

**ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი**
ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ინგლისური ფილოლოგია

ემერ ბალიაშვილი

**საინფორმაციო საბაზეთო სტატიათა
პრაგმატული თავისებურებანი**

(ბრიტანული და ამერიკული პრესის მასალაზე)

ივ. ჯავახიშვილის სახ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ფილოლოგიის დოქტორის (Ph.D.) აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად წარმოდგენილი

დ ი ს ე რ ტ ა ც ი ა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:
ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი,
პროფესორი რუსუდან ენუქიძე

თ ბ ი ლ ი ს ი

2008



**თბილისის
უნივერსიტეტის
გამომცემლობა**

შ ო ნ ა ა რ ს ო

| | |
|---|------------|
| | ბმ. |
| წ ი ნ ა ს ი ტ ყ ვ ა ო ბ ა | 2 |
| შ ე ს ა ვ ა ლ ი | 6 |
| | |
| თავი 1. საგაზეთო ჟანრები და საინფორმაციო საგაზეთო | |
| სტატიათა კლასიფიკაცია | 29 |
| 1.1. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების | |
| ტიპოლოგიური კლასიფიკაცია | 30 |
| 1-ლი თავის დასკვნა | 62 |
| | |
| თავი 2. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა | |
| სემანტიკური მაჩვენებლები (5Ws & an H) | 64 |
| 2.1. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა | |
| სემანტიკურ-თემატური კლასიფიკაცია | 65 |
| მე-2 თავის დასკვნა | 108 |
| | |
| თავი 3. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა | |
| ზოგიერთი პრაგმატული თავისებურება | 114 |
| 3.1. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების პრაგმატული | |
| თავისებურებანი სამეტყველო აქტებთან მიმართებაში | 114 |
| 3.2. დროულ-სივრცობრივ მიმართებათა თავისე- | |
| ბურებები საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში | 152 |
| 3.3. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა დეიქტური ორგანიზაცია | 160 |
| მე-3 თავის დასკვნა | 176 |
| | |
| ს ა ე რ თ ო დ ა ს კ ვ ნ ა | 185 |
| ციტირებული და გამოყენებული ლიტერატურის სია | 201 |
| ციტირებული და გამოყენებული გაზეთების სია | 212 |

წ ო ნ ა ს ი ტ ყ ვ ა ო ბ ა

წინამდებარე სადისერტაციო ნაშრომი: “საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა პრაგმატული თავისებურებანი” (ბრიტანული და ამერიკული პრესის მასალაზე) ეძღვნება ტექსტის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი და ლინგვისტური თვალსაზრისით უაღრესად საინტერესო სტრუქტურის – საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის პრაგმატული თავისებურებების კვლევას, საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტის, როგორც ლინგვისტური პრაგმატიკის საკვლევი ობიექტის შესწავლას.

ნაშრომის თემის აქტუალობა იმით განისაზღვრება, რომ საგაზეთო ტექსტის აღნიშნული სტრუქტურა – საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები (ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი და ინტერვიუ) განხილულია პრაგმატული ასპექტის კუთხით, რაც პირველი მცდელობაა და, რასაც სამეცნიერო ლიტერატურაში არ შევხვედრით.

რა არის საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების, სხვა საგაზეთო სტატიებიდან განმასხვავებელი ნიშან-თვისებები? როგორია მათი ტიპოლოგიური კლასიფიკაცია? რა არის მათი სემანტიკური კვლევის ფორმებად გამოყოფილი მაჩვენებლები? ხდება თუ არა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიით აქტიური დიალოგი მკითხველთან? რა პრაგმატული თავისებურებებია აღნიშნული სტატიებისთვის დამახასიათებელი? რა მიმართებაშია ის სამეტყველო აქტების თეორიასთან? როგორია დროულ-სივრცობრივი მიმართებები საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში? როგორია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა დეიქტური ორგანიზაცია? ეს არის ის ძირითადი კითხვები, რომლებზედაც შეძლებისდაგვარად ვცადეთ სრული და ამომწურავი პასუხის გაცემა წარმოდგენილ ნაშრომში.

ნაშრომის სიახლე იმაში მდგომარეობს, რომ მასში წარმოდგენილია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების, როგორც კომუნიკაციის, ავტორის მეტყველების ერთ-ერთი ფორმის, საგაზეთო ტექსტის ერთ-ერთი კომპოზიციურ-სტრუქტურული ელემენტის ტიპოლოგიური კლასიფიკაცია. გარდა ამისა, გამოყოფილია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სემანტიკური მაჩვენებლები. საგაზეთო სტატიები პირველად არის განხილული, პრაგმატული, კერძოდ, მიკროპ-

პრაგმატული ასპექტების – სამეტყველო აქტების, დეიქსისის და დროულ-სივრცობრივ მიმართებების რეალიზაციის თვალსაზრისით. აღსანიშნავია, რომ პირველად არის წარმოდგენილი სამეტყველო აქტების ზეპირი მეტყველების სფეროდან წერილობითი ტექსტის კვლევის სფეროში გადატანის მცდელობა პუბლიცისტურ – საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტის კომპლექსურ ანალიზზე დაყრდნობით.

წარმოდგენილი ნაშრომის მიზანია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები განვიხილოთ არა მხოლოდ, როგორც პუბლიცისტური ტექსტის ერთ-ერთი კომპოზიციურ-სამეტყველო ელემენტი, არამედ, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმა, დიალოგი ავტორსა და მკითხველს შორის, რითაც ის პრაგმატული კვლევის ჩარჩოში ექცევა; დავადგინოთ მისი პრაგმატული მახასიათებლები. გარდა ამისა, ჩვენი კვლევის მიზანია წარმოვაჩინოთ საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტის მრავალსახეობა და მოვახდინოთ მათი ტიპოლოგიური კლასიფიკაცია, სემანტიკური მახვენებლების გამოყოფა, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა პრაგმატული თავისებურებების დადგენა.

კვლევის საერთო მიზნებიდან გამომდინარე ნაშრომში გადაჭრილია შემდეგი კონკრეტული ამოცანები:

1. მოცემულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტიპოლოგიური კლასიფიკაცია.
2. გამოყოფილია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკური მახვენებლები.
3. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში გამოვლენილია პრაგმატული ასპექტების – სამეტყველო აქტების, დროულ-სივრცობრივ მიმართებათა და დეიქსისის რეალიზაციის კონკრეტული მაგალითები და მოცემულია მათი ანალიზი.
4. დადგენილია ის საერთო პრაგმატული მახასიათებლები, რომლებიც ნიშანდობლივია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების, როგორც მეტყველების წერილობითი ფორმისთვის.

კვლევის ობიექტია საინფორმაციო საგაზეთო სტატია, როგორც ერთი მხრივ, ტექსტის (პუბლიცისტური/საგაზეთო ტექსტის) კომპოზიციურ-ლინგვისტური სტრუქტურის, მთლიანი სისტემის ერთ-ერთი ნაწილი, მეორე მხრივ კი, როგორც თავად დამოუკიდებელი სისტემა ორგანიზაციის საკუთარი წესებითა და თვისებებით.

საკვლევე მასალას შეადგენს ბრიტანული და ამერიკული პრესიდან (The Guardian, The Guardian Weekly, Guardian Unlimited, The Times, The Observer, The Independent, The Daily Telegraph, The Spectator, The Daily Mail, Evening Standard, The Sun, The Washington Post, The New York Times, USA Today,) ამორჩეული 200 საინფორმაციო სტატია. მასალის შერჩევას უპირველეს ყოვლისა გათვალისწინებული იყო საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა აქტუალური თემატიკის სიხშირის ინდექსი; აგრეთვე ის ფაქტი, რომ ისინი სხვადასხვა დროის და განსხვავებული თემატიკის სტატიებია, რაც საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ქვეჯგუფში შემავალი ცნობის, ანგარიშის, ინტერვიუსა და რეპორტაჟის შედარებითი ანალიზისა და მათი საერთო პრაგმატული მახასიათებლების დადგენის შესაძლებლობას გვაძლევს.

კვლევის **მეთოდოლოგიურ საფუძველს** წარმოადგენს მთელისა და ნაწილების ერთიანობის დიალექტიკური გაგება. ასეთი მიდგომის საფუძველზე გამოყენებულია კომპლექსური ანალიზის ძირითადი მეთოდები: ინდუქციური, დედუქციური, კონტექსტურ-სემანტიკური, სტრუქტურულ-სინტაქტიკური და რაოდენობრივ-თვისებრივი ანალიზის სტატისტიკური მეთოდები.

ნაშრომის თეორიული მნიშვნელობა გამოიხატება შემდეგ ფაქტორებში: წარმოდგენილია წერილობითი ტექსტის ერთ-ერთი სახის – საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის – კომპლექსური პრაგმატინგვისტური ანალიზი; მოცემულია მისი ტიპოლოგიური კლასიფიკაცია, გამოყოფილია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკური მახვენებლები, მოცემულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა პრაგმატული თავისებურებანი სამეტყველო აქტებთან მიმართებაში, მოცემულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის დექტური ორგანიზაცია; საინფორმაციო საგაზეთო სტატია განხილულია კომუნიკაციურ-პროცესუალურ ჭრილში, როგორც დიალოგი ავტორსა და მკითხველს შორის და არა მხოლოდ სტატიის ავტორის მონოლოგური მეტყველება.

კვლევის **პრაქტიკული ღირებულება** განისაზღვრება იმით, რომ იგი შეიცავს საინტერესო თეორიულ მასალას ბაკალავრიატის სტუდენტებისა და მაგისტრანტებისთვის, რომლებიც დაინტერესებული არიან ტექსტის ლინგვისტიკის, კერძოდ, საგაზეთო ტექსტის სემანტიკური და პრაგმატული პრობლემათიკის კვლევით, ანალიზის შედეგები და წარმოდგენილი მასალა შესაძლებელია გამოყენებულ იქნეს საგაზეთო ტექსტის ანალიზისა და ინტერპრეტაციის პრაქტიკულ მეცადინეობებზე.

ნაშრომის სტრუქტურა განსაზღვრა დასახულმა მიზნებმა და ამოცანებმა. დისერტაცია წარმოდგენილია ერთ ტომად, რომელიც მოიცავს შემდეგ ნაწილებს: წინასიტყვაობას, შესავალს, სამ თავს (პირველი თავი შედგება ერთი ქვეთავისაგან, მეორე თავი – ერთი ქვეთავისაგან; მესამე თავი შედგება სამი ქვეთავისაგან; თითოეული თავი თავისი დასკვნით), საერთო დასკვნას, ციტირებული და გამოყენებული ლიტერატურის და ციტირებული და გამოყენებული გაზეთების სიას.

წინასიტყვაობაში განსაზღვრულია თემის არჩევანი, კვლევის საგანი, საკვლევი მასალის კორპუსის შერჩევა, კვლევის მეთოდოლოგიური საფუძველი, მიზნები და ამოცანები, თემის აქტუალურობა, ნაშრომის მეცნიერული სიახლე, თეორიული მნიშვნელობა და პრაქტიკული ღირებულება.

შესავალში განხილულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის ადგილი და ფუნქცია ტექსტის საერთო არქიტექტონიკაში; დასაბუთებულია საკვლევი ობიექტის არჩევანი; ზოგადად მიმოხილულია ის ძირითადი პრაგმატული ასპექტები, რა მიმართულებითაც კვლევა წარმართული. მოცემულია, აგრეთვე თეორიული დებულებები, რომლებიც ეხება ტექსტის ლინგვისტიკის საგნისა და მისი ადგილის განსაზღვრას ზოგად ენათმეცნიერებასთან და პრაგმატიკასთან მიმართებაში ქართველი და უცხოელი ენათმეცნიერების ნაშრომებზე დაყრდნობით.

ნაშრომის I თავში მოცემულია საგაზეთო ჟანრები და საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტიპოლოგიური კლასიფიკაცია.

II თავში მოცემულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკური კვლევის ფორმებად გამოყოფილი მაჩვენებლები (5Ws & an H).

III თავში საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები განხილულია პრაგმატული ანალიზის ჭრილში, კერძოდ, განსაზღვრულია მიკროპრაგმატიკის შემდეგი ასპექტების – სამეტყველო აქტების თეორიის, დროულ-სივრცობრივ მიმართებათა თავისებურებების და დეიქსისის რეალიზაციის ფუნქცია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში.

დასკვნაში შეჯამებულია ჩატარებული ანალიზის კვლევის შედეგები.

შ ე ს ა ვ ა ლ ი

ტექსტის ლინგვისტიკის, როგორც ენათმეცნიერების დარგის ჩამოყალიბება არეკლავს თანამედროვე ლინგვისტური მეცნიერების განვითარების მთელ გზას. ტექსტის შესწავლა, მისი ორგანიზაცია და კომპოზიციურ-ლინგვისტური სტრუქტურის ლინგვისტური ანალიზი ტექსტის ლინგვისტიკის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საკითხია. ტექსტის ლინგვისტიკის საკვლევ საგანს წარმოადგენს ტექსტი, როგორც ენობრივ ნიშანთა თანმიმდევრობა, რომელიც ქმნის აზრობრივ მთლიანობას. რადგან ტექსტის ლინგვისტიკა ენათმეცნიერების ახალი დარგია, ამიტომ, ბუნებრივია, აზრთა სხვადასხვაობაა მისი, როგორც ენათმეცნიერების დამოუკიდებელ დისციპლინად აღიარების, ასევე მისი საკვლევ ობიექტის – ტექსტის განსაზღვრებასა და ენობრივ სისტემაში მისი ადგილის გარშემო. ამ საკითხთან დაკავშირებით, ტექსტის ლინგვისტიკის სფეროში მომუშავე ბევრმა ლინგვისტმა გამოთქვა თავისი მოსაზრება (მ. ჰელიდემ, დ. კრისტალმა, ი. გალპერინმა, ზ. ტურაევამ, ზ. ჰარისმა, ი. სტეპანოვმა, ვ. სერგიამ, გ. ლებანიძემ, მ. გვენცაძემ, ვ. ფურცელაძემ და სხვ.).

ჯერჯერობით არ არის “ტექსტის” ისეთი დეფინიცია, რომელსაც ტერმინოლოგიური ხასიათი ექნებოდა. ტექსტის მრავალი განსაზღვრება არსებობს, თუმცა რ. ენუქიდის აზრით არც ერთ მათგანს არ შეიძლება მიენიჭოს დეფინიციის სტატუსი, რადგან მათი განსაზღვრება არ ითვალისწინებს ტექსტის ფუნქციურ ასპექტს.

ტექსტის ფუნქციური გაგების პრიმატზე მიუთითებს გ. ლებანიძეც. მას მიაჩნია, რომ “ტექსტის ყოველი განსაზღვრა, ყოველი აღწერა, კლასიფიკაცია ატარებს პრაგმატულ ხასიათს. ტექსტის ლინგვისტიკა კი უნდა გავიგოთ, როგორც პრაგმატიკის თეორიული გაშლა, მისი შინაარსეული ექსპლიკაციის ერთ-ერთი მომენტი” (ლებანიძე 1997: 105).

ი. გალპერინი ტექსტს შემდეგნაირად განსაზღვრავს: «Текст является объектом крупного масштаба, поскольку он предполагает в качестве своих конституэнтов единицы более крупные, чем предложение» (Гальперин 1981: 8). იგი თვლის, რომ ტექსტი – ეს პროცესის რაღაც გადაღებული მომენტი, რომელშიც ობიექტის ყველა დისტინქციური ნიშან-თვისებები მეტ-ნაკლები სიციხადით არის გამოხატული. თუმცა აქვე აღნიშნავს, რომ ტექსტი უთუოდ უნდა განვიხილოთ, როგორც

კომუნიკაციის ისეთი ფორმა, რომელიც სპონტანურობას მოკლებულია: «Текст представляет собой некое завершённое сообщение, обладающее своим содержанием, организованное по абстрактной модели одной из существующих в литературном языке форм сообщений (функционального стиля, его разновидностей и жанров) и характеризующееся своими дистинктивными признаками» (Гальперин 1981: 9, 11, 20).

ფ. ვერდონკის აზრით “When we think of a **text**, we typically think of a stretch of language complete in itself and of some considerable extent: a business letter, a leaflet, a news report, a recipe, and so on” (Verdonk 2006:17).

ტექსტი არ არის ჯაჭვისებრივი მიკროსტრუქტურათა მარტივი ერთობლიობა, არამედ იგი წარმოადგენს გლობალურ მთლიანობას, მაკროსტრუქტურას. წინადადებათა ჯაჭვი, რომელსაც არ გააჩნია მაკროსტრუქტურა, არ არის ტექსტი.

ტექსტის მრავალ არსებულ განსაზღვრებათა შორის, ვფიქრობთ ყველაზე ტევადია ტექსტის ის განსაზღვრება, რომელიც მოცემულია ლინგვისტურ ენციკლოპედიურ ლექსიკონში: “ტექსტი არის აზრობრივი კავშირით გაერთიანებულ ნიშნობრივ ერთეულთა თანმიმდევრობა, რომლის ძირითადი ნიშნებია შეჭიდულობა და მთლიანობა” («Лингвистический энциклопедический словарь», М., 1990). მაგრამ, ამ დეფინიციასაც აქვს ნაკლი, რაც იმაში მდგომარეობს, რომ ის არ შეიცავს ტექსტის პრაგმატულ-კომუნიკაციურ ასპექტს, ე.ი. მასში არ არის მოცემული ტექსტის ფუნქციური მახასიათებელი, რაც ფორმისა და შინაარსის აღმნიშვნელ ნიშნებთან ერთად, მოცემულ განსაზღვრებას ტერმინოლოგიურ ხასიათს მიანიჭებდა.

ტექსტის ლინგვისტიკის პრობლემატიკის ნებისმიერი გამოკვლევა ეფუძნება “ტექსტის” გაგების ავტორისეულ კონცეფციას. ზ. ტურაევამ გამოყო კონცეფციითა ოთხი ჯგუფი; ყოველი ჯგუფისთვის ტექსტის ესა თუ ის ასპექტი წარმოადგენს განმსაზღვრელ, წამყვან, რელევანტურ ასპექტს:

1. კონცეფციები, რომლებშიც წამყვან ასპექტად მიჩნეულია სტატიკური ასპექტი; ეს კონცეფციები ტექსტს წარმოადგენენ როგორც ინფორმაციის გაგზავნის შედეგს.
2. კონცეფციები, რომლებშიც წინა პლანზე ტექსტის პროცესუალობაა წამოწეული. პროცესუალობა შეიძლება ორგვარად იქნეს გაგებულ: ერთი მხრივ, როგორც ადამიანის სამეტყველო უნარის რეალიზაცია; მეორე მხრივ, ტექსტი გააზრებულია, როგორც ენა მოქმედებაში.

3. კონცეფციები, რომლებიც წინა პლანზე გამოყოფენ კაუზატურ საწყისს, ე.ი. ტექსტის წყაროს – ინდივიდის სამეტყველო ქმედებას. ამ კონცეფციებს შეიძლება კომუნიკაციურიც ეწოდოს, რადგან ისინი ორიენტირებული არიან კომუნიკაციის აქტზე, რომელიც გულისხმობს ინფორმაციის გამგზავნისა და მიმღების არსებობას.
4. სტრატეგიკაციული კონცეფციები, რომლებიც ტექსტს განიხილავენ როგორც ენობრივი სისტემის დონეს, რაც გულისხმობს აბსტრაქტული ტექსტისა და კონკრეტული ტექსტის ურთიერთმიმართებას.

ჩამოთვლილი კონცეფციებიდან სტატიკური და სტრატეგიკაციული კონცეფციები მიეკუთვნება ტექსტის ლინგვისტიკის განვითარების ადრეულ პერიოდს (70-იან წლებამდე), მოგვიანებით გამოიყო ტექსტის უზოგადესი მახასიათებლები, რამაც განაპირობა იმ კონცეფციების ჩამოყალიბება, სადაც სამეტყველო ქმედება და პროცესუალობა მიჩნეულია ტექსტის რელევანტურ ასპექტებად.

მოყვანილი კონცეფციებიდან მეორე და მესამე ჯგუფები (ე.ი. რომლებშიც აქცენტირებულია პროცესუალობა და ტექსტის კომუნიკაციურობა) წარმოადგენენ ერთი თეზისის (“ტექსტი არის ენა მოქმედებაში”) ორ მხარეს; ტექსტის ასეთი, დინამიკური გაგება გულისხმობს საკვლევი ობიექტისადმი მიდგომის ორ ურთიერთგანმსაზღვრელ ასპექტს: ტექსტის პროცესუალობას და ტექსტის კომუნიკაციურობას. ეს ორი ასპექტი განსხვავდება სტრუქტურულ-სემანტიკური და პრაგმატული პარამეტრებისაგან, მაგრამ ამის მიუხედავად, მაინც წარმოადგენს ენობრივი ფუნქციონირების საფუძველს, მისი არსების განმსაზღვრელს. სწორედ ეს ორი ასპექტი ქმნის იმ ძირითად დისტინქციურ ნიშნებს, რომლებიც ტექსტს განასხვავებენ სხვა ენობრივი ერთეულებისაგან.

ამიტომ, საკვლევი ობიექტისადმი ჩვენი მიდგომა, ძირითადად ეფუძნება აღნიშნული კონცეფციებიდან მეორე და მესამე ჯგუფებს, სადაც ტექსტი განხილულია, როგორც “ენა მოქმედებაში” – “Text is language in use” (M. Halliday), რაც ტექსტის პროცესუალობისა და ტექსტის კომუნიკაციურობის ურთიერთგანმსაზღვრელ როლს გულისხმობს.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების პროცესუალობის პრიზმაში გატარებამ შესაძლებლობა მოგვცა, რომ აღნიშნული სტრუქტურა განგვეხილა არა მხოლოდ როგორც საგაზეთო ტექსტის კომპოზიციურ-სტრუქტურული ელემენტი, ე.ი. სტატიკური ფორმა, არამედ, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმა, რომელშიც არსებობს ადრესანტი/ავტორი და ადრესატი/მკითხველი.

ბოლო წლებში ტექსტის კვლევის სამი ძირითადი სფერო ჩამოყალიბდა: ტექსტის ზოგადი თეორია, ტექსტის გრამატიკა და ტექსტის სტილისტიკა. პირველი იკვლევს ტექსტის ლინგვისტიკის ზოგად საკითხებს, ადგენს ტექსტის ცნებას, ტექსტის ორგანიზების სემანტიკურ, სტრუქტურულ და კომუნიკაციურ პარამეტრებს და ა.შ. მეორე – საბოლოოდ არ ემიჯნება გრამატიკას და გრამატიკული მიმართებები გადააქვს ტექსტის დონეზე, გამოჰყოფს იმ მოვლენებს, რომლებიც სცილდება წინადადების ჩარჩოს; მესამე – ენას განიხილავს, როგორც უმნიშვნელოვანეს კომუნიკაციურ საშუალებას საზოგადოებასთან მიმართებაში და წინ წამოსწევს ისეთ კომუნიკაციურ-პრაგმატულ ფაქტორებს, როგორცაა მოტივაცია, განზრახვა, მიზნის განხორციელება და მისთ. (ფურცელაძე 1998: (ნაწ. II): 46).

თანამედროვე ტექსტის ლინგვისტიკა აღიარებულია კომუნიკაციურობაზე ორიენტირებულ დისციპლინად, რაც მოწმობს ფუნქციური ასპექტის წინა პლანზე წამოწევას; მაგრამ ეს ფაქტი არ გამორიცხავს იმას, რომ ზოგიერთი მკვლევარი ტექსტისთვის რელევანტურად სხვა ასპექტებს მიიჩნევს, როგორცაა: ონტოლოგიური, გნოსეოლოგიური, საკუთრივ ლინგვისტური, ფსიქოლოგიური, პრაგმატული (ზ. ტურაევა), კომპოზიციური (ჰელიდგი, ჰასანი), სემანტიკური (რ. ბარტი) ასპექტები. ზოგი ლინგვისტი კი ტექსტის უზოგადეს მახასიათებლად ანუ კატეგორიად ასახელებს დისტაქსიას – სამეტყველო ჯაჭვის თანმიმდევრული სწორხაზოვნების დარღვევას (შ. ბალი), ინფორმაციულობას (ი. გალპერინი), კოჰერენტულობას (მ. ჰელიდგი, ი. ბელერტი, კვ. კოჟენიკოვა, ა. ლეონტიევი), აზრობრივ მთლიანობას და დროულ-სივრცობრივ მიმართებებს (ო. მოსკალსკაია, გ. სტეპანოვი), ნარატულობას და კონტინუუმს (ჯ. ელისი, რ. შლომითი, ნ. ლევკოვსკაია), კონტექსტს (ო. კაფკოვა) და სხვა.

რ. ენუქიძე ტექსტის არსებით ნიშნად, მისი არსებობის ფორმად პროცესუალობას მიიჩნევს. “პროცესუალობა ... ითვლება ყველა სახის სამეტყველო სტილის /კომუნიკაციის, ტექსტის/ უნივერსალურ მახასიათებლად, მაგრამ სხვადასხვა სახის კომუნიკაციებში ზოგად ნიშნებთან ერთად პროცესუალობას უნდა ექნეს განმასხვავებელი ინდექსებიც. მიგვაჩნია, რომ მხატვრულ და არამხატვრულ სამეტყველო სტილებს /ტექსტებს/ შორის განსხვავების დადგენა შესაძლებელია არა მარტო ზემოთ დასახელებული ასპექტების მეშვეობით, არამედ პროცესუალობის თავისებური ხასიათითაც, რომელიც ახასიათებს ყველა მხატვრულ და არამხატვრულ ტექსტს. მხატვრულ და არამხატვრულ ტექსტებს შო-

რის არსებული დისტინქციური ხასიათის პროცესუალობა ეფუძნება იმ ფაქტს, რომ, ჩვენი აზრით, მხატვრულ ტექსტში რელევანტურია ა ს ო ც ი ა ც ი უ რ ი პროცესუალობა, არამხატვრულში კი – რ ე პ რ ე ზ ე ნ ტ უ ლ ი პროცესუალობა” (ენუქიძე 1990: 10).

მიგვაჩნია, რომ ტექსტის ფუნქციურ თვალსაზრისზე დაყრდნობით ტექსტის ლინგვისტიკის ყველაზე საფუძვლიან და ადეკვატურ განსაზღვრებას გადალევს გ. ლებანიძე: “ტექსტის ლინგვისტიკის ექსპლიციტურ საფუძველს წარმოადგენს ტექსტის ცნება, იმპლიციტურს - პრაგმატიკა” (ლებანიძე 1997: 99).

ტექსტის სიღრმისეული და ადეკვატური ანალიზი, ტექსტობრივ კატეგორიათა გამოყოფა-დადგენის გარდა, გულისხმობს გასაანალიზებელი ტექსტის ტიპის განსაზღვრასაც. ტექსტთა ტიპოლოგიის შესწავლა განეკუთვნება ტექსტის ლინგვისტიკის ძირითად პრობლემათა სფეროს. თანამედროვე ტექსტის ლინგვისტიკა ტექსტთა ტიპოლოგიზაციის საფუძვლად უმეტეს შემთხვევაში ფუნქციურ ასპექტს მიიჩნევს. ყოველი ტიპოლოგიური გამოკვლევა, რომელიც ტექსტობრივ ფუნქციებს ანალიზებს, ეყრდნობა სამეტყველო აქტების ფუნქციებს შორის განსხვავებას. 50-იან წლებში ფუნქციური სტილების შესწავლა დაიწყო აკად. ვ. ვინოგრადოვმა (Виноградов 1963). მისი ფუნქციური სტილების თეორია დაფუძნებულია კომუნიკაციურ ასპექტზე და მის ძირითად ფუნქციებზე (“общение”, “сообщение”, “воздействие”). თუმცა აქვე უნდა შევნიშნოთ, რომ მის მიერ გამოყოფილი ფუნქციური სტილები არ წარმოადგენენ ერთმანეთისგან იზოლირებულ სამეტყველო სფეროებს და ხშირია შემთხვევები, როდესაც ერთი ფუნქციური სტილისათვის (ტექსტისათვის) დამახასიათებელი ნიშანი რეალიზებულია სხვა სახის სტილის (ტექსტის) სამეტყველო აქტში.

ი. გალპერინი გამოყოფს ხუთ ფუნქციურ სამეტყველო სტილს, რომელიც ტექსტის ასევე ხუთ სხვადასხვა ტიპს ახასიათებს:

1. ბელეტრისტული სტილი – ესთეტიკურ-შემეცნებითი ფუნქცია;
2. პუბლიცისტური სტილი – საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედების ფუნქცია;
3. საგაზეთო სტილი – ინფორმაციული და შემფასებლური (ევალუაციური) ფუნქცია;
4. სამეცნიერო სტილი – მტკიცების ფუნქცია;
5. ოფიციალურ-დოკუმენტური – ერთ საქმეში ორი მოპირისპირე ჯგუფისათვის პირობათა დადგენის ფუნქცია.

ფუნქციურ სტილთა ზემოთ მოყვანილი კლასიფიკაცია უდავოდ ხელს შეუწყობს ამ პრობლემის სიღრმისეულ შესწავლას, მაგრამ ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ის არ ადგენს მოცემულ სტილებს შორის მკვეთრად გამოხატულ საზღვრებს. საგაზეთო სტილის ფუნქციურ მახასიათებლად ი. გალპერინი მიიჩნევს ინფორმაციას და შეფასებას, რაც არ იძლევა ამ სტილის ადეკვატურ განსაზღვრებას. ვ. ვინოგრადოვი არ გამოყოფდა საგაზეთო სტილს პუბლიცისტური სტილისგან, უთუოდ იმის საფუძველზე, რომ პუბლიცისტური სტილის წამყვან ფუნქციად ისევე, როგორც მხატვრულ-ბელეტრისტული სტილის წამყვან ფუნქციად ისევე, როგორც მხატვრულ-ბელეტრისტული სტილის წამყვან ფუნქციურ მახასიათებლად მიიჩნევდა ზემოქმედებას. პუბლიცისტის განვითარების დღევანდელ ეტაპზე ვ. ვინოგრადოვის ეს მოსაზრება სულ უფრო მტკიცდება. მაგ. ინგლისურენოვანი პუბლიცისტიკა (და საგაზეთო სტილიც) ზემოქმედების ფუნქციას ასრულებს და ამ მიზნით ფართოდ იყენებს მხატვრული ლიტერატურისთვის დამახასიათებელ ექსპრესიულ საშუალებებსაც (როგორც ლექსიკურს, ისე გრამატიკულს).

სამეტყველო სტილების, ანუ ტექსტების ორწევრა, ბინარული ფუნქციური კლასიფიკაცია საფუძველად დაედო მრავალ გამოკვლევას რომლებიც აწარმოებენ ორი ენობრივი სტილის ანუ ტექსტების შეპირისპირებით ანალიზს. მაგალითად, მხატვრული – არამხატვრული, მხატვრული – სამეცნიერო, მხატვრული – პრაქტიკული და სხვ. ორი ტიპის ტექსტის განმასხვავებელ არსებით ნიშნად ფუნქციურობას ასახელებენ, თუმცა მხატვრული და არამხატვრული (სამეცნიერო) ტექსტების დისტინქციურ ნიშნებად სხვა მახასიათებლებსაც გამოყოფენ: ასე მაგ. მ. პრობსტმა ასეთი 29 ნიშანი გამოყო. დავასახელებთ რამდენიმე მათგანს: სამეცნიერო ტექსტში “ფაქტები ქმნიან საფუძველს”, მხატვრულ ტექსტში: “ფაქტები ქმნიან ფონს”; სამეცნიერო ტექსტში არსებობს “მარადიულ თემათა” გადაწყვეტის შესაძლებლობა, მხატვრულ ტექსტში კი – “მარადიულ თემათა” ამოუწურაობა და მათი ნაირგვარი ინტერპრეტაციები (Пробст 1981:12). სამეცნიერო ტექსტში ინტერპრეტაცია ყოველთვის ცალსახა და ერთმნიშვნელოვანი უნდა იყოს, მხატვრულ ტექსტში კი ინტერპრეტაციათა სიმრავლის შესაძლებლობაა. არსებობს აზრი, რომ რაც უფრო მეტია მხატვრული ტექსტის შესაძლებელ ინტერპრეტაციათა და ასოციაციათა არსებობა, მით უფრო მაღალმხატვრულია ტექსტი და პირიქით, რაც უფრო ნაკლებია მხატვრულ ტექსტში ინტერპრეტაციათა რაოდენობა, მით უფრო უახლოვდება იგი არამხატვრულ ტექსტს (რ. ბარტი, ი. ლოტმანი, მ. პრობსტი).

ცხადია, რომ ფუნქციური მახასიათებლის გამოყოფა არაა საკმარისი ამ თუ იმ ტექსტის სიდრმისეული ანალიზისთვის. იმისათვის, რომ გავმიჯნოთ მხატვრული და არამხატვრული ტექსტები ერთმანეთისგან საჭიროა არა მარტო ამ ტიპის ტექსტის დისტინქციური კატეგორიების დადგენა, არამედ უნდა გამოიყოს ყველა სახის ტექსტისთვის დამახასიათებელი ზოგადი კატეგორიები, ე.ი. ის კატეგორიები, რომლებიც რელევანტურია მოცემული ფუნქციური სტილისთვის. ამდენად, ტექსტის ლინგვისტიკის საკვლევი ობიექტიც, უპირველეს ყოვლისა, ტექსტობრივ კატეგორიათა სისტემაა, და ამ კატეგორიების ლინგვისტური ორგანიზაციის შესწავლა სხვადასხვა ტიპის ტექსტში.

აუცილებელია აღვნიშნოთ, რომ ჩვენი კვლევის საგანია არამხატვრული ტექსტის ერთ-ერთი შემადგენელი სტრუქტურა – საგაზეთო, კერძოდ კი, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები, და ამიტომ, სწორედ არამხატვრული ტექსტისთვის რელევანტური დისტინქციური მახასიათებლების გამოყოფაა ჩვენთვის მნიშვნელოვანი.

ქართულ ლინგვისტურ სამეცნიერო ლიტერატურაში არაერთი გამოკვლევა მიეძღვნა ტექსტის, მხატვრული და არამხატვრული/საგაზეთო ენის პრობლემატიკის კვლევას, მათ შორის განსაკუთრებით გვსურს გამოვყოთ შემდეგი ნაშრომები:

1. ენუქიძე რ. დროულ-სივრცობრივ მიმართებათა ლინგვისტური ორგანიზაცია მხატვრულ ტექსტში. თბილისი, თსუ გამომცემლობა, 1984.
2. Гвенцадзе М. «Коммуникативная лингвистика и типология текста», Тбилиси, Изд. «Ганатлеба», 1986.
3. Енукидзе Р. Художественный хронотоп и его лингвистическая организация. Тбилиси, изд. ТГУ, 1987.
4. ენუქიძე რ. მხატვრული პროზაული ტექსტის პროცესუალობა და თხრობითი დინამიკა. საქ. სსრ მეცნ. აკად. “მოამბე”. 134, №3, II ნაწილი, 1989. გვ. 193-197.
5. სერგია ვ. ტექსტის ლინგვისტიკა. თბილისი, გამომცემლობა “განათლება”, 1989.
6. ენუქიძე რ. ლინგვისტური პრაგმატიკა და მხატვრული ტექსტის პროცესუალობა. თბილისი, თსუ გამომცემლობა, 1990.
7. კვარაცხელია გ. მხატვრული ენის შესწავლის ლინგვისტური ასპექტები. თბილისი, თსუ გამომცემლობა, 1995.

8. ფურცელაძე ვ. ტექსტი, როგორც ენობრივი მოღვაწეობის წერილობითი გაცხადება. 2 ნაწილად. თბილისი, გამომცემლობა “სამშობლო”, 1998.
9. ორკოდაშვილი მ. საგაზეთო ანალიზური სტატიის ლინგვისტური და გრაფიკული მახასიათებლები (ბრიტანული და ქართული პრესის მასალაზე). ავტორეფერატი ფილოლოგიის მეცნ. კანდ. სამეცნიერო ხარისხის მოსაპოვებლად. თბილისი, 1999.
10. დვალაძე ნ. პუბლიცისტური ტექსტის თხრობითი დინამიკის ლინგვისტური ორგანიზაცია. ავტორეფერატი ფილოლოგიის მეცნ. კანდ. ხარისხის მოსაპოვებლად. თბილისი, 2001.

საგაზეთო პუბლიცისტურ ტექსტში, კერძოდ კი, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ორი საწყისი ერწყმის ერთმანეთს. ესენია: თემის დამუშავების ლოგიკურ-რაციონალური საფუძველი და ამ თემის ემოციურ-ხატოვანი გაფორმება. გასული საუკუნის 90-იანი წლების პრესამ ტექსტის აგებისას ლოგიკურ-რაციონალურ მხარეს მეტი ყურადღება დაუთმო. სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება ფაქტობრივი მასალის გამოყენება.

ენათმეცნიერთა შორის აზრთა სხვადასხვაობაა ტექსტის ზეპირი და წერილობითი ვარიანტების განსხვავებასთან დაკავშირებით. წერილობითი და ზეპირმეტყველების ენის თავისებურებები ყოველთვის იპყრობდა ლინგვისტთა ყურადღებას. ტექსტის ლინგვისტიკის განვითარების დასაწყისში ნათლად არ იყო გამოკვეთილი საკვლევი ობიექტი. ამიტომ, ტერმინები: “ტექსტი” და “დისკურსი” გამოიყენებოდა ენის, როგორც ზეპირ, ასევე წერილობით ფორმებთან მიმართებაში.

90-იანი წლებიდან უფრო მკაფიოდ გამოიკვეთა (წერილობითი) ტექსტისა და დისკურსის (საუბრის, ზეპირი გამონათქვამების, დიალოგების) ფორმების სხვადასხვა, განსხვავებული მეთოდებით შესწავლის ტენდენცია.

ი. გალპერინს მიაჩნია, რომ, რადგან ტექსტი, როგორც ასეთი, წარმოიქმნება, არსებობს და ვითარდება ლიტერატურული ენის წერილობითი სახით, მხოლოდ ამ ვარიანტში ვლინდება გრაფიკულად ექსპლიციტურად გამოხატული ტექსტის დანაწევრებულობა, როგორც ენობრივი გამოსახვის შგნებული დამუშავების შედეგი (Гальперин 1981: 15).

ზოგი მეცნიერი ენის წერილობითი ვარიანტის არსებობას საერთოდ უარყოფს, მათ შორისაა ლ. ბლიუმფილდი: «Письмо – это не язык, но всего лишь способ

фиксации языка, с помощью видимых знаков»; «...мы всегда должны предпочитать слову написанному слово звучащее» (Блюмфильд 1968: 35-36). იგივე შეხედულებას იზიარებენ ჯ. ლაიონზიცი და ამერიკელ დესკრიპტივისტთა ის ნაწილი, რომლებიც უფერად მეტყველებას, როგორც ენის ერთადერთ რეალურ არსებობას ისე განიხილავენ. თუმცა ის, რომ ლინგვისტები ცნობენ წერილობითი ენის დამოუკიდებელი არსებობის უფლებას სულაც არ ნიშნავს აღნიშნული ვარიანტის სრულ ავტონომიურობას.

ი. გალპერინი წერილობითი ტექსტის ერთ-ერთ ყველაზე დამახასიათებელ თავისებურებად თვლის მის ფუნქციურ მიზანდასახულობას, ანუ მის ორიენტირებას შეტყობინების წინასწარ დასახული რაიმე მიზნის შესრულებაზე (Гальперин 1981: 16). ამდენად, წერილობითი ტექსტი ყოველგვარი მეტყველების მსგავსად პრაგმატულია. მაგრამ, წერილობითი ტექსტი ყოველთვის ისე პირდაპირ და სწორხაზოვნად არ ხსნის თავის მიზანდასახულობას, როგორც ეს ხდება ზეპირი მეტყველების დროს. ინტონაცია, მიმიკა, ქესტი, თავად ურთიერთობის ტიპი (დიალოგი) მოსაუბრის განზრახვაზე საკმაოდ ნათლად მიუთითებს, მაშინ როდესაც წერილობით ტექსტებში, განსაკუთრებით კი ტექსტის განსაზღვრულ ტიპებში (მათ შორის ჩვენი კვლევის ობიექტშიც კი – საგაზეთო ტექსტში/საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში) ეს განზრახვა უნდა ამოვიცნოთ, რაც გარკვეულ ძალისხმევას და სხვადასხვა ტიპის ტექსტების ანალიზით დაგროვილ გამოცდილებას მოითხოვს.

უპირისპირებს რა ენის წერილობით და ზეპირ ვარიანტებს, ი. გალპერინი მიუთითებს სხვა პრაგმატულ მახასიათებლებზეც, სახელდობრ იმაზე, რომ ზეპირი მეტყველება კონკრეტულობისკენ, ერთმნიშვნელობისკენ, ინტონაციური არაორაზროვნებისკენ ისწრაფვის. მაშინ, როდესაც წერილობითი სახესხვაობა აბსტრაქტული, არაერთმნიშვნელოვანია და შეტყობინების ინტონაციური თვალსაზრისით მრავალპლანიან რეალიზაციას და სხვადასხვაგვარ ინტერპრეტაციას გულისხმობს (Гальперин 1981: 17).

გალპერინისეული ტექსტის შემდეგი განსაზღვრება შეიძლება საგაზეთო ტექსტსაც მივუსადაგოთ, და ამრიგად: «Текст (საგაზეთო ტექსტი – ე. ბალიაშვილი) – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых средств), объединенных разными типами лекси-

ческой, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» (Гальперин: 1981: 18).

ვ. ფურცელაძე თვლის, რომ ტექსტის ლინგვისტიკა საკვლევ ობიექტად წერილობით წარმონაქმნებს მიიხსნევს და იკვლევს მათ, როგორც ენობრივი მოღვაწეობის წერილობით მანიფესტაციას, საშუალებას და შედეგს. დისკურსის ლინგვისტიკა კვლევის ინტერესს წარმართავს ზეპირი ენობრივი წარმონაქმნებისაკენ, ამასთანავე გადამწყვეტ მნიშვნელობას ანიჭებს სამეტყველო აქტების თეორიასა და მისი გამოყენების მეთოდიკას დისკურსული წარმონაქმნების ინტერპრეტაციაში (ფურცელაძე 1998: (ნაწ. II.) 48).

დისკურსს ლინგვისტები შემდეგნაირად განმარტავენ: გ. კრესი თვლის, რომ: “Discourses are systematically-organized sets of statements which give expressions to the meanings and values of an institution... A discourse provides a set of possible statements about a given area, and organizes and gives structure to the manner in which a particular topic, object, process is to be talked about. In that it provides descriptions, rules, permissions and prohibitions of social and individual actions” (Kress 1985: 6-7).

ფ. ვერდონკი განმარტავს, რომ: “... the meaning of a text does not come into being until it is actively employed in a context of use. This process of activation of a text by relating it to a context of use is what we call **discourse**. To put it differently, this contextualization of a text is actually the reader’s (and in the case of spoken text, the hearer’s) reconstruction of the writer’s (or speaker’s) intended message, that is, his or her communicative act or discourse” (Verdonk 2006:18).

დ. ტანენი დისკურსად მიიხსნევს “ენას წინადადების ფარგლებს გარეთ”: “Language in sequence beyond the sentence is not a particular, homogeneous kind of data, but all inclusive category. Discourse – language beyond the sentence – is simply *language* – as it occurs, in any context in any form” (Tannen 1996: 6). დ. ტანენის აზრით “...what makes discourse effective is... that the more work readers or hearers do to supply meaning, the deeper their understanding and the greater their sense of involvement with both text and author” (Tannen 1996: 23).

უ. ჩეიფი ზეპირ და წერილობით დისკურსს ადარებს და აღნიშნავს, რომ პროტოტიპული ზეპირი/სალაპარაკო ფორმისთვის დამახასიათებელია ფრაგმენტულობა და მონაწილეობა, ხოლო პროტოტიპული წერილობითი ფორმისთვის კი – ინტეგრაცია და განცალკევებულობა/detachment (Chafe 1985: 116).

გ. კუკის აზრით, დისკურსის ანალიზი ეხება დისკურსის წარმოსაქმნელად ტექსტის ურთიერთქმედებას კონტექსტის ცოდნასთან. იგი აზუსტებს “ტექსტის”, “კონტექსტის” და “დისკურსის” მისეულ გაგებას, და აღნიშნავს, რომ “... ‘a text’ ... is the linguistic forms in a stretch of language, and those interpretations of them which do not vary with context. ... Text interacts with ‘context’, which... is a form of knowledge of the world. ... ‘Discourse’, as opposed to text, is a stretch of language in use, taking on meaning in context for its users, and perceived by them as purposeful, meaningful, and connected... A discourse is a coherent stretch of language” (Cook 1994: 24-25).

ჩვენ ვეთანხმებით გ. კუკის განსაზღვრებას, და მიგვაჩნია, რომ დიფერენცირება უნდა მოხდეს “წერილობით დისკურსსა” და “ზეპირ დისკურსს” შორის, და არა “ტექსტს”, როგორც მეტყველების წერილობით ფორმასა და “დისკურსს”, როგორც მეტყველების ზეპირ ფორმას შორის. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის შემთხვევაში “წერილობითი/საგაზეთო ტექსტის” ხმარებას უფრო მიზანშეწონილად ვთვლით. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ეს ორი ცნება “წერილობითი დისკურსი” და “წერილობითი ტექსტი” ურთიერთგამომრიცხავი არ არის.

ასევე ვიზიარებთ ი. გალპერინისა და იმ მეცნიერების აზრს, რომლებიც თვლიან, რომ წერილობით ვარიანტს, ანუ წერილობით ტექსტს დამოუკიდებლად არსებობის უფლება აქვს, თუმცა ეს მის ავტონომიურობას გამორიცხავს, რადგან ეს ორივე ფორმა – ზეპირი და წერილობითი ერთმანეთთან მჭიდრო კავშირშია.

ჩვენ ვცადეთ გაგვეჩვენა, თუ, რა ზეგავლენას ახდენენ ამ სფეროების ძირითადი კატეგორიები ერთმანეთზე, თუ, როგორ ოპერირებენ აღნიშნული ორი სფეროს ძირითადი კატეგორიები ურთიერთშორის. ზეპირი მეტყველების ისეთი ძირითადი მახასიათებელი, როგორცაა დიალოგური მეტყველება, გადმოვიდა წერილი მეტყველების მახასიათებლად. ამის საფუძველს გვაძლევს ტექსტის გაგების დინამიკურ-პროცესუალური კონცეფცია, რადგან ის ეყრდნობა ტექსტის, როგორც დიალოგური მეტყველების გაგებას. მართალია ეს უფრო მძაფრად არის წარმოდგენილი მხატვრულ ტექსტში, როგორც მხატვრული ტექსტის მრავალგვარ ინტერპრეტაციაზე დაფუძნებული დიალოგი მწერალსა და მკითხველს შორის. მაგრამ, ჩვენმა კვლევამ ცხადყო, რომ მართალია საინფორმაციო საგაზეთო სტატია განიხილება, როგორც ტექსტის ლინგვისტური სტრუქტურის ერთ-ერთი ელემენტი, ის ამავდროულად შეიძლება განვიხილოთ, როგორც კომუ-

ნიკაციის ერთ-ერთი ფორმა, ანუ დიალოგი საგაზეთო სტატიის ავტორსა და მკითხველს შორის. ამიტომ, აქედან გამომდინარე, ჩვენ მას კონკრეტულ სამეტყველო აქტად მივიჩნევთ, რომლის საშუალებითაც ავტორი მკითხველს აწვდის გარკვეულ ინფორმაციას.

საგაზეთო სტატიაში აშკარა დიალოგი სტატიის ავტორსა და მკითხველს შორის არ ხდება, მაგრამ ყველა სტატია გულისხმობს კონტაქტს ავტორსა და მკითხველს შორის და მათ უმრავლესობაში სტატიის ავტორი აღწევს დასახულ მიზანს, უმეტეს შემთხვევაში მკითხველზე ზემოქმედებს.

ამრიგად, ტექსტი არის სუბიექტურობის რეალიზაცია ობიექტურად არსებული ენის საშუალებით, ე.ი. ყოველი ტექსტი სუბიექტურობის პრინციპს ემყარება და ენობრივ ერთეულთა არჩევანი პრაგმატული ფაქტორებით განისაზღვრება. ამ არჩევანის საფუძვლად კი მოსაუბრის მოტივი და მიზანდასახულობა უნდა ჩაითვალოს.

საგაზეთო ტექსტის ლინგვისტიკის პრობლემათა კვლევის თანამედროვე ეტაპზე წამყვან ფაქტორად პრაგმატული განზომილება უნდა ჩაითვალოს, რომელიც ტექსტის სინტაქსური და სემანტიკური პარამეტრების დადგენისას განმსაზღვრელ პირობას წარმოადგენს. პრაგმატული ფაქტორი არის საფუძველი ყველა იმ სინტაქსური და სემანტიკური თავისებურებისა, რომელიც ამა თუ იმ ტექსტს განასხვავებს მეორე, მაგრამ ამავე ფუნქციური რანგის ტექსტისგან.

ლინგვისტური პრაგმატიკა კომუნიკაციურ საფუძველს ეყრდნობა, რომელიც თავის მხრივ ინტერსუბიექტურობის კატეგორიით არის განპირობებული. სამეტყველო კომუნიკაცია, რა სახითაც არ უნდა წარმოდგეს იგი (ზეპირი იქნება თუ წერილობითი), ყოველთვის ეყრდნობა ინტერსუბიექტურობის პრინციპს, იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც კომუნიკაციის ტიპი (მაგ. საინფორმაციო საგაზეთო სტატია – არამხატვრული ტექსტი) არ გულისხმობს ინფორმაციის გამგზავნის/ინფორმანტის და მიმღების/რეციპიენტის პირად ნაცნობობას.

კიდევ ერთი საკითხი, რომლის გარკვევასაც შევეცადეთ ამ ნაშრომში: საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები სტატიის ავტორის მონოლოგია თუ აქტიური დიალოგი მკითხველთან? საინფორმაციო საგაზეთო სტატია ყოველთვის არ არის მხოლოდ შიშველი ფაქტის კონსტატაცია, ანუ ავტორის მონოლოგი, ის უმეტესწილად აქტიური დიალოგია მკითხველთან. ამდენად, კომუნიკაციის ყოველი აქტი, და ჩვენს შემთხვევაში საგაზეთო კომუნიკაცია ყოველთვის გულისხმობს მეტყველ სუბიექტს/ადრესანტს (სტატიის ავტორს – ე. ბ.), მსმენელ სუბი-

ექტს/ადრესატს (გაზეთის მკითხველს – ე. ბ.), და მათ შორის ურთიერთმიმართებას ანუ ინტერსუბიექტურობას, რომელიც გულისხმობს პირთა პოლარულობას – დიალოგურ სიტუაციაში “შენ” ხდება “მე” (Бенвенист 1974: 294). ამას გარდა, ჩვენ გვაქვს მიმართება მსმენელ სუბიექტსა და ასახულ სიტუაციას შორის. გამონათქვამის შინაარსი დამოკიდებულია იმაზე, თუ სად, როდის და ვის მიერ არის ეს გამონათქვამი პროდუცირებული. ეს სამი კოორდინატი: სუბიექტი, დროული და სივრცობრივი ქმნის ლოკაციის სისტემას, სადაც დროული და სივრცობრივი კოორდინატები თავს იყრიან სუბიექტის, როგორც ორიენტირის გარშემო: “მე – აქ – ახლა”.

ცნობილია, რომ როგორც დიალოგს, ისე მონოლოგს გარკვეული დისტინქციური ნიშნები ახასიათებს: კერძოდ, დიალოგისთვის დამახასიათებელია სასაუბრო ლექსიკა და ფრაზეოლოგია, ლაკონურობა, ელიფსურობა, სათქმელის დაუშთავრებლობა, არათანმიმდევრულობა, ფრაგმენტულობა, უკავშირო შეერთება, სხვადასხვა პარალინგვისტური საშუალებების გამოყენება... მონოლოგისთვის კი დამახასიათებელია ლიტერატურულ-წიგნიერი ლექსიკა, გამონათქვამის გაგრძობა, დასრულებულობა, ლოგიკური თანმიმდევრობა, სინტაქსური გაფორმება, მაკავშირებელ ელემენტთა სრული/გაშლილი სისტემა, გრაფიკული გამოსახვის საშუალებები და სხვ. (Гальперин 1981: 17).

წერილობითი დისკურსი სულ უფრო აქტიურად განიხილება, როგორც ინტერაქციული პროცესი, ამ პრინციპს იზიარებენ უიდოუსონი და კოულთარდი (Widdowson 1977: 259; Coulthard 1977: 180).

ზოგიერთი მეცნიერის აზრით, მათ შორისაა მ. ბახტინი, ყველანაირი დისკურსი გარკვეულწილად დიალოგურია. დიალოგი, ვიწრო გაგებით (ანუ ორ მონაწილეს შორის მონაცვლეობითი საუბარი), ენის გამოყენების ერთ-ერთი ფორმაა. მაგრამ ფართო გაგებით დიალოგი, შეიძლება გავიგოთ არა როგორც პირდაპირი, პირისპირი, ვოკალიზებული ვერბალური კომუნიკაცია ადამიანებს შორის, არამედ, როგორც წერილობითი კომუნიკაცია, რომლის დროსაც გამგზავნი (ამ შემთხვევაში სტატიის ავტორი) და მიმღები (სტატიის მკითხველი) მხარეები არ იმყოფებიან ერთმანეთის პირისპირ.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ კითხვის პროცესი (ამ შემთხვევაში გაზეთის კითხვის პროცესი) გაიგივებულია ავტორისა და მკითხველის დიალოგთან, რა თქმა უნდა, ამ სიტყვების არატრადიციული გაგებით. აი, რას წერს გ. კუკი: “Literature is...marked by an intimate relationship between the sender and receiver: the act of reading is

perceived as a private experience, a direct communication with the author” (Cook 1994: 47). ამიტომ, ტექსტი შეგვიძლია განვიხილოთ, როგორც დაპროგრამებული შეტყობინება (ამ სიტყვის ფართო გაგებით), და მეორე მხრივ კი ინფორმაციის შესაძლო ინტერპრეტაციები. ამდენად, მკითხველის უნარი “აწარმოოს დიალოგი” ავტორთან დამოკიდებულია მის ცხოვრებისეულ გამოცდილებაზე, ლიტერატურულ ერუდიციაზე, გემოვნებაზე, მის უნარზე კრიტიკულად მიუდგეს წაკითხულს და მთელ რიგ სხვა ფაქტორებზე, ანუ მკითხველის თეზაურუსზე. (Гальперин 1981: 24).

ფ. რაილს მიაჩნია, რომ : “Reading is a communicative act, the transformation by an individual of text into discourse; therefore both text and context need to be taken into account in any description of reading which aims to go beyond purely formal linguistic or mechanical observations. Reading, then, is a creative act, in the sense that all texts demand a skilled response from the reader” (Riley 1985:71-72).

ნაშრომში განვიხილეთ ის შემთხვევები, როდესაც დიალოგური მეტყველებისათვის არსებითი დისტინქციური ნიშნები ჩნდება სტატიის ავტორის მონოლოგურ მეტყველებაში, რასაც ფუნქციური დატვირთულობაც აქვს და, რაც ამაღროულად მეტ ექსპრესიულობას მატებს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებს. თუმცა, აქვე ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ კონტექსტის არსებობა უმეტეს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში თითქმის გამორიცხულია, იგნორირებულია მათი ინფორმაციულობის მაღალი ხარისხის გამო, ამიტომ, არამხატვრული ტექსტის მსგავსად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ინტერპრეტაციის რიცხვი ერთის ტოლია.

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე ნათელია, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზი მოიცავს არა მარტო სემანტიკური კვლევის ჩარჩოებს, იგი სცილდება მას და აუცილებელი ხდება მათი პრაგმატულ ჭრილში განხილვა. ამიტომ, მიზანშეწონილად მივიჩნიეთ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების პრაგმატული თავისებურებების დადგენამდე გამოგვეყო საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკური კვლევის ფორმები. აღსანიშნავია, რომ ყოველი საინფორმაციო სტატია, იქნება ეს ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი თუ ინტერვიუ პასუხობს შეკითხვებს: What? Who? Where? When? Why? How? (რა? ვინ? სად? როდის? რატომ? როგორ?) ანუ “five W’s and an H”.

ამ კითხვების მოზიდვა საგაზეთო ტექსტის ანალიზისთვის პირველად ხდება, თუმცა კ. ბერკის ეს ცნობილი ექვსი შეკითხვა აუცილებელია ნებისმიერი

მხატვრული ტექსტის ანალიზისთვის. თავად კ. ბერკი თვლიდა, რომ ეს კითხვები ლირიკულ პოეზიაში დრამატული სიტუაციის ანალიზისთვისაა საჭირო (Енукидзе 1987: 56). აქედან გამომდინარე საგაზეთო ჟანრობრივი სახეობების სემანტიკური კვლევის ფორმებად გამოვყავით შემდეგი მახვენებლები, რომლებიც რეალიზებულია სპეციალური კითხვების სახით:

1. ვინ? (**Who?**) – მოქმედი სუბიექტი ან ინფორმაციის წყარო.
2. რა? (**What?**) – რაზე მოგვითხრობს პრესა, ანუ “ფაქტები” და “ახალი ამბები”.
3. როდის? (**When?**) – დროის მითითება (ე.წ. deadlines, datelines and history).
4. სად? (**Where?**) – ადგილი, გეოგრაფიული გარემო.
5. რატომ? (**Why?**) და როგორ? (**How?**) – ფაქტის, მოვლენის, ახალი ამბის ახსნა.

თუმცა, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზი სცილდება სემანტიკური კვლევის ჩარჩოებს და აუცილებელია მათი პრაგმატულ ჭრილში განხილვა.

გ. კუკის განმარტებით: “**Pragmatics** is the discipline which studies the knowledge and procedures which enable people to understand each other’s words. Its main concern is not the literal meaning, but what speakers intend to do with their words and what it is which makes this intention clear” (Cook 2003: 51).

არის მცდელობა, რომ პრაგმატიკის განსაზღვრება ვიწრო დიაპაზონში უნდა მოექცეს და, რომ ის მხოლოდ ენის გამოყენების პრინციპებს უნდა ეხებოდეს და არაფერი ჰქონდეს საერთო ლინგვისტური სტრუქტურის აღწერასთან, ანუ თუ ვნახავთ ჩომსკის განმარტებებს *კომპეტენციის/competence* (ენისა და მისი წესების ცოდნა ენის გამოყენებლის მიერ) და *შესრულების (წარმოდგენის)/performance* (ცალკეული ენის გამოყენებლის მიერ ენის გამოყენება ყოველდღიურ ცხოვრებაში) შესახებ, პრაგმატიკა ეხება მხოლოდ ენის გამოყენების, *შესრულების* პრინციპებს. ე.ი. ის მეცნიერები, რომელნიც ამ პოზიციას აღიარებენ, ენის შესწავლას ყოფენ ორ დამოუკიდებელ ნაწილად: ერთი, რომელიც შეისწავლის ენის სტრუქტურის აღწერას (როგორც ეს გრამატიკებშია მოცემული) და მეორე, რომელიც აღწერს მის გამოყენებას (რასაც პრაგმატიკამ უნდა მოუაროს) (Levinson 1983: 7-9).

“[Grammars] are theories about the structure of sentence types... Pragmatic theories, in contrast, do nothing to explicate the structure of linguistic constructions or grammatical

properties and relations... They explicate the reasoning of speakers and hearers in working out the correlation in a context of a sentence token with a proposition. In this respect, a pragmatic theory is part of performance” (Katz 1977: 19).

ეს განსაზღვრება აყენებს კონტექსტისა და ლინგვისტური სტრუქტურის ურთიერთდამოკიდებულების საკითხს, იმიტომ, რომ შეუძლებელია ზღვარი გაავლო კონტექსტისგან დამოუკიდებელ გრამატიკასა (კომპეტენცია) და კონტექსტზე დამოკიდებულ ინტერპრეტაციას (შესრულება/წარმოდგენა) შორის. ტერმინი “პრაგმატიკა” მოიცავს, როგორც კონტექსტზე დამოკიდებულ ენობრივი სტრუქტურის ასპექტებს, ასევე ენის გაგებისა და გამოყენების პრინციპებს, რომელთაც ან საერთოდ არაფერი, ან ძალიან ცოტა რაიმე აქვთ საერთო ლინგვისტურ სტრუქტურებთან. “Pragmatics is the study of those relations between language and context that are **grammaticalized**, or encoded in the structure of a language” (Levinson 1983: 9). ლევისონი ტერმინს “გრამატიკალიზაცია” ფართო გაგებით ხმარობს, ანუ, როგორც პრაგმატული ურთიერთობების გამოხატვას ლინგვისტური საშუალებების მეშვეობით, როგორიცაა: ფონოლოგიურ, მორფოლოგიურ, ლექსიკურ და სინტაქსურ დონეზე მოქმედი გრამატიკული წესები. ასეთ დიაპაზონში პრაგმატიკის მოქცევა უნდა მოიცავდეს ისეთი ასპექტების შესწავლას, როგორიცაა **დეიქსისი, პრესუპოზიცია და სამეტყველო აქტები** (Levinson 1983: 9).

კიდევ ერთი პრობლემა, რომელსაც აუცილებლად ეყრდნობა პრაგმატიკის განსაზღვრება არის *კონტექსტის* ცნება. პრაგმატიკა სწავლობს ყველა არასემანტიკურ თვისებას, რაც კოდირებულია ენაში. ჯ. მეის აზრით “... ‘pragmatics is the waste-basket of linguistics’; that is: whenever you cannot explain a phenomenon in language using regular, accepted linguistic theories, then you must have recourse to something else, something that is supposedly as undefined as it is tangible, namely, pragmatics” (Mey 1993: 5).

ჯ. მეი თვლის, რომ წმინდა პრაგმატული თვალსაზრისით მხედველობაში მისაღებია ადამიანის მიერ ენის გამოყენების არა მთლიანი კონტექსტი, არამედ *ენის გამომყენებლის* კონტექსტი (user’s context). “Pragmatics is the science of language seen in relation to its users. That is to say, not the science of language in its own right, or the science of language as seen and studied by the linguists..., but the science of language as it is used by real, live people, for their own purposes and within their limitations and affordances” (Mey 1993: 5). მას მიაჩნია, რომ, რადგან ენა კომუნიკაციის უმთავრესი საშუალებაა, ენის გამოყენება საზოგადოების პირობებით სხვადასხვა მიზნებით

იმართება. ამრიგად, “Pragmatics is the study of the conditions of human language uses as these are determined by the context of society” (Mey 1993:42).

კოდირების ცნება გულისხმობს იმასაც, რომ პრაგმატიკა ეხება *მნიშვნელობის* სხვადასხვა ასპექტებს, აქედან გამომდინარე “Pragmatics is the study of all those aspects of meaning not captured in a semantic theory” (Levinson 1983: 12).

პრაგმატიკის განსაზღვრება გულისხმობს მისი საზღვრების დადგენას კვლევის სხვა მომიჯნავე სფეროებთან ლინგვისტიკის ფარგლებში (შესაძლოა, აგრეთვე, მის ფარგლებს გარეთაც) (Mey 1993: 42-43).

ფ. ვერდონკი ამგვარად განსაზღვრავს პრაგმატიკასა და სემანტიკას: “... **semantics** is the study of formal meanings as they are encoded in the language of texts, that is, independent of writers (speakers) and readers (hearers) set in a particular context, while **pragmatics** is concerned with the meaning of language in discourse, that is, when it is used in an appropriate context to achieve particular aims. Pragmatic meaning is not ... an alternative to semantic meaning, but complementary to it, because it is inferred from the interplay of semantic meaning with context” (Verdonk 2006: 19).

ჯ. ლიჩი შემდგენაირად გვიხვენებს დამოკიდებულებას პრაგმატიკასა და სემანტიკას შორის: “The view that semantics and pragmatics are distinct, though complementary and interrelated fields of study, is easy to appreciate subjectively, but is more difficult to justify in an objective way. It is best supported negatively, by pointing out the failures of weaknesses of alternative views” (Leech 1983: 6).

ჯ. ლიჩი განასხვავებს ამ ურთიერთდამოკიდებულების სტრუქტურირების სამ შესაძლო გზას, ვარიანტს: სემანტიციზმს (პრაგმატიკა სემანტიკის ფარგლებში განიხილება), პრაგმატიციზმს (სემანტიკა პრაგმატიკის ფარგლებში) და კომპლემენტარიზმი (ისინი ორივე ავსებენ ერთმანეთს, მაგრამ, სხვა მხრივ, კვლევის დამოუკიდებელ სფეროებს წარმოადგენენ).

ს. ლევისონი, სემანტიკასა და პრაგმატიკაზე მსჯელობისას აღნიშნავს, “From what we know about the nature of meaning, a hybrid or modular account seems inescapable; there remains the hope that with two components, a semantics and a pragmatics working in tandem, each can be built on relatively homogeneous and systematic lines (Levinson 1983:15).

როდესაც საქმე შეეხება პრაგმატიკისა და ლინგვისტიკის მიმართებას, აქ დავიმოწმებთ ჯ. მეის მოსაზრებას, რომელიც თვლის, რომ აქ მთავარია თუ რა კუთხით განიხილება პრაგმატიკა – როგორც ლინგვისტიკის ერთ-ერთი “კომპო-

ნენტი” (ზუსტად ისევე, როგორც ფონოლოგია, სინტაქსი და სემანტიკა წარმოადგენენ ლინგვისტური სისტემის კომპონენტებს), თუ როგორც “პერსპექტივა”, რომელიც “... is not an independent agency in its own right, but rather, pervades the other components and gives them a particular, pragmatic ‘accent’ (Mey 1993: 45).

ლინგვისტიკის ე.წ. “კომპონენტური თვალსაზრისი” (‘component view’) ძირითადად ადამიანის გონების “მოდულურულ”(‘modular’) კონცეფციას ეფუძნება და მყარებული მისგან განსხვავებით “პერსპექტიული” (‘perspective’) შეხედულება ემყარება ადამიანის მოღვაწეობას (როგორცაა, ენის გამოყენება) და ცდილობს ხაზი გაუსვას ენობრივი მოღვაწეობის განსაზღვრულ ასპექტებს. ჯ. მეი თვლის, რომ ამ ორი თვალსაზრისის თანაარსებობა საუკეთესო ვარიანტს წარმოადგენს, “Thus, we could have a structural component (such as phonology, a part of the system of language) along with a structural perspective, i.e. a way of looking at language (in case, phonology) as a structural system. In the same vein, one could have a pragmatic component, understood as the set of whatever pragmatic functions can be assigned to language, along with a pragmatic perspective, i.e. the way these functions operate within the single units of the language system and of language use, respectively ”(Mey 1993: 47).

ზემოთქმულის შესაჯამებლად გამოდგება შემდეგი მოსაზრება: “[if] the unit of analysis in semantics [is] simply *meaning*: the meanings of words, phrases, larger constructions, prosody, and so on, ... then by the same token, the ‘unit’ of analysis for pragmatics could be said to be *the functioning of language...*” (Östman 1988: 28).

ჯ. იულის აზრით: “Pragmatics is the study of the relationships between linguistic forms and the users of those forms” (Yule 1997: 4). იგი პრაგმატიკის განსაზღვრისას ძირითად აქცენტს მნიშვნელობასა და საკომუნიკაციო დანიშნულებაზე აკეთებს. აქედან გამომდინარე, ჯ. იული პრაგმატიკის შემდეგ ოთხ სფეროს გამოყოფს:

- ა) პრაგმატიკა მოქმედის მნიშვნელობის შესწავლაა;
- ბ) პრაგმატიკა კონტექსტუალური მნიშვნელობის შესწავლაა;
- გ) პრაგმატიკა შეისწავლის იმას, თუ როგორ ხდება კომუნიკაციის პროცესში იმაზე მეტის შეტყობინება, ვიდრე ეს გამოთქმულია;
- დ) პრაგმატიკა ფარდობითი/შედარებითი მანძილის გამოსატვის შესწავლაა.

(Yule 1997: 3).

ამრიგად, როგორც უკვე აღვნიშნეთ იული თვლის, რომ პრაგმატიკა ლინგვისტურ ფორმასა და ამ ფორმების გამოყენებლებს შორის დამოკიდებულებას სწავლობს. ენის პრაგმატული შესწავლის უპირატესობას წარ-

მოადგენს ის, რომ შესაძლებელია ილაპარაკო ადამიანთა ინტენციურ მნიშვნელობებზე, მათ ვარაუდზე, მიზნებზე და სხვადასხვაგვარ ქმედებებზე, რომლებსაც ისინი წარმოადგენენ საუბრის დროს. პრაგმატიკის დიდი უარყოფითი მხარე კი ის არის, რომ უკიდურესად ძნელია ყველა ამ ადამიანური ფაქტორის თანმიმდევრულად და ობიექტურად გაანალიზება.

პრაგმატიკის საკვლევო პრობლემატიკა მრავალფეროვანი და რთულია, მიუხედავად ამისა, ჩვენ შევეცადეთ გამოგვეყო ის ძირითადი ასპექტები, რომლებიც მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების პრაგმატული თავისებურებების კვლევის დროს.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებით დავინტერესდით მ. გვენცაძის ნაშრომის «Коммуникативная лингвистика и типология текста» გაცნობის შემდეგ (Гвенцадзе 1986), რომელშიც მან ღრმად და მეცნიერულად დაამუშავა საგაზეთო სტატიების ჟანრებად დაყოფის საკითხი. საგაზეთო სტატიების ჟანრობრივი სისტემის განხილვისას მ. გვენცაძე მიზანშეწონილად მიიჩნევს, რომ ძირითადად ყურადღება უნდა გამახვილდეს კომუნიკაციურ-პრაგმატულ ხასიათზე. მის მიერ დაყოფილი საგაზეთო სტატიების სამი ჯგუფიდან (საინფორმაციო, ანალიზური და მხატვრულ-პუბლიცისტური ჯგუფები) არჩევანი შევაჩერეთ საინფორმაციო ჯგუფის სტატიებზე, რომელშიც გაერთიანებულია: ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი და ინტერვიუ.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სემანტიკური და პრაგმატული კუთხით განხილვა განაპირობა იმ ფაქტმაც, რომ, რამდენადაც ჩვენთვის ხელმისაწვდომი წყაროებიდანაა ცნობილი, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები აქამდე არ არის შესწავლილი ამ რაკურსით, კერძოდ, სემანტიკური და პრაგმატული თვალსაზრისით, რის გამოც გაგვიჩნდა სურვილი უფრო ღრმად და ამომწურავად გამოგვეკვლია ამ ჯგუფის საგაზეთო სტატიების სემანტიკური მაჩვენებლები და საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა პრაგმატული თავისებურებანი.

ბუნებრივია, ერთი ნაშრომის ფარგლებში შეუძლებელია პრაგმატიკის ყველა ძირითადი ასპექტის განხილვა, შესაბამისად ჩვენი არჩევანი მიკროპრაგმატიკის პრობლემატიკაზე შევაჩერეთ, სახელდობრ: სამეტყველო აქტების, დროულ-სივრცობრივ მიმართებათა თავისებურებების და დეიქსისის რეალიზაციაზე საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში (ს. ლევისონი, ჯ. მეი და ჯ. იული მიკროპრაგმატიკის სფეროში განსაკუთრებული ყურადღებით განიხილავენ დეიქ-

სისხა და სამეტყველო აქტებს). მიკროპრაგმატიკის პრობლემატიკაზე ფოკუსირება განაპირობა იმ ფაქტმა, რომ ჩვენი ინტერესის საგანს ყოველთვის შეადგენდა საგაზეთო ტექსტის ვერბალური დონე და მისი პრაგმატული თავისებურებების კვლევა. ასევე, საინტერესოდ მივიჩნიეთ ის ფაქტიც, რომ მნიშვნელოვანი იქნებოდა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების პრაგმატული თავისებურებების კვლევა სამეტყველო აქტებთან მიმართებაში, დროულ-სივრცობრივ თავისებურებათა და საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა დეიქტური ორგანიზაციის დადგენა.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ჩვენი კვლევის საგანს საინფორმაციო საგაზეთო სტატია წარმოადგენს, რომელიც წერილობითი ტექსტის ერთ-ერთი ფორმაა. საგაზეთო ტექსტი ორგანიზებული მთლიანობაა, რომელიც საინტერესო კვლევის ობიექტია არა მარტო ტექსტობრივი კატეგორიების მახასიათებელთა სიუხვის გამო, არამედ მასში რეალიზებული ინფორმაციულობის მაღალი სისწირის თვალსაზრისითაც.

პუბლიცისტიკის თანამედროვე თეორიით წარმოდგენილი ეს სფერო ძირითადად თანამედროვე ლინგვისტური მეცნიერების კომპლექსისგან დამოუკიდებლად ვითარდება, რაც თავის მხრივ სირთულეს ქმნის, რომ საერთო კომუნიკაციურ-პრაგმატული თეორია გამოყენებულ იქნას საგაზეთო სფეროს ტექსტების კლასიფიკაციისთვის და მათი ტიპოლოგიური დახასიათებისათვის.

ს ა გ ა ზ ე თ ო ტ ე ქ ს ტ ე ბ ი ს კლასში იგულისხმება სამეტყველო ქანრების მთელი ერთიანობა, რომელიც თავის ფუნქციას გაზეთის საშუალებით ასრულებს (Гвенцадзе 1986: 111).

როჯერ ფაულერი თვლის, რომ “News is a representation of the world in language; because language is a semiotic code, it imposes a structure of values, social and economic in origin, or whatever is represented; and so inevitably news, like every discourse, constructively patterns that of which it speaks. News is a representation in this sense of construction; it is not a value-free reflection of ‘facts’. The final theoretical point to make here is that I assume as a working principle that each particular form of linguistic expression in a text - wording, syntactic option, etc. - has its reason” (Fowler 1991: 4).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების განხილვისას საჭიროა განვსაზღვროთ ის პრაგმატული ლინგვისტური მახასიათებლები, რომლებიც საშუალებას მოგვცემენ გამოვყოთ საგაზეთო ტექსტის სემანტიკური კვლევის ფორმები და ის პრაგმატული თავისებურებები რაც ამ ქანრის ტექსტისთვისაა დამახასიათებელი.

საგაზეთო ტექსტი (მოცემულ შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტი) ერთი მხრივ განიხილება, როგორც მთლიანი სისტემის – ტექსტის შემადგენელი ნაწილი, მეორე მხრივ კი, როგორც თავად დამოუკიდებელი სისტემა ორგანიზაციის საკუთარი წესებითა და ნიშან-თვისებებით.

საგაზეთო ჟანრი მრავალმხრივ არის გამოკვლეული, მაგრამ ნაკლებად და თითქმის სულ არ არის შესწავლილი პრაგმატული და სემანტიკური მახასიათებლების თვალსაზრისით.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ საგაზეთო სფერო საკმაოდ საინტერესოდ და ღრმად აქვს შესწავლილი მ. გვენცაძეს, რომელიც თვლის, რომ საინფორმაციო საგაზეთო ჯგუფს სხვა ჯგუფებიდან განასხვავებს ოპერატიული შეკვეცილი ცნობა ერთეულ ფაქტზე, ერთეულ მოვლენაზე, ახალ ამბავზე და აქედან, ამ ჟანრს ახასიათებს მონომოვლენობისა და დროითი პარამეტრის რეგლამენტირების ნიშანი და ამ ნიშნით ამ ჯგუფში გაერთიანებულია: ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი, ინტერვიუ.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებზე მუშაობისას საინტერესოდ მივიჩნიეთ მ. გვენცაძის კლასიფიკაცია, არა მარტო საგაზეთო სტატიების ჯგუფებად დაყოფა, არამედ ქვეკლასების ანალიზიც. ავტორი განმარტავს, რომ საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრობრივი სახეობები ერთმანეთისგან არა მარტო მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციით განსხვავდებიან, არამედ ექსტრალინგვისტური ფაქტორების მთელი ერთობლიობითაც, რომლებსაც მოცემულ დონეზე მაქსიმალური კონკრეტიზაციის ტიპოლოგიზაცია ახასიათებს.

