია, როდესაც მესამე პუნიკური ომის პერიოდში სენატში თითოეულ თავის

გამოსვლას, რა საკითხზედაც არ უნდა ყოფილიყო იგი, შემდეგი სიტყვებით ამთავრებდა: “Carthaginem delendam esse” („კართაგენი უნდა დაინგრეს“). ძვ. წ. 146 წელს სარდალმა კორნელიუს სციპიონმა აფრიკელმა (უმცროსი) კართაგენი აიღო, დაანგრია და ქალაქის მცხოვრებლები კი მონებად გაყიდა. რომაელთა ამ გამარჯვებაში ერთგვარი წვლილი კატონის პროპაგანდისტულ გამოსვლებსაც მიუძღვის.

პოლიტიკური შეფერილობის ორატორებთან ერთად მოგვიანებით ასეთივე ხასიათის საქმიანობას ეკლესიის მოღვაწეებიც ეწეოდნენ. მაგ., ცნობილია რეფორმაციის ეპოქის დიდი პუბლიცისტის თომას მიუნცერის (1490-1525) ზეპირი ქადაგებანი. რაც შეეხება ამ მხრივ საერო ხელისუფლების მოქმედებას, ფართოდ იყენებდნენ მალემსრობო ლელებს, მაცნეებს, ჰეროიდებს ზეპირი ცნობების გასავრცელებლად ან წერილობითი დოკუმენტების – რეალისციების, რესკრიპტების, ბულების ადგილებზე მისატანად. ჟურნალისტიკამდელი საქმიანობისა და თანამედროვე ჟურნალისტიკის კავშირი დღესაც შეინიშნება გაზეთებისა და ჟურნალების სახელწოდებებშიც, რომლებმაც მემკვიდრეობად მიიღეს სიტყვები: „მაცნე“, „კურიერი“, „ტრიბუნი“ (ქართული „მაცნე“, ამერიკული „ჰერალდი“, „ნიუ-იორკ ჰერალდ ტრიბუნი“, ინგლისური „ტრიბუნი“ და სხვა). ზეპირი გაზეთის ზემოქმედების არეალი ვიწრო იყო, ცნობაც ყოველთვის როდი ხასიათდებოდა სიზუსტით, აგიტაციაც შეზღუდულად წარმოებდა, ხოლო პროპაგანდის მიჯრითობასა და გეგმაზომიერებაზე ლაპარაკიც ზედმეტია.

ძველი ცივილიზაციების სახელმწიფოთა დიდ უმრავლესობაში ცნობების გავრცელება ზეპირი სახით საკმარისი აღარ აღმოჩნდა და ამიტომ აღმოცენდნენ ჟურნალისტიკამდელი ფორმები გაზეთის მსგავსი კრებულები, რომლებიც შეიცავდნენ აქტუალურ შეტყობილებებს. არის ცნობები, რომ ძველ ეგვიპტეში ფარაონების კარზე გაზეთისმაგვარი პაპირუსები ჰქონდათ, რომლებიც გადმოსცემდნენ ახალ ამბებს. ასევე მაკედონიის სამეფო კარზე, მეფის ოჯახის წევრებისათვის განკუთვნილი გაზეთის მსგავსი პერიოდული ორგანო გამოდიოდა, რომელიც მათ სპარსელებისაგან გადმოუღიათ. ხოლო რომის სახელმწიფოში თავდაპირველად იულიუს კეისარის (ძვ.წ. 100-44) მიერ იქნა შემოღებული და შემდგომში ჩვენი წელთაღრიცხვით IV საუკუნემდე გრძელდებოდა სხვადასხვა ამბების შემცველი კრებულების გამოშვება – „Acta Senatus“ („სენატის უწყებანი“), რომლებიც სენატის სხდომათა მოკლე ოქმებს და რომაელთა ცხოვრების ფაქტებსა და მოვლენებს შეიცავდნენ. ტექსტი განსაკუთრებულ დაფაზე იწერებოდა. გადამწერები თაბაშირზე წერდნენ წაწვეტებული ჯოხით – სტილით (ბერძნულად „სტილოს“) და ისინი მაღალკვალიფიციური უნდა ყოფილიყვნენ. შეცდომის დაშვება არ შეიძლებოდა, რადგან თაბაშირი მალე შრებოდა და ნაწერის გასწორება შეუძლებელი იყო – ხელახლა უნდა დაეწერათ ტექსტი ახალ დაფაზე (თანამედროვე გაგებით სტილისტიკა – უშეცდომოდ წერა) და ამ დაფებს საზოგადოებრივ თავშეყრის ადგილებში ათავსებდნენ. მათ ასლებს გადამწერნი იღებდნენ და რომის იმპერიის სხვადასხვა ქალაქებსა და პროვინციებში აგზავნიდნენ. თვით დედანს კი არქივში ინახავდნენ. იულიუს კეისარი არ დაკმაყოფილდა სენატის გადაწყვეტილებათა პუბლიკაციით. მისი ბრძანებით შეიქმნა ისეთი ახალი ტიპის აქტები, რომლებშიც საზოგადოებისათვის საინტერესო ყოფილი ამბებიც აისახებოდა. ასე ჩაეყარა საფუძველი “Acta diurna populi romani” („რომაელი ხალხის ყოველდღიური უწყებანი“), რომელიც თემატურად გაცილებით მრავალფეროვანი იყო, ვიდრე სენატის უწყებანი. „აქტები“ ინფორმაციული ხასიათის იყო და ბიულეტენებს წააგავდა. ცხადია, მათ ბევრი რამ განასხვავებდა თანამედროვე გაზეთისაგან, მაგრამ არც იმის უარყოფა შეიძლება, რომ მათ პრესის გარკვეული ფუნქცია გააჩნდათ. ამ აქტებმა ხელი შეუწყო ისტორიკოსებს გაერკვიათ მრავალი საკითხი, დაედგინათ რამდენიმე იმპერატორის დაბადებისა და გამეფების თარიღი. რომის იმპერიაში კედლის წარწერებიც ყოფილა გავრცელებული. კერძოდ, ქალაქ პომპეის კედელზე 1450 წარწერა იყო. მათი უმეტესობა ასარჩევ თანამდებობაზე წამოყენებულ კანდიდატთა დახასიათებას შეიცავდა.

