

ნესტან მამუჭაძე

სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი მასობრივ კომუნიკაციაში
ბათუმის შოთა რუსთველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

მხატვრული ხერხები მედიატექსტში

აბსტრაქტი

ტექსტი ჟურნალისტიკის ერთ-ერთი უპირველესი საზომი ერთეულია. სიტყვა მედიის მძლავრი იარაღია. სწორედ, სიტყვის ხელოვნება მიიყვანს ამ უკანასკნელს საზოგადოებამდე, რაც მისივე აუდიტორიას წარმოადგენს.

ჟურნალისტიკას მეოთხე ხელისუფლებას უწოდებენ. იგი მართავს აუდიტორიას. სწორედ მედიატექსტია ის მძლავრი იარაღი, რომელიც მანიპულირებს საზოგადოებაზე, ქმნის დომინანტური აზრების სისტემას. ამაში გადაწყვეტ როლს ფსიქოლოგიური ფაქტორიც თამაშობს.

მხატვრული ხერხები ჟურნალისტიკის ერთგვარი ხრიკია თუ აუცილებელი ელემენტი?! რას ემსახურება იგი - ავტორის მხრიდან მხოლოდ შემოქმედებითი ელემენტების გამოვლენაა თუ მიზანმიმართულად ყურადღების სხვა თემაზე გადატანა?! მაგალითისთვის, ალეგორია, მეტაფორა, ეპიტეტი, ჰიპერბოლა, სარკაზმი, სატირა თუ შედარება (და მრავალი სხვა) რას ემსახურება ჟურნალისტურ ტექსტში და რამდენად შეგვიძლია მივიჩნიოთ თანამედროვე მედიის ერთგვარ ბერკეტად?! - ამოსავალი თვით ტექსტშია, რომელთა მიმოხილვასაც მკითხველი თემის სრულ ვარიანტში იხილავს.

ჟურნალისტური ტექსტი შეიძლება განისაზღვროს როგორც კომუნიკაციის ერთეული, რა თქმა უნდა, თუკი ტექსტუალობის შვიდივე სტანდარტს აკმაყოფილებს. ტექსტის ავტორი თვით სუბიექტია, თუმცადა, მოგეხსენებათ, რომ მედია მხოლოდ სიმართლეს უნდა ემსახურებოდეს. მედიატექსტი რეალობის სრულყოფილ სურათს უნდა წარმოადგენდეს და მისი ავტორი მხატვრულ ხერხებსაც მხოლოდ რეალობის დასახატავად უნდა მიმართავდეს.

Abstract

Creative techniques in a media text

Text is a primary unit to measure journalism. Word is a strong tool of media. Art of words is what brings media to society, which is its audience.

Journalism is called the fourth branch of government. It governs the audience. Media text is a strong tool, which manipulates the society, creates a system of dominant concepts. Psychological factor has one of the critical roles in it.

Are creative techniques kinds of trick of journalism or are they essential elements? What does it serve _ Is it just an expression of creative elements by author or does it intend to purposefully move audience's attention to a different topic?! For example, what is allegory, metaphor, epithet, hyperbole, sarcasm, satire or comparison (and many more) used for in a journalistic text and to what extent can we consider it to be a leverage of a modern media?! _ Main point is in the text, which will be discussed for the reader in a full version of the article.

Journalistic text may be defined as a unit of communication, of course, only if it meets all seven standards of textuality. The main creator of a text is a person itself, but media should only serve the truth. Media text should show the full picture of reality and the creative techniques should also be used by the author only to describe reality.

