

ჟურნალისტიკა Journalism

პუნქტუალობა, სიმართლე და გარკვევით წერა

ნათია ჯიქია, ნუნუ ჩარკვიანი

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

e-mail: natia.jikia@atsu.edu.ge

nunu.charkviani@atsu.edu.ge

<https://doi.org/10.52340/lac.2024.32.29>

SJIF 2024: 8.268

ჟურნალისტიკის მოვალეობაა სიმართლის წერა. სიმართლე თავის მხრივ, ნაწილია მთელი ჭეშმარიტებისა, რომელიც პოტენციურად არსებობს. თუ ჟურნალისტმა ტექსტის მომზადებისას დაუშვა შეცდომა, გამოიყენა ტოპონიმთა არასწორი სახელწოდება, დაამახინჯა რესპონდენტის ვინაობა, არ გადაამოწმა ფაქტი, მაშინ სიმართლე, თავისთავად ცხადია, არ იქნება სრულყოფილი. ამის მიზეზი კი აპუნქტუალობაა. შედეგად, გაზეთი კარგავს თავის მკითხველს, ხელისმომწერს, ეს კი გაზეთს გაკოტრების პირას მიიყვანს. მაშასადამე, ერთ-ერთი უმთავრესი საკითხი ჟურნალისტური მოღვაწეობისა არის პუნქტუალობა და სიზუსტით წერა, ხოლო ჟურნალისტიკის მოვალეობაა მაღალი პასუხისმგებლობა მკითხველი საზოგადოებისა, რედაქციისა და კოლეგების წინაშე.

პუბლიცისტური ტექსტი ლაკონური, მოქნილი და ადვილად გასაგები უნდა იყოს არა ცალკეულ მკითხველთა კატეგორიისთვის, არამედ ფართო მასებისთვისაც. რა არის ის ძირითადი სიმპტომები, რომელიც ართულებს მედია ტექსტს, აკნინებს მას. ეს არის: ევფეიზმები, აკრონიზმები, კანცელარული კლიშე, ეკონომიკური ჟარგონი, ვიწროსპეციალური ტერმინოლოგიები (სამედიცინო, ეკონომიკური, სამხედრო, პოლიტიკური და ა. შ.), პლენაზმი („სარველა სიტყვები“), ტავტალოგია, არქაიზმები, დამახინჯებული და სახეშეცვლილი იდიომური გამონათქვამები, უცხოენოვანი

ნასესხები ლექსიკის კალკირება, ჟარგონიზმები, ვულგარიზმები, ბარბარიზმები და სხვა „იზმები“.

საკვანძო სიტყვები: სიმართლე, პუნქტუალობა, სიმართლის წერა.

რამდენადაც არ უნდა გაგვიკვირდეს, ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის სტუდენტი ამერიკაში პროფესიული ეთიკის საფუძვლებში ცალკე საგნად პუნქტუალობასაც სწავლობს. აქედან გამომდინარე, სიზუსტე და გარკვევით წერა ამერიკელებისათვის ეთიკური ჟურნალისტიკის განუყოფელ ატრიბუტებად მოიაზრება.

პუნქტუალობის დასაცავად ამერიკელ რედაქტორთა ერთი ნაწილი „**ესეოშიეიტედ პრეს მენეჯინგ ედიტორი**“ (APME) თავის ეთიკის კოდექსში ასე მიუთითებს: „გაზეთებმა უნდა განავითარონ და გამოიყენონ ამისათვის დამცავი საშუალებები, რათა თავიდან აიცილონ შეცდომები. ეს მოიცავს ფაქტების სისტემატიურ დამოწმებას, ციტირებას და კრიტიკული, სადაო ინფორმაციის დამტკიცებას, დასაბუთებას“. მიუხედავად იმისა, რომ კომპიუტერული ტექნიკა განვითარების ახალ ფაზაშია (რაც ქმნის ფართო შესაძლებლობას სახელების, სახელწოდებებისა დაა იდენტურობის სწრაფი და მყესეული გადამოწმებისა), რასაც თან ერთვის ჟურნალისტთა მცდელობა, წერონ ფაქიზად და გარკვევით, სტილისტურ-კომუნიკაციური შეცდომები მაინც სახეზეა.