მართებულია აღინიშნოს, რომ საანალიზო სტატიების შერჩევისას შევეცადეთ შეძლებისდაგვარად დაგვეცვა მ. გვენცაძის მიერ შემოთავაზებული განსაზღვრებები, რადგანაც მიგვაჩნია, რომ საგაზეთო სტატიების მისეული კლასიფიკაცია ძალზე სრულყოფილი და საინტერესოა.

საგაზეთო ტექსტზე საკმაოდ საინტერესო ნაშრომი ეკუთვნის როჯერ ფაულერსაც (“Language in the News”), რომელიც თვლის, რომ “...news is a construct which is to be understood in social and semiotic terms; and everyone acknowledges the importance of language in this process of construction” (Fowler 1991: 7).

რ. ფაულერი განიხილავს საგაზეთო დისკურსს და მიიჩნევს, რომ “Newspaper discourse is so complex that concentration on one aspect inevitably leads to neglect of others, if one wants a book of this kind to remain readable - not inordinately long or methodologically over-complex” (Fowler 1991: 8).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ყველაფერს ექცევა ყურადღება, როგორც გვერდის გრაფიკულ ფორმატს, ნაირგვარ ტექნიკურ საშუალებებს (ტიპოგრაფიულ არჩევანს: ბექდვის სტილს, ზომას, ფოტოებს, ნახატს, სქემებს და ა.შ.), ასევე ენობრივ მომენტებსაც: გაზეთის სათაურს, წინადადების სინტაქსურ წყობას, რიტორიკულ შეკითხვას, მიმართვის ფორმას, სასაუბრო კონსტრუქციებს, დაუსრულებელ წინადადებებს, იდიომებს და ა.შ., რადგან გაზეთი ენის საკუთარი ვერსიაა, ეს იმ ხალხის ენაა, ვისთვისაც ეს გაზეთია განკუთვნილი.

ასევე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ყველა გაზეთს აქვს თავისი ინტერესების სფერო, ერთი და იგივე რამ სხვადასხვა კუთხით შეიძლება იყოს გაშუქებული სხვადასხვა გაზეთში. ის, რაც შუქდება “The Guardian”-ში ნაკლებად აინტერესებს “The Sun”-ის მკითხველს. ყველა გაზეთს აქვს თავისი იდეოლოგიური პარადიგმები, რომელიც ფასეულობების სისტემატური კრებულის ნაწილია. “...a different newspaper, would have different institutional requirements, different ideological needs and different discursive imperatives; but the process would be analogous” (Fowler 1991: 42).

საგაზეთო და მოცემულ შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ადრესატი ყოველთვის “კრებითია”, ის იმ ინდივიდუუმების მასაა, რომლებიც სოციალურ-პოლიტიკური ინტერესების, იდეოლოგიური და სულიერი ორიენტაციის საფუძველზე განსაზღვრულ ერთობად არიან გაერთიანებულნი. ადრესანტი მთლიანად ამ მასას მიმართავს, მაგრამ მისი საუბარი უშუალოდ ცალკეული ადამიანების მიერ აღიქმება.

შეგვიძლია ვთქვათ, რომ თავიანთი დამოუკიდებელი ხასიათის გამო საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები სემანტიკურად თითქოს ერთი შეხედვით ყველაზე ნაკლებად არიან დაკავშირებული ავტორთან, მაგრამ ეს ასე ჩანს მხოლოდ ერთი შეხედვით, რადგან სტატიების უმეტესობა გარკვეული პოლიტიკური ჯგუფის ინტერესების, იდეოლოგიის, ქვეყნის ინტერესების გამომხატველია. “... all news is always reported from some particular angle. ...Anything that is said or written about the world is articulated from a particular ideological position: language is not a clear window but a refracting, structuring medium” (Fowler 1991: 10).

თანამედროვე მსოფლიოში გაზეთი მრავალ ფუნქციას ასრულებს: ინფორმაციულ, რეკლამირების, კრიტიკის, საგანმანათლებლო, საზოგადოებრივ-კულტურულ ცხოვრებაში მომხდარი ცვლილებების ამსახველ და საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედების, საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებისა და მისთვის სასურველი მიმართულებების მიცემის ფუნქციას. საინფორმაციო საგაზეთო სტა-

ტიების შესწავლის აქტუალობა განპირობებულია სწორედ იმ მიზეზით, რომ ამ ჟანრის სტატიას პირველ ყოვლისა ახასიათებს ინფორმაციულობის მაღალი ხარისხი. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის შესწავლის აქტუალობას კიდევ ერთი ფაქტორი განაპირობებს, კერძოდ ის, რომ საგაზეთო სტატიები ყოველთვის ყველაზე ოპერატიულად ასახავს ენაში მომხდარ ლინგვოსტილისტიკურ ცვლილებებს.

ახალი ამბავი “news” (ჩვენს შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო სტატია) მიგვანიშნებს “სად” ვართ მსოფლიოში; ახალი ამბავი გვიჩვენებს განსაზღვრულ პერიოდს ანუ, თუ, “როდის” ვართ აქ – “როგორ” შევიცნოთ სამყარო და თანამედროვე საზოგადოება; ახალი ამბავი აძლიერებს იმის აღქმას თუ, რომელ ავტორიტეტს, ინფორმაციის რომელ წყაროს უნდა გაეწიოს ანგარიში, რა მოვლენებს უნდა მოვეკიდოთ მოკრძალებულად, რა თემა შეიძლება მივიჩნიოთ ტრივიალურად, როგორი ახსნა უნდა მოვუძებნოთ თითოეულ ამ შეკითხვას და, შესაბამისად, სტატიას.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ჩვენი საკვლევი ობიექტი საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრის სტატიებია. კვლევის საერთო მიზნებიდან გამომდინარე ნაშრომში მოცემულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტიპოლოგიური კლასიფიკაცია, გამოყოფილია მათი სემანტიკური მახვენებლები და შევეცადეთ დაგვედგინა სტატიათა პრაგმატული თავისებურებები, სახელდობრ, კვლევა ეხება: საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა პრაგმატული თავისებურებების ანალიზს სამეტყველო აქტებთან მიმართებაში, დროულ-სივრცობრივ მიმართებათა თავისებურებებს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში და საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა დეიქტურ ორგანიზაციას.

თ ა ვ ი 1. საგაზეთო ჟანრები და საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა კლასიფიკაცია

საგაზეთო სტატიების კვლევა შესაძლებელს ხდის ენის გამოყენების შესწავლას სხვადასხვა კომუნიკაციურ სიტუაციაში. საგაზეთო ტექსტები, პრესის ენა არა მხოლოდ ლინგვისტიკის, არამედ ფსიქოლინგვისტიკის, სოციოლინგვისტიკის, სტილისტიკის და პრაგმატიკის სფეროში მომუშავე მეცნიერთა ყურადღებას იპყრობს, რაც ბუნებრივი პროცესია, თუ მხედველობაში მივიღებთ იმ დიდ როლს, რაც საგაზეთო სტატიებს დღეს აკისრია ინფორმაციის ეფექტური და ოპერატიული გადაცემის და გავრცელების პროცესში.

როჯერ ფაულერი გაზეთზე წერს: "... news is a practice, a product of the social and political world on which it reports"; "... the "content" of newspapers is not facts about the world, but in a very general sense "ideas". ... that language is not neutral, but a highly constructive mediator" (Fowler 1991: 1).

მეოცე საუკუნის 90-იან წლებში საგაზეთო ჟანრები სხვადასხვა კუთხით შეისწავლებოდა, ინტერესი ამ სფეროს მიმართ არც ოცდამეერთე საუკუნეში შენელებულა, რაც უთუოდ გამოწვეულია პრესის საგრძნობი გააქტიურებით.

აღნიშნულ თავში შევეცდებით საფუძვლიანად განვიხილოთ საგაზეთო ჟანრები. საგაზეთო ჟანრთა თეორიაში აღიარებულია სამი ჯგუფის არსებობა: საინფორმაციო, ანალიზური და მხატვრულ-პუბლიცისტური ჟანრები. აღნიშნული ჯგუფებიდან, როგორც უკვე აღვნიშნეთ ჩვენი კვლევის საგანს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები წარმოადგენს. ამ ჯგუფის სტატიების მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენცია კი განსაზღვრული იდეოლოგიური პოზიციით სოციალურად მნიშვნელოვანი ფაქტების ინფორმირებაა.

ამრიგად, პირველ თავში საგაზეთო სტატიების კვლევა შემდეგი კუთხით წარიმართება: განვიხილავთ საგაზეთო ჟანრებს და საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ტიპოლოგიურ კლასიფიკაციას.

1. 1. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ტიპოლოგიური კლასიფიკაცია

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საგაზეთო სფერო საინტერესო სფეროა არა მარტო ტექსტობრივი კატეგორიების მახასიათებელთა სიუხვის გამო, არამედ მასში რეალიზებული ინფორმაციულობის მაღალი სიხშირის თვალსაზრისითაც.

საგაზეთო ტექსტი წარმოადგენს გარკვეული პროცესის ამსახველ მომენტს, რომელშიც მეტ-ნაკლებად არის გადმოცემული საგნის ან მოვლენის დისტინქციური ნიშან-თვისებები.

როგორც ყველა წერილობითი ტექსტის შემთხვევაში საგაზეთო სტატიების ერთ-ერთ დამახასიათებელ თავისებურებასაც წარმოადგენს მათი ფუნქციური მიმართულება (დატვირთულობა) ე.ი. მისი ორიენტირება წინასწარ განზრახული მიზნის მისაღწევად. ამიტომ, როგორც ყველა წერილობითი ტექსტი, საგაზეთო სტატიაც ყოველთვის პრაგმატულია, ის ზოგ შემთხვევაში პირდაპირ, ზოგჯერ კი ირიბად გადმოსცემს ავტორის, გაზეთის პოზიციას და აღწევს თავის პერლოკუციურ მიზანს.

საგაზეთო სტატია ყველაზე ოპერატიულად ასახავს ენაში მომხდარ ლინგვოსტილისტიკურ ცვლილებებს, იქნება ეს ახალი ლექსიკურ ფრაზეოლოგიური ერთეულების გაჩენა, ახალი გრამატიკული კატეგორიები, სინტაქსური სტრუქტურები, თუ ახლად დამკვიდრებული სტილისტური ხერხები.

საგაზეთო კომუნიკაცია თავისი თემატიკისა და შინაარსის მრავალფეროვნებით და საგაზეთო ტექსტის ავტორთა სხვადასხვა მიზნის წარმატებით მიღწევისადმი სწრაფვით, საგაზეთო კომუნიკაციის მრავალი ფუნქციის ჩამოყალიბებისთვის ხელსაყრელ პირობებს ქმნის.

ექსტრალინგვისტურ-პრაგმატული ფაქტორების გათვალისწინების, საგაზეთო კომუნიკაციის სიღრმისეულ-ზედაპირული სტრუქტურების და სამეტყველო ქმედებების გაანალიზების საფუძველზე გამოიყოფა საგაზეთო კომუნიკაციის კარგად ცნობილი ფუნქციები: ინფორმაციული, პროპაგანდისტულ-აგიტაციური, სარეკლამო, ანალიზურ-ხელოვნებითი, სოციალურ-შემფასებლური, კრიტიკო-თვითკრიტიკის, პრობლემის დასმის, აპელაციურ-შემაგულიანებელი, მომწოდებლური, ლოზუნგურ-დეკლარაციული.

ზოგი მკვლევარი (მაგ. მ. ორკოდაშვილი) ამ ფუნქციებს უმატებს ფასეულობების დამკვიდრების, იდეების ჩამოყალიბების, საგანმანათლებლო, სამყაროს ენობრივი კონცეპტუალიზაციის ოპერატიული და ეფექტური ასახვისა და ისტორიის თაობებისათვის გადაცემის ფუნქციებს (ორკოდაშვილი 1999: თავი I).

საგაზეთო კომუნიკაციაში ამ ფუნქციების განხორციელებისას ენა ასრულებს ერთი მხრივ, კოგნიტიურ-ინსტრუმენტულ, მეორე მხრივ კი, ესთეტიკურ-ექსპრესიულ ფუნქციებს.

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე უნდა აღინიშნოს, რომ გაზეთებში სრულიად განსხვავებული ჟანრის მასალა იბეჭდება: ცნობა, რეპორტაჟი, ანგარიში, ინტერვიუ, კორესპონდენცია, სტატია, მიმოხილვა, რეცენზია, წერილი, ნარკვევი, ჩანახატი, ფელეტონი, პამფლეტი, ეპიგრამა და ა.შ. საგაზეთო ჟანრი ხასიათდება იმ სტრუქტურულ, კომპოზიციური და სტილური ნიშნებით, რომლებიც მისთვისაა სპეციფიკური.

თუ დავეყრდნობით ი. გალპერინის ტექსტის განსაზღვრებას, ჩვენ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ **საგაზეთო ტექსტი** ეს არ არის სპონტანური მეტყველება; ის მხოლოდ იმპლიციტურადაა გამიზნული სმენით აღქმაზე; ის არა მარტო ლინგალურია, ის გამოსატავს არა მარტო მოძრაობას და პროცესს, არამედ ამავედროულად სტაბილური მოვლენაცაა (Гальперин 1981: 19).

სრულყოფილი საგაზეთო ტექსტი თავისი შინაარსით უნდა შეესატყვისებოდეს სტატიის სათაურს. მოცემული ფუნქციური სტილისთვის დამახასიათებელი ლიტერატურული ენით, ზეფრაზული ერთეულებით, რომლებიც ძირითადად ლოგიკური ტიპის კავშირებით არის დაკავშირებული, და თავისი პრაგმატული მიზანდასახულობით საგაზეთო ტექსტი ზუსტად უნდა შეესაბამებოდეს აღნიშნულ ფუნქციურ სტილს.

ცნობილია, რომ ტექსტის მკვლევარნი გამოყოფენ მხატვრული ტექსტის წინასიტყვაობის შემდეგ ტექსტობრივ მახასიათებლებს, რომლებიც არსებითად შეიძლება იქნეს მიჩნეული:

ა) თეზისურობა - მოკლე აღწერა იმისა, რაც შემდგომში ძირითად ტექსტში ვითარდება;

ბ) ანოტაცია - იმ პრობლემათა ჩამოთვლა, რომელზეც ძირითადი ტექსტი მოგვითხრობს.

გ) პრაგმატულობა - ნაწარმოების მიზნის აღწერა.

დ) კონცეპტუალურობა - ზოგიერთი თეორიული, მეთოდოლოგიური და სხვა მდგომარეობები, რომლებიც ნაწარმოებს საფუძვლად დაედო.

ე) ენციკლოპედურობა - ინფორმაცია ავტორზე.

ჩვენ აღნიშნული ნიშან-თვისებები გადავიტანეთ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სათაურის ანალიზის დროს და მივიღეთ შემდეგი სურათი, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის სათაურში წარმოდგენილია ზემოთ აღნიშნული ნიშნებიდან შემდეგი სამი ნიშანი:

ა) თეზისურობა - სათაური სტატიის შინაარსის მოკლე მინიშნებაა.

ბ) ანოტაცია - იმ პრობლემის ჩამოთვლა, რომელზეც ლაპარაკია სტატიაში.

გ) პრაგმატულობა - საგაზეთო სტატიის პერლოკუციური მიზანი.

თუმცა, ზოგიერთი სტატიის სათაურში გვხვდება კონცეპტუალურობაც – მოვლენის თეორიული, მეთოდოლოგიური ან სხვა პარამეტრი, რომელიც სტატიას საფუძვლად დაედო (სტატიათა დაახლოებით 20%-ში).

საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტის სათაური არ არის სტატიის დროსა და სივრცის პარამეტრებისგან დაცილებული: გაზეთის სათაურიდანვე მკითხველის ყურადღება მიმართულია პირდაპირ ტექსტში აღწერილ მოვლენებზე.

როგორც უკვე შესავალში აღვნიშნეთ ი. გალპერინმა გამოიყენა ხუთი ფუნქციური სამეტყველო სტილი, რომელიც ტექსტის ხუთ სხვადასხვა ტიპს ახასიათებს. მათ შორის იყო საგაზეთო სტილი, რომელსაც ი. გალპერინი ინფორმაციულ და შემფასებლურ ფუნქციას აკისრებს.

ტექსტის დანაწევრებულობა (დაყოფა) ნაწარმოების საერთო კომპოზიციური მიმართულების ფუნქციას წარმოადგენს. ამ დანაწევრებულობის ხასიათი კი მრავალ მიზეზზეა დამოკიდებული, მათ შორის მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია შინაარსობრივ-ფაქტობრივ ინფორმაციას და ტექსტის ავტორის პრაგმატულ მიზანდასახულობას. აქედან გამომდინარე, ყველა ტექსტის მსგავსად საგაზეთო ტექსტსაც ახასიათებს ტემპორალური პარამეტრიც. პაუზა დროის კონტინუუმში, ზეფრაზული ერთეულის ან აბზაცის გაშლისას ერთი ობიექტიდან მეორეზე ყურადღების გადატანა ძალზე მნიშვნელოვანი მოვლენაა.

სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ტექსტის დანაწევრებულობა ბიძგს აძლევს ისეთ კატეგორიებს, როგორიცაა: რეტროსპექცია, პროსპექცია, კონტინუუმი და ზოგიერთი სხვა კატეგორია, რომელიც დროულ-სივრცობრივ მიმართებებთანაა დაკავშირებული.

ი. გალპერინი ტექსტის დანაწევრებულობის ორ ტიპს გამოიყოფს:

მოცულობით-პრაგმატული დანაწევრებულობა, რომელშიც შედის ტომი, წიგნი, ნაწილი, თავი, ქვეთავი, აბზაცი, ზეფრაზული ერთეული.

კონტექსტუალურ-გარიაციული, რომელშიც გამოიყოფა სამეტყველო აქტების შემდეგი ფორმები:

1. ავტორის ენა: ა) თხრობა, ბ) ბუნების, პერსონაჟის, გარემოს, სიტუაციის, მოქმედების ადგილის და სხვა აღწერა, გ) ავტორის მსჯელობა.

2. გარეშე მეტყველება: ა) დიალოგი, ბ) ციტირება.

3. არასაკუთრივ-პირდაპირი მეტყველება.

ტექსტის დანაწევრებულობის ორივე სახე (ასპექტი) ურთიერთშეპირობებულია და იმპლიციტურად ხსნის შინაარსობრივ - კონცეპტუალურ ინფორმაციას (Гальперин 1981: 52).

აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ დანაწევრებულობა საგაზეთო სტატიებში სულ სხვა პრინციპებს ეყრდნობა. ამ ჟანრის ტექსტებში ტექსტის დაყოფა ეფუძნება ინფორმაციის ლოგიკურ ორგანიზაციას.

საგაზეთო ტექსტების დაყოფა ძირითადად პრაგმატულ მოთხოვნებზე და ტექსტის მოცულობის გარკვეულ ლიმიტზეა დამყარებული. საგაზეთო ტექსტის, მოცემულ შემთხვევაში კი – საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის საკმაოდ შეკუმშულმა ფორმამ, რომელშიც გადმოცემულია ინფორმაცია, შეიძლება დაარღვიოს დანაწევრებულობის ლოგიკური და პრაგმატული ასპექტები. ცალკეულ შემთხვევებში, ერთ აბზაცში შეიძლება შეგვხვდეს სხვადასხვა დონის ინფორმაცია, რომელიც სხვა სახის ტექსტებში დანაწევრებული, ცალ-ცალკე სახით იქნება მოცემული.

ამრიგად, საგაზეთო ტექსტის დანაწევრებას ნებისმიერი სხვა ტიპის ტექსტების მსგავსად ორგვარი საფუძველი აქვს:

1. შექმნისდაგვარად ცალ-ცალკე მიაწოდოს მკითხველს ინფორმაცია, რათა ამით გაუადვილოს მას ინფორმაციის აღქმა.

2. ავტორმა ახსნას/გაარკვიოს დანაწევრებული ინფორმაციის ნაწილებს შორის დროის, სივრცის, ლოგიკური და სხვა სახის კავშირების ხასიათი.

პირველ შემთხვევაში აშკარად იგრძნობა დანაწევრებულობის პრაგმატული საფუძველი, მეორე შემთხვევაში – სუბიექტურ-შემეცნებითი. როგორც პირველ, ასევე მეორე შემთხვევაში სახეზე გვაქვს ანალიტიკური ტენდენცია, რომელიც ყოველთვის თან ახლავს წერილობითი ენის სახესხვაობებში აზრის რეალიზაციის პროცესს (Гальперин 1981: 57).

რასაკვირველია, საგაზეთო ტექსტებში არ ხდება თხრობის ფორმათა ისეთი მრავალფეროვანი ცვლა, როგორც ეს მხატვრულ ტექსტშია, თუმცა ზოგჯერ აქაც გვხვდება ლირიკული გადახვევები, რომელშიც ჟურნალისტი იყენებს პირდაპირ თქმას, რათა მონათხრობს უფრო მეტი დამაჯერებლობა მისცეს. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ეს ძირითადად ინტერვიუსა და რეპორტაჟებში გვხვდება.

კონტექსტუალურ-ვარიაციული დანაწევრებულობა ერთ-ერთი საშუალებაა, რომ მკითხველი მოთხრობილ ამბავთან უფრო ახლოს მიიყვანოს, ის მკითხველს მოვლენის მონაწილედ აქცევს. ეს განსაკუთრებით საგრძნობია, როდესაც ავტორისეული თხრობა დიალოგზე გადადის. საგაზეთო ჟანრის შემთხვევაში ეს ძირითადად ინტერვიუს შეეხება. დიალოგი სტატიის ავტორს შეხედულებების, ინფორმაციის გაცვლის საშუალებას აძლევს.

დიალოგი საკმაოდ მცირე შინაარსობრივ - კონცეპტუალურ ინფორმაციას იძლევა, ის მხოლოდ ირიბად შეიძლება იყოს ინფორმაციის საყრდენი, რადგან ის უფრო დაკავშირებულია მოქმედების დინებასთან ე. ი. შინაარსობრივ - ფაქტობრივ ინფორმაციასთან.

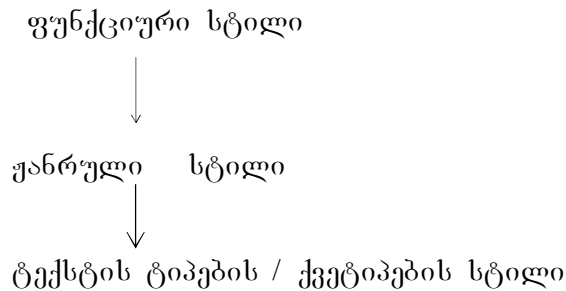
მაგრამ აუცილებლად უნდა აღვნიშნოთ, რომ ტექსტის დანაწევრებულობის ორივე ტიპი – მოცულობით - პრაგმატული და კონტექსტუალურ - ვარიაციული ძირითადად დაპროგრამებულია, ე. ი. ავტორის (წინასწარ) განზრახვას ეფუძნება.

როგორც მ. გვენცაძე აღნიშნავს თეორიული და მეთოდოლოგიური კრიტერიუმები, რომლებიც ტექსტობრივი ტიპების გამოყოფის საფუძველს წარმოადგენს, ამოსავალ კრიტერიუმებად უნდა იქცნენ მათი ტიპოლოგიურად აღნიშნული სამეტყველო პარამეტრების დადგენის დროსაც.

ცალკეული ფუნქციური სტილის ტექსტები კი საერთო სოციალური ამოცანის მქონე კომუნიკაციურ - პრაგმატული ტიპის ტექსტებს წარმოადგენენ. ამიტომ, სავსებით კანონზომიერია, რომ ცალკეულ პრაგმატულად ორიენტირებული ტექსტის ტიპოლოგიებში (მაგ. ჩ. მორისი, რ. ეიგენვალდი, ე. უ. გროსე და სხვები) ფუნქციური სტილის ტექსტები (მათ შორის საგაზეთო ტექსტიც) ფიგურირებენ, როგორც ტექსტების კერძო ტიპი.

კომუნიკაციურ - პრაგმატულად ორიენტირებული ტექსტის ტიპოლოგიისა და ფუნქციური სტილების თეორიის სინთეზი ნაყოფიერი პროცესია ტიპოლოგიური სისტემის სტრუქტურირების თვალსაზრისითაც, რადგანაც ეს სტილური სისტემის ანალოგიით ტიპობრივი სისტემის შექმნის საშუალებას იძლევა. ე. გ.

რიზელმა წარმოადგინა ტექსტის სტილური სისტემის იერარქიული კლასიფიკაცია (Ризель 1975):



მ. გვენცაძე აღნიშნავს, რომ «При обсуждении уровней и единиц типологизации мы придерживаемся направления «от обобщенного к конкретному, от высшего к низшему» (Гвенцадзе 1986: 71-72).

1. ტექსტების პირველადი კლასიფიკაციის ძირითად კრიტერიუმად მ. გვენცაძე მიიჩნევს ტექსტების დიფერენციაციას კომუნიკაციის საზოგადოებრივი სფეროების მიხედვით – ”по областям коллективной речевой деятельности» (Винокур 1972: 61).

კომუნიკაციური მიზანდასახულობა კი, როგორც ვ. შმიდტი თვლის, თავის მხრივ წარმოადგენს “გადამწვევტ ფაქტორს ყოველი კომუნიკაციური აქტისთვის და, მაშასადამე, ტექსტების ორგანიზაციისთვისაც” (Schmidt, Harnisch 1971: 103).

კომუნიკაციის საზოგადოებრივი სფერო იმ ფაქტორს წარმოადგენს, რომელიც საფუძვლად უდევს ტექსტის, როგორც კომუნიკაციური ერთეულის კონსტრუირებას.

მ. გვენცაძე სოციალური ურთიერთობის სფეროებში განაწილებული ტექსტების მთლიანობას *ფუნქციურ – კომუნიკაციური კლასის* ტექსტებად განსაზღვრავს. მათში შედის – პუბლიცისტიკისა და პრესის ფუნქციურ – კომუნიკაციური კლასი, სამეცნიერო ტექსტების ფუნქციურ – კომუნიკაციური კლასი და სხვა.

მ. გვენცაძეს მიაჩნია, რომ ტექსტების ფუნქციურ – კომუნიკაციური კლასი ტექსტის ტიპოლოგიის იერარქიულ სისტემაში უმაღლეს და ყველაზე განზოგადებულ კატეგორიას წარმოადგენს. მოცემულ დონეზე გამოიყოფა კონსტრუქციული პარამეტრები, რომელიც მთლიანობაში ამა თუ იმ კლასისთვის არის დამახასიათებელი (მაგ. საგაზეთო ტექსტების ნიშან-თვისებები განსხვავდება სამეცნიერო ტექსტების ნიშან-თვისებებისგან).

არ არსებობს ტექსტი (ჩვენს შემთხვევაში - საგაზეთო ტექსტი) სოციალური ურთიერთობის სფეროს გარეშე, არ არსებობს ტექსტი სოციალური ფუნქციის გარეშე.

2. ტექსტების კლასის ფარგლებში მ. გვენცაძე შესაძლებლად მიიჩნევს შემდეგი ტიპოლოგიური ერთეულის – ტექსტის *ქვეკლასის* გამოყოფას, რომელიც სტილისტური ერთეულის “ჟანრული სტილის”/“ქვესტილის”/“სუბსტილის” ანალოგს წარმოადგენს (მაგალითად: საგაზეთო – საინფორმაციო ტექსტების ქვეკლასი, სამეცნიერო-პოპულარული ტექსტების ქვეკლასი და ა.შ.).

ტექსტების ქვეკლასის გამოყოფის საფუძვლად გვევლინება იმ საერთო სოციალური ამოცანის დაკონკრეტება, რომელსაც ტექსტების კლასი ურთიერთობის ამა თუ იმ სფეროში ახორციელებს, შესაბამისად, საკომუნიკაციო - პრაგმატული ფაქტორების დაკონკრეტებაც ხდება. ე. გ. რიზელი ამას “გამონათქვამის ინვარიანტულ მთლიანობას” უწოდებს (Ризель 1975: 10).

სწორედ გამონათქვამის ეს ინვარიანტული მთლიანობა წარმოადგენს *ტიპოლოგიური კონტრასტების* ერთობლიობას, რომელიც დამახასიათებელია ერთი და იგივე ქვეკლასისთვის იმ ნიშან-თვისებების გარდა, რომელიც ფუნქციურ – კომუნიკაციური კლასის თვალსაზრისითაა აღნიშნული.

3. ტექსტის ტიპოლოგიის იერარქიული სისტემის შემდეგ ყველაზე კონკრეტულ საფეხურს წარმოადგენს იმ ტექსტების მთლიანობა, რომელსაც *სამეტყველო ჟანრს* უწოდებენ (მაგ. ცნობა, სტატია და ა.შ.).

სამეტყველო ჟანრებში იგულისხმება ტექსტთა განსაზღვრული მთლიანობა, რომელიც გვხვდება ამა თუ იმ საზოგადოებრივ – კომუნიკაციურ სფეროში და, როგორც მ. ბახტინი თვლის აქვთ «определенные и относительно устойчивые формы построения целого» (Бахтин 1979: 257).

სამეტყველო ჟანრები შეიძლება შემდგომში დაიყოს ქვესახეობებად, თუმცა ქვესახეობებად სამეტყველო ჟანრების დაყოფა აუცილებლობას არ წარმოადგენს.

სამეტყველო ჟანრები სოციალურ - ისტორიული და კულტურულ - დეტერმინირებული კატეგორიაა. საზოგადოების განვითარებასთან ერთად შეიძლება ერთი ჟანრი შეიცვალოს მეორით.

ყველა სამეტყველო ჟანრი წარმოდგენილია კონკრეტული ტექსტით და, პირიქით, ყველა კონკრეტული ტექსტი ამაგდროულად ესა თუ ის ჟანრია. ამიტომ, ტექსტი მთლიან სამეტყველო ნაწარმოებს წარმოადგენს, რომლის საშუალები-

თაც ამა თუ იმ სოციალურ - პოლიტიკურ და კულტურულად განსაზღვრული ურთიერთობის სფეროში კომუნიკაციური აქტი ხორციელდება.

ვ. ლ. ნაერი მიზანშეწონილად მიიჩნევდა სტილური სისტემის გლობალური სტილის – *მეგასტილის* გამოყოფას, რომლის ჩარჩოებში ვითარდება და ფუნქციონირებს სტილის ჯგუფები (მაგ. მასობრივი კომუნიკაციის სფერო), და თუ მეგასტილის შესაბამისი ტიპოლოგიური ერთეული “სუპერკლასის” ტერმინით აღინიშნება, მაშინ ორი სისტემის პარალელიზმი შემდეგ სახეს მიიღებს:

სტილური სისტემა

ტიპოლოგიური სისტემა

მეგასტილი

(მაგ. მასობრივი კომუნიკაციის ტექსტები)

ტექსტების სუპერკლასი

(მაგ. მასობრივი კომუნიკაციის ტექსტები)

ფუნქციური სტილი (მაგ. საგაზეთო)

ტექსტების ფუნქციურ-კომუნიკაციური კლასი (მაგ. საგაზეთო ტექსტი)

ჟანრული სტილი (ქვესტილი)

(მაგ. საგაზეთო სტილის საინფორმაციო ქვესტილი)

ტექსტების ქვეკლასი

(მაგ. საგაზეთო-საინფორმაციო)

ტექსტის ტიპის სტილი

(მაგ. საინფორმაციო ცნობის/შეტყობინების)

სამეტყველო ჟანრი

(მაგ. საინფორმაციო ცნობა/შეტყობინება)

(Гвенцадзе 1986: 83)

ვეთანხმებით მ. გვენცაძის მოსაზრებას, რომ ეს ტიპოლოგიური სისტემა/კლასიფიკაცია ტექსტებისა და ფუნქციური სტილების კლასიფიკაციის თეორიების პოზიტიური სინთეზია და იმავდროულად სტილურ სისტემასთან შედარებით შემდეგი უპირატესობები აქვს:

1) ტიპოლოგიური სისტემის ერთეულები (სამეტყველო ჟანრები, ტექსტების ქვეკლასები და ა.შ.) ბევრად უშუალოდ შეესაბამებიან კვლევის თავდაპირველ ობიექტს – ტექსტს.

2) ტერმინი “ტიპოლოგიური ნიშანი/ტიპოლოგიურ ნიშანთა ერთობლიობა” უფრო ზუსტად და ცალსახად გადმოსცემს მოვლენის არსს, ვიდრე ტერმინი “სტილი”.

3) ტიპოლოგიურ სისტემაში უფრო მკაფიოდ აისახება ცალკეული დონეების ურთიერთთანაფარდობა და შესაბამისად, ცხადია, რომ ერთადერთი დონე

საიდანაც უნდა დაიწყოს ენობრივი ძიება სამეტყველო ჟანრების დონეა, მაშინ, როდესაც ტრადიციული სტილისტიკა ძირითადად ფუნქციური სტილის დონეზე აწარმოებდა კვლევას.

თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ზემოთ მოყვანილმა ტიპოლოგიურმა სისტემამაც ვერ შეძლო დაეძლია ის ნაკლი, რომლის ანალოგიასაც ფუნქციური სტილების თეორიაში ტიპოლოგიზაციის კრიტერიუმების უზუსტობა, დაუსაბუთებლობა და მერყეობა წარმოადგენს. როგორც ცნობილია ფუნქციურ-სტილურ ტიპოლოგიაში ძირითადად მიაჩნიათ ორი ექსტრალინგვისტური საკლასიფიკაციო ბაზა:

- ა) ენის ფუნქცია (ურთიერთობა, შეტყობინება, ზემოქმედება)
- ბ) ენის ფუნქციონირების სფერო (საქმიანობის სოციო-კომუნიკაციური სფერო)

მიზანშეწონილად მიგვაჩნია მოკლედ შევეხოთ საზოგადოებრივ სფეროებს. შესაბამისად, მოვიტანთ ვ. ა. ავრორინის მოსაზრებას, რომელიც თვლის, რომ რადგან, საზოგადოებრივი საქმიანობის სფეროები ძალზე ბევრია, ლინგვისტი უნდა შემოიფარგლოს განსაზღვრული სფეროებით, რომელთაც სამეცნიერო კვლევის საერთო მიმართულება ექნება. ვ. ავრორინი ურთიერთობის შემდეგ სფეროებს გამოჰყოფს:

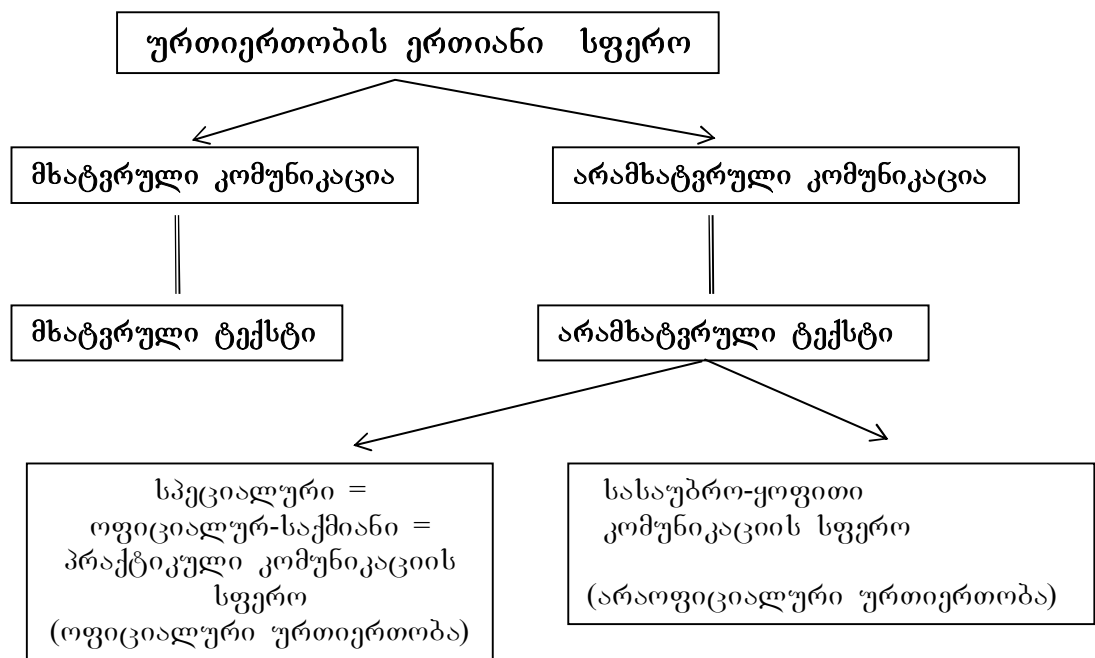
- 1) სამეურნეო საქმიანობა;
- 2) საზოგადოებრივ-პოლიტიკური საქმიანობა;
- 3) საყოფაცხოვრებო;
- 4) ორგანიზებული სწავლება;
- 5) მხატვრული ლიტერატურა;
- 6) მასობრივი ინფორმაცია;
- 7) ესთეტიკური ზემოქმედება;
- 8) ზეპირი ხალხური შემოქმედება;
- 9) მეცნიერება.

ვ. ავრორინის მიერ გამოყოფილი ამ ცხრა სფეროდან ჩვენი კვლევის ობიექტი შეექვსე – მასობრივი ინფორმაციის სფეროშია გაერთიანებული.

სამეტყველო ურთიერთობის სფერო იყოფა რამდენიმე შედარებით ავტონომიურ სფეროდ და, შესაბამისად, ერთმანეთისაგან განსხვავებული სამეტყველო გამონათქვამების ერთობად. ეს სფეროებია: “საყოფაცხოვრებო ურთიერთობის სფერო”, “საწარმოო და საზოგადოებრივი საქმიანობის სფერო” და “ენის ესთე-

ტიკურად განპირობებული გამოყენების სფერო”, რომელსაც შეესატყვისება “სასაუბრო ენა” – “სპეციალური ენა” – “მხატვრული ენა” (Гвенцадзе 1986: 90).

აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ცალკეული სფეროების გამოყოფა სრულებით არ გულისხმობს მათ ერთმანეთისგან იზოლირებას. ურთიერთობის მთლიანი სფერო თავდაპირველად მხატვრულ და არამხატვრულ კომუნიკაციებად იყოფა: ეს ორი სფერო შესაბამისად მხატვრულ და არამხატვრულ ტექსტებს მოიცავს. ეს დაყოფა ემყარება იმას, რომ, არამხატვრული ტექსტის აღქმას მკითხველის მხრიდან ერთმნიშვნელოვანი, ცალსახა აღქმა ახასიათებს, მხატვრულს კი – არაერთმნიშვნელოვანი აღქმა აქვს. არალიტერატურული კომუნიკაცია თავის მხრივ ორ დიდ სფეროდ იყოფა: ოფიციალური (ოფიციალურ-საქმიანი, პრაქტიკული) კომუნიკაციის სფეროდ და სასაუბრო-ყოფითი კომუნიკაციის სფეროდ. ამ ორი სფეროს ძირითადი განმასხვავებელი ნიშნებია – ოფიციალური და არაოფიციალური ურთიერთობა. ამრიგად, ეს შემდგენაირად აისახება:



სასაუბრო-ყოფითი ტექსტებისთვის დამახასიათებელია:

1. სპეციალური თემატიკის არარსებობა.
2. მეტყველების ზეპირი ფორმა.
3. უპირატესად დიალოგური ფორმა.
4. სპონტანურობა/წინასწარი დაუშუშავებლობა.

ოფიციალურ-საქმიანი ტექსტებისთვის დამახასიათებელია:

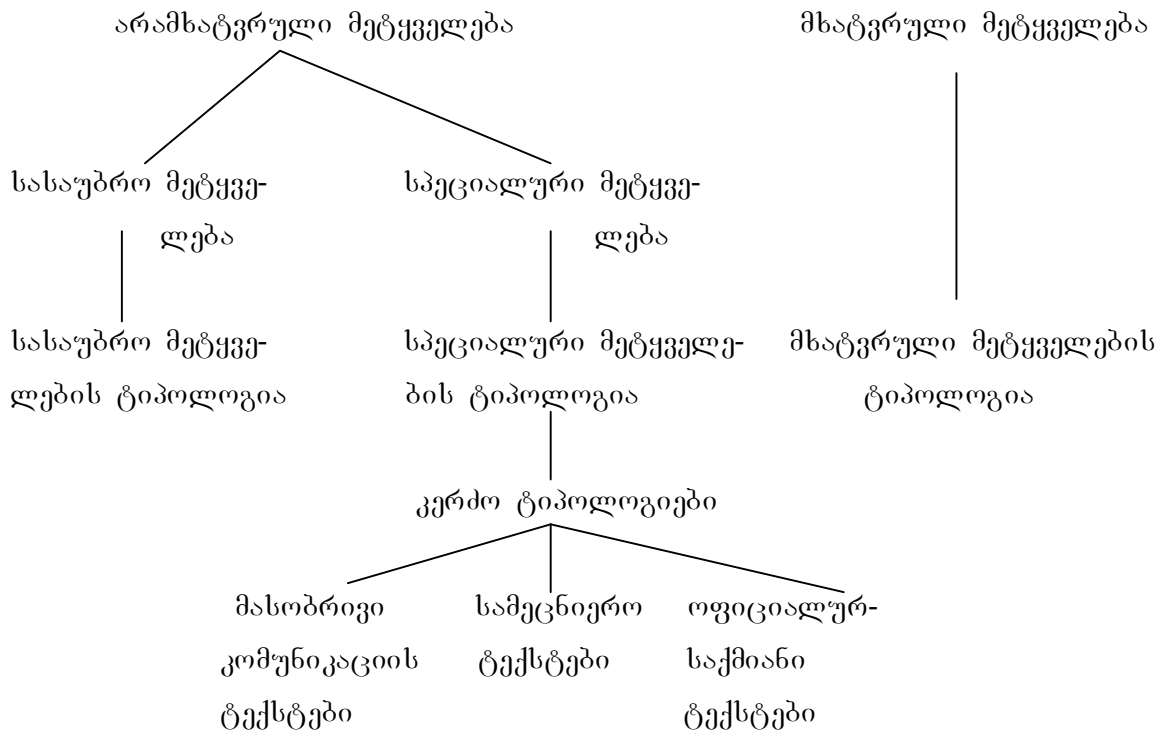
1. სპეციალური თემატიკით შემოფარგვლა.
2. უპირატესად მეტყველების წერითი ფორმა (კერძოდ, ბეჭდვითი ან წერილობითი).
3. უპირატესად მონოლოგური ფორმა.
4. არასპონტანურობა/წინასწარი (სავარაუდო) დამუშავება.

საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტები ურთიერთობის ერთიანი სფეროს არამხატვრული კომუნიკაციის სფეროს მიეკუთვნება, ე. ი. საინფორმაციო სტატია არამხატვრულ ტექსტს წარმოადგენს, შესაბამისად, შედის სპეციალური (ოფიციალურ-საქმიანი, პრაქტიკული) კომუნიკაციის სფეროში (მაგ. სხვადასხვა გაზეთში (“The Times”, “The Guardian”, “The New York Times” და ა. შ.) გამოქვეყნებული ცნობა, ანგარიში და ა.შ.).

თუმცა, სტატიებში ზოგჯერ გვხვდება სასაუბრო-ყოფითი კომუნიკაციის სფეროსთვის, ე.ი. არაოფიციალური ურთიერთობისთვის დამახასიათებელი ელემენტები: მაგ. ა) ინტერვიუსა და რეპორტაჟში; ბ) განსაკუთრებით ყვითელი პრესის ფურცლებზე, მაგ. გაზეთში “The Sun” დაბეჭდილ სტატიებში.

აღნიშნულიდან გამომდინარე ჩვენ ვასკვნით, რომ საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრის ტექსტებს ახასიათებს უმეტესად ოფიციალურ-საქმიანი ტექსტისთვის დამახასიათებელი ნიშნები, კერძოდ, საინფორმაციო საგაზეთო სტატია იფარგლება კონკრეტული თემატიკით, ის მიეკუთვნება (სამეტყველო აქტის) მეტყველების წერით ფორმას, ზოგ შემთხვევაში (მაგ. ცნობა, ანგარიში) მონოლოგური თხრობის ფორმით, ზოგ შემთხვევაში (ინტერვიუ, რეპორტაჟი) კი დიალოგური ფორმით ხასიათდება.

ტექსტების ჯგუფის გამოყოფა განსხვავდება ტიპოლოგიური სისტემის აგების თვალსაზრისითაც. თუმცა სპეციალური ტექსტები იყოფა მასობრივი კომუნიკაციის, სამეცნიერო და ოფიციალური საქმიანობის ტექსტებად, მათ საფუძვლად უნდა გამოიშავედეს ერთიანი – საკომუნიკაციო-პრაგმატული ტიპოლოგიზაციის ბაზისი. შესაბამისად მივიღებთ შემდეგ სქემას:



(Гвенцадзе 1986: 95).

აღსანიშნავია, რომ ცალკეული სფეროების გამოყოფა სრულებით არ ნიშნავს მათ იზოლირებას ერთმანეთისგან, მაგ. ჰ. ბელკე გარდამავალი ტიპის ტექსტებად მიიჩნევს წერილს, რეპორტაჟს, ავტობიოგრაფიას, ბიოგრაფიას, დიდაქტიკურ ლექსებს, მემუარებს და ა.შ. რადგან იგი თვლის, რომ ეს ტექსტები ასახავს მხატვრული და სპეციალური მეტყველების ურთიერთკავშირს (Belke 1973: 320).

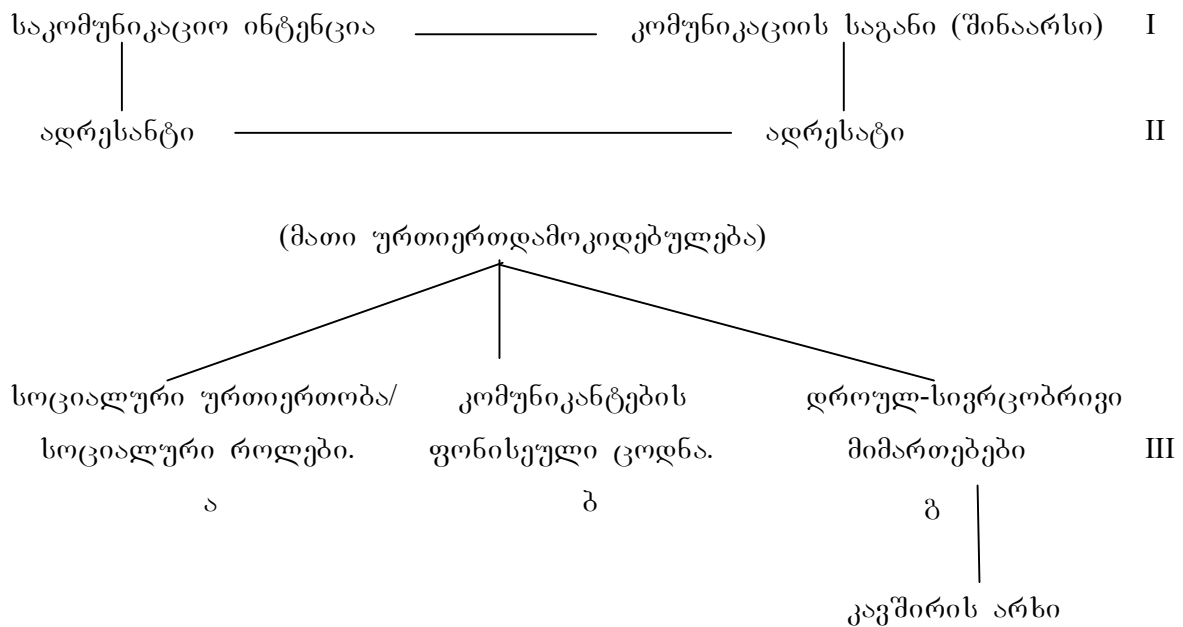
აღნიშნულ სქემაში საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები მასობრივი კომუნიკაციის ტექსტებში ხვდება. თუმცა ჩვენ ნაწილობრივ ვეთანხმებით ჰ. ბელკეს მოსაზრებას და ვთვლით, რომ ზოგიერთი საგაზეთო ტექსტი (მაგ. რეპორტაჟი) გარდამავალი ტიპის ტექსტია, რადგან ამგვარ ტექსტებში გაერთიანებულია მხატვრული და სპეციალური (მასობრივი კომუნიკაციის ტექსტები) მეტყველების ელემენტები.

ამრიგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საგაზეთო ტექსტების ტიპოლოგია, ტექსტის ტიპოლოგიის ერთ-ერთი ნაწილია, რომელიც მასობრივი კომუნიკაციის ტექსტებს შეისწავლის.

გლობალურ კომუნიკაციურ-პრაგმატულ კონტექსტს დიდი მნიშვნელობა აქვს ტექსტის ტიპის სტრუქტურირების დროს.

განხილულ კლასიფიკაციაში ყველაზე კონკრეტული ერთეული – სამეტყველო ჟანრი უშუალოდ შეესაბამება კონკრეტულ ტექსტს და ცენტრალურ ერთეულს წარმოადგენს ერთი მხრივ სამეტყველო ურთიერთობაში და მეორე მხრივ – ლინგვოტიპოლოგიურ კვლევაში. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ, როგორც სამეტყველო ურთიერთობის, ისე პრაგმატულად ორიენტირებული ტექსტის ტიპოლოგიაში სამეტყველო ჟანრი კომუნიკაციური აქტისგან განუყოფელია. ამიტომ, ტექსტოტიპოლოგიური ძიებანის დროს უფრო მიზანშეწონილია კომპლექსურ ერთეულად მივიღოთ “კომუნიკაციური აქტი – სამეტყველო ჟანრი” (коммуникативный акт – речевой жанр). ამიტომ, თავიდანვე წამოიჭრება კომუნიკაციურ-პრაგმატული *მაკროკონტექსტის* არსებობის საკითხი (Гвенцадзе 1986: 96-97).

სამეტყველო აქტის (სამეტყველო აქტებს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში დაწვრილებით განვიხილავთ მესამე თავში) ყველა კომპონენტი არ წარმოადგენს ტექსტის ტიპის მაკონსტრუირებელ ფაქტორს. ამიტომ, კომუნიკაციური აქტის კომუნიკაციური მოდელი მხოლოდ *საბაზისო* კომპონენტებით უნდა შემოიფარგლოს.



I კომუნიკაციური აქტი წარმოდგენილია ადრესანტისა და ადრესატის ურთიერთკავშირის მოდელით. ორივე ეს კომპონენტი თანაბრად აუცილებელია სამეტყველო აქტის განხორციელებისათვის, თუმცა ნებისმიერი სამეტყველო ურთიერთობის ცენტრად მოსაუბრე სუბიექტი ითვლება. მსმენელი კი –

გამონათქვამის ობიექტია. განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება კომუნიკაციურ მიზანდასახულობას (ინტენციას), რადგან ტექსტი ხომ საკომუნიკაციო ინტენციის რეალიზაციას ემსახურება. ურთიერთობის სფეროში ადრესანტი წინასწარ ორიენტირებულია განსაზღვრულ მიზანზე.

ამრიგად, თუ ზემოთ მოყვანილ სქემას განვიხილავთ, ვნახავთ, რომ ურთიერთობის მთელი სფეროს კომუნიკაციური მიზანდასახულობა უმაღლეს საკომუნიკაციო ინტენციას წარმოადგენს, სამეტყველო ჩანაფიქრი კი – მხოლოდ მისი კონკრეტული მანიფესტაციაა.

II ადრესანტს თავისი სოციალური პოზიცია, თავისი როლი აქვს; ადრესატს, ანუ პარტნიორს – თავისი. ამ ორ სოციალურ პოზიციას შორის ურთიერთობაა.

III ა, ბ) პარტნიორის მხრიდან კომუნიკაციის გარკვეული ვითარების ცოდნა. გ) კომუნიკაციის მონაწილეებს შორის დროულ-სივრცობრივი მიმართებები.

ამრიგად, კომუნიკაციური აქტის გლობალური კონტექსტი (მაკროკონტექსტი) მოიცავს კლასიფიკაციური სისტემის ყველა ტიპოლოგიურ სივრცეს; ურთიერთობის ამა თუ იმ სფეროში წარმოიშვება *კონტექსტუალური ინვარიანტი*, რომელიც *რეალური* სამეტყველო კომუნიკაციების მრავალრიცხოვანი ვარიანტებითაა რეალიზებული, და, რადგანაც რეალური კომუნიკაცია რეალური საზოგადოების ამა თუ იმ სფეროში ხორციელდება, ამიტომ მოცემული საზოგადოების სოციალურ-პოლიტიკური, ეკონომიკური და პოლიტიკური სტრუქტურა მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მაკროტექსტის ვარიანტულ რეალიზაციაზე.

საგაზეთო ტექსტების ტიპოლოგიზაციის დროს ძალზე საყურადღებოა საგაზეთო უნარების და უნარობრივი ჯგუფების პრაგმატული კლასიფიკაცია, რადგან საგაზეთო სფერო ხომ ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სფეროა იდეურ-პოლიტიკური თვალსაზრისით. საგაზეთო სფერო ხასიათდება არა მარტო ტექსტობრივი მასალის სიუხვით, არამედ, მასში იმპლიცირებული თეორიული აზრითაც.

თანამედროვე პუბლიცისტიკის თეორიაში წარმოდგენილი ეს თეორიული აზრი ძირითადად თანამედროვე ლინგვოსემიოტიკური მეცნიერების კომპლექსისგან დამოუკიდებლად ვითარდება, რაც თავის მხრივ ართულებს ტექსტების ზოგადად მიღებული კომუნიკაციურ-პრაგმატული კლასიფიკაციის თეორიების გამოყენებას საგაზეთო სფეროში, იმის მიუხედავად, რომ ორივე ტიპოლოგია:

ერთი მხრივ, ტექსტების კომუნიკაციურ-პრაგმატული კლასიფიკაცია და მეორე მხრივ, თეორიული პუბლიცისტიკის საზღვრებში საგაზეთო ტექსტების კერძო კლასიფიკაცია ერთმანეთთან ერთი მეთოდოლოგიური ორიენტაციით – *ექსტრატექსტუალური თვალსაზრისის პრიმატით* თანაფარდობენ.

საგაზეთო პუბლიკაციების ჟანრობრივი სისტემის განხილვისას მ. გვენცაძე თვლის, რომ ძირითადად კომუნიკაციურ-პრაგმატულ ხასიათზე ხდება ყურადღების გამახვილება. თავის კლასიფიკაციაში (Гвенцадзе 1986) იგი ეყრდნობა კოლექტიურ მონოგრაფიას: «Теория и практика советской периодической печати» (Пельга (ред) 1980), სადაც მასალის ჟანრულ კლასიფიკაციაში ჟანრის დეფინიცია ოთხ ასპექტს ეფუძნება, ეს ასპექტებია:

1. შემეცნების, ასახვის საგნის თავისებურებანი.
2. სამუშაო ფუნქციები, ჟანრის დანიშნულება.
3. სინამდვილის ფართოდ გაშუქება და, შესაბამისად, დასკვნებისა და განზოგადების მასშტაბი.
4. ჩანაფიქრის განხორციელებისათვის გამომხატველობით-ასახვითი საშუალებების გამოყენება.

ამ ოთხ ასპექტზე დაყრდნობით საგაზეთო ჟანრის სახეობები სამ ჯგუფად იყოფა:

- | | |
|------------------------------------|--|
| საინფორმაციო ჯგუფი | – მასში შედის ცნობა, რეპორტაჟი, ანგარიში, ინტერვიუ. |
| ანალიზური ჯგუფი | – კორექსონდენცია, სტატია, მიმოხილვა, რეცენზია, წერილი. |
| მხატვრულ-პუბლიცისტური ჯგუფი | – ნარკვევი, ჩანახატი, ფელეტონი, პამფლეტი, ეპიგრამა. |

საგაზეთო სტატიების ამ ჯგუფებად დაყოფას საფუძვლად შემდეგი მახასიათებლები უდევს:

- | | |
|-----------------------------|---|
| საინფორმაციო ჟანრები | – ოპერატიული, შეკვეცილი ცნობა ერთეულ ფაქტზე, მოვლენაზე, ახალ ამბავზე და აქედან გამომდინარე, ამ ჟანრს ახასიათებს მონომოვლენობისა და დროითი პარამეტრის რეგულამენტირების ნიშანი. |
|-----------------------------|---|

ანალიზური ჟანრები

– ფაქტების ურთიერთდამოკიდებულების, მათ შორის კავშირის ხასიათის ანალიზის და განზოგადების გამოვლინება; აქედან გამომდინარე, ანალიზის შესაძლო მასშტაბურობა და სიღრმე, არგუმენტაციის მრავალმხრიობა, დროითი პარამეტრის შედარებით არარეგლამენტირება.

მხატვრულ-პუბლიცისტური ჟანრები

– მხატვრული ტიპიზაციის საშუალებების გამოყენება: როგორც წარმოდგენითი, ასევე წარმოსახვითი საშუალებებით სარგებლობა.

(Гвенцадзе 1986: 107-108)

ამრიგად, საინფორმაციო ჟანრის ნიშანია – “ცნობა ერთეულ ფაქტზე”. და ამ ნიშნით პირველ ჯგუფში მოთავსებულია: ცნობა, რეპორტაჟი, ანგარიში, ინტერვიუ. ეს ოთხი ჟანრი (სახეობა) ერთმანეთისგან შემდეგი თვისებებით განსხვავდება:

ცნობა ახალ ფაქტზე, ახალ მოვლენაზე → **ცნობა**.

ცნობა ასახული მოვლენის დეტალური აღწერით → **ანგარიში**.

მოვლენის მონაწილისა ან თვითმხილველის მიერ მოვლენის განვითარების შესახებ თხრობა, ცნობის მიწოდება → **რეპორტაჟი**.

ინფორმაცია, რომელსაც თან ახლავს მესამე პირების მიერ მოვლენის კომენტარი → **ინტერვიუ**.

ეს არის ჟანრების თეორიაში დომინირებული საგაზეთო მასალის ზოგადი კლასიფიკაცია. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, ზოგი ავტორი (მ. ჩერეპახოვი და სხვები) მიუთითებს, რომ ცალკეული საგაზეთო ჟანრები (მაგ. ინტერვიუ, მიმოხილვა, წერილი და სხვა) შეიძლება ერთდროულად ორ ჯგუფში გაერთიანდეს. ისინი თვლიან, რომ აღნიშნული კლასიფიკაციის ძირითად ნაკლად ითვლება იმ პრინციპების არასაკმარისი სიზუსტე (გარკვეულობა) და არაერთგვაროვნება, რომელიც საფუძვლად უდევს საგაზეთო ჟანრების და ჟანრობრივი ჯგუფების გამოყოფას. მ. ს. ჩერეპახოვი აღნიშნავს, რომ «в литературе о жанрах нет единых крите-

риев... Определения жанров, жанровых подструктур, функции тех или иных форм носят различный характер, выводятся из неодинаковых оснований. Между тем необходимы твердые критерии типологических особенностей публицистических жанров. Лишь при наличии правильного представления о типологических приметах жанров в публицистике, о том, что их объединяет, и, с другой стороны, специфицирует, можно с одной точки зрения судить об особенностях каждого из них» (Черепанов 1973:212).

ჩვენის მხრივ მიგვაჩნია, რომ აღნიშნული კლასიფიკაცია ძალზედ საინტერესო და ალბათ საგაზეთო ჟანრების დიფერენციაციის ყველაზე სრულყოფილი მცდელობაა. თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ იმის მიუხედავად, რომ კარგად არის გამოკვეთილი ჟანრობრივი სპეციფიკის კრიტერიუმები, ანუ ის ამოსავალი, რასაც ეფუძნება საგაზეთო ტექსტების ჟანრობრივ ჯგუფებად დაყოფა, ჩვენ მაინც ვთვლით, რომ მკვეთრად გამოკვეთილია მხოლოდ მხატვრულ-პუბლიცისტური ჟანრი, ხოლო, რაც შეეხება საინფორმაციო და ანალიზურ ჟანრებს, აქ ცოტა ძნელია მათი აშკარა დაყოფა, რადგანაც ის განმასხვავებელი კრიტერიუმი, რის საფუძველზეც ხდება თითოეული ჟანრობრივი ჯგუფის ქვეჯგუფების გამოყოფა, შეიძლება შეგვხვდეს მეორე ჯგუფშიც და პირიქით. (ამაზე უფრო დაწვრილებით ქვემოთ ვისაუბრებთ).

იმის მიუხედავად, რომ აღნიშნული კლასიფიკაცია აშკარად კარგად გამოხატული ჟურნალისტურ-პროფესიული ხასიათისაა, თანამედროვე ტექსტის ტიპოლოგიის თვალსაზრისით მას ორი უდავო ღირსება გააჩნია:

1. ჟანრების კლასიფიკაციური სისტემა იერარქიულია (მისი ერთეულები ტიპოლოგიური სისტემის დონეებს შეესაბამებიან):

საგაზეთო ჟანრების ერთობლიობა → საგაზეთო ტექსტების კლასის დონე.

ჟანრობრივი ჯგუფები → საგაზეთო ტექსტების ქვეკლასურობის დონე.

საგაზეთო ჟანრები → სამეტყველო ჟანრების დონე.

2. ჟანრების კლასიფიკაციური სისტემა თავისი შინაარსით ინტენციონალურია. ინტენციონალური პრინციპი უდევს საფუძველად, როგორც საგაზეთო ჟანრების (ფუნქცია, ჟანრის დანიშნულება), ასევე ჟანრობრივი ჯგუფების (ინფორმირება, არგუმენტირება – შეფასება, მხატვრული ზემოქმედება) გამოყოფას.

რაც შეეხება კლასიფიკაციის კრიტერიუმების არაპროგნოზურობასა და უზუსტობას, მ. გვენცაძე თვლის, რომ ეს შეიძლება ზოგად ტიპოლოგიური თვალსაზრისით იქნეს ინტერპრეტირებული, კერძოდ:

- ა) არასრული ტიპოლოგიის ბაზისი.
- ბ) ინტენციონალური პრინციპის რეალიზაციისას თანმიმდევრობის არარსებობა.
- გ) ჟანრობრივი ასპექტების გამოყოფისას არაერთგვაროვანი კრიტერიუმების გამოყენება.

ზემოთ აღნიშნული ნაკლოვანებების დაძლევა ისე, რომ შენარჩუნებული იყოს საგაზეთო ჟანრების კომუნიკაციურ-პრაგმატული ორიენტაცია შესაძლებელი ხდება ერთიანი, სისტემური, პროგნოზური ტიპოლოგიური ბაზისით – *ექსტრატექსტუალური მაკროკონტექსტით*.

საგაზეთო ექსტრალინგვისტიკის დახასიათებისას ტიპოლოგიური სისტემის დონეების განხილვა უნდა დავიწყოთ უმაღლესიდან უმდაბლესისკენ.

ს ა გ ა ზ ე თ ო ტ ე ქ ს ტ ე ბ ი ს კ ლ ა ს ი

საგაზეთო ტექსტების კლასში მოიაზრება სამეტყველო ჟანრების მთელი ერთობლიობა, რომელიც თავის ფუნქციას გაზეთის საშუალებით ასრულებს.

საგაზეთო ტექსტების კლასი შემადგენლობით უფრო ფართოა, ვიდრე საგაზეთო – პუბლიცისტიკის ჟანრების ერთობლიობა. მოცემულ ტიპოლოგიურ ერთობას მიეკუთვნება სამეტყველო ჟანრები, რომელიც უაღრესად უტილიტარული დანიშნულებისაა (მაგ. განცხადება, რეკლამა და ა. შ.), აგრეთვე, გაზეთის საშუალებით გავრცელებული, ურთიერთობის სხვა სფეროში (ძირითადად ოფიციალურ-საქმიანი ურთიერთობის სფერო) წარმოქმნილი დოკუმენტური მასალები და ა. შ. სწორედ, ამასთან დაკავშირებით გამოთქვა ჰ. ზიტამ თავისი მოსაზრება, რომ გამოყოფილიყო ე.წ. “განზოგადებული ტექსტური ტიპი – “გაზეთი”, რომელიც თავის თავში გააერთიანებდა სხვადასხვა დანიშნულების ცალკეულ ქვეტიპებს, როგორცაა: ცნობა, კომენტარი, რეკლამა, რეპორტაჟი, ამინდის პროგნოზი, რეცენზია და ა.შ. (Sitta 1973: 65).

საგაზეთო ტექსტების კლასი ეს ერთი სისტემაა, რომლის თითოეულ ელემენტს (ე. ი. მასში გამოქვეყნებულ მასალას) “გაერთიანებული საგაზეთო ექსტრალინგვისტიკა ერთნაირ მოთხოვნებს წაუყენებს”(Костомаров 1974: 53).

კომუნიკაციის საერთო მოდელი საგაზეთო ტექსტების კლასში შემდეგი საშუალებებით რეალიზდება:

1. კომუნიკაციის ურთიერთმიმართების ტიპი:

ეს არის ძირითადად ადრესანტის (გამგზავნის) და ადრესატის ურთიერთობის ორი ასპექტი:

- ა) სოციალური ურთიერთობის ასპექტი.
- ბ) გარეშე პირობების ასპექტი.

ლინგვისტურად რელევანტური მაკროკონტექსტის თვალსაზრისით, ყურადღება უნდა გამახვილდეს ისეთ მომენტებზე, რომელიც ახასიათებს, როგორც კომუნიკანტებს, ასევე მათ ურთიერთობას. ეს პირველ ყოვლისა არის ადრესანტისა და ადრესატის არსებობის თანადროულობა (ერთდროულობა).

ადრესანტის განსაკუთრებული მდგომარეობის გამო, ინდივიდუალურ სამეტყველო აქტს გაზეთის შემთხვევაში კოლექტიური შინაარსი აქვს, რადგანაც ადრესანტის განსაკუთრებული მდგომარეობა უფლებას აძლევს მას, რომ ბევრის სახელით ილაპარაკოს.

საგაზეთო ურთიერთობის ადრესატი კი მოიაზრება, როგორც კოლექტივი. ეს არის ინდივიდუუმების მასა, რომლებიც კლასობრივი და სოციალურ-პოლიტიკური ინტერესების, იდეოლოგიური და სულიერი ორიენტაციის საფუძველზე განსაზღვრულ ერთობად არიან გაერთიანებულნი. ადრესანტი მიმართავს მთელ ამ მასას, თუმცა საუბარი ცალკეული ადამიანის მიერ აღიქმება. ამრიგად, კრებსითი სუბიექტის ამოცანა მდგომარეობს იმაში, თუ, როგორ მიმართოს მან მასის საშუალებით ცალკეულ პირებს. საგაზეთო ურთიერთობაში ადრესანტისა და ადრესატის კოლექტიურობას ავსებს ოფიციალურობის ნიშანი.

საგაზეთო ურთიერთობის კომუნიკანტების ურთიერთობაში კიდევ ერთი ასპექტია: ეს არის ადრესანტის (მთხრობელის) სრული პასუხისმგებლობა კომუნიკაციურ ეფექტზე. ადრესანტი ვალდებულია გაითვალისწინოს ადრესატის კომუნიკაციური ინტერესები, უპირველეს ყოვლისა, საქმე ეხება ინფორმაციის მაქსიმალურად გასაგები ფორმით მიწოდებას.

გარეშე პირობების ასპექტი, რომელიც თან ახლავს კომუნიკანტების ურთიერთმიმართებას, განისაზღვრება მათ შორის დისტანციით; ამ დისტანციის გადალახვა გაზეთის საშუალებით ხდება.

გაზეთის მიმართვის ფორმაა – წერიტი, ბეჭდვითი ფორმა, ამიტომ, გაზეთზე ოფიციალური წერილობითი მეტყველების კანონზომიერებები ვრცელდება.

საგაზეთო ტექსტის პარალინგვისტური ასპექტებია: შრიფტით ლავირება, შრიფტით აზრის გამოყოფა, წამყვანი აბზაცის გამოყენება (ეს ეფექტიც შრიფტით ხორციელდება), სათაურის გამოყოფა, განსაზღვრული ტიპის ტექსტისთვის გაზეთის კაბადონზე მუდმივი ადგილის დამკვიდრება.

გაზეთსა და მოვლენას შორის დრო ძირითადად ერთი დღეა. გაზეთის გამოცემის თარიღი, ათვლის წერტილია, რომელზეც მკითხველია ორიენტირებული.

ტიპოლოგიური კვლევის დროს სამი ტემპორალური ინდიკატორი გამოიყენება, ესენია: t_1 – ადრესანტის დრო; t_2 – ადრესატის დრო; t_3 – მოვლენის დრო.

საგაზეთო ტექსტებში პრაქტიკულად შეიძლება შემდეგი თანხვედრები მოხდეს: 1) სამივე ტემპორალური ინდიკატორის თანხვედრა: $t_1 = t_2 = t_3$; 2) ორი მათგანის თანხვედრა: $t_1 = t_2$ და $t_3 = t_1$; 3) მათი არათანხვედრა;

2. კომუნიკაციური მიზანდასახულობის ტიპი:

გაზეთის ყველაზე მნიშვნელოვანი ფუნქცია – ზემოქმედების ფუნქციაა, რომ მასობრივ აუდიტორიაზე განსაზღვრული იდეური პოზიციიდან ზემოქმედება მოახდინოს. ზემოქმედების ფუნქცია ყველა ტიპის საგაზეთო ტექსტის მადომინირებელი კომუნიკაციური მიზანდასახულობაა. სხვაობა მხოლოდ მისი ფუნქციონირების ინტენსიურობასა და ხერხებშია; ზოგიერთი ტიპის ტექსტებში (მაგ. ანგარიში, კომენტარი, რეცენზია, რეპორტაჟი, ინტერვიუ) ის პირდაპირ მუდგანდება, ხოლო სხვებში (მაგ. ცნობა, კორესპონდენცია) – ირიბად (როგორც, რაღაც ზემოცანა) იჩენს თავს; პირველ შემთხვევაში – ის მასებთან მიმართვის საშუალებაა, მაშინ, როცა მეორე შემთხვევაში – ის ფაქტობრივი ინფორმაციის საშუალებით რეალიზდება.

საგაზეთო კომუნიკაციის პრინციპული თავისებურებაა ის, რომ უმადლესი საკომუნიკაციო ინტენცია გაზეთის ფარგლებში უპირატესად – ინფორმაციული ფორმით რეალიზდება; საგაზეთო ურთიერთობის არსი ხომ ინფორმაციის საშუალებით იდეოლოგიური ზემოქმედება, განსაზღვრული იდეოლოგიური პოზიციიდან ინფორმაციის მიწოდებაა.

3. კომუნიკაციის შინაარსის ტიპი:

საგაზეთო კომუნიკაციის უმნიშვნელოვანეს თავისებურებას საგაზეთო პრობლემატიკის ენციკლოპედიური ხასიათი წარმოადგენს. გაზეთი სოციალური საქმიანობის ყველა მხარეს ეხება: საერთაშორისო და საშინაო ცხოვრებას, დიდ

და პატარა საკითხებს, ცალკეულ ფაქტებს და მნიშვნელოვან მოვლენებს, კერძო პირებსა და სახელმწიფოებს; ამიტომ, გაზეთს ყველაზე განსხვავებული ამოცანების გადაჭრა უწევს; ზოგ შემთხვევაში მისი ამოცანა ახალი ფაქტის გადმოცემაა (მაგ.: ცნობა, რეპორტაჟი), სხვა შემთხვევაში – რაღაც ფაქტის მნიშვნელობის ან ადამიანის ჩვენებაა (მაგ.: ინტერვიუ, ანგარიში).

რადგან ჩვენი კვლევის საგანს საგაზეთო კომუნიკაციის შინაარსის ტიპების კვლევა არ წარმოადგენს, მხოლოდ ჩვენი ინტერესებიდან ყველაზე უფრო მნიშვნელოვან მომენტებს გამოვყოფთ, ესენია:

1) ფაქტობრიობა, დოკუმენტურობა – ეს ნიშნები არამხატვრული ტექსტებისთვისაა დამახასიათებელი და საგაზეთო კომუნიკაციებში ძირითადად *ფაქტის, მოვლენის, ამბის* საშუალებით რეალიზდება.

2) საგაზეთო კომუნიკაციის საგანი სტერეოტიპულია – ეს ძირითადად ტიპური მოვლენებია, რომლებიც სოციუმის საზოგადოებრივ და პოლიტიკურ ცხოვრებაში ხდება.

ესენია ექსტრალინგვისტური კორპუსის ის საერთო მახასიათებლები, რომლებიც საგაზეთო ტექსტების კლასის ფუნქციონირებას უდევს საფუძვლად.

საგაზეთო მასალის შემდგომი ტიპოლოგიზაციისათვის სხვადასხვა ფაქტორების ერთობლიობიდან გამოიყოფა მადომინირებელი ფაქტორი, რომელიც გაზეთის ტიპოლოგიური დიფერენციაციის კრიტერიუმებს ქმნის.

ს ა გ ა ზ ე თ ო ტ ე ქ ს ტ ე ბ ი ს ქ ვ ე კ ლ ა ს ე ბ ი

საგაზეთო ტექსტების ქვეკლასების დონე ჟანრების სტილური სისტემის დონეს შეესატყვისება. ვიზიარებთ მ. გვენცაძის მოსაზრებას, როდესაც იგი აღნიშნულ დონეზე *ინტენციონალურ* პრინციპს ეყრდნობა.

ვ. შმიდტმა ტექსტის ტიპოლოგიზაციის დროს გამოჰყო სამი ინტენცია, ესენია: *ინფორმირება, აქტივიზირება და ახსნა* (Гвенцадзе 1986: 42-43). საგაზეთო სფეროს ურთიერთობისთვისაც ამ სამი ამოსავალი ინტენციის არსებობაა დამახასიათებელი, რომლებიც ერთნაირად ექვემდებარებიან მოცემული სფეროს უმაღლეს კომუნიკაციურ-პრაგმატულ მიზანს, რომლის რეალიზაციასაც ისინი სხვადასხვა საშუალებით ახდენენ.

თავის მხრივ ამ ინტენციებიდან თითოეული საგაზეთო ტექსტების ქვეკლასების გამოყოფის საფუძველს ქმნის; და, რადგან მხოლოდ ერთი ინტენციით

ქვეკლასების არსებობა პრაქტიკულად შეუძლებელია, მაშასადამე, უნდა ვილაპარაკოთ მადომინირებელ საკომუნიკაციო ინტენციაზე (მსი), რომელიც ქვეკლასების კრიტერიუმად გამოდგება – ინფორმირება, არგუმენტირებითა და ზემოქმედებით / აქტივიზირება, ინფორმირებითა და არგუმენტირებით / არგუმენტირება, ინფორმირებითა და ზემოქმედებით (Гвенцадзе 1986:121).

ამრიგად, ვიღებთ შემდეგ სურათს:

1. **საინფორმაციო ქვეკლასის მ ს ი** : განსაზღვრული იდეოლოგიური პოზიციით სოციალურად მნიშვნელოვანი ფაქტების ინფორმირება.

საინფორმაციო ქვეკლასი ორი ქვეჯგუფისგან შედგება:

ობიექტურად და სუბიექტურად მაინფორმირებელი ქვეჯგუფები:

ა) **ობიექტურად მაინფორმირებელი ქვეჯგუფის მ ს ი**: ინფორმირება, რომელშიც ჭარბობს ობიექტური ასპექტი.