ამრიგად, კომუნიკაცია, როგორც გააზრებული ცნობების გაცვლის პროცესი ჯერ კიდევ კაცობრიობის განთიადიდან მოყოლე ბული ადამიანის ყოფის აუცილებელი ელემენტი გახდა.

რომის იმპერიის დაცემასთან ერთად ევროპაში საგაზეთო საქმე ჩაკვდა. იგი მხოლოდ დიდი ხნის შემდეგ, არსებითად, XV საუკუნეში განახლდა, რაშიც პრიორიტეტი კვლავ იტალიელებს ეკუთვნოდათ.

ნაბეჭდი წიგნი ევროპაში – ჟურნალისტიკა, როგორც საკაცობრიო ცივილიზაციის მონაპოვარი, შედარებით გვიანდელი მოვლენაა და ფეოდალური წყობილების კრიზისს, ბურჟუაზიის აღმავლობასა და საბეჭდი მანქანის გამოგონებას უკავშირდება.

მსოფლიოში ჩინეთი პირველი ქვეყანაა, სადაც წიგნის ბეჭდვა გამოიგონეს. 1040-48 წლებში მჭედელმა სახელად პი შენმა, გამოიყენა თავისებური ასოთ აწეობის პროცესი – გამოჭრილ იეროგლიფებს თიხის ფორმებში ამაგრებდა, ხოლო მათი გამოწვისას ფიჭვით მიმაგრებულ ფირფიტაზე ტექსტს ადგენდა. მაგრამ თიხის ფორმები მალე იცვითებოდა და ზუსტი ფორმა ვერ იქნა მიღებული. ამ ხერხმა ვერ ჰპოვა განვითარება, რადგან ჩინური დამწერლობა რთულია და უამრავი იეროგლიფებისგან შედგება.

1392 წელს კორეელებმა დიდ წარმატებებს მიაღწიეს, კერძოდ ტექსტების გასამრავლებლად სპილენძის ლიტერები გამოიყენეს. 1403 წელს იმპერატორმა ტაი ტუნგმა წარმოების გაუმჯობესების მიზნით ბრძანება გასცა, რომ წიგნები ამ ფორმების მეშვეობით დაებეჭდათ.

ევროპული წიგნის ბეჭდვის ისტორია XV საუკუნიდან იღებს სათავეს, როდესაც პირველი ნაბეჭდი გამოცემები გამოჩნდნენ. თავდაპირველ წიგნებში ძირითადად პრიმიტიული ილუსტრაციები იყო მოცემული, არც თუ ისე დიდი ტექსტური ახსნაგანმარტებებით, რომლებიც გაუნათლებელ მომხმარებლისთვის იყო განკუთვნილი.