საზღვარგარეთ, კერძოდ, ამერიკაში, შემუშავებულია სხვადასხვა ალტერნატიული მეთოდი ამ ტენდენციის აღმოსაფხვრელად, რომელსაც ბევრი მიმდევარი თუ კრიტიკოსი ჰყავს. მაგალითად, შესწორებათა შეტანის მიზნით, ასობით გაზეთი, მათ შორის „**ლეჯერ ოფ ლეკენდის**“ სპეციალური ბიურო ტელეფონით უკავშირდება დღეში ათობით რესპონდენტს და წერილის გამოქვეყნებამდე ამოწმებს მის კორექტულობას. გაზეთი „**კოლამბია მისსურთან**“- მისურის უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის სასწავლო გაზეთი ტრაფარეტულად ამოწმებს წყაროდან წერილში მოხმობილ ფაქტებს მის დაბეჭდვამდე და იმეორებს წინამორბედი გაზეთების „**ზე ნიუ იორკერისა**“ და „**ტაიმის**“ მიერ წლების წინ ათვისებულ ტრადიციას, ხოლო „**დეილი კურანტი**“ ერთადერთი გაზეთია, რომელიც რელიგიური გულმოდგინებით ამოწმებს თავის გვერდზე დაშვებულ შეცდომებს და მომდევნო ნომერში ბეჭდავს ბოდიშის მოხდით (ხშირად ამ შესწორებათა ციკლი 100 შენიშვნას მოიცავს და მთელი გვერდი უჭირავს).

რა სახის შეცდომები არსებობს? რუსი თეორეტიკოსები განასხვავებენ შეცდომათა სამ ტიპს: სამეტყველო შეცდომები, რომლებიც უკავშირდება ენობრივ ნორმებს,

სტილისტური შეცდომები და კომუნიკაციური შეცდომები, რომლებიც ურთიერთობის სხვადასხვა სფეროს მოიცავენ.

რა შეიძლება იყოს სტილისტური შეცდომების მიზეზი? ესენია: მწერლის დაბალი სამეტყველო კულტურა, უყურადღებობა, სისწრაფე, დაუდევრობა, სამეტყველო მარაგის სიმწირე, ნაკლები პროფესიონალიზმი, უუნარობა და საერთო ჯამში, პასუხისმგებლობის ნაკლები დონე. ამ სიტუაციაში, ჟურნალისტი ვერ ამუშავებს სათანადოდ მიღებულ წერილობით თუ ზეპირ ინფორმაციას და ვერ უძებნის მას განსაზღვრულ ლექსიკურ ერთეულს მედია ტექსტში. ჟურნალისტები ვერ ახერხებენ, აგრეთვე, „უცხო“ სიტყვათა გრამატიკულ დამუშავებას და მას არასწორი მნიშვნელობით გამოიყენებენ. რატომ იზიდავთ ჟურნალისტებს უცხოური სიტყვები და რატომ არ უძებნიან მათ შესაბამის ქართულ შესატყვისებს? არსებობს ერთი ფრიად საინტერესო მოსაზრება, რომლის მიხედვითაც: „გამოსასვლელ სიტყვას, რომელიც შეიცავს უცნობ ლექსიკურ ერთეულებს (ვგულისხმობთ სიტყვებს), ხშირად განიხილავენ, როგორც სოციალურად პრესტიჟულს (1996-147).

„ჟარგონი გრამატიკულად არ ერწყმის კონსტრუქციას, ჟურნალისტები მექანიკურად ურთავენ თხრობისას სამეტყველო პრაქტიკაში პოპულარულ სიტყვას, თუმცა წერილობითი ტექსტი არ ღებულობს მას სპეციალური კორექტივის გარეშე „(С. И. Сметанина 2003;306).

ადვილია ტექსტში დაიტანო ეკონომისტის ან ჩინოვნიკის სიტყვის პერიფრაზი, მაგრამ გაცილებით ძნელია გადაიყვანო თხრობა უბრალო ენაზე, ამას გამჭრიახი გონება და დარგის სპეციალისტი ჟურნალისტის ცოდნა და ალღო სჭირდება.