ბ) **სუბიექტურად მაინფორმირებელი ქვეჯგუფის მ ს ი**: ინფორმირება სუბიექტური ასპექტის სიჭარბით.

2. **მარგუმენტირებელი ქვეკლასის მ ს ი**: პრობლემის ახსნა (განმარტება), ანალიზი, პრობლემის დასმა და გადაწყვეტა.

3. **გამააქტიურებელი ქვეკლასის მ ს ი**: საპასუხო რეაქციისთვის აქტივიზირება, სტიმულირება, ემოციურად ზემოქმედება.

გამააქტიურებელი ქვეკლასი სამი ჯგუფისგან შედგება:

ა) სააპელაციო,

ბ) მამობილიზებელ-მანორმირებელი,

გ) ემოციურ – ექსპრესიული ქვეჯგუფები.

ა) **სააპელაციო ქვეჯგუფის მ ს ი**: უშუალოდ მიმართო ადრესატს.

ბ) **მამობილიზებელ – მანორმირებელი ქვეჯგუფის მ ს ი**: ადრესატის მოქმედების წარმართვა და ნორმირება.

გ) **ემოციურ – ექსპრესიული ზემოქმედების ქვეჯგუფის მ ს ი**: სინამდვილის ხატოვნად ასახვა, ადრესატზე ემოციური ზემოქმედება.

ქვეკლასის დონეზე უმნიშვნელოვანესი ექსტრატექსტუალური ფაქტორები კონკრეტულ სახეს იღებს და ვიწროვდება მათი ვარიანტების დიაპაზონი – ესა თუ ის ქვეკლასი საკომუნიკაციო მოდელის ამა თუ იმ კომპონენტების კომბი-

ნაციისკენ ისწრაფის და მთლიანად გამორიცხავს მათ ამა თუ იმ შეხამება-შეწყობას. ჩვენი ინტერესის სფეროა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები, ამიტომ მიზანშეწონილად მიგვაჩნია აღვნიშნოთ, რომ

საინფორმაციო ქვეკლასის მადომინირებულ საკომუნიკაციო ინტენციას განსაზღვრული იდეოლოგიური პოზიციიდან ინფორმირება წარმოადგენს.

უმადლესი საკომუნიკაციო ინტენციის გამოვლენის წესია – ინფორმირების საშუალებით ზემოქმედება.

თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენცია – კომენტირება, შეფასება;

კომუნიკაციის შინაარსის ტიპი – სოციალურად მნიშვნელოვანი ერთეული ფაქტი, ახალი ამბავი;

ადრესანტის ტიპი – ოფიციალური ინსტიტუტი, კონკრეტული პირი;

ადრესატის ტიპი – მთელი პოტენციური აუდიტორია (კონკრეტული პირი);

დროის დისტანცია მოვლენის დროსა და ადრესანტისა / ადრესატის დროს შორის მინიმალურია.

საგაზეთო ურთიერთობის სფეროში ფუნქციონირებული სამეტყველო ჟანრების ამა თუ იმ ქვეჯგუფში მიკუთვნებაც ასევე *ინტენციონალური* პრინციპის საფუძველზე ხორციელდება, კერძოდ, კი ეს ხდება სამეტყველო ჟანრის *მადომინირებულ საკომუნიკაციო ინტენციაზე* დაყრდნობით. ამ დაყოფის დროს ერთადერთ სირთულეს ე.წ. “ჰიბრიდული” ჟანრები წარმოადგენენ.

ჰიბრიდული ეს ის ჟანრებია, რომლებშიც თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენცია თავისი მნიშვნელობით მაქსიმალურად უახლოვდება მადომინირებულ ინტენციას. წარმოიშვება ჟანრები თითქოს ორი ინტენციით, ერთნაირი საკომუნიკაციო სტატუსით, რომლებიც შეიძლება სხვადასხვა ქვეკლასს მიეკუთვნოს.

საგაზეთო ურთიერთობის სფეროს სამეტყველო ჟანრებს მ. გვენცაძე შემდგენაირად ანაწილებს ქვეკლასებში:

ს ა ი ნ ფ ო რ მ ა ც ი ო ქ ვ ე კ ლ ა ს ი:

ობიექტურად – მაინფორმირებელი ქვეჯგუფი:

საინფორმაციო ცნობა – მსი: მოვლენაზე ოპერატიულად და მოკლედ ინფორმაციის მიწოდება.

ანგარიში – მსი: მოვლენის მიმდინარეობაზე ოფიციალურ – საქმიანი მიმართულებით

ინფორმაციის მიწოდება.

სუბიექტურად – მაინფორმირებელი ქვეჯგუფი:

რეპორტაჟი

– მსი: პირადი თანამონაწილეობის საფუძველზე, ინფორმირებით შეიქმნას კონკრეტულ – გრძობადი წარმოდგენა მოვლენის მიმდინარეობის შესახებ.

ინტერვიუ – ცნობა

– მსი: ინფორმირება თანამოსაუბრის დამოწმებით.

მ ა ა რ გ უ მ ე ნ ტ ი რ ე ბ ე ლ ი ქ ვ ე კ ლ ა ს ი:

კორესპონდენცია

– მსი: გადმოცემული ფაქტების განზოგადება და გაანალიზება;

სტატია

– მსი: პრობლემის დაყენება და ვრცელი არგუმენტირების საფუძველზე დასკვნების გამოტანა.

კომენტარი

– მსი: მოვლენის კომენტირება;

მიმოხილვა

– მსი: განსაზღვრულ პერიოდში ფაქტების ერთობლიობის ანალიზი;

რეცენზია

– მსი: საზოგადოებრივ-პოლიტიკური, სამეცნიერო ან მხატვრული ნაწარმოების ანალიზი;

ბეჭდვითი სიტყვის

– მსი: განსაზღვრულ პერიოდში ამა თუ იმ ბეჭდვითი ორგანოს მიერ პრობლემის გაშუქების ხარისხის გამოვლენა.

მიმოხილვა

გ ა მ ა ა ქ ტ ი უ რ ე ბ ე ლ ი ქ ვ ე კ ლ ა ს ი:

სააპელაციო ქვეჯგუფი:

მიმართვა/მოწოდება

– მსი: მასების მობილიზება და აქტივიზირება, რათა მათ შეასრულონ საზოგადოებრივი, სოციალურ-პოლიტიკური ამოცანა.

ნები;

მამობილიზებულ-მანორმირებელი ქვეჯგუფი:

დირექტივა-მითითება – მსი: ადრესატის მოქმედების ნორმირება;

ემოციურ-ექსპრესიული ზემოქმედების ქვეჯგუფი:

ნარკვევი / ჩანახატი – მსი: რეალური მოვლენებისა და ამ მოვლენების გმირების ხატონად ასახვა;

ფელეტონი – მსი: სატირული საშუალებების გამოყენებით ბოროტების მხილება და ნაკლოვანებების გამოაშკარავება;

პამფლეტი – მსი: პოლიტიკურად მტრული შეხედულებების, რეაქციული იდეოლოგიისა და ამ იდეოლოგიის მატარებელთა მძაფრი სატირული საშუალებებით მხილება;

ეპიგრამა – მსი: ძალიან მოკლედ ნაკლოვანებების და იმ პირების, ვისაც ეს ნაკლოვანებები ახასიათებთ დაცინვა.

ს ა ხ ე ო ბ ა თ ა შ ო რ ი ს ო ჟ ა ნ რ ე ბ ი :

ინტერვიუ – მსი: 1) ფაქტზე ყველაზე უფრო მნიშვნელოვანი ცნობების გადმოცემა.
2) მესამე (ავტორიტეტული) პირების საშუალებით ფაქტის კომენტარი და შეფასება.

მოწინავე სტატია – მსი: 1) მიმდინარე მომენტის უმნიშვნელოვანესი საკითხების დასმა და მისი პოლიტიკური არსის დასაბუთება;
2) მოუწოდო მკითხველს ამ ამოცანების პრაქტიკული განხორციელებისკენ;

წერილი – მსი: 1) პრობლემის დასმა და ამ პრობლემასთან მიმართების დასაბუთება;
2) მიმართო კონკრეტულ ადრესატს;

განცხადება /კრებსი – მსი: 1) მოვლენების შესახებ ინფორმაციის

გაკეთება;

2) ადრესატს მისცე საშუალება, რომ თავისი მოქმედება დაგეგმოს;

სარეკლამო განცხადებები

- მსი: 1) მოვლენებზე, საგნებზე და ა.შ. ინფორმაციის გაკეთება;
- 2) სასურველი საპასუხო მოქმედების მიზანშეწონილობის მოტივირება.

ცალკეული საგაზეთო ჟანრები ერთმანეთისგან არა მარტო მაღომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციით განსხვავდებიან, არამედ ექსტრალინგვისტური ფაქტორების მთელი ერთობლიობითაც.

რადგან ჩვენი კვლევის საგანი საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებია, ჩვენ უფრო დეტალურად მხოლოდ საინფორმაციო ქვეკლასის ჟანრებს შევხებით.

ს ა ი ნ ფ ო რ მ ა ც ი ო ქ ვ ე კ ლ ა ს ი:

როგორც უკვე აღვნიშნეთ საინფორმაციო ქვეკლასში შედის: **ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი და ინტერვიუ.** განვიხილოთ თითოეული მათგანი ცალ-ცალკე:

1. საინფორმაციო ცნობა:

მსი (მაღომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენცია) – მოკლედ და ოპერატიულად ინფორმირება;

კომუნიკაციის შინაარსი – ცალკეული (ერთეული) ფაქტი/მოვლენა-ახალი ამბავი;

ადრესანტი – ოფიციალური ინსტიტუტი / საინფორმაციო სამსახური (გაზეთის რედაქცია);

ადრესატი – კონკრეტული პირი (მკითხველთა მთელი აუდიტორია);

2. ანგარიში:

მსი: – მოვლენის მსვლელობაზე ოფიციალურ-საქმიანი კუთხით ინფორმაციის მიწოდება;

კომუნიკაციის შინაარსი – ღრის განსაზღვრულ მონაკვეთში მიმდინარე მოვლენა, როგორც ურთიერთმოქმედი ფაქტების უწყვეტი ჯაჭვი;

ადრესანტი – ოფიციალური ინსტიტუტი/კონკრეტული

პირი;
ადრესატი – კონკრეტული პირი/მკითხველთა მთელი აუდიტორია;

3. რეპორტაჟი:

მსი: – პირადი მონაწილეობის საფუძველზე მოვლენის ინფორმირებით, მოვლენაზე კონკრეტულ-გრძობითი წარმოდგენის შექმნა;

თანმხლები საკომუნიკაციო

ინტენცია – კომენტარის გაკეთება, შეფასება;

კომუნიკაციის შინაარსი – მოვლენა, რომელიც ხასიათდება ქრონოლოგიური თანმიმდევრობით;

ადრესანტი – თვითმხილველი ან მოვლენის მონაწილე;

ადრესატი – კონკრეტული პირი/მკითხველთა მთელი აუდიტორია;

4. ინტერვიუ – (შეტყობინება-უწყება):

მსი: – თანამოსაუბრის დათანხმებით (დამოწმებით) მოვლენის შესახებ ყველაზე უფრო მნიშვნელოვანი ცნობების მიწოდება/გადმოცემა;

თანმხლები საკომუნიკაციო

ინტენცია – არგუმენტირება, კომენტირება;

კომუნიკაციის შინაარსი – ფაქტი, მოვლენა, წამოწყება;

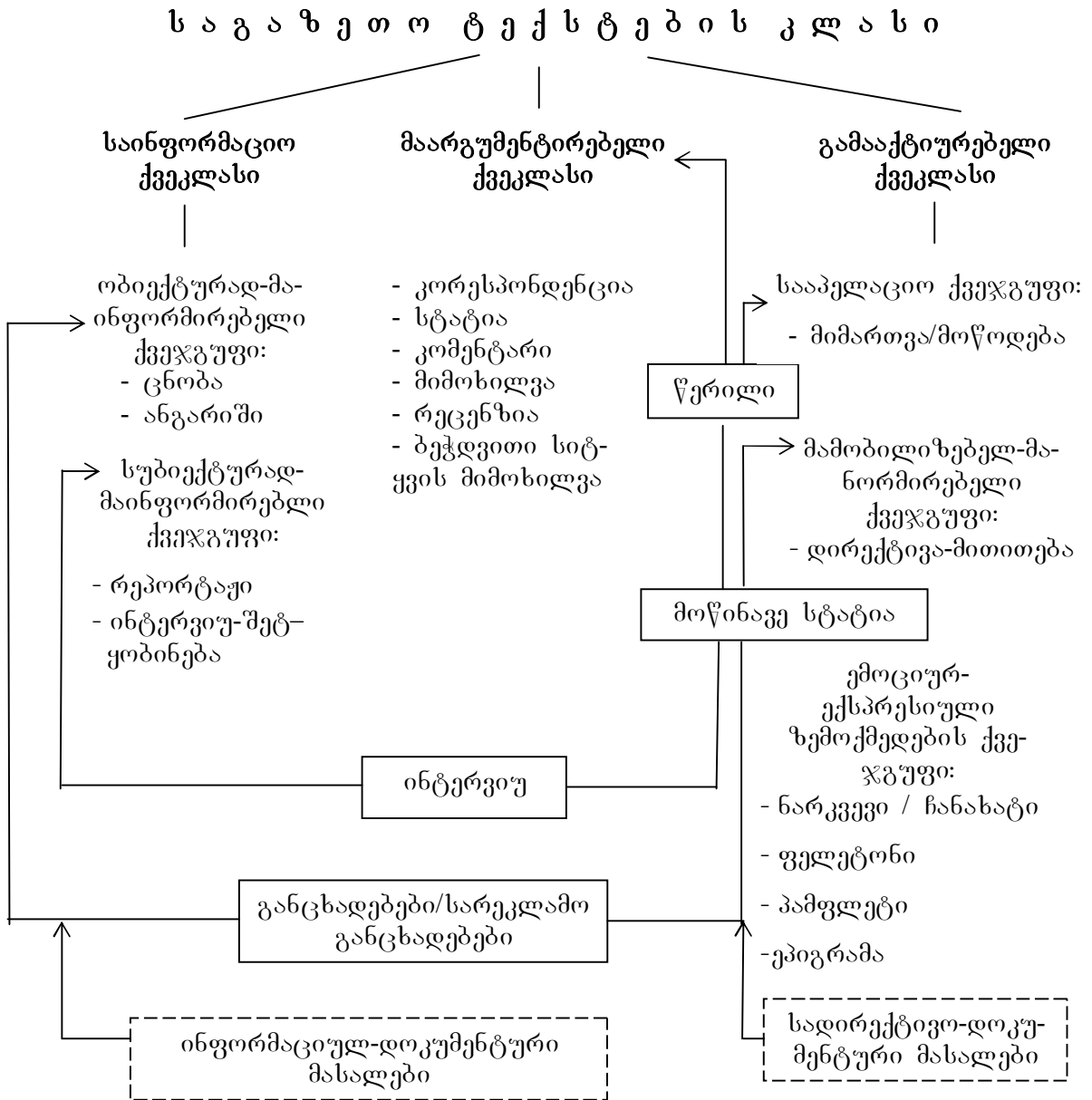
ადრესანტი – ავტორიტეტული პირი + კორესპონდენტი;

ადრესატი – კონკრეტული პირი (მკითხველთა მთელი აუდიტორია);

(Гвенцадзе 1986: 124-127)

ამრიგად, კომუნიკაციურ-პრაგმატული ფაქტორების მხოლოდ მსგავსი ერთობლიობა აყალიბებს საგაზეთო ტექსტის ჟანრობრივ ნიშან-თვისებებს, რომლებიც შემდეგ ქვეკლასებში, ქვეკლასები კი კლასებში ინტეგრირდებიან.

საგაზეთო ტექსტების კლასიფიკაცია ცხრილში შემდეგნაირად აისახება:



(Гвенцадзе 1986: 129)

ჩვენ ვთვლით, რომ მ. გვენცაძის საგაზეთო ტექსტების ტიპოლოგიური სისტემა საგაზეთო სტატიების კვლევის და კლასიფიკაციის ერთ-ერთი ყველაზე სრულყოფილი და საინტერესო კლასიფიკაციაა, თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნოთ

და დავეთანხმეთ ავტორს, რომ საგაზეთო სტატიების ტიპოლოგიური სისტემა არ არის საბოლოოდ და ამომწურავად დამუშავებული და, რომ ეს მხოლოდ მთელი საგაზეთო მასალის ერთიანი კომუნიკაციურ-პრაგმატული კუთხით სისტემატიზაციის მცდელობაა.

საგაზეთო ჟანრების სხვადასხვა რელევანტური ნიშნების ანალიზის საფუძველზე მ. გვენცაძის მიერ გამოყოფილი ამ ჟანრების მახასიათებლები უმეტესად შინაარსობრივ განსაზღვრებას გვაძლევენ, მაგრამ არც ერთი ამ დეფინიციითაგანი არ შეიძლება მივიჩნიოთ ამომწურავ და ადეკვატურ სტრუქტურულ-შინაარსობრივ მაჩვენებლად.

ჩვენი კვლევის საგანს არ წარმოადგენს მარგუმენტირებელი ქვეკლასის ანუ ანალიზური სტატიების კვლევა, ამიტომ, არ ვეხებით ამ ქვეკლასს, თუმცა მიზანშეწონილად მიმაჩნია, და ვფიქრობ შესაძლებელია ამ ქვეკლასშიც გამოიყოს ობიექტურად და სუბიექტურად მაინფორმირებელ/მარგუმენტირებელი ქვეჯგუფები და, შესაბამისად, ანალიზური სტატიების ჯგუფში შემავალი საგაზეთო ტექსტებიც შეიძლება აღნიშნულ ქვეჯგუფებში გადანაწილდეს (ზოგი შესაძლოა ორივე ქვეჯგუფშიც კი მოხვდეს. მაგ.: რეცენზია, კომენტარი).

აღნიშნული ტიპოლოგიური სისტემის მიხედვით განვიხილეთ 100 საინფორმაციო საგაზეთო სტატია და შემდეგი შედეგი მივიღეთ:

საინფორმაციო ქვეკლასში შემავალ ოთხივე ჟანრობრივ ჯგუფში ადრესატი კონკრეტული პირი / მკითხველთა მთელი აუდიტორიაა.

ადრესანტი – ცნობასა და ანგარიშში ძირითადად ოფიციალური ინსტიტუტი ან კერძო პირია; ხოლო რეპორტაჟსა და ინტერვიუში – თვითმხილველი ან ავტორიტეტული პირი + კორესპონდენტი.

ოთხივე ჟანრობრივი ჯგუფი განსხვავდება კომუნიკაციის შინაარსით და მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციით:

ცნობაში კომუნიკაციის შინაარსი ცალკეული მოვლენა, ფაქტი, ახალი ამბავია; ანგარიშში – დროის განსაზღვრულ მონაკვეთში მიმდინარე მოვლენაა, როგორც ურთიერთმოქმედი ფაქტების უწყვეტი ჯაჭვი; რეპორტაჟში კომუნიკაციის შინაარსს წარმოადგენს მოვლენა, რომელიც ქრონოლოგიური თანმიმდევრობით ხასიათდება; ხოლო ინტერვიუში კომუნიკაციის შინაარსი ფაქტი, წამოწყება, მოვლენაა.

შესაბამისად, ცნობაში მსი მოკლედ და ოპერატიულად ინფორმირებაა; ანგარიშში – მოვლენის მსვლელობაზე ოფიციალურ-საქმიანი კუთხით ინფორ-

მაციის მიწოდებაა; რეპორტაჟში – პირადი მონაწილეობით მოვლენის ინფორმირებით, მოვლენაზე კონკრეტულ-გრძნობითი წარმოდგენის შექმნა; ინტერვიუში თანამოსაუბრის დამოწმებით მოვლენის შესახებ ყველაზე უფრო მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მიწოდებაა.

მ. გვენცადის კლასიფიკაციაში თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენცია მხოლოდ რეპორტაჟსა და ინტერვიუსთან არის გამოყოფილი. ჩვენ ვთვლით, რომ შესაძლებელია თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენცია გამოიყოს ანგარიშშიც და ამ შემთხვევაში თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენცია იქნება – არგუმენტირება.

ნაშრომის შეზღუდვებიდან გამომდინარე ჩვენ ქვემოთ მოგვყავს აღნიშნული კლასიფიკაციის მიხედვით საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ჟანრობრივი ჯგუფიდან თითო სტატიის ანალიზის ნიმუში.

საინფორმაციო ჟანრის პირველი სახეობაა **ცნობა**. ამ ნიშნით განვიხილავთ შემდეგ სტატიას: “Hormone Therapy Doubles Risk of Breast Cancer”, რომელიც გამოქვეყნდა გაზეთში “The Guardian Weekly” (Meikle, August 14 – 20, 2003:11).

აღნიშნული სტატია შედის საინფორმაციო ქვეკლასის ობიექტურად მაინფორმებელ ქვეჯგუფში, რადგანაც მისი *მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციაა* – კონკრეტულ ფაქტზე (ამ შემთხვევაში, ჰორმონალური თერაპიის უარყოფით მხარეზე) სპეციალისტების ოპერატიულად და მოკლედ მოწოდებული ინფორმაცია.

უმადლესი საკომუნიკაციო ინტენციის გამოვლენის წესია – ინფორმირების საშუალებით ზემოქმედება (ანუ ის, რომ მაქსიმალურად შეიზღუდოს ჰორმონალური თერაპია).

კომუნიკაციის შინაარსი – ახალი ამბავი ცალკეულ ფაქტზე (კერძოდ, კი – ჰორმონალური თერაპია ზრდის მკერდის კიბოს გაჩენის რისკს), კომუნიკაციის შინაარსის ტიპია სოციალურად მნიშვნელოვანი ახალი ამბავი.

ადრესანტი – გაზეთის საინფორმაციო სამსახური, კონკრეტულად კორესპონდენტი – ჯეიმზ მეიქლი.

ადრესატი – კონკრეტული პირი, ანუ მკითხველთა მთელი აუდიტორია.

დროის დისტანცია მოვლენის დროსა და ადრესანტის / ადრესატის დროს შორის მინიმალურია.

საინფორმაციო ჟანრში შედის **ანგარიშიც**. ამ ნიშნით განვიხილავთ სტატიას: “Global Warming May Be Accelerating, Scientist Fears” (“The Guardian Weekly”, August 14 – 20, 2003: 25).

აღნიშნული სტატია, როგორც ყველა ანგარიში შედის ობიექტურად მაინფორმებელ ქვეჯგუფში, რადგანაც მისი *მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენცია* – კორესპონდენტის მიერ გარკვეული მოვლენის, კერძოდ კი, გლობალური დათბობის შესახებ ოფიციალურ-საქმიანი კუთხით ინფორმაციის მიწოდება.

კომუნიკაციის შინაარსი – დროის განსაზღვრულ მონაკვეთში მიმდინარე მოვლენა (პროფესორ ჯონ სჩელინჰაბერის სიტყვა და მისი ანალიზი, რომელიც წარმოდგენილია, როგორც ურთიერთმოქმედი ფაქტების უწყვეტი ჯაჭვი).

ადრესანტი – კონკრეტული პიროვნება, ვინმე ჯონ ვიდალი.

ადრესატი – გაზეთის მკითხველთა მთელი აუდიტორია.

საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრის ქვეჯგუფში შედის **რეპორტაჟი**, ანუ მოვლენის მონაწილის ან თვითმხილველის მიერ მოვლენის განვითარების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება. ამ ნიშნით გამოეყოფთ სტატია – რეპორტაჟს: “Impoverished Georgia Fosters Fatal Form of TB” (Bird, “The Guardian Weekly”, August 14 – 20, 2003: 3).

სტატიის ავტორი ქრის ბერდი აბასთუმნიდან გვაწვდის რეპორტაჟს.

აღნიშნული სტატია, ყველა რეპორტაჟის მსგავსად სუბიექტურად მაინფორმირებელ ქვეჯგუფშია გაერთიანებული, რადგან მისი *მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენცია* – კორესპონდენტის მიერ, მისი პირადი მონაწილეობის საფუძველზე გაკეთებული ობიექტური ინფორმაცია, რომლითაც გარკვეული კონკრეტულ-გრძნობადი წარმოდგენა იქმნება მოვლენის მიმდინარეობის შესახებ. ტუბერკულოზით დაავადებული პაციენტების კონკრეტული ისტორიების ფონზე ავტორი განაგრძობს თხრობას და მკითხველს აწვდის ინფორმაციას საქართველოში ტუბერკულოზის გავრცელებაზე; მოგვითხრობს ტუბერკულოზით დაავადებული პაციენტების მძიმე ყოფით და სულიერ ცხოვრებაზე.

მოცემული რეპორტაჟის *თანხლები საკომუნიკაციო ინტენცია* – კომენტირება და მოვლენის შეფასება.

კომუნიკაციის შინაარსი – მოვლენა (მოცემულ შემთხვევაში ტუბერკულოზით დაავადებული პაციენტის, ვირმე გიას ისტორია), რომელიც ხასიათდება ქრონოლოგიური თანმიმდევრობით;

ადრესანტი – თვითმხილველი / მოვლენის მონაწილეა.

ადრესატი – მკითხველთა მთელი აუდიტორია / კონკრეტული პირია.

საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრის ქვეჯგუფში გაერთიანებულია **ინტერვიუც**, ანუ ინფორმაცია, რომელსაც თან ახლავს მესამე პირების მიერ მოვლენის კომენტარი, ამ ნიშნით განვიხილავთ სტატიას “A Real Lady Knows How to Look after Herself” (Banks-Smith, “ The Guardian Weekly”, August 14 – 20, 2003:19).

მოცემული ინტერვიუ, როგორც ყველა ინტერვიუ სუბიექტურად-მაინფორმირებელ ქვეჯგუფშია გაერთიანებული, რადგან მისი *მადომონირებელი საკომუნიკაციო ინტენცია* – თანამოსაუბრის დამოწმებით ინფორმირებას, მოვლენის შესახებ ყველაზე უფრო მნიშვნელოვანი ცნობის გადაცემას წარმოადგენს. აღნიშნულ მაგალითში, საქმე ეხება ჟურნალისტის მიერ ჯოან კოლინსზე, დენის ტეტჩერზე და სხვებზე მოთხრობილ ამბებს; ამ სტატიით ავტორი მოცემულ ფაქტებზე კონკრეტულ გრძნობით წარმოდგენას ქმნის.

კომუნიკაციის შინაარსი – ფაქტი, მოვლენა (მოცემულ შემთხვევაში ცნობილი აღამიანების ისტორიები).

ინტერვიუს თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენცია – არგუმენტირება და კომენტირება.

ადრესანტი – ინტერვიუს ობიექტები: ჯოან კოლინზი, დენის ტეტჩერი და ა.შ. და კორესპონდენტები არიან ერთად.

ადრესატია – კონკრეტული პირი / მკითხველთა მთელი აუდიტორია.

1 – ლ ი თ ა ვ ი ს დ ა ს კ ვ ნ ა

1. საგაზეთო ჟანრების განხილვისა და საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტიპოლოგიური კლასიფიკაციის დროს გამოიკვეთა, რომ საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტი წარმოადგენს არამხატვრულ ტექსტს და შედის ოფიციალურ-საქმიან, პრაქტიკული კომუნიკაციის სფეროში, თუმცა ზოგჯერ სტატიებში გვხვდება სასაუბრო-ყოფითი კომუნიკაციის სფეროსთვის, ე.ი. არაოფიციალური ურთიერთობისთვის დამახასიათებელი ელემენტები. მაგ. ინტერვიუსა და რეპორტაჟის დროს, განსაკუთრებით ყვითელი პრესის ფურცლებზე.

2. საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრის ტექსტებს ახასიათებს უმეტესად ოფიციალურ-საქმიანი ტექსტისთვის დამახასიათებელი ნიშნები, სახელდობრ, ის იფარგლება კონკრეტული თემატიკით, მიეკუთვნება მეტყველების წერით ფორმას, ზოგ შემთხვევაში (ცნობასა და ანგარიშში) მონოლოგიური თხრობის ფორმით, ზოგ შემთხვევაში (ინტერვიუ, რეპორტაჟი) კი დიალოგიური ფორმით ხასიათდება.

საგაზეთო პუბლიკაციების ჟანრობრივი სისტემის განხილვისას ძირითადად კომუნიკაციურ-პრაგმატულ ხასიათზე მოვახდინეთ ყურადღების გამახვილება. საგაზეთო ჟანრები სამ ჯგუფად იყოფა: საინფორმაციო, ანალიზური და მხატვრულ-პუბლიცისტური ჯგუფები. საინფორმაციო ჟანრის ნიშანია – “ცნობა ერთეულ ფაქტზე, ერთეულ მოვლენაზე”, ამ ნიშნით აღნიშნულ ჯგუფში გაერთიანებულია: ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი, ინტერვიუ. ეს ოთხი ჟანრი ერთმანეთისგან შემდეგი თვისებებით განსხვავდება:

ცნობა – ცნობა ახალ ფაქტზე, ახალ მოვლენაზე;

ანგარიში – ცნობა ასახული მოვლენის დეტალური აღწერით;

რეპორტაჟი – მოვლენის მონაწილისა ან თვითმხილველის მიერ მოვლენის განვითარების შესახებ თხრობა;

ინტერვიუ – ინფორმაცია, რომელსაც თან ახლავს მესამე პირების მიერ მოვლენის კომენტარი.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციას სოციალურად მნიშვნელოვანი ფაქტების ინფორმირება განსაზღვრული იდეოლოგიური პოზიციით.

3. ჩატარებულმა კვლევამ გვიჩვენა, რომ ცოტა ძნელია საინფორმაციო და ანალიზური ჟანრების აშკარა დაყოფა, რადგანაც ის განმასხვავებელი კრიტერი-

უმი, რის საფუძველზეც ხდება თითოეული ჟანრობრივი ჯგუფის ქვეჯგუფების გამოყოფა, შეიძლება შეგვხვდეს მეორე ქვეჯგუფშიც და პირიქით.

4. გაწეულმა ანალიზმა ცხადყო, რომ საგაზეთო სტატიების ტიპოლოგიური სისტემა არ არის საბოლოოდ და ამომწურავად დამუშავებული, და განხილული ტიპოლოგიური სისტემაც მხოლოდ მთელი საგაზეთო მასალის ერთიანი კომუნიკაციურ პრაგმატული კუთხით სისტემატიზაციის მცდელობას წარმოადგენს. საგაზეთო ჟანრების მახასიათებლები უმეტესად სტატიების შინაარსობრივ განსაზღვრებას გვაძლევენ და ამ დეფინიციათაგან არც ერთი არ მიგვაჩნია ამომწურავ და ადეკვატურ სტრუქტურულ-შინაარსობრივ მაჩვენებლად.

5. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტიპოლოგიური სისტემის მიხედვით განხილული 100 საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის ანალიზმა შემდეგი სურათი მოგვცა:

საინფორმაციო ქვეკლასში შემავალ ოთხივე ჟანრობრივ ჯგუფში ადრესატი კონკრეტული პირი/მკითხველთა მთელი აუდიტორიაა. ადრესანტი – ცნობასა და ანგარიშში ძირითადად ოფიციალური ინსტიტუტი ან კერძო პირია; ხოლო რეპორტაჟსა და ინტერვიუში – თვითმხილველი ან ავტორიტეტული პირი და კორესპონდენტი; ოთხივე ჟანრობრივი ჯგუფი განსხვავდება კომუნიკაციის შინაარსით და მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციით. მ. გვენცაძის კლასიფიკაციაში თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენცია მხოლოდ რეპორტაჟსა და ინტერვიუსთან არის გამოყოფილი. ჩვენ გამოვყავით ანგარიშის თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენციაც – არგუმენტირება.

თავი 2. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკური მაჩვენებლები (5 W's & an H)

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზი მოიცავს როგორც სემანტიკური ასევე პრაგმატული კვლევის სფეროებს, ამიტომ, ვთვლით, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა პრაგმატული თავისებურებების დადგენამდე აუცილებელია გამოვყოთ მათი სემანტიკური მაჩვენებლები.

ჯორჯ იული განმარტავს: “**Semantics** is the study of the relationships between linguistic forms and entities in the world; that is, how words literally connect to things. Semantic analysis also attempts to establish the relationships between verbal descriptions and states of affairs in the world as accurate (true) or not, regardless of who produces that description” (Yule 1997: 4).

მართალია, საგაზეთო ტექსტები მრავალფეროვანია, მათი ძირითადი მახასიათებლებიც ზოგჯერ რადიკალურად განსხვავდებიან ერთმანეთისგან, მაგრამ, მაინც ვთვლით, რომ შესაძლებელია საერთო მაჩვენებლების გამოყოფა, რომელიც შეიძლება გამოყენებულ იქნას, მათი სემანტიკურ-პრაგმატული კვლევისთვის.

საზგასმით უნდა აღვნიშნოთ, რომ ყოველი საინფორმაციო სტატია, იქნება ეს ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი თუ ინტერვიუ პასუხობს შეკითხვებს: What? Who? Where? When? Why? How? (რა? ვინ? სად? როდის? რატომ? როგორ?) ანუ “five W's and an H”. ეს ერთი შეხედვით მარტივი ექვსი კითხვა ინტერპრეტაციის მთელ სტრუქტურას მოიცავს.

აქედან გამომდინარე, საგაზეთო და მოცემულ შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკური კვლევის ფორმებად გამოვყავით შემდეგი მაჩვენებლები, რომლებიც რეალიზებულია სპეციალური კითხვების სახით:

1. **ვინ? (Who?)** – მოქმედების სუბიექტი ან ინფორმაციის წყარო.
2. **რა? (What?)** – რაზე მოგვითხრობს პრესა, ანუ “ფაქტები” და “ახალი ამბები”.
3. **როდის? (When?)** – დროის მითითება (ე.წ. deadlines, datelines and history).
4. **სად? (Where?)** – ადგილი, გეოგრაფიული გარემო.
5. **რატომ? (Why?)** და **როგორ? (How?)** – ფაქტის, მოვლენის, ახალი ამბის ახსნა.

ჩვენ მიერ საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტების სემანტიკური კვლევის ფორმებად გამოყოფილი სპეციალური კითხვებით რეალიზებული ეს მაჩვენებლები/ინდექსები სტატიის გარკვეულ ჩარჩოს ქმნის და ამ საფუძველზე იწეება თხრობა.

მომდევნო ქვეთავებში დეტალურადაა გაანალიზებული თითოეული ეს შეკითხვა/მაჩვენებელი და ის საშუალებები, რომელთა მეშვეობითაც ხდება მათი მანიფესტაცია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში.

2. 1. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკურ-თემატური კლასიფიკაცია.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ტექსტების ტიპები (ჩვენს შემთხვევაში საგაზეთო ტექსტების ქანრები) მრავალგვარია, მათი ძირითადი მახასიათებლებიც ზოგჯერ განსხვავდებიან, თუმცა მაინც შესაძლებელია საერთო ინდექსების გამოყოფა, რომელიც შეიძლება გამოვიყენოთ მათი სემანტიკურ-პრაგმატული კვლევისთვის.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ანალიზმა დაგვანახა, რომ პრაგმატული კვლევა უნდა გაწარმოთ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკური კვლევის ჩატარების შემდეგ და ჩატარებული კვლევის შედეგების გათვალისწინებით, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს, თუ რამდენად არის სემანტიკური და პრაგმატული ასპექტები გადაჯაჭვული და რაოდენ ძნელია სემანტიკის უზუღუბელყოფით წმინდა სახის პრაგმატული ანალიზის ჩატარება.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკურ-თემატური კლასიფიკაციისას ძირითად მაჩვენებლად მიჩნეულია **საგაზეთო სტატიის თემა**. მიუხედავად იმისა, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების თემატიკა მრავალგვარია, ვთვლით, რომ მაინც შესაძლებელია საერთო მაჩვენებლების გამოყოფა, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელი გახდება მათი განხილვა.

მართებულია აღვნიშნოს, რომ სემანტიკური დაყოფა მხატვრულ ნაწარმოებში სუბიექტურობის ელემენტს შეიცავს, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში კი ეს სუბიექტურობის მომენტი მოხსნილია. მართალია, ყველა საგაზეთო სტატიას აქვს ერთი კონკრეტული თემა, მაგრამ, აქვე უნდა აღვნიშნოს, რომ ზოგჯერ ერთ ძირითად თემასთან ერთად შეიძლება შეგვხვდეს ერთდროულად რამდენიმე თემა. ასეთი შემთხვევები ძირითადად დამახასიათებელია ინტერვიუსა და რეპორტაჟებისთვის.

საგაზეთო სტატიის თემის განსაზღვრისას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ე.წ. თემატურ წინადადებას (Topic sentence), რომელიც აბზაცთან მიმართებაში განისაზღვრება როგორც წინადადება, რომელშიც ხორცშესხმულია აბზაცის ძირითადი იდეა, ან რომელიც შეიძლება ინტერპრეტირებული იყოს, როგორც *საკვანძო/ძირითადი წინადადება*, რომელიც სტატიის მთავარ აზრს გამოხატავს.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიასაც აქვს ასეთი თემატური წინადადება, რომელშიც გამჟღავნებულია ავტორის ძირითადი აზრი. ამგვარი წინადადებები უმეტესად საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სათაურებში, ან ქვესათაურებშია. თემატური წინადადებების გარდა, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში შესაძლებელია ძირითადი სიტყვების (key words) გამოყოფაც, რომლებიც განსაზღვრულ თემატურ ჯგუფს ქმნიან იმ სიტყვებთან ერთად, რომლებიც ძირითად სიტყვებთან ასოცირდებიან. სწორედ თემატური წინადადებები და ძირითადი სიტყვები იყო ის ობიექტური ფაქტორები, რომელთა მეშვეობითაც ხდებოდა საგაზეთო სტატიათა სემანტიკურ-თემატური კლასიფიკაცია.

როგორც ნაშრომის შესავალში აღვნიშნეთ, თავიანთი დამოუკიდებელი ხასიათის გამო საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები სემანტიკურად თითქოს ერთი შეხედვით ყველაზე ნაკლებად არიან დაკავშირებული ავტორთან, მაგრამ ეს ასე ჩანს მხოლოდ ერთი შეხედვით, რადგან სტატიების უმეტესობა გარკვეული პოლიტიკური ჯგუფის ინტერესების, იდეოლოგიის, ქვეყნის ინტერესების გამომხატველია.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკურ კლასიფიკაციას მნიშვნელოვნად აადვილებს მათი სათაურებიც, რომლებშიც სტატიის ავტორი კონკრეტულად აყალიბებს იმ ძირითად აზრს, რომელზედაც იქნება საუბარი ამა თუ იმ კონკრეტულ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში. საგაზეთო სტატიებში სათაურებს არა ნაკლები ფუნქციური დატვირთვა აქვთ სტრუქტურული, სემანტიკურ-სტილისტური თუ პრაგმატული თვალსაზრისით.

სტრუქტურულად ისინი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც თემატური წინადადებები (მხოლოდ რამდენიმე გამონაკლისის გარდა), რომლებიც გადმოცემულია სხვადასხვა სტილისტური ხერხებით (იქნება ეს მეტაფორა, მხატვრული შედარება და სხვა).

არის ისეთი სათაურებიც, რომლიდანაც მკითხველი ვერ მიხვდება რაზე იქნება საუბარი (ამიტომ, ასეთი სათაურები ვერ ჩაითვლება საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების თემატურ წინადადებად), რომლებიც ერთი შეხედვით თით-

ქოს არაფრის მოქმედია, მაგრამ ამავდროულად, გარკვეულწილად დამაინტრიგებელია, მაგ.: “High seas, high camp”; “Country living”; “Big, brown and back in the Pyrenees”; “At the beach? Keep your eyes off that laptop”; “Long-life science”; “Security bill has plenty of pork” და სხვა.

ყველა სტატიაში ჩანს სტატიის ავტორის მიზანდასახულობა, აქტუალური საკითხები და იმ პერიოდის მოთხოვნები, რომელ პერიოდსაც და მოვლენასაც ასახავს ესა თუ ის სტატია.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ყველა საინფორმაციო სტატია პასუხობს შეკითხვებს: What? Who? Where? When? Why? How? (რა? ვინ? სად? როდის? რატომ? როგორ?) ანუ “five W’s and an H” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 3) და ეს კითხვები ინტერპრეტაციის მთელ სტრუქტურას მოიცავს.

იმისათვის, რომ სტატია ობიექტური იყოს, რეპორტიორმა ინფორმაცია ავტორიტეტული წყაროდან უნდა მიიღოს. საყოველთაოდ მიღებული პრაქტიკაა, რომ რაიმე მოვლენის შემდეგ, სტატიის ავტორმა სარწმუნო “წყაროს” მიმართოს, ან, პირიქით “წყარომ” მიმართოს რეპორტიორს, რათა მან გააშუქოს ესა თუ ის მოვლენა.

სწორედ აქ მქდავნიდება ჟურნალისტური აღლო, თუ ვინ შეიძლება ჩაითვალოს სარწმუნო წყაროდ? რა ფაქტი ან მოვლენა შეიძლება შეფასდეს რეპორტაჟისთვის ვარგის პასუხად შეკითხვაზე “რა?” და ა.შ.

აღსანიშნავია, რომ ყველა სტატიაში იგულისხმება ზემოთ მოყვანილი შეკითხვები და მათზე პასუხი, ანუ, რა, სად, როდის, როგორ და რატომ ხდება? ან, ვინ არის ამ მოვლენის სუბიექტი? თუმცა ერთ სტატიაში ყურადღების ცენტრშია პიროვნება (Who?) და მოვლენა (What?) დროისა (When?) და ადგილის (Where?) მითითებით, სხვა სტატიაში დრო და ადგილია ამბისთვის უფრო მნიშვნელოვანი.

აქედან, გამომდინარე, საგაზეთო და მოცემულ შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრობრივი სახეობების სემანტიკური კვლევის ფორმებად გამოვყავით შემდეგი მახვენებლები/ინდექსები:

1. **ვინ? (Who?)** – მოქმედების სუბიექტი ან ინფორმაციის წყარო.
2. **რა? (What?)** – რაზე მოგვითხრობს პრესა, ანუ “ფაქტები” და “ახალი ამბები”.
3. **როდის? (When?)** – დროის მითითება (ე.წ. deadlines, datelines and history).
4. **სად? (Where?)** – ადგილი, გეოგრაფიული გარემო.

5. რატომ? (Why?) და როგორ? (How?) – ფაქტის, მოვლენის, ახალი ამბის ახსნა.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ამ კითხვების მოზიდვა საგაზეთო ტექსტის ანალიზისთვის პირველად ხდება, მაგრამ ზემოთ მოყვანილი კითხვების მნიშვნელობას მხატვრული ტექსტის კვლევის დროს ადრეც აღვნიშნავდნენ.

კ. ბერკის ცნობილი ექვსი შეკითხვა: Who?, When?, Where?, What?, Why?, How? აუცილებელია ნებისმიერი მხატვრული ტექსტის ანალიზისთვის. კ. ბერკის მიხედვით, მისი ეს ექვსი კითხვა ლირიკულ პოეზიაში დრამატული სიტუაციის ანალიზისთვისაა საჭირო. ჯ. მაკლეი წერს, რომ “Burke’s famous questions ...have provided many critics with a means of studying the dramatic situation in Lyric poetry”(Енукидзе 1987: 56).

აღნიშნული შეკითხვები, უფრო სწორად კი, მათზე პასუხი, მიუთითებს მხატვრული ტექსტის სიუჟეტის ყველაზე არსებით ელემენტებზე არა მარტო ლირიკაში, არამედ, ნებისმიერ ჟანრში. ამ კითხვებიდან პირველი სამი შეესაბამება ქრონოტოპული სისტემის კოორდინატებს: who (სუბიექტი), where (სივრცე), when (დრო). ეს სამი კომპონენტი ქმნის გარემოს, სადაც ხდება მოქმედება (what) და, სადაც წარმოდგენილია ამ მოვლენასთან დაკავშირებული მიზეზ - შედეგობრივი კავშირი (why) და მოქმედების “რაგვარობა” (how) (Енукидзе 1987: 56-57).

მხატვრული სივრცე არ წარმოადგენს მხოლოდ იმ ადგილს, სადაც მოქმედება ხდება. ი. უელთი მხატვრულ სივრცეზე საუბრისას მიუთითებს, რომ “Place in fiction is the named, identified, concrete, exact and exacting, and therefore credible, gathering-spot of all that has been felt, is about to be experienced, in the novel’s progress. Location pertains to feeling; feeling profoundly pertains to place; place in history partakes of feeling, as feeling about history partakes of place. Every story would be another story, and unrecognizable as art, if it took up its character and plot and happened somewhere else” (Енукидзе 1987: 63).

რ. ენუქიძეს მიაჩნია, რომ უელთის მიერ გამოყოფილი მხატვრული სივრცის ზემოსხენებული ნიშნები შეიძლება მივაკუთვნოთ მხატვრულ დროსაც და ზემოთქმულის პარაფრაზით შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ “Every story would be another story, and unrecognizable as art, if it took up its character and plot and happened **somewhen** else.” (Енукидзе 1987: 63).

ჩვენ მიერ საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტების სემანტიკური კვლევის ფორმებად გამოყოფილი სპეციალური კითხვების სახით რეალიზებული მაჩვენებელი

ნებლები სტატიის გარკვეულ სქემას, ჩარჩოს ქმნის და ამ საფუძველზე დაყრდნობით იწყება თხრობა (ნარაცია), რომელიც მოიცავს ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და ნებისმიერ სხვა ასპექტებს.

როდესაც ისმება კითხვა – **ვინ? (Who?)**, მხედველობაში გვაქვს:

- ა) მოქმედების სუბიექტი;
- ბ) ახალი ამბის წყარო;
- გ) ის, ვინც ქმნის ამ ამბავს, ცნობას.

შეკითხვაში – **რა? (What?)**, ანუ რას მოიცავს, რაზე მოგვითხრობს პრესა იგულისხმება ახალი ამბები, ფაქტები, ყველაფერი ის, რაც მთავარია; მათ შორის სიმბოლური მოვლენები, პროგნოზები, ცნობები, რომლებმაც შეიძლება გაზეთს წარმატება მოუტანოს. ზემოთქმული მოკლედ რომ შევაჯამოთ, შეკითხვა “რა?” შეეხება ფაქტებსა და ახალ ამბებს, ცნობებს, მოკლედ – ყველაფერს.

როდის? (When?) დროის მითითებას გულისხმობს. ზოგჯერ, სტატიასა და მოვლენას შორის ტემპორალური დრო მინიმალურია, მათ შორის განსხვავება ერთ დღეს წარმოადგენს. სხვა შემთხვევაში მანძილი მოვლენის დროსა და სტატიის დროს შორის უფრო დიდია. საინფორმაციო სტატიებში დროზე საუბრისას აუცილებლად უნდა აღვნიშნოთ წარსული დროის, აწმყო განგრძობითისა და მომავალი დროების ხმარება, რა დროს გვაქვს მომავალი დრო საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრებში.

ახალი ამბების უმრავლესობა იწყება ადგილის მითითებით, ანუ იმით, თუ, **სად? (Where?)** მოხდა ესა თუ ის მოვლენა, ადგილი შეიძლება მივიჩნიოთ, როგორც:

- ა) გეოგრაფიული გარემო.
- ბ) ავტორიტეტი.
- გ) ინფორმაცია.
- დ) სიუჟეტური ქარგა (ჩარჩო).
- ე) თემა, საუბრის საგანი, ქვემდებარე, სუბიექტი.
- ვ) გეოპოლიტიკა.

უნდა შევნიშნოთ, რომ საინფორმაციო სტატიების საკმაოდ რაოდენობა იწყება სწორედ ადგილისა და დროის მითითებით.

რატომ? (Why?) და **როგორ? (How?)** ჟურნალისტიკის ყველაზე პრობლემატური საკითხებია. რატომ? და როგორ? გულისხმობს იმას, თუ რა გვინდა გა-

მოვიტანოთ კონკრეტული ახალი ამბიდან. ეს კითხვები ხშირად უპასუხოდ რჩება საინფორმაციო სტატიაში.

რატომ? (Why?) შეიძლება ორნაირად გავიგოთ:

1. რამ ამოარჩევინა ჟურნალისტს ესე თუ ის თემა, ანუ, რატომ გააკეთა ჟურნალისმა კონკრეტული არჩევანი.

2. სტატიაში მოთხრობილი ამბის (მოცემული ინფორმაციის) ანალიზი. (ეს უკვე საგაზეთო ჟანრების ანალიზურ ჯგუფში გვხვდება).

ამრიგად, ახალი ამბავი, როგორც ლეონ სიგალი წერს “is “not what journalists think, but what their sources say”. And, ... , it is mediated by “news organizations, journalistic routines and conventions, which screen out many of the personal predilections of individual journalists” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 8).

სტატიის კითხვისას კონკრეტული რეპორტიორი ჟურნალისტი ნაკლებად საინტერესოა. მკითხველისთვის, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ჟურნალისტის მიერ მოწოდებული მასალა, ინფორმაციაა მთავარი, რადგან, ახალი ამბავი ამტკიცებს და აძლიერებს შეცნობას, აღქმასა და გაგებას, რაც აკავშირებს ჰეტეროგენულ და ზოგჯერ ფეთქებად საზოგადოებას.

ყოველი ჟურნალისტი სვამს შეკითხვებს Who?, What?, When?, Where?, Why? და How?, მაგრამ, როგორ ხვდება რეპორტიორი, რა დროს რომელი შეკითხვა უნდა დაისვას, რომელი უნდა დომინირებდეს, ვინ ითვლება ახალი ამბისთვის ღირებულ (newsworthy) Who-დ? რა ფაქტები და მოვლენები კვალიფიცირდება საჭირო პასუხებად კითხვაზე “What?” ცნობაში, ანგარიშში, ინტერვიუსა და რეპორტაჟში? ან, რა დროს ითვლება ერთი შეხედვით უმარტივეს შეკითხვებზე “When?” და “Where?” პასუხი ფასეულად? ზოგჯერ სტატიაში ე. წ. dateline, ანუ, ის სტრიქონი, სადაც რიცხვი და ადგილია მითითებული სრულყოფილ ინფორმაციას გვაძლევს. მაგ., “Washington, D. C., April 18, At white House today...” რა ითვლება აღნიშნულ სტატიაში Who?-ს მეტაფორად? – პრეზიდენტი. პრეზიდენტი ხშირად “ერის” მეტაფორაა და აშშ კი – უფრო დიდი გეოპოლიტიკური ერთეულის, ვთქვათ, თავისუფალი მსოფლიოს “free world“-ის მეტაფორაა. რატომ არის ვაშინგტონი უკვე ახალი ამბავი? ნაწილობრივ ალბათ იმიტომ, რომ მთავარი სააგენტოები ყოველთვის იღებენ პოლიტიკურ გადაწყვეტილებას, რომ რეპორტიორები გააგზავნონ იქ და არა სხვა ქალაქში, რადგან იქ მიღებული ინფორმაცია უფრო სარწმუნოდ ითვლება.

ყველა სტატიაში რაღაც ერთი შეკითხვა ყოველთვის უფრო აქცენტირებულია. ჟურნალისტს, რომელიც სვამს შეკითხვას “What?”, განსაზღვრული აქვს გაიგოს ფაქტის და მოვლენის რაობა, შეკითხვაზე “Who?” რეპორტიორი ვარაუდობს იმ მოსაზრებას, თუ “ვინ?” არიან ახალი ამბისთვის ლეგიტიმური რესურსები მსოფლიოში. შეკითხვაზე “When?” – ისტორიის განსაზღვრული ვერსია იგულისხმება; “Where?” – პოლიტიკურ გეოგრაფიას გულისხმობს. “Why?” და “How?”-ც განსაზღვრული დასკვნის მატარებელია. ეს ერთი შეხედვით მარტივი შეკითხვები თხრობის მთელ სქემას ქმნის.

არის თუ არა ისტორია კოჰერენტული მთლიანობა? აქვს კი გაზეთში რაიმე დატვირთვა იმას, თუ, რომელ გვერდზეა განთავსებული ესა თუ ის სტატია? რა უფრო მატებს სტატიას მნიშვნელობას – რეპორტაჟი (coverage), თუ ერთი და იგივე მოვლენაზე დღეებისა და კვირების მანძილზე გადმოცემული ისტორიების მთელი ჯაჭვი, ანუ ანგარიში?

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ახალი ამბავი (news) გვიჩვენებს თუ “სად” ვართ მსოფლიოში; ახალი ამბავი მიგვანიშნებს განსაზღვრულ პერიოდს ანუ “როდის” ვართ აქ – გვასწავლის “როგორ” შევიცნოთ სამყარო; ახალი ამბავი გვასწავლის ინფორმაციის რომელ წყაროს, რომელ ავტორიტეტს უნდა გავუწიოთ ანგარიში, რა მოვლენებს უნდა მოვეკიდოთ მოკრძალებულად, რა თემა შეიძლება მივიჩნიოთ ბანალურად, როგორი ახსნა უნდა მოვუძებნოთ ყოველ ამ შეკითხვას და შესაბამისად სტატიას.

ნარატივი არ არსებობს კონტექსტების გარეშე, რომლებიც აყალიბებენ და თვითონ ყალიბდებიან იმ ამბის მიხედვით, რომლის შესახებაც ხდება ინფორმირება. ყოველი ნარატივი ზემოქმედებს ადრესატებსა და რეალური სამყაროს შედეგებზე, ამდენად, ნარატივი რაღაც სახის პოლიტიკურ აქტს წარმოადგენს. მას გარკვეული იდეოლოგიური და პოლიტიკური დატვირთვა გააჩნია. “But when event and narrative form coincidence, when narrative fit is good, such tension resolves itself in the flow of the story, the news account takes on its particular authority, and reality seems to be captured by the text.” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 225).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ნარატივი წარმოდგენილია, როგორც მოვლენათა შესახებ ინფორმაციის თანმიმდევრობა, რომელსაც ლოგიკური და კოჰერენტული სტრუქტურა გააჩნია:

- დრო – ქრონოლოგიური მიმართება თხრობასა და ისტორიას შორის.

- კილო – ასპექტი, რომელიც საფუძვლად უდევს ხედვის/თვალსაზრისის პერსპექტივას.
- გვარი – ვერბალურ ქმედებასა და მოლაპარაკე სუბიექტს შორის მიმართება.

ნარატივებს ძირითადად იერარქიული სტრუქტურა გააჩნიათ, რაც იმას ნიშნავს, რომ ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხი პირველ ადგილზე დგას, ანუ პირველ აბზაცში ინფორმაციის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილია მოცემული. ამიტომ, პირველ აბზაცში ხშირად წარმოდგენილია **5W's: Who? What? When? Where? Why?** იშვიათად, მაგრამ მაინც შესაძლებელია **How?**

ნარატივის დროს აბზაცები ძალზე ხშირად პირამიდის ფორმით აიგება, ანუ პირველი აბზაცი შეიცავს ყველაზე მნიშვნელოვან ინფორმაციას, ყოველი მომდევნო კი ნაკლებ მნიშვნელოვანია, რასაც საინფორმაციო სტატიებში იშვიათად მოჰყვება დასკვნა.

“Narratives are organizations of experience. They bring order to events by making them something that can be told about; they have power because they make sense. The sense they make, however, is conventional. No story is the inevitable product of the event it reports; no event dictates its own narrative form. News occurs at the conjunction of events and texts, and while events create the story, the story also creates the event.” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 228).

განვიხილოთ საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრობრივი სახეობების სემანტიკური კვლევის ფორმებად ჩვენ მიერ გამოყოფილი თითოეული მაჩვენებელი ცალ-ცალკე:

I. ვინ? (Who?) – მოქმედების სუბიექტი ან ინფორმაციის წყარო.

აქ, ჩვენ გვინდა რამდენიმე საკითხს შევეხოთ:

1. ვინ წარმოადგენს ახალ ამბავს?

აუცილებლად უნდა გამოვყოთ ორი ჯგუფი: ცნობილი პიროვნებები (knowns): პოლიტიკური, ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული ელიტა და უცნობი/ჩვეულებრივი ადამიანები (unknowns).

ჰერბერტ გენსმა შეისწავლა ახალი ამბების სუბიექტი და დაასკვნა, რომ ახალი ამბები უმეტესწილად ადამიანებზეა, იმაზე, თუ რას ამბობენ ისინი და, რას აკეთებენ (Manoff, Schudson (eds) 1986: 12). საგაზეთო ისტორიების მხოლოდ

10 პროცენტი მოგვითხრობს აბსტრაქტულ თემატიკაზე, საგნებზე და ცხოველებზე. ამრიგად, ახალ ამბებს ქმნიან და ახალი ამბების, საგაზეთო სტატიების წყაროა:

ა) პიროვნებები, ანუ Whos.

ბ) ცნობილ/ჩვეულებრივ ადამიანებზე გათვლილი ისტორიები – ე.წ. “the human interest story”, რომელიც იზიდავს მასობრივ მკითხველს.

გ) ქალაქის პოლიტიკური და ყოველდღიური ცხოვრების მდიდარი მრავალფეროვნება – დანაშაულებები, უბედური შემთხვევები, მაღალ და დაბალ საზოგადოებაში მომხდარი მნიშვნელოვანი, სენსაციური ამბები.

დ) რეპორტაჟი ან ინტერვიუ, რომელიც შეეხება ჩვეულებრივ ადამიანებს, ე.ი. ადამიანის სახე, პიროვნება მოყვანილია სოციალურ მიმდინარე მოვლენებთან მიმართებაში (მაგ. ინტერვიუ ჩვეულებრივ ადამიანებთან, ფერმერებთან, მდიდარ ოჯახებთან, დანაშაულის მსხვერპლებთან), – სადაც ინდივიდი, როგორც სოციალური ერთიანობა ისეა აღქმული.

ე) პერსონიფიცირებული პოლიტიკაც ახალი ამბების და, შესაბამისად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების მთავარი საგანია. პრესის ფურცლებზე ზოგჯერ პოლიტიკა კონკრეტულ პიროვნებებზეა დაყვანილი. მაგ. პრეზიდენტების, სახელმწიფო მოღვაწეების დაპირისპირება, სამიტებზე წარმოდგენილი მთავრობების მეთაურები – ყველაფერი ეს პოლიტიკის პერსონალიზაციას ემსახურება (მაგ. ჯ. ბუში და ვ. პუტინი, ვ. პუტინი და მ. სააკაშვილი და სხვ.; ან მაგალითად, რომელიმე პრეზიდენტი, რომელიც რომელიმე კონკრეტულ პოლიტიკურ პარტიას წარმოადგენს და მეორე საპირისპირო რადიკალური ფრთის ლიდერი); ე.ი. განსაზღვრული პიროვნებები წარმოადგენენ მთელ ჯგუფს, ინსტიტუტს და პოლიტიკურ ფასეულობებს. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში ზოგჯერ პრეზიდენტი მთელ ქვეყანას თუ არა, მთავრობას მაინც განასახიერებს; ან რომელიმე კონგრესმენი გაიგივებულია კონგრესთან, მის კომიტეტებთან და ქვეკომიტეტებთან.

ამიტომ, ზოგიერთ საინფორმაციო სტატიაში შეკითხვა Who - ვინ? ზოგჯერ უფრო საპასუხისმგებლოა, ვიდრე What - რა?, ანუ შეკითხვას – ვინ არის ახალი ამბავი და ვინ არა, მივყავართ შეკითხვასთან, თუ ვინ უზრუნველყოფს/ვინ ქმნის ახალ ამბავს?

2. ვინ არის ახალი ამბების წყარო?

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ავტორი თხრობისას შეზღუდულია. ცნობაში და ანგარიშში ის მთხრობელზე, ამბის წყაროზეა დამოკიდებული. ინტერვიუსა და რეპორტაჟში თითქოს მას ექსპლიციტურად მეტი თავისუფლება აქვს, მაგრამ, ის მაინც შემოიფარგლება მოვლენის იმ ვერსიით, რასაც მას სთავაზობენ, ანუ, ახალი ამბების წყაროზე საუბრისას უნდა გამოვეყნოთ:

ა) ინფორმაციის ობიექტურობა – რაც ავტორის მხრიდან ექსპლიციტური ინტერპრეტაციის მინიმუმამდე დაყვანას გულისხმობს. ამ ნიშნით საგაზეთო სტატიებიდან განსაკუთრებით გამოიყოფა ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი და ინტერვიუ.

ბ) სოციალური სტატუსი – ჟურნალისტს ფიქსირებული ადგილი უჭირავს, როგორც გეოგრაფიულად, ასევე სოციალურად (ვისგან იღებს ინფორმაციას ჟურნალისტი).

გ) ინფორმაციის ვადა (deadline) – ყველა ინფორმაცია მაქსიმალურად სწრაფად უნდა იყოს მოწოდებული. მოვლენასა და ცნობასა და ანგარიშს შორის ტემპორალური შუალედი მინიმალური უნდა იყოს.

დ) წყარო – მოვლენის მონაწილე/ხალხი (საგაზეთო სენსაციათა მთელი ქსელი) რეპორტაჟის, ინტერვიუს საგაზეთო სენსაციების თანმხლებია. ასეთი წყარო შეიძლება იყოს თეთრი სახლი, სახელმწიფო დეპარტამენტი, პენტაგონი, უზენაესი სასამართლო და სხვ. აღნიშნულ შემთხვევებში რეპორტაჟები შეიძლება სხვადასხვა ტიპის იყოს, მაგალითად:

- განსაზღვრული/დადგენილი რეპორტაჟი (ე.წ. Routine Coverage). (პრეზიდენტების ყოველგვარი გადაადგილება, ბრიფინგები პრესასთან და ა.შ. ასეთ შემთხვევებში ინფორმაცია ემყარება განსაზღვრული ქვეყნის სამთავრობო პრესას, როგორცაა თეთრი სახლი და ა.შ.).
- ჰორიზონტალური რეპორტაჟი (ე.წ. Horizontal Coverage). (როცა ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი ან ინტერვიუ მოპოვებულია სხვადასხვა სააგენტოების ჟურნალისტების მიერ).
- დაცული/დაცვითი რეპორტაჟი (ე.წ. Protective Coverage) – რეპორტაჟები, რომელსაც ამზადებენ მეტოქე კომპანიები – The New York Times და The Washington Post, ABC, CBS და NBC – რაც აღნიშნული სააგენტოების კორესპონდენტებისგან წერილმანი – ყოველდღიური დეტალების მოძიე-

ბას გულისხმობს, ანუ აქ შედის სტატიები, რომელიც ყოველდღიურ ამბებზე მოგვითხრობს.

- ანთროპოლოგიური რეპორტაჟი (ე.წ. Anthropological Coverage) – ამ ტიპის რეპორტაჟებით ძირითადად ყოველკვირეული ჟურნალების რეპორტიორები არიან დაკავებული (მაგ. The National Journal, The Wall Street Journal).

ამრიგად, რაც უფრო მაღალ სახელმწიფო იერარქიულ საფეხურზეა ესა თუ ის რესპოდენტი, მით უფრო ავტორიტეტული ხდება ესა თუ ის ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი თუ ინტერვიუ.

The New York Times და The Washington Post-ის, პირველ გვერდზე გამოქვეყნებული საინფორმაციო სტატიების განხილვამ გვიჩვენა, რომ გაზეთის პირველ გვერდზე დაბეჭდილი ყველა ნაციონალური თუ უცხოური ამბების ისტორიების წყაროს უმეტეს შემთხვევაში ამერიკის მთავრობის ოფიციალური პირები წარმოადგენენ. საგაზეთო სენსაციებში ჩვეულებრივი ადამიანები უფრო ნაკლებად გვხვდება. რიგითი ადამიანები ორი გზით ხვდება პრესის ფურცლებზე:

ა) როდესაც მათი და სენსაციის მოყვარული კორესპონდენტის გზები გადაიკვეთება, ან, ბ) როდესაც კორესპონდენტი თავისუფალია თავის არჩევანში და ის ყოველდღიური ჟურნალისტური ინფორმაციის მოძიებით არის დაკავებული.

3. ვინ არ ხდება ახალ ამბებში?

ცნობისა და ანგარიშის შემთხვევაში სტატიაში თავად კორესპონდენტი არ ჩანს, რადგან, ერთი და მეორეც იწერება მესამე პირში და, შესაბამისად, ავტორი იმანენტური რჩება. სხვაგვარადაა საქმე ინტერვიუსა და რეპორტაჟის დროს, სადაც სტატიაში შეიძლება შეგვხვდეს ორი, ან მეტი ვინ? - Who? თავად ისტორიის სუბიექტი და ავტორი.

4. ვინ ქმნის ახალ ამბავს და ვინ მართავს?

თუ ლეონ სიგალის სიტყვებს მოვიშველიებთ ახალი ამბავი, ანუ “news is not reality, but a sampling of sources’ portrayals of reality, mediated by news organizations.” (იხ. Manoff, Schudson (eds) 1986: 27-28), რადგან ახალი ამბავი (კერძოდ, ცნობა და ანგარიში) არ არის ის, რასაც ავტორი ამბობს, არამედ არის ის, რასაც წყარო მოგვითხრობს, რომლის რეალიზაციაც ამა თუ იმ გამომცემლობის საშუალებით ხდება.

ამრიგად, გვაქვს ერთი მხრივ – ვინ? Who? – ამბის (ცნობის, ანგარიშის, რე-

პორტაჟის, ინტერვიუს) მთავარი მოქმედი პირი, და მეორე, (თუმცა არა ყველა სტატიაში), მაგრამ თითქმის მსგავსი ვინ? Who? – ამბის წყაროს სახით (ამერიკულ პრესაში ეს თეთრი სახლია, პრეზიდენცია, ბრიტანულში – დედოფალი ან პრემიერ მინისტრი და ა.შ.) თუ ჩვეულებრივ ყოველდღიურობაში ვინ? Who? – გამოკვეთილია და რამდენიმე პოლიტიკური ლიდერთი შემოიფარგლება, საქმე სხვაგვარად გვაქვს არჩევნების წინ. აქ ყველა საინფორმაციო სტატიაში მკვეთრად გამოკვეთილი ვინ? Who? – სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიების ლიდერები არიან, და რა? What? – მათი ამოცანებია. პირველი წინასაარჩევნო კამპანიისა და პრაიმერის შემდეგ კი, უკვე თვალნათლივ ჩანს თუ ვინ დარჩება ცნობაში, ანგარიშში, რეპორტაჟსა და ინტერვიუში, და ვისი იგნორირება მოხდება. ასევე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სტატიების უმრავლესობაში ავტორები ცნობილ ადამიანებზე – ცნობილ ვინ? Who?-ზე აკეთებენ აქცენტს.

ამრიგად, ვინ არის სტატიის ობიექტი და ვინ ქმნის ახალ ამბავს, ამ კითხვებზე პასუხები გვეხმარება ქვეყნის პოლიტიკური ცხოვრების მიმართულების განსაზღვრაში.

II. რა? (What?) – რაზე მოგვითხრობს პრესა, ანუ “ფაქტები” და “ახალი ამბები”.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები აღწერს ყველაფერ იმას, რაც ყოველდღე ხდება – “ახალ ამბებს”, “ფაქტებს”, მოვლენებს, ანუ ყველაფერ იმას, რაც მნიშვნელოვანია, ანუ “... the old-fashioned view that “news” is simply a mirror placed before reality still lives.” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 39).

როდესაც მეორე სემანტიკურ მახვენებელზე – რა? What? ვსაუბრობთ შემდეგ ხუთ არსებით საკითხს უნდა შევხვით:

1. რას მოიცავს, რას აღწერს პრესა? – თუ კონკრეტულად ვიმსჯელებთ, ამ პირდაპირ ემპირიულ შეკითხვას პირდაპირი ემპირიული პასუხი შეგვიძლია გავცეთ: პრესკონფერენციებს, სამიტებს, შეხვედრებს, პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, სოციალურ, კულტურულ, სპორტულ მოვლენებს და ა. შ.

2. გადაწყვეტილებები, რაც მართავს რეპორტაჟებს რაციონალურია და არა უბრალოდ ნამდვილი (ჭეშმარიტი, შემთხვევითი ან საგანგებო).

3. პრინციპები, რომელიც ამ გადაწყვეტილებებს წარმართავს “მეცნიერული” არ არის.

4. ის, რასაც პრესა აღწერს ყოველთვის არ არის ის, რაც მან უნდა აღწეროს.

5. ჟურნალისტები რომ ხვდებოდნენ, რომ მათ მიერ მკითხველისთვის აღწერილი ფაქტები და მოვლენები არ არის ჭეშმარიტების სარკისებრი ასახვა, არამედ ის სამყაროს შესახებ თანმიმდევრული (კომპეტენტური) თხრობაა, რომელიც განსაზღვრულ მიზნებს ემსახურება, ყოველივე ამის აღქმის შემდეგ, გაზეთში დაბეჭდილი საინფორმაციო სტატიები უფრო უკეთ დააკმაყოფილებს ჩვენს (მკითხველისა და ავტორის) მოთხოვნებს.

1. რა შეიძლება იყოს აღწერილი სტატიაში, სადაც დომინირებს შეკითხვა რა? – What?. განხილული საინფორმაციო სტატიების ანალიზს შემდეგ დასკვნამდე მივყავართ, რომ ამგვარ სტატიებში აღწერილია:

- სენსაციური, უჩვეულო, სკანდალური ამბები, ანუ “...The press covers changes from the norm”. (Manoff, Schudson (eds) 1986: 45).
- სადავო ფაქტები – “... The press covers controversy” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 46).
- მოვლენა, რომლის დროსაც დიდია მსხვერპლი და დანაკარგი (მაგ. თვითმფრინავის კატასტროფა, მკვლელობები, კატასტროფები, წყალდიდობები, მიწისძვრები, ტერორისტული აქტები და ა. შ.).
- არჩევნები, კონგრესი, თეთრი სახლი, პარლამენტი და ა. შ.
- სიმბოლური მოვლენები (მაგ. ცნობილი პიროვნების სპორტის რაიმე სახეობით გატაცება (მაგ. ცხენოსნობა) შეიძლება საინფორმაციო სტატიისთვის უმნიშვნელო ფაქტი იყოს, მაგრამ, როდესაც პრეზიდენტ რეიგანს გაუკეთდა ოპერაცია 1985 წელს და შემდეგ დაიბეჭდა სტატია: “Reagan Returns to the Saddle”, ეს უკვე სიმბოლურ მოვლენად შეიძლება ჩაითვალოს).
- იუბილეები და დღესასწაულები.
- მოსალოდნელი, შესაძლო ფაქტები.
- პულიცერის პრემიისთვის გათვლილი ისტორიები.
- მეგობარი ქვეყნების შესახებ კეთილგანწყობით დაწერილი ისტორიები და პირიქით.

ქურთის მაქლუგალი (იხ. Manoff, Schudson (eds) 1986: 59) გამოყოფს ახალი ამბის ხუთ ტრადიციულ ფასეულობას:

- ა) დროულობა (timeliness).
- ბ) სიახლოვე (proximity).
- გ) დიდი მნიშვნელობა (prominence).
- დ) შედეგი (consequence).
- ე) ადამიანური ინტერესი (human interest).

ამრიგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ყველა საინფორმაციო საგაზეთო სტატია გვპასუხობს კითხვაზე რა? What? (პრეზიდენტის, დედოფლის ნებისმიერი ქმედება, ცნობილი პიროვნებების/პოლიტიკური მოღვაწეების შესახებ ინფორმაცია და ა. შ.)

2. “ფაქტები” და “ახალი ამბები”

“It is no longer enough to report the fact truthfully.

It is now necessary to report the *truth about the fact.*

– Commission on Freedom of the Press, 1947”.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში აღწერილია უამრავი ფაქტი, “... “fact” is a word that describes language *about* the world, and not the world itself” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 62-63).

ფაქტი თითქოს ერთი შეხედვით ერთი უნდა იყოს, მაგრამ უამრავი შემთხვევაა, როდესაც ე.წ. მეტოქე “ფაქტები” (rival “facts”) გვხვდება ერთი და იგივე მოვლენის შესახებ დაბეჭდილ სხვადასხვა ანგარიშებში. ერთი და იგივე “ფაქტი” სხვადასხვა გაზეთში სხვადასხვაგვარად შეიძლება იყოს აღწერილი. ფაქტები არა მხოლოდ სახეები და თარიღებია, აქ შედის ისტორიული მოვლენებიც. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ცნობაში, ანგარიშში, ინტერვიუსა და რეპორტაჟში რეალიზებულია შემდეგი ტიპის ფაქტები:

- რეალური “ფაქტები”.
- ისტორიული “ფაქტები”.
- მეტოქე “ფაქტები”.
- ავტორის მიერ შექმნილი “ფაქტები”.

იმ სტატიებში, სადაც მთავარი სტატიაში აღწერილი ფაქტია, ჩვენ მიერ გამოყოფილი სემანტიკური მახვენებლებიდან უთუოდ უმთავრესია რა? - What? ე.ი. რაზეა, რა ამბავზეა თხრობა. “Breaking” news breaks when we let it break. “Spot” news implies that we’ve decided where the spot is. A “scoop” takes place when enough people think

that it matters who runs a story first. As in the case of facts, we characterize news –it does not arrive on some divine daily budget.” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 75)

ამრიგად, ჩვენ მიერ დასმულ ორ შეკითხვაზე: რას მოგვითხრობს და რას უნდა მოგვითხრობდეს საინფორმაციო სტატიები? პასუხი მხოლოდ ერთი იქნება – ყველაფერს.

III. როდის? (When?) – დროის მითითება (ე.წ. deadlines, datelines and history).

როგორც უკვე აღვნიშნეთ მესამე სემანტიკური მახვენებელი, რომელიც ძალზე მნიშვნელოვანია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ანალიზის დროს არის პასუხი კითხვაზე – **When?** როდის? საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის იდეალური პასუხი შეკითხვაზე “When?” აუცილებლად უნდა იყოს ახლახანს, ცოტა ხნის წინ – ანუ დრო, მოვლენის დროსა და სტატიის დროს შორის მინიმალური უნდა იყოს. ჩვენ შევეცადეთ, რომ გამოგვეყო “When?” სემანტიკური მახვენებლის აუცილებელი კომპონენტები.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში ასახული მოვლენა დროის მინიმალური შუალედით უნდა გადმოიცეს, ანუ ყველა სტატია ინფორმაციის პირველობის მომენტის მატარებელი უნდა იყოს. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიისთვის დამახასიათებელია უშუალოება და გადაუდებლობა, განსაკუთრებით ცნობისა და ანგარიშის შემთხვევაში. რადგან, ახალი ამბის ორგანიზაცია გულისხმობს იმას, რომ საინფორმაციო სტატიაში მოცემული ინფორმაცია არა მხოლოდ დროული უნდა იყოს, არამედ ის უნდა ატარებდეს “სასწრაფო”, “დაუყოვნებელ” მნიშვნელობასაც, ანუ ასახული ფაქტი, მოვლენა რაც შეიძლება ახლოს უნდა იყოს აწმყოსთან.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში გადმოცემულია თანხვედნილი, ერთდროული და შესაფერისი, მოხერხებული, სათანადო ამბები, ფაქტები, რომელიც რაც შეიძლება ახლოს არის ინფორმაციის მიწოდების ბოლო ვადასთან.

რაც უფრო მეტად იგრძნობა ცნობაში, ანგარიშში, რეპორტაჟსა და ინტერვიუში ახალი ამბის გადმოცემის სისწრაფე, მით უფრო დამოკიდებული ხდება აღნიშნული სტატიები ოფიციალურ პირებზე. ამრიგად, **When?** სემანტიკური მახვენებლის გამოყოფისას იკვეთება შემდეგი ასპექტები:

- დროულობა – ანუ ინფორმაციის უახლესობა, დაუყოვნებლობა.
- ერთდროულობა, შესაფერისობა/მოხერხებულობა.