პუბლიცისტიკა ჟურნალისტური საქმიანობის ერთ-ერთი ძირითადი მიმართულებაა და შეიძლება ითქვას, რომ უპირველესიც კი. ამ ქმნილების უმნიშვნელოვანესი ელემენტია ტექსტი, რომელიც ჟურნალისტური შემოქმედების, პუბლიცისტური ხელოვნების სფეროს მიეკუთვნება. სავალდებულოა, ტექსტის მეტყველი ფაქტებით, დამაჯერებელი არგუმენტებით გამყარება, რაშიც ხშირად სწორედ მხატვრული ხერხები გვეხმარება. ფაქტობრივად, მხატვრული ხერხი ზოგჯერ ჟურნალისტური ტექსტის ერთადერთ არგუმენტსაც წარმოადგენს, რაც ნათლად გვაჩვენებს ხოლმე რეალობას. მხატვრული ხერხების საშუალებით მედიატექსტი იძენს სიმძაფრეს, ფაქტი მეტად ემოციურადაა წარმოჩენილი, თუმცა ამავდროულად ხშირად იკითხება ჟურნალისტის „მეც“, რომლის მართებული პასუხიც მედიაეთიკის კრიტერიუმების კვალდაკვალაა საძიებელი.

„ცხოვრებაში მიმდინარე მოვლენებისა და ფაქტების პირად და საზოგადოებრივ ტკივილად თუ სიხარულად განცდა აღიქმება როგორც პირველი ჟურნალისტური ნათლობა და სწორედ ამგვარი გრძნობითა და განწყობით დამუხტული სიტყვების

ჯერი წინადადებად აკინძული და საბოლოოდ პუბლიცისტურ ტექსტად ჩამოყალიბებული მოაწყდება ცოცხალ სინამდვილედ თეთრი ფურცლების ნაკადს ან კომპიუტერის ეკრანს. მოვლენებისა და ფაქტების თანმიმდევრულად გააზრება, მეტყველი წინადადებები, მოხდენილი ფრაზები, ყოველ აზრში ჩატეული თითოეული სათქმელი, წვრილმანი დეტალებითა და გარემოებებით გამოკვეთილი და საკუთარი სტილით „აღფრთოვანებული“ ჟურნალისტური ტექსტი მოველინება მასობრივ აუდიტორიას“ [4, 19].

ცხადია, მედიატექსტი ობიექტურად და მაღალპროფესიონალურ დონეზე შესრულებული უნდა იყოს. როცა პროფესიონალიზმზე ვსაუბრობთ, აქ სხვადასხვა ფაქტორი იჩენს თავს, რაც რა თქმა უნდა ჟურნალისტიკის ზოგად პრინციპებთან, ეთიკასთან და გამოხატვის ასპექტებთანაა დაკავშირებული. ამ ყველაფრის პარალელურად ცალსახადაა მნიშვნელოვანი ტექსტის წერა, როგორც შემოქმედებითად დამოუკიდებელი კომპონენტი, რომელიც ასახავს ფაქტს, მოვლენას, რეალობას, მის იმიტირებასა თუ გაგრძელებას საზოგადოებაში. მაღალ პროფესიონალურ დონეზე წერა დიდ შრომასა და გარჯას მოითხოვს, რაშიც ცხადია, ავტორის ნიჭია გადამწყვეტი. ძნელია ადამიანის შემოქმედებითი ნიჭი განსაზღვრო. კონკრეტული ფაქტი, კონკრეტულმა ადამიანმა კონკრეტულ სიტუაციაში უნდა ასახოს.

სტატიის დედააზრი ხშირად მისივე სტრუქტურასა და კომპოზიციას განსაზღვრავს. ტექსტის შინაარსის, მისი სემანტიკის კვლევაში, მეტად მნიშვნელოვანი მომენტია ენათმეცნიერებაში კარგად ცნობილი ცნებების: „მნიშვნელობის“, „აზრის“ და „შინაარსის“ ურთიერთობის განსაზღვრა. „თუ სიტყვის მნიშვნელობა კავშირისა და შესაბამისობის სისტემის ობიექტურ გამოხატულებას წარმოადგენს, აზრი კონკრეტულ მომენტსა და სიტუაციაში მნიშვნელოვანი სუბიექტური ასპექტების შეტანას ნიშნავს“.