იგივე ითქმის სხვა, სპეციალური დარგობრივი ტერმინოლოგიით გადატვირთულ სტატიებზე, რომელთა წაკითხვა ქმნის ბუნდოვანების შთაბეჭდილებას (იქნება ეს სამედიცინო, იურიდიული, ეკონომიკური ტერმინოლოგია). გარდა ამისა, აშკარად იგრძნობა ავტორის მიზანი პოპულარიზაცია გაუკეთოს ტექსტს, თუმცა ღებულობს საწინააღმდეგოს; „ჟურნალისტმა ვერ გადაამუშავა „უცხო“ კოდი, ვერ მონახა ნეიტრალური სინონიმური ჩანაცვლება სპეციალური ტერმინებით, ვერ გამოიყენა ევფემისტური ექვივალენტები („მაღალპროფესიული პრესსამსახური“, 25).

განსაკუთრებული ყურადღება სტილისტური ნორმების დაცვისას ესაჭიროებათ ჟურნალისტებს პრეს-რელიზებიდან საგაზეთო მასალების მომზადებისას. პრეს-რელიზი სხვა არაფერია, თუ არა სტანდარტული ზომისა და მოცულობის ტექსტობრივი მასალა, რომელშიც ოპერატიულადაა გადმოცემული ამა თუ იმ პროგრამასა თუ საკითხთან დაკავშირებული ფაქტების კრებული. ეს პრეს-რელიზები, ჩვეულებისამებრ,

გაჯერებულია ოფიციალურ-საქმიანი სიტყვებითა და სპეციალური პოლიტიკური ტერმინოლოგიისათვის დამახასიათებელი რთული კონსტრუქციებით. ამ შემთხვევაში ანგარიშგასაწევია სტილისტური ნორმების დაცვა, რათა პრეს-რელიზების მომზადების დროს არ დაირღვეს აზრი და ბალანსი ლექსიკურ ერთეულებს შორის, გამოთქმული კონტექსტში შეესატყვისებოდეს საგაზეთო პუბლიცისტური სტილის მოთხოვნებს. მათი დამუშავებისას უნდა გასწორდეს და გასაგები ენით უნდა იქნას დატანილი ტექსტში საკანცელარიო ჟარგონები.

„საკანცელარიო სტილის კლიშეს აქტივიზაცია - შედეგია მზარდი პოლიტიზაციისა. ფრაზები წარმოთქმული ეკრანიდან, სწრაფად ვრცელდება სპონტანურ სამეტყველო პრაქტიკაში და ხვდება გაზეთის გვერდებზე. აქ აქტუალურია საზოგადოებრივი მეტყველების მიახლოება, მიტანა სოციალურ ფენებთან, რომლებიც ვერ ფლობენ ნორმალურ ლიტერატურულ ენას“ (С. И. Сметанина 2003;301).

„უოლ სტრიტ ჯერნელი“ ამკვიდრებს ასეთ ტრადიციას. მიუხედავად იმისა, რომ მას, როგორც ხარისხიან პერიოდიკას, შესაბამისი განათლებული წრე ჰყავს, გაზეთის რედაქცია ეკონომიკურ ტერმინებს ხშირად განმარტავს, ფრიად ნაცნობსაც კი.

ეკონომიკური ეფევიზმებისა და რთული კონსტრუქციების იგნორირებისათვის ამერიკელები სთავაზობენ თავიანთ ჟურნალისტებს განმარტებების სიის შედგენას, რომელსაც „საქვების რკინას“ ეძახიან. ამ პრაქტიკას თავისი პოზიტიური და ნეგატიური მხარეები აქვს. უპირველეს ყოვლისა, მსგავსი სიის შედგენას კორესპონდენტი ერთ ღამეში ვერ შესძლებს, გარდა ამისა, ტერმინების განსაზღვრება სხვადასხვა ქვეყნის ეკონომიკის ადექვატურად უნდა მოხდეს“ („ათი პრაქტიკული რჩევა ბიზნესისა და ეკონომიკის სფეროში მომუშავე ჟურნალისტებისათვის, 1991;14).