- პირველობა.

When? სემანტიკურ მახვენებელზე საუბრისას ჩვენ გამოვყოფთ ხუთ მომენტს:

1. წარსული დრო: წარსულის სიღრმე გაზეთის პირველ გვერდზე.
2. აწმყო განგრძობითი: ახალი ინფორმაცია, ისტორია, როგორც მოვლენა, რომელიც გარკვეული დროის მანძილზე მიმდინარეობს, მოვლენა, რომელიც ხანგრძლივობით ხასიათდება.
3. მომავალი დრო: ხვალ – გაზეთის პირველ გვერდზე.
4. ახალი ამბის რიტმული თვისება/ხარისხი.
5. კავშირებითი კილო: ვარაუდი, განზრახვა პრესაში.

განვიხილოთ თითოეული ცალ-ცალკე.

1. წარსული დრო:

გაზეთის პირველი გვერდიც კი, სადაც იბეჭდება ყველაზე მნიშვნელოვანი ახალი ამბები, ორიენტირებულია უფრო მრავალფეროვან და რთული დროის ფასეულობებზე, ე. ი. ახალი მოვლენით ვამყარებთ კონტაქტს იმ ისტორიულ ამბავთან, რომლის შესახებაც მკითხველს შეიძლება უკვე ჰქონდეს ინფორმაცია. ასეთი შემთხვევები უფრო ხშირად გაზეთის სხვა გვერდებზე დაბეჭდილ სტატიებში გვხვდება. მსგავსი სტატიები ძირითადად რეპორტაჟებია, რომლებშიც ავტორის პირადი მონაწილეობის საფუძველზე კეთდება ინფორმაცია, რომელიც კონკრეტულ გრძნობად წარმოდგენას ქმნის მოვლენის მიმდინარეობის შესახებ. ასეთი რეპორტაჟები შეეხება რაღაც კონკრეტულ ფაქტს, ან პიროვნებას და ამ კონკრეტული პიროვნების ისტორიის ფონზე წარსულში უფრო სიღრმისეული წვდომა იწყება (მაგ. ფაშისტურ გერმანიასთან, მეორე მსოფლიო ომთან დაკავშირებული სტატიები და სხვა), მაგრამ ამ ერთი შეხედვით ერთი წარსული მოქმედების ამსახველ სტატიებში, ავტორი ინტენციურად მეორე წარსულ დროს წამოსწევს წინ, მაგ. პერიოდს, რომელიც ყველასთვის ნაცნობია – ჰიტლერის პერიოდის დანაშაულებები (ამაზე უფრო ვრცლად მესამე თავში დროულ-სივრცობრივი თავისებურებების კვლევისას ვისაუბრებთ).

ყველა საინფორმაციო სტატია გვაწვდის ინფორმაციას იმ ფაქტებზე და მოვლენებზე, რომლიდანაც ზოგი ბოლო ოცდაოთხ საათში მოხდა. ამგვარად, სტატია ე.წ. რეალურ ამბავს ქმნის. მაგრამ, მსგავსი სტატიების გარდა, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, გვხვდება საინფორმაციო სტატიები, რომელთაც გარკვეული ისტორიული სიღრმე გააჩნიათ.

ერთი და იმავე სტატიაში შეიძლება სხვადასხვა ტემპორალური განზომილება შეგვხვდეს. მაგ. როდესაც პრეზიდენტების შეხვედრებზეა სტატია ფაქტის აღნიშვნის შემდეგ, ავტორი იწყებს რომელიმე პრეზიდენტის წარსულიდან რაიმე დეტალის გახსენებას. მაგ. მოვიტანთ ერთ სტატიას (“The Los Angeles Times”, July 24, 1985), სადაც, რეიგანზე საუბრისას ავტორი წერს “returning to high-level diplomacy 10 days after undergoing cancer surgery”. ამას ახალი ამბავი ბიოგრაფიულ დროში გადააქვს და ამ შეხვედრას უკვე სხვა კონოტაციურ მნიშვნელობას ანიჭებს. ეს დროის ბიოგრაფიული შეგრძნება, რომელიც გულისხმობს, რომ მკითხველიც, მწერალიც და ამბის სუბიექტიც მოკვდავნი არიან, ახალი ამბის ერთ-ერთ ფუნდამენტურ დროის განზომილებას წარმოადგენს. ბიოლოგიურ განზომილებას შეიძლება დაემატოს კიდევ სხვა მაგ. დროის პოლიტიკური კონტექსტი. სტატიაში შეიძლება ჩანდეს არა მარტო პრეზიდენტის კონგრესთან, ან პარლამენტთან, ან სხვა ორგანოსთან ურთიერთობის ხანგრძლივობა, არამედ რომელიმე პოლიტიკური შეხვედრის ამსახველ ცნობაში ან ანგარიშში იმპლიციტური რეფერენციაც შეიძლება შეგვხვდეს. (იმპლიციტური რეფერენციაა მაგ. ბირთვული იარაღის ზრდის ქვეტექსტი იგივე სტატიაში ბოლო 40 წლის მანძილზე). შეიძლება იყოს კიდევ ერთი ტემპორალური კონტექსტი, ვთქვათ, როდესაც მეორე პოლიტიკურ ლიდერზე საუბრით ავტორი იმ ლიდერის ქვეყნის ისტორიულ სიმბოლოებს ეხება (მაგ. სტატიაში გაიჟღერებს რაიმე ისტორიული თარიღი ქვეყნის ისტორიიდან). ამგვარად, ტემპორალური კონტექსტი სხვადასხვა საინფორმაციო სტატიაში სხვადასხვაა.

დროის განსხვავებული განზომილებები, რომელიც გაზეთის პირველ გვერდზე დაბეჭდილ ცნობებში გვხვდება, განსხვავებული იქნება მოთხრობილი ამბის თემისგან, სუბიექტისგან და იმ ოფიციალური პირების ინტენციებისგან, ვის მიერაც ახალი ამბებია მოწოდებული.

პოლიტიკურ საინფორმაციო სტატიებში უთუოდ გამოყოფილია ორი When?:

1. ადამიანის ცხოვრების პერიოდი (human “lifetime”).
2. ომის შემდგომი სამყარო (“postwar world”). (იგულისხმება მეორე მსოფლიო ომი).

სხვა სახის სტატიებისთვის – ანგარიშებისთვის თავისთავად დროის სხვა განზომილებებია დამახასიათებელი. მაგ. ეკონომიკური სტატიებისთვის: 1. კვარტლური ან 2. წლიური When?; სპორტული მოვლენებისთვის – სეზონურობის განზომილება და ა.შ.

2. აწმყო განგრძობითი დრო:

საინფორმაციო სტატიების უმრავლესობაში თემა უცვლელად გაიქცა, მაგრამ მოთხრობილ ისტორიებში ის ამბავია მნიშვნელოვანი, რომელიც გარკვეული დროის ხანგრძლივობით ხასიათდება. გაზეთის სათაურები თითქმის ყოველთვის აწმყო დროშია, მაგრამ, თავად საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების უმეტესობაში წარსული და აწმყო სრული დროები გამოიყენება. სათაურის მსგავსად ფოტოების ქვეშ წარწერებიც აწმყო დროშია, თითქოს ამით ფოტოს მკითხველი გადაყვანილია “იქ”, მოქმედების ადგილზე აწმყოში. თუმცა, მაინც უნდა აღვნიშნოთ, რომ გარკვეული პერიოდის განმავლობაში ერთი და იმავე თემაზე დაბეჭდილ საინფორმაციო სტატიებში (ე.წ. “developing” story), ავტორები თითქმის უმეტესად აწმყო განგრძობით დროს გამოიყენებენ. ნებისმიერი “developing story” იწყება ინფორმაციით. ამ კუთხით განვიხილეთ ფრინველის გრიპზე დაბეჭდილი საინფორმაციო სტატიები. აღნიშნული თემით იმიტომ დავინტერესდით, რომ ჩვენი აზრით, ის ყველაზე ხანგრძლივი პერიოდის მომცველი სიახლეა. ის უკვე რამდენიმე წელია საინფორმაციო სტატიების მთელ სერიებს ქმნის. მაგალითისთვის შემოვიფარგლეთ 2006 წელს ამ თემაზე გამოქვეყნებული სტატიებით. გაჩნდა თუ არა ინფორმაცია (საინფორმაციო ცნობაში) ქათმის გრიპზე, ამბავი თავიდანვე პირველი გვერდის ინფორმაციად იქცა (თუმცა არის სხვა შემთხვევებიც, როდესაც არამიმზიდველი სიახლე გაზეთის ერთ-ერთ მთავარ ამბად ქცეულა – ე. ბ.).

ჟურნალისტებმა მომენტალურად აიტაცეს ეს ისტორია და შემდეგი სურათი შეიქმნა:

13 იანვარი – Guardian Unlimited – **“Bird flu: should we start worrying?”**;

16 იანვარი – Guardian Unlimited – **“UN urges bird flu vigilance in Middle East”**;

27 თებერვალი – Guardian Unlimited – **“Niger confirms bird flu cases”**;

შემდეგ ინფორმაცია ახალ ფაზაში გადადის (პრევენციის საშუალებები):

29 მარტი – Guardian Unlimited – **“Clues from 1918 pandemic could help stop bird flu”**;

5 აპრილი – Guardian Unlimited – **“New bird flu warning: keep cats indoors”**;

6 აპრილი – The Guardian – **“From East to West in 14 weeks / How the virus spread through Europe**;

- 6 აპრილი – Guardian Unlimited – **“We must vaccinate and educate”**;
- 7 აპრილი – The Guardian – **“A wing and a prayer”**;
- 7 აპრილი – Guardian Unlimited – **“Bird flu advice”**;
- 8 აპრილი – Guardian Unlimited – **“It’s part of our lives, we know how to live with it”**;

შემდეგი სტატია (პანიკის შესახებელი სტატიები):

- 9 აპრილი – The Observer – **“We can beat bird flu if Europe helps the world”**;
- 9 აპრილი – The Observer – **“One swan doesn’t make a pandemic”**;
- 10 აპრილი – The Guardian – **“One dead swan doesn’t make a summer of panic”**;

რაც უფრო დიდხანს გრძელდება ერთი და იგივე თემატიკაზე სტატიები, მკითხველის დასაინტერესებლად სულ ახალ-ახალი ინფორმაციაა საჭირო, ამიტომ მკითხველი ფრინველის გრიპზე კიდევ უფრო მეტ ახალ ინფორმაციას იღებს:

- 12 აპრილი – Guardian Unlimited – **“UK bird flu tests ‘could be flawed’ ”**;
- 13 აპრილი – The Guardian – **“Evolution is usually a slow process but it can move rapidly in lethal viruses such as bird flu”**;
- 29 აპრილი – The Guardian – **“Poultry worker gets eye infection from contact with bird flu”**;
- 1 მაისი – The Guardian – **“Japan bans UK poultry as bird flu cases spread”**;
- 17 მაისი – Guardian Unlimited – **“Indonesian bird flu deaths confirmed”**;
- 18 მაისი – The Guardian – **“Discovery of poultry exposed to bird flu virus was kept from public”**;

თითოეული ეს საინფორმაციო სტატია ფრაგმენტული ამბავია ერთი დიდი მეგაისტორიის/მეგაამბის – ფრინველის გრიპის. მსგავსი შემთხვევები ყოველთვის პირველი გვერდისთვის განკუთვნილი მასალაა, მაგრამ არის ისეთი ამბებიც, მაგალითად, უცნობი ადამიანის მკვლელობა, რომელიც თავიდან არამიმზიდველი ამბავია, მაგრამ, გარკვეული დეტალების დამატების შემდეგ, ახალი სტატიებით უკვე გაზეთის ე.წ. პირველი გვერდის (page one story) ინფორმაციად იქცევა.

3. მომავალი დრო (ხვალ – გაზეთის პირველ გვერდზე):

გაზეთი ზოგჯერ აკეთებს კომენტარს მომავალზე. მომავალი შინაარსის მატარებელია პოლიტიკური შეხვედრები, ამინდის პროგნოზები (სტატიები ქარიშხლებზე – მათი პროგნოზირება, პრევენციული ზომები, შედეგები), ჰოროსკოპები და სხვა.

გაზეთი ითვალისწინებს მომავალს, წერს მომავალზე, ანუ პრესა საზოგადოებასთან ურთიერთობის აგენტის როლს ითავსებს. ე.ი. ის რეპორტაჟს აკეთებს მომავალზე, რამაც შეიძლება გავლენა მოახდინოს აწმყოზე. ამრიგად, საინფორმაციო სტატია:

ა) წინასწარ მსჯელობს რაიმე პოლიტიკურ შეხვედრაზე, ან მოვლენაზე და ქმნის გარკვეულ ფონს. (თუმცა, ეს უფრო ანალიზური სტატიებისთვისაა დამახასიათებელი).

ბ) აწვდის რჩევებს, რეცეპტებს დღესასწაულების წინ (მაგ. მადლიერების დღის წინ ინდაურის მომზადების რეცეპტები და სხვ.).

სტატიები ქარიშხლებზე პოპულარული იყო ამერიკაში, არა იმიტომ, რომ მკითხველს ადარდებდა მის მიერ მიყენებული ზარალი, მკითხველის მხრიდან უფრო დიდი ინტერესი იყო ამგვარი სტატიების მიმართ ქარიშხლების დაწყებამდე, რადგან ის ქვეყნის ტერიტორიის განსაზღვრულ ნაწილს შეეხებოდა მომავალში. ზოგჯერ, რეპორტიორები წარსულზე მომავლის რაკურსით წერენ. (მსგავსი რამ ხშირად გვხვდება ეკონომიკური მაჩვენებლების საინფორმაციო სტატიებში).

“Related to the hedging future, but more complex, is what we can call the *semiotic tense*, used with events whose present significance is unclear but whose debated meaning bears on some future event” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 96).

ასეთი სტატიები იბეჭდება არჩევნების კამპანიების, დიპლომატიური მოლაპარაკებების დროს. “სემიოტური დრო” მოვლენებს კი არ აღწერს, არამედ ის სახელმწიფო მოხელეებს უთმობს ადგილს, რათა შექმნან მათ მიერ ინტერპრეტირებული ბადა, ხლართი, რომელიც შეთანხმებების, მოლაპარაკებების ნაწილი და ამ პროცესის მიმანიშნებელი, წარმმართველი გახდება. სწორედ ამ ტიპის საინფორმაციო სტატიებში, როგორც არასდროს ისე ჩანს, რომ მედია მართვის ინსტრუმენტია. არაინტენციურად, გაზეთში სემიოტური დრო ერთი გრამატიკული დროით – აწმყოთია გამოხატული.

4. გაზეთის რიტმული თვისება:

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში დრო საძირკველია, რომელზეც ისტორიები და ამბები შენდება, ამიტომ, დღის მითითება გაზეთში დროის მთავარ ნაწილს წარმოადგენს. გაზეთის რიტმულობის მაჩვენებელია: გაზეთისთვის ღირებული ინფორმაცია, მაგრამ, ზოგჯერ ინფორმაციის ღირებულება არ არის საკმარისი, რომ ამბავი დროის ციკლში, რიტმში მოექცეს.

საარჩევნო სტატიების დაწერა შედარებით ადვილი პროცესია, რადგან მკითხველმაც და ავტორმაც იცის არჩევნების თარიღი და ორივესთვის ცნობილია ამ ამბის, ისტორიის დამთავრების დრო. მათთვის ცნობილია, თუ სად არიან ისინი – ამბის დასაწყისთან, შუაში თუ ბოლოში. სტატიებს არჩევნებზე გარკვეული რიტმი აქვთ, ამიტომ ის ადვილად იპყრობს მკითხველის ყურადღებას. მსგავსი სტატიები ყოველთვის გათვლილია ფინალზე, ამით ის ამბავს (news) დროში განათავსებს, რაც სხვა თემატიკაზე შექმნილი საინფორმაციო სტატიებისთვის არ არის დამახასიათებელი. საინფორმაციო სტატიებში ამბის, ისტორიის დამთავრების თარიღი უმეტეს შემთხვევაში არ არის განსაზღვრული. ისეთი ცნობა, ანგარიში, ინტერვიუ, ან რეპორტაჟი, რომლებიც მძევლების საკითხებს ეხება რიტმულობას არა რიცხვით, არამედ თავისუფლება – სიკვდილის, გადარჩენა – შეურაცხყოფის მოლოდინით გამოხატავს. სწორედ ეს ქმნის დრამატულ სტრუქტურას, რაც ისტორიას სენსაციურ ამბად აქცევს. ამრიგად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები გვპასუხობს კითხვაზე როდის? When? და აღწერს:

- დროულ ამბებს.
- ამბებს, სადაც დასასრული ჩანს (არჩევნებს, ან რაიმე თამაშს მოიგებენ ან წააგებენ, გატაცებულს მოკლავენ, ან გამოუშვებენ, პაციენტი გადარჩება ან მოკვდება, დაკარგულ ბავშვს იპოვიან ან ვერა და ა.შ.).
- საბიუჯეტო/ეკონომიკურ ფაქტებს/ამბებს, რომლებიც ჩვეულებრივი ადამიანებისთვის იწერება.

დასასრულის შეგრძნებით (“sense of an ending”) ხასიათდება სტატიები პრეზიდენტებზე, რადგან მათ გარკვეული ისტორიული კონტექსტი – პრეზიდენტობის ოთხწლიანი (ან ორი ვადით – რვაწლიანი) ვადა აქვს. მსგავს სტატიებს ორი ტემპორალური კონტექსტი აქვს: ა) პრეზიდენტის საქმიანობა და ბ) მისი ადგილი ქვეყნის ისტორიაში სხვა პრეზიდენტებს შორის. ეს ორი ხაზი ზოგ საინფორმაციო სტატიაში ცალ-ცალკეა, ზოგჯერ – შერწყმული.

ახალი ამბის რიტმი განისაზღვრება გამეორებითაც (იგულისხმება კვირის და წლის ციკლი). ეს ძირითადად კვირის გაზეთებს შეეხება. The New York Times და სხვა მის მსგავს გაზეთებს აქვს ე.წ. კვირის იმპროვიზირებული ციკლი: ორშაბათი – სპორტი, სამშაბათი – მეცნიერება, ოთხშაბათი – ცხოვრების წესი, ხუთშაბათი – სახლი, პარასკევი – კვირის ბოლო. სტატიის რიტმს ქმნის ქვეყნის კალენდარი, ტრადიცია, დღესასწაულები. ყოველთვის არის შობის, ახალი წლის, პალოუინის, მადლიერების დღის და ა.შ. ისტორიები, იუბილეები, წლის-თავები და სხვ.

ამრიგად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში სიცოცხლის ხანგრძლივობა ერთიანდება დროის ბიოლოგიურ და კულტურულ გამოცდილებასთან, რაც ახალი ამბის ფუნდამენტურ სტრუქტურას ქმნის.

5. კავშირებითი კილო: ვარაუდი, განზრახვა პრესაში.

ჩვენ მიერ გამოყოფილი ექვსივე მახვენებელი – ვინ?, რა?, როდის?, სად?, როგორ? და რატომ? (5W's & an H) სტატიის ახსნის (ანუ, “რა ხდება?”-ს) მცდელობას წარმოადგენს.

ყველა სტატიაში იმპლიცირებულია სტატიის მნიშვნელოვანი ფაქტები, საინფორმაციო სტატიაში წარსული დროის ხმარება მკითხველს მიანიშნებს, რომ ნებისმიერი სტატია, რასაც მკითხველი კითხულობს ისტორიაა (ის შეიძლება დოკუმენტურ მასალად იქცეს, დადასტურდეს ან მცდარად ჩაითვალოს). როგორც მაიკლ სნაფსონი წერს : “... hard news covers what is “timely” (but it should be clear by now how flexible a category “timely” is) and features cover what is timeless. Some feature stories do focus on what is considered eternal or universal in human affairs, but another common brand of features do not deal with what is but with what might be. I call this *Subjunctive* reporting. The subjunctive is a grammatical form that people regularly use without being aware of it. According to the dictionary, the subjunctive is “that mood of a verb used to express supposition, desire, hypothesis, possibility, etc., rather than to state an actual fact, as the mood of *were*, in ‘if I *were* you.’ ” (Manoff, Schudson (eds) 1986: 106).

სენსაციური, გახმაურებული ისტორია (feature stories) ხშირად კავშირებითი კილოთია გადმოცემული. მსგავს შემთხვევებში ნაწილი – მოელს გულისხმობს, ერთ შემთხვევას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება, ერთი ადამიანი – ყველად იქცევა, განზოგადდება. რომელიმე ერთი ადამიანის ისტორიით ავტორმა შეიძლება ალბათობა (“possibility”) და ვარაუდი (“supposition”) გამოხატოს.

IV. სად? (Where?) – ადგილი, გეოგრაფიული გარემო.

ჩვენ მიერ გამოყოფილი სემანტიკური კვლევის ფორმებიდან შემდეგი მაჩვენებელია შეკითხვა Where? – სად?. ნებისმიერი საინფორმაციო სტატია გვახსენებს კითხვაზე სად? Where?; თვითმფრინავი ჩამოვარდა – სად? წყალდიდობა – სად?, აფეთქება – სად?, დელეგაცია – სად ჩავიდა? ან საიდან? და ა.შ. როდესაც ჟურნალისტი ადგილს მიუთითებს ამით ის ზოგჯერ უბრალო ფაქტის კონსტატაციას ახდენს, თუმცა არის შემთხვევები, როდესაც ადგილს უფრო მეტი დატვირთვაც აქვს. სივრცე სხვადასხვაგვარად შეიძლება გამოიხატოს. სამეცნიერო სტატიებში ის გარკვეული ტიპის ცოდნის ობიექტია. რომელიმე ასტრონომიული მოვლენის აღწერისას ის სამეცნიერო თემატიკასთან ერთად მკითხველს გართობას სთავაზობს, კოსმოსზე სტატიებში ადგილი ტექნოლოგიური მიღწევის საგანია, პოლიტიკურ სტატიებში ქვეყნებს შორის პოლიტიკური ბრძოლის, ურთიერთობების ობიექტია. საინფორმაციო სტატიებში ზოგჯერ უფრო მეტის მომცველი პასუხი შეკითხვაზე “Where?” შეიძლება ექსპლიციტურად იყოს მოცემული. მაგ. The White House – ადგილი, მარტო კონკრეტული შენობა არ არის, ის მთელი ქვეყნის, ქვეყნის პოლიტიკის მნიშვნელობით იხმარება ცნობებში. ამრიგად, საინფორმაციო სტატიებში ადგილი შეიძლება იყოს:

- ვიწრო გაგებით სად? Where? – მხოლოდ კონკრეტული გეოგრაფიული არეალი.
- ფართო გაგებით სად? Where? – მარტივი გეოგრაფიის მიღმა – მსოფლიო პოლიტიკური სისტემის იმიჯი, მაგ. თავისუფლებისა და ტოტალიტარიზმის იმიჯი.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში პასუხი კითხვაზე Where? სად? ფართო და ვიწრო გაგებით ახალი ამბის ბევრ განსხვავებულ ფუნქციას გვიჩვენებს. ბევრი სხვადასხვა მიზეზია, რის გამოც ავტორი გეოგრაფიულ ლოკაციას ახსენებს. გამოვეყოფთ ადგილის ექვს ასეთ ფუნქციას (Hallin ის. Manoff, Schudson (eds) 1986: 111-112):

1. ადგილი, როგორც ავტორიტეტი (Place as Authority).
2. ადგილი, როგორც ინფორმაცია (Place as Information).
3. ადგილი, როგორც სოციალური კავშირი (Place as Social Connection).
4. ადგილი, როგორც სიუჟეტური ქარგა (Place as Setting).
5. ადგილი, როგორც სუბიექტი, საუბრის თემა (საგანი) (Place as Subject).

6. ადგილი, როგორც გეოპოლიტიკა (Place as Geopolitics).

განვიხილოთ თითოეული ფუნქცია ცალ-ცალკე:

1. ადგილი, როგორც ავტორიტეტი – გეოგრაფიული გარემო.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ადგილის მითითება საინფორმაციო სტატიებისთვის ავტორიტეტის მიმნიჭებელია (მაგ. The White House, the Houses of Parliament, the Pentagon და ა.შ). საინფორმაციო სტატიების უმრავლესობა თავის ავტორიტეტს შეუძნეველად ამკვიდრებს, მაგალითად, შემდეგი ფრაზების გამოყენებით: “officials here believe”, ან “according to observers here” – “here” აქ ის ადგილია, რომელიც სტატიის იმ სტრიქონშია, სადაც ადგილი და დროა (dateline) მითითებული. ამრიგად, ყველა საინფორმაციო სტატიაში მნიშვნელოვანია ეს სტრიქონი (dateline), იმიტომ, რომ ადამიანები სხვადასხვა ადგილას სხვადასხვა რამეს ამბობენ. განსხვავებულია მოვლენის ადგილზე მყოფი რეპორტიორისა და, ვთქვათ, ოფიციალური ვაშინგტონის შეხედულება რომელიმე პოლიტიკურ მოვლენაზე, ან კრიზისზე. მოვლენის ადგილიდან შეხედულება უფრო ნიუანსობრივია, ვიდრე ვაშინგტონიდან; მაგრამ არის ის ტენდენციაც, რომ ზოგჯერ სტატიებში იგრძნობა კონკრეტული ქვეყნის ინტერესები. სხვადასხვა ადგილებიდან ერთი და იგივე ისტორიას განსხვავებული ელფერი შეიძლება ჰქონდეს. მაგრამ “dateline” ყოველთვის ინფორმაციის წყაროს სიზუსტეს არ განსაზღვრავს. შეიძლება ჟურნალისტი იყოს მოვლენის ეპიცენტრში, მაგრამ მას კონტაქტი არ ჰქონდეს სარწმუნო წყაროებთან.

დროისა და ადგილის სტრიქონების (dateline) უმეტესობა დედაქალაქების, ანუ რეალური ამბებისთვის ხელმისაწვდომი ადგილების – სამთავრობო ოფისების, საელჩოების და სხვ. მითითებაა.

2. ადგილი, როგორც ინფორმაცია.

ადგილი, როგორც ინფორმაცია, გვხვდება იმ სტატიებში, რომელიც “შაბათ – კვირას” (‘week-end’ – section-ს) შეეხება, აქ არის ინფორმაციები მოგზაურობაზე, მოძრავ-უძრავ ქონებაზე, მიმდინარე მოვლენებზე ან ყოველდღიურ ამბებზე. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები ძირითადად საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ სფეროებს შეეხება, მაგრამ გვხვდება ინფორმაციები ცნობილი და ჩვეულებრივი ადამიანების კერძო და საზოგადოებრივ ცხოვრებაზეც.

ამრიგად, ჩვენ ვთვლით, რომ ადგილი, როგორც მოქმედება, ინფორმაცია, როგორც ბრიტანულ, ასევე ამერიკულ პრესაში შემდეგი სახის სტატიებს გულისხმობს:

- ყოველდღიური ცხოვრება.
- მიმდინარე მოვლენები.
- შაბათ-კვირა.
- კერძო და საზოგადოებრივი ცხოვრება.

3. ადგილი, როგორც სოციალური კავშირი.

ამ შემთხვევაში ვგულისხმობთ ისეთ სტატიებს, როდესაც მკითხველის მშობლიური ქალაქი, ან მისთვის კარგად ნაცნობი ქალაქია მითითებული, როგორც მოვლენის ადგილი, რომლითაც მკითხველის მოთხრობილ ამბავში მონაწილეობა იგულისხმება. მსგავს შემთხვევებში საინფორმაციო სტატიები საზოგადოების შემქმნელად გვევლინებიან, რადგან საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის მთავარი სოციალური ფუნქციაა, რომ მკითხველმა თავი დიდი საზოგადოების ნაწილად იგრძნოს.

4. ადგილი, როგორც სიუჟეტური ქარგა – ფონი, გარემო.

ზოგიერთ საინფორმაციო სტატიაში მოთხრობილი ახალი ამბავი გარკვეულ ფონს მოითხოვს. მაგ. პოლიტიკური დემონსტრაციების აღწერა. ის საინფორმაციო სტატიები, რომლებსაც გარკვეული ფონი, მხატვრული გაფორმება არ აქვს, სიღრმეს მოკლებულია. აღსანიშნავია, რომ პოლიტიკურ საინფორმაციო სტატიებში გვხვდება ფონი, როგორც სიუჟეტის ნაწილი. მაგრამ, ფონი – მოვლენის ანალიზით უფრო ანალიზური სტატიების პრეროგატივაა.

საინფორმაციო სტატიისთვის ჩვეულებრივი მოვლენაა, რომ ჰქონდეს კონკრეტული სიუჟეტი – მოვლენის ფონი, ე.ი. მოვლენა ხდება განსაკუთრებულ ადგილზე, განსაკუთრებულ დროს. ეს ერთ ადგილზე ლოკალიზებული მოვლენა უფრო დიდი, უფრო რთული რეალობის ნაწილს წარმოადგენს.

ფონად შეიძლება ჩაითვალოს ის გარემო, სადაც ინფორმაციაა მოპოვებული. ამგვარი ფონი მეტ-ნაკლებად გვხვდება ცნობაშიც, ანგარიშშიც, რეპორტაჟშიც და ინტერვიუშიც. რაც შეეხება სენსაციურ რეპორტაჟებს (Feature Reports), მათაც ახასიათებთ გარკვეული ფონი, რომელიც სიუჟეტის ნაწილია, რადგანაც აქაც მოვლენა ხდება განსაზღვრულ ადგილზე, განსაზღვრულ დროს.

ზოგჯერ საინფორმაციო სტატია აერთიანებს ნარაციასა და მსუბუქ ანალიზს, იყენებს კონკრეტულ ფონს მკითხველზე შთაბეჭდილების მოსახდენად. ფონი ხშირად შეიძლება განპირობებულ იყოს პოლიტიკური ფაქტორებითაც.

5. ადგილი, როგორც სუბიექტი, საუბრის თემა (საგანი)

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ადგილი შეიძლება ახალი ამბის მთავარი საგანი და თემა იყოს. ზოგიერთ საინფორმაციო სტატიაში ხშირად, როდესაც ავტორი მთავარ ნაციონალურ მოვლენას ეხება, მან შეიძლება მოგვაწოდოს ჩვეულებრივი ადამიანური ინტერესების დამაკმაყოფილებელი ინფორმაცია. საინფორმაციო ცნობაში, ანგარიშში, რეპორტაჟსა და ინტერვიუში ადგილი ხშირად პოლიტიკური დავის ობიექტი ხდება. მაგ. სტატიებში, რომლებიც შეეხება ქვეყნებს, რომელიც ზესახელმწიფოთა კონფრონტაციის ობიექტს წარმოადგენენ. ამგვარი სტატია მთლიანად წანმოადგენს პასუხს შეკითხვაზე – Where? სად?.

ამრიგად, ყველა ადგილი, მხოლოდ მისი მაცხოვრებლების გამო არ ხდება პრესის ფურცლებზე. ერთი პატარა პრობლემა, თუ ის ფართო მნიშვნელობას არ შეიძენს, არ შეიძლება იქცეს ყველა საინფორმაციო სტატიის საგნად. რა თქმა უნდა, აქ საინფორმაციო ცნობა გამონაკლისად შეიძლება ჩავთვალოთ.

6. ადგილი, როგორც გეოპოლიტიკა.

შეკითხვას Where? სად? არსად ისეთი დიდი მნიშვნელობა არ ენიჭება, როგორც საერთაშორისო პოლიტიკაში, სადაც “გეოპოლიტიკური” პერსპექტივა დომინირებს რეპორტაჟების ყველა ამბებს შორის. რა შეიძლება იყოს გეოპოლიტიკური თვალსაზრისი:

- ზესახელმწიფოთა დავის საგანი (ყოფილი “ცივი ომის” პერიოდი, ახლა რუსეთ – ამერიკის ურთიერთობა და სხვ.)
- ქვეყნის “სტრატეგიული ლოკაცია”.
- გეოგრაფიული რუკა – საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების წყარო (დასავლეთი და აღმოსავლეთი, ამერიკა – ერაყი და სხვ.)
- ადამიანის უფლებათა პერსპექტივა (“human rights perspective”) – ანუ, ადგილი, დემოკრატიის სიმბოლო.
- ტერორიზმი – გეოპოლიტიკური მდებარეობა ტერორიზმის ობიექტი (სტატიები 11 სექტემბრის ტერაქტზე, ტერაქტები სხვა ქვეყნის ტერიტორიებზე, ტერორისტულ ორგანიზაციებზე და სხვ.)

ტერორისტულ აქტებზე, “მესამე მსოფლიოს” ქვეყნებზე, ამერიკა რუსეთზე გამოქვეყნებული საინფორმაციო სტატიები ადგილის (Where?) გეოპოლიტიკურ ფუნქციას გამოხატავს.

ამრიგად, გაზეთის პირველ გვერდზე გამოქვეყნებულ სტატიებში კითხვა Where? სად? დომინირებს იმ საინფორმაციო სტატიებში, სადაც ახალი ამბავია –

პოლიტიკური მოვლენა, მიმდინარე ამბები, სპორტი, ეკონომიკა და ა.შ. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ადგილს, როგორც გეოპოლიტიკას ბრიტანულ და ამერიკულ პრესაში მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია, თუმცა, აღსანიშნავია, რომ ის უფრო დომინირებს ამერიკულ გაზეთებში.

V. რატომ? (Why?) და როგორ? (How?) – ფაქტის, მოვლენის, ახალი ამბის ახსნა.

სემანტიკური კვლევის შემდეგ ორ მაჩვენებლად მივიჩნიეთ კიდევ ორი შეკითხვა: Why? – როგორ? და How? – რატომ?

მოვიყვანო ერთ მაგალითს. აღნიშნული ანგარიში: “Father of tennis stars ‘poisoned son’s rival’, დაიბეჭდა გაზეთში “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003. ანგარიშში მოთხრობილია ჩოგბურთელების მამის – მისტერ ფოვიოს შესახებ, რომელმაც გადაწყვიტა შვილისთვის კონკურენტების ჩამოშორება. მან შვილის კონკურენტები მოწამლა, მათგან ერთი დაიღუპა, რამდენიმე მოიწამლა. ბრალდებულმა დანაშაული აღიარა. სტატიაში ყველა ჩვენ მიერ გამოყოფილ სემანტიკურ მაჩვენებელ – კითხვებზე პასუხი გვაქვს. პასუხი კითხვაზე What? რა? სტატიის სათაურშივეა – “Father of tennis stars ‘poisoned son’s rival’, Who? ვინ? – მისტერ ფოვიო, მისი შვილები, ჩოგბურთელები, იურისტები, When? როდის? – ტურნირის დროს – ივნისის თვეში. Where? სად? – სამხრეთ საფრანგეთის პატარა ქალაქ დექსში. Why? რატომ? – რატომ მოწამლა ბრალდებულმა შვილის კონკურენტები? მოკლედ თუ ვუპასუხებთ ამ შეკითხვას – მათი ჩამოშორების მიზნით, ვრცლად კი – პასუხი ახსნილია მთელ სტატიაში. აქვეა პასუხი კითხვაზე How? როგორ? – სასმელში ძლიერი ანტიდებრესანტის გარეგით.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში How? როგორ? და Why? რატომ? უფრო ნაკლები მნიშვნელობის მატარებელია, ვიდრე ანალიზურში, ამიტომ, ზოგჯერ შეიძლება, რომელიმე მათგანზე პასუხი სტატიაში არც კი იყოს. რასაკვირველია, How? უფრო ნაკლები მნიშვნელობისაა, ვიდრე What? Who? ან Where? და When?; ზედაპირულ დონეზე, ეს ერთი შეხედვით მართლაც ასეა, ხოლო უფრო სიღრმისეული ანალიზის დროს, აღნიშნული პასუხი მოვლენის და მოქმედების უფრო ღრმა ანალიზს მოითხოვს, რასაც კონკრეტულ დასკვნასთან მიყვავართ. How? როგორ? – ავსებს სივრცეს, ის გვიჩვენებს, თუ, როგორ ხორციელდება ინტენცია Why? რატომ? (ანუ პასუხი კითხვაზე Why? ხსნის What?-ს).

შეკითხვას How? მკითხველი ადამიანის საქმიანობასთან მიჰყავს, აჩვენებს მის შემთხვევით, გაუთვალისწინებელ, შესაძლო გარემოებებს. მოყვანილ მაგალითში, ჩოგბურთელი მოკვდა – ეს შესაძლო გარემოებაა. ის მეორე ჩოგბურთელის მამამ მოკლა – ფაქტების მთელი ჯაჭვი ჯერ გამოძიების, შემდეგ სასამართლო პროცესზე განიხილება, ყველაფერ ამას, კი საშინელ, პათოლოგიურ შედეგთან მიყვავართ – მამა კლავს შვილის ერთ კონკურენტს, წამლავს რამდენიმეს მხოლოდ იმიტომ, რომ ისინი მის შვილზე უკეთესი მოთამაშეები არიან.

საინფორმაციო სტატიებში, როდესაც ბოლომდე ამოიწურება პასუხი შეკითხვაზე When?, ამოტივტივდება Why? – ანუ აღწერა ახსნად გადაიქცევა. ის შეეხება მოვლენებს, მოქმედებებს და ფაქტორებს. “A story is worthless if it doesn’t tell me why something happened”, says Allan M. Siegal, news editor of the *New York Times*.” (იხ. Manoff, Schudson (eds) 1986: 149). მაგრამ, ჩვენ ბოლომდე ვერ დავვითანხმებით ამ მოსაზრებას, რადგან მსგავს შემთხვევაში მრავალი საინფორმაციო ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი თუ ინტერვიუ აღარ ჩაითვლება ფასეულ სტატიად, რაც არასწორი მიდგომაა.

სხვა სემანტიკურ მახვენებლებთან შედარებით Why? და How? ყველაზე პრობლემატური შეკითხვებია, სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ის სტატიების “ბნელი და უჩინარი კონტინენტი”. Why? და How? ნიშნავს:

1. იმას, რაც ყველაზე მეტად გვინდა შევიტყოთ სტატიიდან.
2. რასაც ზოგჯერ სტატიიდან პირდაპირ ვიღებთ.
3. ზოგჯერ კი მკითხველი თავად უნდა ჩაწვდეს სტატიის პერლოკუციურ მიზანს.

ჩვენი ინტერესი “რა არის ახალი?”, “რა ხდება?” უბრალოდ კოგნიტური და ესთეტიკური არ არის. ზოგჯერ მკითხველი საინფორმაციო სტატიიდან უბრალო ფაქტებზე მეტს მოითხოვს. მკითხველმა ასევე უნდა იცოდეს, როგორ მიიღოს ესა თუ ის მოვლენა. ამრიგად, Why? და How? ილოკუციურ მიზანს და პერლოკუციურ შედეგს ემსახურება. პასუხით კითხვებზე Why? და How? სტატია უფრო ღრმა აზრობრივ დატვირთვას იძენს. პირდაპირ თუ არაპირდაპირ აღნიშნული კითხვები სტატიების უმრავლესობის საკუთრებაა. ამ თვალსაზრისით საინფორმაციო სტატიები შემდეგნაირად შეგვიძლია დავაჯგუფოთ:

- მოკლე სტატიები – ძირითადად ცნობები, შიშველი ფაქტები, მოვლენები, სადაც Why? და How? იშვიათად ჩანს.

- ანგარიში – ასახული მოვლენის დეტალური აღწერა, სადაც Why? და How? უმეტეს შემთხვევებში გვაქვს.
- ინტერვიუ – მოვლენის კომენტარი მესამე პირების მიერ და რეპორტაჟი – მოვლენის განვითარების შესახებ თხრობა, აქ Why? და How?-ს არსებობა თითქმის სავალდებულოა.

ამ კუთხით მრავალი სტატია განვიხილეთ და შემდეგ დასკვნამდე მივედით:

1. ყოველდღიურ ბრიტანულ და ამერიკულ გაზეთებში გამოქვეყნებული საინფორმაციო სტატიები ფაქტებს და მათ აღწერას გვთავაზობს, ზოგიერთში გვაქვს ახსნაც. საინფორმაციო სტატიებისგან განსხვავებით ანალიზურში კი ახსნა ყოველთვის გვაქვს.

2. მცირე ზომის საინფორმაციო ცნობებში მნიშვნელოვანი აღწერილობა და ახსნა იკარგება.

3. ეკონომიკურ საინფორმაციო სტატიებში რიცხვობრივი მონაცემები გვიჩვენებს, თუ, რა მოხდა და, რა შეიძლება გაკეთდეს სხვადასხვა შედეგის თავიდან ასაცილებლად. მსგავს სტატიებში რიცხვი მოვლენის კონსტატაციას ახდენს. ე.ი. როდის? – აღნიშნულ სტატიებში მითითებულია დრო. სად? – ჩვეულებებისამებრ ადგილის მითითებაა. ნაკლებად არის პასუხი კითხვაზე ვინ?, ხოლო, რაც შეეხება რატომ? და როგორ? ამ კითხვაზე უმეტეს ეკონომიკურ სტატიებში პასუხი არ გვაქვს. მაგრამ, მათზე მსჯელობა და ანალიზი მკითხველისთვისაა მინდობილი.

4. სამეცნიერო სტატიებში ექვსივე სემანტიკური მაჩვენებელი გვხვდება.

რატომ? და როგორ? ეს მიზეზ-შედეგობრივი კავშირია, ანუ კავშირი ინტენციასა და დასრულებას შორის. ამ ორივე შეკითხვაში იმპლიცირებულია ახსნის მომენტი. ე.ი. ის საინფორმაციო სტატიები, რომლებიც გვცემენ პასუხს ჩვენ მიერ გამოყოფილ კიდევ ორ სემანტიკურ მაჩვენებელზე, არა მარტო ამბის კონსტატაციას ახდენენ, არამედ გარკვეულ ანგარიშსაც გვაძლევენ. აღნიშნული ანგარიში კი შემდეგი ოთხიდან ერთ-ერთს გულისხმობს:

- მოტივების განსაზღვრა.
- მიზეზების ახსნა/გაგება.
- შედეგების განჭვრეტა.
- მნიშვნელობის შეფასება.

გარდა ამისა, ყველა სტატიაში მეტნაკლებად შემდეგი კრიტერიუმები შეგვხვდა:

1. ობიექტურობის კრიტერიუმი.
2. სამხილის სისტემატურად მოყვანის მეთოდის არარსებობა.
3. სტატიის ავტორის მხრივ ექსპლიციტური იდეოლოგიური ვალდებულების არარსებობა.

Who?, What?, When? და Where? შედარებით მკაფიოა, Why? - უხილავი. Who?, What?, When? და Where? ემპირიულია. Why? – აბსტრაქტული. Who?, What?, When? და Where? შეეხება ზედაპირზე მყოფ მოვლენას, Why? – რაღაც ისეთს, რაც დაფარულია. Who?, What?, When? და Where? ასახავენ რეალობას, და მათზე პასუხი საყოველთაოდ მიღებულ კონვენციებს ემყარება. ხოლო, რაც შეეხება მიზეზს Why? – ვერავინ ვერ ხედავს მას. მოვლენის თხრობისას, შედეგი ახსნილი არ არის.

ამრიგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ფაქტი ქმნის სტატიას. მიზეზი, შედეგი და მოტივი კი, რა თქმა უნდა, ფაქტები არ არის. Why? და How?-ზე მსჯელობისას, უთუოდ უნდა გამოვყოთ ის სტატიები, რომელსაც ფრანგები: “faits divers”, ხოლო ამერიკელები: “fillers”, ჯეიმზ უ. ქერი კი “random, uncanny occurrences” უწოდებს (იხ. Manoff, Schudson (eds) 1986: 169). აქ შეიძლება გაერთიანდეს ის საინფორმაციო სტატიები, რომლებიც მოგვითხრობს მფრინავ ობიექტებზე (UPOs), შიდსზე (AIDS), ინპლანტაციებზე და ა.შ. მსგავსი საინფორმაციო სტატიები ყოველკვირეული ბულგარული გაზეთის მთავარ სტატიებად ითვლება, უმეტეს მათგანში პირდაპირ იმპლიციტურებულა Why? და How?

ყველა იმ საინფორმაციო სტატიაში, სადაც გვაქვს სემანტიკური მაჩვენებლები Why? და How? (იქნება ეს ეკონომიკური, პოლიტიკური, კულტურის და ა.შ. თემატიკაზე შექმნილი ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი, თუ ინტერვიუ) ახსნა შემდეგნაირად ვითარდება:

იპოვე მოტივი → მოახდინე მისი კონსტატირება.

ვერ პოულობ მოტივს → ეძებე მიზეზი. თუ ვერც მოტივს და ვერც შედეგს ვერ ხედავ → ჯერ ეძებე შედეგი, და ბოლოს გადადი მოვლენის მნიშვნელობაზე.

ამრიგად, მოვლენის მიზეზი ფარულად უკავშირდება შედეგს, და ამდენად, ყველა საინფორმაციო სტატია, რომელიც მიზეზის გარკვევით მოვლენას ხსნის,

მეტ-ნაკლებად პირდაპირ ხსნის შედეგს. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში (თუმცა, როგორც უკვე აღვნიშნეთ უფრო ხშირად ანალიზურში) მიზეზი უფრო ხაზგასმულია, ვიდრე შედეგი, რადგან, შედეგი მომავალშია.

აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ Why? სემანტიკური მახვენებლებიდან ერთადერთი შეკითხვაა, რომელიც საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების დიდ ნაწილში პასუხგაუცემელი რჩება.

მაშასადამე, სტატიების დიდი ნაწილი იწყება შეკითხვით Who?, რადგან პიროვნებები, სახელები და გვარები ქმნიან ახალ ამბებს, სამეცნიერო სტატიებში შეიძლება პიროვნებას და გვარს დაემატოს “scientists say”.

კრიმინალურ საინფორმაციო სტატიებში ორგვარი თვალსაზრისი და პოზიციაა: ა) რა მოხდა? ბ) ჩაიდინა თუ არა აღნიშნული დანაშაული ბრალდებულმა? ამ ორ შეკითხვაზე პასუხი კრიმინალურ სტატიებში დამოკიდებულია მესამე შეკითხვაზე: რა იყო მოტივი? (How is it motivated?). მოტივი მსგავს სტატიებში სამგვარი უნდა იყოს:

- რაციონალური (rational).
- ეფექტური, ქმედითი, სასარგებლო (instrumental).
- მიზნობრივი (purposeful).

ზოგჯერ მოტივი გაერთიანებულია Who?-სთან, მაგრამ, რომელ სემანტიკურ მახვენებელთანაც არ უნდა იყოს შერწყმული მოტივი – Why?, ჩვენ ყოველთვის უნდა შევძლოთ ერთი სახის მოტივის Why? – მოტივი მტკიცება/განცხადება (motive statement), მეორით – მიზეზის მტკიცებულება, განცხადება-მიზეზით ჩანაცვლება.

ნებისმიერი საინფორმაციო სტატიის წაკითხვის ერთ-ერთი მიზეზი მისი მნიშვნელობაა, ესენია: მკვლევლობის, თვითმკვლევლობის, გარდაცვალების, დაბადების დღეების, წლისთავების, ინაუგურაციების, მეფედ კურთხევის, ქორწილების და ა.შ. თემატიკაზე შექმნილი საინფორმაციო სტატიები.

ფაქტის რეგისტრაციის კომუნიკაციურ-პრაგმატულ მოთხოვნებში მოვლენის ნიშან-თვისებების მკაცრი შერჩევის მოთხოვნა შედის, რომლითაც მოვლენის ინფორმაციის მოცულობა განისაზღვრება.

მოვლენის, ამბის აუცილებელი კომპონენტები, რომლებიც აისახება საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში – ცნობაში, ის კომპონენტებია, რომლებიც გვახსოვბენ კითხვებზე: ვინ?/რა? – სად? – როდის? ამ შეკითხვებზე პასუხი ქმნის

ინფორმაციულ მინიმუმს, რომელიც ნებისმიერ ცნობას ახასიათებს. თუმცა თითოეულ ცნობას, რომელიც ამა თუ იმ კონკრეტულ მოვლენას ასახავს (მაგ. დელეგაციის ჩამოსვლა, კონფერენციის ან მოლაპარაკების დაწყება და ა. შ.), თავისი კონკრეტული ინფორმაციული მინიმუმი შეიძლება ჰქონდეს.

საგაზეთო ცნობის სავალდებულო ინფორმაციული კომპონენტები, რომლებიც კონკრეტული პიროვნების ოფიციალურ ვიზიტს შეეხება, იქნება პასუხები კითხვებზე: ვინ ჩამოვიდა? რა სტატუსით? სად? როდის? რა მიზნით? ამ კითხვებზე პასუხის ერთობლიობა ქმნის კერძო, კონკრეტულ ინფორმაციულ მინიმუმს მოცემული ტიპის ცნობისთვის. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ყველა საინფორმაციო სტატიაში წინასწარ განსაზღვრულია არა მარტო ინფორმაციული მინიმუმი, არამედ, მაქსიმუმიც. აღნიშნული ტიპის ცნობაში ინფორმაციული მინიმუმი შეიძლება გაფართოვდეს შემდეგ შეკითხვებზე პასუხით: რა ხნით ჩამოვიდა კონკრეტული პირი? ვისი მოწვევით? ნიშან-თვისებების მსგავსი კრებული ქმნის საგაზეთო ცნობის *ინფორმაციულ მოცულობას*. ამრიგად, ინფორმაციული მოცულობა მოიცავს, როგორც სავალდებულო, ასევე ფაკულტატურ კომპონენტებსაც. აღნიშნული ტიპის საინფორმაციო ცნობის ინფორმაციული მოცულობა შეიძლება შემდეგი სქემით გადმოიცეს:

ოფიციალური პირის/დელეგაციის ჩამოსვლა: ვინ? → რა სტატუსით? → სად? → რა მიზნით? → ამას შეიძლება დაემატოს: რა ვადით? → ვისი მოწვევით?

მოვლენის ნიშან-თვისებები აღინიშნება ტერმინით “თემატური სეგმენტი” (M. Гвенцадзе 1986: 168-169). თემატური სეგმენტები ეს კომუნიკაციური დონის ერთეულებია, რომლებიც გარკვეულ ინფორმაციულ-აზრობრივ ნაწყვეტს ქმნის, რომელიც უშუალოდ თანაფარდობაშია ინფორმაციულ ცენტრთან. თუ ჩვენ მსგავსი თემატიკის ცნობებს ავიღებთ, ყველა მათგანში ჩადებული იქნება ერთი და იმავე მოცულობის ინფორმაცია, და, შესაბამისად, ყველა მათგანში იქნება თანაბარი რაოდენობის ოთხიდან ექვსამდე თემატური სეგმენტი (ჩამოვიდა: ვინ? ვისი ხელმძღვანელობით? როდის? სად? რა მიზნით? ვისი მოწვევით?). ზოგ ცნობაში ყველა თემატური სეგმენტი თავმოყრილი შეიძლება იყოს ერთ წინადადებაში – სტატიის დასაწყისში/შესავალში, მაშინ, როცა სხვა შემთხვევებში აღნიშნულ ინფორმაციას, რამდენიმე წინადადება, შეიძლება აბზაციც კი დასჭირდეს.

საინფორმაციო ცნობა იმ ტიპის ტექსტს მიეკუთვნება, რომელიც მაქსიმალურად მოითხოვს ინფორმაციის შეკუმშულად გადმოცემას, რაც საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში (მოცემულ შემთხვევაში, ცნობაში) თემატური სეგმენტების ფარგლებში მოქმედებს.

კომუნიკაციურ-პრაგმატულ მოთხოვნებზე საუბრისას აუცილებლად უნდა აღინიშნოს მოცულობის მოთხოვნა, რომელიც საინფორმაციო ჯგუფში შემავალი სტატიებიდან განსაკუთრებით გამოჰყოფს ცნობას. თუ მოცულობა, ლაკონურობა ანგარიშისთვის, რეპორტაჟისთვის და ინტერვიუსთვის არ არის ძალზე მკაცრად განსაზღვრული, ცნობაში – ინფორმაციის ლაკონურობა წამყვან მოთხოვნად გვევლინება.

ნებისმიერი საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის სათაურში უკვე სახელდება ფაქტი, ანუ სათაური შეიცავს ცნობის კომპრესირებულ ბირთვს, რომელიც სტატიის დასაწყისში/შესავალში იხსნება და, რომელთა დაკონკრეტება შემდეგ ტექსტში ხორციელდება.

სტატიის დასაწყისი/შესავალი საგაზეთო სტატიის (მოცემულ შემთხვევაში – ცნობის) ინფორმაციულ ცენტრს წარმოადგენს. ასახელებს რა გლობალურ მოვლენას, სტატიის დასაწყისი/შესავალი თავისთავად მაკრორემას წარმოადგენს. სტატიის დასაწყისი – მაკრორემა უშუალო თანაფარდობაშია სტატიის (ცნობის) მადომინირებულ ინტენციასთან, რადგან მოიცავს ინფორმაციულ მინიმუმს – მოვლენის სავალდებულო კომპონენტებს, რომლებიც მოგვიგებენ კითხვებზე: სად? რა? როდის?; მაკრორემა ზოგადად სათაურშივეა აღნიშნული, ანუ სათაურშივეა ფაქტი, რომელზეც უნდა დაიწყოს თხრობა, ანუ, როგორც მ. გვენცაძე მიუთითებს, გვაქვს:

| | | |
|---------------------------|--|-----------------------------|
| კომპოზიციური სტრუქტურა | აზრობრივი სტრუქტურა | ინფორმაციული სტრუქტურა |
| სათაური | ტექსტის კომპრესირებული აზრობრივი ბირთვი | რედუცირებული მაკრორემა |
| დასაწყისი/შესავალი | აზრობრივი ბირთვი | მაკრორემა |
| ტექსტი | აზრობრივი ბირთვის დაკონკრეტება | მადიფერენცირებული რემები |

(M. Гвенцадзе 1986: 185)

საინფორმაციო ცნობის მაკროსტრუქტურის საერთო სქემის გახსნა/გაშლა განისაზღვრება იმ აზრობრივი და კომუნიკაციური ურთიერთობებით, რომლებიც ერთი მხრივ, სტატიის დასაწყისსა და ტექსტს შორის, ხოლო მეორე მხრივ, სათაურსა და ტექსტის კორპუსს შორის ყალიბდება.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა (ცნობის) აზრობრივ და კომუნიკაციურ დანაწევრებას მოვლენის ტიპი განაპირობებს. მოვლენის ტიპის ფორმულირება კი ხდება უკვე ჩვენ მიერ ნახსენები კითხვებით – ანუ,

I ტიპი – ვინ გააკეთა რა?

II ტიპი – რა მოხდა?

III ტიპი – გარკვეული დროის მანძილზე, როგორია მოვლენათა მდგომარეობა?

რაც შეეხება კომუნიკაციური მნიშვნელოვანი ინფორმაციის განაწილებას, ის ანგარიშში მაკროტექსტის სტრუქტურის საშუალებით ხორციელდება.

საინფორმაციო ანგარიშში გამოიყოფა სამი კომპოზიციურ-აზრობრივი ნაწილი, ესენია: სათაური, დასაწყისი/შესავალი, ტექსტის ძირითადი კორპუსი. ანგარიშის ბოლო/დასასრული ფაქულტატურ კომპონენტს წარმოადგენს. ანგარიშის დასაწყისის/შესავლის და ტექსტის კორპუსების ფუნქციები მკაფიოდ განსაზღვრულია: დასაწყისში/შესავალში გლობალური მოვლენა სახელდება, რომელიც შემდეგ ტექსტში ვითარდება. დასაწყისი გვპასუხობს კითხვაზე “რა მოხდა?”, ტექსტი კი – “როგორ მოხდა?”. ამრიგად, ანგარიშის მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენცია – მოვლენის განვითარებაზე დეტალური ინფორმირება – რეალიზდება სწორედ ტექსტის კორპუსის საშუალებით. დასაწყისი/შესავალი კი, მხოლოდ *ახახელებს* მოვლენას და ინფორმაციული მინიმუმის კომპონენტების თვალსაზრისით (ვინ?/რა? სად? როდის?) მათ ლოკალიზებას ახდენს.

ამრიგად, ცნობისა და ანგარიშის საინფორმაციო მოცულობა ერთმანეთს ემთხვევა, თუმცა არ არის აუცილებელი, რომ ამგვარი დამთხვევა ყველა ტიპის ცნობასა და ანგარიშში ხდებოდეს, რადგან ხშირად ანგარიშის მსგავსი მიკროტექსტი-მოვლენის ადგილის ემოციური აღწერის გარდა, მოიცავს მოვლენასთან დაკავშირებულ საერთო მსჯელობასაც. ამ ტიპის დასაწყისი/შესავალი დამახასიათებელია უფრო დიდი ზომის ანგარიშისთვის, არის კიდევ შემთხვევები, როდესაც ანგარიშის დასაწყისში გამოტანილია დროულ-სივრცობრივი ლოკალიზაციის კომპონენტები.

რაც შეეხება ტექსტს, ის ანგარიშის მაღომინირებელ კომუნიკაციურ-აზრობრივ ნაწილს წარმოადგენს. სწორედ ანგარიშის ამ ნაწილშია რეალიზებული მისი საკომუნიკაციო ინტენცია, ე.ი. იხსნება ტექსტის აზრობრივი ბირთვი, ხოლო თავად ტექსტში, საკომუნიკაციო ინტენციის მატარებლად მოვლენის განვითარების მთავარი ხაზის ამსახველი კონკრეტულ-დინამიკური (იშვიათად განზოგადებული) მიკროტექსტები გვევლინება. სწორედ ეს არის ანგარიშის *მაკრორემა*. ანგარიშის სათაურში კი, როგორც წესი, გამოტანილია ინფორმაცია მოვლენისა და მისი განვითარების ძირითადი ეტაპების შესახებ. შესაძლებელია, რომ ინფორმაციულად უფრო დატვირთული აღმოჩნდეს ანგარიშის ქვესათაური. თუმცა, როგორი ინფორმაციის მატარებელიც არ უნდა იყოს სტატიის სათაური აქ მაინც იქნება ინფორმაციულობის ისეთი მინიმუმი, როგორცაა შეკითხვები: “სად?”, “რა?” და “როდის?”. ანგარიშის შემთხვევაშიც გვაქვს შემდეგი კომუნიკაციურ-აზრობრივი სტრუქტურა:

| | | |
|--------------------|---|--|
| სათაურის კომპლექსი | კომპრესირებული აზრობრივი ბირთვი (± შემფასებელი ფონი) | რედუცირებული სიტუაციური რემა (± შემფასებელი რემა) |
| დასაწყისი/შესავალი | განზოგადებული აზრობრივი ბირთვი | გლობალური სიტუაციური რემა |
| ტექსტის კორპუსი | აზრობრივი ბირთვის გაშლა/გახსნა | მაკრორემა + მიკრორემები |

(M.. Гвенцадзе 1986: 276)

საინფორმაციო ჯგუფში შემავალ ინტერვიუსა და რეპორტაჟს ინფორმაციის მეტი ზოგადობა ახასიათებს. ინტერვიუში და რეპორტაჟშიც სტატიის სათაური და დასაწყისი/შესავალი ინფორმაციულ ცენტრს წარმოადგენს. სტატიის დასაწყისი თავისთავად მაკრორემაა. აქაც, ცნობისა და ანგარიშის მსგავსად სტატიის დასაწყისი/შესავალი – მაკრორემა უშუალო თანაფარდობაშია სტატიის მაღომინირებელ ინტენციასთან, რადგან აქ გადმოცემულია მოვლენის სავალდებულო კომპონენტები – ინფორმაციული მინიმუმი: რა? სად? როდის? ამრიგად,

მაკრორემა სათაურშივეა აღნიშნული; ე.ი. უმეტეს შემთხვევებში, სათაურშივეა ფაქტი, რომელზეც უნდა დაიწყოს თხრობა.

რაც შეეხება კომუნიკაციური მნიშვნელობის ინფორმაციის განაწილებას, ის ინტერვიუსა და რეპორტაჟში მაკროტექსტის სტრუქტურის საშუალებით ხორციელდება. ინტერვიუსა და რეპორტაჟში გამოიყოფა შემდეგი კომპოზიციურ-აზრობრივი ნაწილი: სათაური, დასაწყისი/შესავალი, ტექსტის ძირითადი კორპუსი. ინტერვიუს და რეპორტაჟის ბოლო/დასასრული ფაკულტატიურ კომპონენტს წარმოადგენს. აქაც, ზოგიერთი გამონაკლისის გარდა, დასაწყისისა და ტექსტის ფუნქციები მკაფიოდ არის განსაზღვრული: დასაწყისში გლობალური პრობლემა, მოვლენა სახელდება, რომლის განვითარებაც შემდეგ ასახვას ტექსტში ჰპოვებს. დასაწყისი/შესავალი გვპასუხობს კითხვაზე: “რა მოხდა? “რა არის პრობლემა?”, შემდეგ ტექსტი კი – “როგორ მოხდა?”. თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ინტერვიუს შემთხვევაში მხოლოდ ერთი “რა?” არ გვაქვს, განსაკუთრებით, როდესაც ინტერვიუ კულტურისა და ხელოვნების საკითხებს შეეხება. ერთი “რა?” ძირითადად პოლიტიკურ საკითხებთან დაკავშირებულ ინტერვიუებში გვხვდება. ამრიგად, რეპორტაჟის მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენცია – მოვლენის განვითარებაზე დეტალური ინფორმირება რეალიზდება სწორედ ტექსტის კორპუსის საშუალებით. ასევე ხდება ინტერვიუს მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციის დროს – ინფორმირება თანამოსაუბრის დამოწმებით. დასაწყისი/შესავალი კი, მხოლოდ მოვლენას ასახელებს და ინფორმაციული მინიმუმის კომპონენტების თვალსაზრისით (ვინ?/რა? სად? როდის?) მათ ლოკალიზებას ახდენს.

ამრიგად, ინტერვიუსა და რეპორტაჟის საინფორმაციო მოცულობა ერთმანეთს ემთხვევა, რადგან ინტერვიუსა და რეპორტაჟის მსგავსი მიკროტექსტი – მოვლენის ადგილის ემოციურ აღწერასთან ერთად, მოვლენასთან დაკავშირებულ საერთო მსჯელობასაც მოიცავს. თუმცა არ არის სავალდებულო, რომ ამ ტიპის დამთხვევა ყველა ტიპის ინტერვიუსა და ანგარიშში ხდებოდეს. თითქმის ყოველთვის თუ არა, საკმაოდ ხშირად ინტერვიუსა და რეპორტაჟში გამოტანილია დროულ-სივრცობრივი ლოკალიზაციის კომპონენტები.

ხოლო თავად ტექსტი, ის ინტერვიუსა და რეპორტაჟის მადომინირებელ საკომუნიკაციო – აზრობრივ ნაწილს წარმოადგენს, აქ იხსნება ტექსტის აზრობრივი ბირთვი, საკომუნიკაციო ინტენციის მატარებლად კი – მოვლენის განვითარების მთავარი ხაზის ამსახველი კონკრეტულ-დინამიკური, ზოგჯერ განზოგადებული მიკროტექსტები გვევლინება. სწორედ, ეს არის ინტერვიუსა და რე-

პორტაჟის მაკრორემა. ინტერვიუსა და რეპორტაჟის სათაურში კი, გამოტანილია ინფორმაცია ამბის, მოვლენისა და მისი განვითარების ძირითადი ეტაპების შესახებ. ცნობისა და ანგარიშის მსგავსად შესაძლებელია, რომ ინფორმაციულად უფრო დატვირთული აღმოჩნდეს ინტერვიუსა და რეპორტაჟის ქვესათაური. მაგრამ, როგორი მცირე ინფორმაციულობის მატარებელიც არ უნდა იყოს ინტერვიუსა და რეპორტაჟის სათაური იქ მაინც იქნება ინფორმაციულობის ისეთი მინიმუმი, როგორიცაა შეკითხვები: “სად?”, “რა?” და “როდის?”. ამრიგად, აქაც ანგარიშის მსგავსად მივიღებთ შემდეგ კომუნიკაციურ აზრობრივ სტრუქტურას:

| | | |
|--------------------|--|---|
| სათაურის კომპლექსი | კომპრესირებული აზრობრივი ბირთვი (± შემფასებელი ფონი) | რედუცირებული სიტუაციური რემა (± შემფასებელი რემა) |
| დასაწყისი/შესავალი | განზოგადებული აზრობრივი ბირთვი | გლობალური სიტუაციური რემა |
| ტექსტის კორპუსი | აზრობრივი ბირთვის გაშლა/გახსნა | მაკრორემა + მიკრორემები |

ამრიგად, ბერკის ცნობილ შეკითხვებზე დაყრდნობით გამოვყავით საგაზეთო სტატიათა სემანტიკური მაჩვენებლები: “5 W’s & an H”.

ყოველი სტატია პასუხობს შეკითხვებს Who? What? When? Where? Why? და How?, რომელთაგან პირველი ოთხი Who? What? When? Where? სტატიის ინფორმაციულ მინიმუმს ქმნის. ჩვენ ასევე შევეცადეთ დაგვედგინა ამ კითხვათაგან, რომელი ასრულებს ყველაზე მნიშვნელოვან როლს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში. ამ მიზნით გავაანალიზეთ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები ბრიტანული და ამერიკული პრესიდან. ნაშრომის შეზღუდვებიდან გამომდინარე ქვემოთ მხოლოდ რამდენიმე სტატიის ანალიზი მოგვყავს.

1. “Labour: the party that likes to listen” (Brown, “The Guardian Weekly”, December 4-10, 2003: 8).

ამ სტატიის სათაური წარმოადგენს სათაურ-ცნობას, სადაც გადმოცემულია ის ძირითადი თემა, რასაც სტატია შეეხება და, რაზეც ტექსტი იგება. ამ პოლიტიკურ სტატიაში ძირითადი თემაა ლეიბორისტული პარტიის გეგმები, მასებთან ურთიერთობის გზები და დიდი დიალოგის (Big Conversation) მაგალითები, რათა

მესამედ მიაღწიონ წარმატებას არჩევნებში, ყველაფერი ეს პასუხია შეკითხვაზე What? , რა? – “New Labour’s latest Big Idea is to have a Big Conversation with the British people.”; “...he appealed to voters to face up to the social irresponsibility that underpins poor parenting, unhealthy diets and anti-social behaviour. It was vintage Blair wide-horizons stuff, ranging over such ills as city-centre drunkenness, smoking in public places, and the need for “reform” of the public services.” “The Prime Minister set the tone with a schoolmasterly reminder to the citizenry that they too have a role to play in creating the New Jerusalem.”

ლეიბორისტული პარტია განსაზღვრულია, როგორც მოქმედების სუბიექტი, რომელმაც ამგვარი გადაწყვეტილება მიიღო, ე.ი. კითხვა Who? ვინ? ამ და ყველა შემთხვევაში გულისხმობს მოქმედ სუბიექტს, რომელიც აქტიურად მოღვაწეობს, აქტიურად არის ჩაბმული აღნიშნულ ქმედებებში.

ტექსტის შემდეგ წინადადებებში ლეიბორისტული პარტია დაკონკრეტებულია, ანუ დაკონკრეტებულია პარტიის ლიდერთ, რომელიც ხელმძღვანელობს აღნიშნულ პროექტს “(...creating the New Jerusalem.)”, ანუ Who? ვინ? – ტონი ბლერი, პრემიერ მინისტრი:

“Tony Blair and cohorts of ministers have started to sweep around the country, turning up at otherwise innocuous meetings and conspicuously listening to what the people are saying.”;

“ The Prime Minister set the tone with...”; “... he appealed to voters...”; “Mr Blair and his team are said to have been galvanised by the arrival of Michael Howard as Conservative leader.”

როგორც ვხედავთ სტატიაში Who? ვინ? – ტონი ბლერი/პრემიერ მინისტრი და მისი გუნდია, მაგრამ, როგორც ბოლო წინადადებაში ვნახეთ, გვაქვს მეორე-მეორეხარისხოვანი Who? ვინ? – მაიკლ ჰოვარდი, კონსერვატიული პარტიის ლიდერი.

სტატიაში ზუსტი დრო არ არის მითითებული, კითხვაზე When? როდის? ზუსტი დრო მითითებული არ გვაქვს, მაგრამ ამოსავალ წერტილად შეგვიძლია მივიჩნიოთ გაზეთის გამოცემის თარიღი, მაშასადამე, აღნიშნული კამპანიის (Big Conversation) დასაწყისად, სტატიის შემდეგი წინადადება გამოდგება: “In all likelihood the election is 18 months distant, ...” ე.ი. არჩევნებამდე 18 თვით ადრე. უფრო კონკრეტულად, კი შემოდგომაზე: “It was vintage Blair wide-horizons stuff, ...”.

სტატიაში არც ადგილია ზუსტად მითითებული, მაგრამ მკითხველისთვის პირველივე წინადადებიდან ნათელია პასუხი შეკითხვაზე Where?, სად? – ინგლისში. მნიშვნელოვანია ის ინფორმაციაც, თუ, რატომ გადადგა მთავრობამ ეს

ნაბიჯი: ანუ Why? რატომ? “So does the need to set the tone for his tilt at an unprecedented third successive Labour election victory.” ასევე მოცემულია საშუალებები, რომლითაც ლეიბორისტულმა პარტიამ უნდა მიადწიოს წარმატებას, – ე.ი. პასუხი კითხვაზე How? როგორ? – “New Labour’s latest Big Idea is to have a Big Conversation with the British people.”

აღსანიშნავია დროები, რომლებიც ამ სტატიის ტექსტის აგებისთვისაა გამოყენებული, ძირითადად ეს არის აწმყო დროები (უმთავრესად, აწმყო განუ-სახდერელი და აწმყო სრული დროები): “Labour: the party that likes to listen.”; “New Labour’s latest Big Idea is to have a Big Conversation with the British people.” ;

აღნიშნულ სტატიაში მოვლენები გადმოცემულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების აგების, ანუ ნარაციის ჩვეული სტილით, რომელშიც ავტორის ხმა, მისი პოზიცია იმპლიციტურად არის გადმოცემული

“Tony Blair and cohorts of ministers have started to sweep around the country”; “Mr Blair and his team are said to have been galvanised by the arrival of Michael Howard as Conservative leader.”

ამგვარად, გაანალიზებულ საინფორმაციო ცნობაში ძირითადი თემაა ინფორმაცია, გადმოცემული კითხვით What?, ანუ ახალი ამბავი, დაკონკრეტებულია მოქმედი სუბიექტები: ტონი ბლერი/პრემიერ მინისტრი და მისი გუნდი (Who?); ძალიან მოკლედ, მაგრამ მაინც დაფიქსირებულია საშუალება – How? და ამგვარი გადაწყვეტილების მიღების მიზეზი – Why?. მითითებულია დრო – When?, სტატიის სათაურით ვხვდებით მოქმედების ადგილს – Where?.

2. “Our purpose is disarmament. No one wants military conflict .” (“The Independent”, September 25, 2002)

საინფორმაციო სტატიის გამხსნელი წინადადების დასაწყისშივე დაკონკრეტებულია ის პირი, რომლის სიტყვები ციტირებულია სათაურში – ბრიტანეთის პრემიერ მინისტრი ტონი ბლერი, რომელიც აქ წარმოდგენილია, როგორც მოქმედი სუბიექტი (Who?); გამხსნელ წინადადებაში გვაქვს განხილვის საგანი/თემა What? – პოლიტიკური ბრძოლა პოლიტიკური პარტიების დასარწმუნებლად, რომ მთავრობის მიზანია მასობრივი განადგურების იარაღის მოსპობა; დაკონკრეტებულია დრო, როდესაც ეს მოქმედება მოხდა, ე.ი. When?, ამრიგად, პირველივე წინადადება პასუხობს კითხვებს:

(Who? ვინ?) Tony Blair (What? რა?) cleared another hurdle in his battle to swing political opinion behind action against Iraq (When? როდის?) yesterday.

აღნიშნულ სტატიაში ადგილი განსაზღვრულია, როგორც ინფორმაცია მოქმედების ადგილის შესახებ, ანუ პასუხი კითხვაზე Where? სად? მოცემულია შემდეგ წინადადებაში: “The MP came through an emergency commons debate unscathed...” ე.ი. მოქმედების ადგილია თემა პალატა, რომელიც ამ შემთხვევაში წარმოადგენს ინფორმაციას, თუ, სად გააკეთა პრემიერ მინისტრმა აღნიშნული განცხადება.

აღნიშნულ სტატიაში ასევე მნიშვნელოვანია ინფორმაცია, რომელიც განმარტავს, თუ, როგორ შეძლო პრემიერ მინისტრმა პარლამენტის დარწმუნება, ანუ კიდევ ერთი სემანტიკური მაჩვენებელი How? როგორ? : “He set out his case for action against president Saddam in the government’s long awaited dossier on Iraq’s weapons, published yesterday.”

ჩვენ მიერ გამოყოფილი სემანტიკური მაჩვენებლებიდან სტატიაში ძირითადი და ყველაზე მნიშვნელოვანი მოქმედი სუბიექტია – Who? ვინ? პრემიერ მინისტრი, რომლის სიტყვები სტატიის სათაურად არის გამოყენებული. სხვა ინფორმაცია, რომელიც გადმოიცემა განხილულ კითხვებზე პასუხებით, ამ ძირითად თემასთან ერთად ქმნის თხრობის სიუჟეტურ ხაზს, რომლის ასაგებადაც გამოყენებულია ნამყო განუსაზღვრელი დრო, რადგან აღწერილ მოვლენასა და სტატიას შორის ტემპორალური დროითი სხვაობა ერთ დღეს წარმოადგენს:

“Tony Blair cleared another hurdle...yesterday...reassuring MPs that his goal was to remove WMD.”

ამრიგად, სტატიაში მოცემულია შემდეგი სემანტიკური მაჩვენებლები: მოქმედი სუბიექტი – Who? ვინ?, თემა, განხილვის საგანი – What? რა?, მოქმედების ადგილი – Where? სად? და მოქმედების დრო When? როდის?.

3. “Hormone therapy doubles risk of breast cancer” (Meikle, “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003: 11).

სტატიის სათაური წარმოადგენს სათაურ – ცნობას, სადაც გადმოცემულია ის ძირითადი თემა, რაზეც სტატიაშია საუბარი. შესაბამისად, პასუხი კითხვაზე What? რა? – ჰორმონალური თერაპია აორმაგებს მკერდის კიბოს რისკს.

“A study of the medical histories of nearly 1.1 million British women who were cancer-free as they entered the national breast screening programme revealed that those on some types of HRT were twice as likely to develop breast cancer as those who had not used it.”; “The biggest blow dealt by the Million Women Study, the results of which were published in the Lancet medical journal last week, was to combination oestrogen and progestogen therapies,

taken by about half of all those on HRT in the study.”; “The committee of the safety of medicines, which advises the Government, said last week that “for short-term use of HRT for the relief of menopausal symptoms, the benefits outweigh the risks for many women”, although it did not specify exactly how long short-term was.” და ა.შ.

მოქმედი სუბიექტები Who? ვინ?, რომელთაც ამგვარი დასკვნა გამოიტანეს, და გარკვეული წინადადება შემოაქვთ არიან ექიმები, მკვლევარები და მედიკამენტების უსაფრთხოების კომიტეტი, ანუ Who? ვინ?: “Researchers, medicine watchdogs and HRT companies sought to dispel panic at the findings.”;

ტექსტის მომდევნო ნაწილში მოქმედი სუბიექტი დაკონკრეტებულია: “ The committee of the safety of medicines, which advises the Government, said last week that “for short-term use of HRT for the relief of menopausal symptoms, the benefits outweigh the risks for many women”, although it did not specify exactly how long short-term was.”; “The researchers, funded by Cancer Research UK, the National Health Service breast screening programme and the Medical Research Council, calculate that during the past decade HRT use has resulted in an extra 20, 000 breast cancers in women aged 50-64, combinations therapy accounting for three-quarters of these.”და ა.შ.

