

ნათია მახარაძე

დოქტორანტი

სათაურის თავისებურება და ფუნქცია პუბლიცისტიკაში

საგაზეთო ენას უდიდესი შესაძლებლობები და გავლენა აქვს საზოგადოებაზე. გაზეთი ინფორმირებისა და მკითხველის დარწმუნების ერთ-ერთ საუკეთესო საშუალებას წარმოადგენს. ის გათვლილია ფართო და, ამასთან, არაერთგვაროვან აუდიტორიაზე, რომელიც უნდა დააინტერესოს, ამიტომ მნიშვნელოვანია ინფორმაციის სწორად ორგანიზება.

საგაზეთო სათაურებს ახასიათებთ ინფორმაციის კონცენტრირებული მიწოდება, რაც მკითხველს უიოლებს შესაძლებლობას აირჩიოს გაზეთში ის, რაც მას აინტერესებს. სათაური სტატიის შესახებ საერთო ორიენტაციას იძლევა. ხშირად, სათაური, რომელიც 5-6 სიტყვისგან შედგება, იმ სიტყვით იწყება, რომელზეც საუბარია ტექსტში. ამგვარად, მკითხველს აქვს შესაძლებლობა სათაურების საშუალებით ძირითადი მოვლენების შესახებ ზოგადი წარმოდგენა შეიქმნას.

სათაურში მოცემულია სტატიის ყველაზე მნიშვნელოვანი აზრი ან თვალისმომჭრელი და დასამახსოვრებელი ფრაზა სტატიიდან. როგორც წესი, სათაურის ფუნქციაა მკითხველის ყურადღების მიქცევა და ამიტომ ძალიან ხშირად, ის სრულად ვერ გადმოსცემს სტატიის შინაარსს. ამ ფუნქციას, ძირითადად, ქვესათაური ასრულებს.

პუბლიცისტიკაში სათაურს რეკლამის ფუნქციაც აქვს. რეკლამა (ლათ. *reclamo* – „წამოვიყვირებ“) - ეს არის ინფორმაცია, გავრცელებული ნებისმიერი მეთოდით, ნებისმიერი ფორმით და ხერხით, მიმართული საზოგადოების ფართო მასებისთვის, რეკლამირების ობიექტის მიმართ მათი ყურადღების მიპყრობის და/ან ინტერესის გაღვივების მიზნით. მისი მიზანია, რაც შეიძლება, საზოგადოების დიდ ნაწილზე მოახდინოს ზეგავლენა. ამისათვის რეკლამა იმუშავებს ზემოქმედების უნივერსალურ ფორმებს. გაუზენბლაზის აზრით, გაზეთს ორნაირად კითხულობენ: ათვალთვლებენ სათაურს, ხოლო შემდეგ კითხულობენ მხოლოდ იმ სტატიებს, რომლებიც მოეწონებათ.

ომიადის დაკვირვებით: „თანამედროვე ჟურნალ-გაზეთების სათაურებზე დაკვირვებამ ცხადყო, რომ სარეკლამო ფუნქცია ყველაზე წინ არის წამოწეული, მაგრამ ამ ფუნქციის აქცენტირება ყოველთვის წარმატებულად შერჩეულ სათაურს არ გვაძლევს. გამოიყო სათაურთა რამდენიმე ჯგუფი, რომლებსაც პირობითად თუ შეგვიძლია სარეკლამო ანუ დამაინტრიგებელი სათაურები ვუწოდოთ. პირობითად იმიტომ, რომ ინტრიგა მათი სახელდების მოტივია მხოლოდ, რეალურად კი ისინი მიზანს ვერ აღწევენ, ვერ იზიდავენ მკითხველს“ (ომიადე, 2012: 5).

ვფიქრობთ, პირველ რიგში, სათაურის ძირითადი დანიშნულება მკითხველის ყურადღების მიპყრობა, დაინტერესებაა. მეორე მხრივ, სათაურმა მოკლედ უნდა გადმოსცეს სტატიის შინაარსი ან გამოყოს ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტები, და მესამე, სათაურმა უნდა დაარწმუნოს მკითხველი და სტატიის ძირითადი იდეა შთააგონოს მას.