მასობრივი კომუნიკაციის კომპლექსში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ადგილი პრესას ენიჭება. მოგეხსენებათ, გაზეთი მედიაკომუნიკაციების ყველაზე ძველი ფორმაა. საგაზეთო-პუბლიცისტური სტილი პუბლიცისტური სტილის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული სახეობაა, რომელსაც სპეციფიკური, რთული და ამავდროულად ყველაზე მეტად აღსაქმელი ფუნქციური მხარე აქვს.

რა არის მედიატექსტის მიზანი? - ცხადია მოქალაქეთა ინფორმირებულობა და ეს ინფორმაცია შესაძლოა, უკავშირდებოდეს ნებისმიერ თემას, რაც რა თქმა უნდა, შესაბამისი მოვლენითა თუ ფაქტითაა განპირობებული; ცნობილია, რომ ამბავი ინფორმაციულ დანიშნულებასა თუ ფუნქციას იძენს მაშინ, როცა მედიის მიერ დღის წესრიგში დგება მისი მიტანა აუდიტორიამდე; აქვე, დღევანდელობაში, ხშირად განვიხილავთ (ვსაუბრობთ) მედიის დამოუკიდებლობის ხარისხზე, რაც მათივე მიკერძოებულობითაც ვლინდება. ამიტომ, ამ თემაზე ცალსახად კონკრეტულ შემთხვევაში ვერ ვისაუბრებთ. აქედან გამომდინარე, ძირითადი მიზანი ტექსტისა არის კონკრეტული მიმართულებით საზოგადოებრივი აზრის შექმნა, ფორმირება, მოქალაქეთა ინტერესისა და აქტივობის გამოწვევა, საკომუნიკაციო პროცესის წახალისება.

„პუბლიცისტურ ტექსტში რეალურ სინამდვილესთან ერთად ჟურნალისტის პირადი, სუბიექტური შეხედულების მოდელირებაც ხდება. მოდელირება დამფუძნებლის, რედაქტორის და საზოგადოების ინტერესთა და შეხედულებათა ერთობლიობას გულისხმობს. ფაქტიურად, ეს არის ჟურნალისტის სინამდვილესთან დამოკიდებულების მატერიალიზირებული სახე, როდესაც იდეაში არსებული სინამდვილე ტექსტად რეალიზდება. ზოგადად, ამა თუ იმ შინაარსისა და ხასიათის ინფორმაცია საზოგადოებაში იმის შესაბამის განცდას ამკვიდრებს, რის (ვის) შესახებ არის საუბარი ტექსტში. ცხოვრებისეული საკითხების გააზრება-გაანალიზების უნარის გამომუშავება საზოგადოებისთვის უმნიშვნელოვანესია იმავე საზოგადოებაში ჯანსაღი დემოკრატიული პროცესის განვითარებისათვის. ჟურნალისტიკა ცხოვრებისეულ ფაქტებსა და მოვლენებს აკვირდება, აღწერს და აანალიზებს, ამასთან ცდილობს ადამიანური ურთიერთობის პრობლემატიკის ჩვენებით სწორი ორიენტაცია აჩვენოს საზოგადოებას. ამიტომაც ჟურნალისტის „სუბიექტური სინამდვილის“ მოდელირება რეალურად არსებულის საზღვრებს არ უნდა გასცდეს“. [4, 23]. ცხადია, როცა შემოქმედებით პროცესებზე ვსაუბრობთ, მისდამი დამოკიდებულებაც მრავალგვარია. ერთია, ჟურნალისტისა და დამფუძნებლის ინტერესთა თანხვედრა და მეორეა, ინდივიდუალური შტრიხები, ასპექტები... „ყოველი ტექსტი ყოფილი საქციელია, ახალ მისწრაფებათა და ქცევათა აღმძვრელი, ხოლო ტექსტი სხვა არაფერია, თუ არა სიტყვა“ [3, 16].