სტატიაში ზუსტი დრო მითითებულია, ანუ განცხადების დრო, When? როდის? – გასულ კვირას (last week). გამოკვლევების დრო: “the past decade”. ისტორიის, კვლევის ადგილი Where? სად?: “The UK”, “Britain”. მოტივი, ანუ, რატომ გადაიდგა ეს ნაბიჯი – მოკლე დროით შეჩერდა ჰორმონალური პრეპარატებით მკურნალობა ინგლისში, Why? რატომ? – იმიტომ, რომ სამედიცინო შესწავლამ ცხადყო, რომ ის აღრმავებს მკერდის კიბოთი დაავადების რისკს.

მოვლენები საინფორმაციო სტატიებისთვის ჩვეული სტილით გადმოიცემა, რომელშიც ავტორი იმპლიციტურადაა მოცემული. სტატიის პირველ აბზაცში აწმყო დრო იხმარება, შემდეგ კი ჩვეულებისამებრ თხრობა გადადის წარსულ დროში.

ამგვარად, გაანალიზებულ სტატიაში სემანტიკური მანევრებლებიდან დომინირებს ოთხი What? Who? Where? და Why?.

4.“Huntley sobs and admits his shame over death of girls” (Morris, Branigan, “The Guardian Weekly”, December 4-10, 2003: 9).

რეპორტაჟის სათაურში წარმოდგენილია ამ კრიმინალური სტატიის თემა, ანუ რა? – ორი გოგონას მკვლელობის ფაქტი, რომელშიც დადანაშაულებულია სკოლის ყოფილი დარაჯი. სწორედ ამ კითხვათა პასუხებზე ორიენტაციით იწ-

ყება რეპორტაჟის თხრობის ძირითადი ხაზი. ე.ი. What? – ორი ათი წლის გოგონას მკვლელობის ისტორია, როგორ აღმოჩნდნენ ისინი სკოლის დარაჯის ოთახში ერთ-ერთი მათგანის (ჰოლის) ცხვირიდან სისხლის დენის გამო, როგორ ჰკრა (შემთხვევით, თუ განგებ) დარაჯმა ბავშვს ხელი, რომელიც აბაზანაში ჩავარდა და დაიღუპა, მეორე გოგონას კვიღზე, კი დარაჯმა მას პირზე ხელი ააფარა და ბავშვი უსულოდ დაეცა იატაკზე.

რაც შეეხება სემანტიკურ მახვენებელ Who? ვის? – ეს ყოფილი სკოლის დარაჯი 29 წლის იან ჰანტილი და ორი ათი წლის დაღუპული გოგონაა.

ასევე განსაზღვრულია ადგილი Where? სად?. აღნიშნულ რეპორტაჟში რამდენიმე ადგილი გვაქვს: 1. დარაჯის ოთახი (Cambridgeshire home), და 2. სასამართლო დარბაზი, საიდანაც ინფორმაცია მოგვეწოდება.

რაც შეეხება? When? როდის? – ის მისი ტრადიციული გაგებით სტატიაში არ გვხვდება. აქ, ავტორი შემოიფარგლება სასამართლო პროცესზე ბრალდებულის ჩვენების ხანგრძლივობით: “During the previous two hours and 54 minutes Mr Huntley had painted a vivid picture of how he says Holly and Jessica came to be in his Cambridgeshire home...”

დაწვრილებით არის აღწერილი მკვლელობების დეტალები, ანუ სტატია ამომწურავად პასუხობს შეკითხვას How?, როგორ?: “Mr Huntley gave his account of how he may have accidentally bumped into Holly as he handed her tissue to try to stem the flow of blood from her nose and how he saw her fall into the bath.

He described how he had tried to stop Jessica screaming, “You pushed her!” by putting his hand over her mouth. She fell to the floor lifeless, and when he pulled Holly out of the bath she appeared to be dead.”

სტატიაში მკვლელობის მიზეზი არ არის წარმოდგენილი, ანუ Why? რატომ? მკითხველმა თავად უნდა განსაჯოს.

რეპორტაჟში დასკვნის სახით გამოყენებულია მისტერ ჰანტილის პასუხი სასამართლოზე, რომ მას განზრახ არ მოუკლავს გოგონები.

აღნიშნულ სტატიაში მთავარია სამი კომპონენტი, ანუ What? რა? Who? ვინ? How? როგორ?, არ გვაქვს მიზეზი Why? რატომ?, მეორეხარისხოვანია When? როდის? და Where? სად?.

ამრიგად, ამ და ბრიტანულ და ამერიკულ პრესაში გამოქვეყნებულ სხვა ჩვენ მიერ გაანალიზებულ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებზე დაყრდნობით

შეიძლება დავასკვნათ, რომ საინფორმაციო სტატიათა უმრავლესობაში წარმოდგენილია შემდეგი სემანტიკური მახვენებლები:

Who? ვინ? – რომელზეც პასუხი ყველა საინფორმაციო სტატიაშია, – ანუ, მოქმედი სუბიექტი, ინფორმაციის წყარო. პოლიტიკურ საინფორმაციო სტატიების უმრავლესობაში აღნიშნული კითხვა შეესაბამება სტატიის ძირითად თემას და წარმოდგენილია, როგორც მოქმედი სუბიექტი, რომელიც მოვლენათა ეპიცენტრშია.

What? რა? – ანუ ახალი მოვლენა, ფაქტი, რომელიც ბრიტანული, ამერიკული და საერთაშორისო პოლიტიკური ცხოვრების მნიშვნელოვან ამბავს გადმოსცემს. ასევე ფაქტი, რომელიც საზოგადოების ყურადღების ცენტრში მოექცა და საყოველთაო განხილვის საგანს წარმოადგენს.

When? როდის? – მოქმედების დრო, ხშირ შემთხვევებში ზუსტად არის მითითებული. მოქმედების დრო პოლიტიკურ საინფორმაციო სტატიებში ხშირად ახლო წარსულს ეკუთვნის. ამ საინფორმაციო სტატიათა უმრავლესობა დროის მითითებით იწყება.

Where? სად? – მოქმედების ადგილი, გეოგრაფიული გარემო.

Why? რატომ? – მიზეზი, ამა თუ იმ მოქმედების (მათ შორის პოლიტიკურისაც) საფუძველი. და, რადგან საინფორმაციო სტატიებში გვხვდება კრიმინალური სტატიებიც, ამიტომ ისიც უნდა შევნიშნოთ, რომ ზოგიერთ მათგანში მოტივი დაფიქსირებულია, თუმცა, ხშირია შემთხვევები, როდესაც სტატიაში მოტივი გამოტოვებულია.

How? როგორ? – მიზანი, საშუალება დასახული გეგმის მისაღწევად (კრიმინალური თემატიკის საინფორმაციო სტატიებში ახსნილია დანაშაულის ვითარება, როგორ, რა ვითარებაში მოხდა ესა თუ ის დანაშაული, მკვლელობის იარაღი და სხვ.).

ამგვარად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ინფორმაციულობის ხარისხი გარკვეულწილად განპირობებულია მათში სემანტიკური მახვენებლების (“five W’s & an H”) არსებობა არ არსებობით.

საინფორმაციო ჯგუფის უანრობრივ სახეობებში შემავალი ყველა საგაზეთო სტატია პასუხობს ამ ექვს კითხვას, ზოგჯერ ექვსივეს (“five W’s & an H”) ერთად, ზოგჯერ კი ერთ-ერთი მათგანი უფრო ხაზგასმულია.

თუმცა მართებულია აღინიშნოს, რომ ამ შეკითხვებიდან საინფორმაციო საგაზეთო ჯგუფში შემავალ საგაზეთო სტატიებში აქცენტი პირველ ოთხ შე-

კითხვაზე (Who? What? When? Where?) უფროა გადატანილი და უმრავლეს შემთხვევაში Why? და How? ანალიზური ჯგუფის პრეროგატივას წარმოადგენს.

მ ე - 2 თ ა ვ ი ს დ ა ს კ ე ნ ა

1. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სემანტიკური კვლევის დროს გამოიკვეთა, რომ ყველა სტატიაში ჩანს სტატიის ავტორის მიზანდასახულობა, აქტუალური საკითხები და იმ პერიოდის მოთხოვნები, რომელ პერიოდსაც/მოვლენასაც ასახავს ესა თუ ის სტატია.

ასევე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ყოველი საინფორმაციო სტატია, იქნება ეს ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი თუ ინტერვიუ პასუხობს შეკითხვებს: **What? Who? Where? When? Why? How?** (რა? ვინ? სად? როდის? რატომ? როგორ?) ანუ “five W’s and an H”.

2. აქედან, გამომდინარე, საგაზეთო და მოცემულ შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრობრივი სახეობების სემანტიკური კვლევის ფორმებად გამოვყავით შემდეგი მაჩვენებლები/ინდექსები:

- 1) **ვინ? (Who?)** – მოქმედების სუბიექტი ან ინფორმაციის წყარო.
- 2) **რა? (What?)** – რაზე მოგვითხრობს პრესა, ანუ “ფაქტები” და “ახალი ამბები”.
- 3) **როდის? (When?)** – დროის მითითება (ე.წ. deadlines, datelines and history).
- 4) **სად? (Where?)** – ადგილი, გეოგრაფიული გარემო.
- 5) **რატომ? (Why?)** და **როგორ? (How?)** – ფაქტის, მოვლენის, ახალი ამბის ახსნა.

აღსანიშნავია, რომ ამ კითხვების მოზიდვა საგაზეთო ტექსტის ანალიზისთვის პირველად ხდება.

3. ნარატივი არ არსებობს კონტექსტის გარეშე, ყოველი ნარატივი ზემოქმედებას ახდენს რეალურ სამყაროსა და ადრესატებზე. საგაზეთო სტატიებში ნარატივი მოვლენათა შესახებ ინფორმაციის თანმიმდევრობაა. ნარატივებს ძირითადად იერარქიული სტრუქტურა გააჩნიათ; ე.ი. ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხი სტატიაში პირველ ადგილზე დგას, ანუ პირველ აბზაცში ინფორმაციის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილია მოცემული. აქედან გამომდინარე, პირველ აბზაცში ხშირად წარმოდგენილია 5W’s: **Who? What? When? Where? Why?** იშვიათად, მაგრამ მაინც შესაძლებელია მეექვსე სემანტიკური მაჩვენებლის **How?**-ს არსებობა.

4. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სემანტიკური კვლევის პირველი მაჩვენებლის (**Who? ვინ?**) ანალიზის შედეგად ვასკენით, რომ გვაქვს ერთი მხრივ – ვინ? Who? – ამბის/მოვლენის (ცნობის, ანგარიშის, რეპორტაჟის, ინტერვიუს) მთავარი მოქმედი პირი, და მეორე ვინ? Who? (მაგრამ, არა ყველა სტატიაში) – ამბის წყაროს სახით (ამერიკულ პრესაში ეს თეთრი სახლია, პრეზიდენტი, ბრიტანულში – დედოფალი, პრემიერ მინისტრი და ა.შ.). საინფორმაციო სტატიების ანალიზმა დაგვანახა, რომ ჩვეულებრივ ყოველდღიურობაში ვინ? Who? – გამოკვეთილია და რამდენიმე პოლიტიკური ლიდერთა შემოიფარგლება, მაგრამ საქმე სულ სხვაგვარად გვაქვს არჩევნების წინ. არჩევნების დროს ყველა საინფორმაციო სტატიაში მკვეთრად გამოკვეთილი ვინ? Who? – სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიების ლიდერები არიან, და რა? What? – მათ ამოცანებს წარმოადგენს. ასევე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სტატიების უმრავლესობაში აქცენტი ძირითადად ცნობილ ადამიანებზე – ცნობილ ვინ? Who?-ზე კეთდება, თუმცა, არის შემთხვევები, როდესაც ნაკლებად ცნობილი ადამიანებიც ხდებიან საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების გმირები.

4.1. პირველი სემანტიკური მაჩვენებლის კვლევისას ასევე გამოვყავით რეპორტაჟების სხვადასხვა ტიპები, მაგალითად:

- განსაზღვრული/დადგენილი რეპორტაჟი (ე.წ. Routine Coverage).
- ჰორიზონტალური რეპორტაჟი (ე.წ. Horizontal Coverage).
- დაცული/დაცვითი რეპორტაჟი (ე.წ. Protective Coverage).
- ანთროპოლოგიური რეპორტაჟი (ე.წ. Anthropological Coverage).

5. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების მეორე სემანტიკური მაჩვენებლის **What?**-ის ანალიზის შედეგად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ყველა საინფორმაციო საგაზეთო სტატია გვპასუხობს კითხვაზე რა? (მაგ. პრეზიდენტის ნებისმიერი ქმედება, ინფორმაცია ცნობილი პიროვნებების/პოლიტიკური მოღვაწეების შესახებ და ა. შ.).

5.1. კვლევამ გვიჩვენა, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებულია შემდეგი ტიპის ფაქტები:

- რეალური “ფაქტები”.
- ისტორიული “ფაქტები”.
- მეტოქე “ფაქტები”.
- ავტორის მიერ შექმნილი “ფაქტები”.

6. სემანტიკურ მახვენებელში **როდის? (When?)** – დროის მითითება (ე.წ. datelines and history) – გამოვყავით შემდეგი ასპექტები:

- დროულობა – ანუ ინფორმაციის უახლესობა, დაუყოვნებლობა.
- ერთდროულობა, შესაფერისობა/მოხერხებულობა.
- პირველობა.

6.1. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ამ სემანტიკური მახვენებლის განხილვის დროს გამოიკვეთა შემდეგი მომენტები:

1. წარსული დრო: წარსულის სიღრმე გაზეთის პირველ გვერდზე.
2. აწმყო განგრძობითი: ახალი ინფორმაცია, ისტორია, როგორც მოვლენა, რომელიც გარკვეული დროის მანძილზე მიმდინარეობს, მოვლენა, რომელიც ხანგრძლივობით ხასიათდება.

3. მომავალი დრო: ხვალ – გაზეთის პირველ გვერდზე.
4. ახალი ამბის რიტმული თვისება/ხარისხი.
5. კავშირებითი კილო: ვარაუდი, განზრახვა პრესაში.

6.2. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზის შედეგად ვასკვნით, რომ პოლიტიკური ხასიათის საინფორმაციო სტატიებში გვაქვს ორი When?:

- ა) ადამიანის ცხოვრების პერიოდი (human “lifetime”).
- ბ) ომის შემდგომი სამყარო (“postwar world”) (იგულისხმება მეორე მსოფლიო ომი).

სხვა სახის სტატიებისთვის (კერძოდ ანგარიშებისთვის) დროის სხვა განზომილებებია თავისთავად დამახასიათებელი. მაგ. ეკონომიკური სტატიებისთვის დამახასიათებელია: 1. კვარტლური ან 2. წლიური When?; სპორტული მოვლენების ამსახველი სტატიებისთვის – სეზონურობის განზომილება და ა.შ.

6.3. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში დრო საძირკველია, რომელზეც ისტორიები და ამბები შენდება, ამიტომ, დღის მითითება გაზეთში დროის მთავარ ნაწილს წარმოადგენს. გაზეთის რიტმულობის მახვენებელია: გაზეთისთვის ღირებული ინფორმაცია, მაგრამ, ზოგჯერ ინფორმაციის ფასეულობა არ კმარა, რომ ამბავი დროის ციკლში, რიტმში მოექცეს.

7. ჩვენ მიერ გამოყოფილი სემანტიკური კვლევის ფორმებიდან შემდეგი მახვენებელია შეკითხვა **Where? – სად?**; საინფორმაციო სტატიებში ადგილი იხმარება ვიწრო და ფართო გაგებით. ვიწრო გაგებით ადგილი კონკრეტული

გეოგრაფიული არეალია, ხოლო ფართო გაგებით, ადგილი მარტივი გეოგრაფიის მიღმა მსოფლიო პოლიტიკური სისტემის იმიჯს გულისხმობს.

7.1. მრავალი სხვადასხვა მიზეზია, რის გამოც ავტორი გეოგრაფიულ ლოკაციას ახსენებს, შესაბამისად გამოვეყოფთ ადგილის ექვს ასეთ ფუნქციას:

1. ადგილი, როგორც ავტორიტეტი (Place as Authority).
2. ადგილი, როგორც ინფორმაცია (Place as Information).
3. ადგილი, როგორც სოციალური კავშირი (Place as Social Connection).
4. ადგილი, როგორც სიუჟეტური ქარგა (Place as Setting).
5. ადგილი, როგორც სუბიექტი, საუბრის თემა (საგანი) (Place as Subject).
6. ადგილი, როგორც გეოპოლიტიკა (Place as Geopolitics).

7.2. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ამ კუთხით ანალიზმა გვიჩვენა, რომ გაზეთის პირველ გვერდზე გამოქვეყნებულ სტატიებში სემანტიკური მაჩვენებელი (Where? სად?) დომინირებს იმ საინფორმაციო სტატიებში, სადაც სტატიის საგანია – პოლიტიკური მოვლენა, მიმდინარე ამბები, სპორტი, ეკონომიკა და ა.შ.

8. სხვა სემანტიკურ მაჩვენებლებთან შედარებით **Why? რატომ?** და **How? როგორ?** ყველაზე პრობლემური შეკითხვებია, რადგან ეს ასპექტები ზოგჯერ პირდაპირ არ არის გამოხატული. ამიტომ, Why? და How? ილოკუციურ მიზანს და პერლოკუციურ შედეგს ემსახურება. პასუხით კითხვებზე Why? და How? სტატია უფრო ღრმა აზრობრივ დატვირთვას იძენს.

9. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სემანტიკური მაჩვენებლების რეალიზაციის ანალიზის შედეგად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ:

ა) ყოველდღიურ გაზეთებში გამოქვეყნებული საინფორმაციო სტატიები ფაქტებს და მათ აღწერას გვთავაზობს. არის შემთხვევები, თუმცა იშვიათად, როდესაც ზოგიერთ სტატიაში გვაქვს ახსნაც. საინფორმაციო სტატიებისგან განსხვავებით ანალიზურში ახსნა ყოველთვის გვაქვს.

ბ) მცირე ზომის საინფორმაციო ცნობებში მნიშვნელოვანი აღწერილობა და ახსნა დაკარგულია.

გ) ეკონომიკურ საინფორმაციო სტატიებში რიცხობრივი მონაცემები გვიჩვენებს, თუ, რა მოხდა და, რა შეიძლება გაკეთდეს სხვადასხვა შედეგის თავიდან ასაცილებლად. მსგავს სტატიებში რიცხვი მოვლენის კონსტატაციას ახდენს. ეკონომიკურ სტატიებში სად? – ჩვეულებისამებრ ადგილის მითითებაა. აქ ნაკლებად არის პასუხი კითხვაზე ვინ?, ხოლო, რაც შეეხება რატომ? და რო-

გორ? ამ კითხვებზე უმეტეს ეკონომიკურ სტატიებში პასუხი არ გვაქვს, თუმცა, მათზე მსჯელობა და ანალიზი მკითხველისთვისაა მინდობილი.

დ) სამეცნიერო სტატიებში ექვსივე სემანტიკური კრიტერიუმი გვხვდება.

10. ამრიგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ფაქტი, მოვლენა ქმნის საინფორმაციო საგაზეთო სტატიას. მიზეზი, შედეგი და მოტივი კი, რა თქმა უნდა, ფაქტები არ არის.

11. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ Why? სემანტიკური მანკვებლებიდან ერთადერთი შეკითხვაა, რომელიც საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების დიდ ნაწილში პასუხგაუცემელი რჩება.

12. მოვლენის, ამბის აუცილებელი კომპონენტები, რომლებიც აისახება საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში, ის კომპონენტებია, რომლებიც გვპასუხობენ კითხვებზე: ვინ?/რა? – სად? – როდის? ამ შეკითხვებზე პასუხი ქმნის ინფორმაციულ მინიმუმს, რომელიც ნებისმიერ საინფორმაციო სტატიას ახასიათებს.

13. კომუნიკაციურ-პრაგმატულ მოთხოვნებზე საუბრისას აუცილებლად უნდა აღინიშნოს მოცულობის მოთხოვნა, რომელიც საინფორმაციო ჯგუფში შემავალი სტატიებიდან განსაკუთრებით გამოჰყოფს ცნობას; თუ მოცულობა, ლაკონურობა ანგარიშისთვის, რეპორტაჟისთვის და ინტერვიუსთვის არ არის ძალზე მკაცრად განსაზღვრული, ცნობაში – ინფორმაციის ლაკონურობა წამყვან მოთხოვნად გვევლინება.

14. ანალიზმა ასევე ცხადყო, რომ ცნობისა და ანგარიშის საინფორმაციო მოცულობა ხშირად ერთმანეთს ემთხვევა, თუმცა არ არის აუცილებელი, რომ ამგვარი დამთხვევა ყველა ტიპის ცნობასა და ანგარიშში ხდებოდეს, რადგან ანგარიშის მსგავსი მიკროტექსტი ხშირად მოვლენის ადგილის ემოციური აღწერის გარდა, მოიცავს მოვლენასთან დაკავშირებულ საერთო მსჯელობასაც. ამ ტიპის დასაწყისი/შესავალი დამახასიათებელია უფრო დიდი მოცულობის ანგარიშებისთვის.

15. კვლევის შედეგად შემდეგ დასკვნამდე მივედით, რომ ყველა სტატია პასუხობს შეკითხვებს **Who? What? When? Where? Why?** და **How?**, რომელთაგან პირველი ოთხი Who? What? When? Where? სტატიის ინფორმაციულ მინიმუმს ქმნის. ასევე შევეცადეთ დაგვედგინა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებული სემანტიკური მანკვებლებიდან რომელი ასრულებს ყველაზე მნიშვნელოვან როლს. ამრიგად, გაანალიზებულ საინფორმაციო საგაზეთო სტატი-

ებზე დაყრდნობით შეიძლება დავასკვნათ, რომ საინფორმაციო სტატიათა უმრავლესობაში წარმოდგენილია შემდეგი სემანტიკური მაჩვენებლები:

Who? ვინ? – რომელზეც პასუხი ყველა საინფორმაციო სტატიაშია.

What? რა? – ანუ ახალი მოვლენა, ფაქტი, რომელიც ან ბრიტანული, ამერიკული და საერთაშორისო პოლიტიკური ცხოვრების მნიშვნელოვან ამბავს გადმოსცემს, ან ისეთი ფაქტია, რომელიც მკითხველის, საზოგადოების ყურადღების ცენტრში აღმოჩნდა და განხილვის საგანი გახდა.

When? როდის? – მოქმედების დრო, ხშირ შემთხვევაში საინფორმაციო სტატიებში ზუსტად არის მითითებული.

Where? სად? – მოქმედების ადგილი, გეოგრაფიული გარემო.

Why? რატომ? – მიზეზი, ამა თუ იმ მოქმედების (მათ შორის პოლიტიკურისაც) საფუძველი. რადგან საინფორმაციო სტატიებში შედის კრიმინალური სტატიებიც, ამიტომ აუცილებლად უნდა აღვნიშნოთ, რომ ზოგიერთ მათგანში მოტივი დაფიქსირებულია, თუმცა ასევე ხშირია ისეთი კრიმინალური სტატიები, სადაც მოტივი არ ჩანს.

How? როგორ? – მიზანი, საშუალება დასახული გეგმის მისაღწევად.

16. ამგვარად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ინფორმაციულობის ხარისხი გარკვეულწილად განპირობებულია მათში სემანტიკური მაჩვენებლების (**“five W’s & an H”**) არსებობა / არარსებობაზე. საინფორმაციო ჯგუფის ყველა საგაზეთო სტატია პასუხობს ამ კითხვებს, ზოგჯერ ყველას ერთად, ზოგჯერ კი, ერთ-ერთი მათგანი უფრო გამოკვეთილი და ხაზგასმულია.

დასკვნის სახით აუცილებლად უნდა აღვნიშნოს, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ამ შეკითხვებიდან საინფორმაციო საგაზეთო ჯგუფში შემავალ სტატიებში აქცენტი უფრო პირველ ოთხ შეკითხვაზეა (Who? What? When? Where?) გადატანილი და, უმეტეს შემთხვევაში, Why? და How? ანალიზური ჯგუფის სტატიების პრეროგატივას წარმოადგენს.

თავი 3. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ზოგიერთი პრაგმატული თავისებურება

პრაგმატიკის საკვლევო პრობლემატიკა ძალზე ფართოა და სხვადასხვა ასპექტებს მოიცავს. ბუნებრივია, ერთი ნაშრომის ფარგლებში მათი მთლიანად ამოწურვა შეუძლებელია და არც წარმოადგენს წინამდებარე ნაშრომის მიზანს. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების პრაგმატული დატვირთულობის მახასიათებლების დასადგენად და მათი თავისებურებების გასაანალიზებლად მხოლოდ ის რამდენიმე ასპექტი გამოვყავით, რომლებიც, ვფიქრობთ, უფრო ღრმად და ამომწურავად ხსნიან საგაზეთო ტექსტის, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმის პრაგმატულ დანიშნულებას, ესენია:

1. სამეტყველო აქტები.
2. დროულ-სივრცობრივი მიმართებები.
3. დეიქსისი.

მომდევნო ქვეთავებში დეტალურადაა განხილული და გაანალიზებული თითოეული ეს ასპექტი და ის ლინგვისტური საშუალებები, რომელთა მეშვეობითაც ხდება მათი რეალიზაცია/მანიფესტაცია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში.

3. 1. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების პრაგმატული თავისებურებანი სამეტყველო აქტებთან მიმართებაში

საგაზეთო ჟანრი მრავალმხრივ არის გამოკვლეული, მაგრამ ნაკლებად და თითქმის სულ არ არის შესწავლილი სამეტყველო აქტების თეორიასთან მიმართებაში, მიუხედავად იმისა, რომ ამ სახის კვლევა უფრო სრულყოფილს გახდიდა ამ ჟანრის მახასიათებლების დადგენას. ამ კუთხით ნაწილობრივი კვლევა შეგვხვდა როჯერ ფაულერთან (Fowler 1991).

როგორც ცნობილია, ტექსტი არის სუბიექტურობის რეალიზაცია ობიექტურად არსებული ენის საშუალებით, ეი ყოველი ტექსტი სუბიექტურობის პრინციპს ემყარება, არჩევანი კი განისაზღვრება პრაგმატული ფაქტორებით.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საგაზეთო ტექსტის ლინგვისტიკის პრობლემათა კვლევის თანამედროვე ეტაპზე წამყვან ფაქტორად პრაგმატული განზომილება უნდა ჩაითვალოს, რადგანაც ის ტექსტის სინტაქსური და სემანტიკური პარამეტ-

რების დადგენისას განმსაზღვრელ პირობას წარმოადგენს. ლინგვისტური პრაგმატიკა ეყრდნობა კომუნიკაციურ საფუძველს, რომელიც თავის მხრივ განპირობებულია ინტერსუბიექტურობის კატეგორიით. სამეტყველო კომუნიკაცია (ამ შემთხვევაში წერილობითი საგაზეთო კომუნიკაცია) ყოველთვის ეყრდნობა ინტერსუბიექტურობის პრინციპს. ადამიანი ენის საშუალებით ახდენს თავის, როგორც “მე“-ს კონსტატაციას, მაგრამ “მე”, როგორც ბენვენისტი ამტკიცებს (Бенвенист 1974: 294) თავის მნიშვნელობას იღებს მხოლოდ “შენ“-თან დაპირისპირებისას; ამ ორმხრივი სუბიექტურობის დიალექტიკური ერთიანობა, ე.ი. ინტერსუბიექტურობა ქმნის შესაძლებლად ენობრივ კომუნიკაციას.

საგაზეთო სტატიებზე მუშაობის დროს ჩვენი კვლევა დაგუკავშირეთ პრაგმატიკის იმ ნაწილს, რომელიც “სამეტყველო აქტების თეორიით” არის ცნობილი.

ტერმინი “სამეტყველო აქტების თეორია” გამოიყენება ფართო და ვიწრო გაგებით (მნიშვნელობით). ფართო გაგებით “სამეტყველო აქტების თეორია” აღნიშნავს იდეების ნებისმიერ კომპლექსს, რომელიც მიმართულია სამეტყველო ქმედების ასახსნელად და “სამეტყველო ქმედების თეორიის” სინონიმს წარმოადგენს. ხოლო ვიწრო გაგებით, ის იხმარება, როგორც ერთი კონკრეტული თეორიის სახელწოდება (ინგლისურ ენაზე Speech Act Theory, Theory of Speech Acts), რომელიც ამუშავებს სამეტყველო კომუნიკაციის პრობლემებს, როგორც თეორიულ, ასევე გამოყენებით ასპექტში და, რომელიც დიდი ყურადღების საგანი გახდა თანამედროვე ლინგვისტიკის პრაგმატული კვლევის სფეროში იმ მეცნიერთა ნაშრომებში, რომლებიც სამეტყველო კომუნიკაციის პრობლემებს განიხილავენ.

XX ს-ის პირველ ნახევარში, საკმაოდ დიდი დროის მანძილზე, ენათმეცნიერება კონცენტრირებული იყო ენის ორი დიალექტიკურად ურთიერთდაკავშირებული ასპექტიდან (მხარიდან) ერთის – ენობრივი სისტემის შესწავლაზე; ხოლო 60-იანი წლების მეორე ნახევრიდან ლინგვისტების ყურადღების ცენტრმა გადაინაცვლა ამ დიალექტიკური ერთიანობის მეორე მხარეზე – ენობრივ მოღვაწეობასა და მის პროდუქტზე – გაბმულ ტექსტზე, დისკურსზე (Кобозева 1986: 9).

ი. მ. კობოზევა სტატიაში «Теория речевых актов» как один из вариантов теории речевой деятельности» ფართოდ აშუქებს სამეტყველო აქტების თეორიას, და მისი საერთო მახასიათებლების გამოსაყოფად ეყრდნობა ვ.ი. პოსტოვალოვის მიერ შემოთავაზებულ ნიშან-თვისებებს, ესენია: 1) თეორიის მეთოდოლოგიური სტატუსი, 2) მისი კონცეპტუალური წანამდვრები (წინაპირობები), 3) ენის კვლევის სფე-

როს სიდიდე, 4) შესასწავლი ობიექტის განსაზღვრული მიმართულების აქცენტირება, 5) მოქმედების სუბიექტთან დამოკიდებულება, 6) კვლევის მეთოდი.

თავისი მეთოდოლოგიური სტატუსით სამეტყველო აქტების თეორია ვიწრო სპეციალური ლინგვისტიკური თეორიაა, რომელსაც არა აქვს პრეტენზია, რომ ენის ბუნების საერთო თეორია წამოაყენოს.

სამეტყველო აქტების თეორიას აქვს თავისი კონცეპტუალური წინაპირობები, კერძოდ ის, რომ ამ თეორიის შემქმნელებისათვის იგი პირველ ყოვლისა ენობრივი გამონათქვამების აზრსა და მნიშვნელობაზე არსებული შეხედულებების განვითარებისთვის და გასაღრმავებლადაა შექმნილი. ასე მაგალითად ჯ. ოსტინმა შემოიტანა პერფორმატიული გამონათქვამის გაგება და მას გაცნობიერებულ და გაუცნობიერებულ გამონათქვამებს შორის არსებული საზღვრის საჩვენებლად გადადგმულ ნაბიჯად განიხილავს.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სამეტყველო აქტების თეორია არ ეყრდნობა რაიმე ფსიქოლოგიურ, სოციოლოგიურ ან ფილოსოფიურ თეორიას.

სამეტყველო აქტების თეორიაში კვლევის ობიექტს სამეტყველო აქტი წარმოადგენს, ე.ი. კვლევის გლობალური ობიექტია დიალოგი (რომელიც შედგება მოლაპარაკის მიერ მსმენელთან უშუალოდ კომუნიკაციისას წარმოქმნილი წინადადებისგან), ანუ სამეტყველო აქტების გაცვლა-გამოცვლა.

მრავალი ლინგვისტიკური თეორიის მიხედვით ადამიანის ენა სხვა არაფერია თუ არა 'ბგერისა და მნიშვნელობის' კომბინაცია, ანუ ენა შეიძლება განისაზღვროს, როგორც სწორი წინადადებების წყება.

ჯ. სერლი კი აღნიშნავს: "The unit of linguistic communication is not, as has generally been supposed, the symbol, word or sentence, or even the token [roughly: the occurrence] of the symbol, word or sentence, but rather the production or issuance of the symbol or word or sentence in the performance of the speech act. To take the token as a message is to take it as a produced or issued token.... Speech acts ... are the basic or minimal units of linguistic communication" (Searle 1969: 16).

ეს "წარმოქმნა" – "production" – წინასწარ გულისხმობს "წარმოქმნელს" და "მომხმარებელს", აგენტებს, რომელთა განზრახვაც რელევანტური და მეტად მნიშვნელოვანია მათი გამონათქვამების გასაგებად და აღსაწერად.

სამეტყველო აქტების სუბიექტი აღიქმება, როგორც აბსტრაქტული ინდივიდი, რომელსაც მთელი რიგი მახასიათებლები აქვს, როგორც ფსიქოლოგიური (განზრახვა, ცოდნა, აზრი, ემოციური მდგომარეობა, ნება), ასევე სოციალური

(მსმენელთან მიმართების სტატუსი, განსაზღვრული სოციალური ინსტიტუტის ჩარჩოებში გარკვეული ფუნქცია) ნიშან-თვისებები.

სამეტყველო აქტის ობიექტის კვლევის ძირითად მეთოდს ანალიზური მეთოდი (თავისი სხვადასხვა სახით) წარმოადგენს.

ამრიგად, სამეტყველო აქტების თეორია თავისი საწყისი (ამოსავალი) ინტერესებიდან გამომდინარე ლოგიკურ-ფილოსოფიურია და ლინგვისტურია სამეტყველო აგებულების, სამეტყველო ურთიერთობების ასაგებად საჭირო ელემენტარული ერთეულების შესწავლის შედეგების მიხედვით, სადაც სამეტყველო აქტი გაგებულია ისე, როგორც წინადადების აქტუალიზაცია და ამასთანავე, როგორც უპირატესად პიროვნებათა შორის ურთიერთობის გამოვლინების ფორმა (Конишева 1986: 12).

ჩვენი კვლევის უშუალო ობიექტი არის საინფორმაციო საგაზეთო სტატია, რომელიც განიხილება, როგორც ტექსტის ლინგვისტური სტრუქტურის ერთ-ერთი ელემენტი. ამავედროულად, შეიძლება საგაზეთო სტატია განვიხილოთ, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმა, როგორც დიალოგი სტატიის ავტორსა და მკითხველს შორის – აქედან გამომდინარე, როგორც კონკრეტული სამეტყველო აქტი, - სამეტყველო ფაქტი/ხდომილება (Speech Event), რომლის საშუალებითაც ავტორი მკითხველს აწვდის გარკვეულ ინფორმაციას.

სამეტყველო ხდომილება შეიძლება შეიცავდეს აშკარად გამოხატულ ცენტრალურ სამეტყველო აქტს (რაც საგაზეთო სტატიის შემთხვევაში აშკარად არ არის გამოხატული), მაგრამ ის ამავე დროს შეიცავს სხვა გამონათქვამებსაც, რომელთაც მივყავართ ამ ცენტრალურ აქტამდე და, შესაბამისად, იწვევს მასზე კონკრეტულ რეაგირებას.

ისეთ კომპონენტებთან ერთად, როგორცაა მოლაპარაკე, მსმენელი, გამონათქვამი, გარემოება, რომელთა გარეშე კომუნიკაციის არც ერთი მოდელი არ არსებობს, სამეტყველო აქტის მოდელი სამეტყველო აქტების თეორიაში მოიცავს სამეტყველო აქტის მიზანსაც და შედეგსაც.

ერთიანი მთლიანი სამეტყველო აქტი სამეტყველო აქტების თეორიაში განიხილება, როგორც სამდონიანი წარმონაქმნი, ანუ, როგორც *ლოკუციური აქტი* (სამეტყველო აქტი მასში გამოყენებულ ენობრივ საშუალებებთან მიმართებაში), *ილოკუციური აქტი* (სამეტყველო აქტი მის მანიფესტირებელ მიზანთან და ამ მიზნის განხორციელების მთელ რიგ პირობებთან მიმართებაში) და *პერლოკუციური აქტი* (სამეტყველო აქტი თავის შედეგებთან მიმართებაში). ეს კი იმის

მაჩვენებელია, რომ გამონათქვამის შინაარსი ჰეტეროგენულია, ანუ იყენებს რა ენობრივ საშუალებებს ლოკუციური აქტის დროს მოსაუბრე თავის გამონათქვამს ლოკუციურ მნიშვნელობას ანიჭებს. განსაზღვრულ პირობებში საუბრის მიზნის მანიფესტირებისას ილოკუციური აქტის დროს გამონათქვამს გარკვეული ილოკუციური ძალა ეძლევა, ხოლო, რაც შეეხება პერლოკუციურ აქტს, ის თავისი არსით არ არის აუცილებელ კავშირში გამონათქვამის შინაარსთან. მაშასადამე, გვაქვს ორი ერთმანეთთან დაკავშირებული კატეგორია: სამეტყველო აქტის ანალიზი და გამონათქვამის სემანტიკის ანალიზი ე.ი ლოკუციური აქტი – ლოკუციური მნიშვნელობა და ილოკუციური აქტი – ილოკუციური ძალა, რომლებიც განზოგადებულია ლოკუციის და ილოკუციის გაგებაში. (Kobzeva 1986: 13-14).

სამეტყველო აქტების პირველი კლასიფიკაცია ეკუთვნის ჯ. ოსტინს.

ს. ლევისონი წიგნში “Pragmatics” აღნიშნავს, რომ ჯ. ოსტინმა სამეტყველო აქტების კლასიფიკაციისას გამოჰყო სამი ძირითადი აზრი, რომლის მიხედვითაც ნათქვამი გარკვეულ ქმედებას უდრის და, აქედან გამომდინარე, ერთდროულად სამგვარი მოქმედება სრულდება:

“(I) Locutionary act: the utterance of a sentence with determinate sense and reference.

(II) Illocutionary act: the making of a statement, offer, promise, etc. in uttering a sentence, by virtue of the conventional *force* associated with it (or with its explicit performative paraphrase).

(III) Perlocutionary act: the bringing about of effects on the audience by means of uttering the sentence, such effects being special to the circumstances of utterance.”(Levinson 1983 repr.1994: 236).

ჯ. ოსტინის მიერ შემოთავაზებული სამეტყველო ქმედების ამ სამდონიანი სქემის მთავარ სიახლეს უდავოდ ილოკუციის გაგება წარმოადგენს. ლოკუცია ლინგვისტიკაში ყველა სემანტიკური თეორიის კვლევის ობიექტს წარმოადგენდა. პერლოკუცია – ეს სამეტყველო აქტის ის ასპექტია, რომლითაც ოდითგანვე რიტორიკა იყო დაინტერესებული. მხოლოდ ილოკუციის გაგება აფიქსირებს სამეტყველო აქტისა და გამონათქვამის შინაარსის ისეთ ასპექტებს, რომელსაც ვერც ფორმალური სემანტიკა, და ვერც რიტორიკა თავისი ტრადიციული გაგებით ვერ წვდებოდა. თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ჯ. ოსტინი ილოკუციური აქტის ზუსტ განსაზღვრებას არ იძლევა, მას მხოლოდ ილოკუციური აქტის მაგალი-

თები მოაქვს – კითხვა, პასუხი, ინფორმირება, დარწმუნება, გაფრთხილება, დანიშნულება, კრიტიკა და ა. შ.

ჯ. ოსტინს მიანდა, რომ ილოკუციის არსის ნათლად გასაგებად საჭიროა თავი მოვუყაროთ ზმნებს, რომლებიც მოქმედებას გამოხატავენ და შეიძლება გამოყენებულ იქნან გამონათქვამის ძალის ექსპლიკაციისათვის, ანუ თავი მოვუყაროთ ილოკუციურ ზმნებს და მოვახდინოთ მათი კლასიფიკაცია.

ფ. სტროსონი აჯამებს რა ჯ. ოსტინის მცდელობას ილოკუციის განმასხვავებელი ნიშან-თვისებების დასაზუსტებლად, გამოჰყოფს ორ მთავარ დებულებას.

ფ. სტროსონი თვლის, რომ ილოკუციური აქტი ლოკუციური აქტისგან განსხვავდება მიზანმიმართულებით, ხოლო ილოკუციური აქტის პერლოკუციური აქტისგან განმასხვავებელ ნიშნად იგი კონვენციონალურობას მიიჩნევს.

ამ ორ დებულებაში აისახება გამონათქვამისთვის დამახასიათებელი ორი ურთიერთსაწინააღმდეგო, მაგრამ განუყოფელი მომენტის არსებობა - ესენია, სუბიექტური მომენტი (მოსაუბრის მიზანი) და ობიექტური მომენტი (მოსაუბრისგან დამოუკიდებელი საშუალებები, რომელიც უზრუნველყოფს მსმენელის მიერ ამ მიზნის გაცნობიერებას).

შემდგომში სამეტყველო აქტების თეორიაში აღნიშნული წინააღმდეგობა ჩამოყალიბებულია, როგორც სამეტყველო აქტში ინტენციონალურისა და კონვენციონალურის ანტინომია.

სამეტყველო მოქმედებების მიხედვით აუცილებლად უნდა აღინიშნოს კონვენციის ორი სხვადასხვა ასპექტი: ენობრივი კონვენციები და განზრახვა.

ენობრივი კონვენციები ლოკუციური აქტის დონეზე მოქმედებენ და განსაზღვრავენ გამონათქვამის ლოკუციურ ანუ ენობრივ მნიშვნელობას. ენობრივი კონვენციები არ არის საკმარისი იმისათვის, რომ აიხსნას სამეტყველო აქტის წარმოება და აღქმა ილოკუციურ დონეზე. ერთი და იგივე წინადადება მოსაუბრემ სხვადასხვა განზრახვით შეიძლება გამოიყენოს. იმის მიუხედავად, რომ ყველა ამ შემთხვევებში ენობრივი კონვენციები ერთი და იგივეა, მოქმედი (ავტორი) სხვადასხვა ილოკუციურ აქტებს ანხორციელებს, რომელიც შესაბამისად აღიქმება მკითხველის/მსმენელის მიერ.

ჯ. სერლმა გააკრიტიკა ჯ. ოსტინის ეს კლასიფიკაცია. ჯ. სერლის კლასიფიკაცია აგებულია სამეტყველო აქტების და არა ზმნების კლასიფიკაციაზე, რაც წინ გადადგმული ნაბიჯი იყო.

სამეტყველო აქტების კლასიფიკაციამდე ჯ. სერლი გამოყოფს თორმეტი განხვავებულ განზომილებას, რომლითაც სამეტყველო აქტები ერთმანეთისგან განსხვავდებიან, ესენია: 1. ილოკუციური მიზანი/არსი. 2. შესაბამისობის მიმართულება. 3. გამოსატული ფსიქოლოგიური მდგომარეობა. 4. ძალა. 5. სოციალური სტატუსი. 6. ინტერესი. 7. დისკურსთან დაკავშირებული ფუნქციები (Discourse-related functions). 8. შინაარსი. 9. სამეტყველო აქტები თუ სამეტყველო აქტების ზმნები. 10. საზოგადოებრივი ინსტიტუტები და სამეტყველო აქტები. 11. სამეტყველო აქტები და პერფორმატივები (Speech acts and performatives). 12. სტილი.

სამეტყველო აქტების სემანტიკური კლასიფიკაციისას ჯ. სერლი მის მიერ გამოყოფილი 12 განზომილებიდან ეყრდნობა მხოლოდ ოთხ კრიტერიუმს, კერძოდ:

- ილოკუციურ არსს (Illocutionary point),
- შესაბამისობის მიმართულებას (Direction of fit),
- ფსიქოლოგიურ მდგომარეობას (Psychological state),
- შინაარსს (Content).

ჯ. მეი ამატებს კიდევ ორ კრიტერიუმს, რომლებიც მნიშვნელოვანია სამეტყველო ქმედების პრაგმატული გაგებისათვის, ესენია:

- რეფერენცია მოლაპარაკესთან, ან მსმენელთან (Reference to a speaker or a hearer),
- კონტექსტუალური გარემოებები (Contextual conditions) (Mey 1993: 163).

ამ კრიტერიუმებზე დაყრდნობით ჯ. სერლი აღგენს სამეტყველო აქტების შემდეგ ხუთ კატეგორიას:

- **რეპრეზენტატივები/ასერტივები (Representatives/assertives)** – აღნიშვნა/მტკიცება, რომელთა არსიც მდგომარეობს საქმის ვითარების აღნიშვნა-წარმოდგენაში; მაგ.: მტკიცება/განცხადება (ჭეშმარიტი/მცდარი), დასკვნა, აღწერა. “... as to ‘fit’, they should, of course, match the world in order to be true”

(Mey 1993: 163).

- **დირექტივები (Directives)** – მითითებები, რომელთა არსიც მდგომარეობს იმაში, რომ მსმენელს მიუთითოს რაიმეს გაკეთება; წარმართოს მსმენელი რაიმე მიზნისკენ. მაგ.: ბრძანება (თხოვნა, წინადადება, ბრძანება).

ჯ. მეი აღნიშნავს: “As to the ‘fit’ that these speech acts represent... from words to world: the world is adapted to the uttered words” (Mey 1993: 164).

- **კომისივები (Commissives)** – ვალდებულების აღება, რომელთა არსია მოლაპარაკის მიერ ვალდებულების აღება რაიმეს შესრულებაზე; მაგ. პირობის მიცემა (პირობა, განზრახვა), მუქარა, უარი. “...their ‘direction of fit’ ... (world adapted to Words)” (Mey 1993: 165).
- **ექსპრესივები (Expressives)** – გამოხატვა, მათი არსია გარკვეული ფსიქოლოგიური მდგომარეობის გამოხატვა; ამ ტიპის სამეტყველო აქტი გვიჩვენებს მოსაუბრის ფსიქოლოგიურ მდგომარეობას, იმას თუ, რას გრძნობს იგი. მაგ.: მილოცვა, მადლობა, მობოდიშება, მოწვევა/მიღება, სიამოვნების, ტკივილის, მოწონების, წუხილისა და სიხარულის გამოხატვა. “In this sense, the criterion of ‘fit’ cannot be said to operate” (Mey 1993: 165).
- **დეკლარაციები (Declarations)** – განცხადება, რომელთა არსია, რაღაც შეცვალოს სამყაროში; მაგ.: განკვეთა, გაძევება. მოსაუბრეს უნდა ჰქონდეს სპეციალური ინსტიტუციონალური სტატუსი, როლი სპეციფიკურ კონტექსტში “... I choose my words such that they fit the world, whereas in the second, the speaker fits the world to his words” (Mey 1993: 167).

აღნიშნულ კლასიფიკაციას ჯ. იული შემდეგი ცხრილით წარმოგიდგენს:

| Speech act type | Direction of fit | S = speaker; X = situation |
|------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Declarations | words change the world | S causes X |
| Representatives | make words fit the world | S believes X |
| Expressives | make words fit the world | S feels X |
| Directives | make the world fit words | S wants X |
| Commissives | make the world fit words | S intends X |

(Yule 1997:55)

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებული სამეტყველო აქტების სემანტიკური კლასიფიკაციისას საფუძვლად ავიდეთ ჯ. სერლის კლასიფიკაცია. თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ, რადგან უმეტეს შემთხვევაში ჩვენ საქმე გვაქვს არა ერთ ცალკეულ წინადადებასთან ან ფრაზასთან, არამედ უფრო დიდი ზომის ზეფრაზულ ერთეულთან, ამდენად, ბუნებრივია, რომ ერთ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში ერთზე მეტი სამეტყველო აქტი იქნება გამოხატული.

იმის მიხედვით, თუ როგორი დამოკიდებულებაა სამეტყველო აქტების სტრუქტურასა და ფუნქციას შორის, განასხვავებენ პირდაპირ და ირიბ სამეტყველო აქტებს.

წინადადების სამ ძირითად ტიპზე დაყრდნობით გამოიყოფა სამი ყველაზე ზოგადი სამეტყველო აქტის სახესხვაობა, ე.ი. გვაქვს კარგად ნაცნობი სამი სტრუქტურული ფორმა – თხრობითი, კითხვითი, ბრძანებითი და სამი ზოგადი კომუნიკაციური ფუნქცია – მტკიცება, კითხვა, ბრძანება/თხოვნა.

თუ სტრუქტურასა და ფუნქციას შორის პირდაპირი ურთიერთკავშირია, მაშინ სახეზეა – *პირდაპირი სამეტყველო აქტი*, და შესაბამისად, თუ სტრუქტურასა და ფუნქციას შორის არაპირდაპირი ურთიერთობაა, საქმე *ირიბ სამეტყველო აქტთან* გვაქვს. ამრიგად, თხრობითი წინადადება, რომელიც განცხადების/მტკიცების/შეტყობინების მიზნით გამოიყენება პირდაპირი სამეტყველო აქტია, ხოლო, თუ თხრობითი წინადადება თხოვნის ან ბრძანების საჩვენებლად იხმარება, მაშინ ის უკვე ირიბ სამეტყველო აქტს წარმოადგენს.

პირდაპირი სამეტყველო აქტები თავიანთ ფუნქციას ასრულებენ პირდაპირი და ბუკვალური (სიტყვასიტყვითი) მნიშვნელობით. პირდაპირი სამეტყველო აქტის განსაზღვრის დროს მხედველობაში უნდა მივიღოთ ის, რომ მისი პირდაპირი (სიტყვასიტყვითი) მნიშვნელობა მის ფორმას შეესაბამება, ანუ, როდესაც გვაქვს მტკიცების, შეკითხვის, ბრძანების/თხოვნის ამსახველი სამეტყველო აქტები, მათ შესაბამებათ წინადადების გარკვეული ფორმა – თხრობითი, კითხვითი და ბრძანებითი.

ირიბი სამეტყველო აქტები – ეს ის სამეტყველო აქტებია, რომელთა ლოკუციური მიზანიც გამოყენებული გამონათქვამის ენობრივ სტრუქტურაში არ არის ასახული. ირიბი სამეტყველო აქტის შემთხვევაში ის, რასაც მოსაუბრე/მოლაპარაკე ფაქტობრივად გულისხმობს ირიბი სამეტყველო აქტით განსხვავდება იმისგან, რასაც ის – მოსაუბრე სიტყვასიტყვითი მნიშვნელობით ამბობს, ანუ დარღვეულია სიტყვასიტყვითი მნიშვნელობა და არა ინტენციური მნიშვნელობა (Language Files 1991: 229).

ჩვენი კვლევის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტი იყო, ასევე, იმ ლინგვისტური საშუალებების ანალიზი, რომლებიც განსაზღვრავენ სამეტყველო აქტებში რეალიზებურ ილოკუციურ ძალას ანუ **Illocutionary Force Indicating Devices – IFIDs** (ილოკუციური ძალის განმსაზღვრელი/მაიდენტიფიცირებელი

ხერხები). ამ ხერხებში იგულისხმება პერფორმატიული ზმნები, სიტყვათა წყობა, მახვილი, ინტონაცია და სხვა ლინგვისტური საშუალებები.

მოელი რიგი ენები ტრადიციულად ნებისმიერი სახის აქტივობას თავად სიტყვა “ზმნას” უკავშირებს. ამგვარად, ბუნებრივია, რომ ლინგვისტური აქტივობის გამომხატველი საშუალებები ზმნის კატეგორიაში მოიძებნოს, ხოლო ზმნებს, რომლებიც სამეტყველო აქტებს განსაზღვრავენ, ეწოდოს **სამეტყველო აქტის ზმნები (Speech Act Verbs - SAVs).**

არსებობს გარკვეული ასიმეტრია სამეტყველო აქტებსა და სამეტყველო აქტების ზმნებს შორის: პირველ ყოვლისა, ყველა სამეტყველო აქტი ყოველთვის არ არის წარმოდგენილი ერთი სპეციალური (განსაზღვრული) სამეტყველო აქტის ზმნით. ის შეიძლება გამოხატული იყოს რამდენიმე ასეთი ზმნით; და მეორე, არც ყველა სამეტყველო აქტს არა აქვს თავისი შესაბამისი საკუთარი SAV. ამ მართებული იქნება ვახსენოთ ე.წ. **“პერფორმატიული”** ზმნები – (Performative Verbs), რომელთაც ხშირად ექსპლიციტურ პერფორმატივებსაც (explicit performatives) უწოდებენ. ეს ის ზმნებია, რომლებიც ექსპლიციტურად ასახელებენ ილოკუციური აქტის შესრულებას. არც პერფორმატიული ზმნების არსებობა – არარსებობა არის აუცილებელი პირობა, რომ განისაზღვროს სამეტყველო აქტების ილოკუციური ძალა (Mey 1993: 133 -137).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ჟანრობრივი ჯგუფების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ცნობაში, ანგარიშში, რეპორტაჟში და ინტერვიუში ძირითადად რეპრეზენტატივი/ასერტივის ტიპის სამეტყველო აქტებია რეალიზებული, თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ეს არ გამორიცხავს მათში კომისივების, დირექტივების, და დეკლარაციის ტიპის სამეტყველო აქტების არსებობასაც. აღსანიშნავია ისიც, რომ, მათი უმრავლესობა პირდაპირი სამეტყველო აქტებია.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სამეტყველო აქტების რეალიზების უამრავი მაგალითი გვხვდება, რა თქმა უნდა, ყველა მათგანის მოყვანა ამ ნაშრომის ფარგლებში შეუძლებელია, ამდენად მხოლოდ რამდენიმე მაგალითით შემოვიფარგლებით.

ჩვენი საკვლევი მასალიდან 20 სტატია განვიხილეთ ამ კუთხით, აქედან, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ძირითადად რეპრეზენტატივის ტიპის სამეტყველო აქტები შეგვხვდა (114), დირექტივები (30), რამდენიმე შემთხვევაში შეგვხვდა კომისივის (10), დეკლარაციის (10) და ექსპრესივის ტიპის (5) სამეტყველო აქტები.

მაგალითად, რეპრეზენტაციების/ასერტივების ტიპის სამეცნიერო აქტები:

“... Mr Fauvau *admitted* the crime and has also *indicated* that he spiked the drinks of two more of his son’s opponents before their games to try to scupper their chances.”; “Jacques Dupré, secretary general of the French tennis federation, *said*: “This can only be described...” (Gentleman, **“Father of tennis stars ‘poisoned son’s rival’ ”**, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 4);

“There was nothing stopping Dr Kelly *talking* to the media, *said* Mr Hatfield, so long as he “stayed within the rules”; “That, Mr Hatfield *insisted*, was “for ministers to do”; “Two other issues that are at the centre of the inquiry *were raised* on the opening day.”; “Mr Hatfield *said* on Monday that civil servants would never be identified “gratuitously”, but he *had advised* Dr Kelly that his name would eventually emerge.” (Norton-Taylor, **“Brilliant scientist showered with praise”**, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 9);

“The commission, *saying* it was on the verge of completing its four-year investigation into Microsoft, *stated* it was convinced competition abuses were “ongoing”. It also *said* for the first time that it may fine Microsoft”; “An EC spokesman *said* it had sent Microsoft a definitive statement of objections, and *had* provisionally *decided* that the firm must make sweeping changes to windows...”(Osborn, **“Microsoft Faces EC fine for anti-competitive practices”**, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 12);

“Being politicians, they *are* also *saying* a few things as well.”; “Mr Blair and his team *are said* to have been galvanised by the arrival of Michael Howard as Conservative leader.” (Brown, **“Labour: the party that likes to listen”**, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003: 8);

“The Liberal Democrat leader, Charles Kennedy, *claimed* to have directed a public “sense of despair” about the Government squandering its second term.”(White, **“Blair comes out fighting”**, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003: 8);

“The H7 virus is not as dangerous to human health as the H5N1 avian flu strain which *has* so far *claimed* the lives of more than 100 people in Asia.”; “The government’s chief veterinary officer, Debby Reynolds, *said*: “We still *cannot say* whether either of these two further farms are the index case; further premises may be involved.”; (Jha, **“Japan bans UK poultry as bird flu cases spread”**, The Guardian, May 1, 2006);

“Peter Ainsworth, bird flu spokesman for the Conservatives, *said*: “It is surprising the department didn’t issue any public statement [that] they were imposing movement restrictions related to a suspected case of avian flu.”; “ Maria Ball, poultry adviser at the National Farmers’ Union, *said* that if the NFU *had been told* at the time “we would have been making our own inquiries with regards to other farms in the area.”; “ Dr Reynolds’ report *says* that samples from

the unidentified premises tested positive antibodies to H5N2 and H5N7 strains, prompting movement restrictions and a veterinary inquiry.”; “ A Defra spokesman later *told* the Guardian: “It was all routine.” (Meikle, “**Discovery of poultry exposed to bird flu virus was kept from public**”, The Guardian, May 18, 2006);

“Dr Olsen *said* the method of sample collection could be behind the discrepancy.”; “ US researchers have also *confirmed* they always use a liquid transport medium.”; “So far, the government *has said* a dead swan found on March 29 in Cellardyke, Fife, remains the only confirmed case of H5N1 bird flu in the UK.”; “Defra *said* it stood by its testing methods, including sample collection and storage.”; (“**UK bird flu tests ‘could be flawed’**”, Guardian Unlimited, April 12, 2006);

“An HPA spokeswoman *said* the worker’s symptoms were limited to an eye infection.”; “The worker *reported* his illness on Thursday.”; “ An HPA spokesman *said* the worker had no respiratory symptoms...” (Meikle, “**Poultry worker gets eye infection from contact with bird flu**”, The Guardian, April 29, 2006);

შემდეგი მაგალითები დირექტივის ტიპის სამეცნიერო აქტების საილუსტრაციოდ გამოდგება:

“Similarly, school-run time frequently *offers* the spectacle of mothers, their offspring security strapped into impact-resistant car seats, talking on their phones.”; (Brown, “**Mobile phone ban for motorists**”, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003);

“The government *insisted* that it did not report the incident before because subsequent tests had not confirmed disease.”(Meikle, “**Discovery of poultry exposed to bird flu virus was kept from public**”, The Guardian, May 18, 2006);

“... and the Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra) *insisted* the H7 stain was not the same as the deadly H5N1 bird flu virus.”; “The cull *was ordered* well before test results confirmed the virus was a less severe form of the H7 subtype.”(Meikle, “**Poultry worker gets eye infection from contact with bird flu**”, The Guardian, April 29, 2006);

“Poultry keepers *have been advised* to take precautions and the general public told not to touch dead birds they find in the wild.”; “Gatherings of birds in that area *are to be banned*, and there will be extra surveillance of wild birds.”; “In November, the chief veterinary officer, Debby Reynolds, *advised* bird keepers to make plans to bring their flocks inside at short notice.”;

“. *Wear* protective gloves, preferably vinyl or heavy duty rubber ones that can be disinfected;

. *Take care to avoid* contamination of the face and other exposed areas. If contamination does happen, *wash* the area thoroughly with soap and water;

. *Cover* all new and existing cuts and grazes with waterproof dressings and gloves before starting work;

. *Wash* hands, nails and forearms following any bird handling and before eating, drinking, smoking, using the telephone, applying make-up or inserting contact lenses.”;

“Defra says people who keep a small number of farm birds as pets or for personal consumption *should take note of the advice* to commercial farmers. They *should also consider* housing birds in alternative accommodation, such as a garden building or garage.”;

“Anyone who spots an unusual number of dead wild birds *should contact* the Defra helpline on 08459 33 55 77 before taking any action. Officials *have warned* that members of the public *should not handle* bird carcasses unless it is essential to do so.”;

“Records of organisers and participants *must be kept* and biosecurity advice *made available* at events.”;

“The birds *must spend* 30 days in quarantine or be vaccinated against avian flu.”;

“The Food Standards Agency says poultry meat and eggs *should be cooked* properly but “this is to avoid getting food poisoning from campylobacter or salmonella rather than as a measure against avian flu”. (Sturcke, Batty, “**Bird flu advice**”, Guardian Unlimited, April 7, 2006);

კომისიის ტიპის სამეცნიერო აქტები:

“Glaxosmithkline, the British drugs giant, *is ready to start* mass producing of vaccines to protect humans from bird flu...”; “Jean-Pierre Garnier, GSK’s chief executive, *will meet* President George Bush in the next fortnight to brief him about progress in developing a vaccine that would offer protection against the deadly strain of bird flu virus H5N1.”; “Sanofi of France *is also working* on a bird flu vaccine, but GSK’s \$ 2bn project is more advanced as it has come up with a formula for a ‘booster’ which has eluded rivals.”(Wachman, “**Glaxo to mass-produce human bird flu vaccine**”, The Observer, April 30, 2006);

“ ‘*Will I still handle* pheasants?’ she replies. ‘Certainly. Woodcock? Geese? Yes. Swans? Yes.’

‘*You handle swans?*’ I ask with the usual astonishment a conversation with this friend produces.”(Nicoll, “**One swan doesn’t make a pandemic**”, The Observer, April 9, 2006);

“Doctors at Jerusalem’s Hadassah hospital *decided* to test the man’s blood for possible avian flu after learning a few of his chickens had died in the past few days, said hospital spokesman Ron Krumer.” (“**UN urges bird flu vigilance in Middle East**”, Guardian Unlimited, January 16, 2006);

“Then the words came out quickly, through stifled sobs: “*I wish I could turn back the clock,*

I wish I could do things differently, I just wish none of this had ever happened. I’m sorry for what’s happened and I’m ashamed of what I did.” (Morris, Branigan, “**Hutley sobs and admits his shame over death of girls**”, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003: 9);

“The US *should take note* of France’s policy on the issue,” one source said. (De Luce, “**Iran holds al-Qaida figures as US ‘bargaining chip’**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 7);

დეკლარაციის ტიპის სამეცნიერო აქტების საილუსტრაციოდ გამოდგება შემდეგი მაგალითები:

“The World Health Organisation *stresses* that “all evidence indicates that no sustained human-to-human transmission has occurred”. (Sturcke, “**Bird flu: should we start worrying?**”, Guardian unlimited, January 13, 2006);

“*It is an accident,*” Interior Minister Vano Merabishvili said on Georgian television. “*We can say that poisoning by gas took place.*”; “*Officials said there were no signs of violence.*”;

“On Thursday, Saakashvili *assumed* the powers of the prime minister until a successor is named.

“*Georgia has lost a great patriot who devoted his entire life to serving the motherland,*” the president said. “*Zurab’s death is a great blow to Georgia and to me personally. I have lost my closest friend, my most loyal adviser, my biggest ally.*” (Finn, “**Georgian Premier’s Death Blamed on Gas Accident**”, The Washington Post, February 4, 2005);

“*Depp announces:* “I think we’ve all arrived at a very special place: spiritually, ecumenically, grammatically...” Commercially, too.” (Bradshaw, “**High seas, high camp**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 18);

როგორც ზემოთ აღნიშნეთ განხილულ სტატიებში ექსპრესივების ტიპის სამეცნიერო აქტების მხოლოდ რამდენიმე მაგალითი შეგვხვდა:

“The amateur production in Merton, near Okehampton, had been vetoed (*boo!*) on the advice of the Commission for Racial Equality, but local officials have had a chance of heart (*hooray!*). The company will still not be able to use Merton village hall (*hisssss!*), but will be accommodated in the nearby village of Langtree (*cheers!*). In the show Snow White escapes from the Wicked Queen into the woods, where she is taken in by seven asylum seekers working illegally at a nearby quarry. *Politically correct? Oh no it isn’t!*” (Brown, “**Politically incorrect panto must go on**”, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003: 8);

“Since the death of Robert Newton, the definitive Long John Silver in Disney’s Treasure Island 50 years ago, we have been waiting for a pirate film featuring someone saying: “*Ahhrrrrrr!*” in all seriousness.”; “Earlier though, someone shouts “*Avast!*” at a bunch of mutinous tars and everyone giggles. The pirate genre is not easy to revive without traces of irony.” (Bradshaw, “**High seas, high camp**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 18);

ვოვლით, რომ სამეტყველო აქტების ასეთი მეტ-ნაკლებად ერთგვაროვანი სპექტრი განპირობებულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების, როგორც კომუნიკაციის წერილობითი ფორმის თავისებურებებით. ნებისმიერი საინფორმაციო სტატია, იქნება ეს ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი თუ ინტერვიუ, თუ მას განვიხილავთ როგორც ერთიან სტრუქტურას, თავისთავად უკვე არის ინფორმაცია/განცხადება რაიმე მოსაზრების, მოვლენის ან იდეის შესახებ, რასაც შემდგომ სტატიის ფარგლებში ავითარებს ავტორი და, რაც სტატიებში ყველაზე უფრო ხშირად რეალიზდება რეპრეზენტაციის/ასერტივის ტიპის სამეტყველო აქტებით.

მაგრამ, აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებული სამეტყველო აქტები ძნელია ცალსახად ამა თუ იმ კონკრეტულ ტიპს რომ მივაკუთვნოთ. თუნდაც იმიტომ, რომ, ერთი შეხედვით მარტივად განსასაზღვრი რეპრეზენტაციის ტიპის სამეტყველო აქტები სხვადასხვა შინაარსს გამოხატავს. როგორც უკვე მოყვანილი მაგალითებიდან ჩანს, ის შეიძლება გამოხატავდეს – მტკიცება/განცხადებას, განზრახვას, დაპირებას, სურვილს, გაფრთხილებას და სხვას.

ამას გარდა, ხშირად ძნელია დირექტივის და კომისივის, რეპრეზენტაციის/ასერტივისა და დეკლარაციის, ასერტივისა და დირექტივის ტიპის სამეტყველო აქტების გამოიჯენა. მაგალითად, “... so parents *will have to explain* the danger to children” (Nicoll, “**One swan doesn’t make a pandemic**”, The Observer, April 9, 2006) - ეს არის ავტორის დირექტივა, მითითება, თუ იგი გამოხატავს მშობლების ვალდებულებას? ან “*I speak as an inveterate panicker...*” (Ashley, “**One dead swan doesn’t make a summer of panic**”, The Guardian, April 10, 2006), ეს არის ავტორის მტკიცება, განცხადება, თუ, ეს არის იმ ტიპის განცხადება, რომლის არსსაც რაღაცის შეცვლა წარმოადგენს? ან, კიდევ ასეთი მაგალითი: “The scientists *voiced fears* that bird flu tests being carried out by government scientists could be flawed” (“**UK bird flu tests ‘could be flawed’**”, Guardian unlimited, April 12, 2006) – უნდა გავიგოთ, როგორც დირექტივი, რომელიც გამოხატავს მითითებას, თუ, როგორც აღნიშვნა-მტკიცება?

ამ შემთხვევებში, ვთვლით, რომ არ არის ობიექტური ნიშნები, რომლის მიხედვითაც შევძლებდით ამ კითხვებზე ზუსტი პასუხის გაცემას; ამრიგად, კონტექსტზე დაყრდნობით ინტერპრეტატორის მხოლოდ სუბიექტურ აღქმასა და მოკიდებულებას, თუ სამეტყველო აქტების რომელ ტიპს მიეკუთვნება ასეთი მაგალითები. (პირველ მაგალითს ჩვენ განვიხილავთ, როგორც ღირექტივის ტიპის სამეტყველო აქტს, მეორეს – როგორც დეკლარაციის ტიპის, ხოლო მესამეს – როგორც რეპრეზენტაციის ტიპის სამეტყველო აქტს).

ამგვარი “გაურკვეველი” ტიპის სამეტყველო აქტების საილუსტრაციოდ კიდევ რამდენიმე მაგალითს მოვიყვანო: “*We can live together only if we let each other live*”; ან “*We cannot deny our people the right to peaceful and cooperative economic development*”. (Harding, “**Pakistan welcomes India MPs on peace mission**”, *The Guardian Weekly*, August 14 - 20, 2003: 5);

მოცემული სამეტყველო აქტები შეიძლება გავიგოთ, როგორც მტკიცება, ანუ რეპრეზენტაციის/ასერტივის, რომლითაც აღნიშნული სიტყვების ავტორი გამოხატავს თავის განზრახვას, დაპირებას, და, ამავე დროს, მოცემული სამეტყველო აქტები შეიძლება განვიხილოთ, როგორც კომისივები, როგორც ვაღდეულება, რომელსაც ამ სიტყვების ავტორი თავის თავზე იღებს.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, SAVs სამეტყველო აქტის ილოკუციური ძალის განსაზღვრისას ძირითადი როლი ენიჭება. მხატვრულ ნაწარმოებში ამგვარი ზმნები შეიძლება საერთოდ არ არსებობდეს, მაგრამ ის მაინც გამოხატავდეს ამა თუ იმ ტიპის სამეტყველო აქტს. საგაზეთო სტატიებში მხატვრულთან შედარებით, მრავლად გვხვდება სამეტყველო აქტის გამომხატველი ზმნები, როგორცაა, მაგ. ‘to request’, ‘to stipulate’, ‘to ban’, ‘to declare’, ‘to announce’, ‘to solicit’ და ა.შ.

“The existence of so many verbs naming acts of speech testifies to the importance of linguistic practices in human interaction, and in self-presentation; and this centrality of speech acts as events is born out by the high density of speech act verbs in newspapers, society’s major mode of representation of its important and habitual processes” (Fowler 1991: 89).

აღნიშნულის დასასაბუთებლად გადავწყვიტეთ შემდეგი საგაზეთო სტატიის ფრაგმენტის მოტანა (არჩევანი სწორედ ამ სტატიასე იმიტომ შევჩვენეთ, რომ ამ პატარა ნაწყვეტში ექვსი სამეტყველო აქტის ზმნა გვხვდება).

“In the Commons, Mr Kinnock *indicated* deep concern about the American action [against Libya]. He demanded that the evidence on which the Government’s decision was based should

be published, accused the Foreign Secretary of possible duplicity in [?] dealing with European allies, and asked Mrs Thatcher to join him in condemning the raid. (The Guardian, April 16, 1986).

ავიღოთ კიდევ ერთი სტატია: **“Queen breaks protocol and speaks to nation”** (Ahmed, The Guardian Weekly, September 14, 1997). აღნიშნულ სტატიაში შეგვხვდა შემდეგი სამეტყველო აქტის გამომხატველი ზმნები: *said, was speaking; to express a sense of loss; what I say to you now..., I say from my heart; to pay tribute to Diana; She said that...; the palace said the decision to make the television address...*”

არის შემთხვევები, როდესაც კონკრეტული SAV არ განსაზღვრავს იმ სამეტყველო აქტს, რომელსაც ეს ზმნა თავისი მნიშვნელობით უნდა განსაზღვრავდეს. I declare ყოველთვის არ გამოხატავს დეკლარაციის ტიპის სამეტყველო აქტს, ის შეიძლება რეპრეზენტაციის ილოკუციური ძალის გამომხატველი იყოს. მაგალითად, “The news led the government’s chief scientific adviser, Sir David King, to declare he feared bird flu could become endemic in the UK” (Jones, **“From east to west in 14 weeks”**, The Guardian, April 6, 2006). თუმცა, აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ მსგავსი მაგალითები მხატვრული ტექსტისგან განსხვავებით საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ძალზე ცოტა გვხვდება.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში გვხვდება ირიბი სამეტყველო აქტებიც. მაგალითად, ასე უღერს ერთი სტატიის სათაური და ქვესათაური: **“Brilliant scientist showered with praise”**; “Kelly was trapped in ‘black hole’ of Whitehall machine” (Norton-Taylor, The Guardian weekly, August 14-20, 2003: 9); ამავე სტატიაში გვხვდება ირიბი სამეტყველო აქტის კიდევ ერთი მაგალითი: “Another was its response to his volunteering that he might have been a source quoted by the BBC reporter Andrew Gilligan that the Government had *“sexed up”* the September dossier.”, სადაც ავტორი იყენებს ირიბ სამეტყველო აქტს, რათა გამოხატოს “შელამაზების”, “უფრო საინტერესოს” მნიშვნელობა. აი, ირიბი სამეტყველო აქტის კიდევ ერთი მაგალითი: “Could you try to convey to the members of the jury your overall feelings about all this?” (Morris, Branigan, **“Huntley sobs and admits his shame over deaths of girls”**, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003: 9).

რეპრეზენტაციის ტიპის ირიბი სამეტყველო აქტი, ზოგჯერ კითხვა-პასუხით რეალიზდება; მაგალითად: “*You handle swans?* ‘ I ask with the usual astonishment a conversation with this friend produces. She replies: ‘Nine days ago, I found one caught in a fence and had to release it. It was sick, but only because it had been caught in a fence. Where my

behaviour will change is if I come across a sick bird that allows me to approach it. Then I'd wear gloves and wash my hands afterwards.' ”(Nicoll, **“One swan doesn't make a pandemic”**, The Observer, April 9, 2006); აღნიშნული დიალოგით ავტორი ცდილობს მკითხველამდე მიიტანოს ის ილოკუციური მიზანი, რომ ქათმის გრიპი არ არის საშიში, თუ ადამიანი დაიცავს სანიტარულ ნორმებს, ანუ, თავისი მიზნის მისაღწევად სტატიის ავტორი ირიბ სამეცნიერო აქტს იყენებს.

ან, “ If you don't believe that, think about the waiters everywhere who approach your table with the inevitable question: *“Are you still working on that?”* (ირიბი სამეცნიერო აქტი: ოფიციალტი კითხულობს – მორჩა თუ არა კლიენტი ჭამას? - ე. ბ.) They make it sound as if chewing pasta was an onerous job to complete.” (Goodman, **“At the beach? Keep your eyes off that laptop”**, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 32);

აი, კიდევ რამდენიმე მაგალითი: “So why are we so fixated by bird flu, which is so far frankly marginal? Why those long, lugubrious reports from Fife villages, the busy deployment of BBC helicopters, the scary stories about lack of government preparedness (*“families might have to wait up to four weeks to bury their dead”*)? One answer is simply that everyone knows the virus could mutate, as it has done from bird populations in the past, and governments have to take preparations seriously. And there is the usual media over-egging.”; “Not convinced? Flu masks, apparently, are a snip at £ 1.48 plus VAT.”; (Ashley, **“One dead swan doesn't make a summer panic”**, The Guardian, April 10, 2006); და კიდევ ერთი სტატიის სათაური **“Bird flu: should we start worrying?”** (Sturcke, Guardian Unlimited, January 13, 2006);

ირიბი სამეცნიერო აქტები ხშირად კითხვითი წინადადებით და რიტორიკული შეკითხვებით რეალიზდება. აღნიშნულის საილუსტრაციოდ შემდეგი მაგალითები გამოდგება: “What about the rest of the UK?”; “ Is it safe to eat poultry and eggs?”; (Sturcke, Batty, **“Bird flu advice”**, Guardian Unlimited, April 7, 2006);

“How alarmed should we be that scientists analysing Turkish bird flu samples have found evidence that the virus has mutated? Could this be the mutation that we've feared could lead to the virus spreading from people-to-people and triggering a flu pandemic?”(Sturcke, **“Bird flu: should we start worrying?”** Guardian unlimited, January 13, 2006); რიტორიკული შეკითხვაა შემდეგი სტატიის სათაურშიც: **“At the beach? Keep your eyes off that laptop”**, (იგულისხმება – როდესაც დასასვენებლად ხარ, დაისვენე! – ე.ბ.) (Goodman , The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 32);

შემდეგი მაგალითი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც ირიბი რეპრეზენტაციის თუ ექსპრესივის ტიპის სამეტყველო აქტი, რომელიც მოლიანად რიტორიკული შეკითხვებითაა წარმოდგენილი: “Do you never think: ‘Oh God, he’s noticing my wrinkles?’” asked Ruby. “What wrinkles?” (Banks-Smith, “**A Real lady knows how to look after herself**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 19);

“This has raised the ire of the likes of Sen. Robert Byrd, who thundered, “Who’s watching the White House?” But it’s also raised the dismay of others who watch the vacationer-in-chief conducting business and attending fund-risers and ask, “Is he having any fun yet?”