პუბლიცისტურ ტექსტებში ინფორმაციული ფუნქციის გარდა მკვეთრად იზრდება სათაურის ზემოქმედებითი ფუნქცია და პოტენციური მკითხველების მოზიდვის ფუნქცია. აქ სათაური ინტერესისა და ინტრიგის გამოწვევის ფუნქციას ასრულებს, ის ეპატაჟური უნდა იყოს, რათა მკითხველი განაწყოს სტატიის წასაკითხავად: „ხანძარი ათონელის ქუჩაზე - იწვის საცხოვრებელი სახლი“, „თამარ მეფის ხიდიდან 25 წლის მამაკაცი მტკვარში გადახტა“, „თიანეთში, ხატობაზე, მანქანა ხალხში შევარდა - დაღუპულია 8 წლის ბავშვი და ახალგაზრდა მამაკაცი“, „მოკალით გივი ბერიკაშვილი? სირცხვილია!“, „დაკარგული პოეტი შალვა ბაკურაძე გამოჩნდა“, „დო, რე, მი, ფა, სოლ, ლა, სი“ - იცოდით საიდან მოდის ნოტების სახელწოდებები?“, ვინ შეცვლის დიმა ობოლაძეს „სხვა შუადღეში“?, „ვინ არის მომღერალ ბექა ჩხეიძის რჩეული?“ და ა. შ

სათაური ნათლად და ლაკონურად უნდა გადმოსცემდეს ტექსტის შინაარსს. სწორედ ამაში მდგომარეობს საგაზეთო სათაურის ესთეტიკა და ექსპრესიულობა⁴, მაგრამ, ამის მიუხედავად, ნაცვლად მოკლე და სხარტი სათაურებისა, იქმნება ისეთი სათაურები, რომლებიც შეიძლება ტექსტის რეზიუმედ ჩაითვალოს, მაგ.: „აშშ-ის პრეზიდენტმა დონალდ ტრამპმა ტელეკომპანია Fox-სთან განაცხადა, რომ არ აპირებს

სირიაში შეჭრას, იმის მიუხედავად, რომ გასულ კვირას სირიის სამხედრო ბაზებზე ავიადარტყმების ბრძანება გასცა“, „ცენტრ - პოინტის“ ერთ-ერთი დაზარალებულის, თამარ ფირცხალაიშვილის თქმით, კომპანიის დამფუძნებლის, რუსუდან კერვალიშვილის შვილიშვილი, ნინო დარასელის შვილი და ზარალებულებს მუქარის წერილებს უგზავნის“, „სახალხო დამცველი პარლამენტის თავმჯდომარის იმ განცხადებას ეხმაურება, რომლის მიხედვითაც ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო პოლიტიკური გავლენის ქვეშ მოექცა და ამიტომ შეაჩერა „რუსთავი 2“-ის საქმეზე უზენაესი სასამართლოს გადაწყვეტილების აღსრულება“, „ცნობილი მეცნიერისა და რუსთველოლოგის, ვიქტორ ნოზაძის, ცნობილ პარიზულ სტამბას კულტურული მემკვიდრეობის მოძრავი ძეგლის სტატუსი მიენიჭა“.

„ქართულ მედიაში სათაურის ლაკონიზმს საპირისპირო ტენდენცია ჩაენაცვლა, მოკლე და სხარტი სათაურები გრძელმა და რთულმა ენობრივმა კონსტრუქციებმა შეცვალა... გრძელი სათაურები ინფორმაციული სისავსის გამო არა თუ იზიდავს, არამედ ტექსტამდე მისასვლელ გზას უჭრის მკითხველს“ (ომიამე, 2012:67).

არის სათაურები, რომელსაც მკითხველი შეცდომაში შეჰყავს, ვინაიდან ის ორიენტირებულია ინტრიგაზე, პროვოკაციაზე და რაც მთავარია, შემოსავალზე. მაგალითად: „ვისზე გათხოვდა მსახიობი შორენა ბეგაშვილი?“ (სინამდვილეში არავისზეც არ გათხოვდა, ერთ-ერთ ფილმში გათხოვილი ქალის როლი ითამაშა და ამ ამბავს აღწერს). „ერეკლე დეისაძემ თავი მოიკლა!“ (სათაური მეტაფორულია. სინამდვილეში არ მოუკლავს თავი). ვფიქრობთ, თუ სათაურს არ ექნება კავშირი ტექსტთან, მკითხველი მოტყუვდება ერთხელ, დაკარგავს ნდობას და მეორედ ამას უკვე აღარ დაუშვებს. უმბერტო ეკო წერდა: „სათაურმა არ უნდა შეიყვანოს შეცდომაში მკითხველი/ მსმენელი/ მაყურებელი, ვინაიდან პირველი შთაბეჭდილება ძალიან მნიშვნელოვანია. ...სჯობს, მწერალი უმაღვე გარდაიცვალოს, როგორც კი ბოლო გვერდს დაწერს, რათა ნაწერი უსათაუროდ მივიდეს მკითხველამდე...“ (ზარბაქაძე, 2011:147).