„ილუსტრაცია“ ლათინური სიტყვაა, რაც განმარტებას, თვალ საჩინო გამოსახულებას ნიშნავს. წიგნებში ნახატები წიგნის ბეჭდვის გამოგონებამდე დიდი ხნით ადრე გაჩნდა. ძველთაგანვე ნახატებით ასურათებდნენ ხელნაწერ და გრავირებული ფორმიდან ამობეჭდილ წიგნებს. ეგვიპტის პირამიდებში ნაპოვია ჩვენს ერამდე II ათას წლეულში პაპირუსზე დაწერილი ხელნაწერი „მიცვალებულთა წიგნი“, რომლის ტექსტი სხვადასხვა ფერის საღებავებით შესრულებულ ნახატებით იყო დასურათებული.

მას შემდეგ რაც გუტენბერგმა ლითონისაგან ჩამოსხმული ცალკეული ლიტერებით სარგებლობა დაიწყო, გრავიურას არ დაუკარ გავეს თავისი მნიშვნელობა. ტექსტი ლიტერებიდან იბეჭდებოდა, ნახატები კი კვლავინდებურად ხეზე ამოჭრილი ფორმებიდან. ამ წესს ქსილოგრაფია ეწოდება. "ბიბლია დარიბებისთვის", "ადამიანის გადა სარჩენად" ან "სიკვდილის ხელოვნება", წარმოადგენდნენ მთლიანი დაფების ანაბეჭდებს (ქსილოგრაფია). ქსილოგრაფიულ წიგნებს ფართო გასავალი ჰქონდათ, მაგრამ თავად წიგნების ბეჭდვასთან არა პირდაპირი დამოკიდებულება. რადგან ბეჭდვით დაფებს არ შეეძლო დიდი რაოდენობით ეგზემპლარის უზრუნველყოფა, ხის ფორმა კი იცვითებოდა, ქსილოგრაფიული ხერხით წიგნების გამოცემა 1530 წლამდე წარმოებდა.

ჟურნალისტიკა ამ სიტყვის თანამედროვე გაგებით იოჰან გუტენბერგის გენიალურ გამოგონებას უკავშირდება.

ცალკეული ფორმებისგან შემდგარი წიგნის ბეჭდვის გამოგონება, გერმანელ ტიპოგრაფს ქ. მაინციდან იოჰან გუტენბერგს (1398-68) ეკუთვნის. მისი ნამდვილი გვარი გენსფლაიშია, მაგრამ მან უპირატესობა დედის გვარს მიანიჭა. ცხოვრების მნიშვნელოვანი ნაწილი მან სტრასბურგში გაატარა, სადაც ნახევრად ძვირფასი ქვებისა და სარკეების გასუფთავებით იყო დაკავებული. ზოგიერთი მკვლევარის აზრით, ეს სარკეები ქსილოგრაფიას გულისხმობს. თავისი გამოგონების იდეის საბოლოო მოხაზულობა მან სტრას ბურგში დაამუშავა. მან ლითონის ლიტერები დაამზადა, მათგან საბეჭდი ფორმა შექმნა და წნეხის გამოყენებით ქაღალდზე ერთი ტიპის მრავალჯერ ანაბეჭდი მიიღო. მან მოახერხა ლითონისაგან ისე ჩამოესხა თითოეული ასო, რომ ბეჭდვის დღევანდელი ხარისხი მიეღო გუტენბერგს 20 წელი დასჭირდა იმისათვის, რომ გაეუმჯობესებინა ასოების ჩამოსხმის პროცესი, სწორედ განვლავებინა ისინი წნეხზე, დაეხვეწა მელნის (რომელიც ასევე მან შექმნა სელის თესლის ზეთო ვან ლაკში განზავებული ლამპის ჭვარტლისაგან) შემადგენლობა და ყველა ეს კომპონენტი პრაქტიკულ სისტემად გადაექცია.

1445-47 წლები – ეს ის წლებია, როდესაც პირველი ნაბეჭდი გამოიცა – რაც დისკუსიის საგნად რჩება. იოჰან გუტენბერგზე მიწერილი პირველი გამოცემები წარმოადგენდნენ ძირითადად – კალენდრებსა და სახელმძღვანელოებს, წიგნებში გუტენბერგის სახელი და არც გამოცემის ადგილი არ არის მინიშნებული, ამიტომაც ზუსტ ატრიბუციაზე და თარიღზე სხვადასხვა ვერსიები არსებობს. 1448 წელს ქ. მაინცში გუტენბერგმა სესხად 150 გულდენი აიღო და განაგრძო საბეჭდი დაზვის წყობაზე ფორმების ჩამოსხმა და აწეობა. ადრეული გუტენბერგული გამოცემებიდან შემონახულია "ფრაგმენტი საშინელ სიმართლეზე", ორივე მხრიდან დაბეჭდილ ფურცლებზე, რომლებიც