Well, are we? Do you remember those wonderful yesteryears when an earlier Republican president under the spell of the Maine ocean breezes came out in favor of two or three months’ worth of vacation ?” (Goodman ,“**At the beach? Keep your eyes off that laptop**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 32);

ასევე სამეტყველო აქტი შეიძლება გამოხატული იყოს რიტორიკული შეკითხვების კასკადით, რომელსაც ბოლოს პასუხი მოსდევს. საილუსტრაციოდ იგივე სტატიიდან მოვიყვანო ნაწყვეტს: “So, which came first in the great vacation deprivation: the economy or the culture? Insecurity or guilt? The work ethic or the whip? There’s no doubt that a shaky economy breeds fear that any vacation could be permanent.”

გვხვდება ძახილის წინადადებით რეალიზებული ირიბი სამეტყველო აქტები: “Do you tell people you are 70?” asked Ruby. “WHAT!” said Joan. Ruby said, “All right. No,” and backpedalled briskly. (ანუ პასუხია – რას ამბობ, არავითარ შემთხვევაში! – ინტერვიუ მსახიობ ჯოან კოლინზთან – ე. ბ.); (Banks-Smith, “**A Real lady knows how to look after herself**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 19);

იქვე, “Little girls in St Tropez, who had no idea who she was, waved as her car passed. “She’s going to bless you now! You will be healed!” cried Ruby.”; და კიდევ ერთი მაგალითი: “She was lighting a cigarette when Ruby called one of the crew to light it to her, Hollywood style. Joan said “No!” so forcibly that Ruby backed off again.”

ხშირად ირიბი სამეტყველო აქტის რეალიზებისთვის გამოყენებულია იდიომებიც: “That is our position and we *make no bones* about it.” (Chrisafis, “**Paisley sets terms for N Ireland’s future**”, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003: 9); “Sipping frequently from a glass of water, pausing often before answering a question and sometimes stuttering as he tried to *get a word out*, Mr Huntley gave his account...”, (Morris, Branigan, “**Huntley sobs and admits his shame over deaths of girls**”, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003: 9).

ილოკუციური ძალის განმსაზღვრელი ხერხებიდან SAVs უდავოდ ცენტრალური ადგილი უჭირავთ. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მათი უმრავლესობა ამავე დროს ექსპლიციტური პერფორმატივებიცაა. აღსანიშნავია, რომ ყველაზე გავრცელებულ სტრუქტურას წარმოადგენს პირველი პირის მხოლოდითი ან მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელი + SAV აწმყო/ნამყო/მომავალი დროის მტკიცებით ან უარყოფით ფორმაში. მსგავსი სტრუქტურის მაგალითები მრავლად გვხვდება საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში:

1. პირველი პირის ნაცვალსახელი (მხ. და მრ. რიცხვი) + SAV (აწმყო, ნამყო ან მომავალი) მტკიცებით ფორმაში: I suppose, I say, what I say, I say tonight, I demand, I think, I believe, I regard, I mean, as I remember, I hope, I am afraid, I began to think, I concluded, I was given screaming instructions, I will be right upfront with you, I understand, I have counseled him as we represent, I am reluctant to conclude, I am disappointed, I wanted revenge, I was proud, I knew how to fight, we have had to make some very considerable adjustments, we will be able to come, we would have thought, we are going to have to move to a way where we can start tracking the capability, we will see, we are told, we try, we really want, we are confident, when we look at our consumer graphic information, we have to be fair, what we support, we can say, we have concluded, we intend, we must admit, we have to show და სხვა.

2. პირველი პირის ნაცვალსახელი (მხ. და მრ. რიცხვი) + SAV (აწმყო, ნამყო ან მომავალი) უარყოფით ფორმაში: I don't believe, I don't think, I don't know, I wasn't scared, I wasn't having schooling, I don't think, I would not want, I wasn't bought, I couldn't keep up, I wasn't absolutely too sure, I have never grown up with a mother, I do not imagine, I can not agree, we are not in the booking business, we do not want to cover, we don't allow kids to buy alcohol, we shouldn't allow them, we're not going to miss an opportunity, we can't wait around და სხვა.

როგორც მოყვანილი მაგალითებიდან ჩანს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში საკმაოდ უხვად გვხვდება სამეტყველო აქტის ზმნები. მაგალითისთვის მოგვყავს შემდეგი სამეტყველო აქტის ზმნები/პერფორმატიული ზმნები: I say, I ask, I know, I think, I promise, I remember, I wish, I trust, I believe, We say და სხვ.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებულ სამეტყველო აქტებში ხშირად გამოიყენება პერფორმატიული ზმნიზედებიც, რაც ამა თუ იმ სამეტყველო აქტით გამოხატულ მოქმედებას უფრო აძლიერებს. ამგვარი ზმნიზედებია: absolutely, rather, surely, indeed, therefore, in fact, now, then, here, largely, unusually, also,

apparently, easily, unanimously, previously, completely, simply, this, clearly, however, so far, as though, never, absolutely, once და ა. შ.

პირდაპირი რეპრეზენტაციის/ასერტივის ტიპის სამეტყველო აქტების დროს ზოგჯერ საწყის ფრაზად გვხვდება: In addition, on the contrary, in reality და ზმნიზედები – however, apparently, so far, კავშირი – though; ასეთ შემთხვევებში ავტორი თავიდანვე განაწყოებს მკითხველს, რომ ის აპირებს რაღაცის განცხადებას. მაგალითად: “In addition, the ministers said Israel would free about 900 Palestinian prisoners from Israeli jails.” (Moore, **“Israel Affirms Summit Proposals,”** The Washington Post, February 4, 2005);

სამეტყველო აქტის ილოკუციური ძალის განსაზღვრისას მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება თემატურ წინადადებას, ასეთი წინადადებები საინფორმაციო სტატიებში რეალიზებულ სამეტყველო ხდომილებაში ცენტრალური სამეტყველო აქტის როლს გამოხატავენ. ასეთი თემატური წინადადებების უმრავლესობა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სათაურშია გამოტანილი. მაგალითად, “Israel Affirms Summit Proposals”, “Rice Says U.S. Won’t Join Europe in Iran Nuclear Talks”, “Georgian Premier’s Death Blamed on Gas Accident”, (The Washington Post, February 4, 2005); “Labour: the party that likes to listen”, “Mobile phone ban for motorists” , “Extinction threat to orchestral giants”, “Blair comes out fighting”, “Terror arrest lands Blunkett in legal row”, “Politically incorrect panto must go on”, “Top-up fees delayed despite concessions to rebels”, “Asylum bill outwits rebellion” (The Guardian Weekly, December 4-10, 2003).

ზოგჯერ თემატური წინადადება სტატიის სათაურის გარდა ქვესათაურშიც არის გამოტანილი. მაგალითად, “Queen’s speech lays down gauntlet for Labour’s third term”, “White House Explains The Proposal Further”, “Zurab Zhvania Was Force for Moderation”, (The Washington Post, February 4, 2005); “Thousands of chickens in Norfolk to be slaughtered”, “New outbreaks believed to be less dangerous H7 virus”(The Guardian, May 1, 2006); “Ministry imposed ‘routine’ movement restrictions”, “Curbs lasted until tests on geese ruled out infection” (The Guardian, May 18, 2006); არის შემთხვევები, როდესაც ერთ სტატიაში რამდენიმე თემატური წინადადება გვხვდება, რამდენიმე ქვესათაურის სახით, როგორც სტატიაში “Bird flu advice”; მოცემულ მაგალითში სტატიის თემატური წინადადება სტატიის სათაურია, ხოლო ქვესათაურები: “The Scottish outbreak”, “What about the rest of the UK?”, “Small-scale poultry keepers”, “General public”, “Bird fairs, pigeon racing and falconry events”, “Pets”, “Is it safe to eat poultry and eggs?”

(Sturcke, Batty, Guardian Unlimited, April 7, 2006) დამატებით თემატურ წინადადებებს წარმოადგენენ.

IFIDs შორის შეიძლება ასევე გამოვეთ ზმნის კავშირებითი კილოს ფორმები, რომელიც წარმოადგენს სამეტყველო აქტის ილოკუციურ ძალას. მოვიყვანო რამდენიმე მაგალითს: “If the accounts are funded out of existing payroll taxes, as the president proposed, then creating the accounts would require Social Security to tap the trust funds even sooner.”; “What happens if you die shortly after you have bought the mandated annually?”; “What if you decide that you don’t really like individual accounts after you started investing?” (Kessler, **“Questions and Answers”**, The Washington Post, February 4, 2005);

“Even if I break even, we would argue I’m still better off because I own the money,...”; “If a worker set aside \$1,000 a year for 43 years, and earned 4.6 percent annually on investments, the account would grow to \$ 221,552 in today’s dollars.”; “If investments earned less than 3 percent a year above inflation, a worker would do worse in total benefits than he would have done in the traditional system.”(Weisman, **“Benefit Cuts Would Offset Contributions”**, The Washington Post, February 4, 2005);

“Please, if I stay in school like the girls from Kenya and wait, I will be worth more soon,” she promised...” (Wax, **“‘Child of War’ in Sudan Fights for an Education”**, The Washington Post, February 4, 2005);

“But if the president were genuinely interested in a bipartisan compromise, he would put everything on the table – including his own tax cuts that have added to the budget deficit.”; “If president Bush believed that the Social Security situation was as dire as he says it is, wouldn’t he be willing to revisit a part – hey, a smidgen – of his tax cut? If he is not willing to do that, could it be that he doesn’t really believe that the Social Security problem is as bad as he says it is?” (Dionne Jr., **“Feeding the ‘Crisis’ ”**, The Washington Post, February 4, 2005);

აი, კიდევ რამდენიმე მაგალითი: “Then the words came out quickly, through stifled sobs: *“I wish I could turn back the clock, I wish I could do things differently, I just wish none of this had ever happened.”* (Morris, Branigan, **“Huntley sobs and admits his shame over death of girls”**, The Guardian Weekly, December 4 -10, 2003:9);

აღსანიშნავია ისიც, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პირის ნაცვალსახელების – I, We -ს გამოყენებას. თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ კატეგორიულობის ხარისხს უფრო აძლიერებს პირველი პირის მხოლოდითი რიცხვის ნაცვალსახელის – I და კატეგორიულობის მაღალი ხარისხის მატარებელი პერფორმატიული ზმნების გამოყენება, მა-

გაღიოთად, როგორცაა – to demand, to promise, to claim, to trust და სხვა; ხოლო, როდესაც გვხვდება პირველი პირის მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელი – We, რომელიც შერბილებული კატეგორიულობის მატარებელია, მას ხშირად აძლიერებს მოდალური ზმნა – Must.

ამრიგად, მიგვაჩნია, რომ პირველი პირის მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელის – I ხმარება კატეგორიულობის ხარისხს უფრო აძლიერებს, ის ხან ოფიციალურ პირს წარმოადგენს, ხან გამონათქვამის ხაზგასმა-კატეგორიულობის მაჩვენებელია. მაგალითად: “So what *I say* to you now, as your Queen and as a grandmother, *I say* from my heart.”; “*I want* to pay tribute to Diana myself”, “*I admired* and respected Her...” (Ahmed, “**Queen breaks protocol and speaks to nation**”, The Guardian Weekly, September 14, 1997); აღნიშნული სტატია მკითხველს მოუთხრობს იმაზე, თუ, როგორ მიმართა ინგლისის დედოფალმა ინგლისელებს პრინცესა დაიანას გარდაცვალების შემდეგ, სწორედ ამ მომენტის გამოსახატავად განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ინგლისის დედოფლის მიერ პირის ნაცვალსახელის I ხმარებას, სადაც I – მე, გულისხმობს დედოფალს, ოფიციალურ პირს.

მოვიყვანო კიდევ რამდენიმე მაგალითს: “*I wasn’t absolutely too sure* where the Falklands were. But nor, *I soon discovered*, was anyone else.” It’s Denis.”; “He was looking after a lady when he met Margaret Roberts (“*I poled* along to dinner and there she was”) and offered to drive her home.”; “I walked across to Margaret and *I said*, “If *I may be allowed* to say so, you’ve got an exhausted staff, we’ve had a hell of along day.”; “...“She might have thought *I was undermining* her position. She might have thought *I didn’t have the ability* to stand firm.” So she walked towards the guns and was mown down.”; “*I am rather worried* about Lady Thatcher who, even though she was interviewed before her husband’s death, didn’t seem herself at all. Denis would have looked after her.” (Banks-Smith, “**A Real lady knows how to look after herself**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 19);

“He said: ‘*I am* Saddam Hussein. *I am* the president of Iraq and *I am willing to negotiate*,” said Major Brian Reed, the brigade’s operations officer who helped lead the raid.” (McCarthy, “**Saddam run to ground close to his home town**”, The Guardian Weekly, December 18-24, 2003: 1);

“As Republican senator Barry Goldwater of Arizona so succinctly said about Nixon, according to the newly available documents: “*I began to think* that he was off his head” and “lying all the way through.”; “*I was given screaming instructions* to leak it,” Buzhardt said about

purported Kennedy tapes.” (Moreno, **“Watergate Papers Go Public”**, The Washington Post, February 4, 2005);

“*I wish I could turn back the clock,...* *I’m sorry for what’s happened and I’m ashamed of what I did.*”; “*I accept that I’m responsible for the deaths of Holly and Jessica but there’s nothing I can do about it now. I sincerely wish there was.*”; “But he said that he was determined to recall the sequence of events *“so I could get to the trial and tell Holly and Jessica’s parents what had happened.”*; Mr Coward then asked: “Did you intend to cause them really serious bodily harm?” Mr Huntley: “No, *I didn’t*”. (Morris, Branigan, **“Huntley sobs and admits his shame over death of girls”**, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003: 9);

რაც შეეხება პირველი პირის მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელს We – ჩვენ, ის უფრო შერბილებული კატეგორიულობის მატარებელია და უფრო განზოგადებული მნიშვნელობით იხმარება და ხშირად We = ხალხს. რ. ფაულერი ნაცვალსახელებზე საუბრისას მიუთითებს, რომ “We” საგაზეთო სტატიებში თითქოს იმ მოთხოვნის და პრეტენზიის გამომხატველია, რაც “ხალხისთვის” საუბარს ნიშნავს, რადგან: “The pronoun ‘we’ in the media, as in the mouths of politicians (‘our economic recovery’, ‘our health system’, ‘our nuclear deterrent’), generally refers to that English grouping; ...and ‘we’ sometimes narrows to southern England, sometimes broadens to refer to ‘Britain and America’ or ‘Europe’ or ‘the west’. Sometimes the referents of ‘we’ are collected in moral or social, rather than geographical/political, terms...”(Fowler 1991: 49).

აი, კიდევ რამდენიმე მაგალითი: “... Prof. Khechinashvili said. “If *we brought* in second-line drugs now it would be like bringing in biological weapons.” (Bird, **“Impoverished Georgia fosters fatal form of TB”**, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 3);

“*We found* three positive bird flu cases in one family coming from Indramayu, West Java,” said Hariadi Wibisono, the ministry’s director of control of animal-borne diseases.” (**“UN urges bird flu vigilance in Middle East”**, Guardian Unlimited, January 16, 2006) და მეორე სტატიის სათაურიც **“We can beat bird flu if Europe helps the world”** (The Observer, April 9, 2006);

“*We should get* samples from 1916 and 1917 to investigate the onset of the outbreak and 1919 to investigate why it died out.” (Batty, **“Clues from 1918 pandemic could stop bird flu”**, Guardian Unlimited, March 29, 2006);

“Bird flu is part of our lives now, *we know* how to live with it,” said Le Minh. “*We’ve been taught* that as long as it’s cooked properly and comes from a reliable source then there is nothing to worry about.”; “If *we make* everything very transparent and act in a timely manner then people

will believe *what we say*,” said Dr Kumnuan Ungchusak, the director of epidemiology at the public health ministry.”; (Aglionby, **“It’s part of our lives, *we know* how to live with it”**, The Guardian, April 8, 2006);

“We know that the virus in Nigeria has invaded a large part of the country,” he said... Now *we know* all of the neighbouring countries of Nigeria are under a very big threat,” (Sturcke, **“Niger confirms bird flu cases”**, Guardian Unlimited, February 27, 2006);

“We do not know as much as we would like to about the transmission of the disease, he says. (Sturcke, **“Bird flu: should we start worrying?”**, Guardian Unlimited, January 13, 2006);

“We learned about the “Future Rapid Effects system family of vehicles”, and *were told* that technology would be “a key driver for change...” (Hoggart, **“Delivering success in the maritime environment”**, The Guardian Weekly, December 18-24, 2003: 9);

“It is not easy to express a sense of loss... *We have all felt* those emotions in these last few days.” (Ahmed, **“Queen breaks protocol and speaks to nation”**, The Guardian Weekly, September 14, 1997);

“We’re not talking about a lot of money at first.” (Kessler, **“Questions and Answers”**, The Washington Post, February 4, 2005);

“It is an accident,” Interior Minister Vano Merabishvili said on Georgian television. *“We can say* that poisoning by gas took place.” (Finn, **“Georgian Premier’s Death Blamed on Gas Accident”**, The Washington Post, February 4, 2005);

“We’re told that the ice cap is melting in the Arctic and the ice shelf is crumbling in the Antarctic; (Robinson, **“Ignoring the Smoke”**, The Washington Post, February 4, 2005);

“We would have thought many of these people would be dead by now, but people just live longer,” Woodward, an assistant managing editor at The Post, said...”(Moreno, **“Watergate Papers Go Public”**, The Washington Post, February 4, 2005);

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზმა ასევე გვიჩვენა, რომ არის შემთხვევები, როდესაც პირველი პირის მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელის We-ს მსგავსად მეორე პირის ნაცვალსახელი You-ც შერბილებული კატეგორიულობისაა და განზოგადებული მნიშვნელობით იხმარება, ანუ You = ხალხს.

“You go into Afghanistan, *you got* guys who slap women around for five years because they didn’t wear a veil,” he added. *“You know*, guys like that ain’t got no manhood left anyway.” (Tyson, **“Marine General Is Told To Speak ‘More Carefully’ ”**, The Washington Post, February 4, 2005);

“And *you have to know* it’s going to be a possibility.” (“**Rumsfeld Offered to Quit After Abu Ghraib**”, The Washington Post, February 4, 2005);

“*If you’re concerned* about it, don’t bring your 8-year-old son in here to buy games about violence and sex.”(Weiss, Vargas, “**Video Games’ Chaos Echoed In Streets, D.C. Leaders Say**”, The Washington Post, February 4, 2005);

“*If you’ve got a good idea*, come forth with your idea,” he said.” (“**Bush Campaigns for proposal**”, The Washington Post, February 4, 2005);

“*You just want the cows*,” she retorted. “*You are always wanting* my dowry now to sponsor your life.”(Wax, “**‘Child of War’ in Sudan Fights for an Education**”, The Washington Post, February 4, 2005);

“*You have to face the fact* that the virus is in their neighbourhood,” Mr Jutzi said. (“**UN urges bird flu vigilance in Middle East**”, Guardian Unlimited, January 16, 2006);

მართალია, სტატია არ არის პირდაპირი ინტერაქცია ავტორსა და მკითხველს შორის, მაგრამ ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ცალმხრივ კომუნიკაციასთან გვაქვს საქმე, რადგან ნებისმიერი ტექსტის კითხვისას მკითხველი თავისთავად ხდება დისკურსის მონაწილე, მით უმეტეს, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის დროს, როდესაც ავტორს უმეტეს შემთხვევაში წინასწარ გათვლილი აქვს ადრესატის, ანუ მკითხველის რეაქცია, რითაც უფრო მეტად ესმება ხაზი იმას, რომ საგაზეთო სტატია პირდაპირი კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმაა.

ილოკუციური ძალის განმსაზღვრელ ხერხებს შორის მიზანშეწონილად მიგვაჩნია წინადადების ტიპების განხილვაც. აღვნიშნავთ, რომ ამა თუ იმ ტიპის სამეტყველო აქტებში წინადადების ტიპების ხმარების მხრივ გარკვეული კანონზომიერება თითქმის არ ირღვევა. რეპრეზენტატივებისა და დეკლარაციის ტიპის სამეტყველო აქტების შემთხვევებში ძირითადად თხრობითი წინადადებებია გამოყენებული, რომლებშიც შესაბამისი სამეტყველო აქტების ზმნები გვხვდება. მაგ.:

“Police in England *have also said* that they will take a lenient view of offenders for a couple of months...”; “Motoring and safety organisations *say* that chattering drivers are four times more likely to have accidents. Yet motorists *say* the thing they most value on their journeys is their mobile phone.” (Brown, “**Mobile phone ban for motorists**”, The Guardian Weekly, December 4-10, 2003);

“The Organisation for Security and Cooperation in Europe (OSCE), the international monitoring group of which Russia is a member, *said* the use of the state apparatus and media to

promote the programme of United Russia (the key pro-Putin party) “created an unfair environment for the other parties and candidates”.

“The OSCE *concluded*: “The main impression of the overall electoral process is of regression in the democratisation process in Russia.

The Bush administration *said* it shared the OSCE’s concerns.”(Paton Walsh, **Putin crushes communists**”, The Guardian Weekly, December 11-17, 2003);

დირექტივებისა და კომისიების შემთხვევებში თხრობით წინადადებებთან ერთად ხშირია ბრძანებითი წინადადებების გამოყენებაც. მაგ.:

“I recommend that Greek citizens avoid visiting Turkey without serious reason and, if they must, that they take seriously into consideration the health instructions available at all exit and entry points to Greece,” Mr Kaklamanis said.” (“**UN urges bird flu vigilance in Middle East**”, Guardian Unlimited, January 16, 2006);

“For the same reason *we don’t allow kids to buy* pornography, for the same reason *we don’t allow kids to buy* cigarettes, for the same reason *we don’t allow kids to buy* alcohol, *we shouldn’t allow them to go* to stores and *buy* video games,” Blagojevich said.” (Weiss, “**Video Games’ Chaos Echoed In Streets, D.C. Leaders Say**”, The Washington Post, February 4, 2005);

“The birds *must spend* 30 days in quarantine or be vaccinated against avian flu.”;

“The Food Standards Agency says poultry meat and eggs *should be cooked* properly but “this is to avoid getting food poisoning from campylobacter or salmonella rather than as a measure against avian flu”. (Sturcke, Batty, “**Bird flu advice**”, Guardian Unlimited, April 7, 2006);

“Cats should be kept in areas where there are outbreaks of bird flu to stop them catching and spreading the disease, scientists warned today. (Weaver, “**New bird flu warning: keep cats indoors**”, Guardian Unlimited, April 5, 2006);

კომისიის ტიპის სამეტყველო აქტები ზოგჯერ გადმოცემულია პირობითი წინადადებებით, მაგ.:

“If antibodies show these birds were exposed to H5, how long before would that exposure have taken place?” (Meikle, “**Discovery of poultry exposed to bird flu virus was kept from public**”, The Guardian, May 18, 2006);

“But if this strain becomes endemic our wild birds, the handling of large numbers of dead birds by gamekeepers and game dealers will become a real concern.”(Nikoll, “**One swan doesn’t make a pandemic**”, The Observer, April 9, 2006);

“If a pandemic of lethal flu were to hit Britain, it would have terrible social and economic consequences, but the vast majority of us would live through it unscathed.” (“**We can beat bird flu if Europe helps the world**”, The Observer, April 9, 2006);

“It would have been a very, very good thing if, the next election after Margaret went, we had lost.” (Banks-Smith, “**A Real lady knows how to look after herself**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 19);

ექსპრესივის ტიპის სამეტყველო აქტებშიც ხშირად გვხვდება ძახილის წინადადებები, მაგ.: “She asked what marriage meant to him. “Good grief, woman!” he said, and slapped his forehead, “You’ve bowled me a googly.”;

“PACK IT UP! A nice hint, y’see.”;

“Treachery! Heartbreak! It was an awful thing!” (Banks-Smith, “**A Real lady knows how to look after herself**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 19);

“Earlier though, someone shouts “Avast!” at a bunch of mutinous tars and everyone giggles.” (Bradshaw, “**High seas, high camp**”, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 18);

ექსპრესივებისთვის, როგორც უკვე აღვნიშნეთ (იხ. გვ. 132) დამახასიათებელია რიტორიკული შეკითხვები, მაგ.: “But, as circulation figures soar, the question is not just, how long can it last? But also, who next? What can replace the must-have face and the where-is-she-now cover story?” (“**Awaiting a New Princess of Sales**”, The Spectator, September 20, 1997).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს შორისდებულს, რომელიც ილოკუციური ძალის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი ხერხია. შორისდებულის ხმარება დამახასიათებელია ექსპრესივის ტიპის სამეტყველო აქტებისთვის. მაგ. Ah! Oh! Boo! Hooray! Hisssss! Ahharrrrr! და სხვა. მაგალითად, შემდეგი სტატიის სათაური “**Things That Go Bump In the Closet (Oh, My!)**” (Gates, The New York Times, February 5, 2005).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები წერილობითი დისკურსია, ამიტომ ავტორის ინტონაცია ყოველთვის არ ჩანს, განსაკუთრებით, როცა ცნობასა და ანგარიშთან გვაქვს საქმე, რადგან ცნობაში ავტორი მოკლედ გვაწვდის ინფორმაციას, ანგარიშში კი – მოვლენის დეტალური აღწერაა, მაგრამ ერთშიც და მეორეშიც აქცენტი კეთდება ინფორმაციაზე. ინტერვიუსა და რეპორტაჟში კი საქმე სულ სხვაგვარად გვაქვს, აქ ავტორს მეტი თავისუფლება აქვს, ამიტომ, აქ უფრო ადვილია ავტორის დამოკიდებულების აღქმა. თუმცა, ეს სრულებით არ გამოირიცხავს ავტორის, როგორც ოფიციალური პირის ან ინსტიტუტის ინტონაცი-

ას/დამოკიდებულებას ცნობაშიც და ანგარიშშიც. გაზეთში ყველაფერს ექცევა ყურადღება, როგორც გვერდის გრაფიკულ ფორმატს, სხვადასხვა ტექნიკურ საშუალებებს (ტიპოგრაფიულ არხევანს: ბეჭდვით სტილს, ფოტოებს, ნახატს და ა.შ.), ასევე ენობრივ მომენტებსაც: გაზეთის სათაურს, წინადადების სინტაქსურ წყობას, ენობრივ საშუალებებს და ა. შ. ავტორიც ყველა ამ ხერხს მიმართავს. (მაგ. ხან გრაფიკულად – ამა თუ იმ სიტყვის ხაზგასმით ან მთავრული ასოებით, ხან საკუთარი სახელების განსაკუთრებული ხაზგასმული ხმარებით). მაგ.: “If a swan had to die of H5N1, there couldn’t have been a better moment.” (Nicoll, **“One swan doesn’t make a pandemic”**, The Observer, April 9, 2006)); აი, კიდევ ერთი მაგალითი: “Dressed in black, the Queen said she was speaking from the heart and that Diana was an “exceptional and gifted human being”. (Ahmed, **“Queen breaks protocol and speaks to nation”**, The Guardian Weekly, September 14, 1997); (ნებისმიერი პროპოზიციული შინაარსის ილოკუციური აქტის დროს კორესპონდენტი გამოხატავს თავის დამოკიდებულებას, რომელიც ამ შინაარსს ეხება. მოცემულ შემთხვევაში ავტორის ორაზროვანი დამოკიდებულება ჩანს – ე. ბ.).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სამეტყველო აქტებთან მიმართებაში განხილვამ ცხადყო, რომ მათში რეალიზებულია ხუთივე ტიპის – რეპრეზენტატივების, დირექტივების, კომისივების, დეკლარაციებისა და ექსპრესივების ტიპის პირდაპირი და ირიბი სამეტყველო აქტები. აღსანიშნავია, რომ მათში გამოკვეთილად ყველაზე მეტი რეპრეზენტატივის ტიპის სამეტყველო აქტებია რეალიზებული, შემდეგ თითქმის თანაბარი რაოდენობით გვხვდება დირექტივებისა და კომისივების ტიპის სამეტყველო აქტები, შედარებით ნაკლებია დეკლარაციების ტიპის სამეტყველო აქტების რეალიზება. რაც შეეხება ექსპრესივებს, ის დეკლარაციების ტიპის სამეტყველო აქტებთან შედარებით უმნიშვნელოდ ნაკლები რაოდენობით გვხვდება.

როგორც წესი საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სამეტყველო აქტები წარმოდგენილია შესაბამის SAV- თან ერთად სხვადასხვა პირში აწმყო, ნამყო და მომავალ დროში. თუმცა განსაკუთრებით გამოიყოფა სამეტყველო აქტები, რომლებიც წარმოდგენილია პირველი პირის მსოფლობითი და მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელებით (გამოყვავით მეორე პირის ნაცვალსახელიც) SAV - თან ერთად (I, We, You + SAV აწმყო/ნამყო/მომავალი დროის მტკიცებით ან უარყოფით ფორმაში), რომლებიც ამავედროულად ექსპლიციტური პერფორმატივებიცაა: I suppose, I say, what I say, I say tonight, I demand, I think, I believe, I regard, I

mean, as I remember, I hope, I am afraid, I began to think, I concluded, I was given screaming instructions, I will be right upfront with you, I understand; მსგავსი სტრუქტურის მაგალითები მრავლად გვხვდება საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ასევე ხშირია სამეტყველო აქტის ზმნების უარყოფითი ფორმით წარმოდგენილი სამეტყველო აქტები: I don't believe, I don't think, I don't know, I wasn't scared, I wasn't having schooling, I don't think, I would not want, I wasn't bought, I couldn't keep up, I wasn't absolutely too sure და სხვ.

ვფიქრობთ, რომ I/We + SAV უარყოფით ფორმაში, იმის გარდა, რომ ილოკუციური ძალის გამომხატველია, მას შეიძლება გარკვეულწილად პერლოკუციური დატვირთვაც ჰქონდეს, სახელდობრ, ასეთი უარყოფითი სამეტყველო აქტის ზმნის შედეგი საპირისპიროა, ანუ ის რაღაცის მტკიცებაა – ავტორი რაღაცას არ ეთანხმება და ამით საპირისპიროს ამტკიცებს.

უნდა აღინიშნოს, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სამეტყველო აქტების რეალიზებისას მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს წინადადების ტიპებს და თემატურ წინადადებებს, მაგ.: “Kelly was trapped in ‘black hole’ of Whitehall machine”(Norton-Taylor, **“Brilliant scientist showered with praise”**, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 9); “Warning sounded after study of a million women”(Meikle, **“Hormone therapy doubles risk of breast cancer”**, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 11); “Tehran will ask for concessions in return for prisoners”(De Luce, **“Iran holds al-Qaida figures as US ‘bargaining chip’”**, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 7); “Impoverished Georgia fosters fatal form of TB” (Bird, The Guardian Weekly, August 14-20, 2003: 3); ამ მაგალითებიდან აშკარად ჩანს, რომ თემატურ წინადადებებს საკმაოდ მნიშვნელოვანი დატვირთვა აქვთ, რათა სამეტყველო აქტების ილოკუციური ძალა გამოხატონ.

განხილული სტატიების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ როცა საქმე საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებს ეხება, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება სათაურის ანალიზს. მხატვრულ ტექსტში სათაურის ასხნა წაკითხვამდე არ არის აუცილებელი, არც ის არის აუცილებელი, რომ მხატვრული ტექსტის სათაური ტექსტის ადეკვატური იყოს, რადგან ამ შემთხვევაში ინტერპრეტაციის მრავალგვარობა დასაშვებია. მაგრამ, საქმე სულ სხვაგვარად არის საგაზეთო სტატიებთან მიმართებაში, რადგან სტატიის სათაურს ადეკვატური აღქმა უნდა მოეძებნოს თავად სტატიაში, რადგან საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის სათაური უმეტეს შემთხვევაში სტატიის თემატური წინადადებაა. მხატვრული ტექსტისგან

განსხვავებით პუბლიცისტურში ინტერპრეტაცია იშვიათი გამონაკლისის გარდა ცალსახა უნდა იყოს და ამდენად, სტატიის ილოკუციური აქტი აშკარაა და თითქმის სტატიის ზედაპირზე დევს. ჩვენ მიერ განხილულ მაგალითებზე დაყრდნობით შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სტატიის სამეტყველო აქტის მის მანიფესტირებელ მიზანთან და ამ მიზნის განხორციელების მთელი რიგი პირობების მიმართება უმეტეს შემთხვევაში სტატიის სათაურშივეა წარმოდგენილი.

ნაშრომის შეზღუდვებიდან გამომდინარე, ჩვენ ვერ მოვიყვანთ სამეტყველო აქტებთან მიმართებაში ჩვენ მიერ განხილულ ყველა სტატიას, ამიტომ მოგვყავს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ჟანრობრივი ჯგუფებიდან თითო (ჩვენი აზრით მეტ-ნაკლებად საინტერესო) სტატიის ანალიზის ნიმუში.

საინფორმაციო ჟანრის პირველი სახეობაა **ცნობა**. ამ ნიშნით ავიღეთ ერთი სტატია: **“Glaxo to mass-produce human bird flu vaccine”** (Wachman, The Observer, April 30, 2006).

აღნიშნული სტატია შედის საინფორმაციო ქვეკლასის ობიექტურად მაინფორმირებელ ქვეჯგუფში, რადგან მისი *მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციია* – კონკრეტულ ფაქტზე (ამ შემთხვევაში ქათმის გრიპზე, მის საწინააღმდეგო ვაქცინაზე) ოპერატიულად და მოკლედ მოწოდებული ინფორმაცია.

უმადლესი საკომუნიკაციო ინტენციის გამოვლენის წესია – ინფორმირების საშუალებით ზემოქმედება (ანუ ის, რომ ორი სერიოზული კომპანია აქტიურად მუშაობს ქათმის გრიპის ვაქცინაზე; ერთია – გლაქსოსმისლაინი – ბრიტანეთის ფარმაკო-გიგანტი, რომელიც მზად არის დაიწყოს ვაქცინის მასობრივი წარმოება, მეორე – ფრანგული კომპანია სანოფი, რომელიც აგრეთვე აქტიურად მუშაობს ვაქცინაზე);

კომუნიკაციის შინაარსი – ახალი ამბავი ცალკეულ ფაქტზე (კერძოდ, კი – ქათმის გრიპზე, კომუნიკაციის შინაარსის ტიპია სოციალურად მნიშვნელოვანი ახალი ამბავი;

ადრესანტი – გაზეთის საინფორმაციო სამსახური, კონკრეტულად კორესპონდენტი – რიჩარდ უენჩმენი;

ადრესატი – კონკრეტული პირი, ანუ მკითხველთა მთელი აუდიტორია;

დროის დისტანცია მოვლენის დროსა და ადრესანტის/ადრესატის დროს შორის მინიმალურია.

სტატიის ილოკუციური მიზანი წერილის ბოლოშია მოწოდებული: “Sanofi of France is also working on a bird flu vaccine, but GSK’s \$2bn project is more advanced as it has come up with a formula for a “booster” which has eluded rivals.”

მოცემული ცნობის პრაგმატული შინაარსი სათაურშივე დევს. ამ შემთხვევაში, საგაზეთო სტატიების უმრავლესობის მსგავსად, სტატიის სათაური თემატური წინადადებაა, თუმცა აღნიშნული სტატიის ბოლოს გვაქვს მეორე უფრო მნიშვნელოვანი თემატური წინადადება/სტატიის ილოკუციური მიზანი.

აღნიშნულ სტატიაში ძირითადად რეპრეზენტაციისა და კომისივის ტიპის სამეტყველო აქტები შეგვხვდა. მაგ. რეპრეზენტაციის ტიპის სამეტყველო აქტი: “Garnier says: ‘They are keen to get things under way, investing in what is the equivalent of a half-finished house...’ ”

კომისიების ტიპის სამეტყველო აქტები: “Glaxosmithkline, the British drugs giant, *is ready to start* mass producing of vaccines to protect humans from bird flu...”; “Jean-Pierre Garnier, GSK’s chief executive, *will meet* President George Bush in the next fortnight to brief him about progress in developing a vaccine that would offer protection against the deadly strain of bird flu virus H5N1.”; “Sanofi of France *is also working* on a bird flu vaccine, but GSK’s \$ 2bn project is more advanced as it has come up with a formula for a ‘booster’ which has eluded rivals.” და სხვ.

სტატიაში შეგვხვდა რეპრეზენტაციებისა და კომისიების ტიპის მხოლოდ პირდაპირი სამეტყველო აქტები, რომლებიც გადმოცემულია თხრობითი წინადადებებით, რომლებშიც შესაბამისი სამეტყველო აქტების ზმნები გვხვდება: *is ready to start, will meet, says, to carry out, have ordered* (შეუკეთეს), *analysts say, has filed* და სხვ.

გამოყენებულია პერფორმატიული ზმნიზებებიც: *increasingly, already, alone, now, as early as, also* და სხვ. ვარაუდის, შესაძლებლობის ინტენციას აძლიერებს მოდალური ზმნა – *could*, რომელიც ხაზს უსვამს შესაძლებლობას, დაშვებას, ალბათობას, “სასურველობის (desirability)”-ს მომენტს. ეს მომენტია მთლიანად მთელი სტატიის პერლოკუციური მიზანი, კერძოდ მკითხველის დამშვიდება და დამაიმედებელი ინფორმაციის მიწოდება.

ანგარიშის ნიმუშია სტატია: **“Queen breaks protocol and speaks to nation”** (Ahmed, The Guardian Weekly, September 14, 1997);

აღნიშნული სტატია, როგორც ყველა ანგარიში შედის ობიექტურად მაინფორმირებელ ქვეჯგუფში, რადგან მისი *მადომინირებელი საკომუნიკაციო*

ინტენციაა – კორესპონდენტის მიერ გარკვეული მოვლენის, კერძოდ კი, პრინცესა დაიანას დაკრძალვის წინა დღეს, რადიოთი და ტელევიზიით ინგლისის დედოფლის მიმართვის შესახებ ოფიციალურ-საქმიანი კუთხით ინფორმაციის მიწოდება.

უმაღლესი საკომუნიკაციო ინტენციის გამოვლენის წესია – ინფორმირების საშუალებით ზემოქმედება.

კომუნიკაციის შინაარსი – დროის განსაზღვრულ მონაკვეთში მიმდინარე მოვლენა (დედოფლის სიტყვა და მისი ანალიზი, რომელიც წარმოდგენილია, როგორც ურთიერთმოქმედი ფაქტების უწყვეტი ჯაჭვი). კომუნიკაციის შინაარსის ტიპია სოციალურად მნიშვნელოვანი ახალი ამბავი;

ადრესანტი – კონკრეტულად კორესპონდენტი – ქემალ აჰმედი;

ადრესატი – გაზეთის მკითხველთა მთელი აუდიტორია;

დროის დისტანცია მოვლენის დროსა და ადრესანტის/ადრესატის დროს შორის მინიმალურია.

მოცემული სტატიის პრაგმატული შინაარსი – ილოკუციური მიზანი სტატიის ილოკუციური ძალის მხლოდ ნაწილია და სტატიის სათაურშივე თემატური წინადადებითაა წარმოდგენილი “Queen breaks protocol and speaks to nation”, (ჩემი აზრით აწმყო განუსაზღვრელი დროის ხმარებას სათაურში ემფატიკური მნიშვნელობა აქვს – ე. ბ.). ნებისმიერი პროპოზიციული შინაარსის ილოკუციური აქტის დროს, კორესპონდენტი გამოხატავს თავის გარკვეულ დამოკიდებულებას “Dressed in black, the Queen said she was speaking from the heart...”.

ილოკუციური მიზნის მისაღწევად, აღნიშნულ სტატიაში ცენტრალური ადგილი უდავოდ SAVs უჭირავთ, რომელთა უმრავლესობაც ამავე დროს ექსპლიციტური პერფორმატივებიცაა. ყველაზე გავრცელებული სტრუქტურაა: I / We + SAV აწმყო დროის მტკიცებითი ფორმა. მაგალითად, : “So what I say to you now, as your Queen and as a grandmother, I say from my heart.”; “I want to pay tribute to Diana myself”, “I admired and respected her...” სტატიაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ინგლისის დედოფლის მიერ ნაცვალსახელის – I – ხმარებას, სადაც I – მე – დედოფალს, ოფიციალურ პირს გულისხმობს. გვხვდება პირის ნაცვალსახელი We-ც, რომელიც ხალხს გულისხმობს.

სტატიაში შეგვხვდა სხვადასხვა ტიპის პირდაპირი სამეტყველო აქტები, რომლებიც გადმოცემულია თხრობითი წინადადებებით, რომლებშიც შესაბამისი სამეტყველო აქტების ზმნები გვხვდება.

რეპრეზენტაციების მაგალითები: “The Queen said she was speaking from the heart...”; “she said in the three-minute broadcast.”; “The Queen said the royal...”; “She said that there were many lessons to be learned from Diana’s life...”; “... said Lord Blake, the constitutional historian.”; “The palace said...”; “A Downing street spokesman said...”;

ექსპრესიები: “It is not easy to express a sense of loss”; “We have all felt those emotions in these last few days.”; “I admired and respected her – for her energy and commitment to others, and especially for her devotion to her two boys.”; “You have to admire her courage in circumstances that are very painful and difficult,” said Lord Blake, the constitutional historian.”; “We have all been trying in our different ways...”;

დეკლარაციები: “The Queen paid tribute to the Princess of Wales...”; “I want to pay tribute to Diana myself.”;

ასევე შეგვხვდა “გაურკვეველი ტიპის” სამეტყველო აქტები. შემდეგი მაგალითი შეიძლება რეპრეზენტაცივადაც ჩაითვალოს და დირექტივადაც: “So what I say to you now, as your Queen and as a grandmother, I say from my heart.”

შედარებით ცოტა, მაგრამ მაინც გამოყენებულია პერფორმატიული ზმნიზედები: never, in these last few days, closely.

ჩვენ მიერ მოტანილი სტატია იმითაც არის საინტერესო, რომ აქ აშკარად ჩანს ავტორის ინტენცია – “And in what seemed a blatant capitulation to public and media pressure, ...”; “Royal commentators described the moves as “cataclysmic.”; “The palace said the decision to make television address was not connected to newspaper headlines accusing the Queen of sticking too closely to protocol.”;

ყველა საგაზეთო სტატიის მსგავსად, აქაც გარკვეული მნიშვნელობა აქვს საკუთარი სახელის და ტიტულის ხმარებას. ინგლისის დედოფალს ჟურნალისტი ტიტულით მოიხსენიებს – The Queen. სტატიის დასაწყისში ავტორი პირველად ახსენებს პრინცესას – the Princess of Wales, რაც ამადლებულ და ოფიციალურ დისკურსზე მიუთითებს, შემდეგ კი, ყველგან უელსის პრინცესას, როგორც დედოფალი ასევე ჟურნალისტი სახელით მოიხსენიებს, რაც თბილი, არაოფიციალური დამოკიდებულების გამომხატველია: “Diana was...”; “I want to pay tribute to Diana”; “Diana’s life”, “Diana’s former home” და სხვ.

მინდა ერთ დეტალსაც შევეხო. რ. ფაულერი აღნიშნავს, რომ საგაზეთო სტატიებში ქალის და მამაკაცის აღწერის დროს მთხრობელი განსხვავებულ ლექსიკას მიმართავს. მაგ.: ჩვენს სტატიაში: Princess, the Queen, a grandmother ...; აღწერილია დედოფლის ჩაცმულობაც: “Dressed in black...”. ზოგიერთი ლინგვისტი

(მაგ. Robin Lakoff) თვლის, რომ ქალის მეტყველება უფრო თავაზიანია, ვიდრე მამაკაცის. "... the discourse of newspaper media handles men and women in terms of different sets of categories, different stereotypes. No doubt this differentiation reflects society's different ways of treating men and women..." (Fowler 1991: 105).

საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრის ქვეჯგუფში შედის **რეპორტაჟი**. ამ ნიშნით გამოვყოფთ სტატია-რეპორტაჟს: **"One swan doesn't make a pandemic"** (Nicoll, The Observer, April 9, 2006).

აღნიშნული სტატია შედის საინფორმაციო ქვეკლასის სუბიექტურად მაინფორმირებელ ქვეჯგუფში, რადგან მისი *მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციია* – კორესპონდენტის მიერ, მისი პირადი მონაწილეობის საფუძველზე გაკეთებული ობიექტური ინფორმაცია (კერძოდ, ქათმის გრიპით მკვდარი გელის შემთხვევა და ინფორმაცია ქათმის გრიპზე), რომლითაც გარკვეული წარმოდგენა იქმნება მოვლენის მიმდინარეობის შესახებ;

უმაღლესი საკომუნიკაციო ინტენციის გამოვლენის წესია – ინფორმირების საშუალებით ზემოქმედება;

რეპორტაჟის თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენციია – კომენტირება და მოვლენის შეფასება;

კომუნიკაციის შინაარსი – მოვლენა (ნაპოვნი მკვდარი გელი, ქათმის გრიპი), რომელიც ხასიათდება ქრონოლოგიური თანმიმდევრობით;

ადრესანტი – კორესპონდენტი (თვითმხილველი/მოვლენის მონაწილე);

ადრესატი – კონკრეტული პირი/მკითხველთა მთელი აუდიტორია;

მოცემული რეპორტაჟის პრაგმატული შინაარსი სათაურშივე დევს. ამ შემთხვევაში, საგაზეთო სტატიების უმრავლესობის მსგავსად, სტატიის სათაური თემატური წინადადებაა, თუმცა აღნიშნული სტატია მთავრდება კიდევ ორი თემატური წინადადებით – "We must do all we can to ensure H5N1 passes by. Otherwise, life is about to get that little bit worse."

აღნიშნულ სტატიაში ძირითადად რეპრეზენტატივისა და კომისივის ტიპის სამეტყველო აქტები შეგვხვდა. მაგ. რეპრეზენტატივის ტიპის პირდაპირი და ირიბი სამეტყველო აქტები: "Now Sir David King, Britain's chief scientific adviser, says..."; "The head of Scotland's National Farmers' Union said that... , he was talking about the long sheds of chickens..."; " 'You handle swans?' I ask with the usual astonishment a conversation with this friend produces. She replies: 'Nine days ago, I found one caught in a fence and had to release it. It was sick, but only because it had been caught in a fence. Where my behaviour will

change is if I come across a sick bird that allows me to approach it. Then I'd wear gloves and wash my hands afterwards.' ”;

კომისიების ტიპის სამეტყველო აქტები: “ ‘ *Will I still handle pheasants?*’ she replies. ‘Certainly. Woodcock? Geese? Yes. Swans? Yes.’ ”; “We must do all we can to ensure H5N1 passes by.”;

სტატიაში იყო დირექტივის ერთი მაგალითიც: “so parents *will have to explain* the danger to children.”

რეპრეზენტაციების, კომისიების და დირექტივის ტიპის სამეტყველო აქტები გადმოიცემა შესაბამისი სამეტყველო აქტების ზმნებით: to ask, to reply, to say, to talk, to explain, to do და სხვ.

გამოყენებულია პერფორმატიული ზმნიზედებიც: yet, already, now, და სხვ.

კატეგორიულობის ინტენციას აძლიერებს მოდალური ზმნა – must, have to.

გვხვდება პირობითი წინადადებებიც: “If a swan had to die of H5N1, there couldn't have been a better moment.”; “But if this strain becomes endemic in our wild birds, the handling of large numbers of dead birds by gamekeepers and game dealers will become a real concern.”

ამ სტატიაშიც, როგორც საინფორმაციო ჯგუფის სხვა სტატიებში, ცოცხალი დიალოგი არ შემდგარა, მაგრამ ის შედგა გადატანითი მნიშვნელობით, ანუ სამეტყველო აქტი განხორციელდა სტატიაში მოცემული ინფორმაციითა და მკითხველის მიერ ამ სტატიის წაკითხვის შედეგად, ე.ი. ენისა და სამყაროს, სტატიისა და მკითხველის ინტერაქციით მოდის სისრულეში სტატიის ილოკუციური მიზანი და პერლოკუციური შედეგი.

საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრის ქვეჯგუფში გაერთიანებულია **ინტერვიუც**, ანუ ინფორმაცია, რომელსაც თან ახლავს მესამე პირების მიერ მოვლენის კომენტარი. ამ ნიშნით განვიხილავთ სტატიას: “**Couple kept surrogate triplets a family secret**”(Knight, The Times, May 9, 1997).

აღნიშნული სტატია გაერთიანებულია საინფორმაციო ქვეკლასის სუბიექტურად მაინფორმირებელ ქვეჯგუფში, რადგან მის *მადომინირებელ საკომუნიკაციო ინტენციას* – თანამოსაუბრის დამოწმებით ინფორმირება, მოვლენის შესახებ ყველაზე უფრო მნიშვნელოვანი ცნობის გადმოცემა წარმოადგენს. აღნიშნულ მაგალითში ჟურნალისტი, ენტონი და ჯული კონების ისტორიის ფონზე სუროგატულ მეთოდზე მოგვითხრობს, რომლის წყალობითაც უშვილო წყვილი ერთდროულად სამი ბავშვის მშობელი გახდა.

უმადლესი საკომუნიკაციო ინტენციის გამოვლენის წესია – ინფორმირების საშუალებით ზემოქმედება;

ინტერვიუს თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენცია – არგუმენტირება და კომენტირება;

კომუნიკაციის შინაარსი – ფაქტი, მოვლენა (მოცემულ შემთხვევაში ის შეეხება სუროგატულ მეთოდს);

ადრესანტი – ინტერვიუს ობიექტები: კონების ოჯახი, ექიმი-პედიატრი ვივიენ ვან სომერენი და კორესპონდენტი ერთად;

ადრესატი – კონკრეტული პირი / მკითხველთა მთელი აუდიტორია;

მოცემული ინტერვიუს პრაგმატული შინაარსი სათაურშივე დევს. ამ შემთხვევაშიც, საგაზეთი სტატიების უმრავლესობის მსგავსად, სტატიის სათაური “*Couple kept surrogate triplets a family secret*” თემატური წინადადებაა. სათაური ტექსტის თავისებური ახსნაა, მაგრამ მთლიანად არა, რადგან სტატიის ავტორი მხოლოდ სუროგატ ტყუპებს და ოჯახურ საიდუმლოს ახსენებს და ამით იპერობს მკითხველის ყურადღებას. ასე, რომ სტატიის სათაური და ტექსტი ადეკვატურია, მაგრამ აბსოლუტურად იდენტური არა.

აღნიშნულ სტატიაში უამრავი რეპრეზენტაციის ტიპის სამეტყველო აქტი შეგვხვდა. მაგ.: “*The parents of surrogate triplets said...*”; “*they said they were so anxious...*”; “*Mr Cohn, 31, said they knew before...*”; “*Mr Cohn said..*”; “*...we knew we were going...*”; “*The couple were told...*”; “*...Mrs Cohn said.*”; “*We never thought...*”; “*The couple said...*”; “*... I think...*”; “*The Cohns admitted...*”; “*Dr Vivienne van Someren... , said ..*” და სხვ.

შეგვხვდა ორი დირექტივის (“*We wanted to have children that were genetically ours...*”; “*...they could not share their news with anyone...*”) და ორი ექსპრესივის ტიპის სამეტყველო აქტი: “*The couple were adamant that they had never worried that Mrs Keep would want to keep the babies.*”; “*... they were so anxious...*”;

მართალია, მოცემულ ინტერვიუში ძალიან ბევრი სამეტყველო აქტია, მაგრამ მათი უმრავლესობა ერთი და იმავე სამეტყველო აქტის ზმნებით არის გადმოცემული, ძირითადად: to say, to tell, to know, to think, to admit, to want.

სულ რამდენიმე პერფორმატიული ზმნიზედაა: never, already, now, so და სხვ.

ილოკუციური მიზნის მისაღწევად ავტორი იყენებს განსაზღვრულ ტერმინოლოგიას: surrogate triplets, surrogacy, womb, carry babies, produce eggs, genetically ours,

procedure, impregnated, fertilised eggs, the eggs divided, Caesarean section, three months premature, ante-natal babysitter და სხვ.

მოდალური ზმნა – could და მისი ეკვივალენტი – to be able to, ხაზს უსვამს ალბათობის/შესაძლებლობის ინტენციას: “... the couple felt they could not share their news with anyone...” ; “...they were able to pay only her basic expences.”

ამრიგად, ამ სტატიაში უამრავი სამეტყველო აქტი განხორციელდა. თუმცა აქ არ არის ცოცხალი ინტერვიუ, არ არის ავტორის შეკითხვები, მაგრამ მოვლენის მონაწილეთა მონათხრობი ციტირებულია და ეს გვაძლევს უფლებას აღნიშნული სტატია ინტერვიუდ მივიჩნიოთ და, შესაბამისად, სამეტყველო აქტიც განხორციელდებულად ჩავთვალოთ, რადგან დიალოგი მკითხველსა და მოვლენის მონაწილეებს შორის შემდგარი.

მართალია, საგაზეთო სტატიებში უშუალო სამეტყველო აქტი მისი ტრადიციული გაგებით არ ხორციელდება, მაგრამ უნდა აღვნიშნოთ, რომ ყველა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში იმპლიცირებულია მომენტი “I inform you”, სწორედ ეს უდევს საფუძვლად საგაზეთო სტატიებისადმი ჩვენებულ მიდგომას, რადგან ყველა სტატია და მოცემულ შემთხვევაში, ყველა საინფორმაციო სტატია თავის თავში გულისხმობს კონტაქტს, დიალოგს ავტორსა და მკითხველს შორის, ე. ი. ენიდან რეალობისკენ და რეალობიდან ენისკენ. ჩვენ ვთვლით, რომ ეს უკვე სამეტყველო აქტია. აი, ამიტომ, სტატიისა და მკითხველის ურთიერთობით შემდგარი სამეტყველო აქტით ვაღწევთ დასახულ მიზანს, სტატიის ილოკუციურ და შემდეგ პერლოკუციურ ფუნქციას.

აღსანიშნავია, რომ ყველა გაზეთს აქვს თავისი ინტერესების სფერო, ერთი და იგივე რამ სხვადასხვა კუთხით შეიძლება იყოს გაშუქებული სხვადასხვა გაზეთში. ის, რაც შეუქდება სერიოზულ პრესაში ნაკლებად აინტერესებს “The Sun”-ის მკითხველს, ყველა გაზეთს აქვს თავისი იდეოლოგიური პარადიგმები. მაგალითად: “... a crop failure in Meghalaya may be reported in the Times but almost certainly not in the Mirror. ... the Sun is known to be consistently hostile in its treatment of trades unions, and of what it calls ‘the loony left’; the Guardian is generous in its reporting of the affairs of CND” (Fowler 1991: 11).

ამრიგად, საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრის სახეობათა სიდრმისეული ანალიზისთვის საჭიროდ მივიჩნიეთ ამ სტატიების განხილვა სამეტყველო აქტებთან მიმართებაში, კერძოდ, ილოკუციური სამეტყველო აქტების თავისებურებათა გათვალისწინებით, რამდენადაც ზემოხსენებული საინფორმაციო საგაზეთო

ქანრის სახეობები წარმოვიდგინეთ, როგორც სამეტყველო აქტების სახესხვაობა ტექსტის დონეზე. ამის საფუძველად კი მივიჩნით ის ფაქტი, რომ საინფორმაციო საგაზეთო ქანრის სახეობები წარმოვიდგინეთ, როგორც ტექსტობრივი ერთეული, რომლის პრაგმატული მიზანდასახულობაა ინფორმაციის გადმოცემა და ზმნა პერფორმატივი იმპლიციურებულია ყველა მათგანში.

3. 2. დროულ-სივრცობრივ მიმართებათა თავისებურებები საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში

ნებისმიერი ტექსტის კვლევისას მკვლევართა უმრავლესობა გამოყოფს ისეთ უზოგადეს კატეგორიებს, რომლებიც სინამდვილის აღქმის ორგანულ, არსებით ელემენტებს წარმოადგენენ. მათ რიცხვს მიეკუთვნება დრო და სივრცე.

ნაწარმოებში დრო-სივრცის პრობლემისადმი სხვადასხვა მიდგომა არსებობს. ავტორები საკვლევ პრობლემას ორგვარად უდგებიან: ან წარმოვიდგინენ დროისა და სივრცის განუყოფელი ერთიანობის ანალიზს (მაგ.: მ. ბახტინი, ბ. მეილახი, მ. კაგანი, თ. მოტილიოვა და სხვები), ან იკვლევენ მხატვრული ქრონოტოპის შემადგენელ კომპონენტებს – დროს და სივრცეს – ცალ-ცალკე ერთმანეთისგან დამოუკიდებლად (მაგ.: ვ. ივანოვი, ბ. ეგოროვი, გ. ფრიდლენდერი).

ეჭვგარეშეა, რომ ის მკვლევარები, რომლებიც შესაძლებლად თვლიან დროისა და სივრცის კატეგორიების ცალ-ცალკე კვლევას, იზიარებენ ვ.ი. ვერნადსკის მოსაზრებას, რომ «и время, и пространство отдельно в природе не встречаются, они неразделимы. Мы не знаем ни одного явления в природе, которое не занимало бы части Пространства и части Времени. Только для логического удобства представляем мы отдельно пространство и отдельно время, только так, как наш ум вообще привык поступать при разделении какого-нибудь вопроса» (Вернадский 1974: 88).

ყველა ტექსტის მსგავსად საგაზეთო სტატია დინამიკური სტრუქტურაა და მისი დინამიზმი მქლავნდება გარკვეული სიუჟეტური ხაზის მოძრაობაში, რომელიც დროულ – სივრცობრივი ცვალებადობით, დროისა და სივრცის ერთიანობითაა წარმოდგენილი. დროის ნიშნები, თვისებები იხსნება სივრცეში და თავის მხრივ სივრცე იზომება და აღიქმება, გაიხსნება დროში.

აღსანიშნავია, რომ მხატვრული დროისა და სივრცის კვლევას ბევრი ნაშრომი მიეძღვნა. ეს საკითხი ანტიკურ რომანში შეისწავლა მ. ბახტინმა, თანამედ-

როგე დასავლურ რომანში – ტ. მოტილიოვამ, ლირიკაში – ბ. მეილახმა და ინგლისურ-ამერიკულ მოთხრობაში – რ. ენუქიძემ. ამიტომ, მიზანშეწონილად ჩავთვალეთ იმავე პრობლემის კვლევა გადმოგვეტანა საგაზეთო, კერძოდ, კი საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზის დროს, რადგან ვთვლით, რომ საგაზეთო სტატიაში დრო თავის მნიშვნელობას იღებს არა თავისთავად, არამედ, იმის მიხედვით, თუ რა კავშირშია იგი ნაწარმოების, ამ შემთხვევაში სტატიის სინამდვილის მეორე კომპონენტთან – სივრცესთან.

როგორც ცნობილია, საგაზეთო ტექსტი მიეკუთვნება კომუნიკაციის ისეთ ტიპს, რომელიც არ გულისხმობს ინფორმაციის გამგზავნისა და მიმღების პირად ნაცნობობას. მაგრამ, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მხოლოდ ორმხრივი სუბიექტურობის დიალექტიკური ერთიანობა ქმნის შესაძლებლად ენობრივ კომუნიკაციას. “სუბიექტურობის სფერო არ ამოიწურება ინტერსუბიექტურობით, იგი გაცილებით უფრო ფართოა და მოიცავს დროულ და სივრცობრივ მიმართებებსაც. ამიტომაც, რომ ენობრივი აბსტრაქციების გამოყოფისას ერთ-ერთ ძირითად კატეგორიად ნომინაციასა და პრედიკაციასთან ერთად მიიჩნევენ ლოკაციის კატეგორიას – ე.ი. მეტყველების დროსა და ადგილთან მოლაპარაკის მიმართებას” (რ. ენუქიძე 1984: 10).

ლოკაციის კატეგორია რეალიზებულია ყველა საგაზეთო სტატიაში. ლოკაციის აუცილებელი კოორდინატებია: სუბიექტი, დრო და სივრცე. მაშასადამე, ლოკაციის უნივერსალური მოდელი ასეთი სახით წარმოგვიდგება: სუბიექტი + დრო + სივრცე.

რა მიმართებაშია ტექსტის დრო ბუნებაში არსებულ ფიზიკურ, ანუ ობიექტურ დროსთან? ტექსტის დრო სუბიექტური, პერცეპტუალური დროის ელემენტებით ხასიათდება: სუბიექტური დრო პირადია და შეესაბამება კერძო, ფსიქოლოგიურ განცდას. ობიექტური დრო კი ზოგადია, რომელსაც სუბიექტური დროის სინქრონიზაციისთვის ვიყენებთ. ობიექტური დრო სწორხაზოვანია, რაც იმას ნიშნავს, რომ ის ხასიათდება, როგორც დროული ასპექტების (ნამყო, აწყო, მყოფადი) სწორ ხაზზე თანმიმდევრული განლაგება. ობიექტური დრო შეუქცევადია. სუბიექტური დრო კი შექცევადია, მას შეუძლია გამოსახოს დროული ასპექტების ნებისმიერი განლაგება და თანმიმდევრობა.

რა მიმართებაშია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის დრო გრამატიკულ დროსთან? სტატიის დროის გამოხატვის პრობლემა არ წარმოადგენს გრამატიკის პრობლემას. ზმნები შეიძლება აწყო დროის ფორმით იყოს გამოხატული, მაგ-

რამ მკითხველი გრძნობს, რომ საქმე ეხება წარსულს. ზმნები შეიძლება ნამყოფ დროში ან მომავალში იყოს, მაგრამ ასახული დრო აწმყო იქნება. გრამატიკული დრო და ლიტერატურული ნაწარმოების დრო შეიძლება არსებითად არ ემთხვეოდეს ერთმანეთს.

ტექსტის დროსა და გრამატიკულ დროს შორის არსებობს იერარქია; ტექსტის დრო უფრო მაღალი რანგის კატეგორიაა, რომელიც გრამატიკულ დროს იყენებს, როგორც მისი გამოხატვის ერთ-ერთ ფორმას.

რეალური დრო და რეალური სივრცე აირეკლება პერცეპტუალური დროისა და პერცეპტუალური სივრცის მეშვეობით. პერცეპტუალური დრო გაცილებით მეტ სუბიექტურ ელემენტს შეიცავს, ვიდრე პერცეპტუალური სივრცე, მაგრამ ეს სუბიექტური ელემენტი, რომელიც ართულებს რეალური დროის მოდელირება-შესწავლას, მხატვრული დროის ერთ-ერთი ყველაზე არსებითი მახასიათებელია.

სტატიის სივრცე ძირითადად იმავე ნიშნებით ხასიათდება, რითაც რეალური სივრცე (ტოპოლოგიური თავისებურებანი: სამგანზომილებიანობა, უწყვეტობა, მეტრიკული თავისებურებანი: მეტრიკა, იზოტროპულობა). თუმც მას აქვს რეალური სივრცისგან განმასხვავებელი ნიშნებიც. მხატვრული სივრცე არ არის მხოლოდ ის ადგილი, სადაც ხდება მოქმედება. «Место действий - это не только описание пейзажа или декоративного фона. Весь пространственный континуум текста, в котором отображается мир объекта, складывается в некоторый топос» (Лотман 1970: 230). საგაზეთო სტატიებში სივრცეს ორგვარი ადქმა ეძლევა: სტატიების ნაწილში სივრცე მხოლოდ ადგილის მითითებაა; ხოლო მეორე ნაწილში მას უფრო მეტი მნიშვნელობა ენიჭება.

ახლა, როდესაც ახალი ამბები მუდმივი ყოველდღიურობაა, ის ფაქტი, თუ, როდის ხდება მოქმედება (ანუ “When?”) უფრო მეტ მნიშვნელობას იძენს ჟურნალისტებისთვის, ვიდრე მკითხველისთვის. რადგან, ჟურნალისტი ცდილობს მაქსიმალურად სწრაფად მოგვაწოდოს ინფორმაცია მომხდარის შესახებ. ჩვენ მიერ განხილული სტატიებიდან ეს მომენტი უმეტესწილად ცნობას, რეპორტაჟსა და ინტერვიუს შეეხება.

“Timeliness” operates not by Greenwich mean time but by a cultural clock, a subtle and unspoken understanding among journalists about what is timely and what events are genuinely “new” (Manoff, Schudson (eds) 1987: 82).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზი გვაძლევს საშუალებას დავასკვნათ, რომ თუმცა ნებისმიერი საინფორმაციო საგაზეთო სტატია (განსაკუთ-

რებით კი პირველ გვერდზე გამოქვეყნებული სტატიები) ასახავს მოვლენებს (უმეტესად ბოლო 24 საათში მომხდარ ფაქტებს), ის მაინც გარკვეულწილად ორიენტირებულია უფრო ფართო და უფრო რთულ, ღრმა დროის პერიოდთან, რომელსაც ჟურნალისტი გვთავაზობს.

ანალიზისთვის ავიღოთ რეპორტაჟი: **“In Search of Hitler’s Hidden Women”** (Traynor, The Guardian Weekly, April 27, 1997).

სტატია მოგვითხრობს პატარა სოფელში მცხოვრებ 79 წლის ქვრივ ქალზე, რომელიც ნაცისტურ საკონცენტრაციო ბანაკში მსახურობდა და მრავალი დანაშაული აქვს ჩადენილი კაცობრიობის წინაშე. მართალია, ინფორმაცია სასამართლო პროცესის შესახებ სტატიის გამოქვეყნებამდე უახლოეს დროის მონაკვეთზე მიუთითებს, მაგრამ ცოტა რამ იქნებოდა ამ მონათხრობში გასაგები, თუ მკითხველს არ ეცოდინებოდა ნაცისტური საკონცენტრაციო ბანაკების შესახებ, რომლებიც 65–66 წლის წინ არსებობდა.

ამ ტიპის სტატიებისთვის დამახასიათებელია ის, რომ ისინი ირჩევენ ბოლო ერთ-ორ დღეში მომხდარ მოვლენას, მაგრამ შემდეგ დროის მონაკვეთი რეტროსპექტულია და შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ბევრი ახალი ამბავი საერთოდ არ იქნებოდა საინტერესო აღსაქმელი, თუ მას გარკვეული ისტორიული სიღრმე, ისტორიული კონტექსტი არ ექნებოდა. ეს ე.წ. ბიოგრაფიული დროის შეგრძნება, რომელსაც ფესვები მკითხველისა და ავტორის წარსულში აქვს გადგმული, სტატიის დროის ერთ-ერთ ფუნდამენტურ განზომილებას წარმოადგენს.

ჩვეულებრივ თვითმფრინავის უსაფრთხოებაზე ყოველდღიურად სტატიები არ იბეჭდება, მაგრამ საკმარისია მოხდეს რაიმე აფეთქება, ან კარტასტროფა, გაზეთებში უმაღლესი განხილვა სტატიების ციკლი, რომელიც საჭირო კატასტროფების, განსაკუთრებით კი, თვითმფრინავების უსაფრთხოების შესახებ მოგვითხრობს.

როგორც ვიცით, დროის განსხვავებული განზომილებები, რომელიც პირველ გვერდზე გამოქვეყნებულ სტატიებშია, განსხვავდება იმის მიხედვით, თუ რა შინაარსისაა (სიუჟეტისაა) ამბავი. ის დამოკიდებულია იმ ადამიანების განზრახვასა და განათლებაზე, რომლებიც ამ ისტორიას მოგვითხრობენ, გაზეთის (მკითხველის) დონეზე და ა.შ. ამ განზომილებებიდან, როგორც უკვე აღვნიშნეთ ნაშრომის მეორე თავში, უეჭველად ცხადია მხოლოდ ორი განზომილება: ა) ადამიანის ცხოვრების პერიოდი/სიცოცხლის ხანგრძლივობა (ე.წ. “lifetime”) და ბ) იმის შემდგომი პერიოდი (“postwar world”).

ყველა კვება, მაგრამ სიცოცხლის ხანგრძლივობა თითოეულ ადამიანში ასოცირდება რაღაც გარკვეულ დროის პერიოდთან. ამიტომაც, რომ სტატია ახალგაზრდის სიკვდილის, მკვლელობის ან გმირული დაღუპვის შესახებ იქცევა ჩვენს ყურადღებას.

ასამდე განხილული სტატიის ანალიზი საშუალებას გვაძლევს დავასკვნათ, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში აღწერილი დროის განზომილებები დროის სხვადასხვა გრამატიკული კატეგორიებითაა გადმოცემული: კერძოდ, კი –

ა) წარსული დროის ხმარება მიგვითითებს პირველ გვერდზე გამოქვეყნებული სტატიების სიღრმისეულ წვდომას წარსულში.

ბ) განგრძობითი დრო – ახალ ამბავს აგვიწერს, როგორც მიმდინარე მოვლენას.

გ) მომავალი დროის ხმარება კი საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ხვალისდელ დღეზე მიგვანიშნებს.

როგორც წესი, გაზეთი კომენტარს არ აკეთებს მომავალზე. რა შემთხვევებში გვხვდება მომავლის ფორმები? მაგალითისთვის შემდეგი შემთხვევებიც კმარა:

საკმარისია ახლოვებოდეს შობა, ან მაღლიერების დღე, რომ შესვლით სხვადასხვა რეცეპტებს იმაზე, თუ, როგორ უნდა მომზადდეს ამ დღისთვის აუცილებელი სადილი; ისინი, ვინც სპორტულ გვერდს ამზადებენ, სპეკულირებენ იმის პროგნოზებით, თუ ვინ იქნება გამარჯვებული ამა თუ იმ სპორტულ შეჯიბრებაში.

დიდი პოლიტიკური მნიშვნელობა ენიჭება იმ შემთხვევებს, როდესაც გაზეთი თავისი პროგნოზით (ვგულისხმობთ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებს) წინ უსწრებს რაიმე სადავო პოლიტიკურ საკითხს, ან ქმნის საზოგადოებრივ აზრს (თუმცა აქვე უნდა მივუთითოთ, რომ ამგვარი სტატიების დიდი ნაწილი ანალიზურ სტატიებს მიეკუთვნება) რაიმე მოვლენაზე, რომელიც მოგვიანებით საზოგადოებრივი მსჯელობის საგანი გახდება.

ასევე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ გვხვდება ისეთი საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები, რომლებიც მოგვითხრობენ წარსულის გარკვეულ მოვლენაზე, რომელზეც რაიმე წარმოდგენა იარსებებს მომავალში. ე.ი. რეპორტიორები მომავლის რაკურსით ხშირად წერენ წარსულის შესახებ.

ამგვარი სტატიების კიდევ ერთი ნაწილი წარსულის ხდომილებებს გადმოგვცემს მომავლის ფორმებით. ეს ხშირია ეკონომიკური მაჩვენებლების ამსახველ

სტატიებში, თუმცა შეგვხვდა განსხვავებული თემატიკის სტატიაშიც: **“Blair sets out to soothe anxious middle classes”** (Webster, The Times, June 7, 2000). მაგ: “Mr Blair will acknowledge that...”; “Mr Blair, who spent much of his two weeks’ paternity leave preparing the speech, will say that...”; “The main purpose of his Government, he will add, is...”; “Although Mr Blair will refer again today to the “forces of conservatism and reaction standing in the way of change”, his support for...”; “He will say that the key to Britain’s revival is...”; “In an attempt to support Mr Brown’s “opportunity for all” theme, Mr Blair will add that only a meritocratic society can fully exploit its economic potential: “The age of true equality...”; “Mr Blair will also announce that a...”; “There will also be fresh spending on a drive to improve adult literacy, Mr Blair will say.”; “He will also promise that...” და ა.შ. უთუოდ სტატიის ავტორს გრამატიკული მომავლის ფორმების ნამყოს ნაცვლად გამოყენება მეტი ექსპრესიულობის გადმოსაცემად დასჭირდა.

გაზეთი არა მარტო იყენებს დროს, არამედ “ინახავს” დროს თავისი მკითხველისთვის. ასევე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ კვირის გაზეთი, როგორც ეს უკვე აღვნიშნეთ სემანტიკურ მაჩვენებლებზე საუბრისას, ცოტათი განსხვავდება ყოველდღიური გაზეთებისგან, რადგან ჟურნალისტმა იცის, რომ მკითხველს უფრო მეტი თავისუფალი დრო აქვს წასაკითხად.

როგორც ვიცით, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ყოველწლიურად აისახება ტრადიციული ან ეროვნული დღესასწაულები: სტატიები ახალ წელზე, საშობაო ისტორიების ჯაჭვი და ა.შ.; საინფორმაციო სტატიებით, რომლებიც პიროვნებების, დაწესებულებების იუბილეებს ან სხვა მოვლენების წლისთავებს შეეხება, გარკვეულად ისტორიის ნაწილი იქმნება.

ამრიგად, ჩვენ შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის დრო წარმოადგენს ობიექტური რეალური დროისა და პერცეპტუალური (ანუ არალინეალური) დროის ელემენტების სინთეზს.

დროსთან ერთად სტატიის კითხვისას წამოიჭრება მეორე შეკითხვა – “სად?” (“Where?”), იმის მიხედვით, თუ მონათხრობში, როგორ არის გაცემული პასუხი შეკითხვაზე “სად?”, საინფორმაციო საგაზეთო სტატია წარმოაჩენს ბევრ განსხვავებულ ფუნქციას (დანიშნულებას), რომელიც გამოყვავით და განვიხილეთ მეორე თავში ჩატარებული სემანტიკური კვლევის დროს. სივრცობრივი ელემენტის ექვსი ასეთი ფუნქცია/დანიშნულებაა:

1. ადგილი, როგორც ავტორიტეტი (Place as Authority).
2. ადგილი, როგორც ინფორმაცია (Place as Information).

3. ადგილი, როგორც სოციალური კავშირი (Place as Social Connection).
4. ადგილი, როგორც სიუჟეტური ქარგა (Place as Setting).
5. ადგილი, როგორც სუბიექტი, საუბრის თემა (საგანი) (Place as Subject).
6. ადგილი, როგორც გეოპოლიტიკა (Place as Geopolitics).

როდესაც საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ნახსენებია ადგილი, ეს იმაზე მეტს გვამცნობს, ვიდრე უბრალო ფაქტს, რომელიც ამ მოვლენის ადგილმდებარეობას, გეოგრაფიულ გარემოს შეეხება. უნდა აღვნიშნოთ, რომ ადგილი გარკვეულ ავტორიტეტს წარმოადგენს. ძალზე მნიშვნელოვანია საიდან კეთდება ესა თუ ის საინფორმაციო სტატია, რადგან გეოგრაფიულმა გარემომ, ქვეყნის პოზიციამ შეიძლება ერთი და იმავე თემაზე განსხვავებული სტატიები მოგვცეს.

რაც შეეხება ადგილს, როგორც ინფორმაციას, ის ჩვეულებრივ გვხვდება გაზეთის გარკვეულ ნაწილში, კერძოდ კი, როგორც ეს “Where?” (“სად?”) სემანტიკურ მახეწებელზე საუბრისას აღვნიშნეთ, “weekend”-ის განყოფილებაში, რომელშიც შედის მოგზაურობისა და უძრავი ქონების გვერდი (სვეტი), ან ისეთი განყოფილები, როგორიცაა “Currents” ან “Living”, იგივე რამ ახასიათებს საგაზეთო განცხადებებს.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების დიდი ნაწილი ეხება პოლიტიკურ მოვლენებს, თუმცა საკმაო რაოდენობითაა ყოფითი თემატიკაც. ამიტომ, აუცილებლად უნდა ვთქვათ, რომ აქ მთავარი ფაქტორია კონკრეტული გაზეთის ინტერესის სფერო, რადგან, როგორც არაერთგზის აღვნიშნეთ, ერთი და იგივე ინფორმაცია სხვადასხვა კუთხით შეიძლება იყოს გაშუქებული სხვადასხვა გაზეთში.