ზოგჯერ ავტორს ძალიან იტაცებს სარეკლამო ფუნქცია და სათაურის ორაზროვანი ბუნების გამო ტექსტი შორდება სათაურს. დავიმოწმებთ პროფესორ მერი ცინცადის მიერ მოპოვებულ მასალას პრესიდან: „ცოლისა და ქალიშვილის გაუპატიურების შემდეგ ეგოროვმა თავი მოიკლა“ (მკითხველი იფიქრებს ეგოროვმა ჩაიდინა ეს საშინელება, ტექსტში კი სხვა რამე წერია: ეგოროვის ოჯახს მძარცველები დაესხნენ თავს და...), „აჭარის ხელისუფალთა შავი მანქანებით გატაცება“ (იფიქრებ მოიტაცეს ხელისუფალნი, მაგრამ თურმე მოხიბლულან შავი მანქანებით), „ახალი ბალები ქედაში“ (ხეხილის ბალები კი არ გაუშენებიათ, საბავშვო ბაღი გაუხსნიათ) (ცინცაძე 2013: 19).

პუბლიცისტური ტექსტების სათაური ხშირად მეტაფორულ ხასიათს ატარებენ, ვინაიდან მეტაფორა ხატოვანი საშუალებაა და ძლიერ ზეგავლენას ახდენს ადრესატზე. მეტაფორული მოდელი შეიძლება იყოს ეფექტური იარაღი სოციალურ ცნობიერებაზე მანიპულაციის თვალსაზრისით. მასმედია აქტიურად იყენებს მეტაფორას პოლიტიკურ სფეროში, რათა შექმნას სამყაროს სურათი. ის იმდენად ეფექტურად გამოიყენება, რომ მისი არსებობა, რომელიც პოლიტიკური ტექსტების განუყოფელ ნაწილად იქცა შეუმჩნეველი რჩება მასობრივი მომხმარებლისათვის. ამის კარგი მაგალითია შემდეგი სათაური: „ერეკლე დეისაძეს თავი მოუკლავს! ხომ არ იცით, რა მოუვიდა საწყალს?“ სინამდვილეში სათაური იყო მეტაფორული, მაგრამ ჩვეულებრივმა მკითხველმა პირდაპირ გაიგო და სიმართლის გარკვევის შემდეგ კი მკითხველში გამოიწვია გაღიზიანება. საინტერესოა ერთი პოეტის სიტყვები ამგვარი ფაქტის შესახებ: „ხომ გითხარით, საქართველოში მხოლოდ სათაურებს კითხულობენო...“

ამრიგად, პუბლიცისტური ტექსტების სათაურის თავისებურებად ჩაითვლება ის, რომ ნაცვლად მოკლე, სხარტი და ლაკონური სათაურებისა, იქმნება ისეთი სათაურები, რომლებიც შეიძლება ტექსტის რეზიუმედ ჩაითვალოს. აგრეთვე, გვხვდება მეტაფორული, ორაზროვანი, სკანდალური სათაურებიც, მაგრამ მხატვრული ლიტერატურისგან განსხვავებით არ დასტურდება „ნულოვანი სათაური“, რადგან ის

ვერ შეასრულებს ისეთ ფუნქციას, როგორცა: მკითხველის დაინტერესება, ინტრიგის გამოწვევა, რეკლამირება და ა.შ.

რაც შეეხება, პუბლიცისტიკური სათაურის ფუნქციას, მას ეკისრება მკითხველის: პირდაპირი და უშუალო ინფორმირება, დაინტერესება, ინფორმაციულობა, აზროვნების გააქტიურება, რეკლამირება, ინტერესისა და ინტრიგის გამოწვევა.

გამოყენებული ლიტერატურა

ბარბაქაძე ცირა, „როგორ დავარქვათ სათაური“, სემიოტიკა, II, თბილისი. 2011;

ომიაძე ს., „ჟურნალისტურ სათაურთა პრაგმატიკა“, სემიოტიკა, III, თბილისი. 2012;

ცინცაძე მერი, „ქართულად ხსნილად უბნობდი!“, ბათუმი. 2013;

<http://presa.ge/new/?m=politics&AID=53261>

<http://primetime.ge/archives/>

The features and functions of title in publication

(Resume)

In the publication, together with short, quick and laconic titles, are created such titles that can be considered as a text resume.

There are metaphorical, ambiguous, scandalous titles, but unlike the fictional literature, the "zero title" is not confirmed.

The title entrusts reader's:

Direct informing, making interested, informing, self-descriptiveness, activation of thinking. For the sake of publicist style the subject serves as a function of interest and intrigue. It should be easy to make the reader read the article. The title also has an advertising feature. Its aim is to influence the large part of society.