სტატიის წერის დროს ჟურნალისტმა სიტყვები, გამოთქმები და ფრაზები სათანადოდ უნდა შეარჩიოს, შესაბამისად ავტორმა წინადადებები და აზრები კონტექსტის მიხედვით უნდა დააღაგოს. ახალი ამბავზე გაზეთის, რადიოსა და ტელევიზიის ჟურნალისტები სხვადასხვა მიდგომით მუშაობენ. ავტორები იყენებენ სასაუბრო ენას და წერენ მარტივი, მოკლე წინადადებებით. სასურველია, თითო აზრი მხოლოდ თითო წინადადებით გადმოვცეთ და აწმყო დროში ვწეროთ. ტექსტი ჩვეულებრივ ერთი მთავარი თემით შემოიფარგლება. ტელეჟურნალისტის ნაწერი ხშირად იმაზეა დამოკიდებული, თუ რა ვიდეომასალაა ხელმისაწვდომი, რომლის ძირითადი ამოცანაც ისაა, რომ ამბის არსი დეტალების გარეშე გადმოსცეს. თუ ზედმეტი ილაპარაკა, შეიძლება რომელიმე სხვა ცნობა მთლიანად ამოვარდეს, თუკი ბევრ აზრს შემოგვთავაზებს, მაშინ შესაძლოა მსმენელი ან მაყურებელი მთლიანად დაიბნეს.

ჟურნალისტიკის მკვლევრებმა ისიც კარგად იციან, რომ სტატიის წერა შემოქმედებითი პროცესია, ამბის მოძიება კი ხელოვნება. ამავდროულად ხელოვნებაა ახალი ამბის დახვეწა, დამუშავება და ტექსტის მომზადება. აქვე დავძენთ, რომ ეს ინდივიდუალური პროცესიც შემოქმედებითია, მაგრამ ამავდროულად დოგმატურიც, ვინაიდან ჟურნალისტი ტექსტის მომზადების დროს კონკრეტულ სტანდარტებს ეყრდნობა და ითვალისწინებს. ცხადია, ამ სტანდარტებს მიღმაც იმალება ინდივიდუალური ხელწერა, რაც უპირველეს ყოვლისა სტატიის ავტორის ნიჭი და უნარია. ერთგულმა მკითხველმა, მაყურებელმა თუ მსმენელმა, ფავორიტი ჟურნალისტი სწორედ რომ ინდივიდუალიზმით უნდა ამოიცნოს. სულ რომ სახელის და გვარი მიწერა დაავიწყდეს სტატიის ბოლოში ავტორს, ერთგული მკითხველი მის ვინაობას წერის სტილით უნდა ხვდებოდეს. სწორედ ამაში მდგომარეობს ჟურნალისტური ნაწარმის მიწოდების ხელოვნების თავისებურებანი.

ტექსტი, როგორც თავისთავადი ღირებულება, არ არსებობს და მას აზრს მკითხველი ანიჭებს. მკითხველი არის ის, ვინც დიალოგს ამყარებს იდეებთან, შეხედულებებთან, ფასეულობებთან... მრავალი ფაქტორი ახდენს გავლენას იმაზე, თუ გარკვეული ავტორი რატომ და როგორ წერს კონკრეტულ ტექსტს. მხატვრული ხერხები ამ უკანასკნელის ნათელი გასაღებია თუ რას როგორ, რატომ და რა კონტექსტში აღიქვამს ავტორი. ცხადია ავტორთან და ტექსტთან ერთდროულად „აზამს დიალოგს“ მკითხველიც.