როდესაც ვამბობთ, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიას აქვს სოციალური კავშირის ფუნქცია ჩვენ ვგულისხმობთ იმას, რომ ამგვარი სტატიები და საერთოდ გაზეთი საზოგადოების ჩამომყალიბებელია.

განხილული სტატიების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ, როგორც ნებისმიერ სტატიათა უმრავლესობას, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებსაც აქვს გარკვეული სიუჟეტური ჯაჭვი, სიუჟეტური დინამიკა. შეიძლება მხოლოდ ერთი სტატიის შიგნით იყოს გარკვეული სიუჟეტი, მაგრამ უმეტესად, ეს არის რაიმე მოვლენაზე (მაგ. პრინცესა დაიანაზე, ქათმის გრიპზე ან რომელიმე ტერორისტულ აქტზე) გარკვეული დროის მანძილზე (რამდენიმე დღე, კვირა, თვე) გამოქვეყნებულ სტატიათა მთელი ჯაჭვი, რომელიც ფაქტს, მოვლენის განვითარებას, შედეგს და ა. შ. მოიცავს.

და ბოლოს, აუცილებლად უნდა აღვნიშნოთ, რომ ადგილი ზოგჯერ არის საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა მთავარი, არსებითი საგანი. (მაგ. თუ ავიღებთ ამერიკაში 11 სექტემბერს მომხდარ ტერორისტულ აქტს, ან სტატიებში ერაყზე, ამ მოვლენების ამსახველ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა დიდი ნაწილი მთლიანად პასუხობს შეკითხვაზე – “სად?” – “Where?”).

რა დროს გვხვდება ადგილზე (სივრცობრივ ელემენტზე) ყურადღების გამახვილება ნებისმიერი ჟანრობრივი სახეობის (იქნება ეს ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი თუ ინტერვიუ) საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში? მაშინ, როდესაც სტატია შეეხება რაიმე ეროვნულ მოვლენას, როდესაც ადგილი არის პოლიტიკური დავის, პოლემიკის საგანი და განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც საქმე საერთაშორისო პოლიტიკას შეეხება, სადაც ამა თუ იმ ქვეყნის საგარეო პოლიტიკაში დომინირებული “გეოპოლიტიკური” პერსპექტივა მოიცავს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა უმრავლესობას.

საგაზეთო სტატიათა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ დროულ-სივრცობრივი მიმართებები სტატიის შინაარსის განსაზღვრის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მახასიათებელია. შესაბამისად, დროულ-სივრცობრივი კოორდინატების შეცვლამ შეიძლება სტატიის შინაარსის ცვლილება გამოიწვიოს. სწორედ ამიტომ ითვლება დრო და სივრცე საგაზეთო სტატიების ინტერპრეტაციის დროს ერთ-ერთ გადამწყვეტ ფაქტორად.

ამგვარად ჩატარებულმა კვლევამ ცხადყო, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტექსტი ყალიბდება ავტორისა და მკითხველის ურთიერთობაში (ეს ტექსტის გაგების პროცესუალურ – დინამიკური კონცეფციის ერთ-ერთი გამოვლენაა). საინფორმაციო ტიპის სტატიის კითხვის დროს “ადგილობრივი” მკითხველისთვის სივრცის (ადგილის) მცირე დეტალით აღნიშვნაც კი (ქუჩის სახელი, შენობის სახელი) გასაგებს ხდის მოქმედების ადგილს, “უცხო” მკითხველისთვის კი საჭირო ხდება უფრო ზოგადი სივრცობრივი მნიშვნელობის მქონე ელემენტის მინიშნება. რაც შეეხება საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებულ დროს, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, იგი წარმოადგენს ობიექტური (ფიზიკური) დროის და პერცეპტუალური (ფსიქოლოგიური) დროის ელემენტების სინთეზს.

3. 3. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა დეიქტური ორგანიზაცია

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის პრაგმატულ თავისებურებათა დადგენის მიზნით მიზანშეწონილად მიგვაჩნია დეიქტური მახვენებლების ტრანსკონირება ტექსტის (ჩვენს შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის) დონეზე და ამ მოდელის შევსება იმ დეიქტური კომპონენტებით, რომელთა ერთობლიობა მეტნაკლებად სრულად წარმოგვიდგენს ამ ტიპის სტატიათა კონცეპტუალურ მოდელს.

დეიქსისი პრაგმატიკის (მიკროპრაგმატიკის) უმნიშვნელოვანესი ასპექტია.

დეიქსისი ემსახურება ენასა და კონტექსტს შორის დამოკიდებულების ასახვას ენაში არსებული სტრუქტურების მეშვეობით. როგორც ჯ. იული განმარტავს : “**Deixis** is a technical term (from Greek) for one of the most basic things we do with utterances. It means ‘pointing’ via language. Any linguistic form used to accomplish this ‘pointing’ is called a **deictic expression**...Deictic expressions are also sometimes called **indexicals**” (Yule 1997: 9). როჯერ ფაულერის მიხედვით: “Deixis in language consists of the devices which link a text with the time and place of communication and with the participants; which ‘orient’ speaker and addressee in relation to the content of the discourse” (Fowler 1991: 63).

ტერმინი ნასესხებია ბერძნულიდან და ნიშნავს “მითითებას” ან “ჩვენებას”. აქედან გამომდინარე, დეიქსისი ძირითადად გამოხატულია ჩვენებითი ნაცვალსახელებით, პირველი და მეორე პირის ნაცვალსახელების, ზმნის დროის კატეგორიისა, დროის და ადგილის ზმნიზედებით და მრავალფეროვანი გრამატიკული ფორმებით, რომლებიც გამონათქვამის გარემოებას პირდაპირ ებმის.

ენათმეცნიერთა შორის აზრთა სხვადასხვაობა იმის თაობაზე, დეიქსისი სემანტიკას მიეკუთვნება, თუ პრაგმატიკას. ერთნი მას სემანტიკის ძირითად ნაწილად მიიჩნევენ. მეორენი, ს. ლევინსონის მსგავსად, თვლიან, რომ “...deixis belongs within the domain of pragmatics, because it directly concerns the relationship between the structure of languages and the contexts in which they are used” (Levinson 1983/repr. 1994: 55).

შეიძლება პირის, დროისა და ადგილის დეიქსისის როლი მართლაც სადავო იყოს, მაგრამ, ეჭვს გარეშეა, რომ დისკურსის/ტექსტის და სოციალური დეიქსისი

სცილდება ჭეშმარიტება-პირობითობაზე დამყარებული სემანტიკის სფეროს და მიეკუთვნება პრაგმატიკას.

დეიქტური ინფორმაციის (deictic information) მნიშვნელობის საუკეთესო ილუსტრირება ხდება მაშინ, როდესაც ჩვენ ვხედავთ, რა შეიძლება მოხდეს, როდესაც არ არსებობს ასეთი ინფორმაცია (Fillmore, იხ. S. Levinson 1983/repr. 1994: 54).

დეიქსისის თემა, ანუ ინდექსური გამოთქმები (indexical expressions), ან უბრალოდ “ინდექსიკალები” (indexicals), შეიძლება განხილული იქნას იმის მიხედვით, თუ როგორი დამოკიდებულება აქვს სემანტიკას ზოგიერთი ენობრივი გამოთქმების მიმართ (Levinson, 1983/repr. 1994: 55). დეიქტური გამოთქმები განიხილება მთქმელის კონტექსტში, ანუ **დეიქსისის ცენტრად** მიჩნეულია მთქმელის ლოკაცია და ყოველგვარი ინდექსური გამოთქმა მასთან მიმართებაში დგინდება.

ისტორიული ფაქტების გარდა, ჩვენ უნდა ვიცოდეთ განსაზღვრული დეტალები კონტექსტის შესახებ, რომელშიც აღნიშნული აზრი, მოსაზრება გადმოიცა. ამიტომ, ნათქვამის მნიშვნელობა, ეს არის ფუნქცია კონტექსტიდან წინადადებად.

თუ ჩვენ ვიმსჯელებთ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების იმ დეიქტურ გამოთქმებზე, რომლებიც მოვლენის სპეციფიკური საკითხების საფუძველშივე დევს, მაშინ ჩვენ შეგვიძლია გამოვყოთ ის ძირითადი არსებული ელემენტები, რომლებიც **დეიქტურ ცენტრს** ქმნიან.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ეს ფუნდამენტური ელემენტები შემდეგნაირად შეიძლება ჩამოვაყალიბოთ:

1. სტატიის ცენტრალური პიროვნება ან მთხრობელი – სტატიის ავტორი ან რეპორტიორია, ან უშუალოდ მოვლენის მონაწილეა.
2. ცენტრალური დრო, ეს ის დროა, როდესაც მოსაზრებ/მთხრობელი თავის მოსაზრებას აყალიბებს – ანუ მოვლენის დრო.
3. ცენტრალური ადგილი – ადგილი, საიდანაც სტატიის ავტორი გვაწვდის ინფორმაციას (მაგ. ინტერვიუს ან რეპორტაჟის დროს) ან თავად მოვლენის ადგილი (მაგ. ცნობის და ანგარიშის შემთხვევაში).
4. დისკურსის ცენტრი - ადგილი, საიდანაც სტატიის ავტორი გვაწვდის ინფორმაციას (ე.ი. მოქმედების, მოვლენის ადგილი).
5. სოციალური ცენტრი – სტატიის ავტორის სოციალური სტატუსი და რანგი ადრესატის ან რეფერენტის სტატუსთან და რანგთან მიმართებაში.

განსხვავებენ დეიქტური გამოთქმების (deictic expressions) ორგვარ გამოყენებას: *რეფერენციულს/მოქმელის რეფერენციას* (referential use), როდესაც ამა თუ იმ აღწერილობის მქონე კონკრეტული პიროვნება გვყავს მხედველობაში და *ატრიბუტულს* (attributive use) /*განსაზღვრებითს* – რაც/ვინც მიესადაგება ამა თუ იმ აღწერილობას. ამგვარად, შეიძლება განვასხვავოთ მოქმელის რეფერენცია სემანტიკური (განსაზღვრებითი) რეფერენციის საპირისპიროდ.

ჯ. მეისგან განსხვავებით, ჯ. იული დეიქსისის სამი ტრადიციული (პირის, ადგილის და დროის person deixis, spatial deixis და temporal deixis) კატეგორიის გარდა მეოთხე კატეგორიასაც (social deixis) ახსენებს. ჯ. იულისგან განსხვავებით, ს. ლევენსონს ადგილის, დროის და სოციალური დეიქსისის გარდა, ჯ. ლაიონსზე დაყრდნობით შემოაქვს დისკურსის/ტექსტის (discourse or text deixis) კატეგორიის ცნებაც.

ჩვენც ვეთანხმებით ს. ლევენსონის მოსაზრებას და ვოვლით, რომ დეიქსისის კატეგორიებად დაყოფისას უნდა გამოიყოს ხუთივე – პირის (person), ადგილის (place/spatial), დროის (time/temporal), ტექსტის/დისკურსის (text/discourse) და სოციალური (social) დეიქსისის კატეგორიები.

პირის დეიქსისი (Person Deixis) ეხება მონაწილის როლის გადმოცემას სამეტყველო ხდომილებაში. პირის დეიქსისი პირდაპირ გამოიხატება პირის გრამატიკული კატეგორიით. ამ კატეგორიის გამომხატველი საშუალებები, უმთავრესად პირის ნაცვალსახელებია შესაბამის პრედიკატულ შეთანხმებებთან ერთად. (I პირის კატეგორია გამოხატავს მოქმელის რეფერენციას თავის თავზე. II პირი გამოხატავს მოქმელის რეფერენციას ერთ ან რამდენიმე ადრესატზე, III პირის კატეგორია მიუთითებს რეფერენციას იმ ერთეულებზე თუ პირებზე, რომლებიც ამა თუ იმ კონკრეტული გამონათქვამის არც ადრესატები და არც მოქმედები არ არიან).

თუმცა პირის დეიქსისი პირდაპირ აისახება პირის გრამატიკულ კატეგორიაში, ს. ლევენსონი თვლის, რომ საჭიროა განვაავითაროთ შესაძლო მონაწილეთა დამოუკიდებელი პრაგმატული ჩარჩო, რომელშიც ნაჩვენები იქნება, რომ **მოქმელი ანუ ორატორი** (spokesman) შეიძლება განსხვავდებოდეს გამონათქვამის **წყაროსგან** (source), **რეციპიენტი** განსხვავდებოდეს **სამიზნესგან** (target), და **მსმენელები ან, შემსწრეები / მოწმეები** (bystanders) კი – ადრესატებისაგან ან

სამიზნეებისაგან და ზოგჯერ ეს განსხვავებები არც თუ ისე აშკარად არის გრამატიკულად გადმოცემული.

დროს/ტემპორალური დეიქსისი (Time/Temporal Deixis) გამოხატავს ტემპორალურ მომენტებსა და მონაკვეთებს, გამონათქვამის ზეპირად ან წერილობით (ჩვენს შემთხვევაში წერილობით) გადმოცემის დროსთან მიმართებაში. ამ უკანასკნელს ს. ლეინსონი კოდირების დროს – Coding Time-ს (CT-ს) უწოდებს, რომელიც შეიძლება განსხვავდებოდეს მიღების დროისგან – Receiving Time (RT). იმ შემთხვევებში, როდესაც მიჩნეულია, რომ RT უდრის CT-ს (საგაზეთო სტატიის შემთხვევაში ეს თანხვედრა ხდება თუ არა, ამას სხვა დროს განვიხილავთ, რადგან ამჯერად ეს არ არის ჩვენი კვლევის საგანი), საუბრობენ **დეიქტურ სინქრონულობაზე** (deictic simultaneity). იმ შემთხვევაში, თუ სინქრონულობა, ან თანხვედრა არ ხდება (მაგ. მასმედიის ზოგიერთი შემთხვევა), არჩევანი უნდა გაკეთდეს იმასთან დაკავშირებით, დარჩეს თუ არა დეიქტური ცენტრი (deictic centre) მოქმელსა და CT-ზე, თუ მან უნდა გადაინაცვლოს ადრესატსა და RT-ზე.

ადგილის/სივრცობრივი დეიქსისი (Place/Spatial Deixis) ეხება სივრცობრივი ადგილმდებარეობის გამოხატვას სამეტყველო ხდომილებებში მონაწილე სუბიექტთა მდებარეობასთან მიმართებაში. ენათმეცნიერები განასხვავებენ **პროქსიმალურ/Proximal** (მოქმელთან, მოსაუბრესთან ახლოს) და **დისტალურ/Distal** (არაპროქსიმალურ, ზოგ შემთხვევაში ადრესატთან ახლოს) კატეგორიებს. ადგილის დეიქსისი ძირითადად გამოხატულია ჩვენებითი ნაცვალსახელებით, (this – that), ადგილის დეიქტურ ზმნიხედებში (here – there) და მოძრაობის გამომხატველი ზმნებით (come – go), რომლებიც თავის თავში მოიცავენ არსებულ დეიქტურ კომპონენტებს (built-in deictic components) (Levinson 1983/repr. 1994: 83).

ადგილის დეიქსისის განხილვისას აუცილებელია გვახსოვდეს, რომ ლოკაცია შეიძლება განხორციელდეს მოქმელის პოზიციიდან, როგორც გონებით, ისე ფიზიკურად: მოქმელმა შეიძლება გონებით გადაიყვანოს თავისი თავი სხვა ადგილას, და ეს ხდება მანამ, სანამ ის ფაქტობრივად არ აღმოჩნდება იმ ადგილას. აქედან გამომდინარე, სივრცობრივი დეიქსისის პრაგმატულ საფუძველს, ფაქტობრივად, **ფსიქოლოგიური მანძილი** (psychological distance) წარმოადგენს. (Yule 1997: 13), რამეთუ ფიზიკურად ახლო საგნები მოსაუბრის მიერ ფსიქოლოგიურად ახლო მდებარედ აღიქმება, ხოლო ფიზიკურად შორს – ფსიქოლოგიურად შორეულად, თუმცა არის შემთხვევები, როდესაც მოქმელს

სურს, რომ ფიზიკურად ახლო მდებარე საგანი ფსიქოლოგიურად შორეულად მიიჩნიოს.

ლოკაციური განსაზღვრის მნიშვნელობა განპირობებულია იმ ფაქტით, რომ არსებობს ორი ძირითადი გზა საგანზე მითითების – ერთი მხრივ მათი აღწერის, ანუ დასახელების/ნომინაციის მეშვეობით, მეორე მხრივ კი მათი ლოკაციის მეშვეობით. (Lyons 1977: 648).

სოციალური დეიქსიზი (Social Deixis) – ასახავს სოციალურ განსხვავებათა კოდირებას მონაწილეთა როლებთან მიმართებაში, კერძოდ, მთქმელსა და ადრესატს/ადრესატებსა ან მთქმელსა და რეფერენტს შორის სოციალურ ურთიერთობათა ასპექტში. დეიქსიზის აღნიშნული კატეგორია შეეხება “წინადადებების იმ ასპექტს, რომელიც ასახავს ან ამკვიდრებს, ან კიდევ განსაზღვრულია სოციალური სიტუაციის განსაზღვრული რეალობებით, რომელშიც აისახება სამეტყველო აქტები” (Fillmore, იხ. Levinson 1983/repr.1994: 89). თუმცა ს. ლევინსონი თვლის, რომ სოციალური დეიქსიზი სამეტყველო აქტებამდე უნდა დამთავრდეს.

სოციალურად დეიქტური ინფორმაციის ორი ტიპი არსებობს:

1. ურთიერთობითი (relational), ანუ:

- ა) მთქმელი და რეფერენტი (e.g. referent honorifics, T/V)
- ბ) მთქმელი და ადრესატი (e.g. addressee honorifics)
- გ) მთქმელი და მაყურებელი/მოწმე (e.g. bystander or audience honorifics)
- დ) მთქმელი და გარემოცვა (e.g. formality levels)

2. აბსოლუტური, სრული (absolute), ანუ:

ა) ფორმები, რომლებიც განსაზღვრული მოსაუბრეებისთვისაა განკუთვნილი (= authorized speakers).

ბ) ავტორიტეტული რეციპიენტები (authorized recipients) (e.g. Your Honour, Mr. President).

სოციალური დეიქსიზი გამოიხატება ნაცვალსახელთა მხოლობითი/მრავლობითი ფორმების გამოყენებით (T/V distinction – Tu/vous (ფრ.) განსხვავება), პატივისცემისა და მოწიწების გამომხატველი სიტყვებისა და გამოთქმების (honorifics), წოდებითი ფორმების (vocatives) და ენაში არსებული ტიტულებისა და მიმართვის სხვადასხვა ფორმების გამოყენებით.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში გვხვდება სტატიის პერსონაჟის მიმართ გამოყენებული მოწიწების გამომხატველი სიტყვები და ფრაზები, ტიტულებისა და მიმართვის ფორმები, სადაც მიმართვა რეალიზებულია პირდაპირ ან ირიბად, ასევე (იშვიათად) სხვა რეფერენტის (მაგ. მკითხველის) მისამართით, რომლებიც მხატვრული ტექსტისგან განსხვავებით სწორედ სოციალური დეიქსისის გამომხატველია.

რადგან ჩვენი ინტერესის სფერო განისაზღვრება საკუთრივ ტექსტობრივი მახასიათებლებით, შევეცდებით დეიქსისის სხვა კატეგორიებისგან განსხვავებით, უფრო დაწვრილებით მიმოვიხილოთ ს. ლევენსონის თეორიის ის ნაწილი, რომელიც ტექსტის დეიქსისს შეეხება.

ტექსტის, ანუ დისკურსის დეიქსისი (Text /Discourse deixis) ეხება გამონათქვამში გამოყენებულ სიტყვებსა თუ გამოთქმებს, რომლებიც მიუთითებენ დისკურსის იმ ნაწილზე, რომელიც ამ გამონათქვამს შეიცავს (თვით გამონათქვამის ჩათვლით). ჩვენ ასევე შეგვიძლია დისკურსის დეიქსისში გავაერთიანოთ მთელი რიგი სხვა საშუალებები, რომელშიც გამონათქვამი გვიჩვენებს თავის დამოკიდებულებას არსებულ ტექსტთან, რადგან გამონათქვამი, რომელსაც ტექსტი შეიცავს, უშუალოდ შეიძლება არ ეხებოდეს წინამდებარე ტექსტს/დისკურსს, არამედ ერთი ან რამდენიმე ნაბიჯით წინ უსწრებდეს მას. (ამგვარი სიგნალები დეიქტურ სიგნალებად არის მიჩნეული, რადგან მათ განსაკუთრებული მიმართება აქვთ რეფერენციასთან).

რადგან დისკურსი იშლება დროში, ბუნებრივია, რომ დისკურსის გარკვეულ ნაწილებზე მითითებისას მასში გამოყენებული უნდა იყოს დეიქსისის ამსახველი სიტყვები: last week, next Thursday და ა.შ. მაგრამ ტექსტის დეიქსისში ადგილი აქვს ადგილის დეიქსისის გამომხატველი ტერმინების ხელახალ გამოყენებას, განსაკუთრებით კი ჩვენებითი ნაცვალსახელების “this” და “that”-ის ხმარებას. ამრიგად, “this” შეიძლება შეეხებოდეს მოახლოებულ დისკურსს/ტექსტს, მაშინ, როდესაც “that” შეეხება იმ ინფორმაციას, რომელიც წინ უსწრებს ტექსტს.

აუცილებელია, თავიდანვე განვასხვავოთ დისკურსის დეიქსისი **ანაფორასგან**. დეიქტური და სხვა განსაზღვრული მითითებების გამომხატველი გამოთქმები ხშირად გამოიყენება რეფერენტის წარმოსადგენად/შემოსაყვანად, ხოლო ანაფორული ნაცვალსახელები კი გამოიყენება შემდგომში იმავე ერთეულებზე მითითებისათვის. მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნა, რომ დეიქტური და ანაფორუ-

ლი გამოყენებები ურთიერთგამომრიცხავი არ არიან, თუმცა მათ შორის განსხვავება აშკარაა. კერძოდ, როდესაც ნაცვალსახელი შეეხება თვით ლინგვისტურ გამონათქვამს (ან ტექსტის/დისკურსის ნაწილს), მაშინ ის ტექსტის/დისკურსის დეიქტური გამონათქვამია, ხოლო, როდესაც იგივე ნაცვალსახელი შეეხება იგივე რეალობას, ოღონდ ამჯერად, როგორც ის ლინგვისტური გამონათქვამი, რომელიც წინ უსწრებს ამ ტექსტს, მაშინ საქმე ანაფორასთან გვაქვს. დისკურსის დეიქსისის მაგალითებია: “Now on the National Mall, the containers are seen as a flammable hazard, but they have been that way since long before Sept. 11.”(Welch, Drinkard, **“Security Bill has Plenty of Pork”**, “USA Today”, Monday, June 3, 2002).

როგორც ვხედავთ, აქ დისკურსის, ადგილისა და დროის დეიქტური გამოთქმები ერთმანეთთან დაკავშირებულია. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ ხშირად ეს დეიქტური გამოთქმები არა მხოლოდ წინარე, არამედ მომდევნო დისკურსზეც მიანიშნებს, რითაც ის ემიჯნება ანაფორულ რეფერენციას; ხშირად, სტატიის ავტორი ამ ტიპის ფრაზებით გვიჩვენებს თავის დამოკიდებულებას (რაც უმეტესად ანალიზური ჯგუფის სტატიებში გვხვდება).

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ინგლისურ ენაში (ისევე, როგორც ბევრ სხვა ენაში) არსებობს მრავალი სიტყვა და ფრაზა, რომელიც მიანიშნებს გამონათქვამსა და წინარე დისკურსს შორის დამოკიდებულებაზე. ამგვარ გამონათქვამებს შორისაა დეიქტური ნაცვალსახელები – this – that; these - those და ისეთი გამოთქმები, როგორცაა, the former, the latter. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ხშირად გვხვდება ისეთი საწყისი ფრაზების გამოყენება, როგორცაა: but, therefore, in conclusion, on the contrary, still, however, anyway, among those, well, besides, at the former, I think, actually და ა.შ.

ამგვარი ფრაზები შეიძლება განხილული იყოს, როგორც ტექსტის (კერძოდ კი საგაზეთო ტექსტის) თემატური მარკერები. საერთოდ, თვლიან, რომ ასეთი სიტყვები შეიცავენ სულ მცირე მნიშვნელობის მქონე კომპონენტს მაინც, როგორც ს. ლევისონი თვლის, “What they seem to do is indicate, often in very complex ways, just how the utterance that contains them is a response to, or a constitution of, some portion of the prior discourse” (Levinson 1983/repr. 1994: 88).

ენათმეცნიერთა შორის დიდი კამათია ე.წ. დისკურსის თემატურ (topic markers) მარკერებთან დაკავშირებით, ისინი განიხილავენ წინადადების შინაგანი სტრუქტურით ორგანიზებულ ინფორმაციას, როგორც მოცემულ ინფორმაციას (ანუ ახალი ინფორმაციის თემას), ამ თემის შესახებ კომენტარის საპირისპიროდ

(წინააღმდეგ). მაგრამ, ცხადია, რომ თემატური მარკირების ძირითად ფუნქციას სწორედ მარკირებული გამონათქვამის რომელიმე განსაზღვრულ თემასთან დაკავშირება წარმოადგენს, იმ თემასთან, რომელიც წინარე დისკურსში წამოიჭრა, ე.ი. მისი ძირითადი ფუნქცია ტექსტის/დისკურსის დეიქტური ფუნქციის შესრულებაა (Levinson 1983/repr1994: 88).

პრაგმატული თეორიისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს თემა/კომენტარის განსხვავების გარშემო არსებული საკითხების შესწავლას. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის თემატურ წინადადებებს (topic sentences) ჩვენ განვიხილავთ, როგორც გარკვეულ მარკირებს, რომლებსაც ზემოთ ჩამოთვლილ ფრაზებთან ერთად შემოაქვთ ახალი თემა, ან განავრცობენ ძველს, რაც შემდგომ ავტორის კომენტარის სახით რეალიზდება. ზოგიერთ საინფორმაციო სტატიაში, უმეტესწილად კი – ანალიზურ სტატიაში პრაგმატული თვალსაზრისით მოცემულ შემთხვევაში, სწორედ დისკურსის დეიქსისის რეალიზებასთან გვაქვს საქმე.

როგორც ვნახეთ, დეიქსისის კატეგორიების ანალიზის დროს მისი ძირითადი კატეგორიები ხშირად ერთმანეთს კვეთს: დისკურსის დეიქსისი ჩვეულებრივ მოიცავს ტემპორალურ და ადგილის დეიქსისს, ხოლო ადგილის და ტემპორალური დეიქსისი ზოგჯერ ურთიერთგამომხატველია და ძნელია მათი მკვეთრი გამიჯვნა. ასევე შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ ერთი შეხედვით თუ პირის, ადგილის და დროის დეიქსისი სემანტიკას მიეკუთვნება, ტექსტის/დისკურსის და სოციალური დეიქსისი პრაგმატიკის პრეროგატივაა.

მაგრამ, როგორც აღვნიშნეთ, ჩვენი ინტერესის სფერო განისაზღვრება ტექსტობრივი მახასიათებლებით, ჩვენი კვლევის საგანს დისკურსის/ტექსტის დეიქსისი წარმოადგენს და შესაბამისად, ამ ჩარჩოში, ანუ ამ ამოსავალი წერტილიდან განვიხილავთ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ყველა სხვა დეიქტური კატეგორიების მაჩვენებლებს.

საინფორმაციო სტატიის ინფორმაციის მაჩვენებლები გაბნეულია საგაზეთო სტატიაში.

რადგან სტატიაში ავტორზე მეტად თვით ინფორმაციაზე ან მოქმედ პირზეა გადატანილი აქცენტი, ამიტომ ჩვენ ტექსტის დონეზე პირს ვცვლით და გვაქვს → მოქმედი პირი → ვინ (რა).

სამი (სუბიექტის, ადგილის და დროის) დეიქტური ელემენტი გვაძლევს წინასწარ მოცემულობებს სუბიექტი + სივრცე + დრო, - რომელიც აუცილებელია მოქმედების განვითარებისათვის.

ტრადიციულ ტექსტებში პირის დეიქსისის ძირითადი გრამატიკული განსხვავებები გამოხატულია პირველი, მეორე და მესამე პირის კატეგორიებში. ნაცვალსახელოვანი სისტემის კომპონენტური ანალიზისას შემდეგი არსებითი თვისებების ცოდნაა საჭირო: პირველი პირი – მოქმედის ჩათვლით (+S), მეორე პირი – ადრესატის ჩათვლით (+A), ხოლო მესამე პირი მოქმედისა და მსმენელის გარდა / მოქმედისა და მსმენელის გამოკლებით (- S, -A) (Burling 1970: 14-17; Ingram 1978).

ყოველგვარი ინდექსირება, ანუ მითითება ხდება იმ პირის მიერ, ვისაც ეკუთვნის ეს გამონათქვამი. ჩემს საკვლევ მასალაში, ანუ საინფორმაციო საგაზეო სტატიაში ეს პირი უმეტესად არის მოქმედი სუბიექტი, ან უბრალოდ მესამე პირი, ზოგჯერ პირველი პირი არის ავტორი მოქმედ სუბიექტთან ერთად (მაგ. ინტერვიუს შემთხვევებში), თუმცა პირის კატეგორია შეიძლება იყოს ან არ იყოს ვერბალურად გამოხატული.

ჩვენ მიერ განხილული საინფორმაციო საგაზეო სტატიები საშუალებას გვაძლევს აღვნიშნოთ, რომ მოვლენის/ფაქტის ან მოვლენის სუბიექტის პირი ექსპლიციტურად არის გამოხატული სტატიების უმრავლესობაში. მაშინ, როდესაც სტატიის ავტორის პირი უმეტესწილად იმპლიციტურად არის გამოხატული ცნობასა და ანგარიშში, ხოლო რაც შეეხება რეპორტაჟს და ინტერვიუს აქ ავტორის პირი ზოგჯერ ექსპლიციტურად შეიძლება შეგვხვდეს.

ჩვეულებისამებრ მოვლენა ან მოქმედი სუბიექტი (იშვიათად კი ავტორის პირი) გამოხატულია პირველი პირის ნაცვალსახელით მხოლოდით რიცხვში. აქ ეჭვს გარეშეა ის ფაქტი, რომ რეფერენცია ხდება მოქმედ სუბიექტზე მაგ. "what I say to you now, as your Queen and as a grandmother, I say from my heart", "I want to pay tribute to Diana myself", "I admired and respected her ..." (Ahmed, **"Queen breaks protocol and speaks to nation"**, The Guardian Weekly, September 14, 1997) ან მეორე სტატიიდან "To the Iranian people, I say tonight"

ინტერვიუსა და რეპორტაჟში ხშირად გვხვდება პირველი პირის მხოლოდით რიცხვის ნაცვალსახელის შემცველი ფრაზები: "I think, I am afraid, I believe, I know, I remember, I find" და ა.შ.

აქ ხშირად გამოიყენება ისეთი ფრაზები, სადაც პირდაპირი რეფერენცია ხდება მოვლენის (ამბის) სუბიექტზე, მთხრობელზე: "I say, I know, I think, I supposed".

ჩვენ მიერ ზემოთ მოყვანილ ("what I say to you now I say from my heart". ან "To the Iranian people, I say tonight") და მის მსგავს მაგალითებში აღნიშნული

ფრაზები, რასაკვირველია, გამოხატავენ პირის კატეგორიას, მაგრამ ამის გარდა მას სხვა პრაგმატული დატვირთვაც ენიჭება. მოყვანილ მაგალითებში ნაცვალ-სახელის I ხმარება ზუსტ რეფერენციას ამყარებს მოვლენის სუბიექტთან.

ხოლო, რაც შეეხება პირველი პირის მრ. რიცხვით გამოხატულ პირის დე-იქსისს, აქ სულ სხვა ვითარებაა. მრავლობითი რიცხვის ტრადიციული კატეგორია პირველი პირის შემთხვევაში სიმეტრიულად არ იხმარება, როგორც ეს, მაგალითად, ხდება მესამე პირის შემთხვევაში: *ჩვენ* არ აღნიშნავს მრავლობით მოქმედებს იგივენიერად, როგორც, *ისინი* პირის ერთეულის ერთ მესამედზე მეტს. (Lyons 1968: 277). გარდა ამისა, მრავალ ენაში არსებობს პირველი პირის მრავლობითი რიცხვის ორი ნაცვალსახელი, რომლებიც შეესაბამებიან **“ჩვენ – ადრესატის ჩათვლით”** და **“ჩვენ – ადრესატის გამოკლებით”**. ინგლისურ ენაში ეს განსხვავება პირდაპირ კი არა, ირიბად არის გადმოცემული (Levinson 1983/ repr.1994: 69).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების განხილვისას შეგვიძლია გამოვყოთ “We” ნაცვალსახელის ხმარების უფრო დაკონკრეტებული დიფერენციაცია, კერძოდ, როდესაც ის გამოხატავს:

ა) *მხოლოდ მოქმედ პირს (მოქმედს, ავტორს).*

მაგ.: “We wanted to have children...”, “We knew it would be ...”, “We never thought we would find anyone as wonderful and giving as Anne”. (Knight, **Couple kept surrogate triplets a family secret**, “The Times”, May 9, 1997: 7); “If we brought in second-line drugs now it would be like bringing in biological weapons.” (Bird, **Impoverished Georgia fosters fatal form of TB**, “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003: 3); “We aren’t allowed to talk about visitor numbers”. (Gentleman, **Disneyland Paris in trouble again as tourist drought grips France**, “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003: 3); “We cannot deny our people the right to peaceful and cooperative economic development”. (Harding, **Pakistan welcomes Indian MPs on peace mission**, “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003: 5); “...we have had a hell of a long day”. (Banks-Smith, **A real lady knows how to look after herself**, “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003:19).

ბ) *We* – გამოხატავს რეფერენციას მოქმედ პირზე/მოქმედზე (ავტორზე) და ადრესატზე/მკითხველზე, ანუ ამ შემთხვევაში “we” *გულისხმობს “ავტორი + მკითხველი”*.

მაგ.: “Now we arrive at the summer of the incredible shrinking American vacation. It’s predicted that we’ ll take 10 percent less time off than last year and last year was no week at the

beach”; “We essentially give back \$ 21 million in time owed but not taken”; “We always had the protestant work ethic. Are we more Protestant than last year?”. “ We not only work out, we play hard, instead of playfully”. (Goodman, **At the beach? Keep your eyes off that laptop**, “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003: 32).

გ) *We* – ზოგადი განუსაზღვრელი რეფერენციის მატარებელი, ანუ “მოქმედი პირი /მოქმედი/ავტორი + ადრესატი/მკითხველი + ჩვენ ყველა”.

მაგ.: “We can live together only if we let each other live”. (Harding, **Pakistan welcomes Indian MPs on peace mission**, The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003: 5); “If Major had lost, we wouldn’t have had the disaster we’ve got now”; “More people deserved our party, and we have never recovered”. (Banks-Smith, **A real Lady knows how to look after herself**, “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003: 19); “What we are seeing is absolutely unusual”; “We know that global warming is proceeding space, but most of us were thinking that in 20-30 years time we would be seeing hot spells [like this]. But it’s happening now”; “We’ve not seen such an extended period of dry weather [in Europe] since records began...” (**Global warming may be accelerating, scientist fears**, “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003: 25); “Well, are we?”; “The blessing is that we can now have a vacation without the guilt” (Goodman, **At the beach? Keep your eyes off that laptop**, “The Guardian Weekly”, August 14-20, 2003: 32).

თუმცა აქვე გვინდა აღვნიშნოთ, რომ თუ მხატვრული ტექსტის დროს მკვეთრად იმიჯნება *we* – “მთხრობელი/მოქმედი პირი + ადრესატი/მკითხველი” და *we* – “მთხრობელი/მოქმედი პირი + მკითხველი + ჩვენ ყველა”, გაზეთის შემთხვევაში მათი მკვეთრი გამიჯვნა არ ხდება და შეიძლება მათი გაერთიანება, შერწყმა და მაშინ მივიღებთ *we* – ანუ “მთხრობელი/მოქმედი პირი + ადრესატი/მკითხველი + ჩვენ ყველა”. ამრიგად, ჩვენ ვიღებთ პირველი პირის მრ. რიცხვის ნაცვალსახელის ორგვარ ხმარებას:

1. კონკრეტული რეფერენციის გამომხატველ ნაცვალსახელს – ‘we’, ანუ სტატიის ავტორი ან მოვლენის სუბიექტი და

2. უფრო განზოგადებული ‘we’ – ანუ “მოქმედი სუბიექტი ან მთხრობელი + ადრესატი/მკითხველი + ყველა ჩვენ”.

დეიქტური მნიშვნელობით მესამე პირი უშუალოდ არ მონაწილეობს მე – შენ (პირდაპირი ინტერაქციის) დროს. აღსანიშნავია, რომ მესამე პირის ფორმების გამოყენებას იქ, სადაც შესაძლებელია გამოყენებული იყოს მეორე პირის ფორმები, შეიძლება სხვა პრაგმატული დატვირთვა ჰქონდეს (მაგ. არაფამილარობის /დისტანციის/ გამომხატვა ირონიის ან იუმორის მიზნით და ა.შ.).

არ არის ადვილი კონკრეტული ადრესატის დადგენა, როდესაც მიმართვა მეორე პირის ნაცვალსახელითაა (you) რეალიზებული. პირველი პირის მრ. რიცხვის ნაცვალსახელის we – ს მსგავსად, აქაც შეგვიძლია დავაკონკრეტოთ, რა იგულისხმება you-ს მიღმა, ანუ

ა) 'you' = “შენ, თქვენ” (თავაზიანი ფორმა) უდრის ერთ ადრესატს/მკითხველს.

ბ) 'you' = “თქვენ” უდრის მრავალ ადრესატს/მკითხველთა მთელ აუდიტორიას.

გ) 'you' = one – გულისხმობს განზოგადებულად “თქვენ, ყველას”.

თუმცა სტატიის საშუალებით სტატიის ავტორი კონტაქტს ამყარებს მკითხველთან (ანუ ხდება კომუნიკაცია მასთან), მაგრამ პირდაპირი, ზეპირი კომუნიკაციისგან განსხვავებით სტატიის ავტორმა შეიძლება წარმოიდგინოს მკითხველის რეაქცია, და ამდენად მან შეიძლება წინასწარ გათვალოს სტატიის პერლოკუციური მიზანდასახულობა.

რაც შეეხება დროის კატეგორიის რეალიზაციას, ის საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სხვა სიტყვებთან და ფრაზებთან ერთად გამოხატულია დროის დეიქტური ზმნიზედებით (now – then, yesterday – this year და ა.შ.) და, რა თქმა უნდა, ზმნის დროის გრამატიკული ფორმებით. დროის/ტემპორალური დეიქსისის ერთ-ერთი ძირითადი ტიპია ზმნის გრამატიკული ფორმის არჩევა. წარსული დრო მთქმელის პოზიციიდან აღიქმება, როგორც დისტანციური/შორეული.

დროის დეიქსისის დისტალური (distal) ფორმები შეიძლება გამოყენებული იყოს არა მხოლოდ როგორც დისტანციური მიმდინარე/ახლანდელ დროსთან მიმართებაში, არამედ, როგორც დისტანციური მიმდინარე რეალობასთან, მოცემულ შემთხვევაში, სტატიაში ასახულ ფაქტებთან მიმართებაში.

ზმნის დრო ერთ-ერთი უმთავრესი ფაქტორია, რომელიც უზრუნველყოფს, რომ თითქმის ყველა წინადადება წარმოთქმისას დეიქტური თვალსაზრისით მიბმული იყოს გამონათქვამის კონტექსტზე.

ენათმეცნიერები განასხვავებენ დროის სემანტიკურ, ანუ თეორიულ კატეგორიას, რომელსაც შეიძლება ეწოდოს მეტალინგვისტური დრო (M-tense) ენაში არსებული ზმნის გრამატიკული დროისაგან (L [language's] tense) განსხვავებით.

დროის დეიქსისის გამოხატვისასაც ხდება მისი დეიქსისის სხვა კატეგორიებით გადაფარვა; კერძოდ, აუცილებელია პირის დეიქსისის არსებობა, რადგან

დროის დეიქსისის ათვლა (არა აქვს მნიშვნელობა ეს CT, RT იქნება, თუ MT) ხდება მოქმედი პირის/ავტორის პირიდან გამომდინარე. ხოლო, რაც შეეხება დროის პროქსიმალურ ზმნიზებას now, ხშირად ის არა მხოლოდ “ახლას” ნიშნავს, არამედ “აქ, მოქმედების ამ ადგილს” მიუთითებს, ანალოგიურად არის საქმე here-ის შემთხვევაშიც, ანუ ადგილი აქვს ადგილისა და დროის დეიქსისის თანხვედრას. აქ ლოკაციის კატეგორიის (მე – აქ – ახლა) რეალიზაცია ხდება.

რაც შეეხება მიღების დროს (RT) მასზე მხოლოდ იმპლიციტურად შეიძლება იყოს მინიშნება სტატიაში, რადგან საინფორმაციო საგაზეთო სტატია არ არის კომუნიკაციის ისეთი ფორმა, რომელშიც რეციპიენტის მიერ მისი მიღების (წაკითხვის) დროის დაფიქსირება იყოს შესაძლებელი.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში გვხვდება წმინდად სივრცობრივი დეიქსისის გამომხატველი გამოთქმები, რადგან ეს არის ნარატივის ტიპის დისკურსი, სადაც აუცილებელია საგნების, მოვლენების, მოქმედი სუბიექტის/მოქმედი პირის ადგილის მითითება – განსაზღვრა.

მაგრამ საგაზეთო ტექსტის ინფორმაციულობისთვის ეს სამკომპონენტო ინფორმაცია საკმარისი არ არის. თანამედროვე მკითხველისთვის არ არის საკმარისი გაიგოს მხოლოდ რა, სად და როდის მოხდა, ის მიზეზსაც ეძებს და რაგვარობასაც.

სიღრმისეულმა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ეს სამი მაჩვენებელი – სუბიექტი + დრო + ადგილი არ არის ადეკვატური ამსახველი იმ სიტუაციისა, რომელიც რეალიზებულია ტექსტის დონეზე (მოცემულ შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის დონეზე). ამიტომ, მიზანშეწონილად მივიჩნიეთ ამ სამი მაჩვენებელს დაემატოთ კიდევ სამი, ანუ – რა?, რატომ? და როგორ?

თუ მოლაპარაკე სუბიექტთან მიმართებაში პირის, ადგილის და დროის ელემენტები იმპლიციტირებულია (მე – აქ - ახლა). ტექსტის დონეზე ეს ელემენტები ყოველთვის ექსპლიციტურად არის წარმოდგენილი და ამ ელემენტების სემანტიკურმა განზოგადებამ მიგვიყვანა კ. ბერკის ცნობილ ექვს შეკითხვასთან: Who?, When?, Where?, What?, Why? How?, რომელიც, როგორც უკვე ცნობილია, აუცილებელია ნებისმიერი მხატვრული ტექსტის ანალიზისთვის (მათზე პასუხი კი სიუჟეტის გაშლას ემსახურება).

როგორც ვიცით, აღნიშნული შეკითხვები “დრამატულ სიტუაციას” ქმნიან, მათზე პასუხი, მიუთითებენ ტექსტის სიტუაციის ყველაზე არსებით ელემენტებზე არა მარტო ლირიკულ პოეზიაში, არამედ, ჩვენ ვთვლით, ნებისმიერ ჟანრში

და ჩვენს შემთხვევაში საგაზეთო სტატიაშიც. ამ შეკითხვების განზოგადება დეიქსისის მონაცემების საშუალებით გვაძლევს შემდეგ კონცეპტუალურ მოდელს:

Who? → S (Subject) d/i (deictic indexical) → მოქმედი სუბიექტი.

When? → T (Time) d/i → მოქმედების დრო.

Where? → P (Place) d/i → მოქმედების ადგილი.

What? → E (Event) d/i → ხდომილება (მოვლენა, ამბავი/ფაქტი).

Why? → R (Reason) d/i → მოქმედების მიზეზი.

How? → M (Manner) d/i → მოქმედების რაგვარობა.

ე.ი. მივიღეთ **S + T + P + E + R + M**, ანუ ეს არის ხდომილების თანმხლები კოორდინატები, რომელთა ჯამი ხდომილების კონცეპტუალური მოდელის ასახვაა. ამრიგად, ჩვენ მივიღეთ საინფორმაციო ტექსტების კონცეპტუალური მოდელი, რომელიც ექვსი მაჩვენებლისგან/ინდექსისგან შედგება.

მაშასადამე, მოცემულ შემთხვევაში დეიქტური ცენტრი (deictic centre) შემდეგნაირად გადმოიცემა:

ცენტრალური პირი → მოქმედი სუბიექტი.

ცენტრალური დრო → მოქმედების დრო.

ცენტრალური ადგილი → მოქმედების ადგილი.

დისკურსის ცენტრი → მომენტი/წერტილი, რომელთანაც მოქმედი სუბიექტი არის ცნობის, ანგარიშის, ინტერვიუს, რეპორტაჟის გადმოცემის დროს.

სოციალური ცენტრი → მოქმედი სუბიექტის სოციალური სტატუსი ან რანგი – რომელთანაც მიმართებაშია ადრესატის ან რეფერენტის სტატუსი ან რანგი.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ჩვენ მიერ შედგენილი კონცეპტუალური მოდელი (**S + T + P + E + R + M**) ზოგადია და ყველა საინფორმაციო სტატია მისი კონკრეტული გამოვლენაა.

ჩვენ დავინტერესდით იმით, თუ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სათაურში რომელი დეიქტური მაჩვენებელია გამოტანილი.

განხილული 50 სტატიის სათაურიდან მოქმედი სუბიექტის (subject) დეიქტური მაჩვენებელი/ინდექსი გამოხატულია 49 სათაურში (მაგ.: “Hostage Dies, Wife is Freed in Rescue”), ხდომილება/მოვლენა (event) – 37 სათაურში (მაგ.: “The End of

An Uncivil War”), მოქმედების ადგილი (place) – მხოლოდ 9-ში (მაგ.: “New York City Fearful, Yet Hopeful, Poll Finds”), მოქმედების დრო (time) – 3-ში (მაგ.: “From East to West in 14 Weeks”).

როგორც სათაურების ანალიზიდან დავინახეთ, ერთდროულად სათაურში გამოტანილი ორი დეიქტური მაჩვენებელი, მოქმედი სუბიექტი და ხდომილება/ მოვლენა შეგვხვდა 32 სათაურში (მაგ.: “Shakel Convicted in killing”), მოქმედი სუბიექტი და მოქმედების ადგილი – 8 სათაურში (მაგ.: “Hundreds Die in Train Crash”), ხდომილება/მოვლენა და მოქმედების დრო – 2 სათაურში (მაგ.: “Estimating the Arrivals, Nine Months Later”), ერთდროულად მოქმედი სუბიექტი, ხდომილება/მოვლენა და მოქმედების ადგილი – 4 სტატიის სათაურში (მაგ.: “Families Bid Farewell at Trade Center Site”). ერთდროულად მოქმედი სუბიექტი, ხდომილება/მოვლენა და მოქმედების დრო შეგვხვდა 1 სათაურში (“They’ve Run Out of Water on the Hottest Weekend”). აქვე უნდა აღვნიშნო, რომ განხილული სათაურებიდან ოთხში გამოტანილი იყო მხოლოდ ხდომილება/მოვლენა (მაგ.: “Neutralizing Bush Critics”), სამში შეგვხვდა მხოლოდ მოქმედი სუბიექტი (მაგ.: “A Wing and a Prayer”).

სათაურების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ სათაურში ფუნქციონალურად გატანილია ძირითადად ორი ან სამი დეიქტური ნიშანი, როგორც უკვე ვნახეთ, უმეტესწილად ხდომილება-მოვლენა/ამბავი, მოქმედი სუბიექტი, რომელსაც ხან მოქმედების დრო, ხან კი – მოქმედების ადგილი ემატება, მაგრამ სტატია უკვე ზემოთხსენებულ ექვსივე კითხვას პასუხობს.

მართალია, ჩვენ საკვლევ ობიექტს საინფორმაციო საგაზეთო სტატია წარმოადგენს, მაგრამ მიგვაჩნია, რომ ეს ჩვენი მოსაზრება შეიძლება გავრცელდეს ყველა სხვა ტიპის ტექსტებზეც მხატვრული ლიტერატურის (იგულისხმება სიუჟეტის მქონე ნაწარმოებები) ჩათვლით, რომლებიც ინფორმაციულობის მაღალ ინდექსს შეიცავენ.

სათაურში გატანილია ფუნქციონალურად ყველაზე უფრო დატვირთული დეიქტური მაჩვენებელი, მაგრამ ინფორმაციის “ამ ნაკლოვანებას” შემოაქვს ე.წ. *ბუნდოვანების* მაქსიმა (Maxim of Vagueness – ტერმინი ეკუთვნის ჟან-ჟაკ ლეკერქლს (Lecerle 1999: 77), რაც აღვიძებს მკითხველის ინტერესს და ეს ბუნდოვანების მაქსიმა მოიხსნება მაშინ, თუ ექვსივე დეიქტურ კითხვაზე გავცემთ პასუხს. აღნიშნულის საილუსტრაციოდ გამოდგება შემდეგი საინფორმაციო

სტატია **“Security Bill Has Plenty Of Pork”** (Welch, Drinkard, “USA Today”, June 3, 2002). სტატიის ქვესათაურია **“Pet projects attached to homeland defense”**. სტატიის სათაური ბუნდოვანია და ეს ბუნდოვანება აღძრავს მკითხველის ინტერესს, რომელიც სტატიის წაკითხვით და ჩვენ მიერ მოცემული ექვსივე დეიქტური მაჩვენებლის ქვეცნობიერად გამოყოფით, ანუ ექვსივე კითხვაზე პასუხის გაცემით ხსნის სათაურის ბუნდოვანებას.

ამრიგად, ჩვენ შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საინფორმაციო სტატიის ინფორმაციის მაჩვენებლები გაბნეულია საგაზეთო სტატიაში/ტექსტში და, რადგან ჩვენი ინტერესების სფერო განისაზღვრება საკუთრივ ტექსტობრივი მახასიათებლებით, ამიტომ, მიზანშეწონილად მივიჩნით ტექსტის/დისკურსის დეიქსისზე დაყრდნობით გამოგვეყო სხვა დანარჩენი დეიქტური მაჩვენებლები.

სიღრმისეულმა ანალიზმა ცხადყო, რომ სამი მაჩვენებელი სუბიექტი + დრო + ადგილი ადეკვატურად ვერ ასახავს ტექსტის (ამ შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის) დონეზე რეალიზებულ სიტუაციას, ამიტომ, ამ სამ მახასიათებელს დავუმატეთ კიდევ სამი – მოვლენა/ამბავი, მიზეზი და რაგვარობა (ანუ what?, why?, how?).

მიღებული კონცეპტუალური მოდელი, რომლის კოორდინატებია: მოქმედი სუბიექტი + მოქმედების დრო + მოქმედების ადგილი + ხდომილება (მოვლენა/ამბავი) + მოქმედების მიზეზი + მოქმედების რაგვარობა – ზოგადია და ყველა საინფორმაციო სტატიისათვის დამახასიათებელია, თუმცა, რა თქმა უნდა, თითოეულ სტატიაში დეიქტური ნიშნების თანმიმდევრობას მკაცრად განსაზღვრული რიგითობა არ ახასიათებს.

მ ე – 3 თ ა ვ ი ს დ ა ს კ ვ ნ ა

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებული სამეტყველო აქტების, დროულ-სივრცობრივ მიმართებათა თავისებურებების, დეიქსისის ანალიზის შედეგად შემდეგი დასკვნები გამოვიტანეთ:

1. სამეტყველო აქტებთან დაკავშირებით:

1.1. კვლევის უშუალო ობიექტი საინფორმაციო საგაზეთო სტატია, განვიხილეთ, როგორც ტექსტის ლინგვისტური სტრუქტურის ერთ-ერთი ელემენტი და, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმა, როგორც დიალოგი სტატიის ავტორსა და მკითხველს შორის – ე.ი. როგორც კონკრეტული სამეტყველო აქტი, – სამეტყველო ფაქტი/ხდომილება, რომლის საშუალებითაც ავტორი მკითხველს აწვდის გარკვეულ ინფორმაციას.

1.2. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ჟანრობრივი ჯგუფების ანალიზმა ცხადყო, რომ ცნობაში, ანგარიშში, რეპორტაჟში და ინტერვიუში ძირითადად რეალიზებულია რეპრეზენტატივი/ასერტივის ტიპის სამეტყველო აქტები, თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ეს არ გამოირიცხავს მათში კომისივების, დირექტივების, და დეკლარაციის ტიპის სამეტყველო აქტების არსებობასაც. აღსანიშნავია ისიც, რომ, მათი უმრავლესობა პირდაპირი სამეტყველო აქტებია.

საკვლევი მასალიდან ამ კუთხით 20 სტატია განვიხილეთ. ანალიზის შედეგად შემდეგი სურათი მივიღეთ: სტატიათა უმრავლესობაში რეალიზებულია ძირითადად რეპრეზენტატივის ტიპის სამეტყველო აქტები (114); შეგვხვდა დირექტივების ტიპის სამეტყველო აქტები (30), რამდენიმე შემთხვევაში დაფიქსირდა კომისივის (10), დეკლარაციის (10) და ექსპრესივის ტიპის (5) სამეტყველო აქტებიც.

ვთვლით, რომ ნებისმიერი საინფორმაციო სტატია, იქნება ეს ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი თუ ინტერვიუ, თუ მას განვიხილავთ როგორც ერთიან სტრუქტურას, თავისთავად უკვე არის ინფორმაცია/განცხადება რაიმე მოსაზრების, მოვლენის ან იდეის შესახებ, რასაც შემდგომ სტატიის ფარგლებში ავითარებს ავტორი და, რაც სტატიებში ყველაზე უფრო ხშირად გამოიხატება რეპრეზენტატივის/ასერტივის ტიპის სამეტყველო აქტებით.

კვლევამ გვიჩვენა, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებული სამეტყველო აქტები ძნელია ცალსახად ამა თუ იმ კონკრეტულ ტიპს მივაკუთვნოთ, თუნდაც იმიტომ, რომ, ერთი შეხედვით მარტივად განსასაზღვრი რეპ-

რეზენტაციის ტიპის სამეტყველო აქტები სხვადასხვა შინაარსს გამოხატავს. ის შეიძლება გამოხატავდეს – მტკიცება/განცხადებას, განზრახვას, დაპირებას, სურვილს, გაფრთხილებას და სხვას.

ამრიგად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებულია ხუთივე ტიპის – რეპრეზენტაციების, დირექტივების, კომისივების, დეკლარაციებისა და ექსპრესივების ტიპის პირდაპირი და ირიბი სამეტყველო აქტები, თუმცა გამოკვეთილად დომინირებს რეპრეზენტაციის ტიპის სამეტყველო აქტები, შედარებით ნაკლებია დირექტივები, თითქმის თანაბარი რაოდენობით არის კომისივებისა და დეკლარაციის ტიპის სამეტყველო აქტები, ყველაზე ნაკლებად კი გვხვდება ექსპრესივები.

1.3. ასევე განხილული სტატიების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ SAVs სამეტყველო აქტის ილოკუციური ძალის განსაზღვრისას ძირითადი როლი ენიჭება. მხატვრულ ნაწარმოებში ამგვარი ზმნები შეიძლება საერთოდ არ არსებობდეს, მაგრამ ის მაინც გამოხატავდეს ამა თუ იმ ტიპის სამეტყველო აქტს. საგაზეთო სტატიებში მხატვრულთან შედარებით, მრავლად გვხვდება ისეთი სამეტყველო აქტის გამომხატველი ზმნები, როგორცაა მაგ. ‘to request’, ‘to stipulate’, ‘to ban’, ‘to declare’, ‘to announce’, ‘to solicit’, და ა.შ; ხოლო განსაკუთრებით ხშირია შემდეგი სამეტყველო აქტის გამომხატველი ზმნების ხმარება: to say, to ask, to know, to think, to promise, to remember, to wish, to trust, to believe და სხვ.

1.4. კვლევამ ცხადყო, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში გვხვდება ირიბი სამეტყველო აქტებიც. ირიბი სამეტყველო აქტი, ზოგჯერ კითხვა-პასუხით, ხშირად კითხვითი წინადადებით და რიტორიკული შეკითხვებით რეალიზდება. გვხვდება ძახილის წინადადებით გამოხატული ირიბი სამეტყველო აქტები. ხშირად ირიბი სამეტყველო აქტის რეალიზებისთვის გამოყენებულია იდიომებიც.

1.5. როგორც უკვე აღვნიშნეთ ილოკუციური ძალის განმსაზღვრელი ხერხებიდან SAVs უდავოდ ცენტრალური ადგილი უჭირავს და მათი უმრავლესობა ამავე დროს ექსპლიციტური პერფორმატივებიცაა. კვლევამ ცხადყო, რომ ყველაზე გავრცელებულ სტრუქტურას წარმოადგენს პირველი პირის მხოლოდითი ან მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელი + SAV აწმყო/ნამყო/მომავალი დროის მტკიცებით ან უარყოფით ფორმაში. სტატიებში რეალიზებულ სამეტყველო აქტებში ხშირად გამოიყენება პერფორმატიული ზმნიზედებიც, რაც ამა თუ იმ სამეტყველო აქტით გამოხატულ მოქმედებას უფრო აძლიერებს.

1.6. სამეტყველო აქტის ილოკუციური ძალის განსაზღვრისას მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება თემატურ წინადადებას, რომელიც საინფორმაციო სტატიებში რეალიზებულ სამეტყველო ხდომილებაში ცენტრალური სამეტყველო აქტის როლს გამოხატავს. ასეთი წინადადებების უმრავლესობა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სათაურშია გამოტანილი. ხშირად, თემატური წინადადება სტატიის სათაურის გარდა ქვესათაურშიც არის რეალიზებული.

1.7. IFIDs შორის შეიძლება გამოვყოთ, აგრეთვე, ზმნის კავშირებითი კილოს ფორმები, რომლებიც შედარებით შერბილებული ხარისხის კატეგორიულობით გამოხატავს სამეტყველო აქტის ილოკუციურ ძალას.

1.8. კვლევის შედეგად ვასკვნი, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში უდავოდ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პირის ნაცვალსახელების – I, We -ს გამოყენებას. თუმცა უნდა აღვნიშნოთ, რომ კატეგორიულობის ხარისხს უფრო აძლიერებს პირველი პირის მხოლოდითი რიცხვის ნაცვალსახელის – I და კატეგორიულობის მაღალი ხარისხის მატარებელი პერფორმატიული ზმნების გამოყენება, მაგალითად, როგორცაა – to demand, to promise, to claim, to trust და სხვა; ხოლო, რაც შეეხება პირველი პირის მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელს – We, ის შერბილებული კატეგორიულობის მატარებელია. ასევე განხილული საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების საფუძველზე შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ We-ს მსგავსად მეორე პირის ნაცვალსახელი You-ც შერბილებული კატეგორიულობისაა და განზოგადებული მნიშვნელობით იხმარება, ანუ You = ხალხს.

როგორც წესი საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სამეტყველო აქტები წარმოდგენილია შესაბამის SAV- თან ერთად სხვადასხვა პირში აწმყო, წარსულ და მომავალ დროში. თუმცა განსაკუთრებით გამოიყოფა სამეტყველო აქტები, რომლებიც წარმოდგენილია პირველი პირის მხოლოდითი და მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელებით (გამოყვავით მეორე პირის ნაცვალსახელიც) სამეტყველო აქტის ზმნებთან ერთად (I, We, You + SAV აწმყო/ნამყო/მომავალი დროის მტკიცებით ან უარყოფით ფორმაში), რომლებიც ამავდროულად ექსპლიციტური პერფორმატივებიცაა.

ვფიქრობთ, რომ I/We + SAV უარყოფით ფორმაში, იმის გარდა, რომ ილოკუციური ძალის გამოხატველია, მას შეიძლება გარკვეულწილად პერლოკუციური დატვირთვაც ჰქონდეს, სახელდობრ, ასეთი უარყოფითი სამეტყველო აქტის

ზმნის შედეგი საპირისპიროა, ანუ ის რაღაცის მტკიცებაა – ავტორი რაღაცას არ ეთანხმება და ამით საპირისპიროს ამტკიცებს

1.9. ამრიგად, მართალია, სტატია არ არის პირდაპირი ინტერაქცია ავტორსა და მკითხველს შორის, მაგრამ ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ცალმხრივ კომუნიკაციასთან გვაქვს საქმე, რადგან ნებისმიერი ტექსტის კითხვისას მკითხველი თავისთავად ხდება დისკურსის მონაწილე, მით უმეტეს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის დროს, როდესაც ავტორს უმეტეს შემთხვევაში წინასწარ გათვლილი აქვს ადრესატის რეაქცია, რითაც უფრო მეტად ესმება ხაზი იმას, რომ საგაზეთო სტატია პირდაპირი კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმაა.

1.10. აღსანიშნავია, რომ ამა თუ იმ ტიპის სამეტყველო აქტებში წინადადების ტიპების ხმარების მხრივ გარკვეული კანონზომიერება თითქმის არ ირღვევა. რეპრეზენტატივებისა და დეკლარაციის ტიპის სამეტყველო აქტების შემთხვევებში ძირითადად თხრობითი წინადადებებია გამოყენებული შესაბამისი სამეტყველო აქტების ზმნებით. ღირექტივებისა და კომისივების შემთხვევებში თხრობით წინადადებებთან ერთად ხშირია ბრძანებითი წინადადებების გამოყენებაც. კომისივის ტიპის სამეტყველო აქტები ზოგჯერ გადმოცემულია პირობითი წინადადებებით. ექსპრესივის ტიპის სამეტყველო აქტებშიც ხშირად გვხვდება ძახილის წინადადებები, მათთვის დამახასიათებელია რიტორიკული შეკითხვები.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს შორისდებულს, რომელიც ილოკუციური ძალის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი ხერხია. შორისდებულის ხმარება დამახასიათებელია ექსპრესივის ტიპის სამეტყველო აქტებისთვის.

1.11. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები წერილობითი დისკურსია, ამიტომ ავტორის ინტონაცია ყოველთვის არ ჩანს, განსაკუთრებით ცნობასა და ანგარიშში, ინტერვიუსა და რეპორტაჟში კი საქმე სულ სხვაგვარად არის, აქ ავტორს მეტი თავისუფლება აქვს, შესაბამისად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებიდან ინტერვიუსა და რეპორტაჟში უფრო ადვილია ავტორის დამოკიდებულების აღქმა. თუმცა, ეს სრულებით არ გამორიცხავს ავტორის, როგორც ოფიციალური პირის ან ინსტიტუტის ინტონაციას ცნობაშიც და ანგარიშშიც.

1.12. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სამეტყველო აქტების რეალიზებისას მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს წინადადების ტიპებს და თემატურ წინადადებებს. სტატიების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ გან-

საკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება სათაურის ანალიზს. სტატიის სათაურს ადეკვატური აღქმა უნდა მოეძებნოს თავად სტატიაში, რადგან საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის სათაური უმეტეს შემთხვევაში სტატიის თემატური წინადადებაა. მხატვრული ტექსტისგან განსხვავებით პუბლიცისტურში ინტერპრეტაცია იშვიათი გამონაკლისის გარდა ცალსახა უნდა იყოს. ჩვენ მიერ განხილულ მაგალითებზე დაყრდნობით შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სტატიის სამეტყველო აქტის მის მანიფესტირებელ მიზანთან და ამ მიზნის განხორციელების მთელი რიგი პირობების მიმართება უმეტეს შემთხვევაში სტატიის სათაურშივეა წარმოდგენილი.

1.13. მართალია, საგაზეთო სტატიებში უშუალო სამეტყველო აქტი მისი ტრადიციული გაგებით არ ხორციელდება, მაგრამ უნდა აღვნიშნოთ, რომ ყველა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში იმპლიცირებულია მომენტი “I inform you”, სწორედ ეს უღევს საფუძვლად საგაზეთო სტატიებისადმი ჩვენეულ მიდგომას, რადგან ყველა საინფორმაციო სტატია თავის თავში უთუოდ გულისხმობს კონტაქტს, დიალოგს ავტორსა და მკითხველს შორის. ამიტომ, ჩვენ ვთვლით, რომ ეს უკვე სამეტყველო აქტია, შესაბამისად, სტატიისა და მკითხველის ურთიერთობით შემდგარი სამეტყველო აქტით ვაღწევთ დასახულ მიზანს, სტატიის ილოკუციურ და შემდეგ პერლოკუციურ ფუნქციას.

2. დროულ-სივრცობრივ მიმართებებთან დაკავშირებით:

2.1. დროულ-სივრცობრივი მიმართებები რეალიზებულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში. ლოკაციის კატეგორია რეალიზებულია ყველა საგაზეთო სტატიაში. ლოკაციის აუცილებელი კოორდინატებია: სუბიექტი, დრო და სივრცე. მაშასადამე, ლოკაციის უნივერსალური მოდელი საგაზეთო სტატიებში ასეთი სახით წარმოგვიდგება: სუბიექტი + დრო + სივრცე.

2.2. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ამ კუთხით ანალიზის შედეგად ვასკვნით, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში დრო წარმოდგენილია, როგორც ობიექტური რეალური დროისა და პერცეპტუალური (ანუ არალინეალური) დროის ელემენტების სინთეზი.

2.3. რეალური დრო და რეალური სივრცე აირეკლება პერცეპტუალური დროისა და პერცეპტუალური სივრცის მეშვეობით. სტატიის სივრცე ძირითადად იმავე ნიშნებით ხასიათდება, რითაც რეალური სივრცე (ტოპოლოგიური თავისებურებანი: სამგანზონილებიანობა, უწყვეტობა, მეტრიკული თავისებურებანი: მეტ-

რიკა, იზოტროპულობა). თუმც მას აქვს რეალური სივრცისგან განმასხვავებელი ნიშნებიც. მხატვრული სივრცე არ არის მხოლოდ ის ადგილი, სადაც ხდება მოქმედება. მოქმედების ადგილი – არაა მხოლოდ პეიზაჟის ან დეკორაციული ფონის აღწერა. ტექსტის მთელი სივრცობრივი კონტინუუმი, რომელშიც აისახება ობიექტის სამყარო, გარკვეულ ტოპოსად ყალიბდება. საგაზეთო სტატიებში სივრცეს ორგვარი აღქმა ეძლევა: სტატიების ნაწილში სივრცე მხოლოდ ადგილის მითითებაა; ხოლო მეორე ნაწილში მას უფრო მეტი მნიშვნელობა ენიჭება.

2.4. იმის მიხედვით, თუ, როგორ არის გაცემული პასუხი შეკითხვაზე “სად?” სტატია ბევრ განსხვავებულ ფუნქციას წარმოაჩენს. ჩვენი ანალიზის შედეგად გამოვყავით სივრცობრივი ელემენტის ექვსი ასეთი დანიშნულება:

- ა) ადგილი, როგორც ავტორიტეტი (Place as Authority).
- ბ) ადგილი, როგორც ინფორმაცია (Place as Information).
- გ) ადგილი, როგორც სოციალური კავშირი (Place as Social Connection).
- დ) ადგილი, როგორც სიუჟეტური ქარგა (Place as Setting).
- ე) ადგილი, როგორც სუბიექტი, საუბრის თემა/საგანი (Place as Subject)
- ვ) ადგილი, როგორც გეოპოლიტიკა (Place as Geopolitics).

2.5. ჩატარებულმა კვლევამ ცხადყო, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტექსტი ყალიბდება ავტორისა და მკითხველის ურთიერთობაში (ეს ტექსტის გაგების პროცესუალურ – დინამიკური კონცეფციის ერთ-ერთი გამოვლენაა). საინფორმაციო ტიპის სტატიის კითხვის დროს “ადგილობრივი” მკითხველისთვის სივრცის (ადგილის) მცირე დეტალით აღნიშვნაც კი (ქუჩის სახელი, შენობის სახელი) გასაგებს ხდის მოქმედების ადგილს, “უცხო” მკითხველისთვის კი საჭირო ხდება ზოგადი სივრცობრივი მნიშვნელობის მქონე ელემენტის მინიშნება, რაც შეეხება საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებულ დროს, იგი, როგორც აღვნიშნეთ, წარმოადგენს ობიექტური (ფიზიკური) დროისა და პერცეპტუალური (ფსიქოლოგიური) დროის ელემენტების სინთეზს.

3. დეიქსისის კატეგორიასთან დაკავშირებით:

3.1. დეიქსისის კატეგორიების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მისი ძირითადი კატეგორიები ხშირად ერთმანეთს კვეთს; დისკურსის დეიქსისი მოიცავს ადგილის და ტემპორალურ დეიქსისს, ხოლო, რაც შეეხება ადგილის და ტემპორალურ დეიქსისს ისინი ზოგჯერ ერთმანეთის ურთიერთგამომხატველია და საკმაოდ ძნელია მათი გამიჯვნა.

3.2. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში გამოვეყავით ის ძირითადი არსებული ელემენტები, რომლებიც დეიქტურ ცენტრს ქმნიან, ესენია:

- ა) სტატიის ცენტრალური პიროვნება ან მთხრობელი – სტატიის ავტორი ან რეპორტიორია, ან უშუალოდ მოვლენის მონაწილეა.
- ბ) ცენტრალური დრო, ეს ის დროა, როდესაც მოსაუბრე/მთხრობელი თავის მოსაზრებას აყალიბებს, ანუ ეს არის მოვლენის დრო.
- გ) ცენტრალური ადგილი – ადგილი, საიდანაც სტატიის ავტორი გვაწვდის ინფორმაციას (მაგ. ინტერვიუს ან რეპორტაჟის შემთხვევაში) ან თავად მოვლენის ადგილი (მაგ. ცნობასა და ანგარიშში).
- დ) დისკურსის ცენტრი – ადგილი, საიდანაც სტატიის ავტორი გვაწვდის ინფორმაციას (ე.ი. მოქმედების, მოვლენის ადგილი).
- ე) სოციალური ცენტრი – სტატიის ავტორის სოციალური სტატუსი და რანგი ადრესატის ან რეფერენტის სტატუსთან და რანგთან მიმართებაში.

3.3. ჩვენი კვლევის საგანს დისკურსის/ტექსტის დეიქსისი წარმოადგენს და შესაბამისად, ამ ამოსავალი წერტილიდან განვიხილეთ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ყველა სხვა დეიქტური მახვენებლები.

3.4. ჩვენ მიერ განხილული საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები საშუალებას გვაძლევს აღვნიშნოთ, რომ ფაქტის/მოვლენის ან მოვლენის სუბიექტის პირი ექსპლიციტურად არის გამოხატული სტატიების უმრავლესობაში, მაშინ, როდესაც სტატიის ავტორის პირი ძირითადად იმპლიციტურად არის გამოხატული ცნობასა და ანგარიშში, ხოლო რეპორტაჟსა და ინტერვიუში ავტორის პირი ზოგჯერ ექსპლიციტურად შეიძლება შეგვხვდეს.

3.5. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების კვლევამ გვაჩვენა, რომ თუ მხატვრული ტექსტის დროს მკვეთრად იმიჯნება We – “მთხრობელი/მოქმედი პირი + ადრესატი/მკითხველი” და We – “მთხრობელი/მოქმედი პირი + მკითხველი + ჩვენ ყველა”, გაზეთის შემთხვევაში მათი მკვეთრი გამიჯვნა არ ხდება და შეიძლება მათი გაერთიანება, შერწყმა და, შესაბამისად, ვიღებთ We – ანუ “მთხრობელი/მოქმედი პირი + ადრესატი/მკითხველი + ჩვენ ყველა”.

3.6. რაც შეეხება დროის კატეგორიის რეალიზაციას, ის საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სხვა სიტყვებთან და ფრაზებთან ერთად გამოხატულია დროის დეიქტური ზმნიხედებით (now – then, yesterday – this year და ა.შ.) და ზმნის დროის გრამატიკული ფორმებით. დროის/ტემპორალური დეიქსისის ერთ-ერთი ძირითადი ტიპია ზმნის გრამატიკული ფორმის არჩევა. წარსული დრო მთქმელის პო-

ზიციიდან აღიქმება, როგორც დისტანციური/შორეული. დროის დეიქსისის დისტალური ფორმები შეიძლება გამოყენებული იყოს არა მხოლოდ როგორც დისტანციური ახლანდელ დროსთან მიმართებაში, არამედ, როგორც დისტანციური მიმდინარე რეალობასთან, სტატიაში ასახულ ფაქტებთან მიმართებაში.

3.7. კვლევამ ცხადყო, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში გვხვდება წმინდად სივრცობრივი დეიქსისის გამოხატველი გამოთქმები, რადგან ეს არის ნარატივის ტიპის დისკურსი, სადაც აუცილებელია საგნების, მოვლენების, მოქმედი სუბიექტის/მოქმედი პირის ადგილის მითითება – განსაზღვრა. ამიტომ, მიზანშეწონილად მივიჩნიეთ და სამ მახასიათებელს – სუბიექტი + დრო + ადგილი დაგუმატეთ კიდევ სამი, ანუ – რა?, რატომ? და როგორ?

თუ მოლაპარაკე სუბიექტთან მიმართებაში პირის, ადგილის და დროის ელემენტები იმპლიციურებულია (მე – აქ - ახლა). ტექსტის დონეზე ეს ელემენტები ყოველთვის ექსპლიციტურად არის წარმოდგენილი.

3.8. დეიქსისის კვლევის შედეგად მივიღეთ შემდეგი კონცეპტუალური მოდელები:

Who? → S (Subject) d/i → მოქმედი სუბიექტი.

When? → T (Time) d/i → მოქმედების დრო.

Where? → P (Place) d/i → მოქმედების ადგილი.

What? → E (Event) d/i → ხდომილება (მოვლენა, ამბავი/ფაქტი).

Why? → R (Reason) d/i → მოქმედების მიზეზი.

How? → M (Manner) d/i → მოქმედების რაგვარობა.

ამრიგად, მივიღეთ **S + T + P + E + R + M**, ანუ ეს არის ხდომილების თანმხლები კოორდინატები, რომელთა ჯამი ხდომილების კონცეპტუალური მოდელის ასახვაა. რაც შეეხება დეიქტურ ცენტრს ის შემდეგნაირად გადმოიცემა:

ცენტრალური პირი → მოქმედი სუბიექტი.

ცენტრალური დრო → მოქმედების დრო.

ცენტრალური ადგილი → მოქმედების ადგილი.

დისკურსის ცენტრი → მომენტი/წერტილი, რომელთანაც მოქმედი სუბიექტი არის ცნობის, ანგარიშის, ინტერვიუს, რეპორტაჟის გადმოცემის დროს.

სოციალური ცენტრი → მოქმედი სუბიექტის სოციალური სტატუსი ან რანგი – რომელთანაც მიმართებაშია ადრესატის ან რეფერენტის სტატუსი ან რანგი.

ამრიგად, ჩვენ მიერ შედგენილი კონცეპტუალური მოდელი ზოგადია და ყველა საინფორმაციო სტატია მისი კონკრეტული გამოვლენაა.

3.9. საკვლევ ობიექტს საინფორმაციო საგაზეთო სტატია წარმოადგენდა, თუმცა მიგვაჩნია, რომ ეს ჩვენი მოსაზრება შეიძლება გაერცვლდეს ყველა სხვა ტიპის ტექსტებზეც მხატვრული ლიტერატურის (იგულისხმება სიუჟეტის მქონე ნაწარმოებები) ჩათვლით, რომლებთანაც ინფორმაციულობის მაღალი ინდექსი აქვთ.

