

**ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ԽՈՍՈՒՅԹԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ
ԲՆՈՒԹԱԳՐԻՉՆԵՐԸ**

Մույն հոդվածի գերխնդիրն է նկարագրել լրագրողական խոսույթը խոսքի մշակույթի տեսանկյունից, նշանակում է նախ և առաջ հստակեցնել այդ խոսույթի հաջողության պայմանները, կիրառման արդյունավետությունը: «Արդյունավետության սանդղակում» ներկայացված են այնպիսի երևույթներ, որոնք առնչվում են թերթի տեղեկատվական դաշտի խնդիրների, խոսույթի սուբյեկտի ոլորտի և նորմատիվային կանոնակարգման հետ:

Լրագրության տեղեկատվության հիմքում փաստերի հաղորդումն է և նրանց մեկնաբանումը: Լրագրողական ասույթի կարևորագույն բնութագրիչը լրատվական դաշտի կարգն է, որն իր մեջ ընդգրկում է փաստերը և իրական աշխարհի տեղեկատվությունը:

Քանալի բառեր. *լրագրողական խոսույթ, տեղեկատվական դաշտ, հաղորդակցություն, հաղորդագրություն, մամուլ, թերթ, փաստեր, կանխենթադրույթ*

Լրագրողական խոսույթի մուտքը համաշխարհային քաղաքակրթության հազարամյակ բնութագրվում է զանգվածային լրատվամիջոցների ամբողջ համակարգի շեշտակի զարգացումով: Որակական գլոբալ փոփոխությունները կապված են տեղեկատվական նոր եղանակների ներդրման, կապի համակարգի ու էլեկտրոնային լրատվամիջոցների առաջընթացի, ինտերնետի և տեղեկատվական գերհզոր այլ ուղղությունների ստեղծման ու համընդհանուր համակարգչայնացման (կոմպյուտերիզացման) հետ:

Լրագրողական խոսույթի առջև դրված խնդիրները բավական շատ են: Դրանք պայմանավորված են լրագրողական ժանրի գործնական և տեսական խնդիրների օրինաչափության հետագա զարգացումով, տեղեկատվության դաշտում ՋԼՄ գործընթացների գլոբալացումով, մեթոդոլոգիայի կատարելագործումով և ողջ համակարգի դերը, խնդիրներն ու գործառույթները հասարակական-քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական, մշակութա-բարոյական միջավայրում լայնորեն կիրառելով:

Անհատի, խմբերի, հասարակության և պետության կյանքում նորությունները կարևոր բաղադրիչ են: Եվ որպեսզի նորությունների հոսքը չդադարի, դրանց արտադրության գործընթացում աշխատում են բազմաթիվ մարդիկ: Նորությունների ձևավորումը գործընթաց է, նույնիսկ բազում գործընթացների միավորում, որի շնորհիվ «հում տեղեկատվությունը» վերամշակվում է և դառնում բոլորովին այլ ապրանք: Այդ վերամշակման ընթացքում կատարվում է նորություն դարձող փաստացի նյութի ընտրությունը, խմբագրումը, շեշտադրումը, ձևախեղումը և շատ հաճախ էլ շահարկումը:

Ուստի խիստ կարևորվում է լրագրողական լեզվի ուսումնասիրությունը, որը ենթադրում է ոչ միայն արտակա վերբալ խոսքի ուսումնասիրություն, այլ նաև արտալեզվական, ոչ վերբալ խոսքի կառույցների (մակրոկառույցների) ուսումնասիրություն, ընդ որում շատ կարևոր է այդ ուսումնասիրությունը իրականացնել սոցիալական համատեքստում և նկարագրել լրագրողական խոսույթը խոսքի մշակույթի տեսանկյունից: Ուստի անհրաժեշտ է նախ և առաջ հստակեցնել այդ խոսույթի հաջողության պայմանները, եզրույթների կիրառման արդյունավետությունը:

Լրագրողական խոսույթը կարելի է բնութագրել այս ժանրին հատուկ ընդունված և կամընտրական բնութագրիչներով: Ընդունված բնութագրիչները հնարավորություն են ընձեռում ներկայացնել այս խոսույթը որպես գրավոր տեքստ, որը հեռակա ձևով կապ ունի կոլեկտիվ կամ անհատ սուբյեկտի հետ և ուղղված է մասսայական հասցեատերերին: Կամընտրական բնութագրիչներից խիստ կարևորվում է փաստարկումը: Այս բնութագրիչը որպես լրագրողական խոսույթի հատկանիշ ենթադրում է գիտակցական, միտումնավոր ազդեցություն ընթերցողի ճանաչողական-մտածողական ունակության վրա, որը միտված է հասնել սպասված արդյունքի:

Լրագրողական տեղեկատվության հիմքում ընկած է փաստերի մասին հաղորդումը և դրանց մեկնաբանությունը: Փաստարկման լեզվաբանական վերլուծությունը լրագրողական խոսույթում օգնում է վեր հանել ոչ միայն ներկայացված փաստերի տրամաբանական հիմնավորումները, այլ նաև այդ խոսույթի կանխենթադրույթը՝ թաքնված խորքային կառույցներում:

Փաստարկման լեզվաբանական վերլուծությունը, կարծում ենք թերի կլիներ, եթե անտեսվեր լրագրողական խոսույթի մեկ այլ կարևոր բնութագրիչ՝ տեղեկատվական դաշտի ուսումնասիրությունը, այսինքն՝ լրատվական այն միավորների ամբողջությունը, որոնք ընդգրկում են փաստերի և իրական աշխարհի իրադարձությունների այս կամ այն տարածքը կառուցված որոշակի թեմաների շուրջ: Տեղեկատվական դաշտը ակտյոգիկ կատեգորիա է՝ ըստ գաղափարախոսության: Գործնականում տեղեկատվական դաշտը միշտ սահմանափակված է: Այդ սահմանափակումները կարող են լինել ինստիտուցիոնալ (նախատեսված օրենքով՝ պետական և այլ գաղտնիքների հրապարակման արգելք) և պայմանական (օրինակ՝ բարոյական նորմերին հետևելը): Այլ բնույթի արգելքների գոյությունը ստեղծում է ոչ լիարժեք, իսկ երբեմն նաև աղավաղված հաղորդակցություն: Գ. Լասուելլի կողմից առաջադրվել է զանգվածային հաղորդակցման սխեմա, որը բաղկացած է հինգ հիմնական բաղադրիչներից.

- ո՞վ ասաց
- ի՞նչ ասաց
- տեղեկատվական ի՞նչ միջոցով
- ու՞մ
- ի՞նչ արդյունքով

Ընդ որում, «ի՞նչ ասաց» բաղադրիչը, այսինքն այն տեղեկատվությունը, որը հաղորդվում է, դառնում է շատ խոցելի սոցիալական ազդեցության տեսանկյունից /Лассуэлл, 1948: 2-11/:

Հատուկ ուշադրության է արժանի տեղեկատվության ճշմարտացիության/ կեղծության (հավաստիության /անհավաստիության) չափորոշիչը: Այս խնդրի ուսումնասիրությամբ զբաղվել են ինչպես հայրենական, այնպես էլ ռուս և արտասահմանյան լեզվաբանները: Այսպես, Հ. Վայներիխը խոսքային կեղծիքը կապում է գաղափարական համակարգերի և հասկացությունների կեղծության հետ: Նրա կարծիքով «Կեղծ բառերը, առանց բացառության, կեղծ հասկացություններ են: Նրանք պատկանում են որոշակի հասկացողությունների համակարգի և արժեքավոր են որոշակի գաղափարախոսությունում: Նրանք սուտ են, երբ սուտ են գաղափարախոսությունը և նրա թեզիսները»: Որպես խոսքի կեղծության օրինակ, Հ. Վայներիխը բերում է ժողովրդավարության բառը, որը տեղավորված է այնպիսի գաղափարախոսական համակարգում, որը չի ընդունում ժողովրդավարությունը որպես պետության կառավարման ձև, որտեղ իշխանությունը ծագում է ժողովրդից և որոշակի քաղաքական կանոնների համաձայն փոխանցվում է ազատորեն ընտրված նրա անդամներից մեկին /Байрих, 1987: 6-63/: Ըստ Գ. Բոլինջերի՝ 70-ականների ամերիկյան քաղաքականությանը և ՋԼՄ-ներին հատուկ է «լեզվի կոռուպցիան», որը բացատրվում է մասսայականություն չվայելող նպատակներ հետապնդող կառավարության մտածված միջամտությամբ /Боллинджер, 1987: 5, 39-40/: Գ. Ջոուետը և Վ. Օդոնները քարոզչությունը համարում են «ակտիվացված գաղափարախոսություն», քանի որ նրա իրական նպատակը լսարանի մեջ որոշակի գաղափարախոսության տարածումը և դրանով որոշակի նպատակի հասնելն է: Այդ նպատակով քարոզչությունը աշխատում է տեղեկատվությունը խցկել որոշակի շրջանակի մեջ և կանխել հասցեատիրոջ կողմից այդ շրջանակից ելնող հարցերը: Այդ պատճառով պատահական չէ, որ քարոզչության տակ հասկացվում է ինչ-որ խարդախություն և այն հոմանիշների շարքը, որտեղ գտնվող քարոզչությունը շատ ցուցադրական է՝ սուտ, կեղծիք, ուղեղների լվացում, հոգեբանական պատերազմ:

Կախված սկզբնաղբյուրից՝ տարբերում են «սպիտակ», «մոխրագույն» և «սև» քարոզչություն: Սպիտակ քարոզչության դեպքում կարելի է մեծ ճշտությամբ որոշել, արդյոք սկզբնաղբյուրը և տեղեկատվությունը համապատասխանում են իրականությանը: Մոխրագույն քարոզչության դեպքում սկզբնաղբյուրը հնարավոր չէ ճշտել, իսկ տեղեկատվության ճշմարտացիությունը հարցականի տակ է: Սև քարոզչության դեպքում օգտագործվում է կեղծ սկզբնաղբյուր և տարածվում են սուտ և հորինված հաղորդագրություններ: Այսպիսով, քարոզչությունը կարող է կառուցվել լայն տեսականու վրա՝ ճշմարտությունից մինչև բացահայտ սուտ, սակայն նրա հիմքում միշտ լինելու են որոշակի արժեքներն ու գաղափարախոսությունը /Джоуэтт, О'Доннел, 1988: 9, 3-5/:

Պետք է նշել, որ խորհրդային շրջանի լրագրությունը իր գոյության ամբողջ ժամանակահատվածում, գտնվում էր հզոր գաղափարական մամուլիչի տակ և խորհրդային իշխանության առաջին օրենսդրական ակտերից մեկը, բոլոր՝ քիչ թե շատ ընդդիմադիր մամուլի արգելման մասին դեկրետն էր, իսկ չեզոք մամուլում տեղ գտնող տեղեկատվությունը ենթարկվում էր մի շարք սահմանափակումների: Այսպիսով, տեղեկատվության չափաբաժինը հետհեղափոխական առաջին իսկ տարիներից երկար ժամանակ կրում էր տվյալ գաղափարախոսությանը և նրա նորմերին հարիր բնույթ:

Գաղափարականացված տեղեկատվական նորման օբյեկտիվ տեղեկատվական նորմայի հետ հակասության մեջ էր առնվազն երկու չափորոշիչով: Գաղափարականացված տեղեկատվությունը մի կողմից ավելցուկային էր, մյուս կողմից կրճատված և հետևաբար անբավարար. միևնույն ժամանակ աչքի էր ընկնում անճշտության բարձր կարգով (համեմատել բարձր Գ. Գրայսի քանակի և որակի սահմանների հետ): Ավելցուկայնությունը արտահայտում էր տեղեկատվության կրկնվող տարածումով, իրականության առանց այլընտրանքային մեկնաբանությունով, խոսույթի բավականին պարբերական ծիսականությամբ և տեքստերի մեջ գաղափարական կարծրատիպերի ներառումով: Կրճատվածությունը, թերիությունը, որը տեղեկատվության վրա դրված սահմանափակումների հետևանք էր, ավելցուկայնության հակառակ կողմն էր /Грайс, 1985: 5, 6, 9, 15, 18/:

Մամուլի, ընդհանրապես մեդիայի ուժեղ և թույլ կողմերը դրսևորվում են հատկապես «ֆորս մաժոր» վիճակներում: Այս առումով բավականին հետաքրքրական է Սպիտակի երկրաշարժի լուսաբանման պատմությունը: Դեռևս 88-ի դեկտեմբերի փորձ է արվել գնահատել այդ օրերի խորհրդահայ լրագրության, ավելի ստույգ՝ հրապարակախոսության որակը: Միայն թե «Կամուրջներ և վիհեր» «Հայաստանի հրապարակախոսությունը ժողովրդական դժբախտության դրամատիկական օրերին» վերնագրով հոդվածում «Իզվեստիա» թերթի հատուկ թղթակիցներ Վ. Բոյարկինը եւ Գ. Կիլոսանիձեն հիմնականում անդրադարձել են այն փաստի լուսաբանմանը, թե ինչպես է հայկական մամուլը դատապարտում ազգային շարժումն ու «Լարաբադ» կոմիտեի գործունեությունը: Իբրև թե կոմիտեն խանգարում է փրկարարական աշխատանքներին: Մինչդեռ այդ կարգի հոդվածները կոչված էին արդարացնելու կոմիտեի տասն անդամների ու ակտիվիստներից շատերի ձերբակալությունը Մոսկվայի հրահանգով և նրանց լույս ընծայումն ինքնին հնարավոր էր դարձել շարժման մեջքը կտրելու՝ նույն այդ ձերբակալությունների արդյունքում /Бояркин, Килосанидзе, 1988: № 352/:

Սակայն Սպիտակի երկրաշարժը երկրաշարժ էր նաև խորհրդային մամուլի համար: Իսկ ի՞նչ էր փոխվել, այնուամենայնիվ, ի՞նչն էր երկրաշարժ սովետական մամուլում: Վերակառուցումն առաջին հերթին դժբախտության մասին խոսելու ազատություն էր տվել, քանի որ մինչ այդ ՍՍՀՄ տարածքում տեղի ունեցած տարերային աղետներից հետևում էր պաշտոնական հաղորդագրություն, թե... «գոհեր եւ ավերածություններ չկան»: Նոր ժամանակների շունչն էին նաև մամուլի ասուլիսները, որ Հայաստանում տվեցին

ՄՄԿԿ գլխավոր քարտուղար Գորբաչովն ու Նախարարների խորհրդի նախագահ Նիկոլայ Ռիժկովը: Ճիշտ է՝ տպավորություն կար, որ հարցերի բովանդակությունը համաձայնեցված էր: Առաջընթաց էր նաև այն, որ լրագրողները ստացան որոշակի ազատություն քննադատելու: Ճիշտ է, քննադատությունը հետևողական չէր, մասնավորապես՝ լրագրողները ծանոթ չէին եղել կամ չէին հրապարակել այն հանձնաժողովի եզրակացությունները, որը զբաղվում էր շինարարական խտտանի, երկրաշարժակայունության ցածր աստիճանի սահմանման համար մեղավորների հայտնաբերմամբ, բայց այնուամենայնիվ դա արդեն ձեռք բերում էր:

Եթե մենք բնութագրենք խորհրդային մամուլը՝ ելնելով լրագրողական խոսույթի հիմնական բնութագրիչներից, ապա կարող ենք ասել, որ այն համակարգված մասշտաբային սուտ էր, տիպիկ «սև» քարոզություն, չնայած, որ սկզբնաղբյուրները լավ հայտնի էին. ՁԼՄ-ներ՝ ենթարկված գաղափարախոսական սահմանափակումների: Տեղեկատվությունը դառնում է ապատեղեկատվություն, երբ պետք է թաքցնել իրականությունը և կամ կառուցել նորը: Մեծ հաջողությամբ օգտագործվում էին իրականության ձևախեղման տարբեր մեթոդները և թյուրիմացության մեջ զցելու նախադրյալները ընդհանուր առմամբ նույնն են.

1. տեղեկատվության պակասը,
2. ստերեոտիպերին և բարձր գաղափարախոսական կառույցների հակումը,
3. հասցեատերերի սոցիալական պասիվությունը:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Болинджер Д. Истина – проблема лингвистическая // *Язык и моделирование социального взаимодействия*. М., 1987.
2. Бояркин В., Килосанидзе Г. Мосты и пропасти // *Известия*, № 352, 1988.
3. Вайнрих Х. Лингвистика лжи // *Язык и моделирование социального взаимодействия*. М., 1987.
4. Грайс Г. Л. Логика и речевое общение // *Новое в зарубежной лингвистики*, вып. 16. М., 1985.
5. Джоуэтт Г.С. О'Доннел В. Пропаганда и внушение // *Психология пропаганды*. М., 1988.
6. Лассуэлл Г. Теория коммуникационного процесса // *Структура и функция коммуникации в обществе*. М., 1948.

А. МЕЛКОНЯН – Основные характеристики журналистского дискурса. –

Данная статья посвящена структурным особенностям выражения журналистского дискурса. Описать журналистский дискурс с точки зрения культуры речи значит, прежде всего, определить условия успешности этого дискурса, раскрываемые в терминах эффективности, оптимальности и нормативности. Журналистский дискурс можно охарактеризовать с помощью набора присущих ему постоянных и факультативных признаков.

Важнейшей характеристикой газетного дискурса является категория информационного поля, под которым понимается информационный континуум, охватывающий то или иное пространство фактов и событий реального мира.

Ключевые слова: журналистский дискурс, информационное поле, сообщения, коммуникация, газета, пресса, персуазивность, пресуппозиция, факты

A. MELKONYAN – The Main Characteristics of the Journalistic Discourse. –

The subject matter of the present paper is the peculiarities of the journalistic discourse. To describe the journalistic discourse first of all means to define its efficiency in terms of effectiveness, optimality and its normative nature. The newspaper discourse can be characterized by summarizing the factual and invariable features typical of it.

The most significant characteristic of the newspaper discourse is the category of the information field, under which the information continuum is understood covering various spheres of facts and events of the real world.

Key words: journalistic discourse, information field, communication, newspaper, press, message, persuasion, presupposition, facts