აღფრედ კორზუბსკი- პოლონელი მეცნიერი და მოაზროვნე ამ სიტყვებით გაჯერებულ ტექსტს „ბლემ“-ის ენას ეძახის და ასეთ განსაზღვრებას იძლევა: „ეთიკურმა ჟურნალისტმა ფრთხილად უნდა შეარჩიოს ზმნური პასაჟები, განსაზღვროს და იდენტიფიკაცია გაუკეთოს აბსტრაქტულ სიტყვებსა და ფრაზებს. ინგლისურად მათ „ბლემს“ ეძახიან, რაც აზრობრივ ბლანკს ნიშნავს. იქ, სადაც ჟურნალისტები მაღალხარისხოვნად იყენებენ „ბლემის“ ენას, იქ კომუნიკაცია აუდიტორიასა და ჟურნალისტურ ნააზრევს შორის არ მყარდება“ (J. Merril ; 1997;129).

მსგავს პრობლემებს რომ ქართულ პრესაშიც ვაწყდებით, ამას მოწმობენ არნ. ჩიქობავას სახელობის ენათმეცნიერების ინსტიტუტის თანამშრომლები, რომელთა დასკვნა ლაიტმოტივად გასდევს „ჟურნალისტის სტილისტური ცნობარის“ წიგნს: „კვლავაც იხმარება სარეველა სიტყვები. ეს სტერეოტიპები დღესდღეობით ერთ-ერთი

საშუალებაა თვითმიზნური (და თვითნებური!) ენობრივი ინოვაციების საკომპენსაციოდ („ჟურნალისტის სტილისტური ცნობარი“, 2002;40)

ლიტერატურა:

1. „Русский язык конца стлетия“, (1985-1995), М. 1996, с. 147;
2. С. И. Сметанина, “Медиа Текст в системе культуры”, М. 2003, с. 308;
3. “მაღალპროფესიული პრესამსახური”, საზოგადოების სპეციალისტის მიერ შედგენილი ცნობარი, გვ. 25. <http://www.State.gov/press/>.
4. С. И. Сметанина, “Медиа Текст в системе культуры”, М. 2003, с. 301;
5. “ათი პრაქტიკული რჩევა ბიზნესისა და ეკონომიკის სფეროში მომუშავე ჟურნალისტებისათვის, უცხოელ ჟურნალისტთა ცენტრი, 1991, გვ. 14;
6. J. Merril, “Philosophical Foundations to Journalistic Ethics, Plutto Press, Chicago-New-york, 1997, p. 129;
7. „ჟურნალისტის სტილისტური ცნობარი“, ჟურნალისტთა საერთაშორისო ცენტრი, თბ. 2002, გვ. 240;

Natia Jikia, Nunu Charkviani

Akaki Tsereteli State University

e-mail: natia.jikia@atsu.edu.ge

nunu.charkviani@atsu.edu.ge

<https://doi.org/10.52340/lac.2024.32.29>

SJIF 2024: 8.268

Punctuality, Thruthfulness and clear writing

Abstract

The journalist's duty is to write the truth. Mystery, on the other hand, is a part of the true whole that potentially exists. If the journalist made a mistake while preparing the text, used short names of toponyms, distorted the identity of the respondent, did not check, then the information will obviously not be effective. The reason for this is punctuality. As a result, the newspaper loses its readers, subscribers, and this brings the newspaper to the brink of bankruptcy. Therefore, one of the most important issues of journalistic work is punctuality and writing with accuracy, and the journalist's duty is a high responsibility to the reading public, editors and colleagues. The journalistic text should be concise, flexible and easy to understand not only for a specific category of readers, but also for the general public. What are the main symptoms that complicate the media text, degrade it. These are: euphemisms, acronyms, clerical cliches, economic jargon, narrowly specialized terminologies (medical, economic, military, political, etc.), pleonasm ("weed words"), tautology, archaisms, distorted and changed idiomatic expressions, calcification of foreign language borrowed vocabulary, jargonisms, vulgarisms, barbarisms and other "isms".

რეცენზენტი: პროფესორი პეტრე ჟოლნეროვიჩი