3.10. სიღრმისეულმა ანალიზმა ცხადყო, რომ სამი მაჩვენებელი სუბიექტი + დრო + ადგილი ადეკვატურად ვერ ასახავს ტექსტის (კერძოდ, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის) დონეზე რეალიზებულ სიტუაციას, ამიტომ, ამ სამ მახასიათებელს დავუმატეთ კიდევ სამი (ანუ What?, Why?, How?).

3.11. მიღებული კონცეპტუალური მოდელი, რომლის კოორდინატებია: მოქმედი სუბიექტი + მოქმედების დრო + მოქმედების ადგილი + ხდომილება (მოვლენა, ამბავი/ფაქტი) + მოქმედების მიზეზი + მოქმედების რაგვარობა – ზოგადია და ყველა საინფორმაციო სტატიისათვის დამახასიათებელია, თუმცა, უთუოდ უნდა აღინიშნოს, რომ თითოეულ სტატიაში დეიქტური ნიშნების თანმიმდევრობას მკაცრად განსაზღვრული რიგითობა არ ახასიათებს.

ს ა ე რ თ ო დ ა ს კ ე ნ ა

1. საგაზეთო ჟანრების განხილვისა და საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტიპოლოგიური კლასიფიკაციისას გამოიკვეთა, რომ საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტი არამხატვრულ ტექსტს წარმოადგენს, ე. ი. შედის ოფიციალურ-საქმიანი, პრაქტიკული კომუნიკაციის სფეროში, თუმცა ზოგჯერ სტატიებში გვხვდება სასაუბრო-ყოფითი კომუნიკაციის სფეროსთვის, ე. ი. არაოფიციალური ურთიერთობისთვის დამახასიათებელი ელემენტები. მაგ.: ინტერვიუსა და რეპორტაჟების დროს, განსაკუთრებით ყვითელი პრესის ფურცლებზე.

2. ამრიგად, საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრის ტექსტებს ახასიათებს უმეტესად ოფიციალურ-საქმიანი ტექსტისთვის დამახასიათებელი ნიშნები, კერძოდ, ის იფარგლება კონკრეტული თემატიკით, მიეკუთვნება მეტყველების წერით ფორმას, ზოგ შემთხვევაში (ცნობასა და ანგარიშში) მონოლოგიური თხრობის ფორმით, ზოგ შემთხვევაში (ინტერვიუ, რეპორტაჟი) კი დიალოგიური ფორმით ხასიათდება. საგაზეთო პუბლიკაციების ჟანრობრივი სისტემის განხილვისას ძირითადად კომუნიკაციურ-პრაგმატულ ხასიათზე გავამახვილეთ ყურადღება. საგაზეთო ჟანრები სამ ჯგუფად იყოფა: საინფორმაციო, ანალიზური და მხატვრულ-პუბლიცისტური ჯგუფები. საინფორმაციო ჟანრის ნიშანია – “ცნობა ერთეულ ფაქტზე, ერთეულ მოვლენაზე”, ამ ნიშნით აღნიშნულ ჯგუფში მოთავსებულია: ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი, ინტერვიუ. ეს ოთხი ჟანრი ერთმანეთისგან შემდეგი თვისებებით განსხვავდება:

ცნობა – ცნობა ახალ ფაქტზე, ახალ მოვლენაზე;

ანგარიში – ცნობა ასახული მოვლენის დეტალური აღწერით;

რეპორტაჟი – მოვლენის მონაწილისა ან თვითმხილველის მიერ მოვლენის განვითარების შესახებ თხრობა;

ინტერვიუ – ინფორმაცია, რომელსაც თან ახლავს მესამე პირების მიერ მოვლენის კომენტარი.

3. ჩატარებულმა კვლევამ გვიჩვენა, რომ ცოტა ძნელია საინფორმაციო და ანალიზური ჟანრების (ქვეკლასების), აშკარა დაყოფა, რადგანაც ის განმასხვავებელი კრიტერიუმი, რის საფუძველზეც ხდება თითოეული ჟანრობრივი ჯგუფის ქვეჯგუფების გამოყოფა, შეიძლება შეგვხვდეს მეორე ქვეჯგუფშიც და პირიქით.

4. გაწეულმა ანალიზმა ცხადყო, რომ საგაზეთო სტატიების ტიპოლოგიური სისტემა არ არის საბოლოოდ და ამომწურავად დამუშავებული. საგაზეთო ჟანრების მახასიათებლები უმეტესად სტატიების შინაარსობრივ განსაზღვრებას გვაძლევენ და ამ დეფინიციათაგან არც ერთი არ მიგვაჩნია ამომწურავ და ადეკვატურ სტრუქტურულ-შინაარსობრივ მაჩვენებლად.

5. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტიპოლოგიური სისტემის მიხედვით განხილული 100 საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის ანალიზმა შემდეგი სურათი მოგვცა:

საინფორმაციო ქვეკლასში შემავალ ოთხივე ჟანრობრივ ჯგუფში ადრესატი კონკრეტული პირი/მკითხველთა მთელი აუდიტორიაა. ადრესანტი – ცნობასა და ანგარიშში ძირითადად ოფიციალური ინსტიტუტი ან კერძო პირია; ხოლო რეპორტაჟსა და ინტერვიუში – თვითმხილველი ან ავტორიტეტული პირი და კორესპონდენტი; ოთხივე ჟანრობრივი ჯგუფი განსხვავდება კომუნიკაციის შინაარსით და მადომინირებელი საკომუნიკაციო ინტენციით. მ. გვენცაძის კლასიფიკაციაში თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენცია მხოლოდ რეპორტაჟსა და ინტერვიუსთან არის გამოყოფილი. ჩვენ გამოვყავით ანგარიშის თანმხლები საკომუნიკაციო ინტენციაც – არგუმენტირება.

6. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკურმა ანალიზმა დაგვანახა, რომ მართალია, საგაზეთო ტექსტები მრავალფეროვანია, მათი ძირითადი მახასიათებლებიც ზოგჯერ რადიკალურად განსხვავდებიან, მაგრამ მაინც შესაძლებელია საერთო მაჩვენებლების გამოყოფა, რომელიც შეიძლება გამოყენებულ იქნას, მათი სემანტიკურ-პრაგმატული კვლევისთვის.

7. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სემანტიკური კვლევის დროს გამოიკვეთა, რომ თითქმის ყველა სტატიაში ჩანს ავტორის მიზანდასახულობა, აქტუალური საკითხები და იმ პერიოდის მოთხოვნები, რომელ პერიოდსაც/მოვლენასაც ასახავს ესა თუ ის სტატია.

8. ასევე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ყოველი საინფორმაციო სტატია, იქნება ეს ცნობა, ანგარიში, რეპორტაჟი თუ ინტერვიუ პასუხობს შეკითხვებს: **What? Who? Where? When? Why? How?** (რა? ვინ? სად? როდის? რატომ? როგორ?) ანუ **“five W’s and an H”**.

აქედან გამომდინარე, საგაზეთო და მოცემულ შემთხვევაში, საინფორმაციო საგაზეთო ჟანრობრივი სახეობების სემანტიკური კვლევის ფორმებად გამოვყა-

ვით შემდეგი მაჩვენებლები/ინდექსები, რომელთა მოზიდვა საგაზეთო ტექსტის ანალიზისთვის პირველად ხდება:

1. ვინ? (**Who?**) – მოქმედების სუბიექტი ან ინფორმაციის წყარო.
2. რა? (**What?**) – რაზე მოგვითხრობს პრესა, ანუ “ფაქტები” და “ახალი ამბები”.
3. როდის? (**When?**) – დროის მითითება (ე.წ. deadlines, datelines and history).
4. სად? (**Where?**) – ადგილი, გეოგრაფიული გარემო.
5. რატომ? (**Why?**) და როგორ? (**How?**) – ფაქტის, მოვლენის, ახალი ამბის ახსნა.

ვთვლით, რომ ჩვენ მიერ გამოყოფილი სემანტიკური კვლევის ეს ერთი შეხედვით, მარტივი მაჩვენებლები/ინდექსები (ექვსი კითხვა) ინტერპრეტაციის მთელ სტრუქტურას მოიცავს, რადგან ყველა სტატიაში იგულისხმება ზემოთ მოყვანილი შეკითხვები და მათზე პასუხი, ანუ, რა, სად, როდის, როგორ და რატომ ხდება? ან, ვინ არის ამ მოვლენის სუბიექტი? თუმცა ერთ სტატიაში ყურადღების ცენტრშია პიროვნება (**Who?**) და მოვლენა (**What?**) დროისა (**When?**) და ადგილის (**Where?**) მითითებით, სხვა სტატიაში დრო და ადგილია ამბისთვის უფრო მნიშვნელოვანი.

9. ნარატივი არ არსებობს კონტექსტის გარეშე, ყოველი ნარატივი ზემოქმედებას ახდენს რეალურ სამყაროსა და ადრესატებზე. საგაზეთო სტატიებში ნარატივი მოვლენათა შესახებ ინფორმაციის თანმიმდევრობაა. ნარატივებს ძირითადად იერარქიული სტრუქტურა გააჩნიათ; ე.ი. ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხი სტატიაში პირველ ადგილზე დგას, ანუ პირველ აბზაცში ინფორმაციის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილია მოცემული. აქედან გამომდინარე პირველივე აბზაცში ხშირად წარმოდგენილია **5W's: Who? What? When? Where? Why?** იშვიათად, მაგრამ მაინც შესაძლებელია მეექვსე სემანტიკური მაჩვენებლის **How?** -ს არსებობა.

10. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სემანტიკური კვლევის პირველი მაჩვენებლის (**Who? ვინ?**) ანალიზის შედეგად ვასკენით, რომ გვაქვს ერთი მხრივ ვინ? **Who?** – ამბის/მოვლენის (ცნობის, ანგარიშის, რეპორტაჟის, ინტერვიუს) მთავარი მოქმედი პირი, და მეორე ვინ? **Who?** (მაგრამ, ყველა სტატიაში არა) – ამბის წყაროს სახით (ამერიკულ პრესაში ეს თეთრი სახლია, პრეზიდენტი, ბრიტანულში – დედოფალი, პრემიერ მინისტრი და ა. შ.). სტატიების ანალიზმა დაგვა-

ნახა, რომ ჩვეულებრივ ყოველდღიურობაში ვინ? Who? – გამოკვეთილია და რამდენიმე პოლიტიკური ლიდერთი შემოიფარგლება, თუმცა საქმე სულ სხვაგვარად არის არჩევნების წინ. არჩევნების დროს ყველა საინფორმაციო სტატიაში მკვეთრად გამოკვეთილი ვინ? Who? – სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიების ლიდერები არიან, რა? What? კი – მათი ამოცანებია. ასევე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სტატიების უმრავლესობაში აქცენტი ძირითადად ცნობილ ადამიანებზე – ცნობილ ვინ? Who?-ზე კეთდება, თუმცა, რასაკვირველია არის შემთხვევები, როდესაც ნაკლებად ცნობილი ადამიანები ხდებიან საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების გმირები.

11. პირველი სემანტიკური მაჩვენებლის კვლევისას ასევე გამოვყავით რეპორტაჟების სხვადასხვა ტიპები:

- განსაზღვრული/დადგენილი რეპორტაჟი (ე.წ. Routine Coverage).
- ჰორიზონტალური რეპორტაჟი (ე.წ. Horizontal Coverage).
- დაცული/დაცვითი რეპორტაჟი (ე.წ. Protective Coverage).
- ანთროპოლოგიური რეპორტაჟი (ე.წ. Anthropological Coverage).

12. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების მეორე სემანტიკური მაჩვენებლის **What? - რა?-ს** კვლევის შედეგად შეგვიძლია ასევე დავასკვნათ, რომ ყველა საინფორმაციო საგაზეთო სტატია გვპასუხობს კითხვაზე რა?. განხილულმა სტატიებმა გვიჩვენა, რომ აღნიშნული ჯგუფის სტატიებში რეალიზებულია შემდეგი ტიპის ფაქტები:

- რეალური “ფაქტები”.
- ისტორიული “ფაქტები”.
- მეტოქე “ფაქტები”.
- ავტორის მიერ შექმნილი “ფაქტები”.

13. სემანტიკურ მაჩვენებელში როდის (**When? როდის?**) – დროის მითითება (ე.წ. datelines and history) – გამოვყავით შემდეგი ასპექტები:

- დროულობა – ანუ ინფორმაციის უახლესობა, დაუყოვნებლობა.
- ერთდროულობა, შესაფერისობა/მოხერხებულობა.
- პირველობა.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ამ მაჩვენებლის კვლევისას შემდეგი მომენტები გამოიკვეთა:

1. წარსული დრო: წარსულის სიღრმე გაზეთის პირველ გვერდზე.

2. აწმყო განგრძობით: ახალი ინფორმაცია, ისტორია, როგორც მოვლენა, რომელიც გარკვეული დროის მანძილზე მიმდინარეობს, მოვლენა, რომელიც ხანგრძლივობით ხასიათდება.
3. მომავალი დრო: ხვალ – გაზეთის პირველ გვერდზე.
4. ახალი ამბის რიტმული თვისება/ხარისხი.
5. კავშირებითი კილო: ვარაუდი, განზრახვა პრესაში.

განხილული სტატიების შედეგად ვასკენით, რომ პოლიტიკური ხასიათის საინფორმაციო სტატიებში გვაქვს ორი When?:

- ა) ადამიანის ცხოვრების პერიოდი (human “lifetime”).
- ბ) ომის შემდგომი სამყარო (postwar world) (იგულისხმება მეორე მსოფლიო ომი).

სტატიების ანალიზის შედეგებმა გვიჩვენა, რომ სხვა სახის სტატიებისთვის (ვგულისხმობთ ანგარიშებს) დროის სხვა განზომილებებია დამახასიათებელი: ეკონომიკური სტატიებისთვის – 1. კვარტლური ან 2. წლიური When?; სპორტული მოვლენების ამსახველი სტატიებისთვის – სეზონურობის განზომილება და ა.შ.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში დრო საძირკველია, რომელზეც ისტორიები და ამბები იგება. გაზეთის რიტმულობის მაჩვენებელია: გაზეთისთვის დირექტული ინფორმაცია, მაგრამ, ზოგჯერ ინფორმაციის ფასეულობა არ კმარა, რომ ამბავი დროის ციკლში, რიტმში მოექცეს.

14. სემანტიკური კვლევის ფორმებიდან შემდეგი მაჩვენებელია **Where? – სად?**; საინფორმაციო სტატიაში ადგილი ვიწრო და ფართო გაგებით იხმარება. ადგილი ვიწრო გაგებით კონკრეტული გეოგრაფიული არეალია, ფართო გაგებით კი ადგილი მარტივი გეოგრაფიის მიღმა მსოფლიო პოლიტიკური სისტემის იმიჯს წარმოადგენს.

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში აღნიშნულ სემანტიკურ მაჩვენებელზე დაყრდნობით გამოვყავით გეოგრაფიული ლოკაციის ექვსი ასეთი დანიშნულება/ფუნქცია:

1. ადგილი, როგორც ავტორიტეტი (Place as Authority).
2. ადგილი, როგორც ინფორმაცია (Place as Information).
3. ადგილი, როგორც სოციალური კავშირი (Place as Social Connection).
4. ადგილი, როგორც სიუჟეტური ქარგა (Place as Setting).

5. ადგილი, როგორც სუბიექტი, საუბრის თემა (საგანი) (Place as Subject).

6. ადგილი, როგორც გეოპოლიტიკა (Place as Geopolitics).

საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ამ კუთხით ანალიზმა გვიჩვენა, რომ გაზეთის პირველ გვერდზე დაბეჭდილ სტატიებში სემანტიკური მაჩვენებელი Where?სად? იმ სტატიებში დომინირებს, სადაც სტატიის საგანს წარმოადგენს – პოლიტიკური მოვლენა, სპორტი, ეკონომიკა, მიმდინარე ამბები და ა.შ.

15. სემანტიკური კვლევის შემდეგ ორ მაჩვენებლად მივიჩნიეთ კიდევ ორი შეკითხვა: **Why? – როგორ? და How? – რატომ?** სხვა სემანტიკურ მაჩვენებლებთან შედარებით აღნიშნული კითხვები ყველაზე პრობლემური შეკითხვებია, რადგან ეს ასპექტები ხშირად პირდაპირ არ არის გამოხატული. ამიტომ, Why? და How? ილოკუციურ მიზანს და პერლოკუციურ შედეგს ემსახურება.

რატომ? და როგორ? ეს მიზეზ-შედეგობრივი კავშირია, ანუ კავშირი ინტენციასა და დასრულებას შორის. ამ ორივე შეკითხვაში იმპლიცირებულია ახსნის მომენტი. ე.ი. ის საინფორმაციო სტატიები, რომლებიც გვცემენ პასუხს ჩვენ მიერ გამოყოფილ კიდევ ორ სემანტიკურ კრიტერიუმზე, არა მარტო ამბის კონსტატაციას ახდენენ, არამედ გარკვეულ ანგარიშსაც გვაძლევენ.

16. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სემანტიკური მაჩვენებლების ანალიზის შედეგად ვასკვნით, რომ:

ა) ყოველდღიურ გაზეთებში გამოქვეყნებული საინფორმაციო სტატიები ფაქტებს და მათ აღწერას გვთავაზობს. იშვიათად არის შემთხვევები, როდესაც ზოგიერთ სტატიაში გვხვდება ახსნაც. საინფორმაციო სტატიებისგან განსხვავებით ანალიზურში ახსნა ყოველთვის გვაქვს.

ბ) მცირე ზომის საინფორმაციო ცნობებში დაკარგულია მნიშვნელოვანი აღწერილობა და ახსნა.

გ) ეკონომიკურ საინფორმაციო სტატიებში რიცხვობრივი მონაცემები გვიჩვენებს, თუ, რა მოხდა და, რა შეიძლება გაკეთდეს სხვადასხვა შედეგის თავიდან ასაცილებლად. მსგავს სტატიებში რიცხვი მოვლენის კონსტატაციას ახდენს. ეკონომიკურ სტატიებში სად? – ჩვეულებისამებრ ადგილის მითითებაა. აქ ნაკლებად გვხვდება პასუხი კითხვაზე – ვინ?, ხოლო, რაც შეეხება რატომ? და როგორ? ამ კითხვებზე უმეტეს ეკონომიკურ სტატიებში პასუხი არ გვაქვს, მაგრამ, მათზე მსჯელობა და ანალიზი მკითხველისთვისაა მინდობილი.

დ) სამეცნიერო სტატიებში ექვსივე სემანტიკური მაჩვენებელი გვხვდება.

17. ამრიგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ფაქტი, მოვლენა ქმნის საინფორმაციო საგაზეთო სტატიას. მიზეზი, შედეგი და მოტივი კი, რა თქმა უნდა, ფაქტები არ არის. მოვლენის მიზეზი ფარულად უკავშირდება შედეგს, და ამდენად, ყველა საინფორმაციო სტატია, რომელიც მიზეზის გარკვევით მოვლენას ხსნის, მეტ-ნაკლებად პირდაპირ ხსნის შედეგს. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში (უფრო ხშირად კი ანალიზურში) მიზეზი უფრო ხაზგასმულია, ვიდრე შედეგი, რადგან, შედეგი მომავალშია. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ Why? რატომ? სემანტიკური მახვენებლებიდან ერთადერთი შეკითხვაა, რომელიც საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების დიდ ნაწილში პასუხგაუცემელი რჩება.

18. მოვლენის, ამბის აუცილებელი კომპონენტები, რომლებიც აისახება საინფორმაციო საგაზეთო სტატიაში, ის კომპონენტებია, რომლებიც გვპასუხობენ კითხვებზე: ვინ/რა? – სად? – როდის? ამ შეკითხვებზე პასუხი ქმნის ინფორმაციულ მინიმუმს, რომელიც ნებისმიერ საინფორმაციო სტატიას ახასიათებს.

19. სტატიების ანალიზის შედეგმა ცხადყო, რომ კომუნიკაციურ-პრაგმატულ მოთხოვნებზე საუბრისას აუცილებლად უნდა აღინიშნოს მოცულობის მოთხოვნა, რომელიც საინფორმაციო ჯგუფში შემავალი სტატიებიდან განსაკუთრებით გამოჰყოფს ცნობას; თუ მოცულობა, ლაკონურობა ანგარიშისთვის, რეპორტაჟისთვის და ინტერვიუსთვის არ არის ძალზე მკაცრად განსაზღვრული, ცნობაში ინფორმაციის ლაკონურობა წამყვან მოთხოვნად გვევლინება.

20. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების კვლევის შედეგად ვასკვნით, რომ ყველა სტატია პასუხობს შეკითხვებს Who? What? When? Where? Why? და How?, რომელთაგან პირველი ოთხი Who? What? When? Where? სტატიის ინფორმაციულ მინიმუმს ქმნის. ასევე შევეცადეთ დაგვედგინა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებული სემანტიკური მახვენებლებიდან რომელი ასრულებს ყველაზე მნიშვნელოვან როლს. ამრიგად, გაანალიზებულ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებზე დაყრდნობით ვასკვნით, რომ საინფორმაციო სტატიათა უმრავლესობაში წარმოდგენილია შემდეგი სემანტიკური მახვენებლები:

Who? ვინ? – რომელზეც პასუხი ყველა საინფორმაციო სტატიაშია.

What? რა? – ანუ ახალი მოვლენა, ფაქტი, რომელიც ან ბრიტანული, ამერიკული და საერთაშორისო პოლიტიკური ცხოვრების მნიშვნელოვან ამბავს გადმოსცემს, ან ისეთი ფაქტია, რომელიც მკითხველის, საზოგადოების ყურადღების ცენტრში აღმოჩნდა და განხილვის საგანი გახდა.

When? როდის? – მოქმედების დრო, ხშირ შემთხვევაში საინფორმაციო სტატიებში ზუსტად არის მითითებული.

Where? სად? – მოქმედების ადგილი, გეოგრაფიული გარემო.

Why? რატომ? – მიზეზი, ამა თუ იმ მოქმედების (მათ შორის პოლიტიკური-სა(ც) საფუძველი. იმის გამო, რომ საინფორმაციო სტატიებში შედის კრიმინალური სტატიებიც, ამიტომ, აუცილებლად უნდა აღვნიშნოთ, რომ ზოგიერთ მათგანში მოტივი დაფიქსირებულია, თუმცა ასევე ხშირად გვხვდება ისეთი კრიმინალური სტატიები, რომელშიც მოტივი არ ჩანს.

How? როგორ? – მიზანი, საშუალება დასახული გეგმის მისაღწევად.

21. ამგვარად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ინფორმაციულობის ხარისხი გარკვეულწილად განპირობებულია მათში სემანტიკური მახვენებლების (**five W's & an H**) არსებობა / არარსებობაზე. საინფორმაციო ჯგუფის ჟანრობრივ სახეობებში შემაჯავალი ყველა საგაზეთო სტატია პასუხობს ამ კითხვებს, ზოგჯერ ყველას ერთად, ზოგჯერ კი ერთ-ერთი მათგანი უფრო ხაზგასმულია.

დასკვნის სახით აუცილებლად უნდა აღვნიშნოს, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ამ შეკითხვებიდან საინფორმაციო საგაზეთო ჯგუფში შემაჯავალ სტატიებში აქცენტი პირველ ოთხ შეკითხვაზე (Who? What? When? Where?) უფროა გადატანილი და უმრავლეს შემთხვევაში Why? და How? ანალიზური ჯგუფის სტატიების პრეროგატივას წარმოადგენს.

22. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების პრაგმატული თავისებურებების კვლევის შედეგად შემდეგი დასკვნები გამოვიტანეთ:

კვლევის უშუალო ობიექტი საინფორმაციო საგაზეთო სტატია, განვიხილეთ, როგორც ტექსტის ლინგვისტური სტრუქტურის ერთ-ერთი ელემენტი და, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმა, როგორც დიალოგი სტატიის ავტორსა და მკითხველს შორის – ე.ი. როგორც კონკრეტული სამეტყველო აქტი, – სამეტყველო ფაქტი/ხდომილება, რომლის საშუალებითაც ავტორი მკითხველს აწვდის გარკვეულ ინფორმაციას.

23. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებულია ხუთივე ტიპის სამეტყველო აქტი. ყველაზე ხშირად ცნობაში, ანგარიშში, რეპორტაჟში და ინტერვიუში რეალიზებულია ასერტივის/რეპრეზენტაციის ტიპის სამეტყველო აქტები. შედარებით ნაკლები რაოდენობით შეგვხვდა დირექტივის შემთხვევები; უფრო ნაკლები დეკლარაციის და კომისივის ტიპის, რაც შეეხება ექსპრესივებს, ამ ტიპის სამეტყველო აქტების სულ რამდენიმე შემთხვევა დაფიქსირდა.

კვლევაში გვჩვენა, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებული სამეტყველო აქტები ძნელია ცალსახად ამა თუ იმ კონკრეტულ ტიპს მივაკუთვნოთ, თუნდაც იმიტომ, რომ, ერთი შეხედვით მარტივად განსასაზღვრი რეპრეზენტაციის ტიპის სამეტყველო აქტები სხვადასხვა შინაარსს გამოხატავს. ის შეიძლება გამოხატავდეს – მტკიცება/განცხადებას, განზრახვას, დაპირებას, სურვილს, გაფრთხილებას და სხვას.

24. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებული სამეტყველო აქტების უმრავლესობა პირდაპირი სამეტყველო აქტებია, რაც ნიშანდობლივია წერილობითი დისკურსისთვის (ზეპირი “ცოცხალი” მეტყველებისთვის უფრო ირიბი სამეტყველო აქტებია დამახასიათებელი). ირიბი სამეტყველო აქტები საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ძირითადად რეალიზებულია კითხვითი წინადადებებით/რიტორიკული შეკითხვებით. გვხვდება ძახილის წინადადებით რეალიზებული ირიბი სამეტყველო აქტებიც, ხშირად ირიბი სამეტყველო აქტის რეალიზებისთვის გამოყენებულია იდიომებიც.

25. განხილული სტატიების ანალიზმა გვჩვენა, რომ SAVs სამეტყველო აქტის ილოკუციური ძალის განსაზღვრისას უდავოდ ცენტრალური ადგილი უჭირავს და მათი უმრავლესობა ამავე დროს ექსპლიციტური პერფორმატივებიცაა. მხატვრულ ნაწარმოებში SAVs შეიძლება საერთოდ არ არსებობდეს, მაგრამ ის მაინც გამოხატავდეს ამა თუ იმ ტიპის სამეტყველო აქტს. საგაზეთო სტატიებში მხატვრულთან შედარებით მრავლად გვხვდება ისეთი სამეტყველო აქტის გამომხატველი ზმნები, როგორიცაა: to say, to ask, to know, to think, to promise, to remember, to wish, to trust, to believe და სხვ.

კვლევაში ცხადყო, რომ ყველაზე გავრცელებულ სტრუქტურას წარმოადგენს პირველი პირის მხოლოდობითი ან მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელი + SAV აწმყო/ნამყო/მომავალი დროის მტკიცებით ან უარყოფით ფორმაში. გვაქვს მეორე სტრუქტურაც You + SAVs. სტატიებში რეალიზებულ სამეტყველო აქტებში ხშირად გამოიყენება პერფორმატიული ზმნიზედებიც, რაც ამა თუ იმ სამეტყველო აქტით გამოხატულ მოქმედებას უფრო აძლიერებს.

26. კვლევის შედეგად ვასკენით, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში უდავოდ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პირის ნაცვალსახელების – I, We -ს გამოყენებას. თუმცა უნდა აღვნიშნოთ, რომ კატეგორიულობის ხარისხს უფრო აძლიერებს პირველი პირის მხოლოდობითი რიცხვის ნაცვალსახელის – I და კატეგორიულობის მაღალი ხარისხის მატარებელი პერფორმატიული ზმნების გამოყენება.

ნება (მაგ.: to demand, to promise, to claim, to trust და სხვ.); ხოლო, რაც შეეხება პირველი პირის მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელს – We, ის შერბილებული კატეგორიულობის მატარებელია. განხილული საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების საფუძველზე ასევე ვასკვნიტ, რომ We-ს მსგავსად მეორე პირის ნაცვალსახელი You-ც შერბილებული კატეგორიულობისაა და განზოგადებული მნიშვნელობით იხმარება (You = ხალხს).

ამრიგად, როგორც წესი საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სამეტყველო აქტები წარმოდგენილია შესაბამის SAV- თან ერთად სხვადასხვა პირში აწმყო, წარსულ და მომავალ დროში. თუმცა განსაკუთრებით გამოიყოფა სამეტყველო აქტები, რომლებიც წარმოდგენილია პირველი პირის მხოლოდობით და მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელებით (გამოყვავით მეორე პირის ნაცვალსახელიც) სამეტყველო აქტის ზმნებთან ერთად (I, We, You + SAV აწმყო/ნამყო/მომავალი დროის მტკიცებით ან უარყოფით ფორმაში), რომლებიც ამავდროულად ექსპლიციტური პერფორმატივებიცაა.

I/We + SAV უარყოფით ფორმაში, იმის გარდა, რომ ილოკუციური ძალის გამომხატველია, მას შეიძლება გარკვეულწილად პერლოკუციური დატვირთვაც ჰქონდეს, სახელდობრ, ასეთი უარყოფითი სამეტყველო აქტის ზმნის შედეგი საპირისპიროა, ანუ ის რაღაცის მტკიცებაა – ავტორი რაღაცას არ ეთანხმება და ამით საპირისპიროს ამტკიცებს.

27. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ილოკუციური ძალის განმსაზღვრელი ხერხებიდან საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში ყველაზე ხშირად გვხვდება სამეტყველო აქტის ზმნები და პერფორმატიული ზმნები. უარყოფითი ფორმების ხმარებისას ზმნის დრო ხშირ შემთხვევაში წარსულია. ამ ორივე მომენტს (უარყოფითი ფორმა და წარსული დრო) გარკვეულწილად პერლოკუციური დატვირთვაც აქვს.

28. IFIDs შორის გამოყოფთ, ზმნის კავშირებითი კილოს ფორმებს, რომლებიც გამოიყენება სამეტყველო აქტის ილოკუციური ძალის კატეგორიულობის ხარისხის შესარბილებლად.

29. წინადადების ტიპები განიხილება, როგორც ილოკუციური ძალის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი ხერხი. ამა თუ იმ ტიპის სამეტყველო აქტებში წინადადების ტიპების მხრივ კანონზომიერება დარღვეული თითქმის არ არის – რეპრეზენტატივებისა და დეკლარაციების შემთხვევაში ძირითადად თხრობითი წინადადებებია გამოყენებული, რომლებიც იწყება SAVs-ით; დირექტივებისა და კომი-

სივების შემთხვევაში თხრობით წინადადებებთან ერთად ხშირია ბრძანებითი წინადადებების გამოყენებაც. კომისიების ტიპის სამეტყველო აქტები ზოგჯერ გადმოცემულია პირობითი წინადადებებითაც. ექსპრესივის ტიპის სამეტყველო აქტებშიც ხშირად გვხვდება ძახილის წინადადებები, მათთვის დამახასიათებელია რიტორიკული შეკითხვები.

30. სამეტყველო აქტის ილოკუციური ძალის განსაზღვრისას მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება თემატურ წინადადებას, რომელიც საინფორმაციო სტატიებში რეალიზებულ სამეტყველო ხდომილებაში ცენტრალური სამეტყველო აქტის როლს გამოხატავს. ასეთი წინადადებების უმრავლესობა საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების სათაურშია გამოტანილი. ხშირად, თემატური წინადადება სტატიის სათაურის გარდა ქვესათაურშიც არის რეალიზებული.

31. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს შორისდებულს, რომელიც ილოკუციური ძალის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი ხერხია. შორისდებულების ხმარება დამახასიათებელია ექსპრესივის ტიპის სამეტყველო აქტებისთვის.

32. ამრიგად, მართალია, სტატია არ არის პირდაპირი ინტერაქცია ავტორსა და მკითხველს შორის, მაგრამ ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ცალმხრივ კომუნიკაციასთან გვაქვს საქმე, რადგან ნებისმიერი ტექსტის კითხვისას მკითხველი თავისთავად ხდება დისკურსის მონაწილე, მით უმეტეს საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის დროს, როდესაც ავტორს უმეტეს შემთხვევაში წინასწარ გათვლილი აქვს ადრესატის რეაქცია, რითაც უფრო მეტად ესმება ხაზი იმას, რომ საგაზეთო სტატია პირდაპირი კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმაა.

33. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიები წერილობითი დისკურსია, ამიტომ ავტორის ინტონაცია ყოველთვის არ ჩანს, განსაკუთრებით ცნობასა და ანგარიშში, ინტერვიუსა და რეპორტაჟში კი ავტორს მეტი თავისუფლება აქვს, შესაბამისად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებიდან ინტერვიუსა და რეპორტაჟში უფრო ადვილია ავტორის დამოკიდებულების აღქმა. თუმცა, ეს სრულებით არ გამორიცხავს ავტორის, როგორც ოფიციალური პირის ან ინსტიტუტის ინტონაციას ცნობაშიც და ანგარიშშიც.

34. ამრიგად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზზე დაყრდნობით ვასკენით, რომ მართალია საგაზეთო სტატიებში სამეტყველო აქტი მისი ტრადიციული გაგებით არ ხორციელდება, მაგრამ უთუოდ უნდა აღვნიშნოთ, რომ ყველა საინფორმაციო სტატია თავის თავში გულისხმობს კონტაქტს, დიალოგს

ავტორსა და მკითხველს შორის – ეს უკვე სამეტყველო აქტია. სტატიისა და მკითხველის ურთიერთობით შემდგარი სამეტყველო აქტით ვაღწევთ დასახულ მიზანს, სტატიის ილოკუციურ და შემდეგ პერლოკუციურ ფუნქციას.

35. **დროულ-სივრცობრივი მიმართებები** რეალიზებულია საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში. ლოკაციის კატეგორია რეალიზებულია ყველა საგაზეთო სტატიაში. ლოკაციის აუცილებელი კოორდინატებია: სუბიექტი, დრო და სივრცე. მაშასადამე, ლოკაციის უნივერსალური მოდელი საგაზეთო სტატიებში ასეთი სახით წარმოგვიდგება: სუბიექტი + დრო + სივრცე.

36. რეალური დრო და რეალური სივრცე აირეკლება პერცეპტუალური დროისა და პერცეპტუალური სივრცის მეშვეობით. სტატიის სივრცე ძირითადად იმავე ნიშნებით ხასიათდება, რითაც რეალური სივრცე (ტოპოლოგიური თავისებურებანი: სამგანზონილებიანობა, უწყვეტობა, მეტრიკული თავისებურებანი: მეტრიკა, იზოტროპულობა). თუმცა მას აქვს რეალური სივრცისაგან განმასხვავებელი ნიშნებიც. მხატვრული სივრცე არ არის მხოლოდ ის ადგილი, სადაც ხდება მოქმედება. მოქმედების ადგილი – არაა მხოლოდ პეიზაჟის ან დეკორაციული ფონის აღწერა. ტექსტის მთელი სივრცობრივი კონტინუუმი, რომელშიც აიასახება ობიექტის სამყარო, გარკვეულ ტოპოსად ყალიბდება. საგაზეთო სტატიებში სივრცეს ორგვარი აღქმა ეძლევა: სტატიების ნაწილში სივრცე მხოლოდ ადგილის მითითებაა; ხოლო მეორე ნაწილში მას უფრო მეტი მნიშვნელობა ენიჭება.

37. იმის მიხედვით, თუ, როგორ არის გაცემული პასუხი შეკითხვაზე “სად?” სტატია ბევრ განსხვავებულ ფუნქციას წარმოაჩენს. ჩვენი ანალიზის შედეგად გამოვყავით სივრცობრივი ელემენტის ექვსი დანიშნულება (იხ. გვ. 189-190).

38. ჩატარებულმა კვლევამ ცხადყო, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა ტექსტი ყალიბდება ავტორისა და მკითხველის ურთიერთობაში, რაც ტექსტის გაგების პროცესუალურ – დინამიკური კონცეფციის ერთ-ერთი გამოვლენაა. საინფორმაციო სტატიის კითხვისას “ადგილობრივი” მკითხველისთვის სივრცის (ადგილის) მცირე დეტალით აღნიშვნაც კი გასაგებს ხდის მოქმედების ადგილს, “უცხო” მკითხველისთვის კი საჭირო ხდება უფრო ზოგადი სივრცობრივი მნიშვნელობის მქონე ელემენტის მინიშნება, რაც შეეხება საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში რეალიზებულ დროს, ის წარმოადგენს ობიექტური (ფიზიკური) დროის და პერცეპტუალური (ფსიქოლოგიური) დროის ელემენტების სინთეზს.

39. **დეიქსისის** კატეგორიასთან დაკავშირებით შემდეგი შედეგები მივიღეთ:

დეიქსისის კატეგორიების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მისი ძირითადი კატეგორიები ხშირად ერთმანეთს კვეთს; დისკურსის დეიქსისი მოიცავს ადგილის და ტემპორალურ დეიქსისს, რაც შეეხება ადგილის და ტემპორალურ დეიქსისს ისინი ზოგჯერ ერთმანეთის ურთიერთგამომხატველია და საკმაოდ ძნელია მათი გამოიჯვანა.

40. რადგან ჩვენი ინტერესის სფერო ტექსტობრივი მახასიათებლებით განისაზღვრება, კვლევის საგანს **დისკურსის/ტექსტის დეიქსისი** წარმოადგენს და, შესაბამისად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ყველა **დეიქტური კატეგორიების მაჩვენებლები** სწორედ ამ ამოსავალი წერტილიდან განვიხილეთ.

41. კვლევამ გვიჩვენა, რომ ფაქტის/მოვლენის ან მოვლენის სუბიექტის პირი ექსპლიციტურად არის გამოხატული სტატიების უმრავლესობაში, მაშინ, როდესაც სტატიის ავტორის პირი ძირითადად იმპლიციტურად არის გამოხატული ცნობასა და ანგარიშში, ხოლო რეპორტაჟსა და ინტერვიუში ავტორის პირი ზოგჯერ ექსპლიციტურად შეიძლება შეგვხვდეს.

42. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ თუ მხატვრული ტექსტის დროს მკვეთრად იმიჯნება We – “მთხრობელი/მოქმედი პირი + ადრესატი/მკითხველი” და We – “მთხრობელი/მოქმედი პირი + მკითხველი + ჩვენ ყველა”, გაზეთის შემთხვევაში მათი მკვეთრი გამოიჯვანა არ ხდება და შეიძლება მათი გაერთიანება, შერწყმა და, შესაბამისად, ვიღებთ We – ანუ “მთხრობელი/მოქმედი პირი + ადრესატი/მკითხველი + ჩვენ ყველა”.

43. რაც შეეხება დროის კატეგორიის რეალიზაციას, ის საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში სხვა სიტყვებთან და ფრაზებთან ერთად გამოხატულია დროის დეიქტური ზმნიხედებით (now – then, yesterday – this year და ა.შ.) და ზმნის დროის გრამატიკული ფორმებით. დროის/ტემპორალური დეიქსისის ერთ-ერთი ძირითადი ტიპია ზმნის გრამატიკული ფორმის არჩევა. წარსული დრო მოქმედის პოზიციიდან აღიქმება, როგორც დისტანციური/შორეული. დროის დეიქსისის დისტალური ფორმები შეიძლება გამოყენებული იყოს არა მხოლოდ როგორც დისტანციური ახლანდელ დროსთან მიმართებაში, არამედ, როგორც დისტანციური მიმდინარე რეალობასთან, სტატიაში ასახულ ფაქტებთან მიმართებაში.

44. კვლევამ ცხადყო, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში გვხვდება წმინდად სივრცობრივი დეიქსისის გამომხატველი გამოთქმები, რადგან ეს არის ნარატივის ტიპის დისკურსი, სადაც აუცილებელია საგნების, მოვლენების, მოქმედი სუბიექტის/მოქმედი პირის ადგილის მითითება – განსაზღვრა.

თუ მოლაპარაკე სუბიექტთან მიმართებაში პირის, ადგილის და დროის ელემენტები იმპლიცირებულია (მე - აქ - ახლა). ტექსტის დონეზე ეს ელემენტები ყოველთვის ექსპლიციტურად არის წარმოდგენილი.

45. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა დეიქსისის კუთხით სიღრმისეულმა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ეს სამი მაჩვენებელი – სუბიექტი + დრო + ადგილი არ არის ადეკვატური ამსახველი იმ სიტუაციისა, რომელიც რეალიზებულია ტექსტის დონეზე (მოცემულ შემთხვევაში საინფორმაციო საგაზეთო სტატიის დონეზე). დეიქტური ორგანიზაციის კვლევისას მიზანშეწონილად მივიჩნიეთ და ამ სამ მახასიათებელს დაუმატეთ კიდევ სამი, ანუ – რა?, რატომ? და როგორ?

46. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა დეიქტური ორგანიზაციის კვლევის შედეგად ჩვენ შემდეგი კონცეპტუალური მოდელი მივიღეთ:

Who? → S (Subject) d/i → მოქმედი სუბიექტი.

When? → T (Time) d/i → მოქმედების დრო.

Where? → P (Place) d/i → მოქმედების ადგილი.

What? → E (Event) d/i → ხდომილება (მოვლენა, ამბავი/ფაქტი).

Why? → R (Reason) d/i → მოქმედების მიზეზი.

How? → M (Manner) d/i → მოქმედების რაგვარობა.

ამრიგად, მივიღეთ S + T + P + E + R + M, ანუ ეს არის ხდომილების თანმხლები კოორდინატები, რომელთა ჯამი ხდომილების კონცეპტუალური მოდელის ასახვაა.

47. კვლევის შედეგად შემდეგი დეიქტური ცენტრი შევკმენით:

ცენტრალური პირი → მოქმედი სუბიექტი.

ცენტრალური დრო → მოქმედების დრო.

ცენტრალური ადგილი → მოქმედების ადგილი.

დისკურსის ცენტრი → მომენტი/წერტილი, რომელთანაც მოქმედი სუბიექტი არის ცნობის, ანგარიშის, ინტერვიუს, რეპორტაჟის გადმოცემის დროს.

სოციალური ცენტრი → მოქმედი სუბიექტის სოციალური სტატუსი ან რანგი – რომელთანაც მიმართებაშია ადრესატის ან რეფერენტის სტატუსი ან რანგი.

48. ამრიგად, ჩვენ მიერ შედგენილი კონცეპტუალური მოდელი ზოგადია და ყველა საინფორმაციო სტატია მისი კონკრეტული გამოვლენაა.
49. საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სათაურის დეიქტური ორგანიზაციის კვლევისას შემდეგი შედეგი მივიღეთ: განხილული 50 სტატიის სათაურიდან მოქმედი სუბიექტის დეიქტური მანვენებელი გამოხატულია 49 სათაურში, ხდომილება/მოვლენა – 37 სათაურში, მოქმედების ადგილი – მხოლოდ 9-ში, მოქმედების დრო – 3-ში.
50. სათაურების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ სათაურში ფუნქციონალურად გატანილია ძირითადად ორი ან სამი დეიქტური ნიშანი, უმეტესწილად ხდომილება-მოვლენა/ამბავი, მოქმედი სუბიექტი, რომელსაც ხან მოქმედების დრო, ხან კი – მოქმედების ადგილი ემატება, მაგრამ სტატია უკვე ზემოთხსენებულ ექვსივე კითხვას პასუხობს.
51. ნაშრომის საკვლევ ობიექტს საინფორმაციო საგაზეთო სტატია წარმოადგენდა, თუმცა მიგვაჩნია, რომ ეს ჩვენი მოსაზრება შეიძლება გავრცელდეს ყველა სხვა ტიპის ტექსტებზეც მხატვრული ლიტერატურის (იგულისხმება სიუჟეტის მქონე ნაწარმოებები) ჩათვლით, რომელთაც ინფორმაციულობის მაღალი ინდექსი აქვთ.
52. მიღებული კონცეპტუალური მოდელი, რომლის კოორდინატებია: მოქმედი სუბიექტი + მოქმედების დრო + მოქმედების ადგილი + ხდომილება (მოვლენა, ამბავი/ფაქტი) + მოქმედების მიზეზი + მოქმედების რაგვარობა – ზოგადია და ყველა საინფორმაციო სტატიისათვის დამახასიათებელია, თუმცა, რა თქმა უნდა, თითოეულ სტატიაში დეიქტური ნიშნების თანმიმდევრობას მკაცრად განსაზღვრული რიგითობა არ ახასიათებს.

ამგვარად, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა კლასიფიკაციამ, ჟანრობრივი ჯგუფების დაყოფამ მათი ზოგადი კანონზომიერების დადგენის შესაძლებლობა მოგვცა. სრულიად სიახლეა, საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა სემანტიკური მანვენებლების დადგენა. ჩატარებულმა კვლევამ ცხადყო, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა პრაგმატული თავისებურებების ანალიზმა, კერძოდ კი, ისეთი პრაგმატული ასპექტების განხილვამ, როგორცაა: სამეტყველო აქტები, დროულ-სივრცობრივი მიმართებები საინფორმაციო საგაზეთო სტატიებში და საინფორმაციო საგაზეთო სტატიათა დეიქტური ორგანი-

ზაცია, სტატიებს ახალი ფუნქციური დატვირთვა შესძინა, რაც იმაში გამოიხატება, რომ საინფორმაციო საგაზეთო სტატია წარმოადგენს აქტიურ დიალოგს მკითხველთან. სამეცნიერო აქტების პრაგმატული ანალიზის ჭრილში განხილვის მიზანი იყო სამეცნიერო აქტების თეორიის ზეპირი მეტყველების სფეროდან “წერილობითი აქტების” სფეროში გადატანა და საინფორმაციო საგაზეთო ტექსტის კომპლექსურ ანალიზზე დაყრდნობით მისი ინტერპრეტაციის მცდელობა. ასევე სიახლეა დეიქსისის კონცეპტუალური მოდელი, რომელიც შეიძლება გავრცელდეს ყველა ტიპის ტექსტებზე მხატვრული ლიტერატურის ჩათვლით, რომლებსაც ინფორმაციულობის მაღალი სიხშირე ახასიათებთ.

ციტირებული და გამოყენებული ლიტერატურის სია:

1. დვალიძე ნ. პუბლიცისტური ტექსტის თხრობითი დინამიკის ლინგვისტური ორგანიზაცია (ინგლისურენოვანი ესეის მასალაზე). ავტორეფერატი ფილოლოგიის მეცნ. კანდ. ხარისხის მოსაპოვებლად. თბილისი, 2001.
2. ენუქიძე რ. დროულ-სივრცობრივ მიმართებათა ლინგვისტური ორგანიზაცია მხატვრულ ტექსტში. თბილისი: თსუ გამომცემლობა, 1984.
3. ენუქიძე რ. თხრობითი დინამიკა და მხატვრული ტექსტის ინფორმატული ერთეულები. “უცხოური ენები სკოლაში”, №1, 1989.
4. ენუქიძე რ. ინგლისურ-ამერიკული მოთხრობის ქრონოტოპული კონტინუუმის ზოგიერთი ენობრივი თავისებურება. საქ. სსრ. მეცნ. აკად. “მოამბე”, 112, №2, 1983, გვ. 437-440.
5. ენუქიძე რ. ლოკაციის კატეგორია და მხატვრული ქრონოტოპი. “უცხოური ენები სკოლაში”, №1, 1982, გვ. 20-28.
6. ენუქიძე რ. მხატვრული პროზაული ტექსტის პროცესუალობა და თხრობითი დინამიკა. საქ. სსრ. მეცნ. აკად. “მოამბე”, 134, №3, II ნაწილი, 1989. გვ. 193-197.
7. ენუქიძე რ. მხატვრული ქრონოტოპი და Short story-ს სიუჟეტური დინამიკა. საქ. სსრ. მეცნ. აკად. “მაცნე”, ენისა და ლიტ. სერია, №1, 1985, გვ. 127-141.
8. ენუქიძე რ. ძირითად “ლინგვისტურ აბსტრაქციათა” სისტემა და მხატვრული ტექსტის თხრობითი დინამიკა. საქ. სსრ. მეცნ. აკად. “მაცნე”, ენისა და ლიტ. სერია, №3, 1989.
9. ენუქიძე რ. ლინგვისტური პრაგმატიკა და მხატვრული ტექსტის პროცესუალობა. თბილისი: თსუ გამომცემლობა, 1990.
10. კვარაცხელია გ. მხატვრული ენის შესწავლის ლინგვისტური ასპექტები. თბილისი: თსუ გამომცემლობა, 1995.
11. ლებანიძე გ. კომუნიკაციური ლინგვისტიკა. “ენა და კულტურა”, თბილისი, 1997.
12. ორკოდაშვილი მ. საგაზეთო ანალიზური სტატიის ლინგვისტური და გრაფიკული მახასიათებლები (ბრიტანული და ქართული პრესის მასალაზე). ავტორეფერატი ფილოლოგიის მეცნ. კანდ. სამეცნ. ხარისხის მოსაპოვებლად. თბილისი, 1999.

13. პეტრიაშვილი ი. ავტორისეული წილსვლების ზოგიერთი პრაგმატული თავისებურება (ინგლისური რომანის მასალაზე). ავტორეფერატი ფილოლოგიის მეცნ. კანდ. სამეცნ. ხარისხის მოსაპოვებლად. თბილისი, 2003.
14. სერგია ვ. ტექსტის ლინგვისტიკა. თბილისი: გამომცემლობა “განათლება”, 1989.
15. უცხო სიტყვათა ლექსიკონი. შემდგენელი მიხეილ ჭაბაშვილი, თბილისი: გამომცემლობა “განათლება”, 1973.
16. ფურცელაძე ვ. ტექსტი როგორც ენობრივი მოღვაწეობის წერილობითი გაცხადება. 2 ნაწილად. თბილისი: გამომცემლობა “სამშობლო”, 1998.
17. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л., 1973.
18. Арнольд И. В. Квантование информации в тексте и читательское восприятие. – В: Исследования целого текста: Тезисы докладов. М.: Наука, 1986. 152 с.
19. Арутюнова Н.Д., Падучева Е.В. Истоки, проблемы и категории прагматики. - В: Новое в зарубежной лингвистике. вып. XVI, М.: Прогресс, 1978.
20. Ахманова О.С., Магидова И.М. Прагматическая лингвистика, прагмалингвистика и лингвистическая прагматика. ВЯ, № 3, 1978.
21. Барт Р. Лингвистика текста. В: Новое в зарубежной лингвистике. вып. VIII, М.: Прогресс, 1978.
22. Барт Р. Текстовый анализ. В: Новое в зарубежной лингвистике. вып. IX, М.: Прогресс, 1980.
23. Бахтин М. М. Эстетика словесного искусства. М.: Искусство, 1979.
24. Бахтин М. М. Время и пространство в романе. Вопросы литературы №3, 1974.
25. Безменова И.А., Герасимов В.И. Некоторые проблемы теории речевых актов. – В кн.: Языковая деятельность в аспекте лингвистической прагматики. Сборник обзоров. М.: 1984.
26. Беллерт И. Об одном условии связного текста. В: Новое в зарубежной лингвистике. вып. VIII, М.: Прогресс, 1978.
27. Белянин В. П. О границах множественности интерпретаций художественного текста. В: Семантика целого текста. Одесса, 1987.
28. Бенвенист Э. Уровни лингвистического анализа. – Новое в лингвистике, вып. 4, 1965.
29. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974.
30. Благой Д.Д. Ритм, смысл и звук в стихе. В: Симпозиум «Проблемы ритма, худож. времени и пространства в лит-ре и искусстве». Л., 1970.

31. Блох М.Я. Проблема основной единицы текста. В кн.: Всесоюзная научная конференция «Коммуникативные единицы языка». Тезисы докладов. /12-13 декабря/. М., 1984.
32. Блумфилд Л. Язык. М., 1968.
33. Богуславский В.М. О некоторых особенностях языка газеты. Русский язык за рубежом. № 1, 1968.
34. Брандес М. П. Стилистический анализ. М., 1971.
35. Брандес М. П. Синтаксическая семантика текста. Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М. Тореца. Вып. 112, М., 1977.
36. Булыгина Т. В. О границах и содержании прагматики. ВЯ, т. 40, № 4, 1981. с.333-342.
37. Васильев Ю.А. Семантико-синтаксическая характеристика речевого жанра научной статьи. АКД, М.,1979.
38. Васильева А.Н. Газетно-публистический стиль. М., 1982.
39. Вейнрейх У. О семантической структуре языка. – Новое в лингвистике, вып. 5. М.,1970.
40. Вернадский В.И. «Ритм, пространство и время в лит-ре и искусстве». Л., 1974.
41. Виноградов В.В. Стилистика, теория поэтической речи, поэтика. М., 1963.
42. Виноградов В.В. О языке художественной прозы. Избранные труды. М., 1980.
43. Винокур Т. Г. О содержании некоторых стилистических понятий. – В кн.: Стилистические исследования. На материале современного русского языка. М.. 1972.
44. Волкова Е. В. Ритм как объект эстетического анализа. - В: Ритм, пространство и время в лит-ре и искусстве. Л., 1974, с. 80-86.
45. Воробьева И. Н. Прагматика текста и значение термина. – В: Прагматические характеристики текста и его смысловая интерпретация. сб. н. тр. Нальчик: КБГУ, 1987.
46. Гавриленко И.А. Синтаксические особенности кратких газетных сообщений /на материале современной прессы Англии и США/. АКД, М., 1973.
47. Гак В. Г. Прагматика, узус и грамматика речи. – В: Иностр. Языки в школе. № 5, 1982. с. 11-17.
48. Гальперин И. Р. О понятии - «текст». - В кн.: Лингвистика текста. Материалы научной конференции. Ч.1, М., 1974.
49. Гальперин И. Р. Информативность единиц языка. М., 1974.
50. Гальперин И. Р. Грамматические категории текста. – В: Изв. АН СССР. Серия литературы и языка. т. 36, № 6, 1977. с. 522-531.

51. Гальперин И. Р. К проблеме зависимости предложения от контекста. – ВЯ, № 1, 1977.
52. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва: Издательство «Наука», 1981.
53. Гвенцадзе М. А. Способы организации информации в газетной заметке /на материале немецкого и грузинского языков/. В кн.: Языкознание. Труды Тбилисского университета, Тбилиси, 1984.
54. Гвенцадзе М. А. Коммуникативная лингвистика и типология текста. Тбилиси: Ганатлеба, 1986. .
55. Гор Г. С. Время и пространство в научной фантастике. В: Материалы симпозиума «Проблемы ритма, худож. времени и худож. пространства в лит-ре и искусстве». Л., 1970.с. 33-34.
56. Дейк В. Т. А. Вопросы прагматики текста. - В: Новое в зарубежной лингвистике. вып. VIII, М.: Прогресс, 1978, с. 259-280.
57. Егоров Б.Ф. Время в русской поэзии XIX века. – В: Материалы симпозиума «Проблемы ритма, худож. времени и худож. пространства в лит-ре и искусстве». Л. , 1970.
58. Енукидзе Р. И. Художественный хронотоп и его лингвистическая организация. Тбилиси: изд. ТГУ, 1987.
59. Иванов В.В. Категория времени в искусстве и культуре XX века. В кн.: «Ритм, пространство и время в лит-ре и искусстве». Л., 1974.
60. Иванова Т.П. Композиционно-смысловая и синтаксическая структура краткого газетного текста. АКД, М., 1975.
61. Каган М. С. Пространство и время в искусстве как проблема эстетической науки. – В кн.: «Ритм, пространство и время в лит-ре и искусстве». Л., 1974, с. 26-38.
62. Каменская О. Л. Текст как средство коммуникации. Сборник научных трудов МГПИИЯ им. Тореца. Вып. 158, М., 1980.
63. Кандинский В. С. Коммуникативная организация текста. Сборник научных трудов МГПИИЯ им. Тореца. Вып. 189, М., 1982.
64. Кафкова О. О роли контекста в разных видах коммуникантов. В: Синтаксис текста. М.: Наука, 1979. с. 236-247.
65. Кифер Ф. О роли прагматики в лингвистическом описании. В: Новое в зарубежной лингвистике. вып. XVI, М.: Прогресс, 1985.
66. Кобозева И. М. «Теория речевых актов» как один из вариантов теории речевой деятельности. В: «Новое в зарубежной литературе», Вып. XVIII, М.: «Прогресс», 1986.

67. Кожевникова Кв. Об аспекте связности и цельности текста. В: Синтаксис текста. М.: Наука, 1979. с. 49-67.
68. Коржевский Ян. Прагматический компонент и теория текста. В: Синтаксис текста. М.: Наука, 1979. с. 68-77.
69. Костомаров В. Г. «Газетный стиль» как функциональный стиль. - В кн.: Научная конференция «Проблемы лингвистической стилистики». Тезисы докладов. /26-28 марта/. М., 1969.
70. Костомаров В. Г. Лингвистический статус массовой коммуникации и проблема «Газетного языка» /на материале советской прессы/. – В кн.: Психологические проблемы массовой коммуникации. М., 1974.
71. Левковская Н. А. Проблемы континуума в тексте художественной прозы. - В: Изд. АН СССР. т. 135, 1978. с.92-112.
72. Леонтьев А.А. Признаки связности и цельности текста. - В: Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. вып. 103, 1976. с. 60-70.
73. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
74. Лихачев Д. С. Поэтика древнерусской литературы. Л.: Гос. изд. художественной литературы, 1971.
75. Лотман Ю.М. Структура художественного текста /Семиотические исследования по теории искусства/. М.: Искусство, 1970.
76. Макогоненко Г. П. О художественном пространстве в реалистической лит-ре. – В: Культурное наследие древней Руси. М.: Наука, 1976. с. 237-244.
77. Медникова Э. М. Прагматика и семантика коммуникативных единиц. – В: Всесоюз. Науч. Конф. «Коммуникативные единицы языка ». Тезисы докладов. 1984. с. 78-80.
78. Мейлах Б. С. Проблемы ритма, времени и пространства в комплексном изучении худож. творчества. – В: Материалы симпозиума «Проблемы ритма, худож. времени и худож. пространства в лит-ре и искусстве». Л. , 1970. с.5.
79. Москальская О. И. Грамматика текста. М.: Высшая школа, 1981. 183 с.
80. Мотылева Т. Л. Время и пространство в совр. заруб. романе. – В: Материалы симпозиума «Проблемы ритма, худож. времени и худож. пространства в лит-ре и искусстве». Л. , 1970.с. 31-33.
81. Мужев В. С. О функциях заголовков. Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М. Тореца. Вып. 55, 1970.
82. Наер В. Л. Прагматические аспекты языка газеты. Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М. Тореца, Вып. 205, 1983.

83. Пельга В. Д. (ред.). Теория и практика советской периодической печати. М., 1980.
84. Почепцов Г.Г. Прагматика текста. В: Коммуникативно-прагматические и семантические функции речевых единств. Калинин, 1980.
85. Пробст М. А. Текст в системе коммуникации. В: Проблемы структурной лингвистики. М.: Наука, 1981. с. 12-15.
86. Рамишвили Д. Художественная речь как эстетический феномен. Тбилиси, 1987.
87. Ризель Э. Г. К вопросу об иерархии стилистических систем и основных текстологических единиц. ИЯШ. №6, 1975.
88. Романовская Н.В. Жанровая вариативность английского газетного текста. Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М. Тореца. Вып. 178, М., 1981.
89. Рудь И. Д. Цуккерман И.И. О пространственно-временных преобразованиях в искусстве. - В кн.: «Ритм, пространство и время в литературе и искусстве. Л., 1974.
90. Сапаров М. А. Об организации пространственно-временного континуума художественного произведения. В кн.: «Ритм, пространство и время в литературе и искусстве. Л., 1974.
91. Сафонов А.А. Стилистика газетных заголовков. – В кн.: Стилистика газетных жанров. М.: Изд-во МГУ, 1981.
92. Свидерский В. И. О диалектико-материалистическом понимании пространства и времени. В: Материалы симпозиума «Проблемы ритма, худож. времени и худож. пространства в лит-ре и искусстве». Л. , 1970.с. 6-7.
93. Сивохина Н. Г. О специфике функционирования худож. времени и худож. пространства. – В: Науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. 1978. № 135.
94. Солганик Г. Я. О языке газеты. М.: Изд-во МГУ, 1968.
95. Стилистика газетных жанров. М.: Изд-во МГУ, 1981.
96. Степанов Ю.С. Основы общего языкознания. М., Просвещение, 1975.
97. Степанов Ю.С. В поисках прагматики. В: Изв. АН СССР. Серия лит. и языка. т. 40, №4, 1981. с. 325-332.
98. Степанов Ю.С. В трехмерном пространстве языка. Семант. проблемы лингвистики, философии, искусства. М.: Наука, 1985. 336с.
99. Сусов И. П. Язык общения и лингвистика. – В: Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. Калинин, 1985. с.3.
100. Тураева З. Я. Категория времени. Время грамматическое и время художественное. М.: Высшая школа, 1979.

101. Тураева З. Я. Текст как высшая коммуникативная единица и его категории. – В: Всесоюзная научн. конференция «Коммуник. единицы текста». Тезисы докладов, /12-13 дек./ МГПИИЯ, М., 1984 с. 125.
102. Тураева З. Я. Лингвистика текста. М.: Просвещение. 1986.
103. Тураева З. Я. Поэтика ассоциаций и интерпретация худ. текста. – В: семантика целого текста. Одесса, 1987. с. 150-155.
104. Фивегер Д. Лингвистика текста в исследованиях ученых ГДР. В: Синтаксис текста. М.: Наука, 1979. с. 314-321.
105. Фридендер Г.М. Время в романах Достоевского. – В: Материалы симпозиума «Проблемы ритма, худож. времени и худож. пространства в лит-ре и искусстве». Л. , 1970.
106. Хартманн П. Текст, тексты, классы текстов. – В кн.: Проблемы теории текста. Реферативный сборник. М., 1978.
107. Чаковская М. С. Текст как сообщение и воздействие. М.: Высшая школа, 1986.
108. Черепанов М. С. Проблемы теории публицистики. М., 1973.
109. Шендельс Е. И. Роль когерентности в грамматике текста. – В: Язык как коммуникативная деятельность человека. Инст. языкозн. АН СССР. Сборник науч. тр. вып. 284. М. 1987. с. 86-90.
110. Advances in the sociology of language. Fishman J. A. (ed). Vol. 1. Mouton, The Hague, 1971.
111. Austin J. L. How to do things with words. Oxford: Oxford University Press, 1962. Hague, 1971.
112. Bach K., Harnish R.M. Linguistic communication and speech acts. Cambridge, 1982.
113. Bateson G. Steps to an ecology of mind. New York, Ballantine, 1972.
114. Berry M. An Introduction to Systemic Linguistics. 2 Levels and Links. B.T.Batsford Ltd. London. 1977.
115. Becker A. L. Beyond translation: Esthetics and language description. Washington D. C.: Georgetown University Press, 1982.
116. Belke H. Gebrauchstexte. In: Grundzüge der Literatur – und Sprachwissenschaft. B.I. dtv wissenschaftliche Reihe, München, 1973.
117. Berry M. An Introduction to Systemic Linguistics. 2 Levels and Links. B.T.Batsford Ltd. London. 1977.
118. Bloomfield M.W. The Syncategorematic in Poetry, From Semantics to Syntactics, To Honor Roman Jakobson, 1, The Hague, 1967. pp. 309-317.

119. Burling R. *Man's Many Voices*. Holt, Rinehart & Winston, New York, 1970.
120. Chafe W.L. *Linguistic differences produced by differences between speaking and writing*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.
121. Chomsky N. *Syntactic Structures*. The Hague, Mouton, 1957.
122. Cook G. *Discourse and Literature*. Oxford University Press, 1994.
123. Cook G. *Applied Linguistics*. Oxford University Press, 2003.
124. Coulthard M. *An introduction to discourse analysis*. Longman, 1977.
125. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge University Press, 1977.
126. Culler J. Jacobson and the Analysis of Literary Texts. "Language and Style", 1971, v.5, #1.
127. *Current Trends in Text-linguistics*. Walter de Gruyter. Berlin, N.Y., 1978.
128. *Directions in sociolinguistics: the ethnography of communication*. Gumperz J. J. and Hymes D. (eds). Holt, Rinehart & Winston, NY, 1972.
129. Enkvist N.E. *Linguistic Stylistics*. The Hague, 1973.
130. Enkvist N.E. *Stylistics and Text Linguistics*. In: *Current Trends in Textlinguistics*. ed. by W. Dressler. Walter de Gruyter. Berlin-New York. 1978. pp.174-189.
131. Enkvist N.E. *Text, Cohesion, and Coherence*. *Cohesion and Semantics*. Publications of the Research Institute of the Abo Akademi Foundation, 1979.
132. Falk E.H. *Stylistic Forces in the Narrative. – Patterns of Literary Style*, 1971.
133. Fillmore Charles J. *Pragmatics and the description of discourse*. In Peter Cole (ed.), *Radical Pragmatics*, New York: Academic Press, 1981, pp. 143-66.
134. Fowler R. *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London, 1991.
135. Friedrich P. *The language parallax: Linguistic relativism and poetic indeterminacy*. Austin, TX, University of Texas Press, 1986.
136. Galperin I. R. *Stylistics*. II Edition. Revisited. "Higher School". Moscow, 1977.
137. Grice P. *Logic and Conversation*. In P. Cole & J. Morgan (eds) *Syntax and Semantics*. Vol. 3. *Speech Acts*. NY, Academic Press, 1975.
138. Gumperz J.J. *Discourse Strategies*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
139. Gumperz J.J. et al. *Cohesion in spoken and written discourse*. Norwood, NJ, Ablex, 1984.
140. Halliday M.A. K. *The Linguistic Study of Literary Texts*, *Proceedings of the Ninth International Congress of Linguistics*, London, The Hague, Paris, 1964, pp.302 – 307.
141. Halliday M.A. K. *Linguistic structure and literary style: an inquiry into the language of William Golding's The Inheritors*. In: S. Chatman (ed), *Literary style: A Symposium*. NY & London: Oxford University Press, 1971, pp.332-4.

142. Halliday M.A.K. Language Structure and Language Function. – In: *New Horizons in Linguistics*. London, 1971.
143. Halliday M.A. K., Hasan R. *Cohesion in English*. London, Penguin Books, 1975.
144. Halliday M.A.K. , Rugaiya H. *Cohesion in English*. L., 1976.
145. Harris Z. *Discourse analysis*. *Language* 28: 1952.
146. Hockett Ch. *A Course in Modern Linguistics*, N.Y., 1958.
147. Huckin T. N. *Critical Discourse Analysis*. In: *Functional Approaches to Written Text: Classroom Applications*. Ed. Tom Miller. *English Language Programs*. USIA, Washington D.C. 20547, 1977.
148. Ilyish B. *The Structure of Modern English*. Leningrad: Prosveshenie, 1971.
149. Ingram D. *Typology and Universals of Personal Pronouns*. In: J.H. Greenberg (ed.) *Universals of Human language*. Vol. 3. *Word Structure*. Stanford: Stanford University Press, 1978.
150. Jakobson R. *Closing Statement: Linguistics and Poetics*. Cambridge, MA: MIT Press, 1960.
151. Jakobson R. *Concluding Statement: Linguistics and Poetics*. – In: *Style in Language*. N.Y.–L, 1960.
152. Jakobson R. *Linguistics and Poetics, Style in Language*, Cambridge, 1960, pp. 350-377.
153. Jakobson R. *Selected Writings*, v. 2, 1971.
154. Katz J.J. *Prepositional Structure and Illocutionary Force*. Cromwell, New York, 1977.
155. Kress G. R. *Linguistic Processes in Sociocultural Practice*. Victoria: Deakin University Press, 1985.
156. Lakoff G. *The Contemporary Theory of Metaphor*. In Ortony, Andrew (ed.) *Metaphor and Thought* (2nd edition), Cambridge University Press, 1992.
157. Lakoff G. Turner, M. *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*, Chicago: University of Chicago Press, 1989.
158. *Language Files. Pragmatics: Speech Acts, File 71*, Fifth edition, Ohio State University Press, Columbus, 1991.
159. Lasewell H.D. *The structure and function of communication in society*. In: *Communication of ideas: A series of addresses*. Ed. by Bryson L. N.Y., 1948.
160. *Linguistic Dynamics*. ed. by Th. Ballmer. Walter de Gruyter Berlin-New York. 1985. 366p.
161. Leech G. N. *Principles of Pragmatics*. London: Longman, 1983.
162. Lecerle Jean-Jacques, *Interpretation as Pragmatics*, New York: St. Martin's Press, 1999.
163. Levinson S. *Pragmatics*. Cambridge University Press. 1983/repr. 1994.

164. Longacre R., Levinson S. Field Analysis of Discourse. In: Current trends in textlinguistics. Ed. by W. Dressler. Berlin/New York, 1977.
165. Lyons J. An Introduction to Theoretical Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 1968.
166. Lyons J. Semantics. Vols 1& 2. Cambridge University Press, 1977.
167. Manoff R. K., and Schudson M. (eds). Reading the News. New York: Pantheon Books. 1986.
168. Mey J. L. Pragmatics. Oxford UK & Cambridge USA: Blackwell Publishers, 1993.
169. Miller G. A. Images and models, similes and metaphors. In Ortony. 1979.
170. Morris C. Signs, Language and Behavior. N.Y., 1955.
171. Morris C. Foundations of the Theory of Signs. In: International Encyclopaedia of Unified Science, 2:1. Ed. Rudolf Carnap et al., Chicago: The University of Chicago Press, 1938.
172. Östman, Implicit involvement in interactive writing. The pragmatic Perspective: Selected papers from the 1985 International Pragmatics conference, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 1988.
173. Parret H. Discussing Language. The Hague – Paris, 1974.
- 174 Riley P. (ed). Discourse and Learning. Papers in applied linguistics and language learning from the *Centre de Recherches et d'Applications Pédagogiques en Langues (C.R.A.P.E.L.)*. London & New York: Longman, 1985.
175. Ruthrof H.G. Narrative Language. – Language and Style, 1977, v. 10, # 1.
176. Sadock J.M. Towards a Linguistic theory of Speech Acts. NY. 1974.
177. Sapir J.D. The anatomy of metaphor. The Social use of metaphor. Philadelphia: The University of Pennsylvania Press, 1977.
178. Schlomith R. A Comprehensive Theory of Narrative. – In: Poetic Communication vs Literary Language. W. Berlin, 1974. pp.33-60.
179. Searle J. R. Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. Cambridge University Press, 1969.
180. Searle J. R. A Classification of Illocutionary Acts. In: Language in Society. Vol. 5. 1976. #1.
181. Searle J. R. Metaphor. In Ortony, Cambridge University Press, 1979.
182. Searle J. R., Kiefer F. & Bierwisch M. Speech Act Theory and Pragmatics. Synthese Language Library. Vol. 10. Reidel, Dordrecht, 1980.
183. Schendl H. Historical Linguistics. Oxford University Press, 2001.

184. Schmidt R.W. and Richards J.C. Speech acts and second-language learning. In: J.C. Richards. The Context of Language Teaching. Cambridge University Press, 1985/Repr. 1991.
185. Scovel Thomas. Psycholinguistics. Oxford University Press. 2004.
186. Sitta H. Kritische Überlegungen zur Textsortenlehre. In Sprache der Gegenwart. Studien zur Texttheorie und zur deutschen Grammatik. Festgabe für Hans Clinz zum 60. Geburtstag. Hrsg. von H. Sitta und K. Brinker. Düsseldorf., 1973.
187. Spolsky B. Sociolinguistics. Oxford University Press. 1998.
188. Sweetser E. From Etymology to Pragmatics. Metaphorical and Cultural Aspects of Semantic Structure. Dpt. of Linguistics. University of California at Berkeley. Cambridge University Press, 1990/repr. 1997.
189. Tannen D. Oral and literate strategies in spoken and written narratives. Language, 58. 1, 1982.
190. Tannen D. Talking Voices. Repetition, dialogue, and imagery in conversational discourse. Cambridge University Press, 1996.
191. The Concise Oxford Dictionary of Linguistics, Oxford University Press, 1997.
192. Text Connexity, Text Coherence. Aspects, Methods, Results. Hamburg: Burke, 1985.
193. Vachek J. The Linguistic School of Prague, Bloomington and London, 1966.
194. Van Dijk T.(ed.) Handbook of discourse analysis, 4 vols. London: Academic Press, 1985.
195. Verdonk P. Stylistics. Oxford University Press. 2002.
196. Widdowson H. Approaches to discourse. In Gutnecht, c. Grundbegriffe und Hauptströmungen der Linguistik. Hoffman und Campe, Hamburg. 1977.
197. Widdowson H. Strategies for discourse processing. Council of Europe, Strasbourg, 1980.
198. Widdowson H.G. Linguistics. Oxford University Press.1996.
199. Yule G. Pragmatics. Oxford University Press, 1997.

ციტირებული და გამოყენებული გაზეთების სია:

1. Daily Mail, September 25, 2006.
2. Daily Mail, October 5, 2006.
3. The Daily Telegraph, October 5, 2006.
4. The Daily Telegraph, August 16, 2003.
5. Evening Standard, September 25, 2006.
6. Evening Standard, August 2, 1999.
7. The Guardian, April 6, 2006.
8. The Guardian, April 7, 2006.
9. The Guardian, April 8, 2006.
10. The Guardian, April 10, 2006.
11. The Guardian, April 13, 2006.
12. The Guardian, April 29, 2006.
13. The Guardian, May 1, 2006.
14. The Guardian, May 18, 2006.
15. The Guardian, February 13, 2002.
16. The Guardian, April 16, 1986.
17. Guardian Unlimited, January 13, 2006.
18. Guardian Unlimited, January 16, 2006.
19. Guardian Unlimited, February 27, 2006.
20. Guardian Unlimited, March 29, 2006.
21. Guardian Unlimited, April 5, 2006.
22. Guardian Unlimited, April 6, 2006.
23. Guardian Unlimited, April 7, 2006.
24. Guardian Unlimited, April 12, 2006.
25. Guardian Unlimited, May 17, 2006.
26. The Guardian Weekly, March 16-22, 2007.
27. The Guardian Weekly, September 21-27, 2007.
28. The Guardian Weekly, 21 September, 2007.
29. The Guardian Weekly, August 14-20, 2003.
30. The Guardian Weekly, December 4-10, 2003.
31. The Guardian Weekly, December 11-17, 2003.
32. The Guardian Weekly, December 18-24, 2003.

33. The Guardian Weekly, April 20, 1997.
34. The Guardian Weekly, April 27, 1997.
35. The Guardian Weekly, September 14, 1997.
36. The Guardian Weekly, November 9, 1997.
37. The Guardian Weekly, November 17, 1996.
38. The Independent, September 25, 2006.
39. The Independent, August 15, 2003.
40. The Independent, September 25, 2002.
41. The Los Angeles Times, July 24, 1985.
42. The New York Times, February 28, 2007.
43. The New York Times, May 17, 2006.
44. The New York Times, February 5, 2005.
45. The New York Times, June 11, 2002.
46. The Observer, April 9, 2006.
47. The Observer, April 30, 2006.
48. The Observer, March 28, 1999.
49. The Spectator, September 20, 1997.
50. The Sun, June 12, 1996.
51. The Times, December 31, 2007.
52. The Times, December 30, 2007.
53. The Times, June 7, 2000.
54. The Times, July 13, 1998.
55. The Times, July 14, 1998.
56. The Times, July 16, 1998.
57. The Times, July 17, 1998.
58. The Times, May 9, 1997.
59. USA Today, June 3, 2002.
60. USA Today, June 12, 2002.
61. The Washington Post, February 28, 2007.
62. The Washington Post, October 27, 2006.
63. The Washington Post, February 4, 2005.
64. The Washington Post, June 4, 2002.
65. The Washington Post, June 8, 2002.