მედიატექსტის სრულყოფისათვის ავტორი ხშირად იყენებს სხვადასხვა მხატვრულ ხერხს: შედარებას, მეტაფორას, ჰიპერბოლას, გროტესკს, ალეგორიას, ეპითეტს და სხვა. ეს ხერხები ხშირად უსვამს ხაზს ამა თუ იმ მოვლენისადმი ავტორის დამოკიდებულებას. ხშირად, **ამ რიგებში** არ ასახელებენ პორტრეტსა და პეიზაჟს. რაც შეეხება ტრაგედიასა და კომედიას, **ეს ფაქტისა თუ მოვლენის საყოველთაობის მიზნითაც ვლინდება**. თანამედროვე ბეჭდურ მედიაში არაერთგზის გვხვდება ირონიის თუ სარკაზმის ნიმუში, რაც ცხადია სტატიის ავტორის სისუსტესა და დაბალ პროფესიონალიზმზე მეტყველებს. რესპონდენტები, რაც არ უნდა სიძულვილის ენით იყვნენ განმსჭვალულნი ერთმანეთისადმი, ჟურნალისტმა მედიანაწარმში ეთიკური ნორმების კვალდაკვალ უნდა წარმოაჩინოს ისინი, მინიმუმ - ტექსტი მიკერძოებლობისაგან დაიცვას. ჟურნალისტები ხშირად არ იშურებენ მათივე (პიროვნულობიდან გამომდინარე) ეპითეტებს რესპონდენტებისადმი და ამ უკანაგონის სტატუსის კვალდაკვალ ვლინდება მედიის მუშაკის **ცალსახად** დგომა. აქ ჩვენ არ ვგულისხმობთ ბალანსს. როცა ტროპული მეტყველების საშუალებების ფონზე სტატიაში ჟურნალისტიკის „მე“ იკითხება, ეს არ შეიძლება ჩაითვალოს ჟურნალისტურ პროდუქტად და მით უფრო იმ მედიასაშუალებების ღირსებაც, რომელიც „ცდილობს“, რომ დამოუკიდებელი პრესის ღირებულებებით იხელმძღვანელოს.

აღსანიშნავია, რომ დარღვევები სხვადასხვა ხასიათისაა. ხშირია ფრაზეოლოგიზმებისა და სიტყვათშეთანხმების არასწორი მაგალითებიც, გვხვდება სხვადასხვა გამონათქვამთა კონტამინაცია, ავტორი ქმნის ახალ სიტყვათშეთანხმებას ემოციის გასამძაფრებლად.

ჟურნალისტური მასალის ლიტერატურული დამუშავება არის საბოლოო პროცესი მოპოვებული, გაანალიზებული და გადამოწმებული ინფორმაციის პუბლიცისტური ტექსტად ჩამოყალიბებისა. მომდევნო და საბოლოო ეტაპი კი მასობრივ აუდიტორიამდე მიტანაა. ინფორმაციის ორგანიზებულობის პროცესში წერის ტექნიკის ფლობა განაპირობებს სწორი მედიატექსტის შექმნას.

გამოყენებული ლიტერატურა

- მენჩერი მ. „ახალი ამბების გაშუქება და წერა“, გამომც. „ლიოგენე“, 2013 წ.;
გერსამია მ. „ელემენტარული ნაწილაკები ჟურნალისტიკაში“, გამომც. „უნივერსალი“, თბ, 2011 წ.;
გაგოშიძე შ. „ჟურნალისტიკის საფუძვლები“, თბ, 1996 წ.;
სურგულაძე რ. „ჟურნალისტიკამცოდნეობის საფუძვლები“, თბ, 1996 წ.;
სანიკიძე ი. „ჟურნალისტიკის თეორიის ფორმობრივი და შინაარსობრივი საფუძვლები“, თბ, 2015 წ.

Creative techniques in a media text

resume

Media text is a strong tool, which manipulates the society, creates a system of dominant concepts. Psychological factor has one of the critical roles in it. Are creative techniques kinds of trick of journalism or are they essential elements? What does it serve _ Is it just an expression of creative elements by author or does it intend to purposefully move audience's attention to a different topic?! Media text should show the full picture of reality and the creative techniques should also be used by the author only to describe reality.